



Vereinsversammlung 2025

«pfarrblatt»-Gemeinschaft Bern

Print, Digital und die Frage der Finanzierung

<u>Herausforderungen der Redaktion</u>	4–5
--------------------------------------------	-----

<u>Neubeginn der Chefredaktion</u>	6–7
----------------------------------------	-----

<u>Das «pfarrblatt» in Zahlen</u>	8–9
-----------------------------------	-----

<u>Einladung/Traktanden</u>	10
-----------------------------	----

<u>Zusammenfassung Protokoll 2024</u>	11
-------------------------------------------	----

<u>Bilanz</u>	12
---------------	----

<u>Erfolgsrechnung</u>	13
------------------------	----

<u>Revisionsbericht</u>	14
-------------------------	----

Vorstand der «pfarrblatt»-Gemeinschaft Bern:

Blanca Burri (Präsidentin), Monika Bähler, Jure Ljubic,
Dyami Häfliger (Vizepräsident), Ruedi Heim, Sofia Lorenzini,
Francesco Marra, Patrick Schafer, Sebastian Schafer,
Karl Martin Wyss

Impressum:

Herausgeberin: «pfarrblatt»-Gemeinschaft Bern, Alpeneggstrasse 5, 3012 Bern
Treuhand: Keel-Treuhand AG, Bolligen
Fotos: Jürg Curschellas (S.3), Ruben Sprich (S.7) und zVg
Layout: büro z, Bern
April 2025

Print, Digital und die Frage der Finanzierung

Angesichts des Umbruchs in der Kirche und bei den Medien ist das «pfarrblatt» in diesen Jahren um ein Vielfaches stärker gefordert als noch vor einigen Jahren. Die Veränderungen sind zwar nicht so rasant wie bei den klassischen Medien, aber sie sind unübersehbar. Konnte sich das «pfarrblatt» bis vor Kurzem fast ausschliesslich darauf konzentrieren, die Bedürfnisse aller Regionen, aller Anspruchsgruppen und aller Glaubensausprägungen der Mitglieder sorgfältig zu berücksichtigen, so kommen heute zusätzliche Herausforderungen auf uns zu.

Die wichtigsten Herausforderungen sind die digitale Transformation und die sinkenden Leser:innenzahlen der gedruckten Zeitung. Die sinkenden Printabonnements hinterlassen 2024 ein Loch in der Kasse. Der Verlust beläuft sich auf rund 130000 Franken und ist wirklich schmerzhaft. Da das «pfarrblatt» aber über ein genügend hohes Eigenkapital verfügt, können wir den Verlust aus den eigenen Reserven decken. Nun sind Sofortmassnahmen ebenso wichtig wie der Blick in die Zukunft.

Online hat sich das «pfarrblatt» stark entwickelt, die Leserschaft nachweislich verjüngt und die Klickzahlen allein von Juli bis Dezember 2024 vervierfacht. Diese Zahlen bestärken uns darin, den eingeschlagenen Weg zielgerichtet weiterzugehen. Die Leser:innen sollen weiterhin im Print und auch auf den digitalen Kanälen wie Website oder Social Media abgeholt werden. Sie sollen sich auf unseren Kanälen über alles informieren können, was sie über die Kirche wissen wollen. Über ihrer Pfarrei ebenso wie über die karitative Arbeit der Kirche, über die verschiedenen Strömungen – von konservativ bis liberal – und nicht zuletzt auch darüber, wie es dem Papst geht. Dabei geht die Redaktion nach dem Drei-Säulen-Prinzip vor:

«Langfristig streben wir eine Umstellung von einem Abo-basierten auf ein Mitglieder-basiertes Finanzierungsmodell an.»

Blanca Burri

1. Sie pflegt mit grosser Hingabe das gedruckte «pfarrblatt».
2. Sie veröffentlicht aktuelle Nachrichten auf der Website.
3. Sie ist in den sozialen Medien aktiv, blickt dort hinter die Kulissen der Kirche und übersetzt die Kirche für ein Publikum, das mit den Gepflogenheiten der Kirche nicht mehr vertraut ist.

Dies ist aber nur möglich, wenn die Finanzen mittelfristig wieder ins Lot kommen. Bereits im Sommer 2024 hat die neue Chefredaktorin Annalena Müller die Kosten analysiert und Sofortmassnahmen eingeleitet, die seit Januar 2025 voll greifen.



Blanca Burri
Präsidentin der «pfarrblatt»-Gemeinschaft

Das Fotobudget wurde den Verhältnissen angepasst und die Löhne der freien Autorinnen und Autoren vereinheitlicht. Unser grosses Ziel ist die Optimierung der Zusammenarbeit mit unseren externen Geschäftspartnern. Wir überprüfen derzeit jeden Vertrag und vereinfachen die Abläufe, wo immer dies möglich ist, um weitere Kosten einzusparen.

Wie bereits an der letzten Jahresversammlung angekündigt, müssen wir auch das Finanzierungssystem unter die Lupe nehmen: Das «pfarrblatt» als Service public wird aus Steuermitteln finanziert. Da es aber auf dem Prinzip der Printabos basiert, entspricht dieses System nicht mehr den heutigen Bedürfnissen der Leserschaft. Zwar konnte sich das «pfarrblatt» in den vergangenen Jahren aufgrund der hohen Abozahlen einen Webauftritt leisten. Doch wir müssen neue Lösungen finden. Kurzfristig soll eine Abopreiserhöhung die Finanzierung des Medienverbundes sicherstellen.

Mit der Erhöhung des Abopreises von 31 auf 33 Franken pro Ausgabe ab 2026 ist der Übergang gewährleistet. Der Vorstand ruft zudem dazu auf, über ein Finanzierungsmodell nachzudenken, das pro Mitglied der römisch-katholischen Kirche rechnet, damit jede Person ihre Informationen auf derjenigen Plattform lesen kann, die ihr am nächsten steht: Print, Website oder Social Media. Dieses Abomodell werden wir den Entscheidungsträgerinnen und -träger im Verlauf des Herbstes/Winters 2025/26 vorstellen und im Frühjahr 2026 darüber abstimmen.

