

Veröffentlicht bei

kreuz-und-quer.de

Diskussionsforum zum politischen Handeln aus christlicher Verantwortung

herausgegeben von

Prof. Dr. Thomas Sternberg, MdL (Sprecher), Dieter Althaus, Alois Glück, Dr. Friedrich Kronenberg, Dr. Hermann Kues
MdB, Prof. Dr. Norbert Lammert MdB, Dr. Hans-Gert Pöttering MdEP, Thomas Rachel MdB,
Prof. Dr. Annette Schavan MdB, Christian Schmidt MdB, Dr. Erwin Teufel, Prof. Dr. Bernhard Vogel

10. September 2012

Was ist kreuz-und-quer.de ?

Interview des Redaktionsleiters Stephan Eisel mit www.blogs-marketing.de

blog-marketing.de: Herr Dr. Eisel, bitte stellen Sie sich doch einmal kurz vor.

Eisel: Die Redaktion von kreuz-und-quer.de leite ich ehrenamtlich. Ich habe Politik- und Musikwissenschaft studiert und mich seit Studententagen vielfältig politisch engagiert – auch in den Redaktionen politischer Zeitschriften. Beruflich war ich 1983-1992 Redenschreiber und stv. Leiter des Kanzlerbüros bei Helmut Kohl. Danach habe ich in der Konrad-Adenauer-Stiftung u. a die politische Akademie und die Politische Bildung geleitet bis ich 2007 Mitglied des Deutschen Bundestages wurde. Seit 2009 bin ich wieder bei der Konrad-Adenauer-Stiftung. Zuletzt habe ich dort als Projektleiter „Bürgerbeteiligung“ das Buch „Internet und Demokratie“ verfasst.

blog-marketing.de: Mit Kreuz-und-Quer.de haben Sie einen Blog gestartet mit dem Sie politisches Handeln aus christlicher Verantwortung heraus kommunizieren wollen. Was dürfen wir uns darunter vorstellen und wer steckt alles hinter dem Blog?

Eisel: Der Blog ist die Initiative von verschiedenen Persönlichkeiten, denen die blog-marketing.de nach dem „C“ in der Politik am Herzen liegt und deren politisches Engagement davon geprägt war und ist. Dazu gehören u. a. Norbert Lammert, Erwin Teufel, Thomas Rachel, Bernhard Vogel und Alois Glück. Sprecher dieses ökumenisch besetzten Herausgeberkreises ist der nordrhein-westfälische Landtagsabgeordnete Thomas Sternberg, der auch dem Hauptausschuss des Zentralkomitees der Deutschen Katholiken angehört. Es geht uns vor allem darum, in einem offenen Forum zu diskutieren, was politisches Handeln aus christlicher Verantwortung in unserer Zeit konkret bedeutet.

blog-marketing.de: Ist das ganze Vorhaben zeitlich befristet?

Eisel: Unser Angebot ist keine Eintagsfliege, sondern nachhaltig. Vor dreißig Jahren hätte man dazu wohl eine Zeitschrift gegründet. Heute ist es mit dem Internet viel leichter, solche Angebote zu machen.

blog-marketing.de: *Wie kamen Sie auf den Namen kreuz-und-quer.de und was soll es ausdrücken?*

Eisel: Zum einen suchten wir einen Namen, der die Unabhängigkeit des Diskussionsforums verdeutlicht und auch die Breite der Themen. Außerdem wollten wir natürlich einen Hinweis auf die Themenbehandlung aus christlicher Verantwortung geben. Und schließlich musste die entsprechende Domain auch noch frei sein.

blog-marketing.de: *Warum überkreuzen sie explizit Religion und Politik in ihrem Blog?*

Eisel: Politisches Handeln muss sich immer der blog-marketing.de stellen, an welchem Wertekompass es sich orientiert. Für uns ist dieser Kompass das christliche Menschenbild. Es stellt die Würde jedes Einzelnen sowie die Verschiedenartigkeit und Gleichwertigkeit der Menschen in den Mittelpunkt und weiß um ihre Unvollkommenheit. Daraus erwächst das Eintreten für Freiheit und Gerechtigkeit, für Subsidiarität und Solidarität. Das sind klare Orientierungspunkte, die sehr spannende blog-marketing.de aufwerfen, wenn es um konkrete politische Entscheidungen geht.

blog-marketing.de: *Als ich „Bloggen aus Christlicher Verantwortung heraus“ las und zum ersten Mal ihren Blog sah, war ich natürlich besonders neugierig, wie sie Ihren Blog bekannt machen wollen. Denn sie wollen ja insbesondere christliche Leser erreichen und zum Dialog bewegen. Wer sind genau ihre Zielgruppen und welche Marketingmaßnahmen setzen sie ein?*

Eisel: Wir wollen diejenigen erreichen, die von Politik mehr erwarten als routinierten Tagespragmatismus, den es ja auch geben muss, der aber nicht zum Selbstzweck werden darf. Viele Menschen stellen sich die blog-marketing.de, was Politik dazu beitragen kann, unsere offene und solidarische Gesellschaft weiterzuentwickeln – wo die Chancen und auch die Grenzen politischer Entscheidungen liegen. Um diese Menschen anzusprechen, ist die beste „Marketingmaßnahme“ ein inhaltlich substantielles Angebot und eine offene Diskussionskultur. Dabei muss die Form dem Inhalt dienen und nicht umgekehrt.

blog-marketing.de: *Beziehen sie auch Social Media Kanäle mit ein, wie Facebook, twitter u. Co.?*

Eisel: Wir haben schon damit begonnen und werden das sicher Schritt für Schritt intensivieren. Dabei darf man nicht vergessen, dass wir in der Redaktion alle ehrenamtlich arbeiten.

blog-marketing.de: *Blogs bekommen immer mehr Aufmerksamkeit und sind ideale Orte, um sich auszutauschen. Wie wollen sie strittige Themen und Dialoge, insbesondere bei den Kommentaren auf Artikel managen? Das gestaltet sich ja manchmal sehr schwierig, weil sich bei religiösen und politischen Themen Kommentatoren streiten.*

Eisel: Wir definieren uns ja bewusst als Diskussionsforum. Gegen eine kontroverse Auseinandersetzung spricht überhaupt nichts, wenn sie sachlich bleibt. Wir wollen mit profilierten und prononcierten Beiträgen Debatten anstoßen und hoffen auf ein entsprechendes Echo. Natürlich freuen wir uns über Zustimmung, aber im übrigen gilt für die Diskussion: „agree to disagree“ in wechselseitigem Respekt. Deshalb werden natürlich keine Kommentare mit persönlichen Beleidigungen oder inakzeptabler extremistischer Propaganda frei schalten.

blog-marketing.de: *Wir finanzieren Sie ihren Blog?*

Eisel: Bei einem solchen Internet-Angebot entstehen ja nur ganz geringe Kosten. Im Kern sind das nur die jährlichen Providergebühren. Das tragen die Herausgeber durch persönliche Beiträge. Ansonsten wird alles ehrenamtlich erledigt, sowohl in der Redaktion als auch von den Autoren, die kein Honorar erhalten. Das entspricht auch dem inhaltlichen Charakter des Blogs, denn hier geht's um persönliche Überzeugungen und nicht um ein kommerzielles Unternehmen.