

# pro

Heiß geliebt  
und sehr  
umstritten

*Wer hat  
Angst vor  
Harry P.?*



Journalist:  
Carsten  
Heil



Pädagoge:  
Josef  
Kraus



Macher:  
Waldemar  
Murjahn



## Liebe pro-Leser;

selten habe ich so viele Reaktionen auf einen Beitrag erhalten wie auf mein letztes Editorial. Sie erinnern sich: Ich hatte geschrieben, daß viele Christen auf windige Protestaktionen hereinfließen.

Ich hatte zwei Beispiele genannt: Die Verleumdungen gegen die Firma „Procter & Gamble“ und die jährlich wiederkehrenden Proteste gegen ein angeblich gotteslästerliches Filmprojekt. Dabei handelt es sich übrigens nicht um eine Verfilmung des Theaterstücks „Corpus Christi“, wie manche glaubten.

Viel Lob haben wir auch für unsere Aufmachergeschichte über „Pokemon“ erhalten. Und deshalb machen wir diesmal da weiter, wo wir beim letzten Mal aufgehört haben – bei der Medienpädagogik im Kinderzimmer.

Diesmal geht es um Harry Potter. Was steckt dahinter, wenn Elfjährige plötzlich mehrere hundert Seiten starke Wälzer geradezu verschlingen, und ein Kinderbuch mit drei Ausgaben die drei Spitzenplätze der Bestsellerliste hält? Wir haben gelesen, recherchiert und eingeschätzt – die Ergebnisse finden Sie in dieser Ausgabe.

Was noch? Wir haben die Jugendmagazine studiert. Was Bravo & Co. bieten, hat uns mitunter die Schamröte ins Gesicht getrieben. Trotzdem kommen die bunten Hefte an. Wir haben sie analysiert und geben Eltern eine Empfehlung an die Hand.

Wir wollen, daß Menschen Orientierung finden. Niemand ist der Medienflut hilflos ausgeliefert. In einer orientierungslosen Zeit sind Wegweiser wichtig. **Jesus Christus spricht: „Ich bin der Weg und die Wahrheit und das Leben“ (Johannes 14,6).** Von ihm erwarten und erbitten wir jene Orientierung, die wir auf den folgenden Seiten weitergeben.

Dabei ist Christus nicht nur ein Zeichen am Wege, sondern der Weg zum Leben. Das soll die Welt erfahren - durch unsere Arbeit und durch Ihre Unterstützung. Geben Sie die Zeitschrift weiter. Sprechen Sie Freunde und Bekannte an. Das neue Medienmagazin pro – ein gutes Stück Arbeit liegt hinter uns. Eine interessante Ausgabe liegt vor Ihnen.

Herzlichst  
Ihr

Wolfgang Baake

## Inhalt

<b>Aufmacher:</b>	
Hysterie um Harry Potter	4
<b>Bravo, Girl! &amp; Co:</b>	
Was Eltern wissen sollten	7
<b>Pro &amp; Kontra:</b>	
Schulen ans Netz?	10
<b>Lob &amp; Tadel:</b>	
Die Aktion geht weiter	12
<b>Trend:</b>	
Die Generation @	13
<b>Bücherbummel:</b>	
Neues von Hans Steinacker	14
<b>Michaels Meinung:</b>	
Kurioses & Nachdenkliches	16
<b>Zeitung:</b>	
Frommes in BILD & WELT	19
<b>Steckbrief (2):</b>	
Carsten Heil	20
<b>Nobbys Netz:</b>	
Graue Surfer	21



Titelmontage:  
D. Saarburg  
(Carlsen-  
Graphik)

**Impressum:**  
Herausgeber:  
Christlicher Medienverbund KEP  
Christliche Medien-Akademie (CMA)  
Postfach 18 69, D-35528 Wetzlar  
Telefon: (0 64 41) 9 15-151  
Telefax: (0 64 41) 9 15-157

Vorsitzende: Barbel Wilde  
Stellvertreter: Jürgen Werth  
Geschäftsführer: Wolfgang Baake  
pro-Redaktion: Christoph A. Zorb (Leitung),  
Egmond Prill, Johannes Gerloff,  
Michael Hohn, Norbert Schäfer  
pro@kep.de; editor@israelnetz.de

eMail: [www.kep.de](http://www.kep.de); [www.israelnetz.de](http://www.israelnetz.de)  
Internet: [www.cma-medienakademie.de](http://www.cma-medienakademie.de)

Satz/Layout: CAV Wetzlar GmbH,  
Brigitte Dannert

Bildbearbeitung: Daniel Saarburg/Martin Wiemers  
Druck: Druckhaus Gummersbach  
Anzeigen: Michael Hohn  
Bankverbindung: Volksbank Wetzlar-Weilburg  
Kto.-Nr. 1013 181, BLZ: 515 602 31

Dauer-Beiheter: Israel Report

Ein „zauberhaftes“ Kinderbuch hat Erfolg

# Wer hat Angst vor Harry P.?

*Harry Potter: Heiß geliebt und sehr umstritten*

■ Jörg Zander

So etwas hatte selbst London noch nicht erlebt: Die Invasion der Kinder in den Buchhandlungen. Mit ihren Eltern an der Hand waren sie schon nachmittags gekommen, an diesem 8. Juli. Bis zum späten Abend wurden die Schlangen immer länger. Und das wegen eines Buches. Grund: Die neue englische Ausgabe des vierten Bandes von Harry Potter „Harry Potter und der Feuerkelch“ sollte ab Mitternacht verkauft werden.

Mittlerweile wartet ganz Deutschland auf den Start der deutschen Ausgabe. Am 14. Oktober ist es soweit. Mit einer

Rekordauflage von einer Million Exemplaren wird der neue Harry-Potter-Band dann in die Buchhandlungen kommen. „Eine Erstauflage, wie sie im Bereich der belletristischen Titel noch nie erreicht wurde“, kündigte der Carlsson Verlag an, der für die deutsche Ausgabe zuständig ist.

## Das meist vorbestellte Buch aller Zeiten

Der vierte Harry-Potter-Roman der schottischen Autorin Joanne K. Rowling ist bereits heute das meist vorbestellte Buch aller Zeiten. Die Startauflage betrug 3,8 Millionen Exemplare in den USA, eine Million in Großbritannien und 500.000 in Australien und Kanada. Drei Bände sind bereits auf deutsch erschienen: „Harry Potter und der Stein der Weisen“, „Harry Potter und die Kammer des Schreckens“ sowie „Harry Potter und der Gefangene von Askaban“. Auf der aktuellen Rangliste des Hamburger Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“ teilen sie sich die drei Spitzenplätze. Und es ist nur noch eine Frage der Zeit, wann der vierte hinzu kommt. Die Welt ist im „Harry-Potter-Fieber“.

Worum geht es? Held der Serie ist der 11jährige Harry Potter. Durch den Tod seiner Eltern im Kampf gegen den bösen Lord Voldemort wohnt er im Schrank unter der Treppe seiner spießigen Verwandten. So ist er täglich ihren Attacken ausgesetzt, besonders denen seines Cousins Dudley und dessen Freunden. Potters Markenzeichen sind: Abgetragene und viel zu große Kleidungsstücke von Dudley, eine reparierte Brille, zerwuselte Haare und eine Narbe an der Stirn.

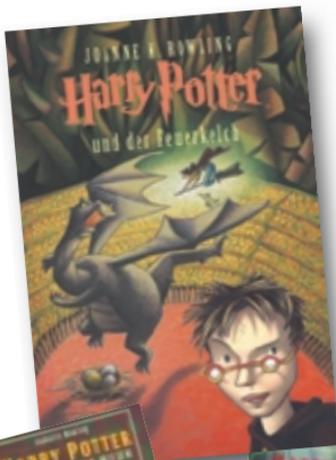


Joanne K. Rowling im „Hogwart-Express“.

Das Abenteuer beginnt durch einen Brief, den er durch eine Eule und durch die sogenannte „Vorsehung“ erhält. Nach einigen Turbulenzen sitzt er dann im Hogwart-Express, der ihn schließlich zum Internat für Hexerei und Zauberei bringt. Geplant ist eine Serie mit sieben Bänden, die auf sieben Jahre hin angelegt ist. Verlegt werden die englischsprachigen Bände vom erst 1996 gegründeten Londoner Verlag Bloomsbury.

## Vom Sozialfall zur Autorin des Jahrzehnts

Eine Abenteuergeschichte mit einer wirklich abenteuerlichen Entstehungsgeschichte: Die Autorin, Joanne K. Rowling, kam nach einer gescheiterten Ehe in Portugal mit ihrer drei Monate alten Tochter Jessica 1994 ins schottische Edinburgh. Die arbeitslose Lehrerin lebte in einer eiskalten Wohnung von der Sozialhilfe. Die Hamburger Illustrierte „Stern“ beschrieb die Entstehung von Harry Potter so: „Jeden Morgen schob sie den Kinderwagen bis zu 'Nicholson's Restaurant', wo es warm war, bestellte sich einen Espresso -



mehr reichte es nicht - und schrieb mit der Hand, bis Baby Jessica aufwachte. Sie schreibt und pafft noch immer gern in rauchigen Cafés - und als frischgebackene Millionärin kann sie sich jetzt auch mal zwei Espressi bei 'Nicholson's' gönnen...' Mittlerweile ist Joanne K. Rowling die drittreichste Frau Großbri-

Erfolgszahlen aus Großbritannien und den USA einliefen, als die Autorin bekannter wurde durch Feature und Interviews, als die Lebensgeschichte von Joanne K. Rowling auf den vermischten Seiten der Zeitungen erschien - explodierten die Verkaufszahlen", berichtet „Die Welt“.

Harry Potter ist ein Phänomen, über das in der Presse immer wieder berichtet wird. Kinder und Jugendliche, die sonst nie im Leben freiwillig ein Buch angefaßt hätten, verschlingen plötzlich dicke Wälzer in Rekordzeit. Auch im Internet wächst die Zahl der Harry-Potter-Fans. „Ich haßte Bücher, bis ich Harry traf“, heißt es da. In „Second-Hand-Buchläden“ schaffen es die aussortierten Potter-Bände selten bis ins Regal. Zu beliebt sind sie beim Personal.

Also: Alles klar mit Harry? Nein. Die Meinungen gehen weit auseinander. Der Buchhandel jubelt ob des Verkaufserfolges. Die Vorsitzende des Sortimenter-Ausschusses beim Börsenverein des deutschen Buchhandels, Marianne Fricke, outete sich in der „Süddeutschen Zeitung“ als „ausgesprochener“ Harry-Potter-Fan. „Das ist Phantasie, Grusel, Herzschmerz und ganz viel Spannung.“

## Kritik: Nicht alles ist wirklich echt und neu

Andere meinen, nicht alles an Harrys Abenteuer sei wirklich neu. Sie bemerken, daß viele Elemente in den Potter-

Bänden schon in anderen sehr erfolgreichen Werken enthalten seien. Als Beispiele werden immer wieder Michael Endes „Unendliche Geschichte“; J.R.R. Tolkiens „Herr der Ringe“ oder die „Narnia“-Erzählungen von C.S. Lewis angeführt. Harry Potter reiche aber in seiner Erzählstruktur nicht an diese Werke heran, sondern sei eine „verdichtete Sammlung von willkürlich aufnotierten Ideenfragmenten“, bemängelt etwa einer der profiliertesten christlichen Buchrezensenten, der Journalist Uwe Rauschelbach.

## Wie steht es mit dem Okkultismus?

Zudem gibt es gerade im christlichen Bereich Kritik, daß Harry Potter zwar einige gute Ideen enthalte, aber letztlich auf eine Verharmlosung von okkulten Praktiken hinauslaufe.

Doch scheinen die wenigsten Potter-Gegner unter den „Muggles“ (so heißen die „Normalsterblichen“ bei Harry Potter) sich die Mühe gemacht zu haben, einen Potter zu lesen.

Klar, gibt es in den Büchern eine Menge an Hokuspokus. Doch es geht auch um Verhaltensweisen, wie Loyalität, Freundschaft, Tapferkeit, Verantwortung, Teamgeist. Dies alles wird zu recht gewünscht, aber nur wenig praktiziert. So gesehen enthalten die Potter-Bände durchaus auch positive Elemente und sollten auch diejenigen Leser nachdenk-

Anzeige

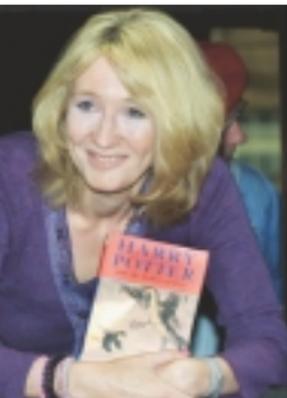


FOTO: AP

tanniens. Ihr Vermögen schätzen Verlagsexperten auf umgerechnet 50 Millionen Mark. Und das in dreieinhalb Jahren.

## Was in England geht, läuft auch in Deutschland

Was in England geht, verkauft sich auch in Deutschland. Der Carlsen Verlag ist - dank Harry Potter - von der Nummer sieben auf der Rangliste der deutschen Jugendbuch-Verlage zur Nummer zwei aufgestiegen. Wurden 1999 rund 27 Millionen Mark umgesetzt, rechnet man für 2000 mit dem Doppelten.