Mir bleibt der Dank: allen, die das «pfarrblatt» im vergangenen Jahr wieder tatkräftig unterstützt haben – als Pfarrei, als Kirchgemeinde, als kirchliche Mitarbeitende, als Leserinnen und Leser, als Redaktorin oder Redaktor, meinen Vorstandskolleginnen und -kollegen, der Landeskirche, dem Kompetenzzentrum Kommunikation und allen, die uns kritisch aber wohlwollend begleiten.

Zwischen Pfarreien und Medienwelt

Sinkende Printzahlen, stark wachsende Online-Zugriffe. Das «pfarrblatt» bereitet sich auf die Zukunft vor. Ziel für 2025: Mehr Online-Sichtbarkeit für die Pfarreien.

Annalena Müller

Nicht nur die Kirche, auch die Medienwelt erlebt grosse Umbrüche. War es bis vor zwanzig Jahren üblich, dass ein Haushalt eine oder mehrere Zeitungen abonniert hatte, treten heute vermehrt Online-Portale, Newsletter und seit Kurzem Social Media an den Platz der klassischen Printmedien.

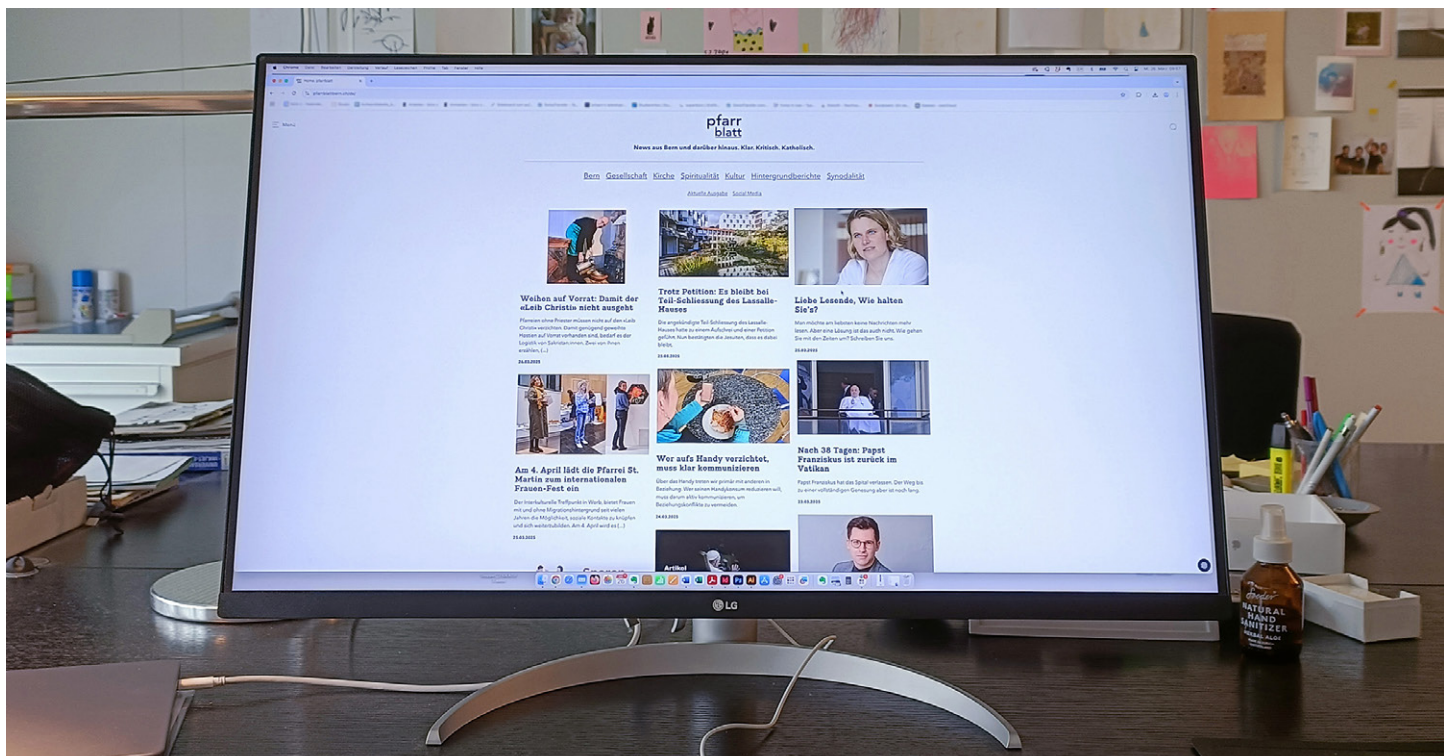
Wandel des Medienkonsums

Besonders jüngere Menschen (unter 30) lesen kaum Printmedien. Der Grossteil von ihnen informiert sich über Social Media (Youtube, Instagram und Tiktok). Menschen zwischen 30 und 50 lesen vor allem online. Grosse Zeitungen wie der «Tages-Anzeiger» beobachten Printabonnent-Rückgänge von bis zu acht Prozent jährlich. Der Grund: Die traditionellen Print-Abonnent:innen sterben und es kommen keine neuen nach.

