

pro



Pop-Star Millane Fernandez:

***Ich lasse
mich nicht
verbiegen!***



KEP-Stand:
4/2 Doppelhalle



Kino-Star:
Mel Gibson



Neuer Star:
Sarah Brendel



Star-Macher:
Tobias Glawion

**Eine gute Beratung
ist durch nichts zu
ersetzen.**

Gut zu wissen, dass wir immer für Sie da sind: unser Angebot deckt alle Ihre Anforderungen in Sachen Versicherungen und Finanzen ab. So können Sie sicher sein, dass wir für jede Aufgabe die richtige Lösung finden.

SIGNAL IDUNA Gruppe
GENERALAGENTUR ACHIM BAUM
Scheidweg 4 ● 35713 Eschenburg
Telefon (0 27 74) 7 30 77
Telefax (0 27 74) 7 30 59

SIGNAL IDUNA
Versicherungen und Finanzen





Liebe Leser,

„Nur schlechte Nachrichten sind gute Nachrichten“, lautet ein Lehrsatz im Journalismus. Das erklärt, warum in den Medien soviel von Katastrophen und Streit zu lesen ist. Und ganz unter uns: Nur immer gute Nachrichten – das wäre doch langweilig. Aber ab und zu soll auch das Gute seinen Platz finden, ohne daß Langeweile Einzug hält. Wenn über Erfolge zu berichten ist und über Menschen, die als Christen ihren Mann (oder ihre Frau) stehen, dann kann das unterhaltsam sein.

Diese Ausgabe von pro soll den Beweis antreten. Wir berichten über Leute von heute, die etwas zu sagen haben. Was hat der Schauspieler Mel Gibson mit dem Fernsehmann Henning Röhl und den Musikerinnen Sarah Brendel und Millane Fernandez gemeinsam? Finden Sie es heraus!

Daneben berichten wir über aktuelle Trends und zeigen Hintergründe auf. Daß unser Magazin diesmal einen recht „jugendlichen Touch“ hat, liegt am großen Jugendkongreß „Christival“, der Anfang Oktober in Kassel stattfindet. Wir haben die ganz große Hoffnung, daß viele junge Menschen Orientierung für ihr Leben finden – durch den Glauben an Jesus Christus. Übrigens: Unser KEP-Mitarbeiter Egmond Prill ist verantwortlich für die Pressearbeit des Christivals. Wir sind auch mit dabei und wollen einige tausend Ausgaben der pro „unter die Leute bringen“. Besuchen Sie uns am Stand 4/2 (Doppelhalle).

Wenn Sie weitere Exemplare nachbestellen möchten, rufen Sie einfach an unter (0 64 41) 9 15-151. Wir freuen uns über jede Nachbestellung.

Herzlichst Ihr

Wolfgang Baake

Wolfgang Baake

Der aktuelle Musiktipp

Daß er „Noch nicht genug“ hat vom Liederschreiben ist gut so. Jürgen Werth hat mit seiner neuen CD zwölf zum Teil sehr persönliche Lieder über den Glauben und das Leben vorgelegt. Texte mit persönlichen Bekenntnissen, detailvollen Momentaufnahmen oder Gebeten in Liedform wie „Wenn du schweigst, Herr, will ich schweigen“.

Jürgen Werths Talent, in seinen Liedern nicht nur mit Noten, sondern auch mit Worten zu spielen, zeigt sich in vielen Stücken: „Und wiegt die Schuld auch noch so schwer, und wiegt der Glaube noch so leicht. Du bist Vergebung, das Zuhause, die offene Tür, wir kommen gerne heim zu dir.“ Nur eine von vielen Sprachpointen, die man so schnell nicht vergißt.

Auf seiner inzwischen neunten Solo-Produktion erhält Werth die professionelle Unterstützung von bekannten Instrumentalisten, darunter Helmut Kandert,

Peter Schneider oder Carlos Roncal. Das garantiert eine gehörige Portion musikalischen Ohrenschaumes.

Wer also eine CD von Jürgen Werth kauft, bekommt nicht nur eine Ansammlung von Liedern, sondern erhält auch Geschichten zum Mithören, die bewegen und ermutigen. Ein Wert(h)paket, das sein Geld wert(h) ist. *Andreas Dippel*

Jürgen Werth: Noch nicht genug.
ERF Verlag (Wetzlar), 16,90 Euro



Inhalt

Titelthema:	
Millane: Aufrechter Pop-Star	4
Musik:	
Die Frommen kommen!	6
Interview:	
Promotor Tobias Glawion	7
Kino:	
Mel Gibson ist fromm	8
Nachruf:	
Johannes Nitsch	9
Fernsehen:	
Bibel.TV startet	10
Uwe motzt:	
Bibeltreuer Bierernst	12
Computer:	
Ballerspiele im CVJM?	14
Wort zum Sonntag:	
Andrea Schneider hört auf	16
Kommentar:	
Diagnose: „Pfui Deifel“	17
Salto Mediale:	
Kurioses & Nachdenkliches	18
Zwischenruf:	
Gott ist kein Zapper	20
Werbung:	
(Schmuddel) eMail für Dich	21
Merchandising:	
Angriff auf den Geldbeutel	22
Auf ein Wort:	
Bibelstudium	23



Titelfoto:
Archiv

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: Margarete Kupsch-Loh
Stellvertreter: Ulrich Effing
Geschäftsführer: Wolfgang Baake
pro-Redaktion: Christoph A. Zörb (Leitung),
Egmond Prill, Michael Höhn,
Norbert Schäfer, Andreas Dippel
eMail: pro@kep.de; editor@israelnetz.de
Internet: www.kep.de; www.israelnetz.de;
www.cma-medienakademie.de
Satz/Layout: MedienDesign Brigitte Dannert
Bildbearbeitung: CAV Wetzlar GmbH
Martin Wiemers, Achim Weiß
Druck: Dierichs Akzidenz, Kassel
Bankverbindung: Volksbank Wetzlar-Weilburg
Kto.-Nr. 1013 181, BLZ: 515 602 31
Dauer-Beihfeiter: der israelreport



Die „echte“ Millane :
ein Foto aus dem
Familienalbum

Foto: privat

Nicht einmal die „No Angels“ waren so schnell oben wie Millane Fernandez

Kein Popstar um jeden Preis

Weil sie um ihren Ruf fürchtete, verzichtete ein Christin erst einmal auf die große Karriere

Das Musikgeschäft ist schnellebig, heißt es. Aber so schnell war noch keine ganz oben. Von heute auf morgen wurde aus der Hamburger Schülerin **Millane Fernandez** ein Popstar. Das Erfolgsrezept damals: BILD, Bohlen und Beten. Dann kam der große Krach. Ohne Zeitung und Produzent plant Millane jetzt den nächsten Karriereschritt – freier, frecher und vor allem frommer. Christoph A. Zörb hat sie getroffen.

Karrierestart im Wohnzimmer. Wenn Jeff Fernandez nicht zufällig einer befreundeten Familie versprochen hätte, für deren kleine Tochter Gospels zu singen, wäre seine eigene Tochter heute eine ganz normale Schülerin. Musik würde sie zu Hause machen oder im Gottesdienst ihrer freikirchlichen Gemeinde. Doch Vater Jeff hatte an diesem Tag die Gitarre dabei – und außerdem Tochter Millane. Das war im Februar 2001. Auf dem Wohnzimmerisch lag die BILD-Zeitung, darin ausgeschrieben der Wettbewerb um die Nachfolge von Teenie-Star „Blümchen“

(Jasmin Wagner). Das wäre doch was, oder? Ein Wort gab das andere – am nächsten Tag lagen Millanes Bewerbungsunterlagen auf dem Tisch der BILD-Redaktion. Zusammen mit 1.100 anderen. Am Telefon mußte sie vorsingen, schließlich kam sie mit 15 anderen in die Endausscheidung, durfte zum Casting. Am Ende wählte die Jury Millane aus. Die Siegerin geriet in die Mühlen der Musikindustrie.

„Ich bin das neue Blümchen“, titelte BILD nach der Wahl. Und weiter: „Sie wuchs unter der Sonne Indonesiens auf. Jetzt will die süße Millane Fernandez aus Hamburg in den Pop-Himmel sprießen. Sie ist das NEUE Blümchen.“ Für sie heuerte BILD Erfolgsproduzent Dieter Bohlen (Modern Talking) an. Für die in Jakarta (Indonesien) geborene Millane veränderte sich alles. Statt Mathe und Deutsch standen Fotoaufnahmen auf dem Stundenplan, bauchfrei mit figurbetontem Top. Sie bekam sogar eine Haarverlängerung. Dabei wurden ihr fremde Echthaarsträhnen angeschweißt. Damals sagte sie: „Mit langen Haaren

gefalle ich mir echt besser.“ Heute mag sie diese Bilder nicht mehr sehen. Lobende Worte mußte sie auch für die Hits finden, die Bohlen geschrieben hat-



Foto: dpa

Millane und Dieter Bohlen:
Das war einmal.

te. Dabei wollte sie schon alles hinwerfen, als das erste Demoband im Briefkasten lag. „Mit Musik und der Stimme von Dieter darauf“, erzählt Millane. Der Titel: „Boom Boom (Baby Boom Boom)“. Für die damals 14jährige ein klarer Fall: „Ich singe das nicht.“ Gospel, Rhythm and Blues oder Soul – aber so einen Blödsinn? Nein danke! Zu diesem Zeitpunkt war schon klar, daß das „neue Blümchen“ in weniger als einer Woche vor einem Millionenpublikum im Fernsehen auftreten sollte – mit „Boom, Boom“.

Was tun? „Wir haben uns zu Hause hingesetzt und gebetet, daß Gott ihr Weisheit schenken soll“, erzählt Vater Jeff, ein Ingenieur. „Vor jeder Entscheidung fragen wir erst Gott. Wir waren so weit, daß wir gesagt haben: Wenn die Sache platzen muß, dann soll sie eben platzen.“ Doch sie „platzte“ nicht. Millane sagte „ja“. Tags darauf stand sie im Studio und spielte das Lied ein. Ein Tanzlehrer, der schon Michael Jackson und Jennifer Lopez Beine machte, brachte ihr den richtigen Hüftschwung bei. Ohne Lampenfieber trat sie wenige Tage später außer Konkurrenz bei der deutschen Vorausscheidung des Grand Prix Eurovision auf. 14 Millionen sahen zu. „Ich hatte überhaupt keine Angst“, erzählt sie. 25 mal war sie mit „Boom Boom“ im Fernsehen zu sehen, darunter der bemerkenswerte Auftritt bei Stefan Raabs „TV-Total“. Raab hatte Dieter Bohlen gesagt: „Deine Kleine kann sowieso nicht singen.“ Dieter hat das Gegenteil behauptet. Also hat mich Stefan Raab singen lassen“, erzählt sie. Zur Ukulele, einem Saiteninstrument, sang sie „Boom Boom“ live und „unplugged“. „Top of the Pops“, „Popkomm Gala“, „The Dome 19“, „Bravo TV“ und „ZDF-Fernsehgarten“ – Millane auf allen Kanälen. Und am Wochenende sorgte ein Privatlehrer dafür, daß Algebra und Grammatik auf Realschulniveau blieben. Ihre Debüt-Single blieb 18 Wochen in den Charts (Hitparade) und verkaufte sich weitaus besser als das Siegerlied der deutschen Grand Prix-Vorausscheidung. Bergeweise Post erreichte die Sängerin, darunter nicht wenige Liebesbriefe. In der Schule konnte sie kaum mehr auf den Pausenhof gehen, ohne umringt zu sein von Mitschülern. Auch der zweite Titel stieg im Spätsommer 2001 in den Charts schnell nach oben. Nach „Boom Boom“ jetzt „Dam Dubi Dam (I miss you)“. Wieder wollte Mil-

lane das flache Liedchen von Bohlen nicht singen. Wie lautet der nächste Titel: „Da Di Da Du“, oder was? Vater Jeff intervenierte jetzt, forderte bessere Texte, gab Anregungen für einen anderen Musikstil, der besser zu seiner Tochter passe. Außerdem sollte Millane nicht länger als verführerische Lolita dargestellt werden. Die Plattenfirma antwortete nicht. Nach mehreren Briefen schaltet der Vater einen Anwalt ein. Daraufhin redet Produzent Dieter Bohlen. Der 15jährigen erklärte er unverblümt: „Ich habe keinen Bock mehr auf Dich.“ Und überhaupt sei die junge Dame „zickig“.

Jetzt reichte es der Familie Fernandez. Weil die Plattenfirma nicht einlenkte, kündigte der Vater den Vertrag. Keine dritte Single, kein Album, keine anzüglichen Fotos mehr. Oder, wie Millane sagte: „Ich habe keine Lust mehr auf den Dam-Dubi-Dam-Kram“. Für Bohlen klang das wie: „Nie wieder Dieter!“ Der Erfolgsproduzent schlug zurück. Nicht die Familie Fernandez, sondern er selbst habe die Zusammenarbeit beendet.

Einem Spezi, der für die BILD-Zeitung Showgeschichten schreibt, diktierte Bohlen Anfang Januar dieses Jahres: „Es ging einfach nicht mehr. Millane hatte wirklich einen Supervertrag, aber das war ihr und ihren Eltern einfach nicht genug“, beschwerte sich Bohlen. Die junge Sängerin habe überall mitreden wollen und habe viele Leute, einschließlich ihn (Bohlen) vor den Kopf gestoßen. „Ich habe echt keine Lust mehr, mich für sie zu engagieren“, so Bohlen. Vielleicht sei sie noch ein bißchen zu jung für den Job. Die Bildunterschrift zur Bohlens Rauswurf-Lüge: „Süße 15: Millane ist Deutschlands jüngster Popstar. Und ein bißchen zickig.“ Der „gute Rat“ in der Überschrift: „Pop-Prinzessin, heb nicht ab!“ Eine Frechheit.

