

23.06.2008, erschienen in der Welt Online

Christliche Fernsehsender Und plötzlich läuft Gott quer durchs Musikvideo

Bibel.TV segelt auf Erfolgskurs. Dabei wirkt das Programm, als sei es nicht von dieser Welt. Jetzt hat der Sender eine freche Tochter bekommen. Obwohl Tru:TV alle Möglichkeiten der neuen Medien ausschöpft, kommt er jedoch nur langsam auf die Beine. Der Sender mag unverbraucher wirken, finanziell sieht es gar nicht gut aus.

Henning Röhl von bibel.TV

Henning Röhl, Geschäftsführer von Bibel.TV, hält das Logo des Fernsehsenders in die Höhe. Gott war im Fernsehen. Beinahe hätte man ihn gar nicht erkannt, in diesem HipHop-Video des so genannten "Event-Predigers" Andreas "Boppi" Boppart. Unauffällig schob er sich zwischen Jugendlichen hindurch, die Basketball spielten. Ein Geist, der sich wie Michael Jackson bewegte. Gott tanzte den Moonwalk. Willkommen bei tru:TV, dem jugendlichen Ableger von Bibel.TV.

Seit einem halben Jahr strahlt dieser Kanal sein Programm über Satellit im digitalen Fernsehen und über Livestream im Internet aus, und fragt man die Zuschauer, warum sie diesen Sender einschalten, sagen sie: "Wegen der Mukke".

Tru:TV rockt. Man muss sich diesen Sender wie eine Art VIVA für Konfirmierte vorstellen. Die Musik hält nicht nur als Klangtapete her. Sie ist der Stoff, mit dem die Programmierer ihre Zielgruppe, die 16- bis 29-Jährigen, ködern. Verkündigung im Zeitalter der digitalen Medien: Wenn die Jugendlichen nicht in den Gottesdienst kommen, so das Kalkül des Senders, muss Gott zu den Jugendlichen kommen.

Special-Interest-Kanäle haben Konjunktur

So funktioniert auch Bibel.TV. Als der Muttersender am 1. Oktober 2002 seinen Betrieb aufnahm, da konnte sich kaum einer vorstellen, dass er sich erfolgreich auf dem Markt positionieren würde. Ob Astro- oder Bahn-TV, TV Gusto oder Tier TV - so genannte Special Interest Kanäle haben zwar Konjunktur. Doch würde es gelingen, einen Sender zu etablieren, der 24 Stunden am Tag das Evangelium in die Welt hinausendet?

Wer sich durch das Programm von Bibel.TV zapft, hat da so seine Zweifel. Das Angebot scheint sich an eine Klientel zu richten, die es nicht mehr jeden Sonntag in die Kirche schafft, weil sie nicht mehr so gut zu Fuß ist. Wer weniger bibelfest ist und sich zufällig bei dem Sender verirrt, hat das Gefühl, er betrete einen anderen Planeten.

Statt der Tagesschau gibt es um 20 Uhr die Andacht zum Tage, auch sonst ist das Programm gespickt mit Bibelauslegungen und Talks zu christlichen Themen. Wen es interessiert, der erfährt dort zum Beispiel, nach welchen Kriterien die ökumenische Arbeitsgemeinschaft für Bibellesungen ihre Jahreslosungen auswählt. Es gibt auch Ratgebersendungen wie "Bibel TV Betesda", aber auch in diesem Beichtstuhl glänzt die Welt durch Abwesenheit.

Zuschauerin Annemarie hat geschrieben: Sie weiß nicht mehr, was sie noch glauben soll, seit ihre beste Freundin verstorben ist. Die Worte des Pfarrers klingen wenig trostreich. "Sie sind eine von denen, die übrig bleiben", sagt der Geistliche. Aber nicht verzagen. Annemarie könne doch in Zukunft auch direkt zu Gott sprechen. "Ich glaube, der hat mit Ihnen noch einiges vor."

Schöner genesen/Schöner sterben

Nach journalistischen Lichtblicken sucht man bei Bibel.TV vergeblich. Beiträge über Krankenhauseelsorger und Bestatter sind mit besinnlicher Zithermusik untermalt. Wer auf kritische Töne hofft, wird enttäuscht. Die Beiträge kommen als unverhohlene Werbung für die porträtierten Akteure daher. Sie tragen den unsichtbaren Untertitel: Schöner genesen/Schöner sterben.

