



Interviews

25 Jahre auf Sendung

Im September 1995 wurde **FENSTER ZUM SONNTAG** zum ersten Mal am Schweizer Fernsehen ausgestrahlt. Nach 25 Jahren ist die TV-Reihe bei den Zuschauern längst etabliert und für viele nicht mehr wegzudenken. 1250 Sendungen mit gegen 4000 Ausstrahlungen auf SRF 1, SRF zwei und SRF info haben jedes Wochenende zehntausende Zuschauer erreicht. **SCHAUFENSTER** hat Peter Spörri, Hanspeter Hugentobler, Michael Bischoff und Peter Stolz einige Fragen gestellt.

Mitte September wird **FENSTER ZUM SONNTAG** 25 Jahre alt – ein Meilenstein. Was geht Ihnen bei dieser Zahl als Erstes durch den Kopf?

Peter Spörri: Als Erstes ein Vierteljahrhundert, Silberhochzeit, junge Erwachsene (lacht). Aber auch eine grosse Dankbarkeit Gott und sehr vielen Menschen gegenüber. Ohne die Hilfe und Unterstützung so vieler Personen wäre ein solches Projekt gar nie zu stemmen gewesen. Fernsehen ist Teamarbeit. Auch, dass wir mit 25 Jahren im besten Alter sind, obwohl mir selbstverständlich auch bewusst ist, dass eine Sendung mit 25 Jahren in der schnelllebigen Medienwelt eher Seltenheitswert hat. Was aber auch belegt, dass sich **FENSTER ZUM SONNTAG** einer grossen Beliebtheit erfreut.

Was waren die grössten Hürden und Herausforderungen in einem Vierteljahrhundert TV-Arbeit?

Da gäbe es viele zu nennen. Sicher der Anfang. Wir mussten geeignete Lokalitäten suchen, um unser Projekt realisieren zu können. So hat die **ALPHAVISION** eine alte Schreinerei zu einem Fernsehstudio mit entsprechender Technik umge-



Peter Spörri ist seit der Realisierung der Studios 1990 in Wangen bei Olten Geschäftsführer der **ALPHAVISION** und der **STIFTUNG CHRISTLICHES FERNSEHEN** sowie Mitinitiator der TV-Reihe **FENSTER ZUM SONNTAG**.

baut. Aber auch die richtigen TV-Macher zu finden, war eine Herausforderung. Weiter der erste Abschluss des Sendevertages mit der SRG und die Gesuchseingabe für eine Sende-konzession beim BAKOM Ende 1993. Aufgrund der Vernehm-

lassung blies uns ein herber Wind entgegen, der darin gipfelte, dass wir nach über einem Jahr nur eine provisorische Pilotkonzession erhielten und der Bundesrat zur Überwachung und Beurteilung von FENSTER ZUM SONNTAG eine zehnköpfige Expertenkommission einsetzte. Nach zweieinhalb Jahren Arbeit und Beobachtung unserer Sendungen kam diese zum Schluss, dass es richtig sei, wenn die ALPHAVISION AG vom Bundesrat eine definitive Sendekonzession für FENSTER ZUM SONNTAG erhalte.

Stets die neuen, notwendigen Techniken anzuschaffen und die entsprechenden Gelder dafür zur Verfügung zu stellen, war oft nicht ganz einfach. Generell war die Finanzierung im-

mer wieder eine Herausforderung, bei der wir oft über Gottes Versorgung einfach nur staunen konnten. Sicher auch eine laufende Herausforderung ist immer noch, die Sendungen weiterzuentwickeln, den neuen Sehgewohnheiten anzupassen und die dazu notwendigen Mitarbeitenden zu finden.

Was wünschen Sie FENSTER ZUM SONNTAG für die Zukunft?

Dass FENSTER ZUM SONNTAG in der Medienlandschaft weitere 25 Jahre eine wichtige, Mut machende und begeistern-de Stimme behält und bei noch viel mehr Menschen Segensspuren hinterlässt.



Michael Bischoff arbeitet seit 2009 bei der ALPHAVISION, zuerst als TV-Redaktor für die Magazinsendungen von FENSTER ZUM SONNTAG und seit 2017 als Chefredaktor.



ALPHAVISION-Regieraum aus dem Jahr 1995

Die Fernsehgewohnheiten ändern sich, die durchschnittliche Nutzung des klassischen Fernsehangebots nimmt seit Jahren langsam, aber stetig ab. Die zeitversetzte Nutzung von TV-Angeboten liegt voll im Trend. Wie geht FENSTER ZUM SONNTAG mit diesen Veränderungen um?

Michael Bischoff: Die Ausstrahlungen auf SRF werden weiterhin das Kerngeschäft sein, aber schon heute sind wir zum Beispiel in den sozialen Netzwerken wie Facebook, Youtube und Instagram aktiv. Auch auf Play SRF, dem Medienportal von SRF oder auf sonntag.ch haben wir steigende Zahlen. Damit bedienen wir ein Publikum, welches unsere Sendung zeitversetzt konsumiert. Diese Kanäle werden auch fernsehtechnisch an Gewicht gewinnen, gerade auch um ein jüngeres Publikum auf uns aufmerksam zu machen. Auf Youtube und Facebook wird selten eine ganze Sendung von 30 Minuten Länge angesehen, darum offerieren wir hier unsere Geschichten auch als Einzelbeiträge. Es gilt heute, unsere Sendungen auf verschiedenen Kanälen zur Verfügung zu stellen.

