

Aus CIW Wirtschaftsnachrichten vom 25.06.2008

Medien

Christlicher TV-Sender lockt Jugendliche mit Web 2.0

(pte) - tru:TV, der junge Ableger von Bibel.TV, wirbt mit seinem Angebot seit Ende letzten Jahres um Zuschauer und "Mitmacher". Der Sender setzt auf neue Medien, um die Zielgruppe der 16- bis 29-Jährigen anzusprechen. Dabei nutzt tru:TV vor allem das Internet. Auf seiner Homepage kann man weite Teile des Programms als Livestream verfolgen und in Foren und Chats Diskussionen führen. Anleihen an ein Social Network nimmt der TV-Sender, indem er seinen Homepage-Besuchern die Möglichkeit bietet, sich anderen vorzustellen. Zuschauerzahlen veröffentlicht der sechs Monate alte Sender noch nicht. "Die Zugriffe auf die Internetseiten steigen allerdings an", zeigt sich Geschäftsführer Bernd Merz gegenüber der Zeitung "Die Welt" von seiner Strategie überzeugt.

Jugendliche bekommen auf tru:TV unter anderem Musikvideos geboten, in denen manchmal auch Prediger auftauchen. Diese Videos sind der Hauptgrund, warum Jugendliche den TV-Sender, der über Satellit empfangbar ist, einschalten. Außerdem sendet tru:TV Porträts von Extremsportlern, Popstars oder Entwicklungshelfern. Die junge, zehnköpfige Redaktion des Senders leitet Bernd Merz, der jahrelang als Rundfunkbeauftragter der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) das "Wort zum Sonntag", die quotenstärkste kirchliche Sendung im deutschen Programm, verfasst hat. Sein Ziel sei, Jugendliche dort abzuholen, wo sie gerade im Leben stehen und ihnen bei der Orientierung in der Welt zu helfen. Dabei setzt er auch auf Themen, die bei den Zuschauern nicht immer auf Akzeptanz stoßen. So provozierte eine von der Redaktion angestoßene Online-Diskussion über die Castingshow "Germany's Next Top-Model" heftige Kritik, der Sender beuge sich auf zu tiefes Niveau.

Trägerin von tru:TV und Bibel.TV ist die gemeinnützige Bibel.TV-GmbH, an der der Bonner Wirtschaftsverleger Norman Rentrop 51 Prozent der Anteile hält. Die anderen Gesellschafter sind evangelische und katholische Mediendienstleister, darunter auch die Vereinigung Evangelischer Freikirchen (VEK). Während Bibel.TV finanziell auf eigenen Beinen steht und sich zu 70 Prozent aus Spenden und zu 30 Prozent aus Werbung finanziert, steht tru:TV momentan schlecht da. "Spenden werden wir nicht in dem Maße bekommen - und Klingeltonwerbung scheidet aus", sagt Merz. (25.06.2008, mit Material der Nachrichtenagentur presstext)