Die Berliner Tageszeitung „Die Welt“ schreibt: „Ein Plus von 100 Prozent ist in der gebeutelten Verlagsbranche so selten wie ein Alpenveilchen in der Wüste.“

Im vergangenen Jahr wurde in Deutschland beim dritten Band fast die Höhe der gesamten Erstauflage (20.000) an einem Tag verkauft. Inzwischen sind von allen drei Bänden knapp zwei Millionen Exemplare abgesetzt worden, wobei die Gesamtauflage weltweit 40 Millionen Exemplare umfaßt. Dabei hatte Harry Potter Startschwierigkeiten auf dem deutschen Buchmarkt. „Erst als die

**Das Tor zum Heiligen Land!**  
[www.israelnetz.de](http://www.israelnetz.de)

Der Informationsservice mit eigenem Korrespondentenbüro in Jerusalem. Hintergrundberichte und Analysen von Johannes Gerloff (Foto).

Infos zu Vortragsreisen:  
**Christlicher Medienverbund KEP**  
Postfach 1869  
35528 Wetzlar  
Fon 06 41 41- 91 51 51  
Fax 06 41 41- 91 51 57  
eMail [kep@kep.de](mailto:kep@kep.de)

## Pressestimmen zu Harry Potter

Die nationale und internationale Presse jubelt Harry Potter zum Medienereignis hoch. Hier einige Auszüge:

»Eng wird es auch unter den Top Ten, wo Harry Potter Band für Band auf den Spitzenplätzen parkt - die Serie ist auf sieben Teile angelegt, da wird es langsam ziemlich kritisch für Michael Crichton und Stephen King, Patricia Cornwell und John Irving. Bei uns ist Platz vier noch bis zum 14. Oktober frei.«

*Süddeutsche Zeitung, „Streifenlicht“, 10.07.00*

»Joanne K. Rowling steht in der Tradition der großen englischen Kinderbuchklassiker: Autoren wie Lewis Carroll (Alice im Wunderland), A. A. Milne (Pu, der Bär), Kenneth Grahame (Wind in den Weiden) und Edith Nesbit (Die Schatzsucher) zeichneten sich dadurch aus, dass sie für Kinder nicht „gleichsam in Kniebeuge“ schrieben, wie Erich Kästner es spöttisch seinen deutschen Kollegen vorgeworfen hat.«

*Die Zeit, 13.07.00*

»"The Goblet of Fire", ein großes, intelligentes und dynamisches Buch, nimmt in der Mitte der auf sieben Bände angelegten Serie endlich den Stellenwert ein, der dem ganzen Unternehmen eine feste Form und Richtung gibt, ohne die zauberhafte Unschuld der Geschichte zu verlieren. Frau Rowling belegt überzeugend, was vorher schon wunderbar offensichtlich hätte sein sollen: daß die Potter-Bücher deswegen so populär sind, weil sie einfach gut sind.«

*The New York Times, 10.07.00*

»Hoch motivierte Angestellte vergessen morgens aus der S-Bahn auszusteigen, weil sie unbedingt das Kapitel zu Ende lesen müssen. Seit die Potter-Bücher auch in den Chef-Etagen aufgetaucht sind, häufen sich auch im Management die plötzlichen Krankmeldungen.«

*– Berliner Zeitung - 24.03.00*

»Das Harry-Potter-Fieber...verweist auf Tolkien oder Jostein Gaarders Sophies Welt, doch die waren nicht so flächendeckend.«

*– Die Zeit - 23.3.00*

»Durch dieses Buch nimmt die Kinderliteratur ausnahmsweise wieder an einem Prozeß teil, von dem sie längst abgekoppelt ist, den sie aber eigentlich mitbegründet hat: der Schöpfung eines kollektiven Geschichtenfundus für Kinder, aber nicht nur für sie.«

*Frankfurter Allgemeine Zeitung - 22.3.00*

Quelle: www.harrypotter.de

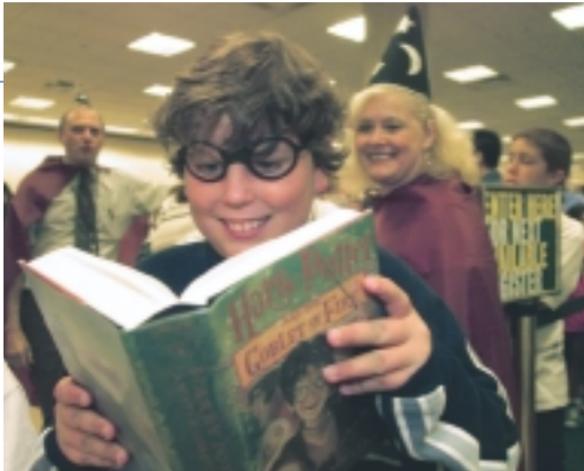


foto: AP

lich stimmen, die Harry Potter als eine „Einführung in den Okkultismus“ bezeichnen. Nicht die Einführung ist es. Der gravierende Punkt ist vielmehr die Verharmlosung von okkulten Praktiken und okkulten Gegenständen. Und hier haben die Bücher ihre Achillesferse. Die Potter-Bände erwecken zu unrecht den Eindruck, daß Zauberer und Geister nett und harmlos seien. Auch ist es gefährlich zu vermitteln, daß Magie in Ordnung sei, wenn sie mit einer intakten moralischen Einstellung geschieht.

Hier muß unser christliches Gedächtnis wie ein Wecker rappeln, wenn wir an Stellen im Wort Gottes denken, die uns deutlich machen, daß Zauberer, Teufel und Dämonen existieren und sowohl real als auch mächtig und gefährlich sind (zum Beispiel 5. Mose 18, Verse 9-13). Gerade wenn wir in Buchhandlungen kommen, die ihre Harry-Potter-Präsentation mit Kristallkugeln, Hexenbesen und anderen zwieltichtigen Accessoires ausstaffiert haben. Hier ist die Gefahr zu groß, daß unbewußt Werte, Praktiken und Ansichten übernommen werden, die denen der Bibel entgegenstehen. Gerade dann, wenn das Weltbild noch nicht gefestigt ist, können falsche Weichenstellungen großen Schaden anrichten.

## Was ist zu tun mit Harry P.?

Was sollen christliche Eltern tun, wenn die Kleinen partout auch Harry Potter lesen möchten, weil das „alle in unserer Klasse tun“? Die Autorin selbst sagt: „Ich warne alle Eltern davor, meine Bücher an Erst- und Zweitklässler zu geben, die können die dunklen Seiten der Zauberwelt noch nicht verkraften“. Recht hat sie.

## Harry Potter ist der Liebling der Kinder.

Sicher, es gibt literarisch wie moralisch bessere Literatur als die Romane von Joanne K. Rowling. Wer sie nicht liest, verpaßt nichts Wichtiges. Doch sollte man die sozialen Verhaltensweisen, die in den Potter Bänden beschrieben werden, dazu nutzen, um mit den vielen Fans, die es mittlerweile gibt, ins Gespräch zu kommen. Hier liegt der Schlüssel zu den Empfindungen einer neuen Generation, die versucht, ihr Schicksal mit geheimnisvollen Mitteln selbst in die Hand zu nehmen. Harry Potter ist der Looser (Verlierertyp), der durch den „Wink des Schicksals“ die Chance seines Lebens erhält und ganz groß rauskommt. Nicht nur er allein, sondern das Team an sich trotz allen Wirrnissen, die sich ihnen in den Weg stellen.

## Gähnende Leere bleibt

Auch der Tod ist kein endgültiges Aus. Gerade im ersten Band, als der „Stein der Weisen“ vernichtet wurde und somit die Aussicht auf ewiges Leben und Macht verschwand, steht geschrieben (Band 1, Seite 320, 2. Absatz, englische Ausgabe): „...für einen gut organisierten Verstand ist der Tod nur der Eingang in ein neues Abenteuer“. Doch gefüllt wird diese Sichtweise nicht. Zurück bleibt eine gähnende Leere mit der Aussicht: „Es wird schon irgendwie weitergehen. Wir haben ja noch die Zauberei“.

Gerade mit dem christlichen Glauben und der Überzeugung, es besser zu wissen, sollte es möglich sein, besonders Harry-Potter-Fans deutlich zu machen, wie sie zu einem erfüllten und sinnvollen Leben finden können.

Was Eltern über Jugendzeitschriften wissen müssen

# Nicht *alles* ist einfach nur *harmlos*

■ Alexander Kupsch

„Was ist ein Dildo?“ will Angelika (13) wissen. Das verständnisvoll-sachverständige Dr.-Sommer-Team antwortet prompt: „Dildos, liebe Angelika, gehören zu den Sexspielzeugen (Sex-toys). Der Begriff leitet sich ab vom englischen Wort „delight“ (Vergnügen) oder auch von „to dilate“ (ausweiten).“ Angelika weiß jetzt Bescheid. Zwei Millionen „Bravo“-Leser (750.000 Hefte werden verkauft) zwischen elf und 17 Jahren auch.

Soviele Jugendliche lesen allein die „Bravo“. Nimmt man die Auflagenzahlen ähnlicher Zeitschriften hinzu, wird schnell klar: Der Markt für derartige Magazine ist riesig. Hatte die „Bravo“ vor einigen Jahren noch eine nahezu monopolartige Stellung inne, so muß sie sich diesen Markt heute mit vielen Konkurrenten teilen – die Zahl der Auflagen sinkt, die Zahl der angebotenen Zeitschriften steigt. So gibt es neben „Bravo“, „Bravo GIRL“ und „Mädchen“, auch „Sugar“, „16“, „Blond“, „Popcorn“, „Yam!“ und viele mehr.

## „Bravo“-Lesen gehört zum Großwerden

Die Inhalte dieser Publikationen sorgen inzwischen kaum noch für Aufregung, „Bravo“ und Co. haben sich längst gesellschaftlich etabliert. „Bravo“-Lesen gehört zum Großwerden einfach dazu!

**„Warum darf ich nicht die ‚Bravo‘ lesen – die lesen doch alle in meiner Klasse?“ Viele Eltern kriegen das zu hören, wenn sie der Auffassung sind, daß es bessere Lektüre für Teenager gibt. Die Jugendzeitschriften auf dem deutschen Markt sind flott gemacht und gut geschrieben. Doch die Inhalte schockieren nicht wenige Eltern. Wir haben die einschlägigen Heftchen gelesen und analysiert – vom „Britney Spears-Starschnitt“ bis zu den ultimativen „Flirt-Tips“. Hier kommt das Ergebnis.**

heißt es, und damit ist die Diskussion, darüber, ob die Zeitschrift für Jugendliche geeignet ist oder nicht, schnell vom Tisch.

In christlichen Familien sieht das meist anders aus: Kinder entwickeln natürli-

cherweise ein Interesse für das, was alle lesen, für das, worüber alle reden. Ist die erste „Popcorn“, „Mädchen“ usw. dann einmal im Haushalt gelandet, sind Streit und Zwietracht nicht mehr fern. Die Eltern, überzeugt davon, daß es sich bei betreffender Zeitschrift um alles andere als die geeignete Lektüre für das eigene Kind handelt, stempeln die Blätter kurzerhand als „Schweinerei“ oder ähnliches ab und verbieten den Kauf fortan kategorisch. Daß die Jugendlichen „Bravo“ und anderes dann trotzdem und heimlich lesen, ist wahrscheinlich nicht die Ausnahme.

## Mitlesen – statt einfach verbieten

Eine Vorverurteilung dieser Blätter hilft kaum weiter. Statt dessen sollten sich die Eltern mit den entsprechenden Zeitschriften und ihren jeweiligen Inhalten auseinandersetzen, um diese dann wirklich beurteilen zu können.

„pro“ hat die wichtigsten auf dem Markt erhältlichen Magazine untersucht. Neben dem auf alle Jugendlichen abzielenden Blatt „Bravo“ erscheinen im Jugendsegment fast ausschließlich für die weibliche Leserschaft bestimmte Zeitschriften. Von „pro“ getestet: „Bravo“, „Bravo GIRL“, „Mädchen“, „Sugar“ und „16“.

„Bravo“, das hinlänglich bekannte Zugpferd des Heinrich-Bauer-Verla-





ges, richtet sich sowohl an Jungen als auch an Mädchen im Alter von 11 bis 17 Jahren. Das Blatt setzt hauptsächlich auf Stars von Kino, Fernsehen und Musik.

## Starschnitt und ein Foto vom „süßen Kim“

Über diese Stars und Sternchen erfährt der Leser in Berichten, Interviews und Klatschspalten alles, was er „wissen muß“. Dazu gehören natürlich auch Poster, Starschnitt und das Nacktfoto vom süßen Kim Frank auf der letzten Seite. Dazwischen gestreut sind Witze, Comics, Rätsel, TV-Programm, Fotostory, Psychotests, selbstverständlich ein Horoskop und die „Aufklärungsseiten“ mit dem Dr.-Sommer-Team.

Weniger oberflächlich geht es in der Rubrik „Report“ zu: hier berichtet die „Bravo“ beispielsweise über jugendliche Raser, Tierquälereien oder soziales Engagement. Dies geschieht zwar, wie bei allen anderen Beiträgen auch, in bester BILD-Zeitungsmanier (viele Bilder, wenig Text), Inhalt und Botschaft sind jedoch in Ordnung.

## Love & Sex: Ungefiltert starker Tobak

Ganz anders sieht das in der Rubrik „Love & Sex“ aus. Hier wird dem minderjährigen Leser ungefiltert starker Tobak geboten. Jugendliche beziehungsweise Kinder stellen Fragen, die „Bravo“-Psychologen antworten und lassen sich über alles von der „Pille danach“ bis zu „extremer Körperbehaarung“ aus.

Der absolute Renner, sowohl in der „Bravo“, als auch in den für Mädchen herausgegebenen Zeit-

schriften („Bravo GIRL“, „Mädchen“, „16“, „Sugar“) sind „Jungs zum Kennenlernen“. Was in der „Bravo“ die „FlirtCards“ mit Details über Marcel, Lars und Michael, sind in „Sugar“ die „Posterboys“ und in der „16“ die „New York City Boys“. In „Mädchen“ gibt es eine Doppelseite mit „10 Boys zum Kennenlernen“, der „Bravo GIRL“ liegt sogar ein Sonderheft mit „33 Traumboys“ bei.