„Was ich verdient habe, darüber kann man nur lachen. Dieter Bohlen hat bestimmt das Zehnfache bekommen. Aber mir ging es nie ums Geld. Ich bin keine Diva“, sagte sie der Hamburger Morgenpost. „und ich möchte mit 15 nicht immer das sexy Girl spielen müssen. Das bin ich nicht und dazu kann mich niemand mehr zwingen.“

Ihr versöhnlicher Abschiedsbrief an Bohlen lautete: „Lieber Dieter, (...) Sicherlich haben wir beide unterschiedliche Vorstellungen über Musikstil und

Lieder, die ich gerne singen würde. Es tut mir leid, wenn daraus Enttäuschungen bei Dir ... entstanden sind.“ Und weiter: „Ich möchte so gerne mit ... Freude und Gelassenheit singen und keinen Streß haben ... Meine herzlichen Grüße an Estefania und Gott segne Euch.“ Bohlen keilt zurück. Sein „modern Talking“ liest sich so: „Wenn es nach Charakter geht, dürfte eigentlich kein Mensch mehr eine Platte von diesem Mädchen kaufen. Die größte Enttäuschung meines Lebens.“

Millane spricht auch heute noch kein schlechtes Wort über Bohlen, aber sie ist verletzt. Noch immer bekommt sie viel Fanpost, tritt auch regelmäßig auf. Die Veranstalter wollen immer noch „Boom Boom“ und „Dam Dubi Dam“ hören. Die Karriere geht weiter. Und auf CD wird sie auch wieder zu hören sein. Zu Hause schreibt sie Lieder – mit eigenen Texten und eigenen Kompositionen. Sie verhandelt mit Plattenfirmen. Ihr Traum: Mit Xavier Naidoo ein Lied einzuspielen. „Mit meiner Musik will ich Gott verherrlichen“, sagt die heute 16 Jahre junge Hamburgerin, die kein Popstar um jeden Preis sein möchte.

Anzeige

CMA-Termine

27.-29.9., Karlsruhe

■ Aus der Traum? Entdecken Sie neue Lebensperspektiven für den Beruf!

Seminar für Führungskräfte aus Wirtschaft und öffentlicher Verwaltung. Kein Erfolgstraining, aber ein Seminar, das Wege aus dem „Burnout“ zeigt und Strategien vermittelt, um das „Aus-brennen“ zu vermeiden.

16.-17.11., Karlsruhe

■ „Träume nicht Dein Leben – Lebe Deinen Traum“

Beruf(ung)sfindungs-Seminar für Berufstätige, wegen der großen Nachfrage mit einem zusätzlichen Termin. Themen: Gaben auf dem Prüfstand / Angestellt oder selbständig? / Defizite im Job / Stellenwechsel / Berufswechsel

Weitere Infos und Anmeldung:

Christliche Medien-Akademie

Fon: (0 63 31) 7 45 95

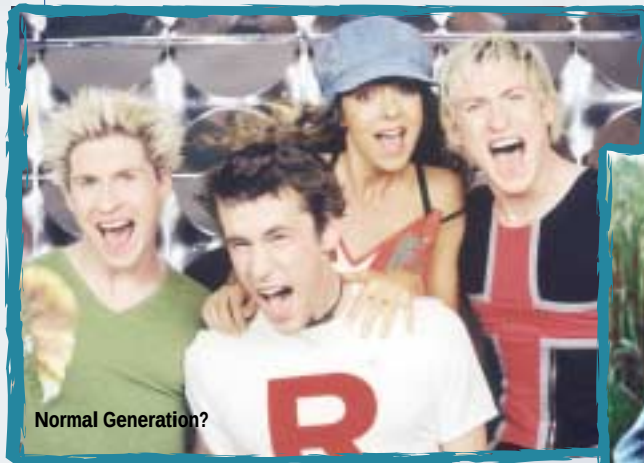
Fax: (0 63 31) 7 45 96

eMail: cma@kep.de

www.cma-medienakademie.de

Sonderpreise für Schüler, Studenten, Soldaten und Zivildienstleistende

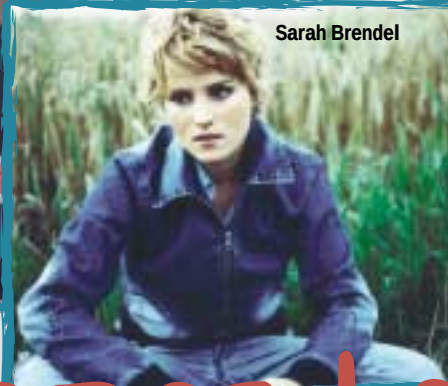
Musikszene: Nach „Sex, Drugs & Rock'n'Roll“ ...



Normal Generation?



Claas P. Jambor



Sarah Brendel



Beatbetrieb

Die Frommen kommen!

Trendwende – auch in Deutschland verkauft sich christliche Musik immer besser

„Warum sollte der Teufel die ganze gute Musik haben?“ So provozierte Cliff Richard vor vielen Jahren die christliche Musikbranche. Sein Appell: „Auf, in die Charts!“ Doch dort blieb „Sir Cliff“ allein auf weiter Flur. Und auch nur seine säkularen Platten schafften es ganz nach oben, die christlichen nicht. Viele Jahre verkauften sich christliche Alben lediglich innerhalb der frommen Szene. Und wenn sie es doch in die säkularen Läden schafften, blieben sie oft Ladenhüter. Die Trendwende begann in den Vereinigten Staaten mit Künstlern wie Amy Grant oder Michael W. Smith, die auch den säkularen Markt eroberten. Heute zählt die christliche Band P.O.D. längst nicht mehr nur in Amerika zu den „großen Nummern“.

Doch auch in Deutschland tut sich was. Im vergangenen Jahr waren es „Normal Generation?“, in diesem Sommer sind es „Beatbetrieb“ und der „musikverrückte Jesus-Junkie“ Sarah Brendel: Christliche Popmusiker erobern die deutschen Hitparaden. Ihre Videoclips werden tagaus tagein in Fernsehsendern wie RTL, MTV und Viva gespielt. Aktionen wie „Gott in die Charts“ oder „Mit Gott zum Grand Prix“, die mit höchstem kirchlichen Segen gestartet wurden, haben christliche Musik aus ihrem Ghetto herausgeholt und salonfähig gemacht. Millionen Fernsehzuschauer verfolgten im Frühjahr, wie die Christencombo „Nor-

mal Generation?“ den dritten Platz beim Vorausscheid für den europäischen Schlagerwettbewerb „Grand Prix d'Eurovision“ belegte – und damit altgediente Stars wie die Kelly Family oder Nino de Angelo in den Schatten stellte. Und plötzlich wachen auch die säkularen Medien auf: ZDF und WDR, der öster-

Immer wenn du ein Gebet zum Himmel schickst, hört Gott dich. Das glauben wir von Beatbetrieb.

reichische ORF und das ARD-Magazin „Polylux“, Spiegel, Süddeutsche Zeitung und Focus bringen ausführliche Reportagen über Gottes fröhlich-fromme Sänger, die unbefangen über sexuelle Enthaltsamkeit vor der Ehe reden oder ihren Gebeten die Qualitäten eines Ohrwurms verleihen. Ist es also vorbei mit der alten „Sex & Drugs & Rock'n'Roll“-Herrlichkeit? Wird Jesus der neue King of Pop, der Heiland des Music-Bizz?

Tobias Glawion, „Head of Promotion“ bei der Hamburger TV- und Medienfirma „ern-Media“, ist davon überzeugt, daß die musizierenden Christen keine Eintagsfliegen sind, die bald wieder in

den Niederungen provinzieller Gemeindehäuser verschwinden. „Wir bringen Gott in die Charts – und die Frohe Botschaft direkt in die Verkaufsregale von Mediamarkt & Co., denn nie war das Thema Religion und Glaube so hitverdächtig wie heute!“, sagt Glawion. Der 33jährige sieht sich selber als „Strippenzieher im Hintergrund“, der Kontakte zu Plattenfirmen wie Polydor oder Europas führendem Independent-Label Zyx Music vermittelt. Unermüdlich bringt er seine Schützlinge ins Gespräch – mit Erfolg. „Keiner von uns in der Company hätte je gedacht, daß eine Band, die eigentlich bis dato nur in der christlichen Szene bekannt war, so gigantisch einschlägt“, jubelte Polydor-Managerin Steffi Zoll beispielsweise nach dem Durchbruch von „Normal Generation?“

Doch bestätigen die Verkaufszahlen Glawions Optimismus? Noch ist das Heulen und Zähneklappern nicht verklungen, das kürzlich die internationale Musikmesse „Popkom“ in Köln beherrschte. Allenthalben wurde über Rekordumsatzabbrüche und fehlende Musikerpersönlichkeiten gejammert. Glawion verweist auf die USA. Hier liegt religiös motivierte Popmusik offensichtlich im Trend: Im vergangenen Jahr gingen fast 50 Millionen christliche CDs über die Ladentische – zwölf Prozent mehr als im Jahr 2000. Jeder fünfte amerikanische Teenager kauft Musik frommer Interpreten.

Musik-Promotor Tobias Glawion im pro-Interview

Nicht unter die Räder kommen

Tobias Glawion (Foto) zieht die Fäden, wenn christliche Musiker bei säkularen Plattenfirmen unterschreiben. Freundlich im Stil und knallhart in der Sache zeigt er der Musikbranche, daß sich Fromme nicht über den Tisch ziehen lassen. Doch bietet der Marktanteil christlicher CDs wirklich Anlaß, die Träume in den Himmel fliegen zu lassen? Schließlich liegt er immer noch erst bei 6,5 Prozent. Uwe von Seltmann hat nachgefragt.

pro: Herr Glawion, Sie machen Werbung für christliche Popmusiker. Wann treffen wir Sie auf dem Arbeitsamt?

Glawion: (lacht) Wieso?! Suchen Sie etwa einen Job?! Ich kann helfende Hände und schlaue Köpfe sicher bald dringend brauchen.

pro: Warum sollen ausgerechnet christliche Musiker Erfolg haben?

Glawion: Gegenfrage: Warum sollten christliche Musiker keinen Erfolg haben? Über eines sind wir uns doch völlig im klaren: Erfolg wird nur der religiös inspirierte Musiker haben, der sich qualitativ nicht hinter anderen Stars verstecken muß. Der religiöse Background eines solchen Hitlieferanten wird dann aber schnell zu einem echten Mehrwert, nach dem sich die gebeutelten Plattenfirmen die Finger schlecken.

pro: Womit erklären Sie sich das Interesse an Popmusik mit religiösen Inhalten?

Glawion: Auf jeden Trend folgt ein Gegentrend. In den letzten Jahren war es hipp, gegen alles zu sein, das nur den Anschein von Tradition hatte – und dazu gehört eben auch der Glaube. Jetzt wird wieder nach dem „Sinn des Lebens“ und den Wurzeln des christlichen Glaubens gefragt. Die jüngste Shell-Jugendstudie zeigt, daß klassische Werte wie Familie, Treue, Ehrlichkeit und auch Glaube bei der Viva-Generation wieder erstrebenswerte Ziele sind. Logisch also, daß sich Interpreten wie Xavier Naidoo, Glas-Haus, Nena, Normal Generation? etc., die genau dieses Themenspektrum aufgreifen, vor Erfolg kaum retten können.

pro: Sie arbeiten überwiegend mit säkularen

Labels zusammen. Was ist mit den christlichen Verlagen los? Sind die in einen Dornröschenschlaf versunken?

Glawion: Wenn es so etwas wie eine Nische in der Nische gibt, dann haben die christlichen Verlage hier in Deutschland genau diese Ritze der Belanglosigkeit gefunden. Was nützen denn markige Slogans wie: „Your Music can make a difference“ oder „Good Music“, wenn



Musik und Message von der breiten Öffentlichkeit nicht wahrgenommen werden? Wenn ich also „Gott in die Charts“ bringen will, dann muß ich dafür sorgen ...

pro: ... daß christliche Musik im Radio gespielt wird, um die von Ihnen erwähnte „Generation Viva“ zu erreichen.

Glawion: Genau so ist es. Zweitens müssen die CDs zu vernünftigen Preisen im Laden zu haben sein. Die christlichen Verlage scheinen das nicht auf die Reihe zu bekommen. Also bleiben Polydor, Zyx etc. für mich weiter die erste Wahl.

pro: Besteht nicht die Gefahr, daß christliche Künstler im Moloch Musikindustrie ihre Seele verlieren? Verkommt ihr Glaube nicht zum kulturellen Junk-Food?

Glawion: Nehmen wir doch mal das Beispiel Sarah Brendel. Ihre Hit-Single „Be With You“ hätte eigentlich Titel-Song des Constantin-Films „Wie die Karnickel“ werden sollen. Da es in diesem Kinostreifen vor allem um Sex geht, haben wir und Sarahs Manager Ralf Schroeter diesen Deal jedoch abgelehnt. Das Erstaunliche: Obwohl ein solcher Film fast schon eine Garantie für einen

Chart-Erfolg ist, hat die Plattenfirma unsere Entscheidung akzeptiert und mit getragen. Und genau darin sehe ich als Promoter auch meine Aufgabe: Dafür zu sorgen, daß die Künstler nicht unter die Räder kommen.

pro: Hören wir also auch in zehn Jahren noch Popmusik mit christlichen Texten?

Glawion: Niemand weiß, welcher rückte Musiktrend in zehn Jahren up to date sein wird. Vielleicht ist es dann ja in, das Tanzbein zu „Schweinegegrunze“ und „Elefantengetröte“ zu schwingen. In einem aber bin ich mir sicher: Gute Musik, die einer ehrlichen Musikerseele entspringt, wird auch in Zukunft ihr Publikum finden.

pro: Das Schweinegegrunze möge uns erspart bleiben. Verraten Sie mal, wer als nächstes den Durchbruch schafft?

Glawion: Es gibt einige Geheimtips die schon jetzt in den Startlöchern stehen, um mit der „Frohen Botschaft“ die Charts zu stürmen. Allen voran die bereits erwähnte Stuttgarter Band „Beatbetrieb“, die mit ihrem Song „Wenn Du es so willst“ beim Musiksender MTV gerade für Furore sorgt. Aber auch „Sarah Brendel“ mit ihrem RTL-Spot zum Christival. Dazu kommen Newcomer wie „Claas P. Jambor“, „All41“, „Hutch“, „Millane Fernandez“ und, und, und – ich glaube, es wird ein spannender Herbst werden.

pro: Herr Glawion, wir danken Ihnen für das Gespräch.



