

PRESSE CLUB

Magazin

Infos • Fotos • Interviews • Portraits

- Vom digitalen Striptease zur Hatz im Netz
- Interview mit dem Verleger Dr. Dirk Ippen
- Neue Medien für den Nahbereich
- 10 Jahre Forum Deutscher PresseClubs
- Qualitätsjournalismus erfordert engagierten Nachwuchs



www.presseclub-muenchen.de

Internationaler PresseClub München:

Das Mediennetzwerk in Deutschland – seit über 60 Jahren

Ganz Bayern - für Sie!



www.br-media.de

Fotos: Elia Treppner (1), Johann Schwepfner (3)

Inhalt



- 5 EDITORIAL**
Willkommen im Club. Von Ruthart Tresselt
- 6 KROATIEN AUF DEM WEG IN DIE EU**
Von Norbert Matern
- 12 PFLICHT UND RECHT ZUR INFORMATION**
Von Werner Wunder
- 14 DER TECHNIKWANDEL IST EXTREM**
Ruthart Tresselt im Gespräch mit dem Verleger Dr. Dirk Ippen
- 17 GOLDENE ZEITEN FÜR JOURNALISTEN?**
Von Karl-Jörg Wohlhüter
- 20 VOM DIGITALEN STRIPTÉASE ZUR HATZ IM NETZ**
Von Thomas Kletschke
- 24 ALLES SCHON MAL DAGEWESEN**
Karikaturen von Dieter Hanitzsch
- 26 PRESSECLUB EXKLUSIV-FÜHRUNGEN**
Haus der Kunst, Münchner Stadtarchiv, Stadtentwässerung, Biss, münchen.tv
- 30 KUNST IM PRESSECLUB**
Von Angelica Fuss
- 34 MEDIEN-TREFFPUNKT**
Gäste im Internationalen PresseClub
- 38 MEDIEN-TREFFPUNKT**
Medizin und Forschung
- 42 DIE FARBE DER LEBENSMITTEL-HERSTELLER**
Von Birgit Grabmüller
- 44 NEUE MEDIEN FÜR DEN NAHBEREICH**
Von Uwe Brückner
- 46 KEINE ANGST VOR DER ZUKUNFT!?**
Von Günther Elia Treppner
- 50 10 JAHRE FORUM DEUTSCHER PRESSECLUBS**
Von Helmut Gierke
- 52 MITGLIEDERVERSAMMLUNG - PRESSECLUB AUF ERFOLGSKURS**
Von Eva Moser
- 54 IMPRESSUM**

Senden Sie Ihr Feedback, Ihre Kritik oder Ihre Anfrage an info@presseclub-muenchen.de

**FINANZ
CHECKY**
Jetzt Termin vereinbaren!



**Machen Sie mehr aus Ihren Finanzen:
das Sparkassen-Finanzkonzept.**

Sicherheit, Altersvorsorge, Vermögen.

 **Stadtsparkasse
München**

Die Bank unserer Stadt.

www.sskm.de

Editorial

Willkommen im Club

Wir leben im Zeitalter der Informationsüberflutung. Durch die schnellen elektronischen Kommunikationsmittel multipliziert sich alles in Sekundenschnelle – auch Empörung, Hass und Rufmord. Das Internet konfrontiert uns mit ganz neuen Herausforderungen. Und weil heute jeder alles ungeprüft ins Netz stellen kann, braucht unsere Gesellschaft dringend nicht nur Verlässlichkeit in der Politik, sondern auch Journalisten, die dem Seichten und der Oberflächlichkeit widerstehen. In einem kommunikativen Chaos werden die verlässlichen Stimmen immer wichtiger. Frank Schirrmacher von der FAZ glaubt deshalb auch, dass das nächste Jahrzehnt das Jahrzehnt des Qualitätsjournalismus wird.

Soweit allerdings sind wir noch nicht. Immer noch werden in totalitären Staaten Journalisten verfolgt, ja ermordet, weil sie nicht das schreiben, was die Obrigkeit erwartet. Aber auch bei uns ist Pressefreiheit auf eine ganz andere Art bedroht. In immer mehr Regionen gibt es nur noch einen Verleger, dem alle Medien (Zeitung, Privatsender) gehören. Was nicht ins Weltbild passt, darüber darf oft nicht berichtet werden ...Konkurrenz aber belebt nicht nur das Geschäft – es fördert auch Qualitätsjournalismus – weil sich jeder mehr anstrengen muss.



RUTHART TRESSELT
VORSITZENDER
UND CHEFREDAKTEUR

Was uns an Themen heute vielfach vorgesetzt wird, erinnert an unterhaltungstechnisches Fast Food. Dabei gibt es viele Themen, mit denen wir uns ausführlich befassen sollten. Ein Beispiel von vielen: Die Europäische Union will die kommunale Trinkwasserversorgung europaweit ausschreiben und damit an profitgierige Großkonzerne privatisieren. Wasser ist aber ein öffentliches Gut, ist Daseinsvorsorge und damit keine Handelsware. Das ist ein Angriff der europäischen Bürokraten auf uns alle. Wo eigentlich bleibt die einmal so hochgepriesene Subsidiarität – was vor Ort geregelt werden kann, soll auch vor Ort geregelt werden?

Wie reagieren unsere Politiker? Das wird natürlich verurteilt, wie die immer wiederkehrenden Lebensmittelkandale. Nur ändern tut sich nichts. Unsere Politiker reden anders als sie handeln. Die EU-Kommission und der Rat der Regierungen haben für die industrielle Landwirtschaft, also die Agrarfabriken (die die Lebensmittelkandale erst ermöglichen...), in den nächsten Jahren weitere 373 Milliarden Euro vorgesehen. Immerhin, die Abgeordneten des Europaparlaments haben diesen umstrittenen Etat jetzt erst einmal abgelehnt.

Stellt sich die Frage: Wie professionell üben Politiker und Journalisten ihren Job eigentlich aus? Viele Journalisten fördern heute eine Aufregerkultur um Nichtigkeiten nach dem Motto: „Boulevard schlägt Politik“. Gerade jetzt im Jahr von Landtags- und Bundestagswahlen – sowie 2014 von Kommunal- und Europawahlen – könnte die politische Berichterstattung an Wert und Aufmerksamkeit gewinnen. Recherchieren, aufklären, beobachten und kommentieren: Das ist Journalismus! Nötig ist auch, eine breite Diskussion anzustoßen – z.B. in Richtung europäische Bürgerentscheide...

Darüber und über viele weitere Themen wird zweifellos in diesem Jahr im PresseClub diskutiert werden – neben viel Information, Kommunikation und persönlichem Dialog.

Viel Spaß bei der Lektüre unserer Zeitschrift. Willkommen im Club!



Den Duft und Geschmack der Natur kann man täglich im Zentrum der Stadt Zagreb erleben- mit Blick auf die Kathedrale.

Fotos: Johann Schwepfing

Hoffnung und Sorge

Kroatien auf dem Weg in die EU

VON NORBERT MATERN

Am 1. Juli 2013 wird die Republik Kroatien 28. EU Mitglied werden. In der NATO ist sie bereits seit 2009. In einem Referendum am 12. Januar 2012 sprachen sich 67 Prozent der Wähler für den EU-Beitritt aus.

Eine Gruppe des Internationalen Presseclubs München hielt sich – organisiert von Mondius-Reisen – vom 23. April bis 4. Mai eine Woche in dem Balkanstaat auf – Zagreb liegt nur eine Flugstunde von München entfernt – um sich über Hoffnungen, Befürchtungen und Visionen zu unterrichten. Sie reiste durch das Land und sprach mit Journalisten im Press-Center von Zagreb, Tourismusminister Veljko Ostojic, dem Bürgermeister von Zadar Dr. med. Drazen Grgurovic, dem Pressereferenten der Deutschen Botschaft Bruno Boban, dem Geschäftsführer der Deutsch-Kroatischen Industrie- und Handelskammer Peter Presber, der Präsidentin der Kroatischen Handelskammer in Split Jadranka Radovanic, der Professorin Milena Persic und ihren zwei Assistentinnen von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Fachhochschule von Opatija, dem Vorsitzenden der Gewerkschaft der Region Split, dem Diplombursten Zoran Kacic, Geschäftsleuten, Winzern, Gastronomen und Studenten.

WAS ERWARTEN SIE VON DER EU?

Als Deutschland 1991 als erstes Land die Unabhängigkeit Kroatiens anerkannte, stand der junge Staat von allen postkommunistischen Ländern am besten da. Der autoritäre Präsident auf Lebenszeit Franjo Tudjman (1922-1999) wirtschaftete Kroatien herunter. Erst nach ihm begannen Demokratisierung und Liberalisierung. „Was erwarten Sie von der EU?“ Die spontane Antwort des Tourismusministers von Kroatien Veljko Ostojic: „Subventionen“ und nach einer Schrecksekunde fügt er hinzu „um die neue 1000 Km lange Schengengrenze zu sichern, wir haben allein 1264 Inseln.“



Flagge zeigen – Ein Willkommensgruß auf dem Weg in die Landeshauptstadt.

Verbessert werden soll die Infrastruktur in Richtung Ungarn durch eine Bahnlinie von Rijeka nach Budapest. Das kroatische Autobahnnetz entspricht bereits jetzt allen Anforderungen. Der Tourismus ist nach wie vor der wichtigste Wirtschaftszweig und trägt entscheidend zum Abbau des Handelsdefizits bei. Hotels, die nach dem Kriege (1991 bis 1995) als Unterkünfte für Flüchtlinge dienten, müssen renoviert werden. Je näher man der Grenze zu Bosnien-Herzegowina kommt umso mehr Ruinen gibt es oder Häuser an denen die Einschüsse

nicht beseitigt wurden. Vor allem erwartet man Hilfe bei der Reduzierung der Arbeitslosigkeit. 1991 hatte Kroatien rund 4,5 Millionen Einwohner. Vermutlich sind es jetzt nur noch 4 Millionen.

JOURNALISTEN ERWARTEN MEHR KONTROLLE DER REGIERENDEN

Erwartungen an die EU auch bei den Journalisten. Statt Festangestellten gibt es bei den 2 staatlichen und den privaten Fernsehsendern, 150 Radiostationen und 14 Tageszeitungen immer mehr >



Die Geschichte der Stadt Zadar präsentieren im Kaffeehaus Sv. Lovro der 1. Bürgermeister Drazen Grgurovic und Tourismuschef Zvonko Supic.



Das Haus Kalina ist mit seiner Fliesenfasade im Secession – Stil ein Anziehungspunkt der Besucher.



Besuch beim Vorstand des Presseclubs Zagreb in seiner schönen Liegenschaft. Eine interessante Diskussionsrunde über die Arbeit vor Ort und den EU Beitritt rundeten den Termin ab (oben).



Der Parkfriedhof Mirogoj ist mehr als die letzte Ruhestätte. Es ist ein Ort an dem Künstler, Politiker, Sportler und Kämpfer für geistige und politische Freiheit ihren Ort zum Weiterleben gefunden haben. Die Grabdenkmäler sind Kunstwerke aus vergangenen Jahrhunderten.

freie Mitarbeiter. Beklagt wird die immer noch währende Korruption, Minister früherer Regierungen sitzen unter anderem wegen des Besitzes von Schwarzgeld im Gefängnis. Von Brüssel erhofft man sich Druck und Kontrolle der Regierenden.