Verträumt, schelmisch, brav oder cool, vor allem aber gaanz süß (und gerne auch oben ohne) blicken sie den Leserinnen von Postern und FlirtCards entgegen und erhöhen so den Bestand an Anhimmlbarem neben den gängigen Boy Groups um ein Vielfaches.

Ansonsten weisen die Zeitschriften für Mädchen durchweg den gleichen Mix aus Unterhaltung, Rätsel, Fotogeschichten und kleinen Tests auf wie die „Bravo“, mit der Ausnahme, daß das Hauptthema nicht Stars und Sternchen, sondern Jungs und Mode ist.

## Den „Traumboy“ um den Finger wickeln

Die Blätter schreiben über Makeup, Maniküre, Pediküre, Schmuck, Frisuren und vor allem darüber, wie man „den Traumboy um den Finger wickelt“. Ganz besonders interessant sind in diesem Zusammenhang natürlich die



„geheimen Wünsche der Jungs“ („Sugar“), wie sie wirklich sind und was sie wirklich denken (*André, 15, würde seinen Kuschelbären für kein Mädchen aus dem Bett werfen – „dafür haben wir zu viel miteinander erlebt!“*).

Das ist soweit alles recht hübsch, banal und größtenteils harmlos. Was jedoch auch in keiner Mädchen-Zeitschrift fehlen darf, sind „Intime Fragen“ und die Berichte übers „erste Mal“. Und hier geht es, so wie in der „Bravo“, ordentlich zur Sache.

Daß die Moral, die den Heranwachsenden in den getesteten Blättern verkauft wird, von christlichen Eltern keinesfalls gebilligt werden kann, ist und bleibt unbestritten. So schreibt das „Expertenteam“ der Zeitschrift „Mädchen“ auf die Frage der 13jährigen Sabrina, ob sie lesbisch sei folgendes: „Weißt du, Sexualität ist für dich absolutes Neuland, das Unsicherheit und Ängste auslöst.“

Also ist es viel einfacher, zusammen mit der besten Freundin dieses Neuland zu entdecken. Mit ihr teilst du viele Gedanken, ihr tickt auf der gleichen Wellenlänge – was liegt näher, als all die Zärtlichkeiten, von denen ihr träumt, zuerst miteinander auszuprobieren?“

## Auch Okkultes kam schon vor

Und nicht nur in diesem Bereich gehen die Wertvorstellungen christlicher Eltern und genannter Zeitschriften weit auseinander. So sind beispielsweise „Bravo“ und „Bravo GIRL“ beim Thema „Okkultismus“ in der Vergangenheit mehrmals negativ aufgefallen. 1996 veröffentlichte die „Bravo“ über acht Wochen hinweg die stark kritisierte Fotostory „Im Bann des Teufels“. Zwei Jahre später berichtete „Bravo GIRL“ über die „Hexe Thea“ und ihren „Liebeszauber“, in der Ausgabe 16/2000 gab es den Test „Hast du übersinnliche Kräfte?“.

Das alles bestätigt natürlich die anfängliche Vermutung der Eltern, daß es sich bei „Bravo“ und den übrigen Jugendzeitschriften um unge-

eigneten Lesestoff für ihre Kinder handelt. Trotzdem sollten sie ein Verbot nicht von oben herab und ohne Begründung aussprechen.

## Was Eltern wirklich erklären müssen

Im Idealfall gehen die Eltern die Magazine mit den Jugendlichen durch und erklären ihnen, was und warum sie es

ablehnen. So bieten sie sich auch als Ansprechpartner bei Themen wie Sexualität und Partnerschaft an, etwas, daß vielen jugendlichen Lesern dieser Zeitschriften ganz offensichtlich fehlt. Andernfalls wäre Dr. Sommer längst arbeitslos.

Keinesfalls sollten sie sich einreden lassen, „Bravo“ und Co. gehörten zum Aufwachen dazu – kein Teenager „braucht“ eine „Bravo“ um groß zu werden.

Fazit: So harmlos der größte Teil der Berichte in „Bravo“, „Bravo GIRL“, „Mädchen“, „Sugar“ und „16“ auch ist – in jeder findet sich mehr oder weniger Ungeeignetes. Das ist mit dem Fernsehen übrigens nicht anders, und deshalb sollte man sie nicht pauschal verurteilen. Nicht zuletzt auch, um Teenager an den selbständigen Umgang mit solchen Inhalten heranzuführen, denn nicht immer haben die Eltern Einfluß auf das, was ihre Kinder lesen, hören und sehen.

Nachgefragt bei: Martin Gundlach

## Christliche Alternative?

Der christliche Zeitschriftenmarkt gilt oft als nicht besonders kreativ. Zu unrecht. In vielen Bereichen haben sich erstaunlich erfolgreiche Blätter für bestimmte Zielgruppen fest am Markt positioniert.

*Wie sieht es im Jugendzeitschriftenbereich aus?* Wir haben nachgefragt bei Martin Gundlach (Foto), Abteilungsleiter für Jugendpublikationen im Bundes-Verlag in Witten.

• *pro: Ist TeensMag die christliche Alternative zur BRAVO?*

Gundlach: Ja und nein. Ja, weil wir uns auch mit einer gut aufgemachten Zeitschrift an Teenager wenden. Ja, weil wir die Lebensthemen der Teenager aufgreifen: Freundschaft, Sport, Lifestyle und so weiter. Darüber hinaus fördern wir in TeensMag dazu heraus, Jesus nachzufolgen. Das fließt natürlich auch in die anderen Bereiche mit ein.

So gesehen sind wir inhaltlich schon eine echte Alternative. Aber wir sind bis jetzt leider noch nicht am Kiosk zu haben, und die Erscheinungsweise unterscheidet sich von BRAVO: BRAVO kommt wöchentlich, TeensMag erscheint nur alle zwei Monate.

• *pro: Haben Sie auch ein „Doktor-Sommer-Team“?*

Gundlach: Wir nehmen Teenager ernst.

Deshalb sind uns auch alle ihre Fragen willkommen. Und wir haben in der Tat ein „help“-Team, wo christliche Experten die Fragen beantworten.

Einen Teil davon veröffentlichen wir auch. Wir merken aber an den Fragen der Teenager, daß auch ihr Leben nicht nur aus Sex, Musik und Vorabendserien besteht, wie manche anderen Magazine das vorgaukeln.

• *pro: Und wie reagieren die Teenager?*

Gundlach: Sie freuen sich, daß sie ernst genommen werden. Wir werden überschüttet von Leserbriefen und help-Briefen. Natürlich ist TeensMag in seinen Inhalten manchen zu fromm, und anderen nicht fromm genug. Aber man wird es nie jedem recht machen können. Inzwischen haben fast 20.000 Jugendliche TeensMag abonniert. Und die Tendenz ist steigend.

• *pro: Wie lange lesen die Teenager denn TeensMag?*

Gundlach: Das ist sehr unterschiedlich. Die meisten steigen somit 17, 18 aus, weil sie sich für andere Themen interessieren. Einige hören leider ganz auf, irgendwas zu lesen, andere steigen um auf unser „Junge-Erwachsenen-Magazin“ „dran“. Da versuchen wir das – auf

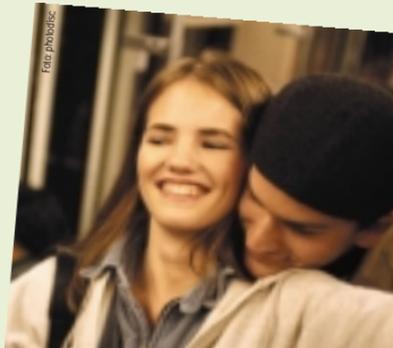


einem etwas anderen Niveau – weiter zu führen, was wir bei TeensMag angefangen haben: zu einer eigenständigen alltagsrelevanten und durchdachten Beziehung zu Jesus hinzuführen.

Kostenlose Probehefte von TeensMag gibt es übrigens bei:

Bundes-Verlag,  
Postfach 4065, D-58426 Witten,  
Tel. 0 23 02/9 30 93-20, Fax -10.

TeensMag erscheint sechs Mal pro Jahr, der Jahresabpreis beträgt DM 32, 40.



Eine Diskussion  
über den Unterricht  
mit dem Computer

# Schulen ans Netz?



Der Computer hält Einzug in der Schule. Bis zum Jahr 2005 - so die Vorstellung - soll jedes Kind regelmäßig mit dem Rechner arbeiten. „Schulen ans Netz“ lautet das Schlagwort. Die Idee: Die Kleinen sollen fit gemacht werden für den Beruf und für das immer komplizierter werdende Informationszeitalter. Das Thema wird derweil kontrovers diskutiert.

Längst nicht alle Pädagogen sind davon begeistert. Einige haben sogar große Bedenken. Grund genug für ein „Pro & Kontra“ in dieser Ausgabe. Für den Einsatz von Computern ist ein mittelhessischer Rektor, Albrecht Schön, dagegen der Vorsitzende des deutschen Lehrerverbandes, der bayerische Gymnasiallehrer Josef Kraus. Nachstehend ihre Argumente.

## Neue Inhalte erschließen

„Der Lehrer bekommt eine neue Berufsaufgabe“ (Atemberaubender Siegeszug der neuen Medien ist in den Schulen

nicht aufzuhalten). So und ähnlich formulieren Printmedien euphorisch den zukünftigen Einsatz von datenverarbeitenden Medien in der Schule.

Angeblieh sei der Unterrichtende vor allem Begleiter und Anleiter der Lernprozesse der Schülerinnen und Schüler. Nach Auffassung vieler Bildungsexperten verändere der Computer das Lernen nachhaltig, der klassische Frontalunterricht werde auf Dauer mit den „schönen bunten Bildern und Diagrammen“ kaum konkurrieren können. Allerdings dürfe es keine „Flucht vor dem Denken in das Wissen“ geben... Wer aber beobachtet, mit welcher Begei-

sterung Schüler sich heute schon zusätzliche Lernmaterialien und Bilder für den Unterricht per Heimcomputer aus dem Netz ziehen, sieht, daß der Siegeszug der neuen Medien auch in den Schulen nicht aufzuhalten ist.

Nicht wenige meiner Schülerinnen und Schüler überraschen mich mit „Ergebnissen“ von Internetadressen wie [www.hausaufgaben.de](http://www.hausaufgaben.de) oder [www.referate.de](http://www.referate.de). Allerdings ist hier bei den Vorlagen unbedingt nachzuprüfen, welchen Anteil die Eigenleistung der/s Referierenden besitzt ...!

Der Personalcomputer (PC) im Kinderzimmer oder gar der Laptop im Schulranzen übertrumpft den früheren Bücherschrank der Eltern. Nicht zuletzt aus Gründen der Chancengleichheit loben Politiker daher das Angebot großer Provider-Unternehmen für Schulen günstige Verbindungen einzurichten. Nicht ausgeschlossen ist dabei allerdings eine Verschiebung zu Gunsten großer Unternehmen im Sinne einer wettbewerbsverzerrenden Monopolisierung. Bei allem Schwung, ins Informationszeitalter vorzudringen und mithalten zu können, darf dennoch nicht vergessen werden, daß

auch ein Computer faule Schülerinnen und Schüler nicht fleißiger, minder begabte nicht intelligenter macht...

Die Frage nach dem Nutzen der neuen Medien beantwortet sich wie bei der Bewertung des Einsatzes jeglicher anderer herkömmlicher Werkzeuge, Medien und Materialien:

- Ist das vorgestellte Arbeitsziel erreichbar?
- Sind neue Ziele erschließbar, kommt man weiter?
- Geht es durch sie leichter, schneller, bequemer?
- Sind die Arbeitsvorgänge interessanter, anschaulicher, lebensnäher?
- Entstehen besondere Gefahren?

Drei fiktive Beispiele mögen veranschaulichen, wie Unterricht der Sekundarstufen I und II mit dem PC effizienter werden kann:

### Religion

„Religiöse Elemente der Werbung“ als Titel einer Unterrichtseinheit ist ohne die Verwendung eingesannter Bilder



Albrecht Schön

(Plakate, Werbeanzeigen in Printmedien) oder Videoclips (TV-Werbung) bzw. Audiodateien von Rundfunksspots nicht denkbar. Der schülernahe Ansatz einer derartigen Unterrichtssequenz versteht sich von selbst, entspricht dem Erlebnis- und Erfahrungshorizont der Schülerinnen und Schüler und vermag weitergehende Unterrichtsgegenstände zu erschließen bzw. bei Verfälschungen und Nivellierungen christlicher Axiome zu sensibilisieren.

## Sport

Die Videoanimation des „optimalen“ Lauffrhythmus“ z.B. beim Langstreckenlauf in Form einer MPEG-Datei oder PowerPoint-Animation auf einem PC verhilft zu Beobachtungen, die z.B. als Slow-Motion einer orthopädischen Studie gleichkommen. Von der „Stepp-Frequenz“ eines Athleten, seiner Fuß- und Beinarbeit, der Auswahl des geeigneten Schuhs, lassen sich Regeln ableiten und

etwa bei visuellen Animationen durch Untertitel kommentieren; eigene Aufzeichnungen dienen dem Vergleich, sind Grundlage der Evaluation. Natürlich besteht die Gefahr des Abgleitens ins Theoretische zu Ungunsten eigener Aktion. Lediglich „virtuelle Fitness“ ist nicht das Ziel. Daher ist hier der Sportpädagoge gefordert, den Einsatz des Mediums didaktisch zu planen.