Wer schaut sich so etwas an? Glaubt man Bernd Merz, einem der beiden Geschäftsführer von Bibel.TV und verantwortlich für tru:TV, dann erreicht der Muttersender täglich immerhin 200.000 bis 250.000 Zuschauer – bei einer Reichweite von 6,1 Millionen Haushalten im deutschsprachigen Raum.

Wieviele es bei tru:TV sind, will er noch nicht sagen. "Die Zugriffe auf die Internetseiten steigen allerdings an." Die verwegene Hoffnung, dass das Programm mehr Jugendliche in die Gotteshäuser locken könne, hegt er nicht. "Aber wenn regelmäßige Kirchgänger ihrer Gemeinde hinterher sagen, hey, peppt doch mal euren Jugendgottesdienst auf, wäre das ein Erfolg."

Tru:TV ist auf einem guten Weg. Der Sender erreicht die Jugendlichen mit Porträts von Extremsportlern, Popstars oder jungen Erwachsenen, die als Entwicklungshelfer in der Dritten Welt unterwegs sind. Und er schöpft dabei alle Möglichkeiten der neuen Medien aus. Im Internet gibt es Chat-Foren und eine Ecke, in der sich die Besucher vorstellen können. Es sind Jugendliche wie Felina, 21, aus Marburg, die eine Ausbildung zur Physiotherapeutin macht und die über Gott sagt: "Mit ihm wird es nie langweilig."

Die Kirche darf sich nicht abschotten.

Neulich hat die zehnköpfige Redaktion in Hamburg, Durchschnittsalter: 27 Jahre, im Internet eine Diskussion über die Castingshow "Germanys Next Top Model" angeregt – und prompt in ein Wespennest gestochen. Nicht alle User waren von dem Thema begeistert. "Ihr Moderatoren seid Euch für keinen weltlichen Mainstream zu schade", ereiferte sich da zum Beispiel eine Userin namens "O.ma". "Habt Ihr zu wenig Resonanz? Oder warum begeben sich Euch auf so ein Niveau?"

Genau diesen Effekt habe er provozieren wollen, sagt Bernd Merz. Kirche dürfe sich schließlich nicht abschotten. Sie solle die Jugendlichen da abholen, wo sie stehen. Ihnen dabei helfen, sich zu orientieren. Der Jugendpfarrer vermeidet das Wort Missionierung.

Es ist nicht sein erster Versuch, mit dem Fernsehen ein Fenster zur Gesellschaft aufzustoßen.

Jahrelang hat er als Rundfunkbeauftragter der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) das "Wort zum Sonntag" verantwortet. Mit knapp zwei Millionen Zuschauern gehört die vierminütige Blitzpredigt zu den quotenstärksten kirchlichen Sendungen im Fernsehen.

Jetzt soll er tru:TV auf die Beine helfen. Wie Bibel TV ist der Sender ein Baby des Bonner Wirtschaftsverlegers Norman Rentrop. Er hat tru:TV Ende 2007 mit einer Anschubfinanzierung von 4,5 Millionen Euro auf den Weg gebracht. Trägerin ist die gemeinnützige Bibel.TV-GmbH, an der Rentrop 51 Prozent der Anteile hält. Die anderen 15 Gesellschafter sind evangelische und katholische Mediendienstleister, darunter ist aber auch die Vereinigung Evangelischer Freikirchen (VEK).

Bibel.TV trägt sich inzwischen selber. Der Sender finanziert sich zu 70 Prozent durch Spenden und zu 30 Prozent durch Werbung. Seine Tochter mag unverbraucher wirken – finanziell sieht sie alt aus. "Spenden werden wir nicht in dem Maße bekommen – und Klingeltonwerbung scheidet aus", sagt Merz. Da hilft nur noch eines. Beten, dass die Digitalisierung weiter voranschreitet. Und hoffen auf einen "fetten Segen".

Bibel TV und tru:TV sind digital über den Satelliten Astra empfangbar sowie in zahlreichen digitalen Kabelnetzen, z. B. bei Kabel Deutschland und Unity Media. Im Raum Hamburg und in Leipzig sind sie auch über das digitale Antennenfernsehen DVB-T zu empfangen.