Sarah Brendel

Mel Gibson – die Ausnahme unter Hollywoods Schauspielern

Von „Mad Max“ zu „Good Jesus“



Foto: dpa

Er ist ein Ausnahmeschauspieler in jeder Hinsicht: Er sieht gut aus, hat unglaublichen Erfolg und ist seit 22 Jahren mit der gleichen Frau verheiratet. Allein diese Aufzählung machte aus **Mel Gibson** schon einen Exoten in Hollywood. Doch es kommt noch besser: Er hat sieben Kinder und ist fromm. Er spielte in Action-Filmen wie „Mad Max – der Vollstrecker“. Jetzt will er einen Film über Jesus machen. Mel Gibson als Schauspieler, Regisseur und Produzent. „Passion“ lautet der Titel. Im nächsten Jahr soll es losgehen.

■ Martin Mandt

Der 1956 in Peekskill im US-Bundesstaat New York geborene Mel Columcille Gerard Gibson wurde 1985 als erster vom „People Magazine“ als „Sexiest Man Alive“, (erotischster lebender Mann) gekürt. 1990, 1991 und 1996 wurde er vom „People Magazine“ als einer der 50 schönsten Menschen der Welt gewählt. Im „Empire Magazine“ belegt er Rang 37 der 100 erotischsten Stars der Filmgeschichte. Allem zum Trotz sagte er in einem „People“-Interview, man solle bei Mel Gibson lieber an den Vater, statt an den Star denken. Das Magazin beschreibt, wie er sich um die Kinder kümmert: Kein Chauffeur holt die Sprösslinge von der Schule. „Da sitzen 'Mom und Dad' am Steuer“. Wie die meisten Kinder bringen auch Tochter Hannah (17), die Zwillinge Christian

und Edward (16), Will (14), Louis (10), und Milo (8) ihre Freunde mit nach Hause. Die werden dann vom Papa begutachtet – wie in jeder anderen amerikanischen Familie auch. Mel setzt seine höchste Priorität auf die Familie. Da kommt es schon mal vor, daß er sich mit der ganzen Bande über „Wallace & Gromit“, animierten britischen Kentfiguren, vor der Glotze schieflacht. Zu manchen seiner Drehtermine kommt die Familie sogar mit. Jim Van Wyck, einer der ausführenden Produzenten des Gibson-Actionfilms „Lethal Weapon 4“ sagt: „Da gibt es keine Kindermädchenparade. Die Kinder benehmen sich einfach und scheinen sich am Set wohl zu fühlen.“

Mel Gibson wird zudem allgemein als sehr religiös und gläubig beschrieben. Er ist gegen Geburtenkontrolle und setzt sich aktiv gegen Abtreibungen ein, besucht eine Kirchengemeinde. Auch die Kinder begleiten ihre Eltern an den meisten Sonntagen zur Kirche. Die religiöse Prägung erhielt Mel von seinem Vater Hutton, der 1968 mit seiner 13köpfigen Familie in die Heimat seiner Frau Ann, nach Australien, auswanderte, um seine ältesten Söhne vor der Einberufung zum Vietnam-Krieg zu schützen. Hutton Gibson selbst diente zwar im Zweiten Weltkrieg, war aber immer von religiöser Überzeugung und wollte sogar mal Priester werden.

Da ist es nicht weiter verwunderlich, daß Gibson Junior an einem Film über Jesus Christus arbeitet. Dabei reiht er sich in eine Galerie von Filmen ein, die das Leben des „außergewöhnlichen Rabbis“ darstellen. Einen geeigneten Drehort, der dem Heiligen Land zur Zeit von Jesus so ähnlich wie möglich sein soll, hat Gibson bereits in Italien gefunden. Noch sind die Aussagen über die Vorberreitungen widersprüchlich.

Mal liest man, Gibson wolle auf jeden Fall produzieren und eventuell die Hauptrolle spielen, dann wieder, er wolle vielleicht die Regie übernehmen. Das interaktive Magazin „movies.go.com“ meldet, Jim Caviezel („Der Schmale Grat“) solle die Hauptrolle bekommen.

Fest steht, daß der Film bereits geplant wird und für voraussichtlich 2003 angekündigt ist. Zwar sind noch keine Studiohallen für den Film frei geräumt (auch nicht bei „20th Century Fox“, der Basis für Gibsons Produktionsfirma „Icon Prods“), aber Gibson bastelt schon kräftig an seinem Projekt herum. Laut der italienisch-katholischen Zeitung „Avvenire“ hat er sich schon mit hohen theologischen Vertretern und Offiziellen der Kirche wegen des Films in Verbindung gesetzt.

Derzeit kämpft Mel Gibson in dem Mystery-Streifen „Signs – Zeichen“ in deutschen Kinos gegen mordlustige Außerirdische. Er mimt einen nicht mehr praktizierenden „Reverend“.

Berühmte Jesus-Filme

König der Könige (C.B.Demille,1927); König der Könige (Nicholas Ray, 1961); Die größte Geschichte aller Zeiten (George Stevens,1965); Jesus Christ Superstar (Norman Jewison, 1973); Jesus von Nazareth (Franco Zeffirelli, 1977); Jesus (John Krish & Peter Sykes, 1979); Jesus (Roger Young, 1999)

Gibsons Filmographie

1977: Summer City; 1979: Mad Max; 1979: Tim – Kann das Liebe sein?; 1980: Die grünen Teufel vom Mekong; 1981: Gallipoli; 1981: Mad Max 2 – Der Vollstrecker; 1982: Ein Jahr in der Hölle; 1984: Die Bounty; 1984: Menschen am Fluß; 1984: Flucht zu dritt; 1985: Mad Max 3 – Jenseits der Donnergabel; 1987: Lethal Weapon; 1989: Lethal Weapon 2; 1989: Tequila Sunrise; 1990: Ein Vogel auf dem Drahtseil; 1990: Air America; 1990: Hamlet; 1992: Lethal Weapon 3; 1992: Forever Young; 1993: Der Mann ohne Gesicht; 1994: Maverick; 1995: Braveheart; 1996: Kopfgeld; 1997: Fletcher's Visionen; 1998: Lethal Weapon 4; 1999: Payback, Zahltag; 2000: The Million Dollar Hotel; 2000: Der Patriot; 2000: Hennen Rennen – Chicken Run (Stimme); 2000: Was Frauen wollen; 2002: Wir waren Helden; 2002: Signs – Zeichen

Johannes Nitsch (1953 bis 2002)

Die Nachricht trifft uns wie ein Schlag ins Gesicht: Johannes Nitsch lebt nicht mehr. Der begnadete Pianist, Komponist und Allround-Musiker starb im Krankenhaus. Von den Nachwirkungen einer Krebsoperation erholte er sich nicht mehr. Am 5. September um 13:10 Uhr hörte sein Herz auf zu schlagen. Er wurde 49 Jahre alt.

Fünf Tage zuvor hatte er seinen letzten Auftritt. In der Kirche von Bernstadt bei Ulm spielte er auf der Hochzeit eines guten Freundes. Schon gezeichnet von der schweren Krankheit, aber vergnügt und lebenslustig. Wer ihn dort sah, sagte: „Der schafft das!“ Er schaffte es nicht. Zurück bleiben in Haiger-Langenaubach Ehefrau Anneliese und die Söhne Christian und Clemens.

Anfang September wollte er einige Tage im Studio verbringen – Aufnahmen für die ProChrist-CD standen an. Im Oktober wollte er mit Carlos Martinez zu einer „PianOmime-Tour“ aufbrechen, Konzerte in Skandinavien standen auf dem Programm. Noch vor wenigen Wochen hatte er geschrieben: „Zur Zeit freue ich mich auf meinen bevorstehenden Urlaub. Die Arbeit der letzten Monate war doch sehr anstrengend und eine schöpferische Pause tut gut. Einfach mal die Beine und Seele baumeln, auftanken und nach neuen Ideen fassen. In den nächsten Monaten stehen die Vorbereitungen für ProChrist in meinem Kalender. Hierfür kann ich Ihre und vor allem Gottes Unterstützung gut gebrauchen.“

Zum Malen genügte Johannes Nitsch ein Flügel. Farben, Formen, Bilder und Gefühle flossen ihm nur so aus den Fingern. Er zeichnete Stimmungen, ließ Töne tanzen. Als Sechsjähriger übte er bereits auf dem Piano. Mit 17 Jahren begann er nach einer Begabtenprüfung vorzeitig das Musikstudium an der Folkwang-Hochschule für Musik in Essen. Fast 31 Jahre lang war er musikalisch unterwegs. Er prägte die christliche Musikszene durch Musicals wie „David“, „Jona“, „Josef – eine Traumkarriere“ und Konzeptwerke wie „Begegnungen“,



„Drei Tage“, „Felsenfest“, „Folgen“ und „Hoffnungsland“. Internationale Künstler scharte er für die Erfolgsproduktion „Christmas Colours“ um sich. Er brachte „Ten Sing“ nach Deutschland, eine Jugendchorarbeit innerhalb des CVJM.

Zigtausende haben ihn erlebt als Musikchef von ProChrist – einer per Satellit übertragenen Veranstaltungsreihe. Mit der thüringischen Pastorin Christine Rösch und der Klinik Hohe Mark/Oberursel entstand das mutige Projekt „Lieder wi(e)der die Angst“. Konzerte gegen Gewalt und Machtmissbrauch. Auf zahlreichen KEP-Veranstaltungen trat er auf, meist gemeinsam mit Eddy Gauntt.

Johannes hatte das „Absolute Gehör“ – mit verbundenen Augen hätte er genau den Ton bestimmen können, der auf dem Klavier angeschlagen wurde. In manchen Nächten während ProChrist-Veranstaltungen schrieb er die Partituren für den nächsten Tag, ohne ein Instrument. Es paßte immer – und mehr

*Zum Malen
genügte Johannes
Nitsch ein Flügel.
Farben, Formen,
Bilder und
Gefühle flossen
ihm nur so aus
den Fingern.*

als das. Der große Künstler, der viele hunderttausend Menschen mit seinen Tönen begeisterte, war auch ein großer Mensch – und hatte immer ein gutes Wort. So wollen wir ihn im Gedächtnis behalten. Seine Musik lebt weiter. Und Johannes – das ist tröstlich – spielt jetzt sicher vor Gottes Angesicht.



Auch das gehört zum Programm: Vorlesen aus der Bibel.

Wer bislang immer wieder geduldig auf das „Wort zum Sonntag“ (ARD), den Gottesdienst am Sonntagmorgen im ZDF oder die TV-Produktionen des Evangeliums-Rundfunks gewartet hat, um endlich auch mal Christliches auf dem heimischen Fernsehgerät zu betrachten, wird bald weniger Geduld aufbringen müssen. Am 1. Oktober startet Bibel.TV im digitalen Fernsehen – und wird damit der erste Sender in Europa, der die „Frohe Botschaft für die Mattscheibe“ rund um die Uhr in die Wohnzimmer bringt. Doch Pfarrer und deren Kolleginnen in Aktion, Laienprediger und Pastoren, sekundengenau durchgeplante Gottesdienste oder Andachten sucht man auf Bibel.TV vergebens. Hier ist die Heilige Schrift Programm.

Bibel.TV startet am 1. Oktober im digitalen Fernsehen

„Frohe Botschaft für die Mattscheibe“

■ Andreas Dippel

Henning Röhl (57), bis zum Frühjahr 2001 noch Fernsehdirektor des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) und erfahrener Journalist, will der christlichen Botschaft durch Bibel.TV endlich wieder mehr Platz im öffentlichen und medialen Leben verschaffen. Der jetzige Geschäftsführer von Bibel.TV und seine Mitarbeiter sind überzeugt: Weil es sich bei der Bibel um ein ganz besonderes Buch handelt, das überquillt von Lebensweisheiten, spannenden Geschichten, das Hilfe gibt in Zeiten der Not und vor allem den Weg zu Gott und den Glauben weist – deshalb muß Bibel.TV laufen.

in Bonn-Bad Godesberg von 15 Gesellschaftern Bibel.TV aus der Taufe gehoben. Norman Rentrop stellte ein Stiftungskapital von 14 Millionen Mark zur Verfügung. Damit ist die Sendezeit für die kommenden drei Jahre gesichert. Über das Programm von Bibel.TV hatte der christliche Unternehmer schon damals genaue Vorstellungen. Bibel.TV soll sich auf die Bibel beschränken, also keine Interpretationen, Predigten oder Bibelarbeiten enthalten. So sollen theologische Richtungskämpfe vermieden werden und der Sender auf einer breiten Konsensbasis aller Kriichen stehen. Nur Verfilmungen der Bibel, die sich nahe an die Heilige Schrift halten (wie der Jesus-Film von „Campus für Christus“), soll es geben. Hinzu kommen Bibel-Lesungen, Texteinblendungen mit Landschaftsbildern im Hintergrund, aber auch viel christliche Musik. Daß es beim Programmablauf immer wieder zu Wiederholungen kommt, war von Anfang an so geplant. Denn Bibel.TV bezieht sein Sendematerial überwiegend von Anbietern, die bereits fertiggestellte Filme und Beiträge liefern.

Seit dem 1. September strahlt Bibel.TV jeden Sonntag im Rahmen des Programms von NBC Europe ein eigenes Magazin aus, moderiert von Maren Hoffman-Rothe und Alexandra Beitz. Gleichzeitig wird über Astra ein Testprogramm gesendet, auf dem die Arbeit von Bibel.TV vorgestellt werden soll. Neben dem Magazin laufen die Produktionen für eine wöchentliche Gesprächssendung, die ab Oktober regelmäßig auf Bibel.TV gesendet wird.

Daß bis zum Start von Bibel.TV auch Schwierigkeiten überwunden werden mußten und einiges noch nicht zur vollsten Zufriedenheit läuft, verschweigt Henning Röhl nicht. „Niemand hat sich von organisatorischen, finanziellen und bürokratischen Hürden entmutigen lassen. Immer wieder öffnen sich neue Türen. Dann kommt die Frohe Botschaft endlich per Fernbedienung ins Wohnzimmer“, sagt der Bibel.TV-Chef.