## Musik

Komponieren eines Kanons im MIDI-Sequenz-Verfahren: Nach Entwurf einer einfachen Melodie können Schülerinnen und Schüler probierend ihren „Entwurf“ vervielfältigen, verschieben, korrigieren, verklänglichen, ausdrücken. Insbesondere auch jene ohne weitergehende Instrumentalfertigkeiten werden in die Lage versetzt, Erfolgserlebnisse zu haben. Parametrische Veränderungen beim Tempo, der Dynamik, Agogik und des Kolorits eröffnen bisher nicht

gemannte Erfahrungen. Es versteht sich von selbst, daß nur „experimenteller Umgang“ unter Umständen falsche Hörgewohnheiten erzeugen könnte, zu fachlich „falschen“ Ergebnissen führt. Informationen über Kontrapunktik und Harmonielehre dürfen daher nicht fehlen.

So könnte man leicht nahezu alle Fächer des Unterrichtsangebots durchdrehen und käme zum gleichen Resultat:

Der pädagogisch begleitete, didaktisch aufbereitete Einsatz von neuen Medien, Mitteln und Materialien ersetzt zwar nicht die Lektüre, die Formelsammlung und den naturwissenschaftlichen Versuchsaufbau, erschließt jedoch Unterrichtsinhalte, welche die Schülerinnen und Schüler weiter bringen, zum Selbst-Forschen anregen, Eigeninitiative wecken und Vertiefung ermöglichen. Und wenn das Ganze auch noch Spaß macht, ist der Grund für Erfolg gelegt. Man nennt ihn auch „Motivation“.

# Der elektronische Nürnberger Trichter?

Nun soll also jeder Schüler seinen eigenen Laptop bekommen. Wozu eigentlich? Damit wieder einmal jemand sagen kann, er hätte einen Nürnberger Trichter – diesmal ein elektronischen – erfunden? Damit schulische Bildung zur bloßen Vermittlung von download- und just-in-time-knowledge und zur Häppchen-Kultur verkommt? Damit die Verpackung noch wichtiger wird als der Inhalt? Mal langsam, denn hier wäre man bei einem Punkt angekommen, wo Information Kommunikation tötet, weil sich jeder nur noch das an Information sucht, was er braucht, und nur noch darüber redet.

überhaupt noch die Fähigkeit besitzt, zwischen faktischer und virtueller Realität zu unterscheiden. Immerhin könnte das Ergebnis solcher Vernetzung gerade bei jungen Menschen ein Kaspar-Hauser-Syndrom sein.

Bezogen auf die Schule hieße das: Ein elektronisches Klassenzimmer wäre ein verarmtes, steriles Klassenzimmer ohne Er-Leben und ohne Reflexion. In ihm gingen – wie in den privaten Sendehäusern – Information und Unterhaltung eine unheilige Allianz ein. Ein elektronisches Klassenzimmer liefe auf eine Schule der fortschreitenden Anonymisierung und Ent-Personalisierung von Lernprozessen hinaus. Trivial ausgedrückt: Es hat schon Sinn, wenn ein Schüler selbst bei rein stofflichen Fragen – grimmig oder ungläubig – in das Gesicht eines Lehrers und nicht in einen Bildschirm schaut.

Elektronische mehr ist für Schule selbstverständlich und in nichts revolutionär. Es ist aber schwer nachvollziehbar, worin der Vorzug einer „vernetzten“ Schule liegen soll, wenn man das meiste, was das Internet an Sinnvollem bietet, auch in einem Buch oder einfach nur im Brockhaus nachschlagen kann.

Deshalb wird der PC samt Internet das Buch nicht ersetzen, weder in der Schule noch sonstwo, sondern nur ergänzen. Das Buch wird schon deshalb das zentrale Medium bleiben, weil es Wissen ohne Verfallsdatum und ohne eine permanente Aufkündbarkeit per Mausclick anbietet. Und: Wer sich in einem Buch oder in einer Bibliothek nicht zurechtfindet, der findet sich auch im Internet und auf den Daten-Highways nicht zurecht. Jedenfalls muß Schule anpassen, daß sie nicht mit einer Sintflut an elektronisch aufbereiteten Daten einem Tyrannen die Tür öffnet, der sie „vernetzt“, fesselt und ihrer Freiheiten beraubt. Das Buch wäre das geeignete Rettungsboot in dieser Sintflut.

Nein, die Bedeutung des Computers für die Schule wird maßlos überschätzt, und Schule muß nicht zur Pflanzschule von Multimedia-Freaks werden. Sie wird sich zwar mit der elektronisch möglichen Erweiterung menschlicher Kulturtechniken auseinandersetzen und mit Blick auf den PC schlicht und einfach Maschineschreiben lehren müssen. Aber ansonsten muß uns vor allem die Frage bewegen, ob der total vernetzte Multimedia-Mensch

Der Lehrer weiß, darauf zu reagieren, der Computer nicht. Der klassische Unterricht im Lehrer-Schüler-Gespräch wird deshalb im Zentrum schulischer Lernprozesse bleiben müssen. Die Einführung von Schülern in die Nutzung des Internets, die Einspielung der aktuellen Aufnahmen eines Wettersatelliten in den Erdkundeunterricht oder die Computer-Simulation eines Experiments im Chemieunterricht – all dies und vieles andere



Josef Kraus

## Lob & Tadel

„Lob und Tadel“ – unsere Aktion geht weiter. Immer mehr pro-Leser sagen den Programmern ihre Meinung. Es gab viel Lob, aber auch manchen Tadel. Diesmal haben wir für Sie wieder die Adressen der Sender und der wichtigsten Tages- und Wochenzeitungen zusammengestellt. Hier freut man sich auf Ihre Reaktionen. Egal wie sie ihre Meinung sagen – per Brief, am Telefon oder durch elektronische Post: Ihre Stimme bleibt nicht ungehört. Bitte senden Sie uns Ihre Stellungnahme als Kopie zu.  
Lob & Tadel-Fax: (0 64 41) 915-157  
Lob & Tadel-Mail: [kep@kep.de](mailto:kep@kep.de)

- **Frankfurter Allgemeine**  
Herausgeber: Jürgen Jeske, Berthold Kohler, Hugo Müller-Vogg, Günther Nonnenmacher, Frank Schirmacher; Hellerhofstraße 2-4, 60327 Frankfurt, Tel. (069) 75 91-0, Fax 75 91-17 43, [www.faz.de](http://www.faz.de)
- **Die Woche**  
Herausgeber: Manfred Bissinger; Burchardstraße 19-21, 22767 Hamburg, Tel. (040) 30 18 1-0, Fax 30 18 1-339 [www.die-woche.de](http://www.die-woche.de)
- **Süddeutsche Zeitung**  
Chefredakteur: Hans-Werner

Kliz; Sendlinger Straße 8, 80331 München, Tel. (089) 21 83-0, Fax 21 83-787 [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de)

● **STERN**  
Herausgeber: Werner Funk; Am Baumwall 11, 20459 Hamburg, Tel. (040) 37 03-0, Fax 03-56 31, [www.stern.de](http://www.stern.de)

● **Der Spiegel**  
Chefredakteur: Stefan Aust; Brandstwieler 19, 20457 Hamburg, Tel. (040) 30 07-0 Fax 30 07-22 47, [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)

● **FOCUS**  
Chefredakteur: Helmut Markwort; Arabellastraße 23, 81925 München, Tel. (089) 92 50-0, Fax 92 50-2026, [www.focus.de](http://www.focus.de)

● **Die Welt**  
Chefredakteur: Wolfgang Weimer; Axel-Springer-Straße 65, 10888 Berlin, Tel. (030) 25 91-0, Fax 25 91-16 06 [www.welt.de](http://www.welt.de)

● **Frankfurter Rundschau**  
Chefredakteur: Christian M. Schöne; Große Eschenheimer Straße 16-18, 60313 Frankfurt, Tel. (069) 21 99-1, Fax 21 99-35 21, [www.frankfurter-rundschau.de](http://www.frankfurter-rundschau.de)

● **ARD**, 80300 München, Programm-direktor: Tel. (089) 59 00 33 44, Fax 59 00 40 70, [info@das-erste.de](http://info@das-erste.de)

● **Bayerischer Rundfunk** (BR), 80331 München, Tel. (089) 38 06 50 78, Fax 38 06 77 40, [info@br-online.de](mailto:info@br-online.de)

● **Deutschlandfunk** (DLF), Intendant: Raderberggürtel 40, 50968 Köln, Tel. (02 21) 34 52 16 0, Fax 34 54 807, [presse@dlf.de](mailto:presse@dlf.de)

● **Evangeliums-Rundfunk** (ERF), Direktor: Postf. 1444, 35573 Wetzlar, Tel. (0 64 41) 957 0, Fax 957120, [erf@erf.de](mailto:erf@erf.de)

● **Hessischer Rundfunk** (HR), Intendant: 60222 Frankfurt am Main, Tel. (069) 155 31 19, Fax 155 32 44, [webmaster@hr-online.de](mailto:webmaster@hr-online.de)

● **Kabel 1**, Programmredakteur: Gutenbergrstr. 1, 85774 Unterföhring, Tel. (0138) 1011 (14-19 Uhr), Fax (089) 74793650, [www.kabel1.de/extra/feedback/index.html](http://www.kabel1.de/extra/feedback/index.html)

● **Mitteldeutscher Rundfunk** (MDR) Intendant; Kantstr. 71-73, 04275 Leipzig, Tel. (03 41) 300 62 91, Fax 300 65 37, [nachrichtenradio@mdr.de](mailto:nachrichtenradio@mdr.de)

● **Norddeutscher Rundfunk** (NDR), Intendant; Rothenbaumchausee 132, 20149 Hamburg, Tel. (040) 41 56 0, Fax 447 602, [info@ndr.de](mailto:info@ndr.de)

● **n-tv**, Geschäftsführer: Tauernstr. 1, 10117 Berlin, Tel. (030) 20 19 00, Fax 20190505

● **Pro 7**, Programmredakteur: Medienallee 7, 85767 Unterföhring, Tel. (089) 95 71131, Fax 95 07 11 68, [www.pro-7.de/feedback](http://www.pro-7.de/feedback)

● **RTL**, Programmredakteur: 50570 Köln, Tel. (0138) 1050 (ab 14 Uhr), Fax (02 21) 456 42 94, [www.master@rtlmm.de](mailto:www.master@rtlmm.de)

● **RTL 2**, Programmredakteur: Bavariafilmplatz 7, 82031 Grunwald, Tel. (01 38) 1212, Fax (089) 64 10 246

● **Sat.1**, Programmredakteur: Otto-Schott-Str. 13, 55127 Mainz, Tel. (01 308) 38 38, Fax (07 21) 977 71 03, [satinfo@zuschauer.sat1.de](mailto:satinfo@zuschauer.sat1.de)

● **Sender Freies Berlin** (SFB), Intendant, Masurenallee 8-14, 14057 Berlin, Tel. (030) 30310, Fax 3015062

● **Vox**, Programmredakteur: Richard-Byrd-Str. 6, 50829 Köln, Tel. (01 38) 1090, Fax (02 21) 953 43 75, [mail@voxx.de](mailto:mail@voxx.de)

● **Westdeutscher Rundfunk** (WDR), Intendant, Appellhofplatz 1, 50660 Köln, Tel. (02 21) 220 61 31, Fax 220 44 07, [webmaster@wdr.de](mailto:webmaster@wdr.de)

● **ZDF/3sat**, Intendant; Postfach 4040, 55100 Mainz, Tel. (0 61 31) 702 16 14, Fax 70 2 170, [info@zdf.de](mailto:info@zdf.de)

# Yesha 2001

## Judäa, Samaria, Gaza

Die besondere Reise für Israelkenner vom 25. Februar bis 4. März 2001

in Zusammenarbeit von „TOUR MIT SCHANZ“, den Sächsischen Israelfreunden und dem Christlichen Medienverbund KEP – dem Betreiber des Internetdienstes [www.israelnetz.de](http://www.israelnetz.de)

mit (von links nach rechts): Christoph A. Zörb, Redaktionsleiter, Wetzlar  
Fritz Schanz, Reiseveranstalter, Wildberg  
Johannes Gerloff, Korrespondent, Jerusalem  
und Wilfried Gotter, Journalist, Schönborn



Das Kernland Israels gemeinsam entdecken – vor Ort, in Bibelarbeiten und in Gesprächen mit Politikern und Journalisten

sten aus Israel und der Palästinensischen Autonomiebehörde, mit Siedlervertretern und Rabbinern.



Infos aus erster Hand aus einer Region, die viele andere nur aus den Nachrichten kennen.

Wir besuchen u.a. Hebron, Garizim, Gaza, Golanhöhen, Jerusalem ...

Flug mit EL AL ab Frankfurt/Main oder München, deutschsprachige Reiseleitung, Übernachtung mit Halbpension in Ariel (Samaria) und Jerusalem – der unteilbaren Hauptstadt Israels.



Verlängerungsmöglichkeit in Eilat (Rotes Meer) oder En Boker (Totes Meer)

Reisepreis: 2.399,- DM, Einzelzimmerzuschlag 445,- DM



Info & Anmeldung:  
Tour mit Schanz,  
Hölderlinstraße 11  
72218 Wildberg  
Telefon (0 70 54) 92 65-0  
Telefax (0 70 54) 92 65-55  
[tour.mit.schanz@online.de](mailto:tour.mit.schanz@online.de)

Was machen die Medien mit den Kindern?

