

# pro

## Wie kommt Gott in die Zeitung?



Berichte über Gott und die Christen in den Medien unterzubringen, ist immer schwer. Dennoch: Chancen gibt es genug - wir müssen sie nur nutzen.

Das Alltagsgeschäft eines Journalisten ist häufig bizarr. Wir berichten in einer schnelllebigen Zeit über Ereignisse, die

zen, über die Menschen diskutieren. Christen im Journalismus sollten mehr denn je nicht nur

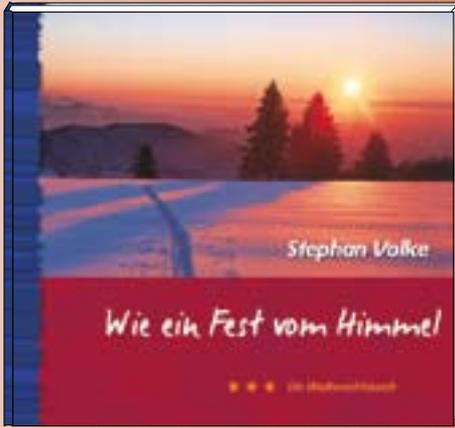
halten... für glaubwürdig

# NARNIA

Alle Fakten und Hintergründe zum Film.



# Geschenketrippe für Pro-Leser



Stephan Volke  
**Wie ein Fest vom Himmel**  
Ein Weihnachtsbuch

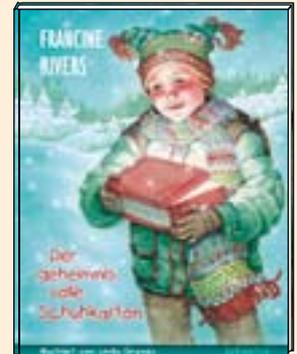
Jahrzehntelanger Kommerzialisierung und Verküchtung zum Trotz ist Weihnachten immer noch ein ganz besonderes Fest. Jedes Jahr neu vermag es Menschen zu berühren – wie ein Fest vom Himmel eben.

Bild-Text-Band, 40 Seiten, davon 18 Farbbildseiten, gebunden, 17,5 x 16 cm, € 7,95  
**Best.-Nr. 05 705**  
ISBN 3-501-05705-9

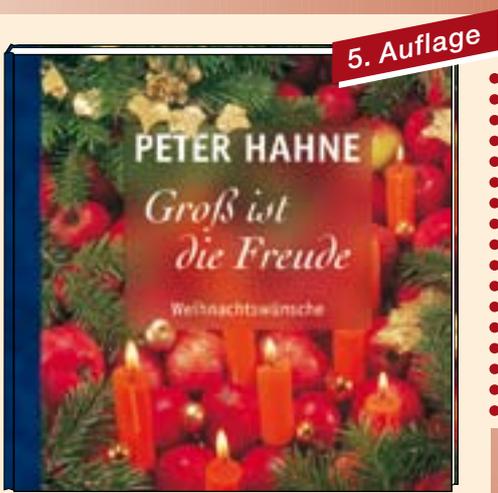
Francine Rivers  
**Der geheimnisvolle Schuhkarton**  
Mit Illustrationen von Linda Graves

An einem bewölkten Herbsttag tritt der kleine Timmy O'Neil ins Leben von Mary und David Holmes. Seine neuen Eltern wundern sich bald über den Schuhkarton, den Timmy überall mitnimmt, in den er aber niemanden schauen lässt. Was hat es mit dieser geheimnisvollen Schachtel auf sich?

Ein wundervolles Weihnachtbuch für Kinder – liebevoll illustriert und mit geistlichem Tiefgang. 32 Seiten, gebunden, € 9,95  
**Best.-Nr. 06 120**

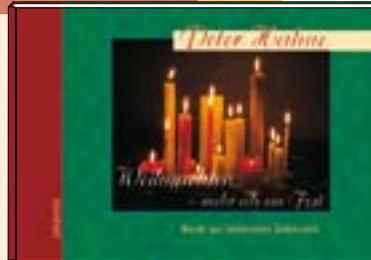


ISBN 3-501-01519-4



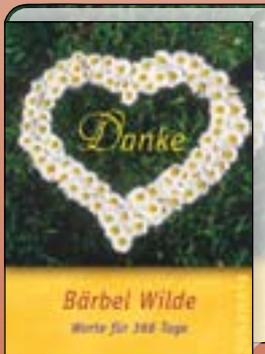
**Groß ist die Freude** – Weihnachtswünsche  
Wer Peter Hahne kennt weiß, dass es bei seinen Weihnachtswünschen um mehr als um Gefühle geht. 48 Seiten, viele Farbfotos, gebunden, Format 21,5 x 21,5 cm, € 10,95  
**Bestell.-Nr. 05 810**

ISBN 3-501-05810-1



**Weihnachten – mehr als ein Fest**  
48 Seiten, mit Farbfotos, gebunden, Format 15 x 10,5 cm, € 5,50  
Weihnachten – mehr als ein Fest. Mehr als die paar Tage auf dem Kalender.  
**Bestell.-Nr. 05 931**

ISBN 3-501-05931-0



Bärbel Wilde  
**Danke** – Worte für 366 Tage  
400 Seiten, davon 29 Bildseiten, gebunden, mit Lesebändchen, 8 x 10 cm, € 9,95  
**Bestell.-Nr. 02 335**  
ISBN 3-501-02335-9

Für jeden Tag des Jahres ein prägnant formulierter Ausspruch der bekannten Pfarrerin und Autorin Bärbel Wilde, dazu jeweils ein passendes Bibelwort – der tägliche geistliche Impuls.



**32 495** ISBN 3-501-32505-3

**Bärbel Wilde – Danke für 2006**  
Ausgewählte Hochglanz-Farbaufnahmen und Texte von Bärbel Wilde. Ein Geschenk zum Jahresanfang, mit dem Sie »danke« sagen können. Format 20 x 17,2 cm, 12 Blätter plus Titelbild, Spiralbindung, € 7,-\*

Bärbel Wilde



Waltraud Neunert  
**Ein Engel in der Fremde**

Zwölf Weihnachtsgeschichten  
Neue Geschichten von und für Leute von heute. Ob in »Ein Engel in der Fremde«, »Kein Anspruch auf Weihnachtslieder« oder »Nachtwanderung am Heiligen Abend« – immer wird auf sensible Weise und zuweilen auch mit feinem Humor das zeitlos aktuelle Weihnachtsthema variiert.

Großdruck-Taschenbuch, 112 Seiten, kartoniert, 11 x 18 cm, € 5,95  
**Best.-Nr. 77 872**

ISBN 3-501-05538-2

## Peter-Hahne-Kalender



**32 384**

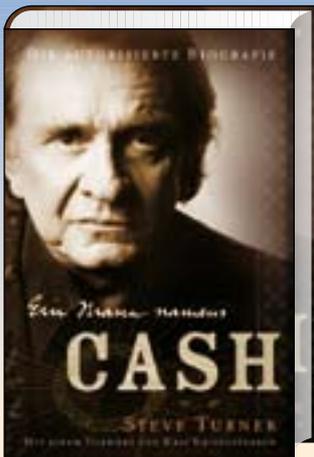
ISBN 3-501-32384-0

**Peter Hahne – Mut machende Nachrichten**

Ein ausdrucksstarker Farbfotokalender mit Texten von Peter Hahne.

12 Monatsblätter, Größe 33,5 x 43 cm, Spiralbindung, zum Hängen, € 10,90\*

\* = unverbindliche Preisempfehlung



Steve Turner  
**Ein Mann namens Cash**

Die autorisierte Biografie  
Mit einem Vorwort von Kris Kristofferson  
**Best.-Nr. 05 490**  
ISBN 3-501-01510-0  
388 Seiten, dazu 32 Seiten Bildteil, gebunden, mit Schutzumschlag, 13,8 x 20,8 cm, € 22,-

Johnny Cash – Pop-Country-Legende und Christ!

Die Johnny-Cash-Biografie



Liebe Leser,

wir haben als Christlicher Medienverbund KEP eine Aufgabe und einen Wunsch: mehr Evangelium in die Medien zu bringen. Dafür treten wir seit vielen Jahren ein. Viele Gespräche führen wir im Hintergrund, ohne groß darüber zu berichten. Das wollen wir auch weiter so halten. Nur in dieser Ausgabe machen wir eine Ausnahme.

Denn erstmals haben wir – gemeinsam mit Kollegen aus Berliner Redaktionen – eine Tagung unseres Netzwerkes „publicon – Christen im Journalismus“ veranstaltet. Mehr als 50 Kolleginnen und Kollegen waren nach Kassel in die Räume der Finanzberatungsgesellschaft Plansecur gekommen. Gemeinsam haben wir darüber nachgedacht, wie Gott häufiger als bisher in die Zeitung, ins Fernsehen, in Magazine und Radio kommen kann.

Viele Teilnehmer haben mir nach der Tagung geschrieben, wie wertvoll für sie die Gespräche und Begegnungen waren. Denn Christen, die in den Medien arbeiten, benötigen nicht nur den fachlichen Austausch, sondern gerade auch das Wissen, einander zu kennen und zu unterstützen. Unsere Vereinigung „publicon – Christen im Journalismus“ hat genau dieses Ziel.

In dieser pro-Ausgabe veröffentlichen wir drei Beiträge von Referenten der Tagung, die zum Teil ernüchternde Einblicke, aber auch ermutigende Ausblicke geben. Doch sie waren nicht die einzigen, die unsere Tagung bereichert haben: ganz besonders möchte ich an dieser Stelle auch Friedhelm Loh (Haiger) danken, der als erfolgreicher Unternehmer und engagierter Christ in einem Interview mit ZDF-Redakteur Thorsten Alsleben (Berlin) einen Einblick in sein Handeln als Unternehmer und Christ gegeben hat.



Mehr als 50 Teilnehmer: die erste Tagung des Netzwerkes „publicon – Christen im Journalismus“



Friedhelm Loh (re.), Vorstandsvorsitzender der Friedhelm Loh Group, Thorsten Alsleben (ZDF)



Stellte sich den Fragen der Teilnehmer: Dr. Nicolaus Fest, Chefredaktion der „Bild“-Zeitung

Sehr herzlich danke ich auch Ihnen, liebe Leser, für Ihre Unterstützung und Ihr großes Interesse an unserer Arbeit! In dieser pro finden Sie erneut viele interessante Beiträge zu aktuellen Themen: besonders die Artikel zum Kinofilm „Der König von Narnia“ empfehle ich Ihnen sehr! Bestellen Sie gerne weitere Exemplare der pro zum Verteilen in Ihrer Gemeinde oder im Bekanntenkreis! Wir freuen uns auf Ihre Resonanz!

Herzlichst, Ihr

Wolfgang Baake

## Inhaltsverzeichnis

<b>Titelthema</b>	
Journalismus und Glaube – das passt!	4
Wie kommt Gott in die Medien?	5
Trotz Medien den Glauben finden	7
<b>„Narnia“ Spezial</b>	
Die Welt von Narnia erobert die Kinos	10
C. S. Lewis – Er schuf Narnia	12
Sie bringen Narnia auf die Leinwand	14
Kommentar: Die Passion Aslans	15
<b>Kommentar</b>	
Hilfe, faule Schwärmer!	16
<b>Impulse</b>	
B. Richter: Gott sei Dank!	17
<b>Gesellschaft</b>	
Vorsicht, Christen im Weißen Haus!	18
<b>Pädagogik</b>	
Die subtilen Methoden der Werbung	20
Kindern Werbung erklären	22
<b>Fragebogen</b>	
Julia Stone, Deutsche Welle TV	23
<b>Journalismus</b>	
Christliche Medien-Akademie	24
<b>Musik</b>	
Aktuelle Produktionen	26
<b>Bücher</b>	
Rezensionen der Redaktion	27
<b>Meldungen</b>	
Medien und Wertebildung	28
Medienkonsum nimmt weiter zu	28
<b>KEP-Medienpreis 2005</b>	
„Goldener Kompass“: Alle Preisträger, alle Hintergründe	29
<b>Meldungen</b>	
Aufruf zu Mord an Islamexperten	30

**Impressum**  
 Herausgeber:  
 Christlicher Medienverbund KEP e.V.  
 Postfach 1869  
 35528 Wetzlar  
 Telefon (06441) 915 151 | Telefax (06441) 915 157

Vorsitzende Margarete Kupsch-Loh  
 Geschäftsführer Wolfgang Baake  
 pro-Redaktion Andreas Dippel (Leitung), Elisabeth Hausen, Christiane Leuckhardt, Ellen Nieswiolek-Martin, Egmond Prill, Norbert Schäfer, Jörn Schumacher

E-Mail Redaktion [pro@kep.de](mailto:pro@kep.de), [editor@israelnetz.com](mailto:editor@israelnetz.com)

Anzeigen Christoph Görlach  
 Telefon (06441) 915 167  
 Telefax (06441) 915 157  
 E-Mail [anzeigen@kep.de](mailto:anzeigen@kep.de)

Internet [www.kep.de](http://www.kep.de),  
[www.medienmagazin-pro.de](http://www.medienmagazin-pro.de),  
[www.israelnetz.com](http://www.israelnetz.com),  
[www.cma-medienakademie.de](http://www.cma-medienakademie.de),  
[www.the-good-news.org](http://www.the-good-news.org)

Newsletter [kep@kep.de](mailto:kep@kep.de), [info@israelnetz.com](mailto:info@israelnetz.com)  
 Satz/Layout Christlicher Medienverbund KEP  
 Druck dierichs Druck+Media GmbH, Kassel  
 Bankverbindung Volksbank Wetzlar-Weilburg eG  
 Kto.-Nr. 101 31 81, BLZ 515 602 31  
 Schweiz: Zürcher Kantonalbank  
 Konto 1127-0026.151

Dauerbeihfeher Bankenclearing-Nr. 700  
 der israelreport (8 Seiten)  
 Titelbild Redaktion/Buena Vista

pro-Abonnenten-Verwaltung:  
 Anja Günther, Telefon (06441) 915 -1 51, Fax -157,  
[abo@medienmagazin-pro.de](mailto:abo@medienmagazin-pro.de)

Vom Herzen und Verstand

# Journalismus und Glaube – das passt!

Berichte über Gott und die Christen in den Medien unterzubringen, ist immer schwer. Dennoch: Chancen gibt es genug – wir müssen sie nur nutzen.

■ Markus Spieker

Das Alltagsgeschäft eines Journalisten ist häufig bizarr. Wir berichten in einer schnelllebigen Zeit über Ereignisse, die, kaum veröffentlicht, schon vergessen sind. Vieles wird oberfläch-



„Der Spiegel“ über die Situation der Kirchen

licher, auch die Berichterstattung über Politik und Gesellschaft. Journalisten jagen sich in der Hektik des Alltagsgeschäftes häufig selbst: „Jeder Bericht erzwingt den nächsten. Immer gibt es ein Thema, immer ist jemand am Zug. Nur so und nicht anders kann es weitergehen“, konstatiert etwa die „Süddeutsche Zeitung“ – und hat dabei die Berichterstattung über den erst kürzlich gelauenen Machtpoker zwischen Union und SPD im Blick, der ganz Berlin in Atem gehalten hat.

In diesem schnelllebigem Geschäft mit seinen eigenen Gesetzen Berichte über Gott und den Glauben unterzubringen, ist mehr als schwierig. Dennoch dürfen wir die Chancen nicht ungenutzt lassen, als Christen im Journalismus nach unseren Möglichkeiten für Gott einzutreten. Professionalität, Verantwortung und Glaubensüberzeugung sind dabei die Grundprinzipien, die gerade christliche Journalisten auszeichnen sollten.

„Suchet der Stadt Bestes.“ Dieser Auftrag gilt für alle Christen, zumal Politiker, aber insbesondere auch für Journalisten. Berichtersteller haben eine besondere Verantwortung für die Gesellschaft. Sie informieren über politische

und öffentliche Vorgänge und hinterlassen durch ihre Veröffentlichungen öffentlich sichtbare Spuren. Journalisten haben Einblicke und Informationen, die andere nicht haben. Damit müssen Berichtersteller verantwortlich umgehen. Durch ihre Berichterstattung haben Journalisten daher zwangsläufig die Möglichkeit, Themen zu setzen, über die Menschen diskutieren. Christen im Journalismus sollten mehr denn je nicht nur professionell über Themen aus Politik und Gesellschaft berichten, sondern auch so genannte „Randthemen“ in das öffentliche Bewusstsein zu bringen.

Dabei ist die Chance sehr hoch, Gott in die Medien zu bringen. Denn selten war die Offenheit von Menschen für Wertethemen so groß wie heute. Menschen suchen wieder nach Grenzen, Offenbarung, Leitlinien.

Dennoch haben es Berichte über Gott und die Christen in den meisten Medien schwer. In den Hauptnachrichten wird über andere Themen berichtet. Dabei fällt meist nicht nur die Kirche unter den Tisch, sondern auch aus christlicher Sicht relevante Themen wie Genforschung oder die Hospizbewegung. Im Alltagsgeschäft bleiben dann Berichte über die Farbe der Krawatte von Politikern oder angebliche Liebschaften zwischen prominenten Meinungsmachern. Aus christlicher Sicht wichtige Themen finden dann meist nur in den Spätausgaben der Nachrichten Platz, wenn sowieso kaum einer mehr den Fernseher laufen hat. Das sind Gesetzmäßigkeiten in den Medien, die auf lange Sicht nicht zu ändern sind. Umso wichtiger sind die christlichen Medien, die für Christen relevante Themen aufgreifen und einer großen Leser-, Zuschauer- oder Hörerschaft berichten.

Denn leicht ist es nicht, Journalismus und Glaube in Einklang zu bringen. Das wird insbesondere in Begegnungen und Diskussionen mit Kollegen deutlich, die mit Bibel, Gott und Glaube herzlich wenig anfangen können. Da ist etwa ein Kollege davon überzeugt, dass im Alten Testament nun einmal viel zu viele Widersprüche enthalten sind, als dass diese Texte für glaubwürdige Quellen herhalten können.

Doch genau das ist es, was Journalisten besonders schätzen: gute und zuverlässige Quellen. Wenn wir Christen in solchen Gesprächen keine eigene Überzeugung und Gegenargumente vorbringen können, fällt das Thema Glauben für die Kollegen und Mitmenschen schlicht durch. Journalisten wollen Gewissheit, wollen sich ihrer Sache, ihrer Berichte sicher sein. Das ist auch wichtig und richtig. Doch der Glaube ist nicht nur sichere Erkenntnis, Glaube ist mehr, ist eine Überzeugung, Vertrauen.

Das muss Journalisten erst einmal klar gemacht werden: die christliche Wahrheit kann nicht auf einen Zweispalter eingestampft werden. „Das Herz hat Gründe, von denen der Verstand nichts weiß.“ Dieser Satz des Philosophen Blaise Pascal ist für Journalisten noch schwerer nachvollziehbar als für Menschen aus anderen Berufsgruppen. Wenn sich Christen mehr Berichte über Gott in den Medien wünschen, muss ihnen die Hürde bewusst sein, die diese in den säkularen Medien zu nehmen haben. Umso dankbarer sollten wir über die vielen kleinen Schritte und Berichte sein. Denn obwohl der Glaube mehr in den Herzen als mit dem Verstand begreifbar ist, hat Gott in den Medien seine Chancen. ■



Dr. Markus Spieker ist Korrespondent des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) im ARD-Hauptstadtstudio Berlin und Autor zahlreicher Bücher. Zuletzt erschienen: „50 christliche RomanKlassiker“, „50 christliche FilmKlassiker“, „50 christliche MusikKlassiker“ (mit Dr. Hartmut Spiesecke), alle im Hänssler-Verlag.

## Analyse

# Wie kommt Gott in die Medien?

Heutzutage grenzt es an ein Wunder, wenn Gott in der Zeitung steht, oder, besser gesagt: wenn in den Medien über Kirche und christliche Themen berichtet wird. Eine Analyse der deutschen Medien-Berichterstattung über Christen, Kirche und Glauben ist ernüchternd – und dennoch hoffnungsvoll.

■ Wolfgang Stock

Obwohl in Deutschland sonntags fast sechsmal mehr Menschen in die Kirche gehen (ca. 5,1 Mio.) als in Fußballstadien (ca. 0,7 Mio.), finden wir montags in den Zeitungen nur Sportberichte. Auch unter Berücksichtigung der Fernsehzuschauer und Rundfunkhörer bleiben die Gläubigen in der Mehrheit – aber ein Bericht über die fünf Millionen Kirchgänger oder eine gute Predigt hat Seltenheitswert.