Norman Rentrop (links) und Henning Röhl:
Die Macher von Bibel.TV

Der Bonner Verleger Norman Rentrop legte die Grundlage für Bibel.TV. Für sein Anliegen, das der erfolgreiche Unternehmer viele Jahre durchdachte, erhielt er die Unterstützung von evangelischer, katholischer und freikirchlicher Seite. Menschen sollen die Bibel nicht nur immer wieder lesen, sondern auch im Fernsehen sehen können. Am 11. Januar 2001 wurde

Zur Kontrolle des korrekt eingerichteten Kanals wird schon vier Wochen vor Sendestart, also ab dem 5. September, auf der Bibel.TV-Frequenz ein Bibel.TV-Vorschauvideo zu sehen sein. Wenn Sie dieses störungsfrei empfangen können, steht auch dem Empfang des eigentlichen Programms ab 1. Oktober nichts mehr im Wege.

Ist mein Fernsehgerät fit für den Empfang von Bibel.TV?

Die folgende Checkliste hilft Ihnen auf dem Weg zum störungsfreien Empfang des Bibelfernsehens:

- Besitzen Sie ein digitales Satellitenempfangsgerät? Wenn Sie sich nicht sicher sind, berät Sie jeder Elektronikfachhändler gern. Auch beim Nachrüsten Ihres Geräts mit dieser Technologie ist man dort behilflich.
- Ist Ihre Parabolantenne, die „Satellitenschüssel“, richtig ausgerichtet?
- Bibel TV wird über den Satelliten Astra 2C ausgestrahlt. Dieser befindet sich in Orbitposition 19,2° Ost.
- Folgende Spezifikationen sind für die Programmierung von Bibel.TV wichtig (Einstellung siehe Gebrauchsanleitung):
Transponder: 57, Frequenz: (downlink) 10.832 GHz (oder 10832.25 MHz), Polarisation: Horizontal, Sendenorm: MPEG-2/DVB, Symbolrate: 22.000 ksym/s (oder 22 Msym/s), FEC: 5/6



„Die Idee, der Bibel und dem Christentum einen festen Platz im Fernsehen zu geben, ist sehr zu begrüßen. Denn die Bibel ist für das Abendland das Buch der Bücher: Nicht bloßer Moralkodex, sondern das größte spirituelle Werk über Tod und Leben – unerreicht in der Fülle der Geschichten und Gedanken, Grundlage unserer Kultur, Mentalität und unseres Menschenbildes. Wer die Bibel nicht kennt, blickt blind in Vergangenheit, Zukunft und in sich selbst.“

Kai Diekmann, Herausgeber von BILD und BILD AM SONNTAG, Chefredakteur der BILD

„Dem neuen Bibel.TV wünsche ich vom ersten Sendetag an einen großen und wachsenden Zuschauerkreis. Aus dem Engagement von Christinnen und Christen aus verschiedenen Kirchen ist dieses spannende Experiment entstanden. Innovativ und gleichzeitig den Traditionen verbunden: so wünsche ich mir Kirche. Natürlich wird es Kritik geben nach dem Motto: „Christliche Inhalte in einer Nische, das kann doch nichts werden.“ Wir brauchen aber keinen ängstlichen Rückzug, sondern den Blick auf das Machbare. Und ich bin überzeugt, wenn Bibel.TV christliche Inhalte auf zeitgemäße Weise präsentiert, wird der Erfolg nicht ausbleiben. Und wir als evangelische Kirche werden das unsere dazu tun, daß der Sender bekannt wird.“

Dr. Margot Käßmann, Landesbischöfin der Ev.-Luth. Landeskirche Hannover



Ein kompletter Fernsehkanal für die Bibel – das war überfällig. Ich bin dankbar für die Initiative von Norman Rentrop. Viele haben ihre Ressourcen zusammengelegt. Auch der ERF. Ob sich der Sender auf dem TV-Markt behaupten kann, hängt nicht zuletzt davon ab,

daß das Programm vielgestaltig und alltagsrelevant ist. Wir jedenfalls wollen durch unsere Programme kräftig dazu beitragen. Ich hoffe, daß der neue Sender viele Zuschauerinnen und Zuschauer findet. Vor allem auch solche, für die die Bibel längst ein Buch mit sieben Siegeln ist.

Jürgen Werth, Direktor des Evangeliums-Rundfunks (ERF)

Endlich! Jeder Versuch, unserem gottlosen Volk mit der Botschaft der Bibel auf die Bude zu rücken, ist grundsätzlich zu begrüßen.



Umso mehr, wenn es über den Fernseher läuft. Der steht in allen Hütten und Palästen, im Osten wie im Westen. Bibel.TV wird in die Geschichte eingeben. Dieses Unternehmen ist alle Achtung, Dankbarkeit und Unterstützung wert.

Dr. Theo Lehmann, Jugendevangelist



Kann man allein mit der Bibel einen ganzen Kanal (sinn-)voll kriegen? Ohne daß die Zuschauer sehr schnell den Kanal davon voll kriegen? Und im unüberschaubaren Kanalsalat Aufmerksamkeit kriegen auch über die „fromme Welt“ hinaus? Ich bin ausgesprochen gespannt darauf, wie die Antworten auf diese Fragen aussehen werden. Und bin- und hergerissen zwischen Vorfreude und Skepsis auf das, was da auf uns einflimmern wird. Daß Gottes gutes Wort via moderne Medien mitten im Herzen von Lesern, Hörern, Zuschauern ankommen kann, habe ich oft erlebt, daß er sich durch von Menschen geschriebene Lieder ganz persönlich „zu Wort melden“ kann, merke ich bei vielen meiner Konzerte und als Reaktionen auf CDs. Warum also sollte er nicht auch Bibel.TV nutzen können – ganz egal, ob der neue Kanal auf massenhafte Begeisterung stößt oder durch die Bank abgelehnt wird.

Christoph Zehendner, Politischer Hörfunkjournalist (SWR) und Liedermacher



Uwe motzt: BILD und bibeltreuer Bierernst

„In Germany, humor is no laughing matter“, pflegen die Amerikaner zu sagen; in Deutschland sei Humor nicht zum Lachen. Das ist natürlich ein Klischee. Aber die Reaktion unserer Frommen auf das 50jährige Jubiläum der BILD-Zeitung beweist mir wieder einmal, daß an jedem Klischee etwas Wahres ist.



Ich denke da an jene illustre Medientheologin, die naserümpfend kundtat: Nein, bei der Lektüre „dieeesees Blattes“ lerne sie nun überhaupt nichts, woraus sich extrapolieren läßt,

daß sie weit oberhalb des Volkes schwebt. Fraglos in ihrem Geschäft kein Einzelfall.

In Wahrheit hat ein Jahrmarkt – und nichts anderes ist BILD – einen ungeheuren Informationswert. Freilich gewinnt man ihm wenig Nutzbringendes ab, wenn man sich hoch oben wähnt, jedenfalls nichts, was etwa einem Liederabend oder einer Dichterlesung vergleichbar wäre.

Mir schwant, daß diese Mentalität zum Teil unsere leeren Kirchen erklärt. Der Niedergang des Luthertums läßt sich daran erkennen, daß dem evangelischen Klerus nicht mehr das Luther-Wort geläufig ist, der Prediger habe dem Volk aufs Maul zu schauen. Boulevard-Journalisten sollten in diesem Punkt versierter sein. Allerdings bin ich mir nicht sicher,

ob die Yuppies, die heute BILD leiten, immer das richtige Gespür für den Mann auf der Straße haben. Ihre spießige Kampagne um Bonusmeilen mag zwar bei manchen Lesern vorübergehend angekommen sein; gleichwohl hat sich BILD damit auf terra incognita abgeseilt, will sagen: auf ein Souterrainniveau, dessen Mief seinen Lesern in den letzten 50 Jahren weitgehend erspart geblieben war. Die Stärke von BILD lag bisher darin, wie auf dem Jahrmarkt wuchtig auf den Lukas zu hauen, stattdessen stieg diesmal penetrant der mahnende kleinfürgerliche Zeigefinger auf.

Ich glaube nicht, daß sie damit wirklich an den Herzsträngen ihrer zwölf Millionen Leser zupfen. Wäre dies so, müßte ich, Adenauer zitierend, aufstöhnen: „Die Lage war noch nie so ernst.“ Mir scheint eher, daß die Medientheologin und die BILD-Yuppies zwei Seiten einer und derselben Medaille sind – nennen wir sie Gambrinus-Münze, nach dem Schutzherrn der Bierseligkeit.

Ich für meinen Teil bekenne mich ungeübt als rückwärtsblickender Konservativer. Ich erinnere mich vergnügt der Gründerzeit dieses Groschenblattes, das meine Mitreisenden morgens in ihrer FAZ versteckten, damit die anderen nicht sahen, was sie wirklich lasen. Sie verrieten sich aber dann immer selbst, weil sie von Zeit zu Zeit laut auflachten. Der Wirtschaftsteil der FAZ war gewiß keine Quelle der Heiterkeit. Es muß wohl eine BILD-Schlagzeile gewesen sein.

An dieses Schlagzeilen-Amusement knüpfe ich an, wenn ich mich nun über die dumpfen Gedanken mancher Bibeltreuer zum BILD-Jubiläum aufrege. Ich las zum Beispiel in einer frommen Postille, wie schlimm es doch sei, daß BILD so viel Tamtam um den Dalai Lama mache. Ei, warum tun sie denn das? Weil der Dalai Lama ein heißeres Thema ist als unsere durchweg langweiligen Kirchenführer (sehen wir einmal von Margot Käßmann ab). Phantasieren wir doch einmal darüber, was in Hamburg, Axel-Springer-Platz 1, geschähe, wenn's anders wäre. Stellen wir uns vor, die neuerdings reumütige Maria Jepsen scherte sich nach Lama-Art den Kopf, legte ein Büßergewand an, ließe aber neckisch

ihren rechten Arm bis oben an die Schulter frei und sandalte verklärt lächelnd über den Jungfernstieg. Ich würde auf meine Veteranenrechte pochen, um am nächsten Morgen zur Schlagzeilenkonferenz in die BILD-Chefredaktion eingeladen zu werden! Dort würde sich dann etwa folgendes abspielen:

Sagt einer: „Jungs, ich hab' schon die Überschrift: Jaaa! Unsere Bischöfin – jetzt ganz oben ganz ohne“.

Ein anderer: „Du, das ist schaurig schön – aber vielleicht doch zu niederträchtig. Wie wär's mit: ‚Jetzt endlich! Bischöfin Jepsen mit küblem Kopf?‘“

Ein Dritter: „Zu intellektuell, Doktor! Das mußt Du beim Lesen zweimal denken. Ich sage einfach: ‚Kable Maria in Büßerkutte!‘“
„Du, diese Zeile singt nicht!“ ruft der erste.
„Der fehlt der Widerbaken“, gibt der zweite zu bedenken.
„Ich hab's“, jubelt eine leitende Redakteurin: „Bischöfin schwört: Nie wieder Vidal Sassoon!“ Unterzeile: „Aids-Hilfe kriegt das Ersparte.“

Der erste: „Also, nach Sassoon sieht Jepsens Frisur aber nicht aus.“ Die Redakteurin: „Das wissen aber die Leute nicht.“

Ich gebe zu: Dies sind die Tagträume eines alten Kämpfers, der aber soviel weiß: Was immer auch in frommen Köpfen rumoren mag – BILD ist keine Kirchenzeitung und somit nicht zur Mission verpflichtet; wäre dies anders, könnte Friede Springer ihren Altlutheranern kaum mehr als eine gelegentliche Kleinanzeige spendieren.

Andererseits wird Frau Springer wenig Freude an diesem Dukatenesel haben, wenn er, statt Schillerndes zu emittieren, nur noch Mief von sich gibt. Daher mein Ruf aus Amerika: „Lighten up!“ – werdet heiterer! Konrad Adenauer hatte ja recht: Die Lage war noch nie so ernst. Aber so ernst ist sie nun auch wieder nicht.

Anzeige

Wünschen Sie sich einen gläubigen Ehepartner?

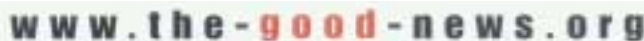
- bewährt, diskret, auf Unkostenbasis
- über 5000 partnersuchende Christen
- jährlich 150 erfolgreich vermittelte Teilnehmer

Unverbindliche Infos unter „Info 29“:
cpd, Glockwiesenstr. 5, 75217 Birkenfeld, Tel. (0 72 31) 47 21 64, Fax - 63
www.cpdienst.de
eMail: zentrale@cpdienst.de
CHRISTLICHER PARTNERSCHAFTS DIENST

Was die **Menschen**
im **Heiligen Land**
bewegt
– wir bringen es
auf den Punkt.
www.israelnetz.de

ein Opfer für die Opfer!

Foto: dna



get in touch with HIM - laame IHN xamann - Streini sa s nim - Q nonta
irishalla uli - Povezi se sa njim - قن في الاتصال مع يسوع - Laqi kancasatiba Vela
Jale - Metileveli in contacta con Lui - SHUKAMANA NA YEYE - KWATANA
NAME - Uluŋ'i ŋ'pa hbu huŋgngngalsugnyjja dɔg - Kontakt Nam - To-
kone TE - get in touch with HIM - laame IHN xamann - Streini sa s nim - Q
nonta irishalla uli - Povezi se sa njim - قن في الاتصال مع يسوع - Laqi kancasatiba Vela
Metileveli in contacta con Lui - SHUKAMANA NA YEYE - KWATANA NAME - Uluŋ'i
ŋ'pa hbu huŋgngngalsugnyjja dɔg - Kontakt Nam - Takone TE - get in touch with HIM - laame IHN xamann - Streini sa
s nim - Q nonta irishalla uli - Povezi se sa njim - لاقي كانشاتيبا ولا



Ja, ich will www.the-good-news.org bekanntmachen!

Name _____

Adresse

eMail

Unsere Adresse:

Christlicher Medienverbund KEP
Steinbühlstr. 3
35578 Wetzlar
Fon: (06441) 9 15-151
Fax: (06441) 9 15-157
eMail: zander@kep.de
Ansprechpartner: Jörg Zander

Ein Fernsehbeitrag über den CVJM Computerclub Chemnitz und die Folgen

Durch Ballerspiele in die Kirche?