# Die Generation @

■ Michael Höhn

Es wird wohl ein Dauer-Forschungsthema bleiben für Mediziner und Psychologen: Welche Auswirkungen haben Fernsehen, Internet und die Medienflut überhaupt auf Kinder, auf die sogenannte „Generation @“? Nicht nur für Eltern, Pädagogen und Medienschaffende sind (Zwischen-)Ergebnisse interessant. Sind die permanenten Sinnesreize für die Jugendlichen, die scheinbar dauernd entweder im Internet surfen, am Computer spielen, in allen Lebenslagen ein Handy am Ohr haben oder durch immer mehr Fernsehprogramme zappen, nun schädlich oder förderlich? Wie wirkt sich das aus auf ihr Verhalten, auf ihre Intelligenz?

Vertreter der Unterhaltungsindustrie sind bislang unverdrossen bemüht, einen Zusammenhang zwischen Gewalt in den Medien und Aggressivität der Mediennutzer zu verneinen. Aber da hält jetzt auch die Amerikanische Mediziner-Vereinigung dagegen. Aus mehr als 1.000 Studien, die zu diesem Thema in den letzten 30 Jahren erschienen sind, ziehen die Wissenschaftler diesen Schluß: Gewalt in den Medien führt dazu, daß Kinder aggressiver werden und gewalttätiges Verhalten eher akzeptieren.

Das ist, auch mit Blick auf rassistisch motivierte Gewalttaten, eine höchst alarmierende Aussicht. Zumal die US-Mediziner die schädliche Auswirkung von Brutalität im Fernsehen, bei Videos und Computerspielen präzisieren: „meßbar und lange anhaltend“. Die mediale Gewöhnung an Gewalt lasse es eher unwahrscheinlich erscheinen, daß sie sich später einmal als Zeugen

einer Gewalttat zugunsten des Opfers einmischen würden.

Da werden die zahlreichen Appelle zu mehr Zivilcourage wohl auf viele taube Ohren treffen.

Und die gewaltfreien Sinnesreize? Jede Generation im 20. Jahrhundert wurde mehr mit optischen Reizen konfrontiert als die vorherige. Fotografien, Kino, Poster, Fernsehen, Comics, Werbung, Videospiele, Internet... Die zunehmende Bildhaftigkeit dürfte die Wahrnehmungsgeschwindigkeit der heutigen Jugendlichen gesteigert haben. Gut für den Umgang mit Formen, Figuren, Mustern und Bildern. Aber Worte und Texte bereiten vielen zunehmend Probleme. Überhaupt, so amerikanische und deutsche Untersuchungen, führen zunehmende optische Reize wahrscheinlich zu einem Abnehmen von Intelligenzfähigkeiten wie Abstraktionsvermögen, Rechnen und Definieren.

Der Faktor Zeit dürfte dabei wohl eine Rolle spielen. „Das dauert den Leuten zu lange. Sie werden ungeduldig und unzufrieden“, erklärt der Hamburger Psychologieprofessor Hugo Schmale die Tendenz. Da hat die „Generation@“ eine deutliche Schnittmenge mit anderen Mitschwimmern in der Medienflut: Ungeduld und Probleme mit Worten, Texten. Elektronische Briefe werden immer beliebter – und fast im gleichen Maße lassen Orthographie und Grammatik in eMails zu wünschen übrig: „hallo ihr. ich möhete mihc für ein praktikum bewerben schict mir doch mal infosd rüber. ciao“.

Nicht nur Sprachexperten stellen fest, daß die digi-



Foto: MEV

tale Kommunikation immer schneller und dabei informeller und nachlässiger wird. „Wenn man schneller schreibt als man denkt, besteht die Gefahr, daß man mehr als nur Irritationen auslöst“, gibt Eric Arnum, Herausgeber von „Messaging Online“ zu bedenken.

Abkürzungen sind ein eigenes Thema. Natürlich sparen sie Zeit. Es gibt aber geradezu kryptische Buchstabenkombinationen, bei denen wohl nie ganz klar sein wird, ob der Empfänger diese schon als Allgemeinwissen verinnerlicht hat. Nicht jedem ist btw („by the way“ – übrigens) klar – um nur zwei minder schwere Fälle zu nennen – daß cu („see you“) Tschüs meint. Für Eltern kann die vom Internet geprägte Jugendsprache zu einer echten Herausforderung werden, spätestens wenn der Nachwuchs den fassungslosen Erziehungsberechtigten ein hastiges „Ich brauch jetzt 'n update“ über die Schulter – und dann die Tür zuwirft. Aber keine Angst: in diesem Fall ist nur eine (längere) Ruhepause angesagt.



# Bücherbummel

*Hans Steinacker blickt in Bücher*



FOTO: ACHNY

**Richard Foster: Viele Quellen hat der Strom. Aus dem Reichtum der Glaubensgeschichte schöpfen.** Engl. brosch., 366 Seiten, 29,80 Mark, R. Brockhaus

Seine Bücher über Spiritualität haben den amerikanischen Gründer der Erneuerungsbewegung Renovaré weltbekannt gemacht. Nun legt dieser Praktiker des geistlichen Lebens ein neues Werk vor, das einen weiten Bogen aus dem großen Schatz der Kirchengeschichte spannt. Er will weniger belehren als anregen, wenn er die wirkende Kontinuität gelebten Glaubens an biografischen Lebenszeugnissen für eine authentische Nachfolge heute nachzeichnet. Ob es sich um Augustinus, Susanne Wesley, Bonhoeffer, Dag Hammarskjöld, Billy Graham u.a. handelt: Der Glaube an Jesus Christus hat viel Facetten, und alle anmieren, der Austrocknung unserer Beziehung zu ihm entgegen zu wirken.

**Rechenschaft geben von unserer Hoffnung. Festschrift zum 50jährigen Bestehen der Studentemission in Deutschland.** Brosch., 288 Seiten, 10 Mark. Zentralstelle der SMD, Postfach 554, 35017 Marburg

Festschrift nennt sie sich bescheiden und könnte als Pflichtveröffentlichung für ver-

Anzeige



Wünschen Sie sich einen gläubigen Ehepartner?

**Seit über 15 Jahren bewährt und erfolgreich!**

Bitte fordern Sie beim Christlichen Partnerschafts-Dienst (cpd) das kostenlose Infomaterial über die diskrete Vorgangsweise und die günstigen Gebühren an unter Stichwort: „Info 29“ bei: cpd, Glockwiesenstr. 5, 75217 Birkenfeld; Tel: 07231/472164 (Fax 472163), eMail: zentrale@cpdienst.de, Internet:www.cpdienst.de

staubte Archive mißverstanden werden. Dabei geht es in dieser gründlichen Darstellung der SMD nicht nur um die Nachzeichnung einer bewegten Geschichte von den ersten Nachkriegsanfängen bis heute, sondern um die lesbare Bilanzierung geistlicher Impulse mit ihren vielfältigen Bewegungen und Aktionen, die auch die „Alten“ wie Hans Bürki, Hans Georg Filker, Uwe Holmer, Helmut Matthies, Ulrich Parzany, Peter Strauch, Klaus Vollmer, Jürgen Werth u.v.a. zu Wort kommen lassen. Wenn man hochstapeln will: Eine kleine lesbare moderne Fortschreibung der Apostelgeschichte, die auch Erinnerungsfotos sowie ernste und heitere Anekdoten nicht ausspart.



**Herbert Bontz: Unzeitgemäße Gottsuche.** Brosch., 169 Seiten, 24,80 Mark, Snyder,

Paderborn

Das Lebensbuch eines Nicht-Theologen. Und das macht den Reiz der Lektüre aus, wenn ein katholischer Facharzt für Neuropsychologie und Psychiatrie sich nicht nur engagiert seinen Kummer über die derzeitige Gestalt des Christentums bei uns von der Leber schreibt. Es geht ihm um das Spannungsfeld von Theologie, Kirche und Naturwissenschaften und die Frage, wie es darin möglich ist, heute noch Gott zu finden. „Unzeitgemäß“ in dieser Fragestellung ist diesem „Laien“ dabei, daß er sich aufmüßig mit dem üblichen Angebot der allseits verbraucherfreundlich verpackten Antworten der Kirche(n) nicht zufrieden gibt. Im besten Sinne eine Kampfschrift wider die „billige Gnade“ (Bonhoeffer) und „kaufbare Devotionale“.



**Karl Kleinschmidt/ Hermann Frick: Die Homöopathie und ihre religiösen Gegner im Blickwinkel medizinischen Wissens und christlichen Glaubens.** Vorwort von

Manfred Otto. Paperback, 128 Seiten, 15,80 Mark, Ernst Franz Verlag

Ein lange fälliges Buch wider das harte Entweder-Oder zwischen Schulmedizin und Homöopathie und die nicht endende latente Angst vor „okkulten“ Heilmethoden in den christlichen Gemeinden. Zwei Ärzte unternehmen sachlich und kompetent Aufklärung, indem sie nicht nur über die Entstehung der Homöopathie, ihre Diagnose, Dynamik der Arzneiwirkung mit ihren vielfältigen Facetten informieren, sondern auch als engagierte Christen dem wichtigen Gesichtspunkt nachgehen, welche Rolle der denkende christliche Glaube bei allem spielt. Und das besonders auch im Hinblick auf die Fragen: Wenn Medizin dämonisiert wird und Die zweifelhafte Ehe zwischen Materialisten und frommen Pietisten.



**Dante: Die göttliche Komödie.** Übersetzt vom König Johann von Sachsen, mit vielen Abb. von Gustave Doré, Taschenbuch, 642 Seiten, 24,90 Mark, Diogenes

Am Karfreitag des Jahres 1300 begann die aufregende Reise der Weltliteratur, als sich Dante (1265-1321) auf seine visionäre Tour ins Jenseits machte und „zum Heil der Welt, die schlecht lebt“ mit der Abfassung seines monumentalen Gedichts begann. In großartigen Bildern beschreibt er das Leben der Seelen in den drei Reichen Hölle, Fegefeuer und Paradies. Es ist die gewaltige „Komödie“ unseres menschlichen Daseins mit dem eigentlichen Ziel unserer Bestimmung. Wir wissen, daß der Altmeister des christlichen Denkens, C.S. Lewis, dieses Werk unter wenigen auf seinem Todeslager hatte. Auch das ist Anlaß, nach 700 Jahren diesen Schatz allen Freunden guter Literatur wieder einmal ins Bewußtsein zu bringen.



*Mitarbeiter* des Christlichen Medienverbundes KEP  
sind ständig *unterwegs*, um *in Gemeinden*  
über aktuelle Themen zu informieren.

Vortragstermine von  
**Johannes Gerloff**,  
KEP-Korrespondent  
in Jerusalem



Thema:

„Israel aktuell  
– zwischen Messiaserwartung  
und Messiasenttäuschung“

- 22. Oktober in  
Berlin-Mariendorf
- 23. Oktober in Potsdam
- 24. Oktober in Stralsund
- 25. Oktober in Gera
- 26. Oktober in  
Berlin-Schöneberg

- 27. Oktober in  
Schönebeck/Elbe
- 28. Oktober  
4. Sächsische  
Israelkonferenz  
in Leipzig-Connewitz

- 29. Oktober in  
Extertal-Bosinpfeld  
und Hannover
- 17. und 18. November  
in Nürnberg-Langwasser
- 18. November in Stuttgart
- 19. November in  
Bad Liebenzell und  
Albstadt-Onstmettingen

Vorträge von  
**Egmond Prill**  
Referent für  
Öffentlichkeitsarbeit



*Israelvorträge:*

- 4. Oktober in Zschopau
- 5. Oktober in Weißbach
- 17. Oktober in Tuttlingen
- 18. Oktober in Stockach

- 25. Oktober in Krumhermersdorf
- 26. Oktober in Krumhermersdorf
- 27. Oktober in Zschorlau
- 29. Oktober in Crimmitschau
- 1. November in Freudenberg

*Medienvorträge:*

- 6. Oktober in Hohenstein-Ernstthal
- 13. Oktober in Nagold
- 22. Oktober in Dessau

Ausführliche Informationen zu den einzelnen Veranstaltungen  
und zu Vortragsterminen in Ihrer Gemeinde erhalten Sie beim

Christlichen Medienverbund KEP • Postfach 1869 • 35528 Wetzlar  
Fon (0 64 41) 9 15-151 • Fax (0 64 41) 9 15-157 • eMail: [kep@kep.de](mailto:kep@kep.de)  
Internet: [www.kep.de](http://www.kep.de) • [www.israelnetz.de](http://www.israelnetz.de), [www.cma-medienakademie.de](http://www.cma-medienakademie.de)

## Begegnungsfreizeit in Bad Blankenburg

21. bis 26. November 2000

Im Programm stehen **Bibelarbeiten**, **Berichte aus der Deutschen Evangelischen Allianz** und Gespräche über die **Allianzarbeit vor Ort**.



Die inzwischen achte Begegnungsfreizeit im traditionsreichen Allianzhaus gibt wieder die Gelegenheit, ein Allianzwerk näher kennenzulernen. Diesmal präsentiert sich der **Christliche Medienverbund KEP e.V. aus Wetzlar**.