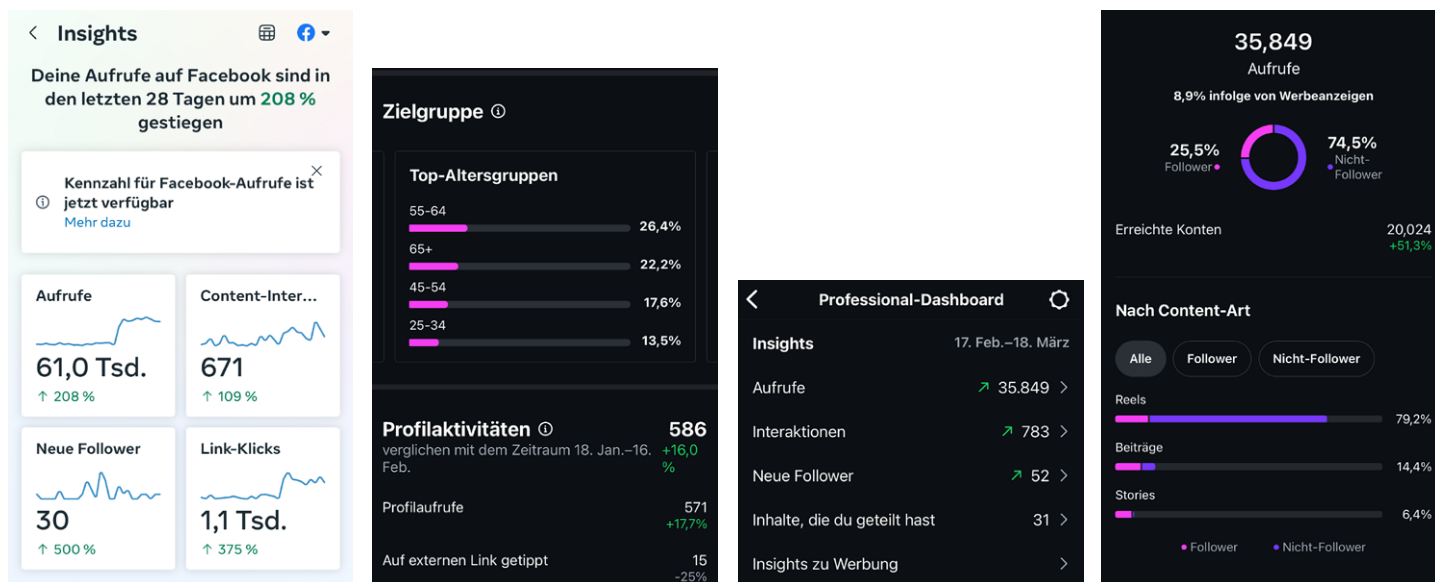
In den kirchlichen Medien (Pfarrblätter) nehmen wir das gleiche Phänomen wahr – allerdings langsamer. Dennoch müssen wir uns auf den Wandel vorbereiten. Das Team des «pfarrblatt» geht diesen aktiv an. Neben der gedruckten Zeitung, die jährlich in 26 Ausgaben in 47 400 Briefkästen liegt, bauen wir die Zukunfts-Säulen «online» und «Social Media» aus.

Rückgang im Print

Bei den Printabonnements beobachten wir einen langsamen, aber stetigen Rückgang. Die Hauptgründe für Abmeldungen sind Tod oder Umzüge in Pflegeeinrichtungen. Der Rückgang der Leserschaft ist altersbedingt (demografisch), den wir auch in anderen Bereichen des kirchlichen Lebens sehen. Nach allem, was wir wissen, ist dieser Trend unumkehrbar.



Bern und darüber hinaus – die Website des «pfarrblatt» informiert und ordnet ein. Das kommt an.



Dank Social Media erreicht das «pfarrblatt» ein grösseres und jüngerer Publikum.

Starkes Wachstum im Online-Bereich

In den anderen Bereichen, auf die wir uns im letzten Jahr vermehrt konzentriert haben, beobachten wir hingegen ein starkes Wachstum. Auf dem Webportal, das wir neben klassischen «pfarrblatt»-Themen auch mit tagesaktuellen News bespielen, sehen wir deutlich höhere Zugriffszahlen. Am stärksten wachsen wir im Bereich Social Media. Auf Instagram und TikTok erreichen wir mit Reels (kurze Videos) ein grosses, schnell wachsendes und vor allem jüngerer Publikum.

Diese Entwicklung ist durchweg positiv, da sie zeigt: Es gibt noch immer ein breites Interesse an kirchlichen Themen. Um dieses Interesse langfristig bedienen zu können, besteht allerdings Handlungsbedarf. Das «pfarrblatt» wird durch Printabonnements finanziert. Damit werden aktuell auch die wachsenden Online-Bereiche getragen. In Anbetracht der obgenannten Entwicklung wird ein anderes Finanzierungsmodell notwendig werden.

Instagram

Im letzten Jahr konnten wir erstmals einen Zuwachs bei den unter 50-Jährigen und – besonders erfreulich – bei der Zielgruppe der unter 35-Jährigen erzielen.

Wer es genau wissen will, hier ein paar Zahlen: Zwischen Mitte Februar und Mitte März 2025 haben wir auf Instagram 35 849 Aufrufe erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr haben wir unsere Reichweite dort mehr als verdreifacht. Der Löwenanteil der Aufrufe, nämlich 79,2 Prozent, waren Reels – also kurze Videos. Unsere Reichweite ging dabei weit über die eigene «Blase» von gut 1100 Followern hinaus: 74,5 Prozent unseres Publikums waren «Nicht-Follower». Der Grossteil der Aufrufe wurde «organisch», also ohne Werbeanzeigen erreicht. Werbung, die wir für ausgewählte Reels schalten, sind für 8,9 Prozent der Aufrufe verantwortlich. Interessant: Während auf Facebook 54,3 Prozent unserer Leserschaft weiblich sind, sind Männer auf Instagram mit 62,6 Prozent in der Mehrzahl.

Website

Auch auf der Website können wir ein deutliches Wachstum im Vergleich zum Vorjahr messen (Verdreifachung der Zugriffe). Allerdings wird aufgrund von Einschränkungen bei Google-Analytics, dem Werkzeug, das Zugriffe anzeigt, heute nur ein Teil

dieser Zugriffe registriert. Diese Einschränkung werden wir bis zum Sommer lösen und dann über belastbare Zahlen verfügen.

Welche Themen bewegen?

Wir beobachten, dass online zum Teil andere Themen gefragt sind als im Print. Hier dürften mehrere Gründe eine Rolle spielen. Unter anderem: Online liest uns ein jüngerer und zum Teil kirchenfernerer, aber -interessierteres Publikum.