FÖRDERUNG DER AUSSENWIRTSCHAFT

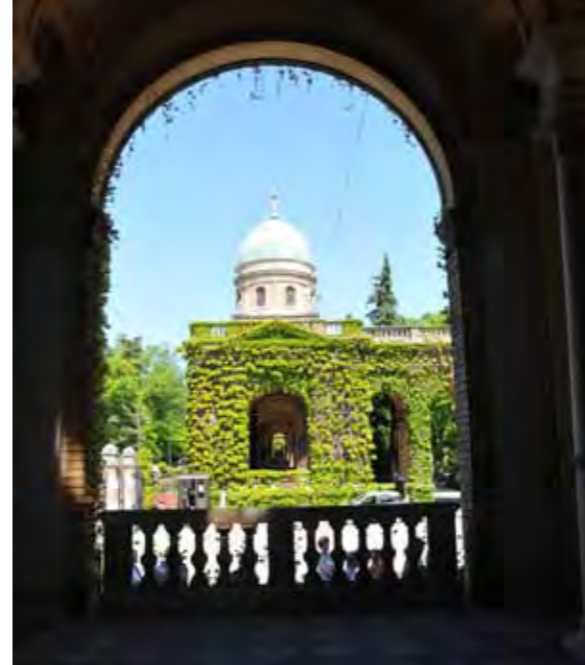
Peter Presber – zuständig für die Förderung der Außenwirtschaft – arbeitet seit mehr als sieben Jahren in Zagreb und war vorher in Sarajewo und Moskau. Er will in Deutschland und vor allem in Bayern Mut machen, in Kroatien zu investieren, auf den EU Beitritt vorbereiten und andererseits Kroaten für Deutschland interessieren. Wenn Kroatien das einzige größere Balkanland in der EU sein wird, fällt ihm eine wichtige Brückenfunktion zu seinen Nachbarn zu. Warum, so fragt er, bewerben wir den kroatischen Markt? Deutschland ist für Kroatien der zweitwichtigste Wirtschaftspartner. Die deutsche Telekom ist der größte deutsche Investor, 2/3 der deutschen Importe kommen aus Bayern. Man kann in Kroatien preiswerter produzieren, die Firma Hipp Babynahrung ist nur ein Beispiel. "Danke, dass Sie sich für unseren Markt interessieren" lautete mit Blick auf Deutschland kürzlich eine Zeitungsüberschrift. Aus Deutschland kommt auch der größte Touristenstrom. In der deutsch-kroatischen Industrie- und Handelskammer sind derzeit 300 deutsche und kroatische Unternehmen zusammengeschlossen. Aktuelle Projekte sind der Aufbau eines Donaukompetenzzentrums, Stipendienprogramme, Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung in der Ernährungswirtschaft, Entwicklung des Donau-Fernradwanderwegs und die Systemreform Berufsbildung.

ZAGREB

Schon heute hängt wie an vielen öffentlichen Gebäuden auch vor dem Parlament, dem Sabor, die Europafahne. Der Besucher staunt, wie locker man dort die Sicherheit nimmt. Es gibt nur eine Bestreifung durch die Polizei. Viele Besucher und andächtige Beter sieht man in der Kathedrale von Zagreb, besonders vor dem Hochaltar mit dem Schrein des Märtyrer-Kardinals Aloisius Viktor Stepinac (1898-1960). Eine Broschüre berichtet über Leben und Leiden des Zagreber Erzbischofs und den von den Kommunisten 1946 veranstalteten Schauprozess, bei dem der Erzbischof sichtbar unter Drogen stand. Er wurde zu 16 Jahren Haft verurteilt, wovon er die letzten Jahre verbannt in seinem Heimatdorf verbrachte. 1998 wurde er selig gesprochen. Wie viele andere Städte in Europa musste sich auch Zagreb etwas einfallen lassen, um auf seine reiche und lange Geschichte aufmerksam zu machen. Hier sind es die Studenten der Schauspielschule die zu nächstlicher Stunde Szenen aus dem Roman „Witch of Gric“ nachspielen. Schon während die Gäste mit je einer Laterne in der Hand die vielen Stufen zur Oberstadt hinauf klettern, sind die schwarz gekleideten Cats an ihrer Seite. Studenten in mittelalterlichen Uniformen kämpfen in den malerischen Gassen mit ihren barocken und biedermeierlichen Häusern und treiben ihr einstündiges Spektakel bis auf den Markusplatz.

STUDENTEN BEREITEN SICH AUF DIE EU VOR

Opatija ist die reichste Stadt des Landes und war unter den Habsburgern der exklusivste Badeort des heutigen Kroatiens. An der Fachhochschule gibt es nicht nur Sprachkurse in Deutsch, Russisch, Chinesisch und Japanisch, sondern auch spezielle Studien für Management und Tourismus. Frau Professorin Milena Persic und zwei Assistentinnen berichten an Hand von PowerPoint-



Die Wasserorgel und die Orgelspiele (links) sind ein Pflichtbesuch in der geschichtsträchtigen Küstenstadt Zadar. Auf dem Weg zu den Wasserfällen des Flusses Krka (unten).



Demonstrationen, wie intensiv sich Lehrende und Lernende auf den EU-Beitritt vorbereiten. Das gilt für Vorlesungen über die Geschichte Europas, Strukturen der EU, Finanzmanagement, europäisches Recht und neue Tendenzen im globalen Tourismus. 60 Prozent der Absolventen sind Studentinnen. Es ist zu hoffen, dass sie mehr Schwung in das kroatische Gastgewerbe bringen. Es genügt nicht, nur eine verfeinerte kroatische Küche zu präsentieren, die zusammen mit den einheimischen Weinen Hochleistungen zu vollbringen vermag. Besser geschult werden muss das Personal.

KRK – DIE GRÖSSTE ADRIAINSEL

Auf der Insel Krk hat Presseclubmitglied Nives Luneschnig eine Ferienwohnung. In nur 5 Stunden ist man von München aus auf dieser größten Adriainsel. Wer über die 1981 erbaute Brücke vom Festland die Ostseite der Insel erreicht, glaubt sich zunächst auf eine Mondlandschaft versetzt. Felsiger Karst rechts und links bis niedrige Büsche das Bild freundlicher gestalten und bald unvergessliche Ausblicke auf Meer, traditionsreiche kleine Städte und Dörfer das Auge erfreuen.

Gemüse und Wein gedeihen unter der schon Anfang Mai warmen Sonne. Olivenöl geht auch in den Export. Welch qualitativ hochwertige Weine auf der Insel produziert werden, bewies Winzer Anton Katunar mit seinen beiden Spitzenweinen, dem Weißen Zlahtina und dem Roten Nigra. Der temperamentvolle und gastliche Winzer und Geschäftsmann bedauerte, dass man in Bayern nur billige



kroatische Weine kenne. Er sucht zusätzliche Kunden in Deutschland. Die Journalisten des Presseclubs konnten sich davon überzeugen, dass Katunars Weine im direkt am Meer gelegenen und durch modernes Design bestechenden Spitzenrestaurant Le Mandrac in Opatija ausgeschenkt wurden.

WELTNATURERBESTÄTTE PLITWITZER SEEN

Die großartige Landschaft der 16 Plitwitzer Seen, eine der UNESCO Weltnaturerbestätten, ist oft beschrieben. Wer die Mühe scheut, über die vielen Bretterstege zu wandern und die Wasserfälle von nah zu bewundern, kann – wie die berühmte Reiseleiterin Ljiljana (Lilly) Markovic es nennt – mit einem „Bähnle“, besser gesagt

Zagreb: In der deutsch-kroatischen Industrie- und Handelskammer sind derzeit 300 deutsche und kroatische Unternehmen zusammengeschlossen.



Stadt an der Riviera: Opatija. Im Park der Villa Angeiling stellen Straßenkünstler ihre Prominenten-Porträts aus.

Zadar: Seit Menschengedenken ist dieser auch strategisch wichtige Ort besiedelt, unter den Römern ein Municipium und Flottenstützpunkt und dann Hauptstadt Dalmatiens.



Bussen, das Ganze von oben betrachten und per Schiff sein Hotel erreichen. Die Größe der Hotels und Restaurants zeigt, dass sich kaum ein Besucher Kroatiens dieses Naturwunder, diesen Nationalpark entgehen lässt.

ZADAR – VON DER NATUR GESEGNET

In den alten Mauern einer Kapelle, an die heute ein Café angebaut ist, empfängt der Vizebürgermeister von Zadar, Dr. med. Drazen Grgurovic seine Gäste. Seit Menschengedenken ist dieser auch strategisch wichtige Ort besiedelt, unter den Römern ein Municipium und Flottenstützpunkt und dann Hauptstadt Dalmatiens. Sechshundert historische Monumente einschließlich der Überreste des römischen Forums haben selbst die britischen Luftangriffe des Zweiten Weltkriegs überstanden. Zadar hat die älteste Universität des Landes.

„Zadar,“ so der Bürgermeister „ist eine Open City, wir können uns die Entwicklung ohne EU nicht vorstellen. Es muß mehr Schulpartnerschaften geben. Wir wollen ohne Pässe reisen.“ Wie wenige Politiker spricht er auch die Ängste und Sorgen der Bewohner von Zadar an. „Die einst ausgelastete Werft liegt still, die Arbeitslosigkeit unter den Fischern wächst. Bisher kamen 70 Prozent des kroatischen Fischs von uns. Was wird werden, wenn nach dem EU Beitritt portugiesische und spanische Kutter in unseren Gewässern fischen? Sie werden ein besseres, moderneres Equipment haben. Um unsere Landwirtschaft steht es schlecht. Wir haben unbestellte Felder, es fehlt das Wasser. Die Weltbank hat die Reinigung der städtischen Abwässer finanziert.“

ETNOLAND – VIEL STEINE GIBT'S

Im Jahre 2004 entschlossen sich Joschko und Anna ein Sommerrestaurant zu eröffnen. Wer heute ihr Etnoland – Pakovo Selo besucht, denkt unwillkürlich: „Viel Steine gabs und wenig Brot.“ Steinig ist der Boden mit den Wacholderbüschen, Rosmarin, Lavendel und wenigen Olivenbäumen. Aus Steinen die halbhohen Mauern, aus den Steinen selbstgebaut das niedrige Gebäude in dem Anna mit rotem Kopftuch und alter Bauertracht den Gästen humorvoll und engagiert erklärt, wie sich Familienleben dort vor hundert Jahren abspielte. Joschko, geboren in Iserlohn, in Deutschland studiert, wollte mit 30 Jahren zurück in die Heimat. Seine Mutter wohnte im Nachbardorf und dennoch machte man ihnen das Leben schwer.

Joschko erzählt: „Da auf unserem steinigen Boden nichts wächst, kommen die Lebensmittel für unser Restaurant aus dem Dorf. Die Bewohner waren uns gegenüber voller Misstrauen.“ Anna und Joschko sehnen den EU Beitritt herbei. Hier muss endlich Ordnung geschaffen werden. Die Grundbücher stammen noch aus der Zeit der Kaiserin Maria Theresia. Die Verwaltung schlampft. Mit Hilfe der EU plant die Gemeinde Wasserreinigung und Abwasserentsorgung. Ohne Wasser gibt es kein Gemüse. Der Wein braucht weniger.

Anna und Joschko sind ein Beispiel für eine geglückte Heimkehr von Deutschland in die kroatische Heimat. Mit offenen Armen wurden sie nicht aufgenommen. Harte Arbeit erwartete sie. Aber sie setzten sich durch und sind heute auch Arbeitgeber für Koch, Kellner und Hilfskräfte.



Die Schatzkammer in der Oberstadt am Markusplatz ist neben der Staatskanzlei das Wahrzeichen- die Kirche des Heiligen Markus aus dem 13. Jahrhundert (oben). Blick vom Hotel auf eine der vielen Hafenanlagen (unten).



Fotos: Johann Schwepfing



Überall werden Symbole des katholischen Glaubens gezeigt - hier auf der Insel Krk.