Die Anhänger des Online-Spiels Counterstrike („Gegenschlag“) kämpfen noch immer. Nicht nur auf den Bildschirmen ihrer Computer, auch im richtigen Leben. Gegner sind hier aber nicht Terroristen und schießwütige Maskierte. Im richtigen Leben haben es die Counterstriker mit Journalisten und der öffentlichen Meinung zu tun, die nach dem Amoklauf des Robert Steinhäuser im Gutenberg-Gymnasium in Erfurt am 28. April 2002 nichts unversucht ließen, die Schreckenstat des 19jährigen Schülers mit seiner Vorliebe für Counterstrike zu begründen. Jetzt sind erstmals auch Christen vom CVJM Computerclub Chemnitz in die mediale Kritik geraten. Dort lief auch das umstrittene Spiel Counterstrike über die Bildschirme. Der MDR warf den Christen vor, Jugendliche mit Ballerspielen in die Kirche zu locken.



Fotos: CVJM

■ Andreas Dippel

Die Reporter des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) rückten an einem Sonntagmorgen im Juli mit ihren Kameras und Mikros in den Räumen des CVJM Computerclubs am Laubengang in Chemnitz an. Sie wollten einen Beitrag über die Arbeit des mittlerweile über die Chemnitzer Stadtgrenzen hinaus bekannten Computerclubs drehen. An dem Wochenende veranstaltete der CVJM eine sogenannte LAN-Party. Das Kürzel LAN steht für „Lokal Area Network“ – Dutzende Computer werden über ein zentrales Netzwerk zusammengeschlossen. Spielergruppen können jeweils von ihren PCs gegen andere Gruppen antreten, da alle Computer miteinander verbunden sind. Und auf der LAN-Party des CVJM wurde von den rund 60 jungen Leuten auch das umstrittene Counterstrike gespielt.

Tatort Chemnitz

Für den MDR ein gefundenes Fressen. Jugendliche werden „mit einem der brutalsten Computerspiele überhaupt“ gelockt, heißt es später in dem Beitrag, der in der Sendereihe „Länderzeit“ des MDR ausgestrahlt wurde. Bereits in der Anmoderation bezeichnete der Moderator die Veranstaltung als „sehr fragwürdige Idee“, um junge Leute für die Kirche zu begeistern. Weiter ging es in dem knapp dreiminütigen Beitrag: „Tatort Chemnitz, Clubhaus des CVJM. Rund 70 Jungs treffen sich zum Spielen, eingeladen hat der Verein. Soweit so gut. Doch was da im Netzwerk über die

Monitore flackert, hat mit Nächstenliebe herzlich wenig zu tun.“

Und dann folgt die undifferenzierte Darstellung von Counterstrike: „Counterstrike ist der heiße Favorit auf der LAN-Party. Das wohl meist gespielte Ballerspiel stand nach dem Massaker in Erfurt in der Kritik. Bundeskanzler Schröder forderte gar ein Verbot. Bei Counterstrike schlüpft der Spieler in die Rolle von Terroristen, der Gegner wird mit verschiedenen Waffen niedergemetzelt. Für den Organisator offenbar kein Problem.“ Und: „Bis 500 (Gegner) lassen sich pro Minute effektiv töten. (...) Gesangbuch und Wandergitarre locken offenbar keinen mehr hinter dem Computer hervor.“ Was in dem MDR-Beitrag über die LAN-Party herauskam, rief bei den Mitarbeitern des CVJM hingegen blankes Entsetzen hervor. „Wir hatten die Leute vom Fernsehen natürlich eingeladen und waren froh, unsere Arbeit auch mal vor einem großen Publikum bekannt zu machen. Aber schon damals haben wir uns gewundert: Die Reporter blieben gerade mal 30 Minuten, unsere Veranstaltung dauerte aber ein ganzes Wochenende.“

Torsten Haubert, der Vorsitzende des CVJM Computerclubs und auch Andreas Reupert, Pädagoge beim CVJM Chemnitz, sind enttäuscht. „Es ist bedauerlich, daß der MDR die LAN-Party auf das Spiel Counterstrike reduziert hat. An dem Wochenende haben wir in vielen Veranstaltungen und Gesprächen mit den Jugendlichen über den Umgang mit dem Computerspiel diskutiert. Wir woll-

ten in pädagogisch sinnvoller Weise auf eine gesellschaftliche Realität reagieren. Davon hat der MDR aber nichts berichtet“, sagt Diplom-Ingenieur Haubert.

Programmbeschwerde

Der CVJM Computerclub in Chemnitz legte wenige Tage nach der Ausstrahlung des Beitrags Programmbeschwerde beim MDR-Fernsehen ein, insgesamt elf Falschaussagen in dem weniger als dreiminütigen Beitrag wurden gebrandmarkt. Sollte der MDR keine Richtigstellung seines Beitrages bringen, wollen Haubert und Reupert den Rundfunkrat einschalten. Doch um was geht es in dem Streit? Zunächst einmal um die Verunsicherung, die in der Öffentlichkeit über das Computerspiel Counterstrike herrscht. Nach dem Amoklauf von Robert Steinhäuser in



Erfurt schlugen die Wellen hoch, seine Tat wurde unmittelbar mit seiner Vorliebe für Computerspiele wie Counterstrike begründet. Entscheidende andere Faktoren wie seine Einsamkeit, mangelnde Freundschaften und Beziehungen, der Besitz von mehreren Waffen oder seine Vorliebe für gewaltverherrlichende Musik, kamen erst später auf. Und dann kommt auch noch der Vorwurf hinzu: Wenn ein christlicher Verein schon eine LAN-Party veranstaltet, dann sollte auf den Bildschirmen wenigstens nicht ein solches „Ballerspiel“ wie Counterstrike laufen.

LAN-Partys sind der neue Renner unter Jugendlichen. Kaum ein Computerfreak, der nicht am Wochenende seinen Rechner zu Hause abbaut und zu einer LAN-Party fährt. Die Computerspielefans treffen sich mittlerweile in riesigen gemieteten Hallen. Bis zu zehn solcher LAN-Partys gibt es an jedem Wochenende in Deutschland, zu den wirklich großen kommen mehr als 1.000 Spielefans. Die Rechner stehen auf langen Tischreihen in der Halle. Zwei Tage und zwei Nächte flackert vor jedem Spieler der 19-Zoll Bildschirm, neben der Tastatur und der PC-Maus - leere Pizza-Schachteln und Cola-Dosen bilden Mauern um die Hunderte PC-Burgen.

Der unangefochtene Spiele-Favorit auf allen LAN-Partys ist Counterstrike. Das Spiel ist im Frühjahr durch die Morde in Erfurt in die Diskussion geraten. Journalisten und „Jugendexperten“ machten das Spiel mitverantwortlich für den Amoklauf des Robert Steinhäuser – und brachten alle Counterstrike-Spieler und ihre

LAN-Partys in Verruf. Bei Counterstrike gehe es um „Ballerorgien“, schrieb „Der Spiegel“. Frank Schirmmacher, einer der Herausgeber der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“, schrieb in einem Beitrag in der Sonntagsausgabe der F.A.Z. (Überschrift: „Software fürs Massaker“): Das Computerprogramm Counterstrike „hat den Amokläufer von Erfurt trainiert“. Damit löste Schirmmacher eine ungeahnte Protestwelle unter jugendlichen Counterstrike-Spielern aus, die ihren Unmut im Forum auf der Internetseite der F.A.Z. ausdrückten. Mittlerweile ist der provokante Beitrag des Mitherausgebers nicht mehr auf der Internetseite der F.A.Z. zu finden, jeder externe Link zur Seite führt ins Nichts. Immerhin versuchte Schirmmacher, die Wogen zu glätten und relativierte in einem späteren Beitrag seine Darstellung über Counterstrike.

Verrohende Wirkung?

Wieder andere „Experten“ forderten ein Verbot von Counterstrike oder zumindest die Indizierung des Computerspiels durch die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM). Doch das sogenannte Zwölfer-Gremium kam im Mai zu einem anderen Urteil als viele Kritiker von Counterstrike: Das Spiel habe keinen Gefährdungsgrad, der eine Indizierung rechtfertige. Bei den Action-Szenen des so genannten „Ego Shooter“-Spiels, bei dem die Spieler die virtuelle Landschaft auf dem Bildschirm aus der Ich-Perspektive über den Lauf einer Waffe betrachten, werde auf übermäßige Effekthascherei verzichtet. Deshalb sei eine „verrohende Wirkung“ nicht gegeben. Außerdem könnten die Spieler bei

Counterstrike durchaus zwischen der Realität und der Situation im Spiel unterscheiden. Denn die Spieler träten in festgelegten Gruppen als Terroristen oder Anti-Terroristen gegeneinander an und müßten einen bestimmten Auftrag erfüllen. Daher sei der Spielverlauf nicht mit einem wahllosen Gemetzel gleichzusetzen, sondern bestehe hauptsächlich aus taktischem Handeln und gruppenorientiertem Planen.

Die BPjM gibt damit den Fans von Counterstrike recht, die sich schon lange für eine differenziertere Beurteilung ihres Lieblingsspiels eingesetzt haben und nicht müde werden, den Spielverlauf immer wieder bis ins Detail zu erklären. Übrigens die einzige Methode, um gegen pauschale Urteile anzukommen. Auf die Ansicht der BPjM beruft sich auch der CVJM Computerclub Chemnitz. „In dem MDR-Beitrag wurde nur gesagt, daß selbst die Bundesregierung ein Verbot von Counterstrike gefordert hatte. Daß aber die Bundesprüfstelle zu einem anderen Urteil kam, wurde völlig unterschlagen. Das nennt man wohl schlampige Recherche“, sagt Haubert.

Nicht pauschal verurteilen

In die Räume des CVJM Computerclubs kommen jeden Tag 80 bis 100 Jugendliche im Alter von zehn bis 18 Jahre zu Seminaren und Arbeitsgruppen, arbeiten gemeinsam an Projekten, erstellen Radiobeiträge, Internetseiten oder eigene Jugendzeitschriften. Es gibt Computerkurse für körperbehinderte Menschen, bei denen der CVJM auch die Integration zwischen Nichtbehinderten und Behinderten fördern will. Und dabei versucht der CVJM, auf die Bedürfnisse der jungen Leute einzugehen, sie nicht pauschal zu verurteilen, sondern über kontroverse Spiele wie Counterstrike mit den Jugendlichen zu reden. Auch auf der 4. CVJM-LAN-Party fanden Podiumsdiskussionen und Gesprächsrunden zum Thema Gewalt in Computerspielen statt. Die Mitarbeiter und Pädagogen diskutierten mit den Jugendlichen Spielern auch über mögliche Auswirkungen, auch über den Amoklauf von Robert Steinhäuser in Erfurt. „Daß auf einer LAN-Party Counterstrike gespielt wird, ist die Ausnahme. Uns geht es um Wichtigeres“, so Andreas Reupert.



LAN-Party im CVJM-Computerclub in Chemnitz

Andrea Schneider hört beim „Wort zum Sonntag“ auf

Zu Gast in fremden Wohnzimmern

Daß sie „Freikirchlerin“ oder „Baptistin“ ist, wissen die meisten der Menschen nicht, die sich an sie wenden: an Pastorin **Andrea Schneider** (Foto) aus Oldenburg. Die, die ihr schreiben oder sie anrufen, tun dies, weil sie ihr danken wollen oder sich von ihr Hilfe versprechen. Denn die 46jährige hat eine der „größten Kanzeln“ in Deutschland: Seit 1989 spricht sie regelmäßig das „Wort zum Sonntag“ im Ersten Deutschen Fernsehen (ARD) und erreicht dabei bis zu zwei Millionen und mehr Zuschauer.

■ Klaus Rösler

Daß man sie als „Baptistin“ nicht kennt, verwundert nicht: An keiner Stelle in der Sendung wird auf ihre Konfessionszugehörigkeit hingewiesen. Was im ökumenischen Zeitalter durchaus verständlich ist, aber innerhalb ihrer Freikirche manches Bedauern auslöst. Denn sie wäre eine gute Werbeträgerin für die 850 Gemeinden des Bundes Evangelisch-Freikirchlicher Gemeinden (BEFG). Schließlich ist die Mutter von drei Kindern die dienstälteste Sprecherin beim „Wort zum Sonntag“. Ihr besonderes Markenzeichen: Sie spricht persönlich, macht sich angreifbar. Das kommt an. Und ab und zu - wenn es inhaltlich paßt - spricht sie schon über „ihre Freikirche“. Als sie mit ihrer inzwischen elfjährigen jüngsten Tochter schwanger war, stellte sie sich bewußt mit dickem Bauch vor die Kamera und sprach über das werdende Leben wie von einem Geschenk Gottes. Und als ihr Ehemann Friedrich, wie sie ebenfalls Pastor des

Bundes Evangelisch-Freikirchlicher Gemeinden, an Krebs erkrankte, da formulierte sie ihre Sorgen – öffentlich – und wurde von vielen Menschen verstanden, die ebenfalls mit Krankheiten und Gebrechen zu kämpfen haben.

Nachdem in New York das World Trade Center nach dem Attentat in sich zusammenstürzte, sollte sie am nächsten Samstag das „Wort zum Sonntag“ sprechen. Was sagt man in einer solchen Situation, nach Tausenden von Opfern, wo viele Menschen noch nicht einmal über das Unfaßbare sprechen konnten? Sie sprach ein freies Gebet in die Kamera - überzeugt von der Gewißheit, daß jetzt sowieso „nur noch Beten hilft“. Und besser, als theoretisch über die Macht des Gebets zu sprechen, sei es allemal, direkt zu beten, sich mit seinen Sorgen an Gott zu wenden. Oder als sie in diesem Frühjahr das „Wort zum Sonntag“ aus den Kulissen des „Musikantenstadls“ sprach. Nicht,



daß sie eine besondere Vorliebe für diese Art der Musik hätte. Doch ist sie tief davon überzeugt, daß die Kirche dorthin gehen muß, wo die Menschen sind. Und Millionen haben nun einmal eine Vorliebe für Volksmusik. Deshalb hat sie die Idee in ihrer Redaktion durchgesetzt und wurde dann in die Sendung eingeladen. Sie hatte sogar einen kurzen Part direkt in der Sendung und plauderte mit Moderator Karl Moik angeregt über ihre Heimatstadt Oldenburg.