Für Medienfachleute ist das im Doppelsinn des Wortes „unmöglich“: Wie kann es sein, dass Millionen-Ereignisse praktisch nie Beachtung finden? Was machen die Christen, was machen die Journalisten falsch, wenn umgekehrt 100 Anti-Kernkraft-Demonstranten in Gorleben in die Nachrichten des öffentlich-rechtlichen Fernsehens kommen – dagegen aber 3.000 Christen beim „Spring“-Festival oder 10.000 Teilnehmer auf einem „Willow Creek“-Kongress vergeblich auf die Fernseheteams warten?

## Was schief läuft

Berichte über Glaube und Kirchen in den rund 40 meinungsbildenden Zeitungen, Magazinen und Fernsehsendern in Deutschland sind insgesamt so selten, dass sie kaum noch messbar sind: rund ein Prozent der Sendezeit in den Fernsehnachrichten ist mit kirchlichen oder Glaubensthemen besetzt, belegen Untersuchungen des „Medien Tenor“. Und in den Printmedien sieht es ähnlich düster aus. Zum Vergleich: Der Radsport kommt in den Fernsehnachrichten doppelt so oft vor (Abendnachrichten 2001 bis 2003). Ist also der Radsport doppelt so wichtig wie der christliche Glaube und die Kirchen?

Die große Ausnahme ist die „Bild“-Zeitung, in der die Bibel, der Papst und kirchliche Themen öfters vorkommen.



Großartige Ausnahme: „Bild“ über den Gottesdienst zur Einweihung der Frauenkirche in Dresden

Doch wir Gebildeten sagen gerne: „Neben einem barbusigen Foto zählt das nicht!“ Ich bin mir allerdings gar nicht sicher, ob wir mit dieser pharisäerhaften Beurteilung Recht haben. Gott freut sich eher über eine Bibelstelle in einer millionenfach gelesenen Boulevard-Zeitung als darüber, dass Qualitätszeitungen oft auf beides verzichten – insbesondere auf die Bibelzitate und eine angemessene Berichterstattung über Millionen Gläubige.

## Journalisten sind Chronisten

Gott kann nur in die Zeitung kommen, wenn Journalisten ihn in die Zeitung setzen. Daran schließt sich die selbstkritische Frage für christliche Journalisten an: Was habe ich denn in den letzten Tagen, Monaten und Jahren unternommen, um Gott in die Zeitung zu bringen? Mir selbst sind die Augen 2003 bei „ProChrist“ aufgegangen: Damals war ich Politikchef der „Welt am Sonntag“ und in meiner Heimatgemeinde aktiv an den Vorbereitungen beteiligt. Mein naheliegendes Ziel war es daher, „ProChrist“ in „meine“ Zeitung zu bringen. Ich habe also versucht, meine Kollegen in dem zustän-

digen Ressort dafür zu sensibilisieren, dass Zehntausende Menschen kommen, um Gottes Wort hören. Ich wählte mich sogar schon erfolgreich – doch in letzter Minute gab es etwas angeblich Spannenderes, das dann die „vermischte“ Seite der „Welt am Sonntag“ füllte. Dann war „ProChrist“ vorbei – ohne, dass unsere Leser hätten darüber lesen können. Doch das hat kaum jemand gemerkt, weil die anderen Medien auch nicht darüber berichtet haben... Dennoch wurde mir schlagartig bewusst, dass wir Journalisten hier unsere Chronistenpflicht verletzt hatten.

Ich habe fast zwei Jahrzehnte journalistisch gearbeitet: bei der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“, im Verlag Gruner und Jahr, der zum Bertelsmann-Konzern gehört, beim Nachrichtenmagazin „Focus“ (Burda) und bei der „Welt am Sonntag“ (Springer). In den publizistischen Grundsätzen, die dort galten und gelten, findet sich nichts über Gott und wenig über unsere christlich-abendländische Kultur. Natürlich gibt es noch andere große Verlage in Deutschland. Doch auch diese treten eher nicht als christliche Verlage hervor. Im Gegenteil: Ein guter Kollege aus dem Rheinland ist jüngst

mit der offiziellen Begründung, er sei „zu christlich“, als Chefredakteur gefeuert worden.

Mit anderen Worten: selbst wenn es christliche Journalisten in Deutschland gibt, berichten, redigieren und schreiben sie in einem Arbeitsumfeld, das sie zumindest nicht ermutigt, auch nur im kleinen Kreis über Jesus zu sprechen, geschweige denn, ihn in die Zeitung zu setzen.

Allerdings gibt es eine positive Entwicklung, die seit etwa fünf Jahren zu beobachten ist und die sich langsam Bahn bricht. Christen, die im Journalismus arbeiten, treffen sich beispielsweise in Berlin oder Hamburg regelmäßig, christliche Journalisten treffen sich auf dem „publicon“-Kongress. Das ist ermutigend. Denn ich bin davon überzeugt, dass der Missionsbefehl nur erfüllt werden kann, wenn wir Journalisten das Unsrige dazu beitragen: Dass Gott und unser Glaube an ihn in die Medien kommt, indem wir Journalisten ihn in die Zeitung und das Fernsehen bringen.

Die „Bild“-Zeitung ist ein Beispiel dafür, wie wichtig einzelne Persönlichkeiten dabei sind: Wenn Deutschlands größtes Boulevardblatt häufig über den Glauben oder die Kirchen berichtet, geht das nicht unbedingt auf einen Wunsch des Springer-Verlages zurück. Es ist vielmehr die persönliche



„Bild“-Zeitung nach der Wahl von Papst Benedikt XVI.

Entscheidung von „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann, der ein gläubiger Katholik ist. Er zeigt, dass das angeblich „schwierige“ und „sperrige“ Thema Glauben sogar ein kommerzieller Erfolg sein kann – siehe die „Volksbibel“.

Um so skandalöser ist das Versagen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und Rundfunks, die nicht nur eine Verpflichtung zur „Grundversorgung“ haben, sondern ihre Themenwahl zudem nicht von kommerziellen Gründen abhängig machen dürften. Denn mit unseren Rundfunkgebühren finanzieren wir die öffentlich-rechtlichen Anstalten dafür, dass sie die Werte und die Vielfalt unserer Gesellschaft aufgreifen und darüber berichten. Doch tun sie es?

Wir wissen aus Umfragen, dass etwa zehn Prozent aller Bundesbürger vor dem Essen beten. Wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein getreues Abbild der Wirklichkeit in unserer Gesellschaft vermitteln wollte, müssten daher im Durchschnitt in allen Vorabendserien, Krimis, in den Fernsehfilmen und Serien zehn Prozent der Schauspieler zumindest vor dem Essen die Hände zum Gebet falten. Zehn Prozent der Schauspieler! Jeder weiß: dies ist nicht annähernd der Fall. Die vergleichsweise riesige „Minderheit“ der gläubigen Bevölkerung Deutschlands wird also konsequent ausgeblendet. Das ist Manipulation.

### Aufmerksamkeit erregen

Haben wir Christen den Kampf um mediale Aufmerksamkeit schon verloren? Nein. Denn es gibt sie ja noch, die Gläubigen. Und nach den Grundprinzipien des Journalismus müsste es dann darüber auch etwas Berichtenswertes geben, was zu veröffentlichen die Chronistenpflicht verlangt.

Aber dazu müssen wir Christen ein

bestimmtes Maß an Aufmerksamkeit erregen, um wahrgenommen zu werden und auf Dauer in den Medien präsent zu bleiben. Und dazu müsste sich einiges ändern! Denn wir Christen und die Kirchen machen aus der Sicht von Werbe-Profis vieles falsch. Weder haben wir eine bekannte „Marke“ mit einem entsprechenden, eingängigen Slogan, noch reden wir intensiv von den vielen guten Dingen, die wir in Diakonie, Bildung und Gesellschaft tun. Selbst evangelische Großereignisse (vom Kirchentag abgesehen) verpuffen in der Öffentlichkeit.

Außerdem fehlen den evangelischen Christen medienwirksame Köpfe. Dabei haben wir „vorzeigbare“ Bischöfe, doch meist sind wir zu bescheiden. In der Öffentlichkeit wird die evangelische Kirche daher viel eher mit „Pfarrer“ Fliege als mit Bischof Huber in Verbindung gebracht – ein absolutes PR-Desaster. Wenn es den Papst nicht gäbe, wäre das mediale Erscheinungsbild der Kirchen in Deutschland tröstlos.

Und: die Kirchen verlassen sich meist darauf, dass die Pressearbeit von einem Pfarrer noch im zweiten Nebenamt erledigt werden kann. Doch es müssen Profis ran, auch wenn das sehr teuer werden mag.

Ja, wir Christen müssen deutlicher als bisher Flagge zeigen. Wir Christen müssen lauter werden, uns beschweren, dass Gott in der Zeitung nicht vorkommt – und lobende Leserbriefe schreiben, wenn er vorkommt. Beides bewirkt viel in Redaktionen!

Der streitbare Fuldaer Bischof Dyba sagte einmal: „Wir müssen dazu kommen, dass die Menschen sagen: ‚Das können wir den Christen nicht zumuten!‘“ Davon müssen wir uns inspirieren lassen: Journalisten und Meinungsmacher, auch wenn sie nicht gläubig sind, müssen erkennen: Wenn sonntags fünf Millionen Deutsche in die Kirche gehen, dann gehören mehr christliche Themen in die Medien! ■



Professor Dr. Wolfgang Stock ist Kommunikationsberater und lehrt Journalistik an der Universität Gießen und der Gustav-Siewerth-Akademie.



„Welt am Sonntag“ (oben) über die „Pro Christ“-Aktion „Die kleinste Kirche der Welt“ und die „Heilbronner Stimme“ über den „Willow Creek“-Kongress in Stuttgart

## Gesellschaft

# Trotz Medien den Glauben finden

Wir leben in einer völlig überreizten Welt. Auch die Medien müssen immer wieder neue Höhepunkte setzen – sie buhlen um Aufmerksamkeit. Da fällt es schwer, Menschen mit dem Glauben zu erreichen.

■ Dan Peter

„Ich glaube, hilf meinem Unglauben.“ Dieses eigenartige Bekenntnis aus dem Markusevangelium (9,24) kennzeichnet auch unsere Gesellschaft. Denn entgegen aller Verlautbarungen ist unsere Welt nicht im Säkularismus gefangen, sondern zutiefst und unheilbar religiös. Die Frage ist nur, welcher religiösen Linie die Menschen folgen und wie sich Menschen, die ihren Individualismus ausleben, noch einem „Glaubenssystem“ oder einer Institution anschließen können, und nicht zuletzt, ob dieser Glaube dann ihr Leben ausmacht und trägt.

Zutiefst religiös, trotzdem haben viele

Menschen Probleme mit dem Glauben. Denn wir leben in einer völlig überreizten Welt. Lebensmitteltechnologien legen zum Beispiel fest, wie eine Erd-

**Mediale Welt und Wirklichkeit durchdringen und verschränken sich in einem pseudo-religiösen Sinn.**

beere schmeckt. Kinder, die mit künstlichen Aromen groß geworden sind, ziehen diese nachweislich den natürlichen vor. Sie können das Originalaroma

nicht einmal mehr erkennen. Auch die Medien müssen immer wieder neue Höhepunkte setzen, um Aufmerksamkeit zu erreichen, greifen damit aber tief in die Wertesysteme, in Rollenverhalten, ja sogar in die Grundstruktur unserer Gesellschaft ein. Sie schaffen neue Vorstellungen von der Wirklichkeit, auch von Gott und verändern letztlich unsere Welt.

Gerade Fernsehen erzieht zur schnellen und oberflächlichen Wahrnehmung, verändert das Zeitempfinden. Mediale Welt und Wirklichkeit durchdringen und verschränken sich in einem pseudo-religiösen Sinn. Man kann fast schon von einer medialen Transzendenz sprechen. Nicht nur dass viele Medien abs-

Anzeige

**Qualität ist unsere Verpflichtung | Schnelligkeit unser Auftrag | Erfahrung unsere Stärke.**

Die Realisierung von Visionen ist Fortschritt. Sie setzt Werte und verhindert Stagnation.

Welche Visionen haben Sie?



**OTTO QUAST**



Visionen

OTTO QUAST Projekt:  
Start-/Zieltribüne  
Zandvoort/Niederlande

**Fertigbau Lindenberg**  
An der Autobahn 16-30  
57258 Freudenberg  
Telefon 02734 490-0  
Telefax 02734 490-460  
email fbl@quast.de

Ingenieurbau · Hochbau · Straßen- und Tiefbau · Spezialtiefbau · Bauwerterhaltung  
Garagen · Wände · Decken · Fertigteilwerke · Schlüsselfertiges Bauen für Handel,  
Industrie und Verwaltung · Info unter: 0800 OTTO QUAST oder 0800 6886 78278

**www.quast.de**

truse religiöse Vorstellungen, oft sogar Aberglauben verbreiten, sie selbst befriedigen sinnliche und substituieren religiöse Bedürfnisse. Dabei „überfüttern“ sie den Einzelnen und verderben häufig nachhaltig den „Geschmack“ für das Wirkliche und Wahre.

Hollywood-Schönheiten oder Top-Models samt perfektem Styling geben medial das Frauen-Ideal vor. Was in den Medien oft digital retuschiert und optimiert wird, muss im wahren Leben zunehmend medizinisch gelöst werden. Auch Männer müssen sich mit ihren dynamischen, waschbrettbauchigen und einfühlsamen Vorbildern messen. Diese Spirale schraubt sich immer weiter nach oben. Wenn in den Medien Gehälter genannt werden, dann liegen

diese in den meisten Fällen weit über dem, was unsereins am Ende des Monats überwiesen bekommt. Dieses permanente nach oben Schauen schafft Unzufriedenheit. Unter welchem Druck steht wohl ein allein stehender Hartz IV-Empfänger, der sich eigentlich kein Handy und keinen DSL-Anschluss leisten dürfte, der aber ohne diese Kommunikations-„Selbstverständlichkeiten“ kaum mehr am normalen gesellschaftlichen Leben teilnehmen kann? Vielen Menschen fällt es zunehmend schwer, mit den Ansprüchen zu leben, die im von Medien geprägten Alltag an sie gestellt werden.

Wenn Medien mit ihren „Idealbildern“ unsere normale Welt transzendieren und neue überreizte Realitäten schaffen, wo bleibt dann der echte Mensch, mit seinen Fragen, seinen Sehnsüchten, seinen Frustrationen, seinem Unvermögen? Dieser Mensch, für den Jesus Christus auf die Erde gekommen ist und für den er gestorben ist?

Gerade in der Mediengesellschaft brauchen Frauen, Männer und vor allem Kinder regelmäßig Medieruhe und eine Konzentration auf das Wesentliche und Eigentliche des Lebens. Darauf müssen Christen – auch in den Medien – hinweisen. Gegen Fernsehen hilft nur Nahesein. Jesus hat sich Zeit genommen für den Einzelnen und genau hingeschaut. Deshalb: Immer wieder Pause von der Überflutung der Sinne, stattdessen zwischendurch Stille, Mineralwasser oder mal eine Stunde sich nur mit einem kurzen Bibelwort, mal einen Tag sich nur mit einem einzigen Menschen beschäftigen. Wann haben Sie zum letzten Mal eine ganze Viertelstunde in das Gesicht, in die Augen Ihres Partners oder Kindes geschaut, die Gedanken des andern erspürt, die Schönheit der Falten und des Wesens erkannt oder den an-



Aus der Programmzeitschrift „Hörzu“

deren wirklich aussprechen lassen und zugehört? Das ist noch nicht Glaube, aber eine Schärfung der Sinne, ein möglicher Zugang zum Wahren oder Wesentlichen des Lebens. Ruhe ist oftmals eine Voraussetzung, um Gott neu hören oder finden zu können.

Nicht selten sind es aber dramatische Ereignisse im Leben, die eine „allgemeine Religiosität“ auf das Wesentliche hin führen. In der Bibelgeschichte, aus der ich das Bekenntnis zitiert habe, geht es um einen Mann, der nicht mehr weiter weiß. Wegen seines kranken Sohnes ist er völlig verzweifelt. Er stellt alles andere zurück, blendet sich aus, konzentriert sich nur noch auf eines: Wenn ihm Menschen nicht weiterhelfen können, wie kann er Hoffnung und Glaube, wie kann er zu Gott finden? Da trifft er auf Jesus und erkennt bei ihm die Gegenwart Gottes. Er will glauben und fühlt sich doch hilflos, denn Glaube und göttliche Hilfe entziehen sich der Machbarkeit.

### Nicht immer Macher sein wollen

Damit ist er aber bei der zentralen Aussage des christlichen Glaubens angelangt. Die meisten Menschen sind es gewohnt, Macher zu sein, Dinge anzupacken, selbstständig zu denken und zu handeln. Dieses Machertum kommt manchmal sogar sehr christlich daher. Bis hinein in die Gemeinden und Gottesdienste haben sich viele daran gewöhnt, etwas selbst in die Hand zu



„Stern“: Interview mit dem Chirurgen und Christ Benjamin Carson, der die siamesischen Zwillinge Lea und Tabaa operierte

## publicon<sup>+</sup>

Christen im Journalismus

Die Vereinigung „publicon – Christen im Journalismus“ wurde im Jahr 2004 gegründet und ist dem Christlichen Medienverbund KEP angegliedert. „publicon“ will die Gemeinschaft im Gebet und im Gespräch stärken, Kontakte pflegen, Themen von gemeinsamem Interesse aus Mediensicht besprechen, zur Wahrung der Ethik im Journalismus ermutigen oder Themenabende organisieren und dazu einladen.

Weitere Informationen: [www.publicon.org](http://www.publicon.org).



nehmen und zu „machen“. Wie viele Christen und wie viele Gemeinden erliegen dann schnell einem frommen Aktionismus, „überreizen“ sich und andere. Statt sie zu steigern, mindern sie dabei die echte Gotteserfahrung, die ihrem Leben einen tiefen Frieden und

eine tragfähige Ausrichtung schenken würde.

Ich bin absolut kein Gegner von Reformen. Entwicklungen sollen angestoßen werden, Gemeinden müssen sich verändern. Dabei darf man aber nicht den Blick auf Gott verlieren, der allein alles schenken kann und vielleicht schon längst etwas Heilsames angestoßen hat. Nur er kann in der Tiefe etwas bewegen, nicht wir. Denn der Glaube ist ein Geschenk, ein Entgegenkommen Gottes – im wahrsten Sinne des Wortes. Im Gegensatz zu den Medien, die ihre Idealbilder, Verhaltensweisen oder Möglichkeiten in fragwürdiger Weise mit der Realität verschmelzen, deren Glücksversprechen aber nur Frustrationen verursachen, hat Gott unsere Welt mit seinem Sohn und seiner heilsamen Gegenwart transzendiert. Mehr noch: Er hat sich selbst inkarniert, ganz ins menschliche Leben hinein begeben. Jesus Christus hat hier gelebt, gewirkt, gezeigt, was Gott aus einem Leben machen will, immer wieder demonstriert, dass es die leeren und bittenden Hände sind, die

Gott füllt, und mit denen er auch das Umfeld positiv verändert.

„Ich glaube. Hilf meinem Unglauben.“ Als der verzweifelte Vater einsieht, dass er aus eigener Kraft nicht weiterkommt, dass er zwar glauben will, aber an sein Unvermögen stößt, sich anlehnen, selbst im Glauben sich auf Jesus stützen muss, passiert etwas: Jesus greift ein. Ich erkenne in diesem Bekenntnis, wie jemand seine eigenen religiösen Vorstellungen, seine persönlichen Lösungen und Anstrengungen lässt, jeglicher Macher-Einstellung absagt und sich Jesus ausliefert: „Ich kann nicht mehr und ich kann es nicht. Beschenke du mich, Herr, verändere mich.“ Das ist christlicher Glaube. Wer einen so „hilflosen“ Glauben wagt, findet ein tragfähiges Fundament und „schmeckt“ das wahre Leben. ■



Kirchenrat Dan Peter (Stuttgart) ist Referatsleiter für Publizistik und Gemeinde im Oberkirchenrat der Evangelischen Landeskirche in Württemberg. Er beschäftigt sich seit vielen Jahren mit Medien und Öffentlichkeitsarbeit.