In der Nähe der eleganten und langen Uferpromenade von Split arbeitet die Kroatische Handelskammer der

Gespannschaft Split. Präsidentin Jadranka Radovanic gibt sich als überzeugte Europäerin. „Die USA sind unser Vorbild, eine Währung, eine Sprache, EU muss sein, wir können keine Insel sein.“ Die Deutschen stehen bei uns im Tourismus an zweiter Stelle. Unser großes Problem ist die Arbeitslosigkeit. Jede Familie hat jemanden im Ausland. Vom 21.-25. Mai tagt bei uns das Deutsch-Kroatische Forum für Investitionen. Sobald wir EU-Mitglied sind, soll Geld für die Bewässerung landwirtschaftlicher Flächen kommen. Wir denken an die Produktion von Windrädern. Bei den erneuerbaren Energien liegt ein Teil unserer wirtschaftlichen Zukunft. Unser Staatshaushalt basiert auf zwei Säulen: dem Tourismus und den Werften. Einer unseren ersten Schritte hin auf die EU ist es jetzt, unsere Gesetze anzupassen denn 70 Prozent unseres Handels gehen in EU-Länder. Mit unseren Nachbarn, Montenegro und Bosnien-Herzegowina, veranstalten wir gemeinsame Seminare zum EU Recht. Wir reorganisieren unsere Zollämter.“ Die Frau Präsidentin ist auch die Vorsitzende des Verbandes der kroatischen Geschäftsfrauen. 25 Prozent aller Unternehmen werden von Frauen geleitet. ■

Ein geführter Spaziergang entlang der Mittelmeerküste zeigt die Geschichte des Ortes – von 1844 bis in die heutige Zeit.

VORSCHAU
DIE NÄCHSTE PRESSEFAHRT GEHT AM 8. MAI ZUR MÜNCHNER WASSERVERSORGUNG INS MANGFALLTAL. AN EINEM JULI-WOCHENENDE FAHREN WIR DANN ZUR LANDESAUSSTELLUNG "MAIN UND MEER" NACH SCHWEINFURT MIT ANSCHLIESSENDER FRANKENWEIN-VERKOSTUNG (WEINFRANKEN!).
Bitte vormerken!





MiE

1996 – 2012









Visionen Engagement Dialoge

MENSCHEN in EUROPA - ein Podium für Politik, Wirtschaft, Geist, Kunst und Kultur. Aus dem Dialog mit den osteuropäischen Nachbarn hat sich in mehr als 15 Jahren ein internationales Forum für Spitzenpolitiker aus aller Welt am Stammsitz der Verlagsgruppe Passau entwickelt.

„Ich bin heute sehr gerne nach Passau gekommen, weil ich überzeugt bin von der Reihe, die Sie machen, von dem Titel MENSCHEN in EUROPA, weil es in der Tat die Dinge auf den Punkt bringt - Europa ist für die Menschen da.“
Angela Merkel (2008)

www.menschen-in-europa.de



Pflicht und Recht zur Information

Politische Kommunikation dient auch der Machterhaltung.

VON WERNER WUNDER



Foto: Bundesregierung/Guido Bergmann

Die Bundeskanzlerin Angela Merkel mit ihrem Pressesprecher Steffen Seibert im Saal der Bundespressekonferenz



Foto: Bundesregierung/Henning Schaacht

Kommunikation ist ein wichtiger, wenn nicht der wichtigste Baustein, der zum Gelingen von Regierungsarbeit beiträgt. Zum einen werden Zielgruppen, Öffentlichkeiten und Teilöffentlichkeiten mitgenommen, um Entscheidungen zu verstehen und dadurch diese auch mitzutragen oder abzulehnen, zum anderen trägt Kommunikation dazu bei, Macht zu gewinnen oder zu erhalten.

BEREITS IN DER ANTIKE erkannten Machthaber, dass durch Kommunikation Ideen durchgesetzt, Hausmacht organisiert und Gegner bekämpft werden können. Und auch nonverbale Kommunikation wurde eingesetzt, um Macht zu demonstrieren. Statuen, Gebäude und riesige Monumente dienten der Einschüchterung von Feinden und auch dazu, nach innen Untertanen zu motivieren, sich mit dem Herrscher und seinem Herrschaftssystem zu identifizieren. Politische Propaganda trieben auch die

Herrscher im Mittelalter. Friedrich II. gewann im 13. Jahrhundert mit Hilfe seines ‚Pressesprechers‘ Walther von der Vogelweide gegen Papst Gregor IX. fast die gesamte öffentliche Meinung des Abendlandes für sich. Im 16. Jahrhundert unterstellte Rudolf II. den Türken Babymorde und andere Greuelthaten. Auch Friedrich der Große war sich der öffentlichen Meinung für die Politik bewusst und setzte die Zensur zur Steuerung der öffentlichen Meinung ein. In Hardenbergs Rigaer Denkschrift wird auf die Bedeutung der Imagepflege im Ausland hingewiesen: ein gutes Ansehen im Ausland verschaffe Kredite und erleichtere jedes Geschäft. Mit Aufkommen der freien Presse wurde die ‚Presse- und Öffentlichkeitsarbeit‘ staatlicher Einrichtungen in immer professionellerer Weise etabliert.

HEUTE ERFÜLLT DAS BUNDESPRESSEAMT zwei Aufgaben: Information über die Arbeit der Bundesregierung nach außen

tragen und nach innen Informationen für die Arbeit der Bundesregierung liefern. Zum einen informiert es direkt die Bürgerinnen und Bürger über die Politik der Bundesregierung, über Maßnahmen, Gesetze, Strategien und Hintergründe der Politik und dazu indirekt über die Medien. Zum anderen informiert es Regierung und Bundestag, die Bundeskanzlerin, den Bundespräsidenten sowie deren Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter über die Nachrichtenlage in Deutschland und der Welt. Dazu werden aktuelle Nachrichtenticker und Zeitungen ausgewertet. Es erfolgen persönliche Unterrichtungen und fortlaufende Unterrichtungen per SMS und E-Mail.

DAS BUNDESPRESSEAMT beschäftigt heute ca. 460 Mitarbeiter. Eine Zahl der für politische Kommunikation angestellten Beschäftigten in den Ministerien, Behörden und politischen Organisationen allein in Berlin konnte das BPA nicht nennen, aber es dürften über 3.000 sein. Dazu kommen die Medienvertreter sowie PR-Agenturen und -Berater. Politikberater, Spin-Doktoren, PR- und Kommunikationsexperten und Medienberater beherrschen heute das Feld der Regierungs- und Staatskommunikation. Sie buhlen um die Etats der Bundes- und Landesregierungen, der Ministerien und nachgeordneten Behörden. Über 100 dieser Dienstleister bewerben sich, wenn in Berlin Kommunikationsaufgaben ausgeschrieben werden. Und Kommunikationsfachleute sind notwendig. Unter Einsatz aller Formen der Kommunikation werden alle Instrumente und Kanäle, mit welchen Informationen transportiert werden können, genutzt. In den letzten 30 Jahren haben sich die technischen Möglichkeiten, Informationen auszutauschen, enorm erhöht. Und damit wurde auch das Arbeitsfeld der professionellen Kommunikatoren enorm erweitert. Auch die Zielgruppen haben sich verändert. Der eingefleischte Stammwähler stirbt aus, Interessengruppen gewinnen an Bedeutung und die Kommunikationswege zu den sich immer mehr zu Teilöffentlichkeiten entwickelnden Zielgruppen werden komplizierter, aber auch immer möglicher. Neben den öffentlich-rechtlichen Rund-

funk- und Fernsehkanälen sorgen die privaten Sender für ein reichhaltiges Programmangebot rund um die Uhr. Dazu können Informationen live über Internet, über Social-Media-Plattformen, per PC, Handy und andere Geräte empfangen und gesendet werden. Medien werden dialogfähiger, d. h., Kommunikation muss sich auf noch mehr Dialog einstellen. Das wiederum führt dazu, dass auf Gesetzgebungsprozesse nicht nur von Lobbyisten der Unternehmen und Interessensverbände, sondern auch von den vielen Teilöffentlichkeiten Einfluss genommen werden kann und wird, was wiederum auf Regierungsseite erhöhte Kommunikationsanstrengungen erfordert. Regierungskommunikation muss also Issues Management betreiben, um frühzeitig zu erkennen, wo sich unüberwindbare Hindernisse entwickeln, aber auch, wo sich Chancen für Unterstützung eröffnen.

BÜRGERINNEN UND BÜRGER haben ein Recht darauf, Informationen über politisches Geschehen und Vorhaben zu erhalten. Zum einen, um selbst politisch

Der Innenminister will die Einschränkung der Informationspflicht beim Bundesverwaltungsgericht in Leipzig durchsetzen, was die Pressefreiheit stark beschneiden würde.

agieren zu können und sich für Wahlentscheidungen klug zu machen, zum anderen, um Sicherheit für die eigene Lebensplanung zu gewinnen. Das Bundesverfassungsgericht hat in mehreren Entscheidungen dieses Bürgerrecht bestätigt und die Pflicht der Regierung zur Information betont. Es gibt jedoch immer wieder Versuche von Behörden, die Informationspflicht auszuhöheln. In ihrer jüngsten Ausgabe berichtet Die Zeit über den Plan des Innenministeriums, die Auskunftspflicht für Bundesbehörden einzuschränken. Natürlich gibt es Themen, über die Politiker nur ungern mit der Presse sprechen. Missstände in der eigenen Behörde, Korruption, Skandale – Themen, die die Öffentlichkeit empören. Damit Journalisten dennoch recherchieren können, sind Behörden per Gesetz gezwun-

gen, deren Fragen zu beantworten, auch wenn diese unbequem sind. Der Innenminister will die Einschränkung der Informationspflicht beim Bundesverwaltungsgericht in Leipzig durchsetzen, was die Pressefreiheit stark beschneiden würde. Begründet wird dies damit, dass die Länder für das Presserecht zuständig sind und Landespressgesetze nicht für Bundesbehörden gelten können, es sei ein "unzulässiger Eingriff in den Hoheitsbereich des Bundes". Wenn das Gericht dieser Argumentation folgt, entzöge es Journalisten die Arbeitsgrundlage gegenüber Bundesbehörden. Zwar gibt es noch das Informationsfreiheitsgesetz, aber das wäre für den journalistischen Alltag zu schwach. So könnten keine sensiblen Fragen gestellt werden und die Behörden könnten sich zur Beantwortung wochenlang Zeit lassen. ■

Damit Atmen nicht auf die Nüsse geht.
Einfach MVV fahren.



Klimaschutz ist unser Antrieb.

S-Bahn | U-Bahn | Bus | Tram
www.mvv-muenchen.de

Der Technikwandel ist extrem

Das digitale Zeitalter kann aber auch Lust machen.
Ruthart Tresselt im Gespräch mit dem Verleger Dr. Dirk Ippen

Ihr Zeitungsimperium gilt als das fünftgrößte in Deutschland. Ihre Firmengruppe reicht von Norddeutschland bis nach Garmisch-Partenkirchen. In München sind Sie unter anderem Verleger von Münchner Merkur und tz und auch am privaten Fernsehsender münchen.tv sind Sie beteiligt.

Nun verlagert sich das Medienangebot immer mehr ins Netz. Wird das Internet die klassischen Medien verdrängen?

Das ist sehr pauschal gefragt. Dass der Medienkonsum ins Netz geht, kann man so auch nicht unbedingt sagen. Noch ist es so, dass die meisten Menschen in Deutschland eine Tageszeitung lesen; hinzu kommen Wochenzeitungen und Zeitschriften. Natürlich müssen wir uns darauf einstellen, dass ein Wandel stattfindet und bei der jungen Generation das Internet stark an Boden gewinnt.

Investieren Ihre Verlage inzwischen auch ins Internet?

Unser Haus hat schon Millionen investiert. Mit unseren Netzauftritten haben wir auch ganz gute Erfolge, was Reichweite und Zugriffe auf die Inhalte angeht, die wir produzieren. Das Problem ist nur, dass wir derzeit noch wenig Erlöse erzielen können.