„Der Köder muß dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“, kommentiert sie diesen Auftritt. Will sie überhaupt „Menschen fischen“? Wie ist das mit dem Missionsbefehl im öffentlich-rechtlichen Fernsehen? Eine nicht leichte Frage an eine Baptistin, zumal es in der Freikirche nach wie vor ein geflügeltes Wort gibt, nach dem „jeder Baptiste ein Missionar“ ist. Gilt das auch für Andrea Schneider? Wenn sie von der Kraft des gesprochenen Wortes Gottes nicht überzeugt wäre, wäre sie niemals zum „Wort zum Sonntag“ gegangen, sagt sie. Doch im Fernsehen muß man anders sprechen als etwa in einer Kirche, einem Gemeindehaus oder in einem Missionszelt. Beim „Wort“ ist sie für drei Minuten zu Gast in völlig fremden Wohnzimmern, bei Menschen, die den christlichen Glauben oft abgeschrieben haben und von der Kirche nichts wissen wollen. Das muß man wissen, wenn man die Menschen

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



erreichen will. Sie stellt sich dieser Herausforderung auf ihre Art: Freundlich, verbindlich, persönlich, offen und ehrlich. Dennoch wird bald ein Schlußstrich unter dieses Kapitel ihres Lebens gezogen. Denn vor dem „Totensonntag“ im Herbst 2002 wird definitiv ihr letztes „Wort zum Sonntag“ ausgestrahlt. Dann wird sie 55 Mal diese Sendung gestaltet haben. In den Gremien wurde entschieden, alle evangelischen Sprecherinnen und Sprecher auszutauschen. Das gilt auch für die Freikirchlerin.

Arbeitslos wird sie dennoch nicht. Denn das „Wort“ hat sie immer neben ihrer eigentlichen Tätigkeit als Medienreferentin ihrer Freikirche gestaltet. Dort schult sie vor allem den ehren- und hauptamtlichen Nachwuchs in Präsentationstechniken und Moderationsformen. Und immer wieder steht sie selber auf der Bühne, um kleinere und größere Veranstaltungen zu moderieren. Sie sagt, daß sie nicht weiß, ob sie noch einmal auf den Bildschirm zurückkehren wird. Doch da sie ihre Begabungen nicht eingebüßt hat, wird es wohl nicht allzu lange dauern, bis sie ent-

sprechende Angebote erhält. Welches „Wort“ war für sie das wichtigste? Sie zögert keinen Moment. Es war die Sendung, in der sie über die damalige Krebserkrankung ihres Ehemanns sprach. Immer wieder hätten Betroffene ihr geschrieben und ihr mitgeteilt, daß sie sich endlich von der Kirche in ihren Sorgen verstanden gefühlt hätten. Auch Monate später. Es gehört beim „Wort“ dazu, daß alle Briefe persönlich beantwortet werden müssen. Und so versuchte Andrea Schneider den Ratsuchenden beizustehen, so gut es ging, oder an andere Stellen weiter zu vermitteln, die kompetent helfen konnten. Einem älteren Herrn aus den Niederlanden reichte der Briefwechsel nicht, als er schwer erkrankt im Krankenhaus lag. Nach seiner Genesung fragte er sich durch, bekam ihre Privatadresse heraus und stand plötzlich mit einem dicken Rosenstrauß vor ihrer Tür. Monate nach der Sendung. Andrea Schneider war gerührt. Und zugleich wurde ihr deutlich, was den Charme dieser oft gescholtenen Sendung ausmacht: „Der Geist Gottes kann direkt die Herzen der Zuschauer berühren.“

Diagnose: „Pfui Deifel“

Ein religionsfreies „Wort zum Sonntag“ brachte die ARD am Tag vor dem Endspiel der Fußball-WM. Statt um Gott ging es unter dem Thema „Diagnose: Fußballfieber“ bei Bärbel **Deifel-Vogelmann** um – Sie werden es nicht glauben – „Michael Ballack“. Der Arme war nach zwei gelben Karten für das Finale gesperrt. Grund genug für Frau **Deifel-Vogelmann** ihn zur Hauptfigur im „Wort“ zu machen. Ihre Selbsteinschätzung: Ich leide an Fußballfieber. Deshalb: „Ich werde mitzittern und mitjubeln und sicher auch ab und zu an Michael Ballack denken, wie es ihm wohl geht, auf der Ersatzbank ... Und ab Montag, da wenden wir uns dann wieder den wirklichen Problemen dieser Welt zu.“ Am Tag danach machten Brasiliens Weltmeister das Endspiel zum Missionsfest – weil sie auf ihren T-Shirts für den Glauben warben. Im „Wort zum Sonntag“ geht das nicht. Diagnose: „Pfui **Deifel!**“ Hat die ‘nen **Vogel, Mann?** (zö)

Anzeige

17

Clevere Systeme für aktuelles Shop Design

schön + praktisch

Ganz gleich, wie Ihre Räumlichkeiten beschaffen sind, Phillips-Systeme lassen sich überall schnell montieren – auch in eigener Regie. Mit Leichtigkeit können Sie Ihrem Laden immer wieder ein neues Gesicht geben.

schön + preiswert

Phillips-Systeme überzeugen durch ein ausgezeichnetes Preis-/Leistungsverhältnis. Sie profitieren außerdem vom individuellen Service eines Phillips-Partners in Ihrer Nähe.

schön + gut

Material und Konstruktion aller Systemteile sind bestens aufeinander abgestimmt. Das macht Aufbau und Umbau zum Kinderspiel. Phillips-Systeme bleiben wertbeständig und sind immer wieder verwendbar.

schön + schnell

Die Schnellen überholen die Langsamen. Heute bestellt und Sie können in wenigen Tagen eröffnen. Ein Beratungsservice steht zu Ihrer Verfügung.

**Phillips
Systeme**
für Laden-
und Messebau

Phillips System GmbH & Co. KG
für Laden- und Messebau
Fon 0 21 04 - 14 01 70
Fax 0 21 04 - 1 40 70 70
Am Korneshof 15
D-40822 Mettmann
mail@phillips-system.de
www.phillips-system.de



Anzeige

CMA-Termine



Zeitung
Fernsehen
Radio
Telefon
Internet

20.-22.9., Wetzlar

■ Der „Dreh“ beim Dreh

Kompaktkurs TV-Redaktion: Einführung in den Fernsehjournalismus, Nachrichtenbeiträge (von der Meldung bis zu kurzen Magazinfilmen), Grundlagen der Filmsprache, Redaktion, Planung und paxisnahe Umsetzung.

27.-29.9., Wetzlar

■ Wenn einer eine Reise tut ...

Reisejournalismus in der Praxis. Trainer Peter Linden, selbst Reisejournalist und Dozent an namhaften Ausbildungsstätten, gibt u.a. Hinweise, wie man sich einen Trip „strickt“, wen man wo treffen muß, wie Pressereisen verlaufen, wie man dabei mit PR umgeht – und wie eine Geschichte schließlich „im Blatt landet“.

18.-20.10., Wetzlar

■ Kreativ aus dem Routine-Tief

Ideenfindung und Kreativitätstraining für Redakteure und Grafik-Designer. Kampfansage gegen das „Routine-Virus“ in den Redaktionen. Kreative Denke und unkonventionelle Annäherung an ein Thema oder Problem werden trainiert. Erleichterung für die Redaktion, Freude für die Leserinnen und Leser.

25.-27.10., Wetzlar

■ Zwischen Story und Reportage

Über das Feature, eine oft mißverstandene Stilform. Sie lernen hier, wie Ihre Texte durch interessante, spannende und charakteristische Akzente Farbe bekommen und die „Message“ auch 'rüberkommt.

15.-17.11., Wetzlar

■ Reden kann längst nicht jeder

Unser Aufbaukurs „Rhetorik“, damit Sie und Ihre Redebeiträge einen bleibend positiven Eindruck hinterlassen. Sicherheit, Gelassenheit und Selbstbewußtsein werden trainiert, dazu die Visualisierung Ihrer Rede. Die Übungen werden mit Video aufgezeichnet und ausgewertet.

Weitere Infos und Anmeldung:

Christliche Medien-Akademie

Fon: (0 63 31) 7 45 95

Fax: (0 63 31) 7 45 96

eMail: cma@kep.de

www.cma-medienakademie.de

Sonderpreise für Schüler, Studenten,
Soldaten und Zivildienstleistende

Salto Mediale



Über dicke Fernsehzuschauerinnen, Prozeß-Programme
und neue Verkehrsvorschriften vom „Sprachpapst“

● Frauen, so das Ergebnis einer Untersuchung im Auftrag der italienischen Fachzeitschrift „Dimagire“, werden durch Streit im Fernsehen dick. Die Vermutung: heftige Streitszenen erzeugen Nervosität, worauf die Zuschauerinnen mit dem Verzehr kleiner Snacks reagieren. Das haben immerhin 62% der Testpersonen eingestanden. Aber auch beim „Anblick besonders schöner Frauen“ und „besonders rührende Szenen“ kommt die weibliche Hand in die Tüte. Und wie entstehen die dicken Männer im Fernsehsessel? Die gleiche Untersuchung brachte an den Tag, daß vor allem Fußballsendungen, Action-Szenen und „Bilder von Desastern“ den Griff zu Nüssen, Chips und Schokolade auslösen. Der Verzehr von Gerstenkaltschalen (die werden ja nicht gegessen) ist hierbei überhaupt nicht berücksichtigt. Das Hinterhältige dabei: sowohl männliche wie weibliche Testpersonen hatten am Schluß den Eindruck, gar nichts gegessen zu haben. Wer nicht zunehmen möchte, sollte zudem nicht bei der Hauptmahlzeit fernsehen. Dann nämlich wird mehr gegessen als sonst. Wirklich, Fernsehkonsum sollte man nicht auf die leichte Schulter nehmen.

● Nicht alles leicht nehmen und schon gar nicht teilnahmslos bleiben sollten Mediennutzer sowieso bei allem, was ihren Augen und Ohren geboten wird. Das zeigt das Beispiel von „TV total“-Blödel Stefan Raab, der bei Pro7 über die Mattscheibe rüpelt. Erst die Klage und Verurteilung in Sachen „Bimbel Bingo“ (2.500 Euro, weil er in seiner Sendung eine Kölner Lehrerin „der Lächerlichkeit preisgegeben“ hatte), jetzt die Klage des Kölner Schauspielers Burkhard Gaffron wegen Verletzung von Persönlichkeitsrechten. Und dazwischen der „Raab-Rüffel“ des Jahres durch das Landgericht Essen in Sachen Lisa Loch. Der „Moderator“, der nicht nur sich, sondern noch viel lieber andere zum Affen macht, hatte mit Zoten über die 17jährige „Miss Rhein-Ruhr“ den Bogen überspannt. 250.000 Euro Ordnungsgeld sind fällig, sollte er derartige Beiträge weiter zeigen. Es könnte noch

viel häufiger offizielle Kritik an Raab und Co. geben. Aber: „Wo kein Kläger, da kein Richter“, so der Sprecher der für medienrechtliche Verstöße auch zuständigen Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Peter Widlok. Einschreiten könne man nur in ganz offensichtlichen Fällen oder „wenn konkrete Verstöße von Zuschauern gemeldet werden“. Zuschauer und Zuhörer sollten noch viel öfter Programm-Mitgestalter werden und mit Kritik – und natürlich auch mit Zustimmung! – nicht geizen.

● „Schall- und Leuchtzeichen“, im ausgehenden Sommer durchaus auch Hinweise auf letzte Grillabende, bedeuten jedoch, gedruckt zwischen den steifen Buchdeckeln der deutschen Straßenverkehrs-Ordnung (StVO), etwas so Unromantisches wie Hupe und Lichthupe. Überhaupt steht die inzwischen fast 32 Jahre alte Verordnung sprachlich längst auf der Standspur, das „automobile Volk“ rauscht immer schneller an ihr vorbei. Diese Havarie hat auch das Bundesverkehrsministerium bemerkt und einen überaus kompetenten „Pannenhelfer“ alarmiert, den Journalist und „Sprachpapst“ Wolf Schneider. Im Auftrag des Stuttgarter Auto Clubs Europa (ACE) hat dieser das Regelwerk umgeschrieben, dabei sprachlich entrümpelt, neu gegliedert – und einiges gestrichen. Natürlich durfte er dabei nicht den Inhalt verändern. Aber er hat den Verordnungs-katalog zum Beispiel durch den Austausch angestaubter und sperriger Begriffe wie „Fahrtrichtungsanzeiger“ oder „Wechsellichtzeichen“ mit verständlichen Wörtern wie „Blinker“ oder „Ampel“ wieder auf die Fahrspur geschoben. Die revidierte Schneider-Übertragung der StVO, so sie denn höchstamtlich passieren darf, wird auch eiligen Lesern beim Verständnis helfen. Denn liest man jenen an ein Grillfest erinnernden Paragraphen bis zum Ende, kann es auch jetzt schon kein Mißverständnis geben: „Schallzeichen dürfen nicht aus einer Folge verschieden hoher Töne bestehen“ (§ 16 Abs. 3 StVO). Definitiv keine Grillparty.

KAWOHL

KALENDER 2003 + GESCHENKIDEEN



NEU

**Der neue
HANSEN
ist da!**

Johannes Hansen
Dein Gast auf dieser Erde
481.560 € 14,80

Dieser traumhaft schöne Bildband lebt von außergewöhnlichen Gedanken und Bildern für Alltag und Sonntag, für schöne und schwere Tage.

Moderne Gedichte sind im Nachhinein über den alten, vertrauten Psalmen entstanden. Neue Ausdrucksformen möchten Anstöße geben, laden zum Nachdenken ein, helfen beim Beten und erinnern einfühlsam an die Kraftquelle des Wortes Gottes.