- ☐ Christliche Medienakademie (CMA)
- ☐ Medienarbeit in Deutschland
- ☐ Korrespondentenbüro in Israel
- ☐ Literaturmission in Rußland

Freuen Sie sich auf interessante Begegnungen mit

**Reinhard Holmer** - Direktor des Allianzhauses (Bad Blankenburg)  
**Wolfgang Baake** - KEP-Geschäftsführer und Allianzvorstandsmitglied (Wetzlar)  
**Egmond Prill** - KEP-Öffentlichkeitsreferent und Israelkenner (Kassel)  
Kosten: 240,00 DM im DZ

Anfragen/Anmeldung:

Evangelisches Allianzhaus, Esplanade 5-10A, 07422 Bad Blankenburg  
FON: 036 741 / 21-0, FAX: 036 741 / 21-200, eMail: [allianzhaus@ead.de](mailto:allianzhaus@ead.de)

Kurioses und Nachdenkliches aus den Medien

# Michaels Meinung



Michael Höhn

**Wie fühlt man am besten das alljährliche Sommerloch?** Der Sommer 2000 benötigte erstaunlich wenig saure Gurken, die üblicherweise nicht aus dieser Vertiefung in der deutschen Medienlandschaft wegzudenken sind. Ja, es klingt zynisch, aber es stimmt: die zahlreichen Katastrophen (Concorde-Absturz, U-Boot-Untergang, Kampfhunde) bescheren Stoff in Hülle und Fülle. An manchen Tagen konnte man Fernsehzeiten nur mit dem Umrechnungsfaktor X wirkungsvoll nutzen, weil zusätzliche „Brennpunkte“ und „Spezials“ all das auswalzten, was kurz vorher in den Nachrichten schon mitgeteilt wurde: Nichts Genaues weiß man nicht. Aber so aktuell dran waren wir auch schon lange nicht. Ein öffentlich-rechtlicher Sender schaffte es sogar, an einem Abend zwei Sonder-sendungen nacheinander ins Programm zu schieben.

Mußten die Redaktionen diesmal weniger verzweifelt nach Themen ringen – die Werbeabteilungen konnten sich auf die sommerliche Delle in den Bilanzen verlassen. Das Anzeigenaufkommen sinkt, die Einnahmen entsprechend. Fernsehsender, die während der Ferienzeit deutlich weniger Zuschauer haben, retten sich in Wiederholungen, besonders die kommerziellen. Kein Wunder: wird weniger Geld für Werbung eingenommen, dann wird auch weniger investiert. Auch die Illustrierten (nicht nur die sogenannte Yellow Press) hatten keinen Grund zum Sommer-Jammer. Denn rechtzeitig zum Ferienbeginn gerieten sich zwei „Literarische Quartettisten“, Marcel Reich-Ranicki und Sigrid Löffler, über ein japanisches Buch in die Haare. Da entdeckte selbst die „Bunte“ ihr Interesse für hohe Literatur.

1 1 1

Zum Lieblingsprinzen der deutschen Medien hat er sich längst durchgeschlagen, der August von Hannover. Inzwischen prügelt er sich sogar im unendlichen World Wide Web. Das heißt –

nicht direkt. Aber ein ihm auffällig ähnliches Männchen in einem neuen Computerspiel des Bertelsmann Game Channel tut's. Und leert in einem „Hannoveraner Park“ Bierkrüge und auch seine Blase. Dabei wird der www-Adelige von kleinen, grünbemühten Paparazzi verfolgt, die er mit einem Schirm verprügeln kann. Ist er zu langsam, gibt's Schlagzeilen von der „Wild“-Zeitung. Kollegen, die öfter Computerspiele machen, urteilen eindeutig: „Moorhuhn“ schlägt „Prügel-Prinz“. Der schottische Whisky-Vogel ist einfach origineller. Na dann. Adel verzichtet.

1 1 1

Apropos Schlagzeilen: seit Anfang Juni sammelt der Kapuzinerbruder Paulus Terwite das Großgedruckte der BILD, weil ein jedes Wort „Wegweiser zu Gott sein“ kann. Und so kommt aus dem Kapuzinerkonvent Liebfrauen in Frankfurt am Main allmorgendlich ab acht Uhr sein Kommentar zum aktuellen Aufmarsch von Deutschlands meistgelesener Boulevardzeitung. Ganz auf der Höhe der Zeit: im Internet, zum Lesen und zum Hören ([www.kath.de/liebfrauen/bild/htm](http://www.kath.de/liebfrauen/bild/htm)). Das ist gut: Hör nicht nur eine Seite. Und dann bild Dir Deine Meinung!

1 1 1

„In welche psychographische Schublade hat man Sie denn gesteckt?“ Es gibt doch immer noch Fragen, die einen kalt erwischen. Aber Fernsehzuschauer und TV-Einschaltquoten werden, und das gilt fast als kleine Sensation, seit einigen Monaten auch nach einem System bewertet, das bereits in den 70er Jahren vom Heidelberger Sinus-Institut entwickelt wurde, um gesellschaftliche Gruppen einzuteilen und zu beschreiben. Allerdings nicht demographisch (wirtschafts- und sozialpolitische Bevölkerungsbewegungen betreffend), sondern eben psychographisch. Hier sind Lebensweise, Einkommen, Lebensstil, Konsumverhalten und Werte-Orientierung die Kriterien. Der

eigentliche Unterschied: statt quantitativer Medienforschung jetzt qualitative, auch beim Fernsehkonsum. Und nach diesen Gesichtspunkten befragt die für Quotenmessung zuständige Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ihre 5.640 Testhaushalte. Das freut nicht nur die Programmplaner bei den Sendern. Auch die Kunden können ihre Werbespots orientieren an besonderen Zielgruppenbereichen.

Und sie müssen entscheiden: paßt die Werbung für Ariel besser zu einer Talkshow oder der Spot für Sunil besser zu einer amerikanischen Krimiserie – oder überhaupt nicht? Und womit wäscht man am besten im Umfeld von deutschen Ärztsereien? Sollte man bei Actionfilmen und Verfolgungsjagden überhaupt ans Waschen denken? Was könnte die Zuschauer des „Theaterstadl“ beim nächsten Einkauf zu welchem Putzmittel locken?

Diese Überlegungen machen durchaus Sinn. Denn der TV-Werbemarkt in der Bundesrepublik wird in diesem Jahr mit 6,6 Prozent weiter überdurchschnittlich wachsen. Zu diesem Ergebnis kommt jedenfalls der „Status Report 2000“ der IP Deutschland, Vermarkter der RTL-Gruppe. Und diese Untersuchung sagt vorher, daß das Fernsehen weltweit der wichtigste Werbeträger bleiben wird.

Meinetwegen müßten sich die Marketing- und Promotion-Experten aber keine solche Mühe machen. Ich gehe während der schier endlosen und viel zu lauten Werbeunterbrechungen (ProSieben hat mit zum Teil 140 Prozent über der üblichen Lautstärke Negativ-Spitzenwerte erreicht, wie der TÜV Bayern feststellte) fast immer aus dem Zimmer. Nein, das hat nichts mit einsetzenden Altersbeschwerden zu tun. Aber sehr viel mit aktiver Verteidigung eines der kostbarsten Güter, die ich habe: meine Zeit. Die laßt sich mir nicht stehlen. Und habe nebenbei immer reichlich Bewegung...

# Lob & Tadel

„Lob und Tadel“ – unsere Aktion geht weiter. Immer mehr pro-Leser sagen den Programmern ihre Meinung. Es gab viel Lob, aber auch

manchen Tadel. Diesmal haben wir für Sie wieder die Adressen der Sender und der wichtigsten Tages- und Wochenzeitungen zusammengestellt. Hier freut man sich auf Ihre Reaktionen. Egal wie sie ihre Meinung sagen – per Brief, am Telefon

oder durch elektronische Post: Ihre Stimme bleibt nicht ungehört. Bitte senden Sie uns Ihre Stellungnahme als Kopie zu.

**Lob & Tadel-Fax:** (0 64 41) 915-157  
**Lob & Tadel-Mail:** [kep@kep.de](mailto:kep@kep.de)

● **Frankfurter Allgemeine**

Herausgeber: Jürgen Jeske, Berthold Kohler, Hugo Müller-Vogg, Günther Nonnenmacher, Frank Schirmacher  
 Hellerhofstraße 2-4, 60327 Frankfurt, Tel. (069) 75 91-0, Fax (069) 75 91-17 43, [www.faz.de](http://www.faz.de)

● **Die Woche**

Herausgeber: Manfred Bissinger  
 Burckhardstraße 19-21, 22767 Hamburg, Tel. (040) 30 18 1-0, Fax (040) 30 18 1-339 [www.die-woche.de](http://www.die-woche.de)

● **Süddeutsche Zeitung**

Chefredakteur: Hans-Werner Kitz  
 Sendlinger Straße 8, 80331 München, Tel. (089) 21 83-0, Fax (089) 21 83-787 [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de)

● **STERN**

Herausgeber: Werner Funk  
 Am Baumwall 11, 20459 Hamburg, Tel. (040) 3703-0, Fax (040) 37 03-56 31, [www.stern.de](http://www.stern.de)

● **Die Zeit**

Chefredakteur: Roger de Weck  
 Speersort 1, 20095 Hamburg, Tel. (040) 32 80-0, Fax (040) 32 71 11, [www.zeit.de](http://www.zeit.de)

● **Der Spiegel**

Chefredakteur: Stefan Aust  
 Brandstwiete 19, 20457

Hamburg, Tel. (040) 30 07-0

Fax (040) 30 07-22 47, [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)

● **FOCUS**

Chefredakteur: Helmut Markwort  
 Arabellastraße 23, 81925 München, Tel. (089) 92 50-0, Fax (089) 92 50-2026, [www.focus.de](http://www.focus.de)

● **Die Welt**

Chefredakteur: Mathias Döpfner  
 Axel-Springer-Straße 65, 10888 Berlin, Tel. (030) 25 91-0, Fax (030) 25 91-16 06 [www.welt.de](http://www.welt.de)

● **Frankfurter Rundschau**

Chefredakteur: Christian M. Schöne  
 Große Eschenheimer Straße 16-18, 60313 Frankfurt, Tel. (069) 21 99-1 Fax (069) 21 99-35 21 [www.frankfurter-rundschau.de](http://www.frankfurter-rundschau.de)

● **ARD, 80300 München,**

Programmdirektor, Tel. (089) 59 00 33 44, Fax 59 00 40 70, [info@das-erste.de](mailto:info@das-erste.de)

● **Bayerischer Rundfunk**

(BR), Intendant, 80300 München, Tel. (089) 38 06 50 78, Fax (089) 38 06 77 40, [info@br-online.de](mailto:info@br-online.de)

● **Deutschlandfunk (DLF),**

Intendant, Raderberggürtel 40, 50988 Köln,

Tel. (02 21) 34 52 16 0, Fax 34 54 807, [presse@dlf.de](mailto:presse@dlf.de)

● **Deutsche Welle (DW),**

Intendant, 50588 Köln, Tel. (02 21) 38 92 500, Fax 38 092 510, [online@dw-elle.de](mailto:online@dw-elle.de)

● **Evangeliums-Rundfunk (ERF),**

Direktor, Postf. 1444, 35573 Wetzlar, Tel. (0 64 41) 957 0, Fax 957120, [erf@ert.de](mailto:erf@ert.de)

● **Hessischer Rundfunk (HR),**

Intendant, 60222 Frankfurt am Main, Tel. (069) 155 31 19, Fax 155 32 44, [webmaster@hr-online.de](mailto:webmaster@hr-online.de)

● **Kabel 1, Programmredakteur,**

Gutenbergrstr. 1, 85774 Unterföhring, Tel. (01 38) 1011 (14-19 Uhr), Fax (089) 74793650, [www.kabel1.de/extra/feedback/index.html](http://www.kabel1.de/extra/feedback/index.html)

● **Mitteldeutscher Rundfunk (MDR) Intendant,**

Kantstr. 71-73, 04275 Leipzig, Tel. (03 41) 300 62 91, Fax 300 65 37, [nachrichtenradio@mdr.de](mailto:nachrichtenradio@mdr.de)

● **Norddeutscher Rundfunk (NDR),**

Intendant, Rothenbaumchaussee 132, 20149 Hamburg, Tel. (040) 41 56 0, Fax 447 602, [info@ndr.de](mailto:info@ndr.de)

● **n-tv, Geschäftsführer,**

Taubenstr. 1, 10117 Berlin, Tel. (030) 20 19 00, Fax 20190505

● **Pro 7, Programmredakteur,**

Medienallee 7, 85767 Unterföhring, Tel. (089) 95 71131, Fax 95 07 11 68, [www.pro-7.de/feedback](http://www.pro-7.de/feedback)

● **RTL, Programmredakteur,**

50570 Köln, Tel. (0138) 1050 (ab 14 Uhr), Fax (02 21) 456 42 94, [www.master@rtmm.de](mailto:www.master@rtmm.de)

● **RTL 2, Programmredakteur,**

Bavariafilmplatz 7, 82031 Grünwald, Tel. (01 38) 1212, Fax (089) 64 10 246

● **Sat.1, Programmredakteur,**

Otto-Schott-Str. 13, 55127 Mainz, Tel. (01 308) 38 38, Fax (07 21) 977 71 03, [satinfo@zuschaener.sat1.de](mailto:satinfo@zuschaener.sat1.de)

● **Sender Freies Berlin (SFB),**

Intendant, Masuennallee 8-14, 14057 Berlin, Tel. (030) 30310, Fax 30 15062

● **Vox, Programmredakteur,**

Richard-Byrd-Str. 6, 50829 Köln, Tel. (01 38) 1090, Fax (02 21) 953 43 75, [mail@vvox.de](mailto:mail@vvox.de)

● **Westdeutscher Rundfunk (WDR),**

Intendant, Appellhofplatz 1, 50660 Köln, Tel. (02 21) 220 61 31, Fax 220 44 07, [webmaster@wdr.de](mailto:webmaster@wdr.de)

● **ZDF/3sat, Intendant,**

Postfach 4040, 55100 Mainz, Tel. (0 61 31) 702 16 14, Fax 70 2 170, [info@zdf.de](mailto:info@zdf.de)



## Medienkompetenz für die Gemeinde

Über die Medien und den Umgang mit ihnen gibt es viel zu sagen.

Gern kommen wir zu Ihnen.

Die Gemeinden brauchen Medienkompetenz für den richtigen Umgang mit Funk, Fernsehen und Presse.