Wird es Tageszeitungen auf dem Papier auch in Zukunft geben oder muss sich ein Verlagshaus in einen großen elektrischen Laden verwandeln?

Wir Zeitungsverleger haben erkannt, es gibt uns ja nicht, weil wir drucken können, sondern es gibt uns, weil wir Inhalte haben. Die große Frage ist, wie schaffe ich den Wandel, das Konventionelle voll aufrecht zu erhalten

und gleichzeitig einen Übergang für die Kreise zu schaffen, die es eben im Netz/auf dem Computer haben wollen – wobei die meisten unserer Leser die Inhalte nach wie vor auf gedrucktem Papier konsumieren wollen. Übrigens – obwohl es Fernsehen gibt – gibt es auch noch Kino. Inzwischen finden wir aber durchaus Ansätze für Erlösmodelle im Netz.

Wird das Lokale – die Nähe zur Heimat – eine immer größere Rolle spielen?

Unsere Presse ist das Medium, welches am meisten lokale Ereignisse widerspiegelt – im Unterschied zu den USA, wo die Zeitungen das Lokale doch sehr vernachlässigen. In Deutschland haben wir rund 250 Tages-

zeitungen mit etwa 1500 Lokalredaktionen. Hinzu kommen bedeutende nationale Zeitungen, wie FAZ, Welt oder SZ. Das wird wohl auch so bleiben. Schwierig wird es für die Zeitungen werden, die weder Fisch noch Fleisch sind – also nicht das geistige Niveau einer FAZ haben und andererseits nicht lokal genug sind.

Welche Chancen hat Qualitätsjournalismus unter diesen Voraussetzungen?

Es wird zwar immer schwieriger, Leser zu fesseln. Qualitätsjournalismus wird schon aus diesen Gründen stärker gefragt sein denn je. Gerade Journalisten können helfen, Wertvolles von Wertlosem zu unterscheiden und damit der Entwicklung zur Unmündigkeit entgegen zu wirken.

Das Problem ist, dass man in einer Welt, in der alles sofort verfügbar ist, dem Leser wenig Neues mitteilen kann. Umso wichtiger werden Hintergründe, eigene Recherche, Reportagen; aber auch gute Unterhaltung. Unabhängige Journalisten und Medien sind in einer Demokratie unverzichtbar.

Immer mehr Medien-Nutzer werden zu aktiven Bloggern, die selbst im Netz publizieren – Stichwort: „Bürgerjournalismus“. Sind das Konkurrenten oder Dialog-Partner für Journalisten und Verlage?

Heute kann jeder mit jedem kommunizieren. Das kann man durchaus als Demokratisierungsprozess bezeichnen – früher war das ja Politikern, Verlegern, Publizisten und Journalisten vorbehalten. Heute gibt es Blogger, die haben Millionen Leser und spielen dadurch natürlich schon eine große Rolle. Diese eigene Medienform ist in Deutschland noch nicht so in Gang gekommen wie in den USA oder auch in Norwegen. Der Technikwandel ist extrem. Das digitale Zeitalter kann aber auch Lust machen. Wir wünschen uns in den Verlagen viel mehr Leser, die sich auf unseren Zeitungsplattformen zu Wort melden; auch mit Rückäußerungen zu unseren eigenen Artikeln.

2013 und 2014 sind Wahljahre – Landtags- und Bundestagswahl in diesem Jahr und im kommenden Jahr Kommunalwahlen und Wahlen zum Europaparlament. Um was sollten sich die Politiker besonders kümmern?

Obama – so sagt man – habe auch deshalb seine Wahlen gewonnen, weil er es

geschafft hat, eine riesige Zahl von Bloggern für sich zu gewinnen und Anhänger zu aktivieren, die sich ebenfalls wieder äußern. Durch die digitale Welt (das ist wie an Stammtischen!) erfahren die Politiker, welche Themen den Menschen besonders am Herzen liegen. Diese Themen kann der Politiker dann auch stärker ansprechen. Auch in unseren Zeitungen berücksichtigen wir vermehrt Themen, die uns der Online-Redakteur nahelegt. Das sind Themen, die von vielen Lesern im Netz aufgerufen werden. Das sind also Nachrichten und Ereignisse, die die Menschen besonders interessieren.

Wie entspannen Sie selbst am besten? Was sind Ihre Lieblingsmedien?

Ich bin in dem Alter (72), wo die Freude an schönen Dingen eine größere Rolle spielt. Natürlich schaue ich mir die Überschriften, die Themen in den Zeitungen an – ich blättere auch „Spiegel“ und „Focus“ durch... besonders wichtig sind mir aber die Begegnungen mit Menschen.

Sie gelten als Schöngest und lesen gern Gedichte.

Ja, die „Lieblingsgedichte der Deutschen“ haben sich z.B. über 100.000 mal verkauft. Ich lese gern Goethe, Heinrich Heine und Gedichte von Fontane. Außerdem lese ich gern Bücher zu Themen der Gegenwart, Wirtschaftsbücher; besonders aber Historisches und Biographien.

Sie haben die Geschäftsleitung Ihrer Verlage abgegeben – sind aber fast täglich im Büro. Sie haben drei Söhne – treten diese in die Fußstapfen des Vaters?

Man kann nicht alles einfach vererben. Zwei meiner Söhne machen etwas ganz anderes. Der älteste Sohn hat seine eigene Firma und ist in unserer Zeitungsgruppe mit dem Online-Journalismus und der digitalen Technik befasst. Mein unternehmerischer Nachfolger ist Daniel Schöningh, ein Neffe von mir. Übrigens, einen Teil meiner Zeitungen habe ich bereits verschenkt. Ich glaube nämlich nicht, dass Petrus einmal fragen wird: „Wie viel hast Du mitgebracht?“



Dr. Dirk Ippen bei der Morgenlektüre – immer samstags schreibt er auch eigene Kolumnen unter dem Titel: "Wie ich es sehe".

Foto: Ruthart Tresselt

Entdecken auch Sie den Spießer in sich!

Bis zu 50.000 Euro günstiger* ins eigene Zuhause.



*Fördervorteil einer Finanzierung mit Wohn-Riester. Es gelten Fördervoraussetzungen. Beispiel: Ehepaar (27 und 23 Jahre), 1 Kind (1 Jahr), Bruttoeinkommen 55.000 € und 25.000 €, Bausparsummen 58.000 € und 67.000 €.

Lassen Sie den Spießer raus und verwirklichen Sie Ihre Wohnträume! Ob spießige Pläne oder unkonventionelle Wünsche: Mit den günstigsten LBS-Zinsen aller Zeiten und den attraktiven Wohn-Riester-Vorteilen können Sie sich mehr Eigenheim leisten, als Sie denken. Ihre LBS oder Sparkasse berechnet gerne, wie viel für Sie drin ist.

www.lbs-bayern.de

Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.

Sparkassen-Finanzgruppe

Goldene Zeiten für Journalisten?

Springer-Chef sieht optimistisch in die Medienzukunft.

VON KARL JÖRG WOHLHÜTER

Zum Jahresbeginn überraschte Springer- Vorstand Mathias Döpfner in einer herausragenden Rede mit der Botschaft: für Journalisten brächen nun wieder goldene Zeiten an, wobei er sich gleichzeitig als absoluter Pessimist bezeichnete, beinahe schlimmer als die Anbeter des Maya-Kalenders.

Wie erklärt sich der Widerspruch? Hat es mit der Zahl 13 zu tun, vor der viele panische Angst haben? Döpfner wußte hier ein launiges Beispiel. Zwei Blondinen unterhalten sich: „Du Weihnachten fällt diesmal auf einen Freitag.“ Sagt die andere: „Hoffentlich nicht auf den 13.“ (Zitat)

Der Redner klärte den scheinbaren Widerspruch gleich selbst auf. Im Printbereich – vor allem bei Zeitungen – dürfte es weiterhin finster zugehen, dafür eröffneten sich im Internet, auch für Verlage und Journalisten, sehr optimistische Tage. Anders gesagt: wer die bedrohliche Lage nicht ernst nehme und die Tatsachen verdränge, sei nicht in der Lage ein neues, mutiges Geschäftsmodell zu entwickeln. Und Döpfner brachte aus seinem Hause ein eigenes Beispiel: auch Dank dem frühzeitigem zweckpessimistischem Ansatz erzielte sein Konzern 2012 bereits 36 Prozent seines Umsatzes und Gewinns aus dem Digitalgeschäft. Damit konnte sogar ein Rekordergebnis erzielt werden. Man erwarte, dass es auf diesem Weg erfolgreich weiter gehe, wobei Prognosen mit Vorsicht zu genießen sind. Döpfner erinnerte an eine Aussage von Gottlieb Daimler im Jahr 1901: „Die weltweite Nachfrage nach Kraftfahrzeugen wird 1 Million nicht überschreiten – allein schon aus Mangel an verfügbaren Chauffeuren.“ So gesehen kann man alle Mutmassungen, wie „schon bald wird es keine Zeitungen mehr geben“, „im Netz sei kein richtiges Geld zu verdienen“, „die Werbung wandere immer mehr in die gigantisch zunehmenden Programme im Fernsehen ab, die mittlerweile auch sehr brauchbare Übersetzungssysteme haben!“ Man kann rein technisch jetzt schon TV Arabia in einem zwar noch holprigem, aber verständlichem Deutsch empfangen. Ungewiss bleibt die Anziehungskraft der Werbung auf die startbereiten vollautomatisierten Informationsangebote. Nehmen wir dafür nur ein grobes Beispiel: Alle Fussballspiele in Bayern, hinunter bis zur C-Klasse, werden erfasst und der Rechner schreibt selbstständig zu jedem Spiel umfangreiche Berichte, die er aus vorangegangenen Spielen, der Leistung einzelner Akteure, den Torergebnissen usw. zusammenbaut.

Jedenfalls steht für alle Beobachter der Zeitungsbranche fest, für gedruckte Magazine gelten andere, positivere Regeln: die meisten deutschen Zeitungsmänner leben noch im tiefen Winterschlaf. Mit der oft menschenverachtenden Behandlung und Entlassung von Redak-

teuren verspielen sie obendrein den wichtigsten Wettbewerbsvorteil: die Qualität. Mit dem Nachdruck der Tagesschau-meldungen und der von Parteien, Vereinen und Interessengruppen selbst verfassten Lokalnachrichten wird man vor allem bei den jüngeren Leser nicht punkten können. Das grosse Problem ist nach wie vor: man nimmt hierzulande die Entwicklung im Online-Geschäft nicht wirklich zur Kenntnis. Ein Fehler wiederholt sich: die tiefe Liebe zu Druckmaschinen hat die Zeitungsverlage bereits im privaten Radio- und Fernsbereich kläglich scheitern lassen. Dabei wurden Millionen, wenn nicht gar Milliarden sinnlos verbrannt, die man heute bräuchte. Es gibt vergleichbare Verhaltensmuster beim Internet.

Doch werfen wir einen Blick in die Zukunft, die in den angelsächsischen Ländern bereits Wirklichkeit ist. Die New York Times lesen täglich mehr als 800 000 Menschen auf ihren Smartphones, Tablets oder Laptops – erstmals mehr als auf Papier. Und das, obwohl die Leser dafür zahlen müssen. Journalistisch gut gemachte Angebote mit hoher Qualität verkaufen sich also hervorragend.

Die Lage hierzulande hingegen beschreibt Thomas Knüwer vom Magazin „Wired“: „Das traurige ist, dass es in Deutschland kaum Internet-Journalismus in dem Sinne gibt. Die meisten machen Printjournalismus und stellen den ins Internet. Die Möglichkeiten nutzt kaum jemand aus.“ Ferner haben es die Verleger versäumt, eine einheitliche Strategie zu entwickeln wie sie ihre Dienste verkaufen können. Vielfach wurde der Fehler gemacht, wahrscheinlich aus reiner Profilneurose, Angebote zu verschenken. Dies lässt sich nur schwer wieder zurückholen. Jede Metzger-Innung hätte sich vorab über eine solide kalkulierte Preisgestaltung verständigt.