CD-Cards

Der Text der Folie (12 x 17 cm) befindet sich verteilt auf der herausnehmbaren Mini-CD.
je € 4,40

NEU



Sprache der Liebe
C. Anagnostis / M. M. Martin
Neutral 480.031.131
Geburtstag 480.031.131
Hochzeit 480.031.131



Zeit zum Leben
T. E. Müller / M. S. Feld
Neutral 480.031.027
Geburtstag 480.031.110



Im Blick behalten
T. E. Müller / M. S. Feld
Neutral 480.031.027
Geburtstag 480.031.127

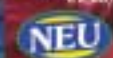
Henkeltassen-3er-Set

H: 9,5 cm, Ø 8 cm,
907.092.110
zum Geburtstags-
Set-Preis
€ 14,80



**Regenbogen-Kerzen-Set
quadratisch**

907.090.645
zum
Set-Preis
€ 19,95
Sie sparen € 2,85



Kerzen mit
durchgefärbten
Wachsschichten,
mit Bartschneide verpackt.

NEU

KAWOHL-VERSAND
Fon: 0281/96299-0 Fax: 100
E-Mail: verlag@kawohl.de
www.kawohl.de
Blumenkamper Weg 16
D - 46485 WESEL

ICH BESTELLE:

Anzahl	Bestell-Nr./Bezeichnung	Preis
	„Herbstkatalog 2002“	gratis

Abender bitte nicht vergessen!



ALLES IN UNS SCHWEIGE
Aussagestarke Foto-Poster, sorgfältig
ausgewählte Texte und hervorragende
Bilder. Ein wertvolles Geschenk.
13 Blätter, Format 30 x 50 cm.
480.300 € 15,80

FOTO-POSTER-KALENDER

Der Blickfang in Ihrem
Zuhause, in Büros,
Praxen, Gemeinde-
häusern. Die gute
Botschaft in Harmonie
von Text und Bild.
5 Blätter, Format 62 x 120 cm.
480.000 € 21,00

Foto-Poster-
Kalendar
nur € 21,00



Lassen Sie sich faszinieren
von der atemberaubenden
widerstandsfähigen Schönheit
der „grünen Insel“. Impressionen aus Irland und
alte irische Segenswünsche.

MÖGE DER WIND DIR DEN RÜCKEN STÄRKEN
Wandkalender mit übersichtlichem Kalenderplan
13 Bl., Format 30 x 31 cm. 480.275 € 8,80

TIEFEN FRIEDEN WÜNSCHE ICH DIR
Der neue Aufstellkalender. Ideal zum Verteilen an Gruppen.
13 Bl., Format 12 x 12 cm. 480.015 € 2,50

NEU



christliche Texte geben wertvolle Impulse, die der
Seele gut tun. 13 Bl., Format 30 x 31 cm.
480.245 € 8,80

MIT HAND UND FUSS
Postkarten-Kalender
Momentaufnahmen,
die Sie ganz liebevoll
in Ihrem Alltag abholen.
13 Bl., 16,5 x 16,5 cm.
480.140 nur € 4,95

FAMILIEN-BEGLEITER



MIT HAND UND FUSS
Postkarten-Kalender
Momentaufnahmen,
die Sie ganz liebevoll
in Ihrem Alltag abholen.
13 Bl., 16,5 x 16,5 cm.
480.140 nur € 4,95

LEBEN PUR
Moderner
Familienbegleiter
mit leuchtenden
Bildern und Denk-
anstößen aus den
Sprüchen Salomos.
13 Bl., 18 x 11 cm.
480.825 € 3,30



ZEIT DER STILLE
Farbphotos und wegweisende
Psalmworte. 13 Bl., 12 x 12 cm.
480.800 € 2,50

BILDER UND TEXTE - DIE BERÜHREN



VATER DER LIEBE
Dieser neue Wandkalender
möchte Sie in die Gegenwart
Gottes führen. 13 Blätter.
Format 30 x 31 cm.
480.235 € 8,80



VATER DES LICHTS
Neuer Postkartenkalender.
13 Blätter, 16,5 x 16,5 cm.
480.120 nur € 4,95



BEI UNS IST IMMER ETWAS LOS
5 Spalten für „Groß“ und
„Klein“. Lebensnahe Texte
aus den Sprüchen ergänzen
die Menschen- und
Landschaftsaufnahmen.
13 Bl., DOUBLE-SIZE
30 x 31 (bzw. 62) cm.
480.285 € 8,80

**Loben
und Anbeten**

Brillante Bilder,
Verse beliebter
Anbetungslieder,
sowie tröstende und
ermutigende Worte.



VATER DER LIEBE
Dieser neue Wandkalender
möchte Sie in die Gegenwart
Gottes führen. 13 Blätter.
Format 30 x 31 cm.
480.235 € 8,80



VATER DES LICHTS
Neuer Postkartenkalender.
13 Blätter, 16,5 x 16,5 cm.
480.120 nur € 4,95



BEI UNS IST IMMER ETWAS LOS
5 Spalten für „Groß“ und
„Klein“. Lebensnahe Texte
aus den Sprüchen ergänzen
die Menschen- und
Landschaftsaufnahmen.
13 Bl., DOUBLE-SIZE
30 x 31 (bzw. 62) cm.
480.285 € 8,80

AUFSTELL-KALENDER =

**TOP-
BEST-
SELLER**



DER KLEINE BEGLEITER
Blumen- und Stimmungsfotos, klar les-
bare Bibelverse und christliche Texte.
13 Blätter, 18 x 11 cm. 480.820 € 2,80



■ Stephan Volke

Vielleicht geht es Ihnen auch manchmal so, daß Sie sich wünschen, zu jeder Gelegenheit „zappen“ zu können. Die Nase Ihres Chefs gefällt Ihnen nicht? Kein Problem: „Zapp“ – schon ist er weg. Der Nachbar nervt mit bohrenden Fragen? „Zapp“ – das war's! Ihr Partner meckert mal wieder an Ihnen rum? „Zapp“ – und „Auf Wiedersehen!“ Ihre Kinder fordern mal wieder Ihren ganzen Einsatz? „Zapp“ – schon sind sie aus dem Zimmer und die Zeitschrift ist in Ihrer Hand.

Schöne Vorstellungen

Vielleicht würden Sie diese Methode ja auch mal im Gottesdienst ausprobieren? Der Prediger setzt gerade mal wieder zu einem seiner weiträumigen Rundflüge „um den heißen Brei“ an – „zapp“, und sie befinden sich in einem Gospel-Meeting einer Baptist Church in New Orleans. Einige Zeit später geht dort der Klingelbeutel durch die Reihen – „zapp“ und schon sind sie wieder im eigenen Gottesdienst (nach dem Motto: „Lieber 'ne langweilige Predigt hören, als das Portemonnaie öffnen.“)

Das wäre doch klasse, oder? Stellen Sie sich vor, die Pfarrersfrau kommt auf Sie zu und fragt, ob Sie am nächsten Samstag auch beim Putzen helfen. Was könnte hier so eine Fernbedienung Wunder wirken! „Zapp“ ... Inzwischen ist es ja schon möglich, daß Sie per Knopfdruck bei bestimmten Fernsehsendern selbst ins

Gott ist kein Zapper

Haben Sie heute schon gezappt? Wie, Sie wissen gar nicht, was das ist? Fragen Sie Ihren Daumen, der weiß das genau! Denn wenn Sie im Besitz eines Fernsehers und einer Fernbedienung sind, dann ist Ihnen diese Tätigkeit bestimmt vertraut. Der Film nimmt eine langweilige Wende – „zapp“ – schon läuft etwas anderes. Die Nase des Showmasters gefällt Ihnen nicht – „zapp“ – weg ins andere Programm. Die Angebotsvielfalt durch Kabel und Satellit hat eine ganz neue Spezies hervorgebracht: die „Zapper“. Für viele Menschen gehört „zappen“ zu den Lieblingsbeschäftigungen, und manche ärgern sich, daß sie diese Tätigkeit nur während des Fernsehens ausüben können ...

Geschehen eingreifen können. Es hat auch schon Versuche gegeben, die Zuschauer selbst bestimmen zu lassen, wie ein bestimmter Film zu Ende geht, bzw. wie eine bestimmte Szene weiter geht. Also mit oder ohne Happy End. Ein Knopfdruck, und die Geschichte nimmt ein völlig anderes Ende. Genial, oder? Es gibt Menschen, die leben tatsächlich so, als hätten sie ständig eine Fernbedienung in der Tasche. Es sind nicht gerade diejenigen, die Beziehungen lange aufrecht erhalten können. Nicht immer haben sie einsichtige Gründe, warum sie Menschen, Meinungen oder auch christlichen Gemeinden und Gruppen den Rücken kehren. Sagen wir einfach mal, es hat ihnen nicht mehr so gefallen, und „zapp“, aber das kennen Sie ja schon ... „Leben per Knopfdruck“ könnte man das nennen. Von dieser Sorte gibt es übrigens immer mehr. Letztlich steckt dahinter, daß wir Menschen selbst unser Leben bestimmen wollen. Wir wollen uns nicht von anderen etwas vorsetzen lassen, was uns nicht gefällt. Gleichzeitig, und das macht das Fernsehverhalten deutlich, wollen wir aber auch am Leben teilhaben. Wie hieß es doch in einem der vielen Schlager so bezeichnend: „Ich will alles, und zwar sofort!“

„Aushalten“ ist ein Fremdwort

Mal einen Menschen, der uns nicht so liegt, oder eine Meinung, die uns nicht so paßt, oder eine Situation, die uns nicht gefällt, auszuhalten, das wird immer schwieriger. Aber das Leben ist kein Fernsehprogramm, und wir haben dabei keine Fernbedienung in der Hand, auch wenn wir es uns noch so wünschen. Es gibt Wege, die zu Ende gegangen werden müssen, bevor eine Kreuzung kommt oder ein neuer Weg beginnt. Es gibt Situationen im Leben, die müssen

durchlebt werden, auch wenn man sie gerne sofort beenden würde. Und es gibt einen Anspruch Gottes an unser Leben, dem wir uns nicht entziehen können. Denn manche Menschen wollen auch mit Gott so umgehen wie mit dem Fernseher. Solange Gott seine Ansprüche im Leben nicht zu stark anmeldet, ist alles in Ordnung. Doch wenn er auf einen wunden Punkt hinweist, „zapp“. Gott läßt sich nicht abschalten, wie man ein Fernsehprogramm beenden kann. Im Leben mit ihm geht es auch gar nicht darum, daß wir immer mit dem einverstanden sein müssen, was er uns zu sagen hat. Selbst, wenn wir meinen, wir könnten manchmal schnell umschalten, müssen wir feststellen, daß Gott uns nicht losläßt.

Ich weiß nicht, ob Gott meine Nase gefällt, aber ich weiß, das ich jederzeit mit ihm sprechen kann. In der Beziehung „Gott – Mensch“ ist er nämlich derjenige, der handelt. Wir haben ihn nicht in der Hand, sondern er hält uns in der Hand! Und wissen Sie, was ich ungemein beruhigend finde? Gott ist kein „Zapper“!

Aus dem Buch: „... weil er uns nie fallen läßt – 2 x 12 gute Gründe, Gott zu vertrauen“, Brendow, 180 Seiten, 9,90 Euro.

Der Autor: Stephan Volke (Jahrgang 1961) ist Journalist und führt die Agentur „Steve Volke Communications“ in Kamp-Lintfort (Niederrhein).



Er ist verheiratet und Vater von vier Kindern. Bis vor kurzem hat er als Geschäftsführer der Verlage R. Brockhaus, Oncken und BV-Music gearbeitet.

Christlicher Medienverbund KEP kritisiert:

Bahn AG wirbt mit und für Homosexualität

Kritik an einer Fernsehwerbung der Deutsche Bahn AG hat der Christliche Medienverbund KEP (Wetzlar) geübt. Der Vorwurf: Die Bahn wirbt mit und für Homosexualität. In der aktuellen Kampagne des Unternehmens ist ein Pärchen zu sehen, das an einer Strandpromenade entlang geht. Plötzlich dreht sich der Mann weg und schließt sich einem entgegenkommenden Mann an, mit dem er händchenhaltend weiter geht. Der aus dem „Off“ gesprochene Text dazu lautet: „Wichtig für Umsteiger: Die Bahn erreicht rund 96% aller Anschlußzüge im Fernverkehr.“ Für KEP-Geschäftsführer Wolfgang Baake geht dies zu weit. „Man muß in der Werbung nicht immer mit der Zeit gehen. Es würde schon genügen, daß die Züge der Bahn AG mit der Zeit gehen. Das tun sie entweder nicht – oder ich bin häufiger in den vier Prozent Zügen unterwegs, bei denen es mit der Pünktlichkeit nicht recht klappt.“ Baake sagte, es gehe seiner Organisation nicht

um die Diskriminierung sexuell anders orientierter Menschen. Er halte den verstärkten Einsatz von Motiven, die auf Homosexualität anspielten, jedoch für bedenklich. „Gerade konservativ orientierte Christen stören sich an solch einer Werbung, weil sie praktizierte gleichgeschlechtliche Sexualität für falsch halten. Diese Menschen fühlen sich von der Werbekampagne natürlich vor den Kopf gestoßen“, sagte Baake, dessen Organisation die medienpolitischen Interessen von rund 1,3 Millionen evangelischen Christen in Deutschland vertritt. Gerade engagierte Christen hätten oft viele Kinder und benutzten gern die Bahn als Transportmittel. Daß man diese Zielgruppe nun durch solche Werbung verärgere, hätten sich die Werbestrategen der Bahn offenbar nicht überlegt. Die Werbung sei zwar rechtlich nicht zu beanstanden, „doch wenn die Bahn schon kein Geld hat, hätte sie sich diesen Quatsch auch sparen können“, sagte Baake.