Entsprechend beobachten wir, dass gewisse Themen besonders gut gelesen («geklickt») werden:

1. *Nachrichten*: kurze, kompakte Meldungen: Wiederöffnung des zerstörten Friedhofs in Brienz; Kirche Bern schnürt Notpaket für Nahost; Nuntius aus Bern beim Papst (Promifaktor funktioniert auch bei Kirchen-News)
2. *Erklärende Beiträge*, die Kirche und ihre Strukturen erläutern: Landeskirchen wollen Dachverband nicht mehr Geld geben; Konzerninitiative und warum Kirchen zurückhaltend sind (wir haben online die Rubrik «Hintergrundberichte» geschaffen)
3. *Glaube und christliche Kultur erklären*: Die Bibel von Moutier-Grandval; «katholisches ABC» auf Instagram (z. B. Aschermittwoch und Fastenzeit)

Perspektive heute und morgen

Aktuell – und auf absehbare Zeit – bespielen wir drei Kanäle: Print, Website und Social Media. Dabei ist das Ziel, den Mantelteil des gedruckten «pfarrblatt» auf gleichem Niveau anzubieten wie bisher und die «Wachstumsbereiche» online und Sozialmedien auszubauen. Bei beiden erwartet die Leserschaft eine höhere Taktung an Nachrichten und Berichten.

Ein wichtiges Zwischenziel für 2025 lautet mehr Sichtbarkeit für Pfarreien auf der Website. Dafür wird sie derart umgestaltet, dass Pfarrei-News dort auf der Startseite direkt und leicht zu finden sind – dies wird ab der zweiten Jahreshälfte der Fall sein.

Um «Online-Know-How» zu vermitteln, bieten wir im April und Mai erste (kostenlose) Workshops für alle Pfarreien in diesem Bereich an. Bei Bedarf werden wir daraus ein regelmässiges Angebot machen. Das Resultat präsentieren wir spätestens im nächsten Jahresbericht. Oder schauen Sie selbst vorbei – www.pfarrblattbern.ch.

Redaktionsteam reloaded: von Turbulenzen und Katzenfotos

Mehr Klicks, mehr Leserbriefe und ein überfüllter Küchentisch – so wirkt sich der Wechsel in der Chefredaktion für das Team aus.

Zusammenstellung: Sylvia Stam



**Neue Hauptperson im internen Team-Chat:
Annalenas Katze Hopper.**

Seit Annalena im Juli 2024 die Redaktionsleitung des «pfarrblatt» übernommen hat, ist auch für das Team so einiges anders. Nach aussen sichtbar sind ein grösserer Output online und auf Social Media sowie mehr nationale, (kirchen-)politische und tagesaktuelle Themen. Was aber bedeutet das für die fünf Frauen, die zusammen mit der Chefredaktorin am «pfarrblatt» Print, online und auf Social Media mitwirken?

«Online-Meldungen gibt es viel mehr», sagt Nicole, Webverantwortliche beim «pfarrblatt» und bei kathbern.ch. «Das Aufschalten ist komplexer geworden mit dem Ausfüllen von Metadaten und Anhängen ähnlicher Artikel, die oft aus ver-

schiedenen Jahren zusammengesucht werden müssen. Es kommt vor, dass ich auch am Wochenende Artikel nach Fehlern gegenlese oder auf Bildersuche bin.»

Das Mittagessen muss warten

Nicht nur die Zahl Online-Artikel hat sich erhöht, sondern auch deren Aktualität. Was das konkret bedeutet, schildert Sylvia, Redaktorin mit Schwerpunkt online: «Um zehn vor zwölf ruft Annalena an: «Die Kommunikationschefin der Bischofskonferenz wurde entlassen», sagt sie knapp. Ich, in Gedanken schon beim Zmittag, schlucke leer. «Ich muss gleich in ein Meeting, hast du Kapazitäten?», fragt sie, wohl wissend, wie klein mein Pensum ist. «Ja», entgegne ich ohne Zögern, wohl wissend, dass solche News für ein kirchliches Online-Portal nicht warten kann. Mein Adrenalinspiegel steigt, das Mittagessen muss warten. Wir teilen uns auf: Ich nenne ein paar Namen, sie fragt aus dem Meeting heraus um Statements an, ich schreibe den Text. Zwei Stunden später ist der Artikel online. Kurz danach ist die Neuigkeit auch auf katholisch.de mit Verweis aufs «pfarrblatt», und Annalena jubelt im internen Team-Chat: «Unser tägliches katholisch.de-Zitat gib uns heute!»

«Wie Annalena selbst den riesigen Output bewältigt, bleibt dem Team schleierhaft.»

Social Media als Kanal mit eigener Dynamik

Auch Social Media bekommt mehr Aufmerksamkeit, sehr zur Freude der dafür zuständigen Managerin Sarah: «Neben Instagram und Facebook sind Tiktok und LinkedIn dazugekommen, was unser digitales Spielfeld erweitert hat. Wir sind viel häufiger unterwegs für Ausseneinsätze und produzieren gezielt Content, der ausschliesslich für die Sozialmedien gedacht ist. Früher lag der Fokus auf dem Print-Magazin, und Social Media war eher ein Zusatz, um auf Web-Artikel aufmerksam zu machen. Jetzt ist es ein eigenständiger, strategischer Kanal mit eigener Dynamik.»



Die Stimmung im Team ist unverändert gut. Hier beim gemeinsamen Güzzi-Backen.

Doch die «Online first»-Strategie hat Auswirkungen auf die Produktion der gedruckten «pfarrblatt»-Ausgaben. Anouk, Redaktorin mit Schwerpunkt Print, trägt dafür deutlich mehr Verantwortung als vorher: «Ich schreibe viel weniger selbst, redigiere vermehrt Beiträge externer Autor:innen und werde stark fürs Blattmachen eingesetzt: Dabei stelle ich sicher, dass das Corporate Image, Design (CI/CD) und Wording des «pfarrblatt» durchgehend eingehalten werden. Ich kürze oder ergänze Texte, Zwischentitel und Bildlegenden, suche passende Fotos, gebe Anweisungen für die Bildbearbeitung u. v. m. Im Austausch mit unserer Layouterin optimiere ich so alle Printbeiträge bestmöglich.»