Füllen Sie dazu einfach das anhängende Formular aus und senden es zurück an

Christlicher Medienverbund KEP  
 Postfach 1869 • 35528 Wetzlar  
 Fon (0 64 41) 9 15-151  
 Fax (0 64 41) 9 15-157  
 eMail: [kep@kep.de](mailto:kep@kep.de)

Rückmeldung

**Wir haben Interesse an einem Vortrag und zwar zum Thema:**

- Kurssturz der Werte – was die Medien tun können
- Die Christen und die Massenmedien: Chancen und Gefahren
- Die Macht der Medien – sind wir ihr chancenlos ausgeliefert? Vorträge über Israel
- Rußland: Riesanreich im Würgegriff? (Berichte, Erfahrungen, Hintergründe)

Unser Terminvorschlag ist der: .....

Gemeinde .....

Name/Vorname .....

Straße/Nr. ....

PLZ/Wehrt .....



# State of Israel Bonds

(ISRAEL-ENTWICKLUNGS-STAATSANLEIHE)

HEBELSTRASSE 6  
60318 FRANKFURT/MAIN  
TELEFON (069) 49 04 70 / 49 04 17  
TELEFAX (069) 49 10 69  
MOBIL 0172 - 35 93 879  
E-mail: israelbonds@t-online.de  
Internet: www.israel-bonds.de

## ISRAEL BONDS-INVESTITIONSMÖGLICHKEITEN - Stand 01.09. 2000

	BONDS BEZEICHNUNG	MINDEST INVESTITION P.EINHEIT	ZINSEN PRO JAHR	LAUFZEIT IN JAHREN	BEMERKUNGEN
1	SAVING BONDS	\$ 250.--	4%	1 - 15	Nach 15 Jahren wird die Anleihe mit 180% zurückgezahlt
2	ZERO COUPON	\$ 2.925.-- gültig bis 30.09.2000	7,45%	10	Nach 10 Jahren werden pro Einheit \$ 6.000 zurückbezahlt.
3	LIBOR F.R.I.	\$ 5.000.--	variabel z.Zt. 7,6875%	7 - 10	Zinstermine 2 x jährl. (1.6. und 1.12.)
4	JUBILEE (Serie A)	\$ 25.000.--	fest z. Zt. 6,85% gültig bis 30.09.2000	5	Zinstermine 2 x jährl. (1.5. und 1.11.)
5	JUBILEE (Serie B)	\$ 25.000.--	fest z. Zt. 7,15% gültig bis 30.09.2000	10	Zinstermine 2 x jährl. (1.5. und 1.11.)
6	State of Israel variable Rate Libor Notes	\$ 100.000.-- plus mögliche Aufschläge von \$ 25.000.--	Libor Rate 60 Basis Points z. Zt. 7,5375 %	5	Zinstermine 2 x jährl. (30.6. und 31.12.)

### ZEICHNUNGSSCHEIN Für 4%SAVING BONDS

(Bitte ausfüllen und an unser Büro zuschicken)

\$ \_\_\_\_\_ in \$ \_\_\_\_\_  
Betrag- Saving Bonds gewünschte Stückelung Betrag

\_\_\_\_\_  
Name & Anschrift des Investors (auch für Bonds- Sendung) Tel.

#### Zahlungsauftrag

Das Formular wird von unserem Büro an die Deutsche Bank in Eschborn  
(Alfred-Heerhausen-Allee 16-24 65760 Eschborn; Tel: (069) 910 66 675) zugeschickt. Unsere Kl. Nr. 920016300 BLZ 500 700 10  
Die Deutsche Bank bucht den Betrag von Ihrem Konto ab, und schickt Ihnen anschließend das Zertifikat zu.

An (Name Ihrer Bank)..... BLZ.....

Kontoinhaber..... Konto-Nr.....

Datum

Unterschrift

#### INFORMATION FÜR 4% SAVING BONDS

Saving Bonds mit 180% rückzahlbar

**Fällig:** 15 Jahre nach Ausgabedatum. **Stueckelung:** 250.-, 500.-, 1.000.-, 5.000.-, 10.000.-

#### Vorzeitige Kündigung:

Ab 1 Jahr nach dem Erwerb einlösbar in Israel, in Landeswahrung bis zu US-\$ 2.500.-- pro Person und Monat. Damit kann ein Urlaub in Israel mitfinanziert werden. (Die Investoren werden über Einzelheiten informiert).

- Das Zertifikat wird von der Deutschen Bank innerhalb 6 Wochen nach der Investition dem Kunden zugeschickt.

- Die Papiere sind durch den Staat Israel ausgestellt und garantiert.

**Bemerkung:** Für andere Investitionsmöglichkeiten wenden Sie sich an unser Büro und verlangen Sie die entsprechende Information mit dem dazugehörigen Zeichnungsschein.

„Bild“ und „Die Welt“ über Glauben und Gebet

# Mehr Evangelium in den Medien

■ Carsten Polanz

Plötzlich ist sie wieder da, die Überschrift, an der die Augen verweilen, die man nochmal liest, die einen interessiert, manchmal sogar bewegt. „Gott liebt mich. Da bin ich sicher.“ Selten erfüllt die Zeitung ihre Aufgabe der Informationsvermittlung so gut wie in diesem Artikel.

Rund 13 Millionen Bezieher der auflagenstärksten Zeitung Europas, der „Bild-Zeitung“, mag dieser Satz noch im Gedächtnis bleiben. Denn auch was folgt, ist ein erfrischendes, klares Bekenntnis einer 19jährigen Studentin aus Hamburg zu ihrem Glauben an die Liebe und Gegenwärtigkeit Gottes in dieser Welt, in der sonst Skandale und Sensationen, Börsenkurse und Big-Brother die Schlagzeilen machen. Wir erinnern uns noch an die ersten Bilder von der Freilassung Renate Wallerts aus den Händen der Abu-Sayav-Rebellen. Auf

dem Weg zum Flughafen, von einer sensationshungrigen Photographen- und Reporterschar bedrängt, möchte sie vor allem eines loswerden. „Ich bedanke mich bei allen, die für mich gebetet haben.“ Solche Aussagen, wie Frau Wallert sie trotz der Strapazen in 85 Tagen Geiselhaf mit einem lächelnden Gesicht von sich gibt, gehen nicht unter, sie werden in vielen Köpfen der Aber-Millionen Zuschauer in ganz Europa, die an diesem Tag das Interview sahen, nachhallen.

Michael J. Inacker, Berlin-Korrespondent der Tageszeitung „Die Welt“ (Auflage: 320.000) schrieb zu der Aussage Frau Wallerts einen Kommentar, mit dem Titel „Das Gebet in unserer Zeit“.

Inacker schreibt von einem „einfachen, sympathischen Glauben an die Macht, die größer ist als der Himmel und die Erde.“ Gebet, führt Inacker aus, werde von Nicht-Christen oft „als Ausflucht, als Zwiesgespräch eines hilflosen Menschen mit sich selbst“ gesehen. Dieser

Ansicht setzt er die Definition des Gebets von dem Philosophen Hegel entgegen: „Es ist eine Erhebung des Herzens zu dem Absoluten, das an und für sich die Liebe ist und nichts für sich hat.“

In seinen Gedanken über das Gebet erwähnt der Journalist auch, daß sich immer noch mehr als die Hälfte aller Deutschen den großen Kirchen zurechnen, die eigene Frömmigkeit aber nicht zeigen würden. So hat sich bei vielen von ihnen Kirche mittlerweile auf eine Traditionsstätte für bestimmte Ereignisse wie Weihnachten und Hochzeit reduziert, alltägliche Konsequenzen aus dem Glauben auf das eigene Leben möchte man nicht mehr ziehen. Deshalb spielt Gott in dem Tagesgeschehen, über das die Medien herfallen, keine (große) Rolle mehr. Menschen, die sich auch heute noch an die biblische Lehre halten, werden als intolerant und altnodisch abgestempelt.

Anzeigen

[www.arno-backhaus.de](http://www.arno-backhaus.de)

Der Idee-alist

Der Arno mit den verrückten Straßenaktionen  
Der Arno bei dem jede CD 28,- DM kostet  
Der Arno mit den lustigen Spielideen  
Der Arno mit den tollen Aufklebern  
Der Arno von Arnos Bauchladen  
Der Arno von Hanna Backhaus  
Der Arno von Arno & Andreas  
Der Arno mit den T-Shirts  
Der Arno als E-fun-gelist  
Der Arno mit den Witzen



Fordern Sie Informationen an

- Bitte schickt mir den Katalog
- Ich habe Interesse an einer Veranstaltung mit Arno Backhaus, bitte schickt mir unverbindliche Unterlagen
- Schickt mir doch gleich das fromme Spaßtraktat "Lache und die Welt lacht mir dir. Schnarche, und du schläfst allein" (16,- DM)
- Ich brauche dringend innovatives Material für die Kinder- und Jugendarbeit. Schickt mir bitte "Arnos Spielebuch für das ganze Jahr" (34,- DM)

**Arnos Bauchladen - Arno Backhaus**

Hauptstr. 13 - 34379 Calden (b. Kassel)

Tel. 05677-1343 - Fax 528 - bauchladen@iname.com

UNS GIBT  
ES  
AUCH  
IM NETZ!  
[www.kep.de](http://www.kep.de)

**Auf nach Leipzig!**

4. Sächsischer  
Israeltag am  
28. Oktober 2000

Paul-Gerhard-Kirche  
Connewitz

Thema:

**Gemeinde Jesu -  
unterwegs mit Israel**

Es sprechen:  
Johannes Gerloff,  
Uwe Siemon-Netto,  
Friedrich Hänssler,  
Winfried Amelung,  
Wilfried Gotter

Infos: Sächsische Israelfreunde  
Telefon (0 37 27) 9 26 24

**Erleben Sie  
Johannes Gerloff!**



Name: *Carsten Heil*

Geburtsdag: *6. April 1964*

Position: *Parlamentskorrespondent (Berlin) der Neuen Westfälischen, Bielefeld*

Familienstand: *Verheiratet, eine Tochter*

Konfession: *evangelisch-lutherisch*

Lieblingsfarbe: *blau*

Lieblingsgericht: *Selbstgemachte Kartoffelpuffer mit Zwiebeln und Knoblauch in Olivenöl gebraten*

Was war als Kind Ihr Traumberuf? *Rentner*

Wie kommt ein junger Journalist so weit wie Sie? *Viel arbeiten. Offen, ehrlich und eindeutig, aber sachlich die eigene Position*

## Christen im Journalismus

Christen im Journalismus gibt es etliche – aber noch lange nicht genug. Einige haben im Beruf Karriere gemacht, andere sind gerade dabei. Wir stellen Sie vor – als Mutmacher in unserer neuen Reihe Steckbrief.

Heute: *Carsten Heil*

vertreten. Eigene Fehler selbstkritisch erkennen, eingestehen und in Zukunft möglichst vermeiden. Und: Nicht den Kopf hängen lassen, wenn das alles nicht so gelingt wie man sich das vorstellt.

Ohne was kommt ein Journalist nicht aus? *Ohne Kopf und Gefühl*

Ihr größter Erfolg? *Wenn Leser schreiben, daß ihnen ein Kommentar, ein Bericht oder anderer Text von mir in ihrem Leben geholfen hat.*

Ihr größter Flop? *Meine fortgesetzte Zahnlenschwäche: Als ich von 150 Meter breiten Radwegen schrieb, statt von 1,50 breiten oder später ein Kreuzfahrtschiff von 320 Metern Länge zu einem Fischerboot von 32 Metern schrumpfte.*

Was raten Sie jungen Christen, die Journalisten werden wollen? *Früh, aber nicht zu früh, Kontakt zur Redaktion der Heimatzeitung knüpfen, als Freier dort arbeiten, um zu lernen und festzustellen, ob der Beruf wirklich Berufung ist oder nur ein Job. Im*

ersten Fall: *durchbeißen und sich von Kritik nicht klein kriegen lassen. Im zweiten: Finger weg.*

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen? *Anna Karenina; von Leo Tolstoi; grandiose Formulierungskünste*

Über was können Sie sich aufregen? *Ungerechtigkeit und wenn sich zwei Starke über einen Schwachen ber machen – egal auf welcher Ebene und in welcher Situation.*

Ihre Lieblingsgestalt in der Geschichte?

*Martin Luther, trotz aller Kritik was seine antisemitische Einstellung betrifft.*

Was machen Sie, wenn Sie einen Abend allein zu Hause sind? *Lesen, Musik hören, ein Glas Rotwein trinken*

Ihr liebster Bibelvers? *1. Kor. 3,11*

Ihr Lebensmotto?

*Das komplexe, schöne und von Gott geschenkte Leben läßt sich nicht auf ein Motto reduzieren. Aber Gott vertrauen ist ganz wichtig.*

## Ich will **pro**-Leser werden

und das Christliche Medienmagazin kostenlos beziehen:

Vorname

Name

Straße

PLZ/Wohnort

Einfach auf eine Postkarte kleben und einsenden an:  
KEP/CMA, Postfach 18 69, 35528 Wetzlar

ADRIAN PLASS  
*Stürmische Zeiten*  
Mein Kraft für den Tag

Jede Woche neu:  
**Die Andacht im Internet**  
Adrian Plass-Texte auf unserer Home-Page

[www.kep.de](http://www.kep.de)

Anzeigen



Nobbys Netz

# Graue Surfer

*Trend: Die Senioren entdecken das Internet*

■ Norbert Schäfer

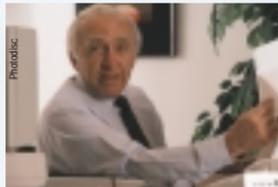
Sie haben Zeit, Geld und Interesse an neuen Dingen. Und sie zählen noch lange nicht zum alten Eisen. Ein neuer Trend: Deutschlands Senioren wollen ins Internet.