Ab 22:00 Uhr beginnt das „Nachtprogramm“

Schmuddelwerbung bei GMX

■ Dana Krauß

Glücksspiel und Erotik – damit läßt sich im Internet angeblich am meisten Geld verdienen. Dem Freemail-Anbieter GMX war die Einrichtung eines eigenen Erotik-Kanals jedoch nicht genug: Er überschüttete seine Kunden regelrecht mit Schmuddelwerbung – auch außerhalb des Kanals. Punkt 22:00 Uhr beginnt seit Ende Mai bei GMX das Nachtprogramm. Dann blinken um das Posteingangsfach zahlreiche Fenster mit animierten erotischen Bildern und Grafiken. Eine böse Überraschung für einige Kunden. Wer versucht, die Fenster zu schließen, kommt meist sofort auf die Startseite der Anbieter. Es heißt, die Betreiber hätten die Einführung der Werbung angekündigt, ein Teil der Nutzer scheint diesen Hinweis jedoch übersehen zu haben. Jede Menge Beschwerden gingen bei GMX ein, aber: „Die Kunden haben sich daran gewöhnt“, so Stefan Vollmer, GMX-Pressesprecher, vor Journalisten. Rechtlich läßt sich gegen die Werbebanner ohnehin kaum vorge-

hen. Mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen akzeptieren die Kunden der Freemail-Anbieter auch die Banner. Dabei ist es egal, um welche Art von Werbung es sich handelt. Kriterien für den Jugendschutz sieht GMX zudem erfüllt: Die Reklame wird erst ab 22:00 Uhr geschaltet und ist nur für Mitglieder ab 18 Jahren zu sehen. Die Betreiber räumen jedoch selbst ein, daß nicht nachprüfbar ist, ob die Altersangaben bei der Anmeldung stimmen. Auch wenn der Dienst kostenlos ist, müssen sich die Nutzer die schmutzige Werbung nicht bieten lassen. Wer es noch nicht entdeckt hat: Unter dem Menüpunkt Optionen „Erotik-Werbung“ läßt sich einstellen, ob die Banner auch außerhalb des dafür vorgesehenen Kanals angezeigt werden sollen. Die Voreinstellung für diese Option steht auf „Ja“ und kann geändert werden.

Übrigens: Der Freemail-Anbieter web.de verzichtet nach eigenen Angaben außerhalb des dafür vorgesehenen Kanals auf die Sex-Werbung.



OPTIGEM®
intelligente Softwarelösungen
für Kleinbetriebe
und gemeinnützige Werke

**Software ist
nicht gemein-
nützig.
Aber sie hilft,
es zu sein.**

OPTIGEM Win-Finanz
intelligente Software für:

- Finanz- und Spendenbuchhaltung
- Adressenverwaltung
- Projektverwaltung
- Publikationsversand

sowie Zusatzmodule für:

- Fakturierungs- und Warenwirtschaft
- Abonnementverwaltung
- Gästeverwaltung
(für Ferien- und Freizeitstätten)
- Patenschaften



OPTIGEM GmbH | Alte Str. 65 | 44143 Dortmund
Telefon 0231.182 93-0 | Fax 0231.182 93-15
Internet www.optigem.com

Merchandising: Wie die Hobbits, Harry Potter & Co. ihre Beliebtheit vermarkten

Der Angriff auf den Geldbeutel

■ Norbert Schäfer

„Mama, Mama. Das ist Jango Fett. Du weißt schon. Der coole Kopfgeldjäger aus Star Wars. Den muß ich unbedingt haben.“ Klar – muß der Kleine die neue Action-Figur haben. Macht 10,90 Euro für die rund 10 Zentimeter große Kunststoff-Figur. Mit einer Figur allein zu spielen macht jedoch keinen Sinn. Luke Skywalker und Obi Wan-Kenobi müssen auch her. Ein junger Jedi-Ritter ohne Laserschwert, das ist wie ein Cowboy ohne Colt. Also, rein mit dem blinkenden Spielzeugschwert in den Einkaufswagen. Der Schreck für die Eltern kommt dann an der Kasse – die Spielzeuge sind teuer. Der Angriff der Klonenkrieger findet längst nicht mehr ausschließlich in den Kinosälen statt. Viel-

*Die Muppets kommen:
Im Film und an der Kasse.*



Fotos: dpa

mehr attackieren die Sternenkrieger die Geldbeutel der Konsumenten. „Merchandising“, zu deutsch schlicht „Absatz- oder Verkaufsförderung“ ist der Schlachtruf der Stunde. Gemeint ist damit eine gigantische Vermarktungsmaschinerie, die sich der Helden aus den Celluloidstreifen bedient und so Unmengen Geld in die Kassen von Lizenzgebern, Medienkonzernen und Spielwarenherstellern pumpt.

Der Vernichtungskrieg, der Papas Geldbeutel droht, ist vollkommen. Da gibt es die Star Wars Zahnbürste in der Form eines Laserschwertes, Badeschaum in Gestalt einer Flasche des Roboters R2-D2, das gute alte Monopoly in der Star Wars-Edition, Sammelbilder – die Liste ließe sich beliebig fortsetzen. Die Angriffswellen schwappen wie Springfluten über gebeutelte Eltern herein. Das Star Wars Merchandising ist kein Einzelfall. Endlich sind alle Pokemon-Sammelbilder ins Album (die Unmengen doppelter Bilder vergessen wir der Einfachheit halber) eingeklebt, schon brüllt der König der Löwen um sein Recht auf Vermarktung und ziert bald die Bettwäsche der Kleinen, bald Schulhefte oder Kinderzimmertapeten.

Den Wahnsinn komplettiert hat schließlich Harry Potter. Kein Produkt, kein Spielzeug, kein Kleidungsstück, auf dem der Zauberlehrling aus J.K. Rowlings Erfolgsroman nicht zu sehen war – und der zweite Film kommt demnächst in die Kinos. Dann geht es wieder los. Magisch an Harry Potter war auch der Gewinn, den der kleine Held in die Kassen des Lizenzgebers Warner Brothers gezaubert hat. Alleine der Softdrinkhersteller Coca Cola blätterte 150 Millionen Dollar auf den Tisch des Unterhaltungsriesen, um mit Harry, der im Internat Hogwarts das Brauen von Zaubersäften lernt, den Umsatz ihrer koffeinhaltigen Brause zu steigern.

Bleibt die Frage, wie sich Eltern gegen die Angriffe der Unterhaltungsindustrie auf das Familienbudget schützen können? Die Antwort ist so einfach wie fatalistisch: Fast nicht! Zu ausgeklügelt sind

die Strategien der Unterhaltungsindustrie, zu vollkommen ist die Durchdringung der Werbebotschaften mittels aller Medien. Die Produktzyklen in den Spielzeugregalen gehen mit den Kinostarts der Filme einher. Kinder sind zu einem Schlüssel der Unterhaltungsindustrie für Papas Geldkassette geworden. Eltern, die sich dem sozialen Druck den Markenartikel, den letztlich auch Spielzeuge erzeugen, entgegen stemmen, haben einen schweren Stand.

Eine Möglichkeit ist, Kinder mit ihrem Taschengeld am Kauf der Spielzeuge zu beteiligen. So lernen die Kleinen sich zu entscheiden und den Wert eines Spielzeuges selber einzuschätzen. Eltern können versuchen den Kaufdruck in Kreativität umzumünzen. So können Kinder sich die Helden aus Knete, Lego oder Pappe nachbauen. Vor allem sollte sich in der Familie abgesprochen werden, wer zu Geburtstagen und Feiertagen wem was schenkt, damit nicht schon beim gut gemeinten Beschenken mehrere Verkaufsfronten geöffnet werden. Der Familienfrieden bleibt gewahrt und der Herzenswunsch der Kinder wird erfüllt.

Übrigens: Merchandising-Produkte gibt es nicht nur für die Kleinen. Rechtzeitig



*Die Bilbo-Pfeifen von VAUEN:
Nicht nur etwas für Tolkien-Schauspieler.*

vor dem Start des zweiten Teils des Films „Herr der Ringe“ hat die renommierte Nürnberger Firma VAUEN die „Bilbo-Pfeife“ auf den Markt gebracht. Für 199,- Euro kann man rauchen wie der „kleine Hobbit“ aus Tolkiens Erzählungen.



Bibelstudium kann spannend sein

■ Horst Marquardt

Kurz nach meiner Bekehrung hatte mich ein Onkel auf den Wert des täglichen Bibellesens hingewiesen. Eigentlich rief er nur in Erinnerung, was ich von Kindheit an wußte. Allerdings bereitete mir der Luthertext erhebliche Verständnisschwierigkeiten. Ich besaß seinerzeit nur die Übersetzung von 1912.



Nun machte jener Verwandte mich auf die Übertragung des Neuen Testaments von Friedrich Pfäfflin aufmerksam. War das eine Entdeckung! Ich versuchte, fortlaufend zu lesen, auch in der Straßenbahn oder im Bus. Verhältnismäßig rasch war ich „durch“. Und es war gar nicht langweilig! Ich hatte so viele geistliche Entdeckungen gemacht. Am bemerkenswertesten war wohl, daß mir jetzt erst die Bedeutung Jesu Christi bewußt wurde. Ich hatte zwar an dem Abend, als ich den Unglauben aufgab, gebetet, ich hatte auch um Vergebung meiner Gottlosigkeit, meiner Auflehnung gegen Gott und vieler einzelner Verfehlungen gebetet, aber erst jetzt wurde mir klar, warum meine Schuld vergeben ist: Weil Jesus sie mit ans Kreuz genommen hat.

Nicht einmal der Römerbrief war künftig eine trockene Lektüre. Wie lebte das Wort und wie sprach mich an, was etwa in Römer 5, in den ersten beiden Versen, nachzulesen ist: „Wenn wir also vom Glauben auf den Weg zu Gott wohlgefälligem Leben gefunden haben, so haben wir Frieden mit Gott durch unseren Herrn Jesus Christus. Das bedeutet Gnade, in der wir stehen. Zu ihr haben wir im Glauben an Jesus den (immer offenen) Zugang erlangt, so daß wir uns glücklich schätzen können als Leute, die Gottes Herrlichkeit schauen dürfen.“ (nach F. Pfäfflin). Ich möchte allerdings nicht den Eindruck erwecken, als beantworte das regelmäßige Lesen der Bibel, das Studieren des Urtextes oder anderer Übersetzungen alle Fragen. Auch nach vielen Jahren der Christusnachfolge bleibt manches offen. Aber die Fragen bohren nicht mehr, sie lähmen auch nicht mehr, sondern sie zeigen mir die Größe Gottes und den

Reichtum der Bibel. Ich halte es mit Gerhard Tersteegen: „Ein begreiflicher Gott ist kein Gott.“

Das heißt nun aber wiederum nicht, daß man nicht manches auch begreifen kann. Bibelstellen wie die folgenden helfen mir, die andere Dimension des Glaubens zu entdecken: 2. Korinther 4,18: „... uns, die wir nicht sehen auf das Sichtbare, sondern auf das Unsichtbare. Denn was sichtbar ist, das ist zeitlich; was aber unsichtbar ist, das ist ewig.“ – Kolosser 1, 15.16: „Er ist das Ebenbild des unsichtbaren Gottes, der Erstgeborene vor aller Schöpfung. Denn in ihm ist alles geschaffen, was im Himmel und auf Erden ist, das Sichtbare und das Unsichtbare, es seien Throne oder Herrschaften oder Mächte oder Gewalten;

es ist alles durch ihn und zu ihm geschaffen.“ – 1. Timotheus 1, 17: „Aber Gott, dem ewigen König, dem Unvergänglichen und Unsichtbaren, der allein Gott ist, sei Ehre und Preis in Ewigkeit! Amen.“

Gott wirkt in der „unsichtbaren Wirklichkeit“ (H. Rohrbach). „Das Sichtbare ist zeitlich, das Unsichtbare aber ewig.“ Wer Gott erlebt, erfährt dessen Eingriff, heraus aus einer unsichtbaren Wirklichkeit, der himmlischen Welt, hinein in unsere sichtbare irdische Welt, in unsere Wirklichkeit.

Aus: Meine Geschichte mit dem Evangeliums-Rundfunk – Warten, Wunder, Wellen; Hänssler 2002.

Anzeige

Absicherung von Missionaren



Die soziale Absicherung von Mitarbeitern im Ausland ist ein komplexes Thema. Dazu wurden von der Arbeitsgemeinschaft Evangelikaler Missionen – unter Berücksichtigung aller rechtlichen und wirtschaftlichen Konstellationen – Lösungswege der sozialen Absicherung ausgearbeitet. Die Bedürfnisse der sendenden Werke, Gemeinden und Missionare standen bei der Konzeptgestaltung im Mittelpunkt.

Ausführlich informiert wird dazu an unserem **SEMINAR** in Wetzlar (ERF):

Donnerstag, den 13. FEBRUAR 2003
10.00 Uhr bis 17.00 Uhr
Der Tagungsbeitrag beträgt € 30,- pro Person.

Bitte melden Sie sich bei uns, wenn Sie weitere Informationen zum Seminar oder auch zu den Absicherungsmöglichkeiten wünschen.



ARBEITSGEMEINSCHAFT EVANGELIKALER MISSIONEN e.V.
Soziale Sicherung
Hindenburgstrasse 36
70825 Korntal
Telefon: 0711 / 8 39 65 39
Telefax: 0711 / 8 38 05 45
e-mail: ematthies@aem.de

beatbetrieb//



Mit Beats und Bibel auf MTV

mit Beatbetrieb die Gute Botschaft ins Musikfernsehen!

Seit 26.8. läuft der Videoclip zu WENN DU ES SO WILLST mehrmals täglich auf MTV.

Die brandneue Beatbetrieb-Single WENN DU ES SO WILLST ab dem 16.09.2002 überall im Handel!

Aktuelle Beatbetrieb-Infos unter www.beatbetrieb.de.



„Offt ist Pop einfach platt. Wenn du es so willst ist anders. Der Song hat etwas zu sagen. Wir singen Deutsch, weil wir verstanden werden wollen. Wenn ich rappe will ich, dass eine Message überkommt. Unsere Texte sprechen von unserer Beziehung zu Gott.“

Theo Edder (Rap)



„In: Wenn du es so willst ist alles drin, was Beatbetrieb ausmacht. Großer Pop, fahrbare Beats und viel Gefühl. Ich kann den Song immer und immer wieder singen, ohne dass es mich langweilt. Für mich ist das ein Zeichen von Wert und Charakter.“

Michael Janz (Gesang)



„Wenn du es so willst“ ist ein persönliches Statement von uns. Das Lied verortet viel von dem, wie wir ticken. Außerdem geht es um eine Erfahrung, die jeder machen kann. Aber natürlich nur, wenn du es so willst...“

Fabi Wörner
(Schlagzeug)

www.beatbetrieb.de

www.polydor.de