## Das „Institut für Islamfragen“ der Deutschen Evangelischen Allianz (IfI)



### Warum?

- Der Islam: eine enorme Herausforderung für Kirche, Gesellschaft und Staat
- In Deutschland: etwa 3,2 Mio. Muslime, in ganz Europa 20 Mio.
- Die Probleme sind groß: im Schul- und Bildungsbereich, bei der Sprache, bei der Integration, im politischen Bereich und beim Zusammenleben
- Viele Muslime besinnen sich neu auf den Islam. In Städten bilden sich Ghettos
- Auch Gemeinden und Kirchen haben die „Herausforderung Islam“ noch viel zu wenig erkannt

### Wozu?

- Das „Institut für Islamfragen“ wurde 1999 gegründet mit dem Ziel:
- einer sachlich fundierten Beschäftigung mit dem Thema Islam
- einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Anspruch des Islam als Religion, politischem System und Gesellschaftsordnung
- der Information aus christlicher Perspektive

### Wodurch?

- Die Herausgabe der Zeitschrift „Christlicher Glaube und Islam“ (dt./engl.)
- Probeheft anfordern unter: IfI, Postfach 7427, 53074 Bonn oder: Fax 0228/9650389 | [christine.schirmacher@islaminstitut.de](mailto:christine.schirmacher@islaminstitut.de)
- Eine Webseite mit Artikeln zum Islam und aktuellen Meldungen aus arabischen und türkischen Quellen: [www.islaminstitut.de](http://www.islaminstitut.de)
- Durch Vorträge und Seminare bei kirchlichen wie säkularen Institutionen

### Wie?

Die ehrenamtliche Arbeit des „IfI“ existiert ausschließlich durch Spenden seiner Freunde und Förderer.

Konto-Nr. 400 33 81, BLZ 500 605 00, Evangel. Kreditgenossenschaft Kassel, Filiale Frankfurt (in D bis 10% für wissenschaftliche Zwecke abzugsfähig) oder über: idea Stiftung, Konto-Nr. 11 881 00, BLZ 500 921 00, Spar- u. Kreditbank, Bad Homburg, Verwendungszweck: Islaminstitut  
1. Vorsitzender des IfI ist Dr. h. c. Horst Marquardt  
2. Vorsitzender: KR i. R. Albrecht Hauser

Anzeigen

# Gute Nachrichten

Wir haben sie! Die christliche Medien-Alternative  
[www.erf.de](http://www.erf.de)

Ja, bitte schicken Sie mir ein kostenloses Infopaket!

Vorname, Name

Geburtsdatum, Beruf

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Bitte einsenden an: **Evangeliums-Rundfunk**, 35573 Wetzlar

Coupon  
pro 10/05

Lucy steht zitternd in dem dunklen Kleiderschrank. Um sie herum hängen Jacken und Mäntel. Sie sind weich und warm und riechen nach Leder. Draußen hört sie Peters Stimme – sie spielen Verstecken. Lucy drückt sich tiefer in die Mäntel hinein. Plötzlich berührt sie etwas Stacheliges – es fühlt sich an wie Tannenzweige. Vorsichtig tastet sie nach der Rückwand des Schrankes, aber ihre Hände greifen ins Leere. Stattdessen rieselt etwas Kaltes auf sie herab. „Schneeflocken“ murmelt Lucy verblüfft. Sie geht einige Schritte vorwärts und steht mitten auf einer verschneiten Waldlichtung. Vor ihr steht eine Laterne.

Dass dieses Land Narnia heißt, weiß Lucy zu dem Zeitpunkt noch nicht. Narnia ist eine Art Märchenwelt: hier können die Tiere sprechen, es ist eine Welt voller Fabelwesen, in der Faune, Zwerge, Einhörner, Zentauren und Werwölfe leben.

### „Narnia“-Chroniken: 85 Millionen verkaufte Exemplare

„Die Chroniken von Narnia“, ein siebenbändiges Werk des britischen Schriftstellers und Literaturwissenschaftlers Clive Staples Lewis, werden von vielen als einer der fantasiereichsten Klassiker der Literatur angesehen. Seit ihrer Veröffentlichung zwischen

1950 und 1956 wurde die Fantasy-Reihe über 85 Millionen mal verkauft und in über 30 Sprachen übersetzt.

Die vier Geschwister Peter, Susan, Edmund und Lucy werden in Narnia „Adamssöhne“ und „Evastöchter“ genannt. Sie erleben den Kampf zwischen Gut und Böse und die letzte Schlacht zwischen dem Löwen Aslan und der weißen Hexe Jadis hautnah mit. Wie kaum ein anderes literarisches Erzählwerk vermittelt „Der König von Narnia“ Kindern und Erwachsenen die zentrale Aussage des Neuen Testaments.

Denn in die Geschichte hat Clive Staples Lewis, Professor für Literatur des Mittelalters und der Renaissance und Autor zahlreicher christlicher Bü-

# NARNIA

## Die Welt von Narnia erobert die Kinos

Bislang waren es eher klägliche Versuche, eines der erfolgreichsten und gleichzeitig christlichsten aller Romane zu verfilmen: C. S. Lewis „Der König von Narnia“. Ein Filmteam hat das Kinderbuch jetzt ähnlich aufwendig fürs Kino verfilmt wie einst den „Herrn der Ringe“ von Lewis' Freund J. R. R. Tolkien.

■ Ellen Nieswiodek-Martin



cher, die Botschaft der Bibel hineingelegt. Die Hauptfigur ist der Löwe Aslan. Er erschuf in dem ersten Band „Das Wunder von Narnia“ die Welt und stirbt in „Der König von Narnia“ einen stellvertretenden Tod. Er opfert sich für Edmund, um diesen aus dem Bann der Hexe zu befreien. Aslan erklärt das den Kindern nach seiner Auferstehung so: „Wenn sich einer, der nichts verbrochen hat, freiwillig für einen Schuldigen opfert, dann bricht der Steintisch entzwei und der Tod weicht zurück.“ Am Ende des Buches siegt Aslan gemeinsam mit seinen Getreuen in einer großen Schlacht über das Böse.

Vor mehr als drei Jahren begannen die Dreharbeiten und Produktion für die Neu-Verfilmung des Buches. Das Filmteam und Hunderte Experten für Computeranimationen und Spezialeffekte arbeiteten an der Verfilmung des Kinderbuches. Sechs Monate lang dauerten die Dreharbeiten im Süden Neuseelands, in der Tschechischen Republik und in London. Bis kurz vor der Premiere in London arbeiteten die Filmexperten hinter verschlossenen Türen und unter strenger Geheimhaltung fieberhaft an den letzten Details.

„Die Chroniken von Narnia - der König von Narnia“ ist eine Co-Produktion der Walt Disney Produktion und Walden Media. Es handelt sich um eines der größten Projekte, die jemals von beiden Firmen verwirklicht wurden. Als Regisseur haben Disney und Walden Media den Neuseeländer An-

drew Adamson gewinnen können. Dieser wurde für seinen Animationsfilm „Shrek“ mit einem Oscar ausgezeichnet. Für Adamson bestand die Herausforderung bei der „Narnia“-Verfilmung hauptsächlich darin, einen Film mit lebenden Figuren und animierten Fabelwesen zu drehen. Vier Kinder, 200 Statisten und über 60 computeranimierte Fabelwesen musste der Regisseur bändigen, um seine Vision der Buchvorlage auf die Leinwand zu bringen.

Unterstützt wird der Regisseur dabei von Richard Taylor, dem Gründer und Special Effects-Experten der neuseeländischen Firma „Weta“. Richard Taylor wurde für seine Mitarbeit bei der Trilogie „Herr der Ringe“ bereits mit vier Oscars ausgezeichnet.

### Stiefsohn von C. S. Lewis: „Was hätte ihm gefallen?“

Co-Produzent des Films ist Douglas Gresham, einer der beiden Stieföhne von C. S. Lewis. Gresham ist vielen bekannt als Autor des Buches „Lented Land“. Darin beschreibt er die Geschichte seiner Mutter und seines Stiefvaters. Das Buch wurde unter dem Titel „Shadowlands“ verfilmt. Als „Narnia“-Experte und Co-Produzent wachte Gresham darüber, dass die Botschaft des Films möglichst mit den Absichten seines Stiefvaters übereinstimmt. Doch darüber sind sich die Experten und „Narnia“-Fans uneins.

Es ist nicht das erste Mal, dass die „Narnia“-Bücher verfilmt wurden. Bereits im Jahr 1967 zeigte das Britische Fernsehen eine Schwarz-Weiß-Verfilmung von „The Lion, the Witch and the Wardrobe“ („Der Löwe, die Hexe und der Kleiderschrank“). Im Jahr 1979 erschien der Zeichentrickfilm für Kinder, der sich eng an das Original anlehnte. 1988 produzierte die BBC „The Lion, the Witch and the Wardrobe“ als sechsteilige Fernsehserie mit jeweils 30-minütigen Episoden.

Gresham zumindest macht aus seiner Position keinen Hehl: „Jack (C. S. Lewis) war durchdrungen von seinem Glauben, aber er wollte mit ‚Narnia‘ kein christliches Buch schreiben“.

Der 60-Jährige gibt zu, dass es ihm schwer fiel, darüber zu urteilen, ob sein Stiefvater einverstanden wäre mit der Art, wie seine Ideen umgesetzt werden. „Es ist für mich oft schwer, darüber zu entscheiden, was ihm gefallen hätte. Ich versuche, mich an ihn und an meine Mutter zu erinnern und an alles, was er mich gelehrt hat. Ich denke auch an die Bedürfnisse der Menschen weltweit... Ich bete sehr viel über diese Entscheidungen.“

Und so vertrat er auch in Diskussionen mit dem Filmteam die Meinung, dass jede zu weite Entfernung von der Originalbotschaft der Aussage dem Film nur schade. Die „Narnia“-Fans werden es ihm danken. ■



Fotos aus dem Film „Der König von Narnia“: Buena Vista

## Porträt

# C. S. Lewis – Der Mann, der Narnia schuf

Er ist einer der größten Schriftsteller – und der erfolgreichste christliche Buchautor allemal.

■ Michael Klingelhöfer

Ich bin groß, dick, ziemlich kahl, habe ein rotes Gesicht, ein Doppelkinn, schwarze Haare, eine tiefe Stimme und trage beim Lesen eine Brille.“

So beschrieb sich C. S. Lewis – offensichtlich auf deren Nachfrage – in einem Antwortbrief an eine fünfte Klasse, die ihm wie zahllose andere Leser und Bewunderer im Mai 1954 geschrieben hatte. Sicherlich nicht sein Erscheinungsbild, sondern seine Bücher haben ihm Weltruhm eingebracht. Lewis' sieben Narnia-Geschichten sind heute – über 40 Jahre nach seinem Tod – die bekanntesten und meistgelesenen seiner über 40 Bücher. Noch immer gehen jedes Jahr rund sechs Millionen Exemplare über den Ladentisch. Sie sind für sein Denken und seine Vorstellungskraft ebenso charakteristisch wie seine Science-Fiction-Romane, seine literaturkritischen Werke und seine populären theologischen Schriften wie „Dienstanweisungen an einen Unterteufel“ und „Pardon, ich bin Christ“.

Clive Staples Lewis wurde am 29. November 1898 in Belfast, Nord-Irland, als zweiter Sohn eines Anwalts und einer Pastorentochter und studierten Mathematikerin geboren. Bereits im Alter von vier Jahren verkündete Clive eines Tages: „Ich heiße Jacksie!“ – und war von diesem Augenblick an nicht zu bewegen, auf einen anderen Namen zu hören. Unter diesem Namen – allmählich über „Jacks“ auf „Jack“ verkürzt – kannten ihn von nun an nicht nur seine Angehörigen, sondern sein Leben lang alle seine Freunde.

Am Geburtstag seines Vaters, dem 23. August 1908, starb Lewis' geliebte Mutter an Krebs. Dies bedeutete das Ende der Kindheit des „prosaischen Glücks“ für den Neunjährigen. Er wurde in unbarmherzige Internate geschickt, wo er schließlich seinen Kinderglauben ver-

lor. Von 1914 bis 1917 erhielt er dann Privatunterricht, nach erfolgreicher Stipendiatsprüfung begann er 1917 sein Studium. Beim Ausbruch des 1. Weltkrieges wurde Lewis Soldat der britischen Armee. 1919 setzte er sein Studium fort. Nach erfolgreichem Abschluss erhielt er schon mit 27 Jahren einen größeren Lehrauftrag für englische Sprache am ehrwürdigen Magdalen College. Im gleichen Jahr, 1925, begegnete Lewis dem brillanten Professor



C. S. Lewis: „Apostel der Skeptiker“ und „Narnia“-Schöpfer

für Angelsächsisch J. R. R. Tolkien („Der Herr der Ringe“). Die beiden Männer waren sich von Anfang an sympathisch und wurden lebenslange Freunde.

Tolkien, ein überzeugter Katholik – mit brillantem Witz und scharfem Intellekt ausgestattet –, drängte Lewis letztlich so in die Enge, dass er sich bis zum Sommer 1929 zumindest zum Theismus, einem grundsätzlichen Glauben an Gott, durchzuringen vermochte. Zwei Jahre später wurde Lewis Christ: Eines Abends im September 1931 hatte er eine lange Diskussion mit seinen Freunden Tolkien und Hugo Dyson

über Geschichte, Mythos und die Wahrheit des Evangeliums. Ab dem nächsten Tag glaubte er, „dass Jesus Christus der Sohn Gottes sei“.

Unmittelbar nach seiner Bekehrung begann Lewis mit der Arbeit an „Flucht aus Puritanien“, einer allegorischen „Verteidigung von Christentum, Verstand und Romantik“, wie es im Untertitel hieß. In Anlehnung an Bunyans „Die Pilgerreise“ schildert er seinen Weg zum christlichen Glauben. In seiner Autobiografie „Überrascht von Freude“ schreibt er: „Seit meiner Bekehrung zum Christentum schien mir der beste und vermutlich einzige Dienst für meine nichtgläubigen Mitmenschen der zu sein, den Glauben, der fast allen Christen zu allen Zeiten gemeinsam war, zu erläutern und zu verteidigen.“ Wegen seiner ungewöhnlichen Gabe, auch verwickelte Dinge verständlich zu machen, wird er auch der „Apostel der Skeptiker“ genannt.

Wohl bereits zu diesem Zeitpunkt beschloss Lewis, sämtliche Einkünfte aus Büchern christlichen Inhalts missionarischen und wohltätigen Zwecken zukommen zu lassen. Daran hielt er sich sein Leben lang, was bedeutet, dass er insgesamt etwa zwei Drittel seiner gesamten Einkünfte als Spenden verteilt haben muss.

1933 bezeichnete den Anfang der Zusammenkunft eines Freundeskreises Lewis', der sich „Inklings“ (etwa: „Tintenkleckser“) nannte. Für die nächsten 16 Jahre bis 1949 trafen sie sich zweimal wöchentlich in Lewis' Raum im Magdalen College und in einem Hinterzimmer in dem Pub „The Eagle and Child“ („Bird and Baby“), später, bis zu Lewis' Tod, im „Lamb and Flag“. Zu den Mitgliedern gehörten neben Lewis und seinem Bruder unter anderen Tolkien, Hugo Dyson, Charles Williams und Owen Barfield. Man las sich aus seinen aktuellen Arbeiten vor und saß darüber zu Gericht, wobei mit Lob für

gute Arbeit, aber auch mit Schelte für schlechte nicht gespart wurde.

Eines Tages – wohl etwa im Jahr 1936 – sagte Lewis zu seinem Freund Tolkien: „Tollers, es gibt zu wenig von dem, was uns an Geschichten gefällt. Ich fürchte, wir werden selber ein paar schreiben müssen.“ Das unmittelbare Ergebnis war bei Tolkien „Der kleine Hobbit“ und bei Lewis der 1938 erschienene Science-Fiction Roman „Jenseits des schweigenden Sterns“, der erste Teil der „Perelandra“-Trilogie.

Diese Geschichten entsprangen nicht einer moralischen oder didaktischen Absicht, sondern dem „Sehen von Bildern“: Schon seit seinem sechzehnten Lebensjahr hatte er in seiner Vorstellung das Bild eines Fauns, der mit aufgespanntem Schirm und mit Paketen beladen in einem verschneiten Wald steht. Unter anderem aus diesem Bild entstand der erste Band der berühmten „Narnia“-Erzählungen („Der König von Narnia“).

Das Buch war um Weihnachten 1948 zum größten Teil abgeschlossen, und sobald Lewis konnte, gab er es seinem Freund Tolkien zum Lesen. Lewis selbst hatte Tolkiens Arbeiten immer sehr aufmerksam zugehört und ihm meistens zugestimmt. Es ist darum verständlich, dass er von Tolkien wieder eine ähnliche Reaktion erwartete, doch: Tolkiens Kritik war vernichtend. Er sagte, das Buch sei nicht nur ein völliger Reinfluss, wahrscheinlich sei daran auch nichts zu verbessern. Es enthalte zu viele verschiedene Mythen und Ideen in einer einzigen Geschichte. Die Kritik des verehrten Freundes verletzte Lewis enorm. Nur den positiven Reaktionen und der Begeisterung anderer Freunde ist es zu verdanken, dass uns dieser Klassiker erhalten blieb. Der besondere Charme der Bücher sprach sich schnell herum und strafte schließlich alle schlechten Kritiken Lügen. Von 1950 an erschien jährlich einer der sieben Bände.

Die „Narnia“-Erzählungen sind so voll von biblischen Symbolen und biblischen Themen wie Versuchung, Erlösung, Bekehrung, Auferstehung und endzeitliche Verführung, dass ein Mönch einmal äußerte, sie seien mit die geistlich gewinnbringendsten Bücher,

die er in seinem sechzehnjährigen Klosterleben gelesen habe. Freilich war sich Lewis der großartigen evangelistischen Möglichkeiten, die in solchen Büchern liegen, sehr wohl bewusst. An die zu Beginn bereits erwähnten Fünftklässler schrieb er: „Ich habe mir nicht gesagt: Stellen wir durch einen Löwen in Narnia Jesus dar, wie er wirklich in unserer Welt ist; sondern ich habe gesagt: Nehmen wir an, es gäbe ein Land wie Narnia und der Sohn Gottes würde, wie er in unserer Welt zu einem Menschen ge-

„Seit meiner Bekehrung zum Christentum schien mir der beste und vermutlich einzige Dienst für meine nichtgläubigen Mitmenschen der zu sein, den Glauben, der fast allen Christen zu allen Zeiten gemeinsam war, zu erläutern und zu verteidigen.“ C. S. Lewis

worden ist, dort zu einem Löwen, und stellen wir uns vor, was dann passieren würde.“

Zu seinen Lesern hielt C.S. Lewis regen Kontakt. Unter den zahllosen Briefen, die er von Bewunderern und Ratsuchenden aus aller Welt erhielt, fand sich auch ein besonders amüsant und geschliffen geschriebener Brief, den er im Januar 1950 erhielt. Die Absenderin war eine Amerikanerin jüdischer Herkunft namens Joy Gresham, geb. Davidman. Im September 1952 trafen sie zum ersten Mal zusammen. Offensichtlich waren sie sich auf Anhieb sympathisch, denn Lewis lud sie ein, Weihnachten in seinem Haus, „The Kilns“, zu verbringen. 1953 zog sie mit ihren beiden Söhnen David und Douglas nach England, am 23. April 1955 heiratete Lewis Joy standesamtlich im Oxforder Standesamt – rein formell, um Joys Ausweisung aus England zu vermeiden.

Im Oktober 1955 wurde jedoch bei Joy Krebs in fortgeschrittenem Stadium festgestellt. Die Entdeckung ihrer schweren Krankheit verstärkte Lewis' Zuneigung zu ihr schlagartig. Der nächste Schritt kam, als die Ärzte im März 1957 jede Hoffnung auf Gene-

sung aufgaben. An dieser Stelle wurde Lewis sich klar, dass er Joy nun auch kirchlich heiraten wollte. Am Vormittag des 21. März wurden beide am Krankenbett im Oxforder Wingfield Hospital getraut. Obwohl die Ärzte für Joy alle Hoffnungen aufgegeben hatten, erholte sie sich auf wunderbare Weise und lebte noch drei Jahre. Das Ende kam am 13. Juli 1960. Der Verlust seiner Frau erschütterte Lewis zutiefst.