Mehr Leserbriefe und Anrufe

Die Veränderungen gehen auch an der Leserschaft nicht unbemerkt vorüber. Die stärkere Ausrichtung auf ein kirchenfernes, kulturkatholisches Publikum, auf nationale Themen und vermehrt auch auf investigativen Journalismus führen zu mehr Reaktionen. Das wiederum kriegt Redaktionsassistentin Andrea zu spüren: «Es landen mehr Telefonate bei mir. So, wie sich die Zahl der Leser:innenbriefe erhöht hat, melden sich die Leser:innen auch häufiger telefonisch zu Wort.» Andrea behält auch die Klickzahlen im Auge: «Die Aufrufstatistik einschliesslich Datenträffic hat stärkere Aufmerksamkeit und führt laufend zu kleineren Anpassungen in der Auswertung oder Organisation der Online-Berichterstattung. So sind beim Aufschalten mehrere Massnahmen in Richtung Suchmaschinenoptimierung getroffen worden.»

Turbulenter Alltag, straffe Sitzungen

Dass der Redaktionsalltag turbulenter geworden ist, «wird an Dienstagen, wenn alle da sind, am Lautstärkepegel und überfüllten Küchentisch sichtbar», erzählt Andrea. Nicole, die am

häufigsten mit Annalena an der Alpeneggstrasse arbeitet, plaudert aus dem Nähkästchen: «In der Küche gibt es neu einen Milchschaumer, und Tee wird vorwiegend professionell gekocht. Am Mittag türmt sich üppiges und vielfältiges Essen. Wenn Pizza bestellt wird, dann gleich die grosse Familienpizza.» Einig ist sich das Redaktorinnenteam, dass die Sitzungen kürzer und straffer geworden sind, ohne dass das Soziale deswegen zu kurz kommt. Die Stimmung ist unverändert gut und es wird ebenso viel gelacht wie zuvor.

Wie Annalena selbst (und bitte ja nicht helvetisch «selber») den riesigen Output bewältigt, bleibt dem Team schleierhaft. Nur so viel: «Im Bad wurde ein fröhlicher Mädchen-Duschvorhang montiert und ab und zu hängen da schnittige Badeanzüge, lustige Schwimmbrillen und Badekappen mit der Aufschrift «Triathlon», verrät Nicole. Darüber hinaus gibt es im «pfarrblatt»-Chat «immer wieder Katzenfotos. Das Sujet ist oft dasselbe: auf Kuschelecke (darunter liegt Annalena auf ihrem Sofa) zusammengerolltes oder ausgetrecktes Büsi.» Abgesehen davon, dass solche Fotos auch schon mal morgens um sechs oder abends um zehn in den Chat gestellt werden, wirken sie auch auf das Team einigermaßen beruhigend.

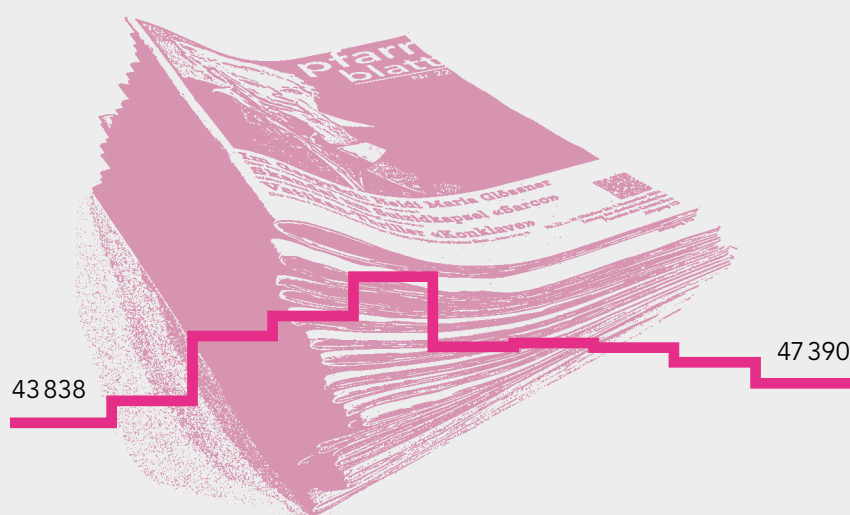
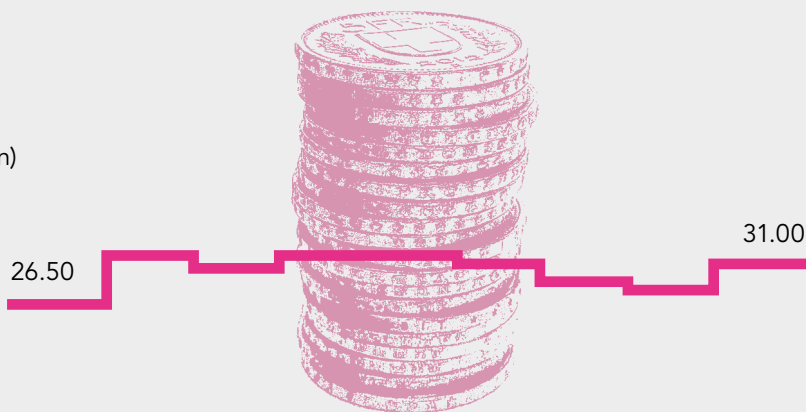
Sparmassnahmen beschneiden Bildbudget

Was das Team nebst dem Wechsel in der Chefredaktion weiter beschäftigt, sind die Sparmassnahmen, die Auswirkungen aufs «pfarrblatt»-Bildbudget haben. «Seit März dürfen wir nicht mehr auf Profibilder von Fotograf:innen, Keystone usw. zurückgreifen, sondern sollen mit möglichst kostenfreien oder günstigen Symbolbildern und Stockfotos sowie selbst gemachte (Handy-)Fotos arbeiten», berichtet Anouk stellvertretend für alle. «Inwiefern sich das im Print und online auf die Qualität und Wirkung von Bild und Text auf die Qualität und Wirkung von Bild und Text auswirkt, wird sich weisen.»