Auch deshalb bleibt bei uns Online-Journalismus eine ewige Baustelle. Doch es gibt Trends vor allem im Ausland, die erfolgversprechende Wege aufzeichnen. >

Stimmen zum PresseClub München

CHRISTIAN UDE
OBERBÜRGERMEISTER DER LANDESHAUPTSTADT MÜNCHEN



Der Presseclub sammelt und repräsentiert die journalistische Erfahrung vieler Jahrzehnte des vergangenen Jahrhunderts. Kein Wunder, dass er sich für diesen Erfahrungsschatz einen Standort gesucht hat, von dem aus man buchstäblich auf das Rathaus herunterblicken kann. //



Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Preise: Auch 2013 vergeben die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken Journalistenpreise. Dabei loben sie den **Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis** für einen Beitrag zum Thema wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den **Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis** für einen Beitrag zum Verbraucherschutz (8.000 Euro) sowie den **Volontärspreis** für einen Beitrag zum Themenfeld Nachhaltigkeit (4.000 Euro) aus. Ausgezeichnet werden herausragende publizistische Arbeiten aus Print, TV, Hörfunk sowie online.

Bewerbungen: Um die Preise bewerben können sich Vertreter von Medienhäusern mit Sitz in Bayern, Korrespondenten von Medienhäusern mit Redaktionsbüros im Freistaat und freie Journalisten mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Bayern. Vorschlagsberechtigt sind darüber hinaus Verleger, Chefredakteure sowie Ressortleiter. Es werden Beiträge berücksichtigt, die zwischen 1. Januar 2012 und 31. Dezember 2012 erschienen sind.

Jury: Eine Fachjury aus Vertretern der unterschiedlichen Mediengattungen bewertet die eingegangenen Bewerbungen und entscheidet über die Preisträger.

Die Bewerbungen müssen bis 30. April 2013 vorliegen. Sie sind zu senden an

Genossenschaftsverband Bayern e.V.
Dr. Jürgen Gros
Vorstandsstab und Kommunikation
Türkenstraße 22-24, 80333 München
Tel. (089) 28 68 - 34 02
presse@gv-bayern.de

oder online auf www.gv-bayern.de/journalistenpreise einzureichen, wo sich weitere Informationen zu den Preisen und Bewerbungsmodalitäten finden.



So verdient etwa der britische „Guardian“ gutes Geld damit, für andere Unternehmen, z.B. Eisenbahngesellschaften, Online-Zeitschriften zu erstellen. Voraussetzung dafür ist aber eine gut besetzte Netz-Redaktion, die letztlich auch der gedruckten Zeitung dienen kann.

In Deutschland dürfte es freilich schwer sein, die Nutzer an einen Bezahlendienst zu gewöhnen, dafür hat man im wahrsten Sinne zu viel Zeit und verschenkte Leistungen vergeudet. Da wundert es einen auch nicht, wenn 90 Prozent der möglichen Nutzer eine Finanzierung allein über die Werbung vorziehen. Und die wiederum richtet sich nach der Zahl der Zugriffe, eine Chance nur für die „Grossen“? Allein im Januar hatte Bild.de 259.032.901 Visits im In- und Ausland. Diese Zahlen werfen einen Blick auf einen Nebeneffekt des Netzes: man vergrößert das Verbreitungsgebiet und den Kundenkreis.

Sucht man nach einigen Leitlinien für ein erfolgreiches Online-Angebot, das auch von Kunden bezahlt wird, dann ergeben sich diese erprobten Grundsätze:

- die Inhalte dürfen anderswo nicht kostenlos sein.
- die Inhalte sollen einen direkten Nutzen für den Kunden haben, lokale Preisvergleiche zum Beispiel.
- bei spannenden lokalen Themen, die im Printbereich aufgegriffen wurden, kann man die jeweils aktuelle Fortschreibung auf Online anbieten.

Für Regionalzeitungen empfiehlt der Teamleiter beim schweizer „Landboten“, Andreas Heer:

- Lokales immer nach vorne.
- in lokalen Datensätzen sind ungehobene Schätze zu finden.
- die Bindung zum Kunden, dem „User“ fördern.
- Leser verstärkt als „Mitarbeiter gewinnen“ - die Redaktion kann nicht überall sein.

Und Heer empfiehlt, getreu dem Grundsatz des Nutzens, zwei Beispiele für Journalisten und Verleger, die interessante und dort erfolgreiche Anregungen bieten: „Voice of San Diego“ oder „Neighbors Go“. Es müssen ja nicht „goldene Zeiten“ werden – auch „silberne“ würden vielfach schon reichen. ■

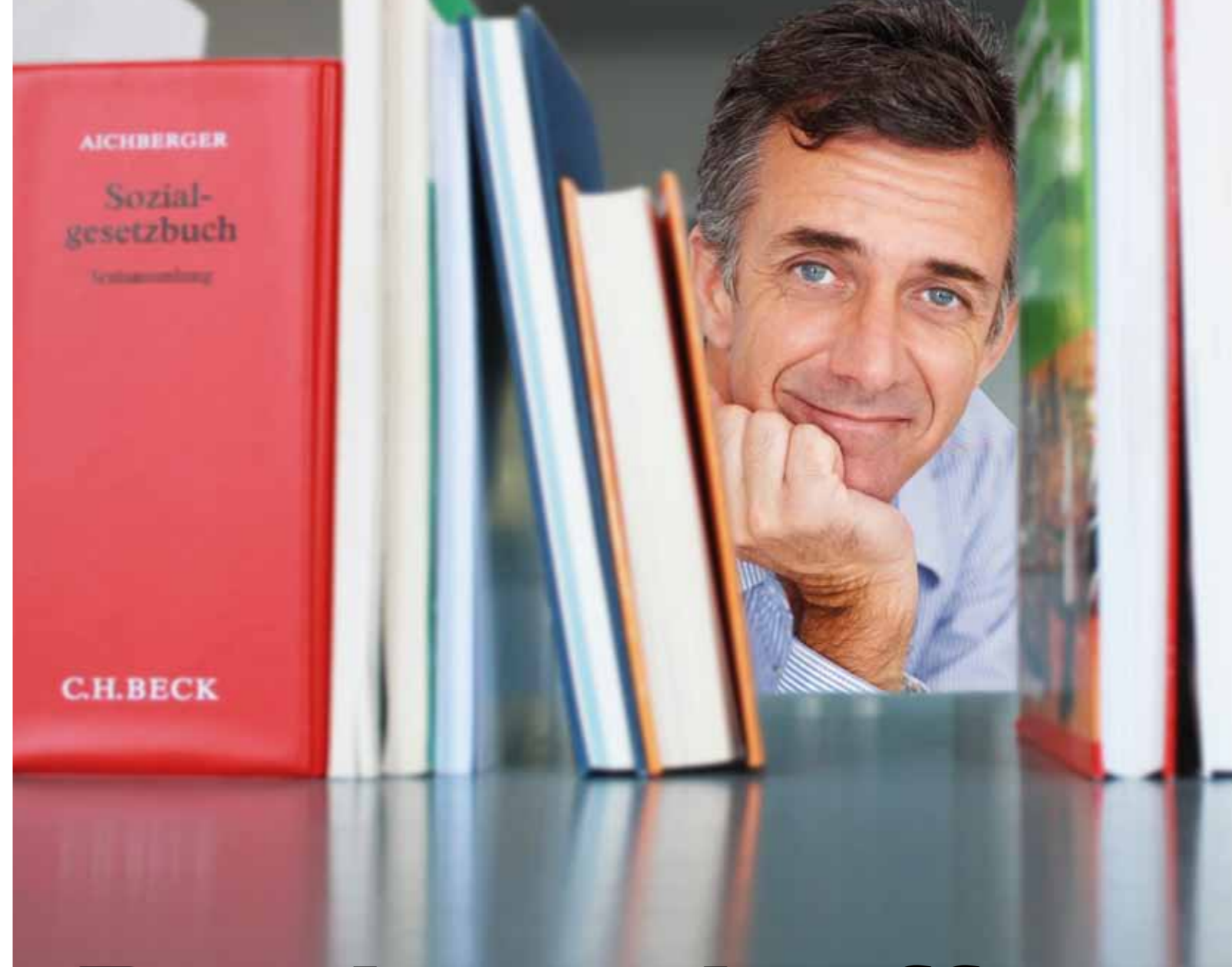
Stimmen zum PresseClub München

WOLF-DIETER RING
LANGJÄHRIGER PRÄSIDENT DER BAYERISCHEN
LANDESZENTRALE FÜR NEUE MEDIEN

Der Internationale Presseclub München pflegt seit seiner Gründung vor über 60 Jahren sehr erfolgreich den Austausch zwischen Journalisten, Wirtschaft, Politik und Bürgern. Außerdem liegt den Mitgliedern, zu denen auch die BLM gehört, die Förderung des Nachwuchses am Herzen, wie das jüngste Tutoren-Projekt zeigt. ■■



Foto: Landeszentrale für neue Medien



Recht schaffen.

Der VdK bietet kompetente Sozialberatung bei Rechtsfragen zu Rente, Behinderung und Pflege.

Profitieren Sie von über 65 Jahren Erfahrung.
Allein in Bayern vertrauen über 610.000 Menschen dem VdK.

Jetzt Mitglied werden.
www.vdk-bayern.de



Zukunft braucht Menschlichkeit.



Fast rund um die Uhr werden am BR-Stand Interviews aufgezeichnet.

Foto: Johann Schwepfing

Vom digitalen Striptease zur Hatz im Netz

Die neue Macht des Internets

VON THOMAS KLETSCHKE

Auf den Medientagen diskutierte der PresseClub München mit seinen Gästen das Thema, das gerade wieder die Umbrüche in Mediennutzung, Rezeption von Nachrichten und Medienproduktion offenlegt: „Vom digitalen Striptease zur Hatz im Netz: Die neue Macht des Internet“. Über Cybermobbing und digitale Shitstorms gegen Unternehmen und Parteien diskutierten Stefan Körner, Landesvorsitzender der Piratenpartei in Bayern, Prof. Dr. Armin Nassehi, Soziologe an der LMU München, Dirk von Gehlen, Redaktionsleiter jetzt.de (Süddeutsche Zeitung, München) und Prof. Dr. Heinrich Oberreuter, Politikwissenschaftler (Redaktionsleitung Staatslexikon, Passau). Moderiert wurde das Podium von Ruthart Tresselt, Vorsitzender des Internationalen PresseClubs München.

Jedes dritte Kind in Deutschland habe Mobbing Erfahrungen im Web machen müssen, sagte Moderator **RUTHART TRESSSELT**. An den Soziologen **PROF. DR. ARMIN NASSEHI** gewandt, fragte er. „Sind das nicht erschreckende Zahlen?“ – „Die moderne Gesellschaft besteht aus unheimlich viel Interaktion“, meinte Nassehi. Daher gelte es in den verschiedenen Bereichen des Internets darauf zu achten, wie die Gatekeeper-Funktion ausgeübt werde. „Dann gibt es Begrenzungen von Möglichkeiten, das ist auch gut so.“ So gebe es auf vielen Websites dokumentierbare Formen von Mobbing, denen man nachgehen könne und solle. Auch für den Piraten **STEFAN KÖRNER** steht fest, dass Angriffe auf Personen und Persönlichkeitsrechte nicht folgenlos bleiben dürften. „Dort gelten die gleichen Gesetze wie in der Realität“, so Körner. Das Internet sei ein sozialer Kommunikationsraum. „Aber es ist schwieriger, im Web Menschen dingfest machen“, gestand der Politiker ein. Allerdings gelinge es auch in der Realität nicht immer, jemanden festzuhalten – etwa, wenn ein Mensch einen anderen anrempele und dann in der Masse verschwinde. Was es im Web schwieriger mache, dort Kriminalität jeder Art zu ahnden: In Bayern würden lediglich 25 Beamte sich den Straftaten um Internet kümmern, während alleine in München 6.000 Beamte Dienst täten.