Im Juni 1961, elf Monate nach Joys Tod, begann sich auch Lewis' Gesundheitszustand zu verschlechtern. Am Abend des 21.11.1963 beantwortete er einen Brief eines seiner jugendlichen Bewunderer: „...danke, dass Du mir schreibst, dass Du meine Bücher magst; so etwas hört ein Autor immer gern. Es ist schon komisch, dass alle Kinder, die mir geschrieben haben, sofort erkennen, wer Aslan ist, die Erwachsenen aber nie!“

Als er den Brief beendet hatte, ging er zu Bett. Er sollte nichts mehr schreiben. Am Freitag, dem 22. November 1963, gegen halb sechs starb C. S. Lewis – am selben Tag wurde in Dallas Präsident Kennedy ermordet, und in Kalifornien starb der Schriftsteller Aldous Huxley („Schöne neue Welt“). Aus diesem Grund zog der Tod eines der größten Schriftsteller Englands weniger Aufmerksamkeit auf sich, als es wohl sonst der Fall gewesen wäre. Eine Woche später wäre er 65 Jahre alt geworden. Er war in „Aslans Land“ angekommen – wie er jenen Fünftklässlern schrieb:

„Die einzige Möglichkeit für uns, in Aslans Land zu gelangen ist durch den Tod, soviel ich weiß; vielleicht dürfen manche besonders guten Menschen schon vorher einen winzigen Blick hineinwerfen.“ ■

Anzeige

]komm[

KATALOG 2006

Werbemittel für Gemeinde & Diakonie

Karten · Geschenke · Plakate · Bücher · CD's  
Spirituelle Objekte · Aufkleber · Spiele · etc

Katalog gratis:

Fax: 069 - 580 98-159 · erichter@gep.de

Porträts

# Sie bringen „Narnia“ auf die Leinwand

Andrew Adamson

Als Regisseur ist der am 1. Dezember 1966 im neuseeländischen Auckland geborene Andrew Adamson schon lange kein unbeschriebenes Blatt mehr. Bei verschiedenen Filmen, darunter „Batman Forever“, war Andrew Adamson für „Visual Effects“ verantwortlich. Sein Debüt als Regisseur hatte er im Jahr 2001 mit „Shrek“, einem der erfolgreichsten computeranimierten Kinofilme. Er wurde ebenso ein Erfolg wie sein Nachfolger „Shrek 2“.

Adamsons Eltern waren Missionare in Papua-Neuguinea. Mit acht Jahren las Adamson zum ersten Mal „Der König von Narnia“. Dabei stellte er sich nach eigenen Angaben alles sehr lebendig vor. Deshalb verfilmt er jetzt auch „nicht das Buch, sondern meine Erinnerung daran“. Auf die Frage, wohin er gehen würde, wenn er einen Wandschrank wie im „Narnia“-Film hätte, antwortete der Neuseeländer in einem Interview: „Nach Narnia natürlich - aber auch sonst überall hin. Ich liebe die Vorstellung, an neue Orte zu gelangen... Ich glaube, das ist eine der Freuden der Filmemacherei, in der Lage zu sein, Welten seiner Fantasie zu besuchen.“

Warum wurde der Christ für die Regie dieses Filmes ausgewählt? „Adamson weiß besser als irgendein anderer, wie man Magie auf dem Bildschirm schafft und eine Geschichte erzählt, die das Herz eines Publikums berührt“, so der Vorstandsvorsitzende der Firma Walden Media, Cary Granat. (Elisabeth Hausen)



Er kam 1939 im US-Bundesstaat Kansas auf die Welt. In den 60er Jahren erbt er die Ölfirma seines Vaters, die ihn zum Milliardär machte. Zudem besitzt Philip Anschutz eine Film Group, zwei Zeitungen sowie mehrere Sportvereine und Stadien. Er lebt heute in Denver (US-Bundesstaat Colorado). Die Medien meidet der engagierte Christ: seit 1974 hat er kein Interview mehr gegeben. Das Magazin „Fortune“ bezeichnete ihn einst als „den reichsten Amerikaner, von dem man niemals gehört hat“.

Die Anschutz Film Group hat zwei Produktionsfirmen, die ausschließlich familienfreundliche Filme ohne Sex und Gewalt drehen. „Meine Freunde denken, ich sei ein Kandidat für eine Gehirnoperation“, sagte er einmal. „Meine Konkurrenten denken, ich sei naiv oder dumm oder beides. Aber wissen Sie was? Es macht mir nichts aus. Wenn wir ein paar Filme machen können, die einen positiven Einfluss auf das Leben der Leute und auf unsere Kultur haben, reicht mir das aus.“ Das erhofft sich Anschutz auch vom neuen „Narnia“-Film. (Elisabeth Hausen)

Philip Anschutz

Douglas Gresham

„Ich weiß, dass Jack nicht angetan war vom Film als Medium der Kommunikation...“. Das sagt Leiner, der es wirklich wissen muss: Douglas Gresham, der „Jack“ - Clive Staples Lewis - persönlich kannte. Wie Lewis wohl reagieren würde, wenn er wüsste, dass sein Buch „Der König von Narnia“ als Film in die Kinos kommt? Gresham, der Co-Produzent des Films, setze all „seine Fähigkeiten, sein Wissen, seine Erfahrungen sowie all seine Erinnerungen von Jack und seiner Mutter und alles, was sie ihn lehrten“ ein, um diesen Film so gut wie möglich zu drehen. Douglas Gresham ist ein Stiefsohn von C. S. Lewis. Er war bei den Dreharbeiten dabei und achtete darauf, die „literarische Einheit“ der Bücher zu „wahren“, denn seines Wissens nach würde Jack es wollen, „die Einheit eines jeden Buches zu schützen“ und die „Botschaft, die jedes der Bücher zu überbringen beabsichtigt, zu wahren“. Da es schwierig sei, eine Erzählung in eine Handlung zu übersetzen, wird es nach Greshams Angaben im Film durchaus Abweichungen vom Buch geben. „Ich denke und hoffe, dass wir ihm mehr Wert hinzugefügt haben, als wir ihm genommen haben. Jedoch spüre ich als ein narnianischer Purist, dass jede Änderung des ursprünglichen Buches schlecht ist“, sagt Gresham.

Gresham bekennt sich wie sein Stiefvater zu seinem christlichen Glauben. Seine Mutter, Helen Joy Gresham, die aus einem jüdischen Elternhaus stammte, war Atheistin, bis sie sich durch Lewis' Schriften zum Christentum bekehrte. Sein Bruder David Gresham hingegen wurde Rabbiner in Israel. Douglas Gresham ist verheiratet und hat fünf Kinder im Alter von 14 bis 30 Jahren. Er lebt mit seiner Ehefrau in Irland. Die Dreharbeiten mit dem Regisseur Andrew Adamson und der Filmcrew zu „Chroniken von Narnia“ bezeichnete Gresham als eine „sehr erfreuliche Zeit“, die von einer „Atmosphäre der Freundschaft und der Gutherzigkeit“ gekennzeichnet war. Alles sei „ein bisschen wie ein Aufenthalt in Narnia während des Goldenen Zeitalters“ gewesen. (Christiane Leuckhardt)



## Kommentar

# Die Passion Aslans

Die Erwartungen sind hoch: „Der König von Narnia“ soll eine Botschaft vermitteln – die biblische. Das hoffen zahlreiche Christen, Erinnerungen an den Gibson-Film „Die Passion Christi“ werden wach. Wieder andere, wie die Produzenten, haben ein eigenes Vorbild: „Der Herr der Ringe“.

■ Andreas Dippel

Die Verfilmung des „Königs von Narnia“ ist ein weiterer Meilenstein in der Geschichte der Kinofilme mit christlichem Inhalt. Auch aus diesem Grund knüpfen Christen in aller Welt enorme Erwartungen an die Auswirkungen, die das Kinoerlebnis auf Millionen Zuschauer nach dem Besuch der Lichtspielhäuser haben soll. Die Erwartungen sind ähnlich hoch wie vor der Ausstrahlung des Mel Gibson-Films „Die Passion Christi“.

Wochen vor dem Kinostart der „Passion Christi“ waren die meisten Christen davon überzeugt, dass dieser Film eine wahre Erweckungswelle auslösen würde. Wann zuletzt war Jesus Christus denn so eindrucksvoll, hieß es, im Kino zu sehen? Natürlich, in der „Größten Geschichte aller Zeiten“ und dem Epos „Ben Hur“, die beide in schöner Regelmäßigkeit zu Ostern in den Kinos laufen.

Doch die Faszination liegt beim Gibsonfilm nicht am Inhalt, sondern an der Aufmachung: viel Blut und Gewalt. Darüber entbrannten denn auch die Diskussionen in den säkularen Medien und unter Menschen, die keinen Bezug zum christlichen Glauben haben. In Gesprächen und Debatten über den Film ging es nicht über das Sühnopfer Christi, das Gottes Sohn für die Menschheit auf sich nahm. Denn Gibson hatte die szenische Darstellung der Passion Christi schlichtweg überzogen: die Evangelien schildern nur in knappen Worten und kurzen Sätzen die Qualen, die Jesus erlitten hat. Sie legen keinen großen Wert darauf, wie unter einer Lupe den Kreuzesweg mit allen seinen Leidensstationen zu betrachten. Der Schwerpunkt wird von den Evangelisten auf die Auferstehung gelegt, auf Jesu stellvertretenden Tod für die Menschheit.

Alle diese theologischen Aussagen finden sich nun auch in der Romanvorlage von C. S. Lewis. Der Löwe Aslan tritt als Christus auf, stirbt einen stellvertretenden Tod auf dem „Steintisch“, wird aufgrund einer Prophezeiung wieder lebendig und tritt die „Narnia“-Weltherrschaft an. Und auch Lewis hält es mit den Evangelien: Gewalt



Foto: Burena Vista

Gewollte Verwechslungsgefahr: Aus „Herr der Ringe“ oder „König von Narnia“?

und Böse werden kaum beschrieben. Im Gegenteil, Lewis nennt im Buch sogar seine Gründe: „Aber was für Wesen waren das! Oger mit riesigen Zähnen, Wölfe, Männer mit Stierköpfen; Geister von bösen Bäumen und giftigen Pflanzen und andere Kreaturen, die ich nicht näher beschreiben will, denn sonst würden die Erwachsenen euch wohl dieses Buch nicht lesen lassen...“

In der Tradition des berechtigten Erfolges der Verfilmung der „Herr der Ringe“-Romane von Lewis' Freund J. R. R. Tolkien, setzen nun die Produzenten des „Königs von Narnia“ auf die Effekte und möglichst beeindruckenden Kampfszenen, in denen sich die Zukunft zwischen Gut und Böse ent-

scheidet. Die neuseeländischen Kostümbildner und Waffenschmiede der „Ringe“-Trilogie wurden daher auch mit der Ausstattung der Kämpfer in „Narnia“ betraut. Die kurzen Szenen des Kampfes, die Lewis niemals detailliert ausführt, sollen wenigstens im Kinofilm in epischer Breite dargestellt werden. Man will ja die Fans des „Herrn der Ringe“ nicht enttäuschen – und träumt insgeheim von einer Art Fortsetzung der „Ringe“-Trilogie.

Doch damit droht dem „König von Narnia“ ein ähnliches Schicksal wie der Gibson-Adaption des Evangeliums: die eigentliche, zentrale Botschaft der Textvorlage – bei der „Passion Christi“ sollte es die Bibel sein – verschwindet hinter den Visionen der Produzenten. Schon Gibson hat mehr die katholischen Überlieferungen des Kreuzesweges Christi und seine eigenen Vorstellungen verfilmt. Und auch die Produzenten des „Königs von Narnia“ haben keine Möglichkeit außer Acht gelassen, möglichst viele Kampfszenen, die eben im Lewis-Buch nicht ausgiebig beschrieben werden, umso ausgiebiger auf die Leinwand zu bringen. Wie nun bei „Die Passion Christi“ die Zuschauer, Medienvertreter und Christen mehr über die Art der Darstellung debattierten als über die Botschaft, könnte dieses Schicksal auch den „König von Narnia“ ereilen. Schon hätten wir „Die Passion Aslans“. ■

Anzeige

]komm[  
KATALOG 2006

Werbemittel für Gemeinde & Diakonie

Karten · Geschenke · Plakate · Bücher · CD's  
Spirituelle Objekte · Aufkleber · Spiele · etc

Besuchen Sie uns im Internet:

[www.komm-webshop.de](http://www.komm-webshop.de)

Katalog gratis per Fax 069 - 580 98-159

Uwe motzt

# Hilfe, faule Schwärmer!

■ Uwe Siemon-Netto



In einer neuen Serie verkündet „Die Zeit“ die „Rückkehr der Utopie“. Die Hamburger Wochenzeitung bezieht sich dabei auf den Erfolg der

Linkspartei bei der letzten Bundestagswahl. Da bin ich aber der „Zeit“ voraus. Dass nämlich die Utopisten, im lutherischen Sprachgebrauch Schwärmer genannt, unser Land wieder einmal tüchtig heimsuchen, erobert mich schon seit Jahrzehnten. Im Augenblick treten sie in besonders grotesken Narrengewändern auf - entweder Adamskostüm oder Badehose. Die Schwärmererei war ein postmoderner Volkssport, lange bevor die „Zeit“ ihre Wiedergeburt entdeckte.

Dies muss erläutert werden. Was sind Schwärmer? Der Soziologe Karl Mannheim (1893-1947) beschrieb diese Spezies als Zeitgenossen, welche die Vereinigung des verheißenen Millenniums der Herrschaft Christi mit dem Jetzt erwarten. Dazu nun der Historiker Joachim Fest: „Seit die christliche Botschaft ihre Macht eingebüßt hat, läuft die Suche auf nichts Geringeres als einen Ersatz für Gott hinaus sowie auf ein Jenseits, das die Utopien in diese Welt verlegen.“ Mit anderen Worten: Schwarmgeister streben ein persönliches Paradies auf Erden an, freilich heutzutage vorzugsweise ein Paradies ohne Gott, wodurch sich diese Zeitgenossen von Luthers Widersacher Thomas Müntzer unterscheiden.

Gleichwohl beriefen sich die Vordenker der beiden großen atheistischen Utopien der letzten beiden Jahrhunderte auf den Theologen Müntzer. Friedrich Engels tat's, als er mit Karl Marx das konzipierte, was später in der DDR ein „Arbeiter- und Bauernparadies“ genannt wurde. Desgleichen huldigte der Nazi-Chefideologe Alfred Rosenberg, der ein rassenreines Arier-

Paradies anstrebte, dem radikalen Reformator, der die Leitfigur des Bauernkrieges in Thüringen war.

Beide Versuche, gottlose Privathimmel im Diesseits zu verwirklichen, produzierten Blutströme von unerhörten Ausmaßen. Die Schwärmer von heute wännen sich vergleichsweise harmlos - und sind es ja großenteils auch, sehen wir freilich von den Heeren jener ab, die sich ihr diesseitiges Utopia nicht durch Babys stören lassen wollen. Dann wird's allerdings ein mörderisches Paradies, in dem in Deutschland jedes Jahr offiziell 130.000, in Wirklichkeit aber nach Schätzungen von Lebensrechtsgruppen bis zu 300.000 Ungeborene im Jahr gemeuchelt werden. In den USA waren es über 40 Millionen, seit der Oberste Gerichtshof 1973 die Abtreibung für verfassungskonform erklärt hatte.

## Der diesseitige Himmel riecht streng nach Ambre solaire.

Was sind die Merkmale der deutschen Westentaschen-Utopias? Nun, da ist einmal die Beischlafsobsession. In unserer Gesellschaft, in Medien und Werbung, werden getreu dem Motto „Sex sells“ ausgiebig und immer mehr nackte Frauen und Männer auf Magazinseiten und Werbetafeln präsentiert. Das ist längst normal. Da ist zum anderen die Weltmeisterschaft im Urlaubmachen. Jedesmal wenn ich nach Deutschland komme, höre ich Gespräche über ein Thema: Wo man just in den Ferien war und wohin's in wenigen Wochen wieder gehen werde. Eines steht also fest: Der diesseitige Himmel riecht streng nach Ambre solaire.

So erkläre ich mir denn auch den unordentlichen Ausgang der letzten Bundestagswahl, bei der jedem klar gewesen sein musste, dass tief einschneidende Reformen unausweichlich sind. Aber Deutschlands schwärmerische Volksseele zauderte: Ach bitte, bitte, noch einmal vier Jahre mit jeweils zwei Urlaubsreisen! Danach meinethalben die Sintflut;

der Leser verzeihe mir diese schlampige, aber zum Thema passende Metapher.

Wohlgedemert, dies ist natürlich bildhaft gemeint. Aber, nicht wahr, seit den 70er Jahren lautet doch das Motto der Deutschen nicht länger „Ich dien“, so wie es in deutscher Sprache das Wappen der Fürsten von Wales zierte. Nein, es lautet: „Das haben wir doch alles nicht mehr nötig.“

Woher rührte aber, religionssoziologisch betrachtet, die Gewissenhaftigkeit und Qualitätsarbeit der Altvorderen? Frei nach dem Soziologen Max Weber war sie die Folge der lutherischen Berufslehre, die besagt, dass die Arbeit im weltlichen „Reich zur Linken“ die höchste Form des Gottesdienstes sei, wenn sie denn aus Liebe zum Nächsten verrichtet werde.

Diese Lehre besagt nicht, daß gute Arbeit nicht auch gut gelöhnt werden sollte. Ebenso wenig besagt sie allerdings auch, dass die göttliche Berufung ins weltliche Amt zwangsläufig auch eine Geldquelle zu sein habe. Eine gewissenhafte Mutter oder ein guter Schüler zu sein, sind laut Luther ebenfalls vollwertige Berufe, selbst wenn sie nicht bezahlt werden. Auch der Arbeitslose verliert nicht seinen Rang als Mitarbeiter Gottes, wenn er dessen Ruf zum Dienst am Mitmenschen vernimmt.

Nach den Skandalen in unseren Konzernen sollte eigentlich zumindest den Christen in unserem Lande klar geworden sein, wie Recht Luther hatte: Das Leben des Menschen im Beruf ist eines der großen Schlachtfelder, auf denen der Kampf zwischen Gott und Satan tobt. Der schwedische Theologe Gustaf Wingren schrieb einmal: „Es ist der größte Wunsch des Teufels, die von Gott gewirkte Treue im Beruf zu zerstören.“

So gesehen ist der kleine Vorhimmel, an dem unsere sex- und urlaubsbesessene Gesellschaft pausenlos bastelt, das genaue Gegenteil vom Paradies. In Wahrheit ist dieses Utopia eine Vorhölle, die uns verschlingen wird, wenn wir nicht schleunigst wieder zu unseren traditionellen Werten zurückkehren. Und diese hat keiner plastischer formuliert als Martin Luther. ■

Gott sei Dank!

# Verantworten

■ B. Richter

Geht es Ihnen gelegentlich auch so? Kopfschüttelnd sitzen Sie vor dem Fernseher, weil Ihnen irgendein Prominenter, der interviewt worden ist, gerade frech ins Gesicht gelogen hat. Ohne mit der Wimper zu zucken. Oder Sie diskutieren in einer Gesellschaft, am Arbeitsplatz oder auch in der Kneipe, und jemand stellt eine Behauptung auf, die niemals stimmen kann. Und der Betreffende weiß dies auch. Oder Sie werden Zeuge einer brutalen Auseinandersetzung, sehen, wie jemand vor dem Kühlregal etwas in seiner Tasche verschwinden lässt, oder wie ein anderer gerade sein Kind verprügelt. Und Sie sind fassungslos und geraten ins Grübeln.

Warum, so fragen Sie sich, wird man von jemandem belogen? Warum fügt einer dem anderen einen Schaden zu?

Warum werden Kollegen schikaniert und gemobbt? Warum werden Menschen übers Ohr gehauen oder abgezockt?

Für jeden einzelnen Fall gibt es zweifelsohne eine Begründung; hinter jeder Begebenheit steckt eine Geschichte. Die einen streben nach Macht und Karriere. Andere wollen einfach nur mehr Geld und Wohlstand. Oder sie fühlen

## Warum wird man von jemandem belogen?

sich gar im Trend, wenn es darum geht, schlauer und gewiefter als ihre Nachbarn zu sein - koste es, was es wolle.