Abopreise, Auflagen und Eigenkapital

Abopreise:

1994–1996:	Fr. 26.50 (alle Ausgaben)
1997–2010:	Fr. 32.00 (Ausgabe Bern)
1997–2010:	Fr. 30.50 (übrige Regionen)
2005:	Fr. 32.00
2010:	Fr. 32.00
2011:	Fr. 31.00
2015:	Fr. 29.00
2020:	Fr. 28.00
2025:	Fr. 31.00




Auflagen:

1994:	43 838
1996:	45 844
2005:	51 734
2010:	53 635
2015:	57 120
2020:	50 727
2021:	51 076
2022:	50 697
2023:	49 346
2024:	47 390

Eigenkapital:

31.12.1994:	CHF 268 592
31.12.2010:	CHF 232 371
31.12.2015:	CHF 407 271
31.12.2020:	CHF 887 698
31.12.2023:	CHF 869 948
31.12.2024:	CHF 742 729
31.12.2025:	CHF 671 729 (gemäss Budget)
31.12.2026:	CHF 533 229 (gemäss Budget I)
31.12.2026:	CHF 626 229 (gemäss Budget II)





2023: Redesign «pfarrblatt» mit neuem Gestaltungskonzept, einem magazinartigen Mantelteil und dem Pfarreiteil.

2022: Die Vereinsversammlung genehmigt das Gesamtkonzept Medienverbund «pfarrblatt» mit Print, Web und Social Media. Eine 40-Prozent-Stelle als Social-Media-Content-Manager wird geschaffen und Sarah Gloor eingestellt.

2010: Angelika Boesch wird pensioniert. Andreas Krummenacher wird Nachfolger als Redaktor und ab 2018 als Chefredaktor von Jürg Meienberg, der in Pension geht.

20. August: Ökumenisches Jubiläums-Sommer-Gartenfest zu 125 Jahre «saemann» und 100 Jahre «pfarrblatt» im Garten des aki an der Alpeneggstrasse 5 in Bern.

Redesign: Am 1. Advent erscheint das «pfarrblatt» weiterhin als Wochenzeitung, dann aber als Gesamtausgabe mit 32 Seiten, im Vierfarbendruck, mit einem neuen Gestaltungskonzept.

2000: Simon Spengler wechselt zum «Sonntagsblick». Jürg Meienberg wird neuer Redaktor.

1994: Redaktor Franz Wäger wird nach 21 Jahren pensioniert. Das neue Redaktions-Team bilden Angelika Boesch und Simon Spengler. Herausgeberpräsident wird der Publizist und Radio-Journalist Otmar Hersche.

1974: Erstes gemeinsames «pfarrblatt» mit drei Regionalausgaben – Bern Stadt, Mittelland und Oberland. Die neue Wochenzeitung erscheint neu im Tabloidformat und wird zweifarbig.

1973: Es gelingt, alle Pfarreien des ganzen deutschsprachigen Kantons Bern (alter Kantonsteil) in der «pfarrblatt»-Gemeinschaft zusammenzuführen. Franz Wäger war ab 1974 erster Redaktor. Er sagt rückblickend: «Die Aufgabe war aber auch schwer, weil eine vielschichtige Bevölkerung unterschiedliche Wünsche vortrug: mehr Nachrichten und mehr Erbauung, mehr Diskussion und mehr Kritik, mehr für die Älteren und mehr für die Jüngeren.»

1959: Das «pfarrblatt» wird neu nicht mehr allein vom Pfarramt Dreifaltigkeit herausgegeben, sondern von acht in der Gesamtkirchengemeinde Bern zusammengeschlossenen Pfarreien.

1955: Das «Korrespondenzblatt» wird in «pfarrblatt» umbenannt. Es bleibt eine Wochenzeitung für die römisch-katholische Gemeinde Bern.

1910: Am 5. November erscheint das erste «pfarrblatt» noch unter dem Namen «Korrespondenzblatt» für die römisch-katholische Pfarrei Bern. Es erscheint jeden Samstag im A5-Format. Redaktioneller Leiter ist Pfarrer Joseph Emil Nünlist.

Bern, 1. April 2025

Einladung/Traktanden

Liebe Delegierte

Die «pfarrblatt»-Vereinsversammlung findet am **10. Mai 2025** im Pfarreisaal der römisch-katholischen Pfarrei Maria Himmelfahrt, **Friedeggstrasse 12 in Burgdorf** statt. Wir treffen uns ab 9.15 Uhr zu Kaffee und Gipfeli. Die Versammlung beginnt um 9.45 Uhr. Ab 12 Uhr gibt es ein Apéro riche.

Traktanden:

1. Begrüssung durch Raphael Fankhauser, Kirchgemeinderatspräsident
2. Spiritueller Impuls Manuel Simon, Gemeinde- und Pastoralraumleiter
3. Genehmigung der Traktandenliste und Wahl der Stimmzählenden
4. Genehmigung Protokoll der Hauptversammlung vom 4. Mai 2024
5. Jahresbericht 2024 der Präsidentin
6. Jahresbericht 2024 der Redaktion
7. Jahresrechnung 2024 und Revisionsbericht
8. Budget 2026 inklusive Abo-Preiserhöhung von Fr. 31.– auf Fr. 33.–
9. Wahlen
 - a) **Blanca Burri**, bisher, als Präsidentin der «pfarrblatt»-Gemeinschaft Bern
10. Mögliche Anträge der Delegierten
11. Verschiedenes

Anmeldung bis 2. Mai an: info@pfarrblattbern.ch oder 031/327 50 50

Die Statuten in Artikel 4 sehen vor, dass jede Pfarrei der «pfarrblatt»-Gemeinschaft **drei Delegierte** an die Versammlung entsenden kann. Erstens eine:n Seelsorger:in, zweitens eine:n vom Pfarreirat oder (wo ein solcher nicht besteht) von der Kirchgemeinde zu bestimmenden Laien und drittens ein Mitglied des Kirchgemeinderats.