Mit dieser Äußerung erntete Stefan Körner Aufmerksamkeit im Publikum und auf dem Podium. Damit wolle er sich aber nun nicht als Law and Order-Politiker im Web einen Namen machen, stellte der Landesvorsitzende der Piraten klar. Ihm ginge es darum, dass die Kompetenzen der Polizeibeamten auch im Web und Web 2.0 gestärkt werden müssten, dass die Anzahl der Beamten, die sich auch dienstlich im Internet bewegen, der Relevanz des Netzes in der Gesellschaft annäheren.

Dass die Anonymität, die es in vielen Teilen des Webs gebe, ein Problem darstellen kann, meinte Politologe **PROF. DR. HEINRICH OBERREUTER**. Am Beispiel des aktuellen Selbstmords einer Schülerin in Kanada, die nach Cybermobbingattacken ihren Suizid im Web ankündigte, berichtete er davon, dass in Deutschland ein Viertel der Jugendlichen angebe, Angriffe im Netz als Opfer erlebt zu haben. In früheren Generationen habe es körperliche Gewalt oder Mobbing direkt an der Schule oder in der Freizeit gegeben. „Das war dann aber ein unmittelbarer Kontakt“, so Oberreuter.

Wie sollten Medien mit solchen Fällen, wie dem geschilderten Selbstmord umgehen – und wie könnten sie Kinder und Jugendliche schützen, wollte Ruthart Tresselt von jetzt.de-Redaktionsleiter **DIRK VON GEHLEN** wissen. Für von Gehlen, dessen Redaktion über den Fall berichtet und gleich unter den Artikel Kontaktadressen für Betroffene von Cybermobbing angegeben hatte, gibt es oft noch eine Schiefelage bei der Wahrnehmung des Problems. Das Web gehöre längst zur alltäglichen Benutzungswelt. Web und Web 2.0 seien viel sicherer etwa als der Straßenverkehr. Und auch bei Gewalt an Schulen fordere die Gesellschaft nicht gleich die Abschaffung der Schulen. Hier müsse man noch lernen, den Blickwinkel zu ändern. „Das ist eine Debatte, die davon lebt, aus welcher Tür man den Raum betritt. Wir betreten sie noch häufig aus der Tür, auf der ‚Gefahr‘ steht“, sagte der Onlinejournalist. Er wolle keine Probleme kleinreden, aber auf den selbstverständlichen Charakter der digitalen Verkehrsmittel hinweisen. Politologe Oberreuter sah sich da missverstanden. Natürlich sei das Web faszinierend und gebe viele positive Impulse. Allerdings ginge es in dieser Diskussion ja genau um die negativen Seiten der Medaille.

Dass es im Netz manchmal rau zugeht und auch Kleinigkeiten gnadenlos dokumentiert werden, daran erinnerte Stefan Körner. Der Pirat meinte, durch das Web würden sich auch Politikerkarrieren anders darstellen als noch vor einigen Jahrzehnten. „Politiker müssen heute mehr darauf aufpassen, was sie früher ge-



Podiumsteilnehmer Prof. Heinrich Oberreuter im anschließenden Fernseh-Interview.

Foto: Johann Schwepfing

macht haben“, war der Piraten-Politiker überzeugt. So habe man früher möglicherweise bei Politikern wie Franz Josef Strauß kleinere Dinge unter den Teppich gekehrt, die heute vielleicht direkt zur Empörung im digitalen Raum führen würden. „Das war der Vorteil der Zeit.“ Seine These: Shitstorms gebe es aber nicht bloß im Web. „Wir Piraten werden immer wieder gemaßregelt, dass wir Shitstorms anzetteln“, sagte er. Neulich habe es aber im Bayerischen Landtag eine Diskussion zum Thema Herdprämie gegeben, bei der ein Abgeordneter einen Tumult ausgelöst habe. Die Anzahl und Heftigkeit der Äußerungen seiner Parlamentarierkollegen gegen ihn sei heftig gewesen. „Das ist die Herkunft eines Shitstorms“, meinte Körner. Im Bezug auf öffentliche Personen wie Politiker und Promis meinte der Pirat, dass sich der Umgang mit Shitstorms durch Wiederholungen ändere. „Es ist nicht mehr so tragisch, wenn man erst mal den dritten oder vierten Shitstorm erlebt hat.“ Die Diskussion auf den Medientagen München hatte zeitgleich einen echten Aufhänger im wahren digitalen und im wahren realen Leben: Seinen ersten persönlichen Shitstorm erlebte Michael Wendler im Jahr 2012. Auf Facebook hatte sich eine von einem Nutzer gegründete Gruppe mit dem Namen „100.000 Menschen die Michael Wendler scheiße finden“ gegründet.



Die Diskussionsteilnehmer von links: Stefan Körner (Piratenpartei), Prof. Dr. Armin Nassehi (LMU München), Dirk von Gehlen (Süddeutsche Zeitung), Prof. Heinrich Oberreuter (Politologe) und Ruthart Tresselt (PresseClub).

Foto: Robert Auerbacher



Die Gesprächsteilnehmer stellen sich den Fotografen.

Foto: Johann Schwepfänger

Aufhänger war das RTL-Format „Christopher Posch – Ich kämpfe für Ihr Recht.“ Darin war es um den Rechtsstreit Wendlers mit zwei Schlagerfans gegangen, die mit ihm einen Vertrag geschlossen hatten, um unter Nutzung seines (Marken-) Namens ein Café auf Mallorca nutzen zu können. Nach ihrer Darstellung in der RTL-Sendung fühlten sie sich dabei von Wendler vertraglich überverteilt und abgezockt. Anfangs war die Anti-Wendler-Seite am Abend der Ausstrahlung der Sendung laut dem Social Media-Portal SocialPunk.de von einem einzelnen Nutzer aufgesetzt worden, der schon nach fünf Tagen 280.000 Mitglieder verzeichnen konnte – aber selbst nach eigenen Angaben gegenüber dem Medium nicht mehr die Kontrolle über beleidigende oder rassistische Äußerungen der Gruppennutzer hatte. Zwischenzeitlich machte SocialPunk.de allein vier Trittbrettfahrer aus, die mit Gruppen gleichen Namens bei Facebook auf Mitglieder-Fang gingen. Soziologe Armin Nassehi meinte, „Ja, Shitstorms gab es immer“, aber sie hätten früher in kleineren Gruppen stattgefunden. Und: „Ganz normale, traditionelle Medien machen den Shitstorm.“ Dass aus dem digitalen Geraune erst ein Sturm wird, sei schon immer noch den Gatekeepern zu verdanken, so seine These. Für seinen Kollegen Oberreuter dagegen gibt es aktuell eine „faktische Entgrenzung der Öffentlichkeit.“ Heute haben Medien öffentliche Räume entstehen lassen, die Gespräche eines jeden mit jedem ermöglichen. Das ist positiv, aber: „Muss nicht ein solches Gespräch gewisse Regeln haben?“, fragte der Politologe.

Was genau ein Shitstorm ist und wie er sich etwa von Cybermobbing abgrenzen lässt, darüber gab es auf dem Podium verschiedene Ansichten. Für den Piraten-Politiker Stefan Körner sind die Übergänge zum Cybermobbing durchaus fließend. „Entscheidend sind Vehemenz und Anzahl der Mitwirkenden an einem Shitstorm“, so Körner. Armin Nassehi sah bei Shitstorms vor allem deren politische Bedeutung als Hauptmerkmal. Etwa in den Fällen zu Guttenberg oder bei der Diskussion über die Doktor-Arbeit von Bundesministerin Annette Schavan. Heinrich Oberreuters These: „Was wir früher Medienkampagne genannt haben, ist ein Shitstorm. Das kann heute mit dem Instrument des Netzes jeder – warum sollte es auch nicht jeder nutzen?“ Dirk von Gehlen lieferte die trennschärfste Differenzierung: „Cybermobbing richtet sich gegen Personen; ein Shitstorm gegen Marken, Firmen oder Behörden.“

Einig waren sich Podium und Publikum darüber, dass Journalisten einerseits sehr kritisch mit Phänomenen wie Shitstorms umgehen müssen. Und das umso mehr, da sie gleichzeitig oft erst der Auslöser für eine Wahrnehmung des Shitstorms in einer größeren Öffentlichkeit sind. Nichtbeachten eines Shitstorms muss aber andererseits nicht heißen, dass man sich dadurch der Berichterstattung-Funktion entziehen kann. ■

Ausschreibung

Der internationale PresseClub München schreibt den **Herwig-Weber-Preis 2013** für hervorragende journalistische Arbeiten in Wort, Bild und Ton aus, in deren Mittelpunkt die Landeshauptstadt München und ihre Bürger stehen.

Ausgezeichnet werden journalistische Arbeiten zu Politik, Kultur, Wissenschaft, sozialen Fragen und anderem, die seit dem 1. September 2010 in Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, online, oder im Fernsehen publiziert wurden.

Der Preis ist mit 10.000 Euro dotiert.
Er kann geteilt werden.

Der 1973 erstmals verliehene **Herwig-Weber-Preis** ist nach einem früheren Vorsitzenden des PresseClubs benannt und wird mit Unterstützung von Wirtschaft, Landeshauptstadt, Staatsregierung, Münchner Verlagen und dem Bayerischen Journalistenverband alle 3 Jahre verliehen.

Die Arbeiten müssen bis Montag, 17. Juni 2013 in dreifacher Ausfertigung der Geschäftsstelle des PresseClubs München, Postfach 10 11 51, 80085 München, oder Hausadresse: Marienplatz 22, 80331 München, vorliegen.

Eine Jury aus Münchner Journalisten ermittelt die Preisträger. Die Jury ist in ihren Entscheidungen frei, Einsprüche sind ausgeschlossen. Der **Herwig-Weber-Preis 2013** wird gegen Jahresende in einer festlichen Veranstaltung verliehen.

Ruthart Tresselt

Vorsitzender des PresseClub München e.V.
Marienplatz 22, 80331 München,
PF 10 11 51, 80085 München,
Tel. (089) 26 02 48 48, Fax (089) 26 02 48 50
info@presseclub-muenchen.de,
www.PresseClub-Muenchen.de

BUNTES VERGNÜGEN



BÜHNE. BAR. RESTAURANT. CASINO.

STAATLICH
AUFREGEND ANDERS



SPIELBANKEN BAYERN

Alles schon mal da gewesen Karikaturen von Dieter Hanitzsch

Für eine Ausstellung im Münchner Stadtmuseum ist meine wunderbare Frau Mercedes seit längerem mit viel Mühe dabei, meine vielen tausend Karikaturen zu inventarisieren, die im Laufe der vergangenen fünf Jahrzehnte entstanden sind. Karikaturen für Zeitungen, für Illustrierte, für Bücher, für's Fernsehen.

Als mich mein Freund Ruthart Tresselt vor einiger Zeit um einen Beitrag für sein aktuelles PresseClub-Magazin bat, war ich um eine Idee verlegen und fragte meine Frau um Rat. Du erzählst doch oft, sagte sie, Du könntest, um aktuelle Karikaturen zu zeichnen, einfach solche von früher nehmen und nur die Köpfe austauschen, die Probleme hätten sich überhaupt nicht geändert.