Einer, der über diese Verhaltensweisen häufig nachdenkt und an den Ergebnissen nicht selten verzweifelt, hat unlängst eine mögliche Antwort auf die vielen Fragezeichen genannt. "Viele Menschen denken heut-

zutage nicht mehr daran, dass sie sich später, nämlich nach ihrem Tod, für all diese Dinge verantworten müssen. Sie glauben, wenn sie vor sich selbst und gegebenenfalls auch noch vor dem Gesetz bestehen, wäre das schon in Ordnung. Aber dem ist nicht so." Der Hinweis regt zum Nachdenken an. Und die Erkenntnis ist nachvollziehbar, obwohl es natürlich schon genügend Menschen gegeben hat, die sich gerade auf Gott, vor dem wir uns verantworten müssen, berufen haben, um Schreckliches in dieser Welt anzurichten. "Ja", sagt der Gesprächspartner, "das ist so. Aber auch dafür werden sie sich verantworten müssen. Gott sei Dank!" ■

Der Autor, B. Richter, schreibt an dieser Stelle regelmäßig die Kolumne „Gott sei Dank!“. Er ist Leiter der Redaktion einer großen Lokalzeitung. ■

Anzeige

## pro zur Allianz-Gebetswoche 8. bis 15. Januar 2006

Bestellen Sie das Christliche Medienmagazin **pro** kostenlos für Ihre Gemeinde.

Gerne senden wir Ihnen **pro** mit dem Israelreport zum Verteilen und Auslegen während der Allianz-Gebetswoche oder bei anderen Veranstaltungen.



Christliches Medienmagazin

# pro

## Ja, ich bestelle **pro**!

Bitte senden sie mir  Stück zum Auslegen/Verteilen.  
(Für den Versand entstehen Ihnen keine Kosten.)

  
Gemeinde | Firma

  
Vorname | Name

  
Anschrift

  
PLZ | Ort

  
Telefon | E-Mail

- Bitte senden Sie mir das **pro**-Paket mit 25 Stk. verschiedener Ausgaben.
- Bitte senden Sie mir **pro** regelmäßig zu.  
(**pro** erscheint fünfmal jährlich mit dem Israelreport.)

Diesen Abschnitt bitte einsenden an:

Christlicher Medienverbund KEP | Postfach 1896 | 35528 Wetzlar  
Telefon (06441) 915 151 | Telefax (06441) 915 157 | [pro@kep.de](mailto:pro@kep.de)  
Bestellung auch unter: [www.medienmagazin-pro.de](http://www.medienmagazin-pro.de)

0511031

# Vorsicht, Christen im Weißen Haus!

Wie kommt es, dass die evangelikalen Christen sich so für Israel und die Juden interessieren? Wieso glaubt der amerikanische Präsident, sich auf die Bibel stützen zu können, wenn er die Weltpolitik mitgestaltet? Und ist es nicht gefährlich, wenn eine Politik in den USA immer stärker wird, die die Bibel zur wichtigsten Richtschnur macht? Die amerikanische Journalistin Barbara Victor hat zahlreiche Christen und Politiker befragt und warnt vor der allmählichen Verwandlung der USA „von einer Demokratie in eine Theokratie“.

■ Jörn Schumacher

Die äußerliche Erscheinung des Buches „Beten im Oval Office“ verspricht eine reißerische Aufdeckung der geheimsten Verstrickungen von Christen in die amerikanische Politik und der Machtstrukturen im Weißen Haus. „Christlicher Fundamentalismus in den USA und die internationale Politik“ lautet der Untertitel der deutschen Ausgabe. Die Fotomontage auf dem Titelbild zeigt das Weiße Haus in Washington, auf dem ein mächtiges Kreuz prangt; aus dem Himmel kracht ein heller Blitz auf das Dach. Das Titelbild der amerikanischen Originalausgabe ist noch offensiver: Bush mit Heiligenschein unter dem Titel: „The Last Crusade“ - „Der letzte Kreuzzug“.

Doch den Leser erwartet weniger eine ätzende Satire auf den Christen Bush oder die verrückt gewordenen Republikaner im Weißen Haus, sondern eine recht nüchterne Bestandsaufnahme dessen, was diese Evangelikalen in den USA eigentlich glauben und erreichen wollen. Ein bloßes „Bush-Bashing“ à la Michael Moore bleibt dem Leser also erspart. Erst zum Schluss erhebt Victor ihre warnende Stimme gegen die Evangelikalen, die „sich zum letzten Kreuzzug aufmachen, um der ganzen Welt Demokratie und christliche Werte zu bringen, und dabei gleichzeitig im Islam den Feind der Christenheit sehen“.

Schon immer übte der Glaube in den Vereinigten Staaten einen großen Einfluss auf die Politik aus, lernen wir bei

Victors historischer Zusammenfassung. Von George Washington über Abraham Lincoln bis hin zu Bush junior, viele Präsidenten der USA lasen regelmäßig in der Bibel. Harry S. Truman war frommer Baptist, der die Bibel bis zum Alter von 14 angeblich bereits 14-mal gele-

seh-Evangelist und Republikaner, sagte damals: „Wir haben genügend Stimmen, um dieses Land zu regieren.“

Heute sind 50 Prozent der Amerikaner Protestanten, und die Hälfte von ihnen - etwa 80 Millionen - bezeichnet sich als „wiedergeboren“. Keine Frage:

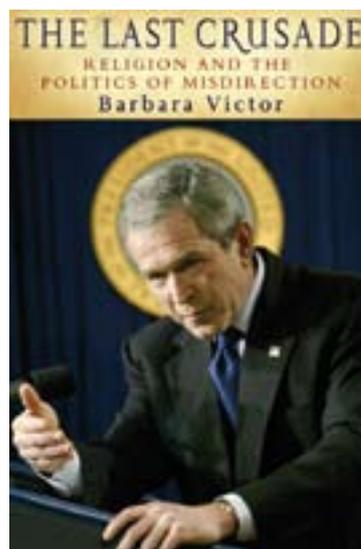
kein anderes Industrieland hat so viele Christen wie die USA. Und die evangelikalen Glaubensgemeinschaften sind die am schnellsten wachsenden christlichen Gruppen in den USA seit etwa 25 Jahren. Bei den Präsidentschaftswahlen 2004 lieferten sie mehr als 42 Prozent der Stimmen der Republikaner.

Die Gründe sieht die Autorin hauptsächlich in drei Punkten: George W. Bush, der insgesamt nicht als besonders wortgewandt gilt, fühlt sich sprachlich im evangelikalen Jar-

gon wie zu Hause. Er ist überzeugter, wiedergeborener Christ, der tut, was er glaubt. Ein Großteil von Bushs Regierung ist davon überzeugt, dass die Freiheit Gottes Geschenk an die Menschen ist, und daher ist es ihr Auftrag, für diese Freiheit in der Welt zu kämpfen. Der islamische Terror, der spätestens seit dem 11. September 2001 Angst in der Bevölkerung verbreitet, eint die Amerikaner in dem Wunsch nach Sicherheit und einer klaren Linie in der Außenpolitik. Um dem islamischen Terror entgegenzutreten, sehen sich die USA zu militärischen Interventionen im Nahen Osten gezwungen. Und dies begrün-



Auf der deutschen Ausgabe des Buches von Barbara Victor hat der Verlag auf das Heiligenschein-Foto von US-Präsident George W. Bush verzichtet. Statt dessen wird das Weiße Haus von schweren Gewittern heimgesucht. Oder ist es eine Kirche, in der Bush regiert?



sen hatte. Präsident Lyndon B. Johnson rief das amerikanische Volk dazu auf, zu Gott zurückzukehren. John F. Kennedy war tiefgläubiger Katholik, Jimmy Carter ein „Wiedergeborener“. „Einen Monat nach seiner Amtseinführung erklärten die Nachrichtenmagazine ‚Time‘ und ‚Newsweek‘ das Jahr 1976 zum ‚Jahr der Evangelikalen‘“.

Bei einer Gallup-Umfrage von 1980 gab jeder dritte US-Bürger an, eine religiöse Wiedergeburt erfahren zu haben. 50 Prozent glaubten an die absolute Richtigkeit biblischer Texte, 80 Prozent sahen Jesus Christus als Gottes Sohn an. Pat Robertson, evangelikaler Fern-

Ben nicht nur große Teile der amerikanischen Evangelikalen, von denen viele ohnehin im Islam das manifestierte Böse sehen, sondern auch - wegen Israel - viele Juden.

Das Fazit der Autorin nach dem Studium des christlichen Amerika mit all seinen Vertretern (darunter Politiker und erfolgreiche wie gescheiterte Tele-Evangelisten): „Die neuen Evangelikalen waren selbstbewusst, gebildet, kultiviert und überzeugend, und man konnte sie nicht mehr nur als bibelbekehrte, raffgierige Wanderprediger abtun“. Sie attestiert den Evangelikalen zwar einerseits, „geachtete Säulen des amerikanischen Bürgertums“ geworden zu sein, andererseits wirft sie ihnen aber auch vor, „clever zu Werke zu gehen“, um Unterstützung bei Juden zu kriegen. Und wie wichtig ist Bush für die Nicht-Christen? „Für den weltlichen Teil der Bevölkerung trug die Anrufung Gottes zu der Garantie bei, dass die Vereinigten Staaten weiterhin existieren würden“, schreibt Victor.

Ein Großteil ihres Buches beschäftigt sich mit der Bedeutung der Juden für den Erfolg der Republikaner und die wichtige Stellung, die Israel im Glauben der Evangelikalen einnimmt. „Bisher stand die amerikanische jüdische Gemeinde in den USA politisch immer links“, so Victor. „Und doch haben (...) die Mehrheit der jüdischen Gemeinde in den USA und eine Mehrheit der Israelis ihre innerpolitischen Agenden und Emotionen auf Eis gelegt und eine inoffizielle Allianz mit den Evangelikalen gebildet, als Dank für eine kompromisslose christliche Unterstützung Israels zu einem Zeitpunkt, da die Volkswirtschaft des Judenstaates schwächelt und das Land nur wenige Freunde in der internationalen Gemeinschaft hat.“ Joseph Liebermann, orthodoxer Jude aus Connecticut und einer der Bewerber für die Präsidentschaftsnominierung der Demokraten bei den letzten Wahlen, fasste 2004 zusammen: „Wir sind jetzt alle Evangelikale“. Und auch für Victor ist klar: „Die jüdischen Wählerstimmen verhalfen Bush 2004 zum Sieg.“

Der Bund Gottes mit Abraham ist für die Evangelikalen von äußerster Bedeutung, und schon die Staatsgründung Israels bedeutet für die Evangelikalen die Erfüllung einer biblischen Prophetie.

„Die Evangelikalen glauben, dass Jesus als Messias nicht eher wiederkehren wird, als bis das ganze Land Israel unter jüdischer Herrschaft ist“, schreibt Victor. Als 1973 Israel den Jom-Kippur-Krieg gewann, „wurde das Bündnis zwischen evangelikalen Christen und dem jüdischen Volk geschmiedet“, stellt Victor fest.

### „Das wäre die beste aller möglichen Welten, wenn es keine Religion gäbe.“

Victor hält sich über weite Strecken ihres Buches mit persönlicher Kritik zurück. Erst gegen Ende ihres Buches packt sie ihre eigenen Überzeugungen aus und warnt: „Der christliche Fundamentalismus hat Amerika der Seele beraubt.“ Wenn die Evangelikalen, die sie in ihrem Buch ausführlich beschreibt, an der Macht seien, bestehe die Gefahr darin, dass sie über jeden Irrtum erhaben sind, da ihre Erkenntnisse ja direkt von Gott kommen. „Wie soll man mit diesen Menschen logisch argumentieren, diskutieren oder verhandeln, wenn sie behaupten, Gott felsenfest an ihrer Seite zu haben?“

Und schließlich ist es die Trennung von Kirche und Staat, seit 1791 in der Verfassung verankert, auf die sie immer wieder zu sprechen kommt. Sie gelangt zu der Überzeugung, dass die evangelikalen Republikaner „die Gewaltenteilung zunehmend untergraben“ und „den Toleranzgedanken aushöhlen“. Indirekt vergleicht sie Präsident Bush mit den religiösen Führern der muslimischen Welt und unterscheidet offenbar nicht zwischen einer biblisch motivierten Freiheit und dem Zwang zum religiösen Gehorsam: „Für die Gesellschaft geht von jeder Art von religiösem Fundamentalismus insofern eine Gefahr aus, als deren charismatische Führer behaupten, in direktem Kontakt mit Gott zu stehen, ob sie nun Priester, Rabbis, Prediger, Imame oder auch weltliche Politiker (...) sind.“

Nicht nur versuchen nach Ansicht Victors die Evangelikalen, „mit Hilfe ihrer finanziellen Ressourcen, ihrer politischen Schlagkraft und ihrer bloßen Anhängerzahl die Verfassung de facto außer Kraft zu setzen“. Sie machen

sich auch „zum letzten Kreuzzug auf“, um der ganzen Welt Demokratie und christliche Werte zu bringen. Die Vereinigten Staaten schließlich wollten sie „von einer Demokratie in eine Theokratie verwandeln“.

Sie zitiert Eleanor Roosevelt: „Jeder, der sich in der Geschichte auskennt, (...) wird zu dem Schluss kommen, dass ein Arrangement, bei dem eine einzelne Religionsgemeinschaft über Erziehung und Bildung oder über die Regierung bestimmt, niemals zum Wohle des Volkes ist.“ Victor hält es offenbar für unmöglich, dass intelligente evangelikale Christen ihre Überzeugungen - im Rahmen der Verfassung - in der Politik verwirklichen, ohne gegenüber Andersgläubigen intolerant zu sein. Ein anderes Zitat (von John Adams, dem zweiten Präsidenten der USA), das ein Kapitel ihres Buches eröffnet, bringt ihre Position auf den Punkt: „Das wäre die beste aller möglichen Welten, wenn es keine Religion gäbe.“

Barbara Victor hat zwar mit vielen Christen gesprochen und den evangelikalen Glauben studiert wie eine Wissenschaftlerin den Kult eines fremden Volks, aber weil ihr jeder innere Zugang zu dem Vertrauen, das jene in Gott haben, fehlt, muss ihr deren Motivation ebenso befremdlich und erschreckend vorkommen, wie die Herrschaft eines Kaisers oder Kalifen, für den Religion nur ein Machtmittel ist. ■

» Nachrichten, Berichte, Hintergründe und Interviews: [www.medienmagazin-pro.de](http://www.medienmagazin-pro.de)

Anzeige

**Blätter mit Inhalt  
gibt's bei uns!**



# Die subtilen Methoden der Werbung

Werbung ist zu einem alltäglichen Bestandteil kindlicher Lebenswelten geworden. Kinder begegnen ihr auf Plakaten und Anzeigen, auf Schulheften und Kleidung, in Fernsehen und Radio. Vor allem die unter Zehnjährigen haben dabei große Schwierigkeiten, zwischen Programm und Werbung zu unterscheiden. Viele Eltern machen sich Sorgen, wie sie ihre Kinder vor diesen Einflüssen der Werbebranche schützen können.



■ Ellen Nieswiodek-Martin

„Ohne Werbung wüsste ich gar nicht, was ich mir wünschen soll“, sagt der siebenjährige Pascal bei einem Unterrichtsgespräch über Werbung. Kinder kennen vor allem Fernsehwerbung. Besonders Vorschulkinder lieben die kurzen Werbespots, finden sie lustig und witzig. Dies steigert sich bei Grundschulkindern noch, bei ihnen setzt zunehmend der Effekt des „Ha-

benwollens“ ein. Erst Kinder zwischen 10 und 13 Jahren sind in der Lage, Distanz gegenüber Werbung zu entwickeln und deren Ziele zu durchschauen. Zumindest im Fernsehen und den Zeitungen. Verschiedene Werbemaßnahmen, wie sie beispielsweise bei MC Donalds oder durch Gewinnspiele angeboten werden, erkennen auch

sie oft nicht.

Mit der stärker werdenden Vernetzung der Medien geht die Werbung aber neue Wege. Es scheint kein Entrinnen vor der multimedialen Werbung mehr zu geben - für Kinder und Erwachsene. Allgegenwärtig und zunehmend subtiler versuchen die Werbespots, Plakate und Aktionen, uns zu immer mehr Konsum zu verführen.

Crossmediale Werbung nennen die

Fachleute diese Verknüpfung der Werbemaßnahmen zwischen Fernsehsendungen, Internetangebot und „realen“ Produkten im Einzelhandel. Die Werbebranche steigert dies immer mehr, indem sie die Begegnungsmöglichkeiten mit den Lieblingsfiguren der Kinder multimedial ausbaut. Interaktive Angebote sind bei Kindern das Mittel der Wahl. Beispielsweise können sie die Serienfigur „Spongebob“ im Fernsehen erleben, ihn auf der Internetseite besuchen oder Basteltipps und Poster von dem Schwammkopf herunterladen. Auf dem Stundenplan, ebenfalls per kostenlosen Download erhältlich, haben sie den ulkigen Schwammkopf immer dabei. Die Spielzeugläden bieten Hunderte von Fanartikeln an. Dies ist Kundenbindung in reinsten Form.

Kinder können dies aber nicht erkennen. Je jünger sie sind, desto unkritischer und aufnahmebereiter sind Kinder für äußere Einflüsse. Ob diese aus dem Fernsehen kommen oder dem „realen“ Leben ist zweitrangig. Besonders Kinder unter zehn Jahren haben Schwierigkeiten damit, Ziele und Einfluss der Werbung zu durchschauen.

Experten fordern daher dringend eine eindeutige Trennung von Werbung und Programminhalten. Auf der medien-

## Tipps für Eltern

### So machen Sie Ihr Kind sicher im Umgang mit Werbung

- Schauen Sie mit Ihrem Kind gemeinsam Werbung in Zeitungen und Fernsehen an und sprechen Sie darüber.
- Sprechen Sie mit Ihrem Kind über Lieblingsprodukte und fragen Sie, warum es sie mag.
- Weisen Sie beim gemeinsamen Fernsehschauen auf den Unterschied zwischen Werbung und Programm deutlich hin!
- Erklären Sie Ihrem Kind, dass Werbung mit Tricks und Illusionen arbeitet.
- Klären Sie Ihr Kind darüber auf, dass Werbung zum Kaufen anregen will!
- Sprechen Sie mit dem Kind über Risiken und Absichten von Gewinnspielen und Verlosungen. (Übermittlung der persönlichen Daten)
- Holen Sie vor einem Kauf gemeinsam mit Ihrem Kind Produktinformationen ein und wägen die Vor- und Nachteile eines Produktes ab. So lernt das Kind, kompetente Konsumententscheidungen zu treffen.

pädagogischen Fachtagung zum Thema „Kinder und Werbung“ waren sich alle Medienpädagogen, Werbefachleute und auch Jugendschutzbeauftragte der Kindersender einig darin, dass zwei Maßnahmen notwendig sind, um den Multimedia-Kindern einen angemessenen Umgang mit Werbung zu ermöglichen. Erstens sollten Programminhalte und Werbespots eine klare Trennung aufweisen. Zweitens müssen Kinder zu einem bewussten Umgang mit Werbung und Konsum erzogen werden.

Die Trennung zwischen Programm und Werbemaßnahmen ist zumindest für die Sender, die Kinderprogramme ausstrahlen, gesetzlich vorgeschrieben: Bei den Kindersendern darf Werbung nur zwischen den Serien laufen, Sendungen dürfen davon nicht unterbrochen werden. Die Werbung muss gekennzeichnet sein und darf keine direkte Kaufaufforderung enthalten. Trotz aller Gesetzesvorgaben verschwimmen hier die Grenzen aber schnell.

## Zuschauer werden durch Werbung manipuliert

In der Praxis sieht das so aus: Die Kinder sitzen vor dem Fernseher - es läuft „Super RTL“. Gerade ist die amerikanische Kinderserie zu Ende, da ertönt es: „Werbung“. Der Schriftzug wird eingeblendet und für die Kinder, die nicht lesen können, auch gesprochen. Es folgen zwischen 5 und 12 Werbespots - für verschiedene Produkte von Nestle, L'Oréal, Lego, Playmobil, Barbie und Baby Born. Nach 6 bis 8 Minuten heißt es dann: Werbung Ende. Auch das wird eingeblendet und vorgelesen.

Soweit also alles einwandfrei. Im Fachjargon heißt das, was wir gerade gesehen haben, „Werbeinsel“. Dies ist der gekennzeichnete Platz für die teuer erkaufte Werbeminuten der Firmen.

Nun aber staunt der aufgeklärte Zuschauer: Auf dem Bildschirm erscheint weitere Werbung für andere Sendungen des Kanals, für das dazugehörige Internetangebot und ein Gewinnspiel. Zwischendurch Kelloggs Cornflakes. Wieder Werbung für die Internetseite und dazu passende Fanartikel.