Seien Sie herzlich willkommen in Burgdorf.

Blanca Burri, Präsidentin



Das vollständige Protokoll 2024 und Details zur Vereinsversammlung 2025 finden Sie unter www.pfarrblattbern.ch/de/pfarrblatt-verein oder via QR-Code.

«pfarrblatt»-Gemeinschaft Bern

Samstag, 4. Mai 2024, 9.45–12 Uhr, Pfarrei Heiliggeist, Schloss-Strasse 4, Interlaken

Protokoll der ordentlichen Vereinsversammlung 2024 – Zusammenfassung

Die Vereinsversammlung vom 5. Mai 2024 in Interlaken stand im Zeichen personeller Veränderungen sowie neuer Schritte beim Nutzen von Synergien und systematischer Umsetzung der Strategie von Social Media.

Neue Wege

Seit Dezember 2023 hat das «pfarrblatt» mit Sarah Gloor eine eigene Social-Media-Managerin. Sie konnte den Auftritt auf Instagram und Facebook sowie den Newsletter bereits attraktiver gestalten und damit jüngere Personen als Leserschaft gewinnen. Der digitale Newsletter erscheint nun alle zwei Wochen, abwechselnd mit dem gedruckten «pfarrblatt». Er zählt bereits ca. 300 Abonnent:innen.

Neu erscheinen auch zwei Podcasts pro Jahr, welche Sylvia Stam in Zusammenarbeit mit dem Radio KiBeo produziert und welche dauerhaft auf der Homepage abrufbar sind.

Sylvia Stam präsidiert neu die Arbeitsgemeinschaft der deutschsprachigen Pfarrblätter der Schweiz, und die Zusammenarbeit dort hat sich bereits intensiviert. Ein Beispiel dafür war die redaktionell aufgeteilte Aufbereitung der Missbrauchsstudie, wobei zeitnah und professionell berichtet werden sowie auch den Opfern eine Stimme gegeben werden konnte.

Erstmals erschien ein «pfarrblatt»-Themenmagazin, das der Dezember-Ausgabe beilag und dem Schwerpunkt Liturgie gewidmet war. Neben der Leseordnung für das ganze Kirchenjahr, erklärten Expert:innen beispielsweise, wie die Form des Gottesdienstes entstand, was eine gute Predigt ausmache und ob man antiquiert klingende Formulierungen zwingend gebrauchen müsse.

Eine der Hauptaufgaben des Vorstandes wird im folgenden Jahr sein, die Finanzierung des «pfarrblatt» neu aufzugleisen, weil die Abozahlen tendenziell sinken und es andererseits vermehrt auch online gelesen wird.

Personelle Veränderungen

Andreas Krummenachers Weggang war im letzten Jahr ein grosses Thema. Auf der Versammlung wurde er nun offiziell verabschiedet. Mit würdigenden Beiträgen – ob verlesen, per Videobotschaft oder direkt vor Ort – bedankten sich langjährige Weggefähr:innen, Team und Vorstand bei Andreas und wünschten ihm alles Gute für seine zukünftige Tätigkeit als Gymnasiallehrer.

Zwei Vakanzen im Vorstand wurden mit der Wahl von Karl-Martin Wyss als Vertreter für die Kirchgemeinden Region Bern sowie Jure Ljubic als Vertreter für die Pastoral Berner Oberland neu besetzt.

Annalena Müller wird als neue Chefredaktorin ihre Arbeit am 1. Juli 2024 beginnen. Sie stellte sich kurz vor und freut sich auf die Herausforderungen, mit dem Team auch gesellschaftlichen Themen wie Armut, Solidarität, Krieg und Frieden journalistisch so aufzuarbeiten, dass Kirchenfernere, sogenannte «Kulturkatholik:innen», wieder vermehrt erreicht werden.

«pfarrblatt»-Gemeinschaft Bern

Bilanz

Aktiven	per 31.12.2024		per 31.12.2023	
Umlaufvermögen				
Valiant Bank, Bern		1 027 742.72		614 656.94
Postfinance		8 491.35		23 491.17
<i>Total flüssige Mittel</i>		<i>1 036 234.07</i>		<i>638 148.11</i>
Guthaben Verrechnungssteuer		961.30		0.00
MWST		13 659.40		22 325.01
Übrige kurzfristige Forderungen		14 620.70		22 325.01
Aktive Rechnungsabgrenzung		12 030.28		17 861.38
<i>Aktive Rechnungsabgrenzung</i>		<i>12 030.28</i>		<i>17 861.38</i>
Total Umlaufvermögen		1 062 885.05		678 334.50
Anlagevermögen				
Valiant Bank, Bern, Festgeldkonto		0.00		500 000.00
<i>Finanzanlagen</i>		<i>0.00</i>		<i>500 000.00</i>
Mobilien, EDV		1 602.49		2 402.49
<i>Mobile Sachanlagen</i>		<i>1 602.49</i>		<i>2 402.49</i>
Total Anlagevermögen		1 602.49		502 402.49
Total Aktiven		1 064 487.54		1 180 736.99
Passiven	per 31.12.2024		per 31.12.2023	
Fremdkapital				
Kreditoren		149 901.84		178 076.01
Kontokorrent Kirchgemeinde		120 219.80		45 529.95
Passive Rechnungsabgrenzungen		1 636.90		4 183.20
<i>Total kurzfristiges Fremdkapital</i>		<i>271 758.54</i>		<i>227 789.16</i>
Rückstellung Adressverwaltung		0.00		33 000.00
Rückstellung Zukunft «pfarrblatt»		50 000.00		50 000.00
<i>Total langfristiges Fremdkapital</i>		<i>50 000.00</i>		<i>83 000.00</i>
Total Fremdkapital		321 758.54		310 789.16
Vereinsvermögen				
Vortrag per 01.01.	869 947.83		885 235.83	
Aufwandüberschuss	-127 218.83	742 729.00	-15 288.00	869 947.83
Total Passiven		1 064 487.54		1 180 736.99