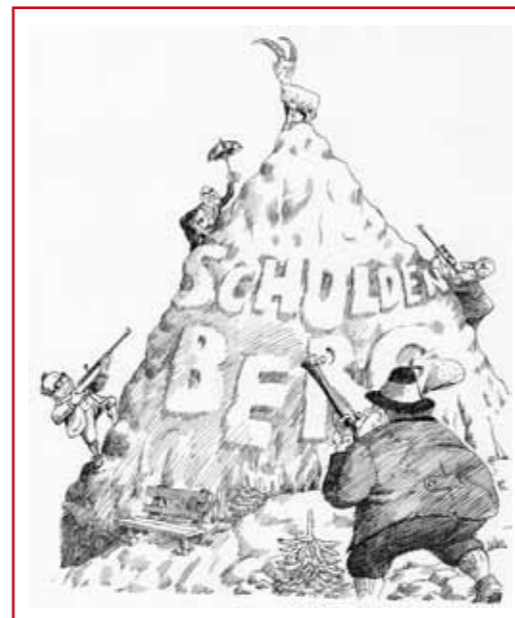
Hier sind ein paar Beispiele dafür, dass das leider stimmt.



Beispiel 1:
Seit Jahren erteilt Altbundeskanzler Helmut Schmidt weise Ratschläge für die deutsche und die internationale Politik. Nur schade, dass er seinerzeit offensichtlich keine Ideen hatte, als er selbst das Land regierte...
(Karikatur von 1980: Weihnachtsmann des Jahres, Abendzeitung)



Beispiel 2:
Auch das tiefe Haushaltsloch konnte Helmut Schmidt und sein damaliger Bundesfinanzminister Hans Matthöfer nicht erkennen...
(Karikatur von 1983 : Am Abgrund, Abendzeitung)



Beispiel 3:
Na sowas, auch die Regierung Kohl konnte es nicht besser. Wenn der Schuldenberg größer und größer wird, sucht man einen Sündenbock: den damaligen Bundesfinanzminister Gerhard Stoltenberg...
(Karikatur von 1988, Jagd auf den Sündenbock, QUICK)



Beispiel 4:
Auch große Politikersprüche findet man immer wieder, z.B. versprach Bundeskanzler Helmut Kohl, die Arbeitslosigkeit zu halbieren...
(Karikatur von 1997: Im Jahr des Lügenbarons von Münchhausen, Süddeutsche Zeitung)



Beispiel 5:
Und wie oft in den vergangenen Jahrzehnten wurde uns eine Steuerreform versprochen? Sind die Probleme wirklich nicht zu lösen oder sind unsere Politiker nicht gut genug?
(Karikatur von 1997: Wenn der Blinde den Lahmen führt, Süddeutsche Zeitung)

PresseClub Exklusiv-Führungen

Der Presseclub bietet – exklusiv für seine Mitglieder – bereits seit mehreren Jahren eine breit gefächerte Palette an Führungen an. Diese Besuche gewähren Einblicke, die dem normalen Besucher oft verschlossen bleiben. Im letzten und in diesem Jahr waren wir beim Haus der Kunst, im Münchner Stadtarchiv, in der Münchner Kanalisation, bei der Obdachlosenzeitschrift BISS und bei münchen.tv zu Gast.



Foto: Johann Schwepfing

IM HAUS DER KUNST EIN ORT UND SEINE GESCHICHTE IM NATIONALSOZIALISMUS

1937 wurde das Ausstellungsbäude mit der „Großen Deutschen Kunstausstellung“ eröffnet. Parallel dazu fand in den Hofgarten-Galerien die Ausstellung „Entartete Kunst“ statt, mit der moderne Künstler ganz bewusst diffamiert werden sollten. Auf Einladung von Bernhard Taubenberger (Schörghuber/Stiftung Haus der Kunst GmbH) besuchten wir die Ausstellung „Geschichten im Konflikt: Das Haus der Kunst und der ideologische Gebrauch von Kunst 1937-1955“.

Die Vergangenheit und die Veränderungen, aus denen sich das heutige Ausstellungshaus entwickelt hat, wurden damit sichtbar gemacht und so zur Auseinandersetzung mit der Geschichte ermuntert. Gezeigt wurden unter anderem bislang unveröffentlichte und weitgehend unbekanntes Material – erstmals aus dem Archiv geholt und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Die Ausstellung (an der Schnittstelle von Ideologie und Macht) zeigte auch die künstlerische Propaganda in der öffentlichen Meinungsbildung.

Inzwischen werden die einstigen Präsentationsräume monumentaler NS-Kunst auch für die einst verfemte moderne Kunst genutzt. Beispielsweise war hier die Installation „Template“ des regimekritischen chinesischen Künstlers Ai Weiwei zu sehen. Auch der ehemalige Luftschutzkeller, in dem regelmäßig Teile der Sammlung Goetz präsentiert werden, ist inzwischen öffentlich zugänglich. Demnächst wird im Landtag darüber diskutiert, wie viel Geld der Freistaat in die Sanierung dieses Kulturtempels investieren muss. *Ruthart Tresselt*

Foto: Johann Schwepfing

Bernhard Taubenberger von der Schörghuber Gruppe begrüßt den PresseClub im Haus der Kunst.



Foto: Amin Baumgartner

Stimmen zum PresseClub

HERIBERT PRANTL
LEITER DER REDAKTION INNENPOLITIK
SÜDDEUTSCHE ZEITUNG



Journalismus ist ein Kommunikationsberuf. Die Kommunikation unter den Journalisten selbst ist aber ziemlich notleidend. In dieser Not schafft der PresseClub München glänzende Abhilfe. Der PresseClub sorgt in einem ganz besonderen Sinn für innere Pressefreiheit. **||**

Foto: Johann Schwepfing

MÜNCHNER STADTARCHIV: DAS GEDÄCHTNIS DER STADT

Die weißen Archivarshandschuhe sind Pflicht im Umgang mit den wertvollen Archivalien der Stadt München. 90.000 Urkunden, davon fast 2500 aus dem Mittelalter, 20 Regalkilometer Akten und Amtsbücher, 30.000 Karten und Pläne, 1,8 Millionen Fotos, 56.300 Plakate, 3.000 Ton- und Filmdokumente und 160.000 Bücher und Zeitschriften umfasst die Sammlung des Münchner Stadtarchivs, das eines der größten kommunalen Archive Deutschlands ist. Im modernen Lesesaal ist das Material für die Öffentlichkeit zugänglich. Facharchivare beraten und betreuen bei der Recherche. Die Suche nach Dokumenten ist für Laien kompliziert: Die Archivalien sind nicht thematisch, sondern zeitlich geordnet und werden in säurefreien Spezialkartons sorgsam aufbewahrt. Jährlich wachsen



Foto: Johann Schwepfing

Dr. Ingo Schwab vom Stadtarchiv präsentiert eine Urkunde zur Münchner Stadtgeschichte

– trotz Digitalisierung – die Regale um 300 – 400 Meter. Mehrere 100.000 Daten wurden bereits digitalisiert. Mehr als 30 Mitarbeiter, darunter zehn Facharchivare, zwei Buchbinder und zwei Fotografen kümmern sich um den Bestand.

Die Bestände des Archivs – das „Gedächtnis der Stadt“ – reichen tief in die Vergangenheit zurück. Den Kern der Aktenbestände bildet die Schriftgutüberlieferung des Bürgermeisteramtes und des städtischen Rats (ab 1265); sie dokumentiert das kommunale Verwalten vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Aus diesen zentralen Stellen haben sich seit dem späten Mittelalter eine Vielzahl von Dienststellen und Ämtern gebildet, die alle ihre Spuren im Stadtarchiv hinterlassen haben, vom Amt für öffentliche Ordnung, über die Kammerspiele bis zur Volkshochschule und zum Wohnungsamt. Darunter auch heute längst vergessene Einrichtungen wie das Hochzeitsamt oder das Stadtgericht. Seit mehreren Jahrzehnten ergänzen umfangreiche Sammlungen (Stadtchronik, Filme, Fotos, Zeitungsausschnitte, Pläne, Nachlässe) das amtliche Schriftgut.

Seit Mitte letzten Jahres hat das Stadtarchiv willkommenen Zuwachs bekommen: Die umfangreichen Dokumente aus den Anfangszeiten des Presseclubs wurden dem Stadtarchiv übergeben und stehen damit ab sofort Wissenschaft und Öffentlichkeit zu Forschungs- und Recherchezwecken zur Verfügung. *Angelica Fuss*

DIE MÜNCHNER STADTENTWÄSSERUNG: IM MÜNCHNER UNTERGRUND

„Was für eine seltsame Welt liegt doch, den meisten von uns unbekannt, unter unseren Füßen verborgen!“ Dieses Zitat von Graham Greene aus „Der Dritte Mann“ gilt auch in München. 2.300 Kilometer Kanäle und 700.000 Kubikmeter Regenrückhaltebecken sind Bestandteile dieser Welt voll mystischer Reize und überraschend ästhetischer Bauwerke. Die Kanalisation erregt Gefühle, die von Ekel, Abscheu und Furcht bestimmt sind. Die systematische Kanalisierung Münchens wurde vor etwa 150 Jahren durch Max von Pettenkofer begonnen. Noch heute sind 220 Kilometer des damaligen Kanalnetzes in Gebrauch. Der Schaukanal im Stadtteil Gern wurde extra für uns gereinigt. Der Kanal ist mit abgerundeten Formziegeln ausgemauert – ein architektonisches Wunderwerk. Ziegelrotes Tonnengewölbe spannt sich über dem Abwasserkanal, der hier ein mittleres Rinnsal ist. Wäre da nicht der strenge Geruch und die beschlagenen Brillengläser, könnte es einem glatt gefallen in der Münchner Unterwelt. Dank der guten Wartung des Kanalsystems gibt es allerdings wenig Klagen über Geruchsbelästigung. Rund 180 „Kanaler“ betreuen das Kanalnetz – etwa die Hälfte der Kanäle ist begehbar. Der Rest wird mit Hilfe von Hochdruckspülern, Präzisionskameras und modernen Reinigungsgeräten in Stand gehalten. 35.000 Einstiege erleichtern die Arbeit in der Unterwelt. Gefahr droht den Arbeitern übrigens weder durch den Geruch, noch durch starke Regenfälle, sondern durch Gase. Ein Traumberuf ist „Kanaler“ sicher nicht. Aber die Mitarbeiter der Münchner Stadtentwässerung sind zufrieden: sie schätzen den krisensicheren Job und das gute Betriebsklima. Übrigens sind Kanalarbeiter aus Sicherheitsgründen immer in Gruppen von drei Personen unterwegs. Und es gilt: der dritte Mann bleibt immer oben! *Angelica Fuss*



Foto: Johann Schwepfing

Der Schaukanal in Gern ist ein kleines architektonisches Juwel

STUDIOFÜHRUNG MÜNCHEN.TV UNKONVENTIONELL, SCHNELL UND ÜBERRASCHEND

In München startete das deutsche Privatfernsehen. Ein Dutzend TV-Pioniere stellten im Jahre 1983 die tägliche „Telezeitung München“ zusammen. Heute hat münchen.tv fast 1 Million Zuschauer und ist damit zum erfolgreichsten Ballungsraumsender im deutschsprachigen Raum geworden. Der Sender bietet ein 24-Stunden-Programm; wobei die aktuellen Sendungen aus und über München und Oberbayern



mehrmals am Tage bzw. in der Woche wiederholt werden. PresseClub-Vorstandsmitglied Uwe Brückner begrüßte uns mit einer kurzen Einführung ins Programm und in die Entstehung sowie turbulente Vorgeschichte des Lokal-TV-Standortes München. Nach einem Rundgang durch Redaktion, Technik und Studio diskutierten wir mit Chefredakteur Jörg van Hooven und dem neuen Geschäftsführer Christoph Wünsch die Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten des Erfolgsmediums Lokal-TV. Vorgestellt wurde auch das Programm des RTL-Landesfensters „TV Bayern live“

jeden Sonntag auf RTL, für das unser Clubmitglied Uwe Brückner genauso verantwortlich zeichnet wie für das neue Projekt „Plenum TV“. Für die Zukunft wurde eine engere Zusammenarbeit zwischen münchen.tv und dem PresseClub vereinbart. *Ruthart Tresselt*

Der PresseClub zu Gast im Studio von münchen.tv. Informationen und Gespräche im Fernseh-Studio. Unterbrochen wurden unsere Gespräche durch den farbenprächtigen Besuch der Narrhalla mit ihrem Hofstaat.