Stichproben bei „Super RTL“ zu unterschiedlichen Tageszeiten ergeben, dass mehrfach Werbespots nach „Wer-

bung Ende“ erscheinen. Die Situation bei den anderen privaten Kindersendern ist vergleichbar. Eine Nachfrage bei „Super RTL“ ergibt die überraschende Auflösung, „In den so genannten „Promotion-Inseln“, die auf die Werbeinseln folgen, dürfen Eigenwerbung und weiterführende Hinweise, beispielsweise auf Internetangebote, gegeben werden“. Dies gilt nicht als Werbung“, so Dirk Schulte, stellvertretender Leiter der Medienforschungsabteilung von Super RTL.

Auch der Einspieler von Kelloggs gilt nicht als Werbung. Dies war ein „Presenter“, denn Kelloggs präsentierte eine weitere Sendung des Privatsenders. So ist das also. Alles rechtlich einwandfrei und von den Landesmedienanstalten abgenommen. Werbung ist nur dann Werbung, wenn sie bezahlt wird.

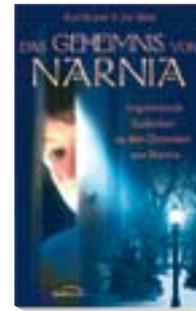
Eigenwerbung gilt nicht als Werbung. Das sollen Kinder verstehen und noch wichtiger: trennen und objektiv beurteilen?

Die Reaktion mancher Erwachsener ist verständlich: Sie möchten Kinder am liebsten vor Werbung „schützen“. Bei genauer Betrachtung scheint dies kaum möglich und nicht wünschenswert zu sein. „Kinder müssen möglichst frühzeitig lernen, mit Werbung und auch mit Konsum umzugehen. Kinder aufzuklären, sie pädagogisch zu begleiten und zu informieren, damit sie in der Lage sind, sich ein objektives Urteil zu bilden, ist die Aufgabe der Erwachsenen“, so Professor Franz-Josef Röhl von der Fachhochschule Darmstadt.

Kompetenz entwickeln Menschen am einfachsten in der Kindheit. Dabei haben es laut Röhl Kinder, die auf dem Land aufwachsen, einfacher: „Beispielsweise kann ein Vorschulkind, das Kühe vom Bauernhof her kennt, die Milkakuh als Werbeträger erkennen. Ein Vierjähriger, der niemals einer Kuh begegnet ist, hat da mehr Schwierigkeiten.“

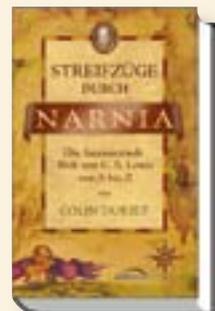
Die Werbebranche setzt ihre Figuren bewusst ein nach dem Motto: „Kennen-mögen-kaufen“. Immerhin verfügen Kinder und Jugendliche zwischen 6 und 19 Jahren jährlich über 19 Milliarden Euro. Das hat eine Umfrage des Münchener Jugendforschungs-Instituts iconkids & youth ergeben. Angesichts dieser Summe wird schnell klar, warum die multimediale Werbung gerade die

# Die Welt von C. S. Lewis



Kurt Bruner / Jim Ware:  
**Das Geheimnis von Narnia**  
Inspirierende Gedanken zu den Chroniken von Narnia.  
Taschenbuch, 160 Seiten  
ISBN 3-86591-032-7, € [D] 7,95  
(€ [A] 8,20/sFr 14,90)

Die Autoren beleuchten in diesem Buch die Hintergründe und christlichen Analogien in den Narnia-Romanen. Selbst eingefleischte Fans werden hier überraschend neue Seiten an Narnia entdecken - und an dem Gott, der hinter allem steht. Denn wie schon Aslan sagt: „Wenn ihr mich hier ein wenig kennen lernt, kennt ihr mich dort vielleicht besser!“



Colin Duriez:  
**Streifzüge durch Narnia**  
Die faszinierende Welt von C. S. Lewis von A bis Z.  
Gebunden, s/w-Fotos, 280 Seiten  
ISBN 3-86591-017-3, € [D] 14,95  
(€ [A] 15,40/sFr 27,90)

Einen besseren Reisebegleiter kann man sich kaum wünschen. Duriez verfügt über einen reichen Wissensschatz sowohl über Narnia als auch über die Welt von C. S. Lewis. Hier erfahren Sie alles über Narnia. Und sehr viel über seinen Schöpfer. Abgerundet wird dieser Reiseführer mit einer ausführlichen Narnia-Enzyklopädie.



C. S. Lewis:  
**Ein Jahr mit C. S. Lewis**  
366 Inspirationen aus seinen Werken.  
Gebunden, 352 Seiten  
ISBN 3-86591-031-9, € [D] 17,95  
(€ [A] 18,50/sFr 33,-)

C. S. Lewis fasziniert die Menschen über Generationen hinweg bis heute. Mit diesem Buch liegt eine einzigartige Sammlung seiner Texte vor. Jedem Tag des Jahres ist ein inspirierender Auszug aus seinem Gesamtwerk gewidmet. Inmitten der Herausforderungen des Alltags lädt dieses Andachtsbuch zum Verweilen und Nachdenken ein.

Erhältlich im Handel, telefonisch unter 0 64 43-68 32 oder unter [www.gerth.de](http://www.gerth.de)

reinlesen &  
bestellen  
[www.gerth.de](http://www.gerth.de)

**GerthMedien**  
was mich bewegt

Kinder besonders ins Visier genommen hat. In erster Linie werden die zahlreichen Lieblingsfiguren der Kinder genutzt. Bei einer Befragung gaben Jungen und Mädchen insgesamt 106 verschiedene Lieblingsfiguren an. Viele der Figuren kannten sie aus dem Fernsehen, rund 45 Prozent gaben auch an, diese Lieblingsfiguren durch Mitschüler zu kennen.

Auch der Austausch mit anderen Schülern und Hörkassetten sind von Bedeutung.

Professor Röhl erklärt es so: „Die Kindheit ist heute stark eingeschränkt durch fehlende Handlungsmöglichkeiten im Wohn- und Lebensraum, mangelnde sinnliche Erfahrungen. Dazu kommt der volle Terminkalender, den auch Kinder heutzutage haben. Kinder können sich heute kaum noch spontan mit Freunden auf der Straße treffen, wie es noch für die Elterngeneration selbstverständlich war.“ Fernsehen, Kassetten, Zeitschriften und zunehmend auch das Internet mit speziellen

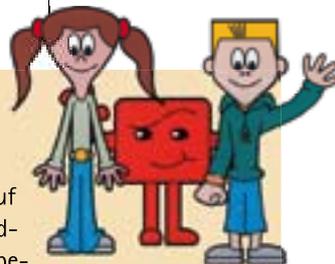
Kinderangeboten sind von zuhause aus und von Kindern selbstständig zu erreichen. Laut Röhl übernehmen Medienfiguren immer mehr die Rolle von Freunden und Gefährten. Damit haben derartige Figuren und ihre Handlungen größeren Einfluss auf die Kinder als früher. Sie vermitteln Normen und Orientierung.

## Pädagogisches Material für Schulen, Kindergärten und Eltern

„Media Smart“ startete im Sommer mit seiner Aktion „Augen auf – Werbung“. Der Verein bietet kostenloses Material für Grundschulen an, das Schülern der dritten und vierten Klassen Werbekompetenz vermitteln soll. Ziel der Aktion ist es, Kinder dazu anzuregen, Werbebotschaften und –absichten kritisch zu hinterfragen und mit ihnen umzugehen. Das Unterrichtsmaterial besteht aus mehreren aufeinander aufbauenden Einheiten. Die Kinder erfahren, wo Werbung im Alltag auftaucht und wie sie diese identifizieren können. Sie lernen, wie und zu welchem Ziel Werbung entsteht.

Das Material wurde in Zusammenarbeit mit den bekannten Medienpädagogen Professor Stefan Aufenanger und Dr. Norbert Neuß entwickelt. Auf den Internetseiten von „Media Smart“ erfahren auch Eltern, wie sie ihre Kinder über Hintergründe und Ziele der Werbung aufklären können. Weitere Informationen gibt es im Internet unter: [www.Smart-media.de](http://www.Smart-media.de)!

Der Baukasten „Kinder und Werbung“ richtet sich an Kindergartenkinder: Das Materialpaket wurde von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR) in Hessen und in Rheinlandpfalz für den Einsatz in Kindergärten entwickelt. Mit altersentsprechenden Elementen wie Spielen, Liedern und einer Handpuppe sollen bereits die Kleinen über Werbung aufgeklärt werden. Der Kasten ist beim Kopaed Verlag erhältlich und kostet 49,- Euro.



men einen Verein „Media Smart“ zur Förderung von Werbekompetenz bei Kindern. Es mutet komisch an, dass gerade diejenigen, die verantwortlich für Gestaltung und Platzierung der Werbung sind, sich nun für Aufklärung und Kompetenz einsetzen. Nur Böswillige würden dies als eine Art „Alibi“ verstehen, oder? Axel Dammler, Geschäftsführer von „iconkids & youth“,

und Mitautor des Buches: „Marketing für Kids und Teens“, sieht das pragmatisch: „Kinder sind Konsumenten und treten als Konsumenten auf. Da sollten wir ihnen helfen, Werbung selbstbestimmt zu nutzen. Besser kleine Fehler mit geringem Budget, als große Fehler im

Erwachsenenalter, weil man es nicht besser gelernt hat.“ ■

Immer lauter wird auch der Ruf nach der Vermittlung von Medienkompetenz in Schulen und Kindergärten. „Super RTL“ gründete zu diesem Zweck gemeinsam mit zahlreichen großen Werbefir-

Erwachsenenalter, weil man es nicht besser gelernt hat.“ ■

» Nachrichten, Berichte, Hintergründe und Interviews: [www.medienmagazin-pro.de](http://www.medienmagazin-pro.de)

Anzeige

Der Christliche Medienverbund KEP e.V. hat als medienpolitische Interessenvertretung der Christen aus dem Bereich der Dt. Ev. Allianz verschiedene Arbeitsprojekte. Neben Informationsmedien aus dem Zeitschriften- und Internetbereich, gehört die Christliche Medien-Akademie, das Journalisten-Netzwerk „publicon“, die „Agentur Gute Nachricht“ in Russland sowie der Informationsdienst Israelnetz zu unserem Werk.

Ab dem 1.1.2006 ist die Stelle einer/eines

### Assistentin / Assistenten der Geschäftsleitung

neu zu besetzen.

Ihre Aufgaben sind u.a.:

- Terminplanung und -koordination
- Vorbereitung von Besprechungen
- Reisemanagement / Veranstaltungsplanung
- Korrespondenz in deutscher und englischer Sprache
- administrative Aufgaben
- Einkauf

#### Ihr Anforderungsprofil:

Als bewusst evangelische/r Christin/Christ besitzen Sie Organisationstalent, sind engagiert, flexibel und belastbar. Sie haben Berufserfahrungen im Bereich einer Sekretariats- oder Bürokommunikations-Stelle. Sie verfügen über ein sicheres und sympatisches Auftreten und haben Freude am selbständigen Arbeiten. Erfahrungen im Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln (Office-Anwendungen etc.) setzen wir voraus.

#### Wir bieten:

Ein vielseitiges und interessantes Aufgabengebiet mit weitem Verantwortungsbereich, die Mitarbeit in einem netten und aufgeschlossenen Team sowie angemessene Vergütung und Sozialleistungen.

#### Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Christlicher Medienverbund KEP e.V.  
Herrn Wolfgang Baake | Postfach 1869 | 35528 Wetzlar  
Telefon (06441) 915 151 | Telefax (06441) 915 151 | [baake@kep.de](mailto:baake@kep.de)



Christlicher Medienverbund

Nachgefragt

# pro-Fragebogen



**Name:** Julia Stone

**Position:** freie Mitarbeiterin bei der englischen Redaktion, DWtv (Deutsche Welle)

**Familienstand:** ledig

**Konfession:** freikirchlich

**Wo leben und wohnen Sie?**

In Berlin-Friedrichshain.

**Wollten Sie schon immer Journalist werden?**

Nein, ich wollte nie Journalistin werden, weil ich meinen Vater nicht nachahmen wollte. Dann habe ich aber festgestellt, dass die menschenorientierte Arbeit der Reporterin und die Möglichkeit, Ereignisse anderen zu kommunizieren, mich begeisterten.

**Was war Ihr erster journalistischer Beitrag?**

Es war ein Bericht für eine Studentenzeitung. Das Thema weiß ich nicht mehr.

**Was raten Sie einem jungen Menschen, der Journalist werden will?**

Man muss es wirklich wollen, weil es so viel Konkurrenz gibt. Man muss auch sehr viel Selbstvertrauen (oder Vertrauen in Gott) haben.

**Wie und wo lernt man Journalismus am besten?**

Wie ich in Deutschland oft gehört habe: „learning by doing“. Meiner Meinung nach ist kein Medienwissenschafts- oder Journalismusabschluss notwendig.

**Ohne was kommt ein Journalist nicht aus?**

Ausdauer, Neugier und einen gesunden Menschenverstand.

**Was war Ihr bisher größter Erfolg?**

Ich hatte viele so genannte Erfolge in meiner früheren Karriere als Boulevardzeitungsreporterin. Im Nachhinein bewerte ich die Exklusivberichte, wo ich Menschen überredet habe, mir Dinge zu erzählen, die sie eigentlich gar nicht erzählen wollten, als einen Missbrauch

der mir anvertrauten Begabungen. Meine schönste Erinnerung sind all die Stofftiere und Spenden unserer Leser, die sie mir damals unaufgefordert zuge-

schiekt haben, als ich den Text zu einer Fotoreportage über rumänische Babys mit AIDS geschrieben hatte.

**Und was Ihr größter Flop?**

Dazu muss man den englischen Humor verstehen! Als ich noch in meiner Ausbildung bei einer Abendzeitung war, musste ich über einen regionalen landwirtschaftlichen Wettbewerb berichten. Ich hatte alle Namen und Adressen der Preisträger sorgfältig gesammelt und aufgeschrieben und hatte das Pressezelt kurz verlassen. Als ich zurückkam war die ganze Arbeit weg, weil einige betrunkene Bauern unser Zelt mit dem Toilettenzelt verwechselt hatten.

**Wie wichtig ist Ihnen „Ethik im Journalismus“?**

Nach meiner Erfahrung ist es mir äußerst wichtig. Obwohl ich damals bei der Boulevardzeitung keine Christin war, wollte ich immer das Richtige machen. Leider habe ich zu wenig über die Konsequenzen meiner Aktionen nachgedacht. Ich erinnere mich noch heute an mein Unverständnis, als ein älterer freiberuflicher Fotograf, der eine junge Familie zu versorgen hatte, sich weigerte, heimlich ein Foto von einem 18-jährigen Mädchen zu knipsen. Damals habe ich nur gedacht: „Wie kann er so seine Einkommensquelle aufs Spiel setzen?“ Leider setzen zu viele Chefs in bestimmten Bereichen auf die Naivität und den Ehrgeiz der jungen Journalisten.

**Welches Buch lesen Sie gerade?**

Ich lese immer mehrere Bücher gleichzeitig. Zurzeit lese ich „The Divine Conspiracy“ von Dallas Willard, Jacques Baudouin, „Die chinesische Loge“ und Francois Cheng, „Die allzu kurze Ewigkeit“.

**Ihre liebste TV-Sendung?**

Außer Nachrichten und Sport schaue

ich kein Fernsehen, aber wenn ich BBC World schaue, freue ich mich über die „Talking Movies“.

**Über was können Sie sich aufregen?**

Über vieles, aber ich bin dabei, mir das abzugewöhnen.

**Ihre Lieblingsgestalt in der Geschichte?**

Nelson Mandela, weil er Vergebung und Versöhnung auslebt.

**Was machen Sie, wenn Sie einen Abend allein zu Hause verbringen?**

Meine Abende sind meistens mit Arbeitsdiensten oder Gemeindeaktivitäten belegt. Wenn ich frei habe, treffe ich mich meistens mit Freunden. Falls ich zu Hause bin, würde ich wahrscheinlich etwas Nettes kochen, und wenn meine Mitbewohnerin gerade Zeit und Hunger hat, würde ich ein Paar Kerzen anzünden und gemütlich mit ihr zusammen essen. Ich würde bestimmt jemanden, mit dem ich lange nicht gesprochen habe, anrufen und danach ein Buch lesen.

**Ihr liebster Bibelvers?**

Römer 8, 38-39: „Denn ich bin gewiss, dass weder Tod noch Leben, weder Engel noch Mächte noch Gewalten, weder Gegenwärtiges noch Zukünftiges, weder Hohes noch Tiefes noch eine andere Kreatur uns scheiden kann von der Liebe Gottes, die in Christus Jesus ist, unserem Herrn.“

Anzeige

**Das Gelbe vom Ei**

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

I BÜCHER | MUSIK | MEDIEN |

Perspektiven für Leben und Beruf

# Neues Seminarprogramm der Christlichen Medien-Akademie

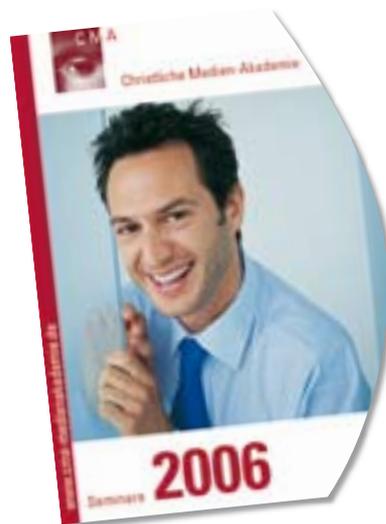
Die Christliche Medien-Akademie bietet auch 2006 eine Vielzahl an Seminaren für Journalisten, Gemeindemitarbeiter und Pastoren. Eine praktische Übersicht enthält das neue Programmheft, welches ab sofort bestellt werden kann. Mit den neuen Seminaren kann man auch gewinnen: den schnellsten Bestellern winkt eine Reise nach Israel.

Auch im kommenden Jahr bietet die Christliche Medien-Akademie (CMA) wieder ein umfassendes Programm an Seminaren zur journalistischen, beruflichen und privaten Weiterbildung an. Dabei setzt die Christliche Medien-Akademie auf eine Mischung aus „Klassikern“, Seminaren und Workshops, die bereits seit mehreren Jahren angeboten werden, und verschiedenen neuen Fortbildungen, die das bestehende Programm sinnvoll ergänzen. Das Angebot reicht von journalistischen Seminaren zum Schreiben von Nachrichten oder zum „Feature“ über die Grundlagen der „Rhetorik“ bis hin zu Workshops zur „Bildbearbeitung“ oder der Führung von Mitarbeitern.

## Für Journalisten

Zwei neue Journalismus-Seminare wenden sich speziell an die stetig wachsende Zahl freier Journalisten. Gerade diese „Einzelkämpfer“ sind darauf angewiesen, stets Artikel von hoher Qualität zu liefern, ohne dabei auf das Feed-

back von Redaktions-Kollegen zurückgreifen zu können. In dem neuen Workshop „Frei-willig immer besser“ gibt die Journalistin Elisabeth Illius freien Jour-



Das neue Seminarprogramm der Christlichen Medien-Akademie

nalisten Tipps zum Aufpolieren des journalistischen Handwerkszeugs. Als Ergänzung dazu geht das Seminar „Die

Ich-AG für Journalisten“ auf die rechtlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen ein, denen sich freie Journalisten stellen müssen.

## Für Mitarbeiter

Fortbildung nimmt jedoch nicht nur im beruflichen, sondern gerade auch im privaten Engagement einen immer höheren Stellenwert ein. Aus diesem Grund bietet die Christliche Medien-Akademie auch im nächsten Jahr wieder eine Reihe Seminare an, die nicht nur für Journalisten, sondern gerade auch für Gemeindemitglieder und Mitarbeiter interessant sind.

## Für Gemeindemitglieder

Neben dem „Crashkurs Pressesprecher“, einer Einführung in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, sind vor allem ein Moderations-Training sowie ein Workshop zur Gestaltung von Gemeindebriefen besonders interessant für ehrenamtliche Gemeindemitarbeiter.

