

Zeitwort

08.05.954:

Die ARD sendet zum ersten Mal das Wort zum Sonntag

Von Jürgen Hoeren

Sendung vom: 08.05.2024

Redaktion: Susanne Schmaltz

Produktion: SWR 2008

Zeitwort können Sie auch im **Webradio** unter www.swrkultur.de und auf Mobilgeräten in der **SWR Kultur App** hören – oder als **Podcast** nachhören:

<https://www.swr.de/~podcast/swrkultur/programm/podcast-zeitwort-100.xml>

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Die SWR Kultur App für Android und iOS

Hören Sie das Programm von SWR Kultur, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR Kultur App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...

Kostenlos herunterladen: <https://www.swrkultur.de/app>

Autor:

Die Sendung begann mit einer Panne: Eigentlich sollte das „Wort zum Sonntag“ am 1. Mai 1954 im Ersten Deutschen Fernsehen seine Premiere feiern. Doch Prälat Klaus Mund aus Aachen war am Tag der Arbeit auf dem Bildschirm nicht zu sehen: Ein Kabelbruch verhinderte seinen Live-Auftritt. So kam es, dass erst eine Woche später, am 08. Mai 1954 der evangelische Pastor Walter Dittmann aus Hamburg das erste „Wort zum Sonntag“ sprach. Er beschäftigte sich, wie konnte es anders sein, mit dem Thema „Hören und Sehen“. Er fragte unter anderem: „Helfen uns Film und Fernsehen dazu, dass unsere Augen wirklich das Wesentliche, das Wunderbare sehen und dafür freier werden?“ Seine Antwort: „Film, Funk und Fernsehen können auch das Gegenteil bewirken: Sie können Auge und Ohr abstumpfen für das echte Sehen und Hören. Aber es muss nicht so sein. Diese Abstumpfung ist kein automatisch wirkendes Gesetz. Sie ist der Entscheidung und Freiheit des Menschen unterstellt. Wenn wir ein Auge haben für ein gequältes Menschengesicht und ein Ohr für eine stille Klage, dann haben wir sehen und hören gelernt.“

Heute gehört das „Wort zum Sonntag“ zum Klassiker der kirchlichen Verkündigungssendungen. Alle Programmreformen hat es überlebt, es ist mittlerweile ein Fernsehfossil. Sie ist nach der Tagesschau die zweitälteste Fernsehsendung. Im Wesentlichen blieb die seit 1954 eingerichtete Fernsehkanzel unverändert. Immerhin wurde sie sogar Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen. In ihrer sozialwissenschaftlichen Dissertation schreibt Ruth Ayas, das „Wort zum Sonntag“ sei „extrem ritualisiert und beschränke sich weitgehend auf eine konservierte, primitive Standardform“, die sie „als Hörfunk mit Passbild, als fotografierte Höransprache“ bezeichnet. Immer wieder bemühten sich die Kirchen, gemeinsam mit den Redaktionen, diese Sendung ansprechender, journalistischer zu gestalten. Kosmetik im Trend der Zeit. Die zunächst 10-minütige Telepredigt ist heute auf dreieinhalb bis vier Minuten geschrumpft. Um sie attraktiver zu machen, wurde sie mal aus einem Bahnhof, aus einem Kreissaal oder gar von einer Autobahnbrücke gesendet. Pfarrer Heiko Rohrbach brachte seinen Hund „Jenny“ mit und setzte ihn neben sich auf die Couch. Viel gebracht haben diese formalen Einfälle nicht. Besonders viele Zuschauer erreichten die Worte der evangelischen Seelsorger Jörg Zink oder von Heinrich Albertz. Ihre Sprache, ihre Gleichnisse und Bilder faszinierten. Sie hatten etwas zu sagen, auch den Kirchendistanzierten. Zunächst war das „Wort zum Sonntag“ eine Domäne der Männer. Die erste Frau präsentierte die Evangelische Kirche mit der Pastorin Hannelore Frank.

Es ist leichter, diese Verkündigungssendung zu kritisieren, als sie besser zu machen. Denn Verkündigungssendungen sind generell ein schwieriges Metier. In ihnen muss man etwas von der eigenen Glaubensüberzeugung und Glaubenserfahrung preisgeben, wenn man ankommen möchte. Für die Kirchen ist dieser Sendeplatz ein großes Geschenk. Keine andere gesellschaftliche Gruppe erreicht kostenlos über das Fernsehen ein Millionenpublikum, um es für seine ureigensten Interessen zu begeistern.