Wenn das ZDF-Mittagsmagazin zu Ende ist, schaltet Oma Ingrid oft den Computer ein und „geht ins Internet“. Auf einer ihrer Lieblingsseiten im Internet kann sie dann die Informationen der Fernsehsendung vertiefen.

Sie interessiert sich vor allem für medizinische Themen. Auf den Internetseiten des ZDF sieht die 68jährige dann, was Dr. med. Günter Gerhardt in der Fernsehsendung nicht mehr alles sagen konnte. „Das ist ganz einfach“, sagt die Mutter von drei Kindern. „Mein Schwiegersohn hat mir den Computer gebracht. Dann habe ich es ausprobiert.“ Ihre Kinder finden das „total cool“.

Das können immer mehr Kinder von ihren Eltern sagen. Denn, die Zahl der Senioren, die das Internet nutzen, steigt immer mehr an. So war bis Anfang des Jahres schon jeder zehnte Nutzer des Internets über 50 Jahre alt.

Werbefachleute nennen sie „Empty Nesters“, „Best Agers“, „Master Consumers“ oder „Mid Agers“. Gemeint sind die jungen Alten. Einkommensstark und lebensfroh steht dieser Zielgruppe monatlich ein Budget von rund 20 Milliarden Mark zur Verfügung.



Das entspricht fast der Hälfte der gesamten Kaufkraft der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland. Einer Studie von ARD und ZDF zufolge haben rund 40 Prozent der Haushalte in Deutschland einen PC. Und: Vier Prozent der über 60jährigen besitzen auch schon einen Computer. In diesem Segment gibt es noch jede Menge Marktpotential.

Aber, viele Senioren haben trotzdem immer noch Scheu vor dem Internet. Englische Fachvokabeln, Kabelgewirr und schrankweise unverständliche Bedienungs- und Installationsanleitungen für Zusatzgeräte und Programme.

Doch Volkshochschulen und private Bildungseinrichtungen bieten spezielle Computerkurse für Senioren an. Mittlerweile gibt es auch Computerclubs für Ältere. Statt zum Kaffeeklatsch treffen sich dort Senioren im Clubhaus zum Chat (Schwätzchen) im Internet.



Darauf hat nun auch die Wirtschaft reagiert. Derzeit arbeitet die Leipziger Firma Lintec Computer AG an einem Computer, der die altersspezifischen Anforderungen im Hard- und Softwarebereich mit sinnvollen Anwendungen und einem zielgruppenspezifischen Service verbindet.

So kann der Rechner dann zum Beispiel an den Fernseher angeschlossen werden. Das Gerät paßt in einen herkömmlichen Fernsehschrank und nimmt Rücksicht auf die Wohnungseinrichtung. Der Clou: Das Gerät wird noch im November von einer größeren Testgruppe, bestehend aus Senioren und Computerexperten, getestet. Im Frühjahr 2001 soll das Gerät auf den Markt kommen.

Aber, was tun wenn man nicht mehr warten will? Am besten man fragt die Enkelkinder. Die wissen meistens im Alter von 15 Jahren schon mehr als mancher Verkäufer im Kaufhaus. Wer erst einmal prüfen möchte, ob er überhaupt Spaß an Computer und Internet hat, sollte sich um einen Schnupperkurs in einer Volkshochschule, einer Universität oder einem Senioren-Computer-Club bemühen. Ab 2001 gibt es auch Seniorenkurse bei der Christlichen Medien-Akademie - Infos unter der Rufnummer (0 63 31) 7 45 95.

Anzeige



Waldemar Mubrajbn und Pfarrer Dirk Scheuermann vor dem Antiquariat

Das zwischen Wuppertal und Essen liegende Städtchen Langenberg entwickelt sich zur ersten „Bücherstadt“ in Westdeutschland. Immer mehr Buchantiquariate siedeln sich in der malerischen Altstadt an. Vorbild ist ein „Bücherdorf“ in Belgien, woben jährlich 200 000 Bücherfreunde pilgern. In Langenberg wurde jetzt auch ein Antiquariat mit christlichen Büchern eröffnet. Der Name: „das BUCH“. Dazu sprach pro mit dem Initiator, dem langjährigen KEP-Vorstandsmitglied Waldemar Murjahn.

*pro: Wie kam es zu dieser Initiative ?*

## „Das BUCH der Bücher“

*Ein christliches Projekt in der Bücherstadt Langenberg*

Murjahn: Im Kreise der örtlichen evangelischen Allianz wurde es uns klar, daß auch das christliche Buch in unserer „Bücherstadt“ einen Platz haben sollte. Nach der fruchtbaren Zusammenarbeit bei Pro-Christ bot sich hier die Gelegenheit einer ständigen gemeinsamen Arbeit mit vorwiegend missionarischer Zielsetzung.

*pro: Man geht davon aus, daß die Buchantiquariate kommerziell arbeiten müssen; also am gewinnbringenden Verkauf interessiert sind. Unterliegt das christliche Buchantiquariat auch diesem wirtschaftlichen Zwang?*

Murjahn: Als örtliche Allianz sind wir ein gemeinnütziger Verein. Wir arbeiten ehrenamtlich. Alle evangelischen Gemeinden am Ort haben sich zur Deckung der Kosten verpflichtet. Uns sind von überall her Bücher gespendet worden; Bibeln und ganze Kommentaren, Biographien, Bücher zur Lebenshilfe, Erzählungen - ein großes Sortiment alter Ausgaben wie auch Bücher, die noch im Verlagsortiment sind - aber aus zweiter Hand. Wir verkaufen nicht; sondern wir erwarten eine Spende für jedes Buch zur Deckung der Mietkosten.

*pro: Worin sehen Sie den von Ihnen erwähnten missionarischen Zweck erfüllt?*

Murjahn: Wir laden ein „zum Stöbern und Lesen; zum Treffen und Reden“. Wir hoffen, daß sich dabei gute Gelegenheiten ergeben, über ein gutes Buch ins Gespräch zu kommen. Darüber hinaus sind Aktionen geplant - so im Oktober, wo wir Schulklassen einladen, um ihnen die 31bändige Blindenbibel vorzuführen. Eine Blinde wird ihnen daraus vorlesen und die Schüler sollen selbst einen Satz in der Braille-Schrift lesen und damit an einem Gewinnspiel teilnehmen.

*pro: Wie würden Sie das „christliche“ Buch definieren ?*

Murjahn: Ein befreundeter Verleger christlicher Bücher hat das so zum Ausdruck gebracht: „Das christliche Buch ist ein Buch, das dazu beiträgt, der Verdrängung Gottes aus unserer Welt entgegen zu wirken“. Wir wünschen uns, daß dies durch unsere Präsenz in der „Bücherstadt Langenberg“ wirkungsvoll geschieht.

## Das projekt

Der Christliche Medienverbund KEP berichtet auch aus Israel. Für christliche und säkulare Publikationen bieten wir Aktuelles und Hintergründe aus dem Heiligen Land. Wir sind angetreten für eine faire und wahrhaftige Berichterstattung über Israel auf hohem journalistischen Niveau.

Aus diesem Bereich möchten wir Ihnen diesmal zwei Projekte ans Herz legen - und um Ihre Unterstützung bitten:

### Projekt 1:

#### Korrespondent

#### Johannes Gerloff

Unser Korrespondent lebt mit seiner Familie seit vielen Jahren in Israel. Er

kennt Land und Leute, spricht ihre Sprache. Gerloff ist offiziell akkreditierter Berichterstatter am Sitz der israelischen Regierung und der Palästinensischen Autonomiebehörde.

Viele Zeitungsleser kennen seinen Namen - aber auch viele Touristen, die ihn bei Vorträgen erlebt haben. Ebenso Tausende, die seine Vortragsveranstaltungen in Deutschland besucht haben.

### Projekt 2:

#### Israelnetz

Zeitungen im In- und Ausland berichteten über unser Informationsangebot im Internet, zuletzt das Magazin „Geo“. Kompetente Berichterstattung und eine schier unerschöpfliche

Datenbank mit derzeit fast 1.300 interessanten Internet-Adressen zeichnen dieses Angebot aus.

Die Fachzeitschrift „Internet-Magazin“ hält Israelnetz für eines der besten deutschen Angebote im Internet.

### Kürzen Sie helfen?

Christlicher Medienverbund KEP  
Postfach 1869  
35528 Wetzlar

Bankverbindung:  
Volksbank Wetzlar-Weilburg e.G.  
(BLZ 515 602 31)  
Konto 10 13 18 1

# Das **proJEKT**

## Videofilme für Rußlands Schulen

### Eine Idee zieht Kreise.

KEP-Medienpreisträger **Fritz Poppenberg** ist Filmemacher in Berlin. Dieser Mann hat einen viel beachteten Film gedreht über die Widersprüche der darwinistischen Evolutionstheorie, die in den Schulen gelehrt wird. „Hat die Bibel doch recht?“ heißt der 45-Minuten-Film. Und nach einer Fülle von Interviews und Beweisen kommt Poppenberg zum Ergebnis: Die Bibel hat wirklich recht. Gott hat die Welt geschaffen!

Die Resonanz nach der Ausstrahlung im Fernsehprogramm des Senders Freies Berlin war enorm. Trotzdem liegt der Film derzeit im Archiv und darf nicht gesendet werden – weil er einigen schlicht nicht ins Weltbild paßt.

Freunde aus der ehemaligen DDR, Jörg Swoboda und Theo Lehmann haben uns gesagt: „Dieser Film muß unbedingt nach Rußland! Russische Lehrer können ihn in der Schule einsetzen. Wir sind in der DDR jahrelang der gottlosen Evolutionslehre ausgesetzt gewesen. Und die Menschen in Rußland auch.“

Wir wollen es wagen: Für die Synchronisation ins Russische und für zusätzliche Sequenzen mit Interviews von gläubigen russischen Wissenschaftlern, die an den Film angehängt werden sollen, sowie einen zusätzlichen evangelistischen Teil über das Matthäus-Evangelium benötigen wir ca. 100.000 Mark. Damit können wir 20.000 Videofilme produzieren.

„Und die Erde war wüst und leer ...“



### Können Sie helfen?

**50 Mark für 10 Videofilme**  
**100 Mark für 20 Videofilme**  
**200 Mark für 40 Videofilme**

Christlicher Medienverbund KEP  
Postfach 1869  
35528 Wetzlar

Bankverbindung:  
Volksbank Wetzlar-Weilburg e.G.  
(BLZ 515 602 31)  
Konto 10 13 18 1

## Heiliges Land 2001

Israelreise des  
Christlichen Medienverbundes KEP und der  
Gemeinde der Christuskirche Lüdenscheid in  
Zusammenarbeit mit  
dem KEP-Korrespondentenbüro Jerusalem



Reisetermin: 22.04. - 04.05.2001  
Mit Pfarrerin Bärbel Wilde (KEP-Vorsitzende)  
Studienleiter Michael Höhn.  
Mitwirkung: Johannes Gerloff (Jerusalem)

## Israel 2000 / 2001

Für Kurzentschlossene:

**30.07. - 13.08.2000 Israel-Erlebnis-Reise**  
für junge Erwachsene/Singles

**25.08. - 08.09.2000 Galiläa 2000**  
Sommerfreizeit mit Pfarrer Konrad Eißler

**06.10. - 20.10.2000**  
**Israelreise zum Laubhüttenfest**  
mit Pfarrer Fritz Ehmendorfer

**22.10. - 05.11.2000 Israel-Erholungsfreizeit**  
mit Lotte Bormuth, Buchautorin aus Marburg

## 27.12.2000 - 03.07.01.2001 Israel-Festreise über den Jahreswechsel

Vorschau 2001:  
25.02.01 - 04./11.03.2001 Israel-Frühlingsreise mit Pfr. Konrad Eißler  
25.03.01 - 08.04.01 Israel „Auf den Spuren der Propheten“  
09.04.01 - 20.04.01 Osterreise ISRAEL  
27.05.01 - 10.06.01 Israel-Pfingstreise und viele weitere Israelreisen das ganze Jahr über !!

## 06.11. - 10.11.2000 und 01.02. - 08.02.2001 Israel-Informationsreise für GRUPPENPLANER

Planen Sie eine eigene Gemeinereise, so sind wir gerne Ihr kompetenter Partner bei Planung und perfekter Durchführung von Israelreisen sowie Reisen nach Jordanien, Ägypten, Griechenland und in die Türkei (Inforeisen für Gruppenplaner auch nach Jordanien, Griechenland und Türkei in Planung).

\*Flüge, Mietwagen, Unterkünfte für  
Individualreisen - ISRAEL und weltweit  
\*z.B. Kibbuz „Fly + Drive“-Programm

Fordern Sie nähere Infos, Prospekte,  
Angebote bei uns an:  
**Schechinger-Tours**  
Im Kloster 33, 72218 Sulz am Eck  
Tel. 07054-5287, Fax 07054-7804  
e-mail: [Schechingertours@aol.com](mailto:Schechingertours@aol.com)  
[www.schechinger-tours.de](http://www.schechinger-tours.de)



# Sky Displays e.K.



## Referenzkunden:

-  CAV - Christlicher Anzeigen Verlag
-  CINA - Christliche Internet-Arbeitsgemeinschaft
-  Gute Bücher für Alle e.V.
-  Idea - Evangelische Nachrichtenagentur
-  KEF - Christlicher Medienverbund
-  OM - Operation Mobilisation
-  EMG - Ring Missionarischer Jugendbewegungen e.V.

- mobile Präsentations- und Messesysteme
- Grafikproduktion
- Acryl- und Profiltrahmen-Sonderbau