Anzeige

## Vitamine für den Kopf

**Jetzt das Seminarprogramm 2006 der Christlichen Medien-Akademie bestellen und eine Reise nach Israel gewinnen! Einfach unter [www.vitamine-fuer-den-kopf.de](http://www.vitamine-fuer-den-kopf.de) mitmachen oder die dem Heft beiliegende Postkarte ausfüllen und einsenden!**

Christliche Medien-Akademie | Steinbühlstraße 3 | 35578 Wetzlar  
Telefon (064 41) 9 15 166 | [www.cma-medienakademie.de](http://www.cma-medienakademie.de)

[www.vitamine-fuer-den-kopf.de](http://www.vitamine-fuer-den-kopf.de)

Auch das seit Jahren sehr erfolgreiche Sprechtraining „Mit der Stimme zum Erfolg“ bietet die Christliche Medien-Akademie im nächsten Jahr wieder an. Horst Schwinkendorf, der ehemalige erste Nachrichtensprecher des „Deutschlandfunk“, optimiert in diesem dreitägigen Seminar den bewussten Umgang mit Atmung und Stimme, und gibt den Teilnehmern viele praktische Tipps mit auf den Weg.

Ebenso wie Horst Schwinkendorf, kommen auch alle anderen Trainer und Dozenten direkt aus der Berufspraxis. Auf diese Weise können in den Seminaren alle relevanten Informationen ausführlich und dennoch prägnant vermittelt werden. Da alle Trainer in ihren jeweiligen Berufen kontinuierlich mit neuen Entwicklungen in ihrem Fachgebiet in Berührung kommen, können sie diese direkt an die Seminarteilnehmer weitergeben. Der hohe Praxisbezug, mit vielen Übungen und der Möglichkeit, individuelle Arbeitsproben der Teilnehmer zu besprechen, bleibt auch im nächsten Jahr ein Qualitätsmerkmal der Christlichen Medien-Akademie.

## Für Lehrer und Pädagogen

Besonders attraktiv wird ein Seminarbesuch ab sofort für alle Lehrer und Pädagogen, die im Hessischen Schuldienst arbeiten. Anfang September akkreditierte das Hessische Kultusministerium die CMA offiziell als Anbieter von Fortbildungs- und Qualifizierungsangeboten. Hessische Lehrer können sich darum für den Besuch verschiedener CMA-Seminare Leistungspunkte gutschreiben lassen. Neben den Rhetorik- und Stimmtrainings zählen zu diesen Kursen auch ein „Power-Point“-Workshop sowie ein Seminar zum Thema „Kreativitätstechniken“. Die Christliche Medien-Akademie plant darüber hinaus, noch weitere Seminare akkreditieren zu lassen.

Allen Teilnehmern offen steht das 2005 eingeführte Modul-System, welches auch im nächsten Jahr wieder angeboten wird. Jedes Modul besteht aus verschiedenen, abgeschlossenen Seminaren des Gesamtprogramms. Innerhalb der einzelnen Module sind die Seminarinhalte sinnvoll aufeinander abgestimmt und ergänzen sich zu einem logischen Fortbildungskurs. Mit

dem Besuch eines kompletten Moduls bekommen die Teilnehmer eine fundierte Weiterbildung in einem speziellen Bereich, z.B. Radio oder Öffentlichkeitsarbeit.

## Wir kommen auch zu Ihnen

Neben den Seminarveranstaltungen im Christlichen Medienhaus in Wetzlar bietet die Christliche Medien-Akademie im nächsten Jahr auch wieder verschiedene Inhouse-Schulungen vor Ort an – oder auch in einem Seminarhotel oder einem Tagungszentrum. Mit Hilfe der erfahrenen Trainer können die Inhalte dabei ganz individuell auf die



Das Schulungsgebäude der Christlichen Medien-Akademie in Wetzlar

Bedürfnisse der Teilnehmer zugeschnitten werden, vom Moderationstraining für Pastor und Gemeindemitarbeiter bis hin zum Reportage-Workshop für die Zeitungsredaktion.

Das aktuelle Seminarprogramm der Christlichen Medien-Akademie kann ab sofort kostenlos bestellt werden:  
**Christliche Medien-Akademie**  
 Postfach 1869, 35528 Wetzlar,  
 Telefon (06441) 915 166,  
 Telefax (06441) 915 157,  
 info@cma-medienakademie.de.

Alle Interessenten, die ihr Exemplar bis zum 15. Dezember bestellen, nehmen automatisch auch am Gewinnspiel „Vitamine für den Kopf“ teil und haben die Chance, eine Reise nach Israel für zwei Personen zu gewinnen. Als weitere Preise winken unter anderem zwei Gutscheine für den Besuch eines Seminars der Christlichen Medien-Akademie. (me) ■

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter [www.vitamine-fuer-den-kopf.de](http://www.vitamine-fuer-den-kopf.de) und [www.cma-medienakademie.de](http://www.cma-medienakademie.de).

Christliches Medienmagazin

**pro** 2005  
immer besser informiert

Empfehlen Sie jetzt das Christliche Medienmagazin pro! Unter allen Werbern und neuen Beziehern verlosen wir in dieser Ausgabe folgende Preise:



Die Chroniken von Narnia



Narnia Hörbücher und Taschenbücher

Mit freundlicher Unterstützung von:

**Brendow**  
VERLAG + MEDIEN

Telefon (06441) 915 151

[www.medienmagazin-pro.de](http://www.medienmagazin-pro.de)



Freundesreise des Christlichen Medienverbundes KEP  
**10. bis 17. Juni 2006 | DONAU**



8 Tage DONAU-Kreuzfahrt „Klassik“

**Leitung:** Egmond Prill

Traumhafte Landschaften, herrliche Städte, interessante Begegnungen.

**Reiseroute:** Passau - Wien - Budapest - Bratislava - Weissenkirchen - Passau

**Weitere Informationen:**

KEP-Büro Kassel

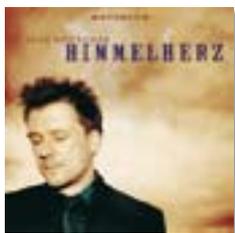
Schwedenweg 15 | 34127 Kassel

Telefon (0561) 8905 142 | Telefax -144

E-Mail: [prill@kep.de](mailto:prill@kep.de)

## Aktuelle Musik-Produktionen – vorgestellt von pro-Autorin Dana Nowak

### „Himmelherz“ – Jens Böttcher



Nach zwei Jahren „Rosenbrock & Böttcher“ ist Jens Böttcher allein unterwegs und legt mit „Himmelherz“ sein erstes christliches Soloalbum vor. Dabei ist er dem Musikstil des Bandprojekts treu geblieben. Wie auf den Vorgängeralben dominieren Akustikgitarren, aber auch Streicher, Klavier

und Mundharmonika kommen zum Einsatz. Die Musik bleibt handgemacht, ohne besondere Effekte oder Experimente – eine Melange aus Rock, Folk, Blues, Gospel und Country. Die Schlichtheit steht dem Album jedoch gut und harmoniert mit Böttchers rauchiger Stimme.

Dass das Texten zu den Stärken des Hamburgers gehört, wird auch auf dieser CD deutlich. Er singt weder um die Probleme und die Schuld der Menschen, noch um das Evangelium herum. Seine tiefgängigen, teils schweren Texte regen zum Nachdenken an, einige erschließen sich erst beim zweiten Hören. Bei vielen Liedern schwingt die für Jens Böttcher so typische Melancholie mit. Dabei hätte es einigen Songs gut getan, wenn er der Hoffnung in den Texten musikalisch etwas mehr Ausdruck verliehen hätte.

Asaph, 14,95 Euro, [www.boettchercom.de](http://www.boettchercom.de)

### „One Life“ – Dependance



Wer Musik im Stil von „The Tribe“ mag und auf Dance, Hip Hop, und Rap gemischt mit Electronicsounds steht, der sollte sich das neue Album von „Dependance“ nicht entgehen lassen. Wenn auch das CD-Cover etwas trist aussieht, die Musik ist alles andere als das: stampfende Beats,

treibende Rhythmen und sphärische Synthesizer prägen den Sound der Scheibe.

Mit dem Opener „Stomp“ heizen die fünf Jungs und Mädels aus Großbritannien ihren Hörern ordentlich ein. Hier geht es noch nicht um sinnvolle Inhalte, sondern um Party – Stampfen, Klatschen, Springen, Abrocken wird hier gefordert. Bei den anderen Songs werden die Musiker dann aber doch ernsthaft. In moderner Umgangssprache verkünden sie das Evangelium und setzen sich mit Themen und Problemen vor allem junger Menschen auseinander.

Die musikalische Mischung ist gelungen, an Abwechslung mangelt es dem Album nicht.

In Großbritannien sind die Fünf an Schulen unterwegs, um durch Musik, Tanz und Theater das Evangelium zu verkünden. Mit ihrer neuen CD werden sie hoffentlich nicht nur dort, sondern auch in Deutschland punkten.

Brockhaus-Verlag, 17,95 Euro, [www.dependance.tv](http://www.dependance.tv)

### „Christmas“ – Cae & Eddie Gauntt



Das Warten hat ein Ende: Mit „Christmas“ gibt es endlich das seit langem angekündigte gemeinsame Album von Cae und Eddie Gauntt. Die Popsängerin und der Opernsänger präsentieren größtenteils bekannte Weihnachtslieder, die von Florian Sitzman (Söhne Mannheims) auf originelle Art

und Weise neu arrangiert wurden. Gekonnt wurden Klassik und Pop vereint. Entstanden ist „ganz großes Kino“ – dabei wurde jedoch bei aller Dramaturgie und allen festlichen Ausschmückungen die Grenze zum Kitsch nicht überschritten.

Neben überwiegend besinnlichen Liedern gibt es auch Fröhliches, wie die Version von „Jingle Bells“ – der Klassiker wurde teilweise in einen Wiener Walzer verwandelt – oder „In der Luft“. Bei diesem Klavierpop wird Weihnachten als ein Fest für alle Sinne besungen. Cae Gauntts facettenreiche Stimme kommt hier besonders zur Geltung.

GerthMedien, 17,95 Euro, [www.caegauntt.de](http://www.caegauntt.de)

### „Straßen des Himmels“ – Jörg Swoboda



Jazz gehört doch eher zu den Seltenheiten in der christlichen Musikszene, so auch der Dixieland, als die „weiße Form“ des New Orleans-Jazz. Liebhaber dieser Musikrichtung können jetzt jedoch aufatmen: Mit „Straßen des Himmels“ legt Jörg Swoboda Dixie pur vor, und das auch noch mit

deutschen Texten. Begleitet wird der Liedermacher und Evangelist von der Sir Gusche Band, die sich selbst als „Berlins dienstälteste Jazzband“ bezeichnet – sie besteht seit über 40 Jahren. Manche der Lieder dürften einigen bekannt vorkommen: Für die 13 Traditionals und Gospelsongs hatte der Pfarrer Theo Lehmann in den vergangenen Jahren deutsche Texte verfasst und die Stücke auch bei Gottesdiensten eingesetzt.

Mit der für Dixieland typischen Besetzung von Trompete, Posaune, Klarinette, Banjo, Schlagzeug und Kontrabass sorgen die sechs Musiker durchweg für positive Stimmung. Bis auf das gediegene „Nur mit Dir“ sind alle Lieder sehr beschwingt und flott. Dadurch ähneln sie sich jedoch zwangsläufig auch. Die Melodien sind mitreißend, einfach und eingängig – die Lieder rufen geradezu danach, mitgesungen zu werden. Praktischerweise sind auch die Texte im Booklet abgedruckt. Übrigens: kein christlicher Verlag wollte die Produktion in sein Programm aufnehmen.

Monopol Records, 13,50 Euro, [www.joergswoboda.de](http://www.joergswoboda.de)

» Nachrichten, Berichte, Hintergründe und Interviews: [www.medienmagazin-pro.de](http://www.medienmagazin-pro.de)

## Neuer Lesestoff – empfohlen von der pro-Redaktion

### Recht So!

Juristisches Handbuch für Gemeinde und Kirche

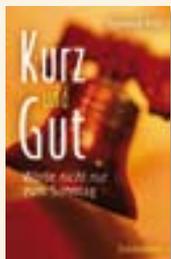


Dürfen Gemeinden kopierte Noten verwenden? Welche Aufführungen müssen wegen des Urheberrechtes angemeldet werden? Und wie steht es mit der Aufsichtspflicht bei Leitern von Jugendgruppen? Was muss eine Gemeinde beachten, wenn sie einen Internet-Auftritt gestaltet? Der Wetzlarer Rechtsanwalt Jens-Oliver Müller hat sich mit diesen und anderen Fragen auseinander gesetzt. Die Antworten formuliert er in seinem neuen juristischen Handbuch „Recht so!“ - auch für Laien verständlich. Viele kirchliche Mitarbeiter machen sich oft nicht bewusst, dass es für ihre Vorhaben juristische Regelungen gibt. Hinweise auf Paragraphen in Gesetzbüchern, Beispiele aus der Rechtsprechung und Tipps für die Praxis machen das Buch zu einem hilfreichen Ratgeber für christliche Gemeinden. (eh)

Jens-Oliver Müller, „Recht so! Das neue juristische Handbuch für Gemeinde und Kirche“, R.Brockhaus, 144 Seiten, 10,90 Euro, ISBN 3-417-24913-9

### Kurz und Gut

Worte nicht nur zum Sonntag



Egmond Prill hat den Blick für die Geschichten des Alltags, die kleinen Details, die doch die Sicht auf das Große öffnen: die Wunder des Lebens und die Wahrheit des Glaubens. Woche für Woche ermutigt er mit seinen Einsichten und Beobachtungen in der Rubrik „Worte zum Sonntag“ die Leser der Zeitung „Allgemeiner Anzeiger“, des größten Anzeigenblattes in Thüringen. Nun erscheinen seine Kolumnen in Buchform - mit einem Vorwort von Thüringens Ministerpräsident Dieter Althaus.

Hänssler-Verlag, gebunden, 9,95 Euro (zzgl. Versandkosten)

Das Buch können Sie auch direkt bei uns bestellen: Telefon (06441) 915151, Fax (06441) 915 157, E-Mail [office@kep.de](mailto:office@kep.de)

### „Bibel dir deine Meinung“



Bibelstudium einmal anders: beispielsweise mit originellen Spielen zum Thema Christentum, wie „Ein jeder trage die Last des andern“ oder „Bibel-Lego“. Und mit ungewöhnlichen Nacherzählungen biblischer Geschichten und Anekdoten - zum Beispiel vom bibellesenden Hippie in Amsterdam. Das alles findet sich in dem Buch „Bibel dir deine Meinung“ - witzig und kreativ, wie immer bei Arno Backhaus. Nach Angaben des Autors ist das Buch geeignet „für Jung und Alt

und besonders für die, die immer noch denken, die Bibel sei alles, nur nicht cool“. In der Tat können auch fundierte Bibelkenner durch die Lektüre neue Seiten im „Buch der Bücher“ entdecken, die ihnen bisher nicht bewusst waren. Das Buch enthält auch Impulse für den Kindergottesdienst, Jugendgruppen oder Hauskreise. (eh)

Arno Backhaus, „Bibel dir deine Meinung. Die Bibel kreativ - lesen wie noch nie“, Brendow, 191 Seiten, 12 Euro, ISBN 3-86506-034-X

### Einführung in den Islam



Der Islam wird immer präsenter in Gesellschaft, Politik und Medien. Die Islamwissenschaftlerin Christine Schirmacher gibt in ihrem neuen Buch eine Einführung in diese Weltreligion. Sie geht ebenso auf die Entstehung ein wie auf den Koran, religiöse Bräuche oder die Scharia. Dabei gelingt es der Autorin, komplexe Sachverhalte in verständlicher Form auszudrücken, ohne die geistige Tiefe zu verlieren. Islamische Fachbegriffe gibt sie als Zusatzinformation in arabischer Sprache an. Sachlich legt sie die Tatsachen dar, ohne zu werten. Die Autorin, die im Oktober von der Evangelisch-Theologischen Fakultät im belgischen Löwen zur Professorin ernannt wurde, möchte mit ihrem Buch Christen für einen Dialog mit Moslems vorbereiten. Und in der Tat hat der Leser nach der Lektüre eine gute Grundlage dafür. Im Anhang sind weiterführende Bücher über den Islam aufgelistet. (eh)

Christine Schirmacher, „Der Islam. Eine Einführung“, Johannis Kompakt, 119 Seiten, 6,95 Euro, ISBN 3-501-05253-7



### Kalender 2006

„Ecksteine2006 - zum Festhalten“ - Der Wandkalender mit Monatsplaner von „art Lilienthal“ enthält hochwertige Farbfotos, kombiniert mit passenden Texten und Glaubensweisheiten von Hans-Joachim Eckstein. Dabei sind die Texte nicht nur tiefgründig, sondern auch unaufdringlich. Die professionelle Gestaltung des Kalenders spricht für sich - der Name „art Lilienthal“ steht schon längst für Anspruch auf höchstem Niveau. Wer den Kalender als Geschenk bestellt, möchte ihn nach Erhalt am liebsten für sich selbst behalten. Garantiert. (cl/ad)

Bestellungen im Internet unter [www.artlilienthal.de](http://www.artlilienthal.de) oder per Telefon (02171) 39 49 615

Bischöfe wurden befragt

# Medien die größte Kraft bei Wertebildung?

Berlin (KEP) - Die Medien haben den größten Einfluss auf die Bildung von Werten in der Gesellschaft. Diese Meinung vertreten laut einer Studie der Universität Heidelberg die meisten Geistlichen der beiden großen Kirchen im Land. Gleich danach folgt nach Ansicht der Kirchenvertreter die Politik mit einem fast ebenso großen Einfluss auf die Wertebildung.

Die Forschungsgruppe der Fachrichtung „Politische Soziologie“ hat in diesem Jahr eine repräsentative Umfrage unter protestantischen und katholischen Bischöfen und Landesbischöfen in Deutschland durchgeführt. Das Magazin „Cicero“ berichtete davon unter dem Titel: „Selbst Bischöfe ordnen sich den Medien unter“. Die Studie zeigte, dass die Ansichten darüber, wer an der Wertebildung im Land mitwirkt, zwischen Protestanten und Katholiken auseinander driften. Während die evangelischen Geistlichen neben den Medien die Politik als einflussreichste Gruppe sahen, stehen die Medien bei



Foto: ZDF

den Katholiken unangefochten auf dem ersten Platz, schreibt „Cicero“. Bei den Protestanten folgte auf Rang 2 die Wirtschaft. Ihren eigenen Einfluss sahen die Protestanten erst an dritter Stelle - gemeinsam mit den Führern aus Wissenschaft und Sport.

Auf katholischer Seite folgte auf die Medien die Wirtschaft. Erst an dritter Stelle teilte sich die Politik den Platz mit den Eliten aus Kultur und Wissenschaft. Rang 4 erreichte die Kirche selbst, gefolgt von der Gerichtsbarkeit und der Verwaltungselite. Befragt nach der eigenen Einfluss-

nahme auf Führungsgruppen in Medien und Wirtschaft, sagten 85 Prozent der Protestanten, es sei bedeutend, den Dialog mit anderen gesellschaftlichen Gruppen zu führen. Bei den Katholiken waren es nur 69 Prozent.

Die Politik beeinflussen könne die Kirche „stärker“ bis „sehr stark“, meinten 39 Prozent der evangelischen Bischöfe. 61 Prozent glaubten, ihr Einfluss auf die Politik sei lediglich „mäßig“.

Von den Katholiken gingen sogar nur elf Prozent davon aus, dass ihr Einfluss in diesem Bereich „stärker“ sei. Als „gering“ sahen ihn 37 Prozent und als „mäßig“ 51 Prozent. Einig sind sich die Vertreter der beiden Kirchen hingegen bei der Frage, inwiefern sie selbst zur Elite des Landes gehören: 64 Prozent (evangelisch) beziehungsweise 63 Prozent (katholisch) sahen sich aufgrund ihrer Funktion als zur Elite zugehörig. ■ (js)

» Nachrichten, Berichte, Hintergründe und Interviews: [www.medienmagazin-pro.de](http://www.medienmagazin-pro.de)

Zehn Stunden täglich

# Medienkonsum nimmt weiter zu

Frankfurt/Main (KEP) - Nach einer neuen ARD/ZDF-Studie ist der Medienkonsum der Deutschen weiter angestiegen: Danach verbringt im Jahr 2005 jeder Bundesbürger insgesamt zehn Stunden täglich mit den Medien. Im Jahr 2000 waren es knapp achteinhalb Stunden. Die meiste Zeit widmen die Menschen weiterhin Radio und Fernsehen: Im Schnitt hört jeder Erwachsene ab 14 Jahren täglich 3 Stunden und 41 Minuten Radio und sieht 3 Stunden und 40 Minuten fern.