Erstellt von Keel Treuhand AG, 20.03.2025

«pfarrblatt»-Gemeinschaft Bern

Erfolgsrechnung

	Budget 2024	Rechnung 2024	Budget 2025	Budget 2026 I	Budget 2026 II
Einnahmen					
Pfarrblätter	1 612 000.00	1 469 090.00	1 519 000.00	1 441 500.00	1 534 500.00
Beilagen	0.00	7 747.00	0.00	0.00	0.00
Zinsen	0.00	2 871.55	0.00	0.00	0.00
Total Einnahmen	1 612 000.00	1 479 708.55	1 519 000.00	1 441 500.00	1 534 500.00
Aufwand					
Vorstufe/Druck/Papier/Spedition	430 000.00	428 741.46	430 000.00	400 000.00	400 000.00
Porti für Versand	410 000.00	352 447.00	390 000.00	380 000.00	380 000.00
Bildmaterial	50 000.00	80 874.27	50 000.00	30 000.00	30 000.00
Löhne/Honorare Redaktion	340 000.00	358 149.13	353 000.00	380 000.00	380 000.00
AHV/ALV und Personalversicherungen	38 000.00	35 780.40	39 000.00	40 000.00	40 000.00
Personalvorsorge	41 000.00	47 753.35	50 000.00	50 000.00	50 000.00
Übriger Personalaufwand	20 000.00	23 081.62	25 000.00	25 000.00	25 000.00
Freie Mitarbeiter	45 000.00	69 730.85	50 000.00	70 000.00	70 000.00
Bürom. Red. inkl. NK/URE Büroeinrichtung/Vers./Geb./Ents.	37 000.00	36 350.90	37 000.00	39 000.00	39 000.00
Abo, Presseagenturen, Zeitungen	15 000.00	14 751.78	15 000.00	5 000.00	5 000.00
Telefon Redaktion	4 000.00	4 588.00	4 000.00	5 000.00	5 000.00
Internet/Web-Services	30 000.00	34 456.18	20 000.00	5 000.00	5 000.00
Vorstand/Beirat/DV/Sitzungen/ Retraite	20 000.00	24 691.45	28 000.00	28 000.00	28 000.00
Verwaltung, Adressverwaltung	40 000.00	37 750.20	40 000.00	40 000.00	40 000.00
Woodwing	35 000.00	61 084.84	56 000.00	60 000.00	60 000.00
Neukonzept und Redesign, Sekretär:innenschulung	30 000.00	5 075.00	20 000.00	5 000.00	5 000.00
Bürounkosten Redaktion und Diverses	7 000.00	5 496.35	7 000.00	7 000.00	7 000.00
Dossiers und «pfarrblatt»- Veranstaltungen	15 000.00	17 723.09	15 000.00	10 000.00	10 000.00
Abschreibungen	5 000.00	1 402.05	1 000.00	1 000.00	1 000.00
Auflösung Rückstellung Adressverwaltung	0.00	-33 000.00	0.00	0.00	0.00
Bildung Rückstellung Zukunft «pfarrblatt»	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Auflösung kathbern Rundungsdifferenz	0.00	-0.54	0.00	0.00	0.00
Total Aufwand	1 612 000.00	1 606 927.38	1 590 000.00	1 580 000.00	1 580 000.00
Ertrags-/Aufwandüberschuss (-)	0.00	-127 218.83	-71 000.00	-138 500.00	-45 500.00
Auflage und Preis Abonnement (zzgl. 2,6% MWST)	52 000 à CHF 31.00	47 390 à CHF 31.00	49 000 à CHF 31.00	46 500 à CHF 31.00	46 500 à CHF 33.00

Erstellt von Keel Treuhand AG, 20.03.2025

«pfarrblatt»-Gemeinschaft Bern

Bericht der Revisoren zu Händen der Vereinsversammlung

Die unterzeichnenden Revisoren haben heute die Jahresrechnung der Pfarrblatt-Gemeinschaft Bern, abgeschlossen per 31. Dezember 2024, geprüft.

Zur Revision standen uns die Buchhaltung sowie sämtliche Belege zur Verfügung. Die ausgewiesenen Vermögenswerte von Postfinance und Banken haben wir mit den entsprechenden Saldoausweisen der Finanzinstitute verglichen und als richtig befunden. Anhand von Stichproben haben wir festgestellt, dass sich der Abschluss mit den ordnungsgemäss geführten Büchern in Übereinstimmung befindet. Die Bilanzsumme beträgt CHF 1'064'487.54. Die Gewinn- und Verlustrechnung 2024 weist einen Aufwandüberschuss von CHF 127'218.83 aus.

Das Eigenkapital beläuft sich per 31. Dezember 2024 auf CHF 742'729.

Wir empfehlen der Versammlung, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen, und den verantwortlichen Organen Décharge zu erteilen.

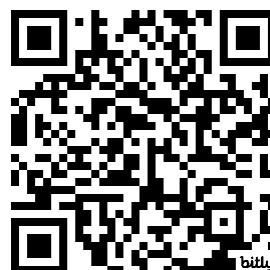
Cristina Laillard
Münsingen

Sarah Janine Hoti
Münsingen

Die Revisoren

Bolligen, 20. März 2025

Bleiben Sie stets informiert
und abonnieren Sie hier
den «pfarrblatt»-Newsletter:
www.pfarrblattbern.ch/de/newsletter



«Der Vorstand ruft dazu auf, über ein Finanzierungsmodell nachzudenken, das pro Mitglied der römisch-katholischen Kirche rechnet, damit jedes Mitglied seine Informationen auf derjenigen Plattform lesen kann, die ihm am nächsten steht: Print, Website oder Social Media.»

Blanca Burri, Präsidentin der «pfarrblatt»-Gemeinschaft

**pfarr
blatt**

Vereinsversammlung 2025
«pfarrblatt»-Gemeinschaft Bern