

Initiativ für Christliches in den Medien



2024 fand die Social Media Night erstmals unter dem Dach der «Christlichen Medieninitiative pro» statt.

Quelle: Pro Medienmagazin/ Cim Claesberg

Vor 50 Jahren gründeten Vertreter christlicher Werke und Verlage, Pfarrer und Redakteure die heutige «Christliche Medieninitiative pro». Was als «Konferenz Evangelikaler Publizisten» begann, ist ein modernes Medienhaus geworden.

Es ist Freitag, der «Brückentag» nach Fronleichnam. Stürmischer Wind peitscht Regenschauer um das moderne, kastig-zweckmässige Tagungsheim am Rande des idyllischen Naturparks Schönbuch. Am Tag zuvor haben mehrere Zehntausend Christen im Stuttgarter Neckarstadion eine «gesegnete Gemeinschaft» erlebt, bei vorsommerlichen 24 Grad. Manche sehen diesen «Gemeindetag unter dem Wort» programmatisch als einen «Anti-Kirchentag». Aber viele erleben die Stimmung bei diesem Mega-Gottesdienst mit viel Musik

und Gesang vor allem als «seelsorgerlich», «verbindend» oder «erwecklich».

Eine Gruppe von christlichen Medienleuten verfolgt in diesen Tagen noch ganz andere Ziele. Nach etlichen Vorbesprechungen plant man für diesen Freitag eine «konstituierende Sitzung». Der als «singender Pfarrer» bekannte Wilfried Reuter von der Zeltmission, der am Tag zuvor einen 2'000-Stimmen-Chor leitete, hat vorsorglich jede Menge Übernachtungen im Bernhäuser Forst gebucht: «mit Frühstück und Mittagessen», wie das Protokoll vermerkt.

Wie immer hat sich Horst Marquardt systematisch vorbereitet. Der Programmdirektor des Evangeliums Rundfunks (ERF) hat den Teilnehmern bereits vorab ein Papier zugeschickt, eine Art Masterplan. Zu Beginn der Sitzung betont Marquardt, «niemand» solle «vor vollendete Tatsachen gestellt» werden, «Verbesserungsvorschläge» seien willkommen. Im Kern gehe es darum, die «Massenmedien» künftig mehr als bisher zur «Erfüllung des Missionsauftrages Jesu» zu nutzen.

Mehr Einfluss im säkularen Umfeld

«Da war der Wunsch, dass mehr Evangelium in die Medien kommt», erinnert sich [Bärbel Wilde](#). Die damals erst 24-jährige Vikarin aus Lüdenscheid war Mitverfasserin des Grundsatzpapiers gewesen und fühlte sich in der grossen Runde der «etwas älteren Herren» durchaus «ernst genommen». Um künftig mehr Einfluss vor allem auf öffentlich-rechtliche Rundfunkprogramme nehmen zu können, sollen eigene «Fachleute» in den «kirchlichen Gremien» mitwirken. Vor allem wünscht man sich eine stärkere Berücksichtigung in der Medienzentrale der EKD, im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) in Frankfurt. Ausserdem wird angestrebt, sich im Bereich der Evangelischen Allianz besser zu vernetzen: Eine regelmässig zusammentretende «Konferenz» oder «Arbeitsgemeinschaft» soll professionelle christliche Medienarbeit initiieren und koordinieren.

Vor allem aber ringt die Runde mit der Frage, wer oder was eigentlich die «Evangelikalen» seien: ein Begriff, der unter Jesus- und Bibel-gläubigen Protestanten unterschiedlicher Prägung damals heiss diskutiert wird, vor allem seit dem «Internationalen Kongress für Weltevangelsing», der zehn Monate zuvor in Lausanne getagt hatte. Ein Redakteur von den Methodisten (EmK) spricht im Bernhäuser Forst aus, was viele denken: «Evangelikale? Nach meiner Meinung versteht jeder etwas anderes darunter.»

Der Theologe Horst Marquardt und einige andere wollen an diesem Tag aber «keine theologischen Grundsatzdebatten». Und nach einer Pause geht dann alles ganz schnell: Marquardt schlägt vor, eine «Konferenz Evangelikaler Publizisten» zu gründen. Diese Konferenz soll regelmässig tagen. Die «KEP» soll zweitens «die Evangelikalen gegenüber den Nachrichtendiensten, dem Hörfunk und Fernsehen und der Presse vertreten» und drittens Beauftragte einsetzen, die initiativ werden sollen, damit künftig mehr Evangelium in die Medien kommt. Das Protokoll vermerkt lapidar: «Diesem Vorschlag wird zugestimmt.»