Welche Themen werden FENSTER ZUM SONNTAG in den nächsten Jahren beschäftigen?

Wir haben ein erwachsenes Zielpublikum, das an Lebens- und Glaubensfragen interessiert ist. Themen wie Beziehun-

gen, Vergebung, Selbstannahme oder Umgang mit Schuld kann man immer bringen. Das hat Menschen 1995 beschäftigt und ist auch heute gefragt. Dann gibt es natürlich auch gesellschaftliche Fragen, die sich ändern und plötzlich aktuell werden wie zum Beispiel die Corona-Krise. Darauf gehen wir ein. Man muss sensibel und aufmerksam bleiben, was momentan gewünscht ist. Wo können wir eine christliche Perspektive anbieten?

Was können die Zuschauer in den nächsten Jahren von FENSTER ZUM SONNTAG erwarten?

Unser Trumpf sind seit 25 Jahren authentische Lebensgeschichten und Protagonisten, die sich im Leben und Glauben bewährt haben. Wir zeigen keine Superhelden, sondern Menschen aus Fleisch und Blut, Menschen mit Kämpfen und Zweifeln, Menschen mit Siegen und Niederlagen. Geschichten, die das Leben schreibt, bleiben zeitlos aktuell, davon bin ich zutiefst überzeugt. In formaler Hinsicht sind wir ehrgeizig, werden unsere Bildsprache immer wieder analysieren und weiterentwickeln.



Hanspeter Hugentobler ist seit 22 Jahren bei ERF Medien und hat FENSTER ZUM SONNTAG während dieser Zeit aus nächster Nähe miterlebt, zuerst als TV-Redaktor, dann als Verantwortlicher der Talks von FENSTER ZUM SONNTAG und aktuell als Geschäftsführer von ERF Medien.

unseres Publikums auf die Sendungen zu lesen – manchmal 400 oder mehr! – und zu spüren: Da sind Menschen Gott begegnet und haben neuen Mut fürs Leben gefasst.

Wie sehen Sie den Mix zwischen Talk und Magazin?

Die beiden Formate ergänzen sich optimal: Manche bevorzugen die Abwechslung des Magazins, andere die «Tiefenbohrung» des Talks – und viele schätzen beide.

Was bewegt Sie, wenn Sie an FENSTER ZUM SONNTAG denken?

Hanspeter Hugentobler: Meine Begeisterung ist eine dreifache: Ich bin begeistert, dass diese TV-Sendung seit einem Vierteljahrhundert auf den Premium-Kanälen von SRF auf Sendung ist. Mich begeistert, dass FENSTER ZUM SONNTAG seit 25 Jahren nicht theologische Streitgespräche abbildet, sondern «Menschen wie du und ich» zu Wort kommen lässt, die über ihre Lebens- und Glaubenserfahrungen berichten. Und am allermeisten begeistert es mich, die Rückmeldungen

Offensichtlich kommt FENSTER ZUM SONNTAG beim TV-Publikum heute noch an. Warum kann sich FENSTER ZUM SONNTAG so lange halten?

FENSTER ZUM SONNTAG hat vor 25 Jahren und bis heute der Versuchung widerstanden, einfach kirchliche Gottesdienste abzufilmen. Stattdessen wurde der aufwendigere Weg beschritten, in Magazinen und Talks mit Menschen über Lebens-, Sinn- und Glaubensfragen ins Gespräch zu kommen. Dieser direkte Bezug zum persönlichen Erleben spricht das Publikum an.

Wie finanziert sich ein Projekt wie FENSTER ZUM SONNTAG angesichts der Tatsache, dass keine Gelder aus dem Gebührentopf zur Verfügung stehen?

Peter Stolz: Ohne Gelder aus dem Gebührentopf oder andere Subventionen der öffentlichen Hand ist FENSTER ZUM SONNTAG auf die Unterstützung einer breiten privaten Trägerschaft angewiesen. Das funktioniert nur, weil uns Zuschauer und Gönner mit Spenden und Sponsoring treu unterstützen. Sie haben den Wert von FENSTER ZUM SONNTAG erkannt und tragen es aus Überzeugung mit. Allerdings ist im Moment die finanzielle Unterstützung rückläufig – die Finanzierung durch Spenden bleibt immer ein Abenteuer.

Ein Ziel ist, das Evangelium von Jesus Christus öffentlich zu machen. Inwieweit gelingt dies mit FENSTER ZUM SONNTAG?

Jede Magazinsendung und jeder Talk zielt darauf ab, einen Aspekt des Evangeliums zu thematisieren. Das geschieht hauptsächlich über die Erfahrungen unserer Protagonisten. Wie weit dies bei unseren Zuschauern ankommt, ist schwer zu beurteilen. Aber es gibt viele Rückmeldungen von Zuschauern, die berichten, wie ihnen FENSTER ZUM SONNTAG Mut gemacht hat oder dass sie wertvolle Impulse für ihre Lebensgestaltung erhalten haben. Vor 25 Jahren gab es nur



Peter Stolz arbeitet seit 1996 bei der ALPHAVISION und ist für die Kommunikation von FENSTER ZUM SONNTAG und Mittelbeschaffung für das FENSTER ZUM SONNTAG-Magazin der ALPHAVISION verantwortlich.

sehr wenig Evangelium in Radio und Fernsehen. Heute sieht das Gott sei Dank anders aus. FENSTER ZUM SONNTAG hat damals eine Pionierrolle wahrgenommen und wesentlich dazu beigetragen, dass der Glaube heute in den Medien verstärkt vorkommt.