Auch wenn das Internet seine Nutzungsdauer verdreifacht habe, so die Experten, könne es mit den etablierten Medien nicht mithalten: „Mit 44 Minuten täglich liegt es gleichauf mit dem Hören von Musik über CD/MC oder MP3-Player (45 Minuten täglich).“ Die Tageszeitung wird täglich 28 Minu-

ten lang, Bücher 25 Minuten und Zeitschriften im Schnitt 12 Minuten lang gelesen.

## Internetnutzung keine Auswirkungen auf Konsum anderer Medien?

Die ARD/ZDF-Langzeitstudie „Massenkommunikation“ wird seit 1964 etwa alle fünf Jahre durchgeführt. Im Jahr 2000 wurde das Internet neu in den Medienvergleich einbezogen. Für die Untersuchung wurden im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission in der Zeit vom 10. Januar bis 13. März 2005 insgesamt 4.500 repräsentativ für ganz Deutschland ausgewählte Personen ab 14 Jahren per Telefon über ihr Medienverhalten und ihre Medienneinschätzung befragt. „Im Vergleich

der Imageprofile und Nutzungsmotivationen zeigen sich für die vier Medien Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitung und Internet klare Aufgabenzuweisungen“, teilte die Medienkommission weiter mit: Das Fernsehen mit seinem breiten Angebotsspektrum erfülle Informations- wie auch Unterhaltungsfunktionen, die Tageszeitung bleibe Informationsmedium, das Radio Tagesbegleiter und „Stimmungsmodulator“.

Das Internet sei vor allem Informationsmedium. „Große Teile der Bevölkerung haben das Internet inzwischen in ihren Medienalltag integriert, ohne ihre bisherigen Nutzungsmuster und Funktionszuweisungen an die Medien grundlegend zu ändern.“ ■ (ad)

» Nachrichten, Berichte, Hintergründe und Interviews: [www.medienmagazin-pro.de](http://www.medienmagazin-pro.de)

Auszeichnung

# KEP-Medienpreis „Goldener Kompass“



Fotos: Thomas Kretschel/RTL

Die Verleihung des KEP-Medienpreises „Goldener Kompass“ findet in der Friedrichstadtkirche in Berlin statt.

Für seine Berichterstattung in der Sendung „Stern TV“ über das Schicksal der siamesischen Zwillinge Lea und Tabea erhält der bekannte Fernsehmoderator Günther Jauch in diesem Jahr den „Goldenen Kompass“, den Medienpreis des Christlichen Medienverbundes KEP. Außerdem werden die Redakteure des Magazins „Stern“ – Anette Lache, Frank Ochmann und Anne Schönhartig – mit dem „Goldenen Kompass“ ausgezeichnet, die über viele Monate hinweg fair über die Erlebnisse der christlichen Familie Nelly und Peter Block und deren Zwillingstöchter berichtet haben. Die designierte Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen hält die Laudatio.

Die Leser und Zuschauer haben gewählt

„In den Berichten, Interviews und Reportagen wurde immer wieder auch über den Glauben der Familie geschrieben. Das hat die Leser fasziniert und ist gleichzeitig ein mutiges Beispiel, über Christen in den Medien zu berichten“, so Wolfgang Baake, Geschäftsführer des

Christlichen Medienverbundes KEP, über die Reaktionen auf die Beiträge in „Stern TV“ und „Stern“. Die Laudatio auf Günther Jauch hält die Vorsitzende des Christlichen Medienverbundes, Margarete Kupsch-Loth.

Andreas Grosse Halbur, Jochen Mai und Cornelius Welp, Redakteure der „Wirtschaftswoche“, werden für einen Beitrag über Christen in der Wirtschaft ausgezeichnet. Für die Laudatio auf die Redakteure der „Wirtschaftswoche“ hat der Unternehmer und engagierte Christ Friedhelm Loh, Vorstandsvorsitzender der Friedhelm Loh Group und der Stiftung Christliche Medien (SCM) zugesagt.

## Nachwuchsjournalistenpreis

Den Nachwuchsjournalistenpreis der Christlichen Medien-Akademie, der Aus- und Weiterbildungsstätte des Christlichen Medienverbundes KEP, erhält in diesem Jahr der ZDF-Journalist Carsten Behrend.

„Ein Beitrag von Carsten Behrend über den Auftakt der ‚ProChrist‘-Aktion ‚Die kleinste Kirche der Welt‘ in Berlin und eine Fernsehreportage über das christliche Sozialwerk ‚Arche‘, den er zusammen mit Melanie Hubermann gedreht hat, sind bei den Zuschauern auf eine große positive Resonanz gestoßen“, begründet Wolfgang Baake die Entscheidung der Jury, dem ZDF-Journalisten den Nachwuchsjournalistenpreis zu verleihen. Die Beiträge wurden im ZDF-„Morgenmagazin“, „heute Nacht“, „Länderspiegel“ und in „Dreh-scheibe Deutschland“ ausgestrahlt. Die Laudatio auf Carsten Behrend hält der stellvertretende Vorsitzende des Christlichen Medienverbundes, Wolfgang Heidenreich (Agentur Buttgerit



„Stern“-Titel



Günther Jauch

et Heidenreich). Die Preisverleihung findet am 28. November in der Französischen Friedrichstadtkirche in Berlin statt. Die seit 1990 vergebene Auszeichnung für gute Berichterstattung und glaubhaft dargestelltes Christsein in den Medien erhielten bislang unter anderen der Pop-Sänger Sir Cliff Richard, die Chefredakteurin der Zeitschrift „Bild der Frau“, Andrea Zangemeister, die Kunstspringerin Brita Baldus oder die christliche Pop-Band „Normal Generation?“. Weitere Preisträger waren die Schauspieler Heinz Rühmann und Günter Strack, der Golf-Profi Bernhard Langer, der frühere Fernsehdirektor des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) und heutige Leiter des Fernsehsenders „Bibel.TV“, Henning Röhl oder der NDR-Journalist Axel Rothkehl. Im vergangenen Jahr wurde der Regisseur und die Produzenten des „Luther“-Films mit dem „Goldenen Kompass“ ausgezeichnet. ■ (ad)

Weitere Informationen:  
[www.goldener-kompass.de](http://www.goldener-kompass.de)  
[www.kep.de](http://www.kep.de)

Anzeige

**ALKOHOLFREIER  
SEKT + WEIN**

-gesund und kalorienarm-

Weinkellerei Weinkönig  
Andernacher Str. 51  
56070 Koblenz  
Tel.: 02 61 / 8 25 66

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

„Report Mainz“ berichtete

# Aufruf zu Mord an Islamexperten Raddatz



Hans-Peter Raddatz

M a i n z (KEP) - Erstmals in Deutschland ist nach einem Bericht des ARD-Politikmagazins „Report Mainz“ ein Mordaufruf radikaler Islamisten gegen einen kritischen Islamwissenschaftler veröffentlicht worden. Die Staatsanwaltschaft Oldenburg will deshalb Ermittlungen aufnehmen. Wie das Politikmagazin berichtete, wurde auf dem wohl größten deutschsprachigen muslimischen Internetportal [www.muslim-markt.de](http://www.muslim-markt.de) der islamkritische Publizist Hans-Peter Raddatz mit folgendem Text bedroht: „Und wenn Herr Raddatz ein Hassprediger und Lügner ist, dann möge der allmächtige Schöpfer ihn für seine Verbrechen bestrafen und diejenigen, die trotz mehrfacher Hinweise auf die verbreiteten Unwahrheiten von Raddatz immer noch darauf bestehen, auch.“ Dieser Text wurde am 9. September veröffentlicht. Inzwischen ist der Name Raddatz durch „XXX“ ausgetauscht wurden.

## „Eindeutig eine Morddrohung“

Die Marburger Religionswissenschaftlerin Ursula Spuler-Stegemann bewertet diesen Text als Morddrohung. Im Interview mit „Report Mainz“ sagte sie: „Der Aufruf gegen Herrn Raddatz ist

ganz eindeutig eine Morddrohung, die verpackt ist in Form eines Gebetes, angeblichen Gebetes, aber in Wirklichkeit steht dahinter eine Verfluchung.“

Auch der Göttinger Islamwissenschaftler Tilman Nagel kommt in einem für die Staatsanwaltschaft gefertigten Gutachten zur gleichen Einschätzung. Er schreibt in seiner Stellungnahme: „Der Gebetsaufruf missachtet das rechtsstaatliche Gewaltmonopol und die Religionsfreiheit, indem er die Muslime auffordert, das Recht in die eigenen Hände zu nehmen und die Zielperson der ‚Bestrafung‘ namentlich benennt.“

## „Die Familie mit eingeschlossen“

Der Islamwissenschaftler Hans-Peter Raddatz befürchtet sogar, dass diese Drohung sich nicht nur auf ihn beschränken könnte. „Ganz besonders fühlt man sich dadurch betroffen, indem man weiß, dass auch die Familie eingeschlossen wird. Dass es also nicht nur um die Person des ‚Delinquenten‘ selbst geht, wie mich in diesem Fall, sondern dass das auch im weiteren Sinn die Familienangehörigen betrifft.“ Die Anonymisierung des Mordaufrufes wertet der Islamexperte „als eine zweite Stufe und Verschärfung“, da in Islamistenkreisen jeder weiß, wer damit gemeint ist.

Betreiber von [muslim-markt.de](http://muslim-markt.de) ist Yavuz Özoguz aus Delmenhorst, der als Ingenieur an der Universität Bremen tätig ist. Er ist seit Jahren im Vi-

sier deutscher Verfassungsschützer, gilt als radikaler Islamist mit Kontakten zu Terror-Organisationen wie Hamas und Hisbollah.

## Muslimische Internetseite seit Jahren unter Beobachtung

Gegen Özoguz wurde in der Vergangenheit bereits ein Verfahren in Oldenburg wegen des Verdachtes der Volksverhetzung geführt. Anfang dieses Jahres wurde es gegen eine Geldauflage von 1.000 Euro eingestellt. Doch jetzt beginnt wahrscheinlich ein neues Ermittlungsverfahren: „Wenn man der Ansicht des Islamwissenschaftlers (Prof. Tilman Nagel, die Red.) folgt, der diesen Mordaufruf als solchen qualifiziert und begutachtet hat, dann wird man insoweit ein weiteres Ermittlungsverfahren einleiten müssen“, sagt Bernhard Südbek von der Staatsanwaltschaft Oldenburg. ■ (ad)

Lesen Sie zu dem Thema auch die Ausgabe unseres Christlichen Medienmagazins pro: „Fremde Macht: Medien der arabischen Welt“. Darin: ein Interview mit Hans-Peter Raddatz zum Thema „Hasspropaganda: Wurzel im Koran“

Bestellen Sie die Ausgabe kostenlos per Telefon (06441) 915 151, Fax (06441) 915 157 oder E-Mail: [pro@kep.de](mailto:pro@kep.de)



Nachrichten, Berichte, Hintergründe und Interviews: [www.medienmagazin-pro.de](http://www.medienmagazin-pro.de)

Anzeige

## Die Helden des Kaukasus brauchen das Wort Gottes

Von den etwa 1,3 Millionen Tscherkessen leben noch rund 600.000 im Kaukasus. Dieses stolze alte Kulturvolk hängt einem gemäßigten Islam an. Sie brauchen die Bibel. In der osttscherkessischen Sprache (Kabardinisch) liegt zwar eine Übersetzung des Neuen Testaments vor, sie ist aber noch nicht gedruckt.

Wir wollen diesen Druck ermöglichen und erbitten dazu Ihre Mithilfe, damit die große Mühe der Übersetzung in die komplizierte Sprache der Kabardiner nicht vergeblich war und das Evangelium bei den Tscherkessen umfassend Verbreitung findet.

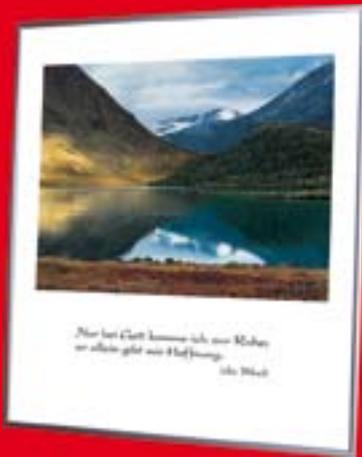
Die BIBELHILFE fördert den Druck von Bibeln und evangelistischen Schriften, besonders in Ost-Europa. **Bitte helfen Sie mit. Herzlichen Dank!**

Spendenkonto: Bibelhilfe, Konto-Nr. 2805075  
Commerzbank Wuppertal BLZ 330 400 01



**BIBELHILFE E.V.**

Bayreuther Straße 71  
42115 Wuppertal  
Telefon (0202) 300866  
Telefax (0202) 3097445



Nur bei Gott komme ich zur Ruhe,  
er allein gibt mir Hoffnung.  
(die Bibel)

Bild + Alu-Rahmen  
nur € 25,00  
Format: 50x60 cm  
gedruckt auf  
festem 350g/m<sup>2</sup>-  
Papier

# pro Art

## Weisheiten zu Weihnachten!

Bilder mit Botschaft!  
Angebot exklusiv  
für pro-Leser:  
Kunstdrucke  
von art Lilienthal zum  
pro-Sonderpreis: 9 Euro

Von jedem Bild  
gehen **2 Euro** an die  
Journalistische Nachwuchs-  
förderung der Christlichen  
Medien-Akademie.

Christliches Medienmagazin

# pro



Wer ängstlich auf den Wind achtet, der wird nie säen  
und wer auf die Wolken schaut, wird nie ernten.  
(die Bibel)



Ein freundlicher Blick erfreut jeden,  
und eine gute Nachricht gibt neue Kraft.  
(die Bibel)



Bei Dir ist die Quelle des Lebens,  
und in Deinem Lichte sehen wir das Licht.  
(die Bibel)



Wer gelassen und ausgeglichen ist, lebt gesund.  
(die Bibel)



Hätte ich einen Glauben, der Berge versetzt,  
hätte aber keine Liebe, so wäre ich nichts.  
(die Bibel)



Jesus Christus spricht:  
„Ich gieße Wasser auf das durstige Land“.  
(die Bibel)

BESTELLCOUPON

Zum pro Art – Sonderpreis bestelle ich  
**(Sonderpreis gültig bis 31.01.06)** Bitte hier ausfüllen und ankreuzen:

- |                      |                                     |   |
|----------------------|-------------------------------------|---|
| „Ruhe und Hoffnung“  | <input type="checkbox"/> Ex. € 9,00 | <input type="checkbox"/> inkl. Alu-Rahmen € 25,00 |
| „Quelle des Lebens“  | <input type="checkbox"/> Ex. € 9,00 | <input type="checkbox"/> inkl. Alu-Rahmen € 25,00 |
| „Gelassenheit“       | <input type="checkbox"/> Ex. € 9,00 | <input type="checkbox"/> inkl. Alu-Rahmen € 25,00 |
| „Glaube und Liebe“   | <input type="checkbox"/> Ex. € 9,00 | <input type="checkbox"/> inkl. Alu-Rahmen € 25,00 |
| „Durstiges Land“     | <input type="checkbox"/> Ex. € 9,00 | <input type="checkbox"/> inkl. Alu-Rahmen € 25,00 |
| „Freundlicher Blick“ | <input type="checkbox"/> Ex. € 9,00 | <input type="checkbox"/> inkl. Alu-Rahmen € 25,00 |
| „Säen und ernten“    | <input type="checkbox"/> Ex. € 9,00 | <input type="checkbox"/> inkl. Alu-Rahmen € 25,00 |
| Posterschienen/Paar  | <input type="checkbox"/> Ex. € 2,20 |   |

## Inspirierende Dekoration

Zu Weihnachten - bis zum 22.12.2005 - legen wir jedem Bild eine Gratis-Weihnachtskarte bei

Versand und Rechnungsstellung erfolgen über  
Art Lilienthal KG, Leverkusen. [www.art-Lilienthal.de](http://www.art-Lilienthal.de)  
Versandkostenpauschale: € 5,50 / ab € 50,00 versandkostenfrei

\_\_\_\_\_  
Name, Vorname

\_\_\_\_\_  
Tel. (für evtl. Rückfragen)

\_\_\_\_\_  
Straße/Nr.

\_\_\_\_\_  
PLZ/Ort

\_\_\_\_\_  
Datum/Unterschrift

**Bitte einsenden an:**

Christliches Medienmagazin pro  
ART  
Postfach 1869, 35528 Wetzlar  
oder Fax 06441 / 915 157  
E-Mail: [art@medienmagazin-pro.de](mailto:art@medienmagazin-pro.de)

# ...einfach günstiger

und für neue Mitglieder

## 3 CDs geschenkt!



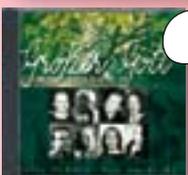
Albert Frey:  
**Anker in  
der Zeit**  
Doppel-CD



Thea Eichholz-  
Müller:  
**Breite deine  
Flügel aus**



Albert Frey:  
**Zwischen  
Himmel und  
Erde**



Helmut Jost u.a.:  
**Großer Gott,  
wir loben dich**



Michael W.  
Smith:  
**Healing Rain**



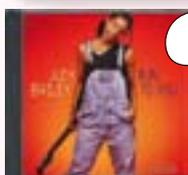
Jochen Rieger:  
**Das Vaterunser  
in 12 Liedern**



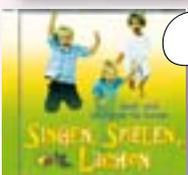
**In Love With  
Jesus 7**  
Doppel-CD



David Plüss:  
**Tasten -  
berühren &  
stille momente**  
Doppel-CD



Judy Bailey:  
**Run To You**



Sunshine-Kids:  
**Singen, Spielen,  
Lachen**



**Die 3 Gratis-CDs bitte ankreuzen.**

Karte weg? Kein Problem. Einfach 06443-6899 anrufen + bestellen!

### Das Kleingedruckte

Ich erhalte 3 CDs gratis. Wenn ich diese CDs behalte, werde ich für ein Jahr Mitglied im christlichen Club und kann alle Kundenvorteile nutzen. Diese Mitgliedschaft verlängert sich jeweils um ein Jahr, wenn ich nicht spätestens 3 Monate vor Ablauf schriftlich darauf verzichte. 4x im Jahr erhalte ich mein kostenloses Club-Magazin. Ich kaufe in den 4 Bestellzeiträumen mindestens je 1 Artikel. Andernfalls senden Sie mir bitte den jeweils besonders angekündigten Music-Hauptvorschlag.

### 14 Tage unverbindlich testen

Sie können dieses Angebot bis 14 Tage nach Erhalt der CDs ohne Risiko testen. Sind Sie dann nicht 100%ig von den vielen Vorteilen des Clubs überzeugt, schicken Sie einfach die drei Gratis-CDs zurück. Damit ist für Sie alles erledigt! Das garantiere ich Ihnen.

Ralf Hermann

„Ich bin sehr dankbar, dass wir eine so hervorragende christliche Musikszene haben: Songwriter, Musiker und Interpreten auf hohem Niveau und mit bedeutungsvollen Inhalten – und das in ganz unterschiedlichen Stilen. Der christliche Club ist eine gute und günstige Möglichkeit, an diesem ständig wachsenden Schatz dranzubleiben, sich wieder neu zum Glauben inspirieren zu lassen oder einfach gute Unterhaltung mit Maß und Ziel zu genießen.“

Albert Frey

## Vorteile im Club

Das Angebot für neue Mitglieder:

- > 3 CDs gratis!
- > Viele CDs 3,- € günstiger!  
Statt 17,95 € Clubpreis nur 14,95 €
- > Kein Mitgliedsbeitrag –  
Kein Mindestumsatz.
- > Konzertkarten zu günstigen  
Clubpreisen.
- > Interviews und exklusive  
Angebote im Club-Magazin.  
4x pro Jahr kostenlos!
- > Regelmäßig exklusive Club-  
Sonderangebote: Bücher und  
CDs bis zu 70 % reduziert!
- > Die volle Auswahl:  
Wählen Sie aus dem kompletten  
Programm von Gerth Medien  
und den besten Artikeln  
anderer christlicher Verlage

**Der christliche Club**  
... einfach günstiger!

Mehr Infos und Hörproben unter: [www.der-christliche-club.de](http://www.der-christliche-club.de)