Aus der Initiative wird ein Medienhaus

Fast fünf Jahrzehnte sind vergangen: Ein Wochenende im Oktober 2024. In der «Overflow Kirche», einer jungen freien Gemeinde in Wiesbaden, treffen sich 250 Kreative, Influencer und Social-Media-Interessierte. Das Vernetzungstreffen junger Christen steht unter dem Motto «#Madetocreate» und nennt sich «Social Media Night». Initiatoren sind christliche Netz-Kreative und junge Theologen mit einem Faible für die «sozialen» Medien, in denen so oft auch ganz schön rücksichtslos und «asozial» kommuniziert wird. Hier wollen die jungen Kreatoren auf die christliche Botschaft setzen. Sie treffen sich zu Workshops, Fachvorträgen und so genannten Boot-Camps. Sie tauschen sich aus, erleben gute Gespräche und Musik.

In einer Zeit, in der die sozialen Medien immer stärker von Polarisierung und Empörung geprägt seien, könnten Christen mit ihren Inhalten Positives bewirken, erklärt die Theologin Daniela Mailänder: «In einer Welt voller Shitstorms braucht es die Botschaft des Glaubens», sagt sie und unterstreicht die Wichtigkeit, die Geschichte von Jesus auch in den sozialen Medien zu erzählen: «Die Welt braucht unsere Geschichten», ruft sie den jungen Kreativen zu und fordert sie dazu auf, authentischen Glauben öffentlich digital zu teilen.

Der Münchener Jugendpastor und Mitinitiator Sem Dietterle sagt: «Wir wollen einen Beitrag dazu leisten, dass das Evangelium von Jesus Christus, die beste aller Botschaften, auch in den sozialen Medien verbreitet wird.» Das Netzwerk heisst «Creatunity» und arbeitet heute unter dem Dach von «publicon», einem Arbeitsbereich der Christlichen Medieninitiative pro.

Fünzig Jahre nach ihrer Gründung ist die einstige «KEP» heute ein gemeinnütziger, durch Spenden finanzierter Verein, ein crossmedial arbeitendes modernes Medienhaus. An den Standorten Wetzlar, Berlin und Jerusalem recherchieren und produzieren 25 fest angestellte Mitarbeiterinnen und

Mitarbeiter auf den Medienplattformen [Christliches Medienmagazin PRO](#) und [«Israelnetz»](#) jedes Jahr 3.000 journalistische Nachrichten, Reportagen, Analysen und Kommentare.

Zudem bietet der Arbeitsbereich [«publicon»](#) vom Rhetorik- oder PR-Seminar bis hin zum digitalen KI-Masterclass-Lehrgang Schulungs- und Trainingsangebote an – um Christen, Gemeinden und Werke sprachfähig zu machen zu herausfordernden Themen unserer Zeit und um Medienkompetenz zu fördern. Das ganze Jahr über vernetzt «publicon» christliche Medienschaffende, PR-Leute und Influencer in vielen Regionen Deutschlands.

Für die Gründergeneration waren interaktive, digitale Medienplattformen, auf denen heute jeder Schüler, jede Studentin mit einem Smartphone zum Medienproduzenten werden kann, noch jenseits aller Vorstellungskraft. Ihr Augenmerk war fixiert auf die klassischen, hierarchisch organisierten «Massenmedien» ihrer Zeit: ARD und ZDF sendeten noch unter sich, populäre TV-Sendungen erreichten spielend 15 oder 20 Millionen Zuschauer, etliche Tageszeitungen erreichten Hunderttausende Leser. In Westdeutschland waren nahezu 90 Prozent der Bevölkerung Kirchenmitglied. Und man war stolz darauf, dass die 15 christlichen Verlage, die der KEP nahestanden, Zeitschriften mit einer Gesamtauflage von 30 Millionen verkauften.

Wolfgang Baake prägt die «KEP» 31 Jahre

Ein Meilenstein für die «KEP» war der «1. Evangelikale Medienkongress» 1982 in Böblingen. Massgeblich vorbereitet hatten ihn die vier ehrenamtlichen Vorstände Horst Marquardt, Bärbel Wilde, der bekannte schwäbische Verleger [Friedrich Hänssler](#) sowie der Unternehmer Waldemar Murjahn. Der umtriebige Medien- und spätere Internetpionier aus Westfalen demonstrierte «Neue Medien»-Anwendungen wie den frühen Onlinedienst BTX und präsentierte vor 900 Kongressteilnehmern eine der ersten TV-Live-Übertragungen über Satellit.



Friedrich Hänssler (Lnks), Horst Marquardt (Mitte) und Waldemar Murjahn (Rechts) beim 1. Evangelikalen Medienkongress 1982.

Quelle: Pro Medienmagazin

Den echten Durchbruch für eine christliche Medienarbeit mit Zukunftsperspektive brachte aber erst eine Personalie, die Horst Marquardt vor und während des Kongresses eingefädelt hatte: Er verpflichtete den damals 31-jährigen Pastor Wolfgang Baake aus Berlin als ersten hauptamtlichen Geschäftsführer – der verfügte ausserdem über eine kaufmännische Qualifikation, die er im VW-Konzern erworben hatte.

Der heute 74-Jährige kann sich ein süffisantes Lächeln nicht verkneifen, wenn er sich an seinen ersten Arbeitstag am 1. Juli 1982 in dem gelben Haus in der Altenberger Strasse 6 in Wetzlar erinnert: «Ich bin erst mal zum Sperrmüll gefahren und habe mir Schreibtisch und Stuhl besorgt. Die einzige technische Arbeitshilfe, die ich in dem kleinen Zimmer hatte, war ein grünes Tastentelefon.» Er habe damals «keine Witterung dafür gehabt, dass aus diesem kleinen Anfang mal was Grösseres werden könnte», sagt Baake im Rückblick. Zumal er vom Mediengeschäft seinerzeit noch «gar keine Ahnung gehabt» habe – ein Kurz-Volontariat beim NDR sollte auch das ändern.

Und dann legte Baake los. Er telefonierte, schrieb Briefe, knüpfte neue Verbindungen, erneuerte alte. Er besuchte Kirchenleute, Politiker, Unternehmer, reiste zu Kongressen und sammelte unermüdlich Spenden: alles für «mehr Evangelium in den Medien».

Über 31 Jahre, bis Ende 2013, arbeitete Baake an der Spitze der «KEP» und prägte sie nachhaltig. Zusammen mit seinem wachsenden Team baute er die Medienproduktion auf und aus, er installierte eine neuartige publizistische Arbeit aus und über Israel, förderte in beispielloser Weise junge christliche Medienmacher und organisierte ungezählte Begegnungen zwischen Journalisten und Politikern.

«Wolfgang Baake zeichnet aus, dass er ein sehr begabter und erfolgreicher Netzwerker ist», sagt [Margarete Hühnerbein](#), die vom Jahr 2002 an bis Ende 2017 als Vorsitzende den Verein leitete. Baake habe sein Netzwerk «immer genutzt, um Menschen zu helfen, und eben auch, um unsere christliche Medienarbeit im Verein voranzubringen». Er sei ein dynamischer Mensch, der nur so «vor Ideen sprudelt», sagt Margarete Hühnerbein: «Zugleich ist er ein Herzensmensch, der sich seinen kindlichen Glauben bewahrt hat.»

Dass in den vergangenen fünf Jahrzehnten, die durch einen atemberaubenden technologischen Fortschritt und Wertewandel geprägt sind, eine moderne christliche Medieninitiative nicht nur entstehen, sondern sich auch erfolgreich entwickeln und behaupten konnte, empfinden viele Beobachter heute als ein «Wunder».

Der langjährige Berliner Medienprofi Hartmut Spiesecke, seit 2001 Vereinsmitglied und seit 2021 Vorsitzender des Vorstands, lächelt, wenn er sagt: «Die Dynamik und der langjährige Erfolg dieser christlichen Medienarbeit hat nicht nur mit Professionalität, mit leidenschaftlichem Engagement und Herzblut zu tun, sondern nach meiner festen Überzeugung auch mit dem segensreichen Wirken unseres lebendigen Gottes.»

Dieser Beitrag erschien zuerst in der Ausgabe 2/2025 des [Christlichen Medienmagazins PRO](#).

Zum Thema:

[Junge erreichen: Sechs Thesen zur Digitalen Evangelisation](#)

[Noch zu zurückhaltend: Kirche muss stärker in sozialen Medien präsent sein](#)

Datum: 23.04.2025

Autor: Christoph Irion

Quelle: Pro Medienmagazin

Tags

[Soziale Medien](#)

[Christen in der Gesellschaft](#)

[Kirchen und Werke](#)

[Deutschland](#)