DIE BISS-FÜHRUNG: BROT UND SUPPE, BETT UND HEMD

Etwa 6000 Wohnungslose leben laut Statistik in München. Rund um den Münchner Hauptbahnhof ist der Kontrast zwischen Arm und Reich besonders krass. Mitarbeiter der Obdachlosenzeitschrift BISS führen uns – abseits vom Armentourismus – durch das Multikultiviertel, in dem Rotlichtbars, rund 30 Moscheen und zahllose türkische Lebensmittelläden angesiedelt sind. Unsere Spurensuche beginnt bei der Bahnhofsmision. Nur einen Steinwurf von der neoklassizistischen Fassade eines 5-Sterne Hotels entfernt finden hier Menschen in Not eine Anlaufstelle: Die Bahnhofsmision bietet neben heißem Tee und Schmalzbrotchen auch Reisehilfe für Behinderte, Kinder und Senioren, soziale Betreuung, Vermittlung von Schlafplätzen und nachts sogar einen Frauenschutzraum.

Auf der anderen Seite des Hauptbahnhofs, in unmittelbarer Nachbarschaft zum Charles Hotel und dem neu erbauten Luxuswohnviertel, ist die vielleicht wichtigste Münchner Institution für Obdachlose: Die Benediktinermönche von St. Bonifaz versorgen im Haneberghaus täglich mehr als 200 Menschen, die am Existenzminimum leben. Hier können Bedürftige kostenlos essen und trinken, baden oder duschen, sich in der Kleiderkammer mit neuer Kleidung versorgen und sich von den großteils ehrenamtlich praktizierenden Ärzten medizinisch behandeln lassen. Das Kloster stellt Menschen ohne festen Wohnsitz auch die so wichtige Postadresse zur Verfügung. Sozialarbeiter beraten und vermitteln Therapieplätze, Unterkünfte und Hilfen, die das harte Leben auf der Straße erträglicher machen. Der Einblick in die Schattenseiten der reichen Millionenstadt macht nachdenklich, räumt mit Vorurteilen auf und schafft Verständnis für Menschen am Rande der Gesellschaft.

Angelica Fuss



Michael Helmerich kauft bei BISS-Verkäuferin Mylene das aktuelle Heft

Fotos: Johann Schwepfinger (3)

Merkurland

Der Münchner Merkur und
seine 22 Heimatzeitungen

Mehr als 800 Korrespondenten

761.000 Leser täglich*

*lt. MA 2012

Heimat lieben, Heimat lesen



Hier ist Bayern daheim.

www.merkur-online.de

Kunst im PresseClub

Der PresseClub öffnet seit 2009 seine Pforten für zeitgenössische Kunst. Die Reihe „Münchner Künstler im PresseClub“ bietet ausgewählten, in München lebenden Künstlern ein Forum zur Präsentation ihrer Werke. Ziel der Ausstellungsreihe ist es, Mitglieder und Gäste des PresseClub zur Begegnung und Auseinandersetzung mit zeitgenössischer Kunst anzuregen.

VON ANGELICA FUSS

Die Ausstellungen sind inzwischen schon Tradition geworden und ein großer Erfolg – auch Dank des Bayerischen Genossenschaftsverbandes, der das Projekt seit 2010 als Partner begleitet. „Wir freuen uns sehr, dass wir die Ausstellungsreihe namhafter Münchner Künstler in den Räumlichkeiten des Presseclubs unterstützen dürfen“,

sagt Stephan Götzl, Präsident des Genossenschaftsverbands Bayern. „Denn die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken leisten gerne Ihren Beitrag dazu, den kulturellen Dialog zwischen Politik, Wissenschaft und Wirtschaft zu fördern und den PresseClub zu einem Ort der Begegnung zu machen“.

Michael Dillmann 23. Mai bis 14. September 2012

Wie flüchtige Momentaufnahmen wirken die Bilder Michael Dillmanns, Momentaufnahmen, die Geschichten erzählen. Ein Model räkelt sich lasziv vor einem Plakat, eine Frau fährt mit dem Fahrrad im Grünen, eine Loipe schlängelt sich durch die schneeweiße Winterlandschaft. Dillmanns Bilder, meist auf Holz und mit Eitempera gemalt, wirken aus der Ferne realistisch, verschließen sich jedoch bei der Betrachtung aus der Nähe und scheinen sich fast in abstrakte Felder und pure Farben aufzulösen. Ausgangspunkt der Arbeiten sind Fotografien: Eigene, private, aber auch vorgefundene Bilder des alltäglichen Lebens, die ihn aus der aktuellen zeitgenössischen Berichterstattung in Zeitungen, Zeitschriften oder Büchern ansprechen und inspirieren. Während die Fotografien, die er als Vorlagen verwendet, ein Maximum an Tiefe und Illusionsraum vortäuschen, entfaltet Dillmanns Malerei ihre sinnliche Wirkung durch das vielschichtige Verstreichen von Farbmateriale in der Fläche.



Auch PresseClub-Chef Ruthart Tresselt ist ein Freund der Kunst
Foto: Johann Schwepfinger

Michael Dillmann verwendet für seine zarten Sommerimpressionen Eitempera-Farben, die er selbst herstellt.



Technische Motive stehen häufig im Mittelpunkt von Arnolds Arbeiten

Ludwig Arnold, Bilder. 19. September bis 19. Januar 2013

Stadtsilhouetten sind auf Ludwig Arnolds Bildern zu sehen, technisches Equipment unserer Zeit vom Auto bis zum Flugzeug. Die Art und Weise wie sie uns der Künstler vorführt, wie er die Zeugen unserer Zivilisation im Panoramaformat komprimiert und komponiert, darin liegt ein Teil des Aufmerksamkeitswertes seiner Bilder begründet. Die Bilder von Ludwig Arnold haben etwas Schwebendes, in gewisser Weise nicht Greifbares. Ludwig Arnolds Art zu Malen ist ein Stück weit reine Malerei, weder expressiv noch deskriptiv, wie uns sein Stil und seine Themen assoziieren, sondern darüber hinausgehend kontemplativ in der Verdichtung und der daraus entstehenden Konzentration und Ruhe, die seine Bildfindungen ausströmen. Die Malerei, als Akt des Malens begriffen, ist Ausgangspunkt, Mittel und Ziel in der Kunst von Ludwig Arnold.



Großstadtszenario im Panoramaformat



Skyline

Die Vernissagen im PresseClub sind ein gesellschaftliches Ereignis





Andrea Unterstraßer. Collage, Farbe, Typo
30. Januar bis 20. Mai 2013

Manchmal beginnt alles mit einem winzigen, roten Buchstaben, einem roten T und dann kommt „ime“. Bei genauem Hinsehen lassen sich aber die Botschaften nicht entschlüsseln und ablesen. Die verwendeten Schriften sind spiegelverkehrt und in fremden Sprachen, oft nur schwer lesbar, oder fragmentarisch und unscharf eingesetzt. Sie sind nicht Informationsträger, wie wir das von Schriften her gewohnt sind, sondern dienen als typographisches Verbindungselement. Andrea Unterstraßers blockhafte Reihungen von Farbflächen und Strukturen erinnern an Architekturen, an städtische Häuserreihen, assoziieren Landschaften oder Anlagen. Hier formieren sich aber keine realen Bilder, es sind persönliche Erfahrungen, die den Betrachter eigene Bilder darin finden lassen. So wie kompositorisch Flächen zusammengebaut, miteinander vernetzt, gereiht und gelegt, verbunden und abgegrenzt werden, kann man durchaus auch glauben, an mit Werbetafeln und Plakatwänden versehenen Straßenzügen entlangzugehen. Eine interessante Form hier, ein Gedanke da, ein Ausdruck dort, und unmerklich kommt ein Bild zustande....



Die Künstlerin verarbeitet für ihre Collagen verschiedenste Materialien

Fotos: Loderer (2)



Andrea Unterstraßer diskutiert mit PresseClub-Gästen



Einen Besuch wert: Die Kunst im PresseClub

Fotos: Robert Auerbacher (2)



BayWa

„Vom Keller bis zum Dach: Mit der BayWa waren wir wirklich gut beraten.“

„Wer auf dem Weg in die eigenen vier Wände kein Abenteuer erleben will, braucht den richtigen Partner. Gut, dass wir uns entschlossen hatten, sämtliche Baustoffe von der BayWa zu beziehen. Denn schnell wurde klar, dass wir die Unterstützung der BayWa Fachberater viel dringender brauchten, als wir ursprünglich gedacht hatten. Sie halfen uns bei der Planung, berieten uns in Sachen Energieeffizienz und standen uns von der ersten Stunde bis zum Umzug zur Seite. So wurde unser Traum vom Eigenheim ein echter Volltreffer – einfach traumhaft!“ *Stefan Kommissari, Lauingen (Donau)*

Mehr Geschichten aus 90 Jahren BayWa finden Sie unter:
www.baywa.de/90jahre

Medien-Treffpunkt

Gäste im Internationalen PresseClub München



Nach dem Besuch von Kardinal Reinhard Marx herrscht im PresseClub traditionell Stammtisch-Atmosphäre bei Weißwürsten und Bier.



Udo Hahn (rechts) hat im PresseClub den Medientreff der Evangelischen Akademie Tutzing etabliert.



Wissenschaftsminister Dr. Wolfgang Heubisch zu aktuellen Themen.



Hans-Jochen Vogel und Helmut Markwort im politischen und persönlichen Gespräch.



Wohin steuert Ungarn? Eine Diskussionsrunde des Bayerischen Journalistenverbandes.



Staatsminister Markus Söder kommt immer wieder gern.



Prof. Dr. Dieter Engels (Präsident Bundesrechnungshof), Dr. Fischer-Heidelberger (Präsident Bayer. Oberster Rechnungshof) und Helmut Gierke (Vorstand PresseClub) im Gespräch über "200 Jahre Rechnungshof".



Wirtschaftsminister Martin Zeil informiert über die besonders positive Situation in Bayern.



Immer wieder gut besuchte Veranstaltungen im Club.



Staatsministerin Christine Haderthauer ist auch nach der Diskussion noch eine gefragte Interviewpartnerin.



Peter Schmalz im Wirtschaftsgespräch mit Bertram Brossardt, dem Hauptgeschäftsführer der Verbände der Bayerischen Wirtschaft vbw.



Dr. Peter Gauweiler (CSU) und Dr. Martin Runge (Grüne) diskutieren über die Situation in Europa.



Kerstin Tschuck (rechts) interviewt Uschi Glas, die unter anderem ihr Projekt brotZeit e.V. vorstellt.



Peer Steinbrück, SPD-Spitzenkandidat für die Bundestagswahl, und Christian Ude, Herausforderer von Ministerpräsident Horst Seehofer bei der Landtagswahl, stellten sich den Fragen der Journalisten. Auch Florian Pronold, Vorsitzender der Bayern-SPD, war der Termin wichtig.



Der Bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer im Gespräch mit Ruthart Tresselt.



Botschafter Wolfgang Ischinger stellt die Themenschwerpunkte der 49. Münchner Sicherheitskonferenz vor.



Besuch des Chinesischen Generalkonsuls Wang Shunging.



PresseClubforum zum Thema "Die Piraten - Chaotenpartei oder der Beginn einer neuen politischen Kultur?"



Heinrich von Pierer, Peter Schneider und Hans-Olaf Henkel (von rechts) über den Handel mit gebrauchter Software.

Medien-Treffpunkt

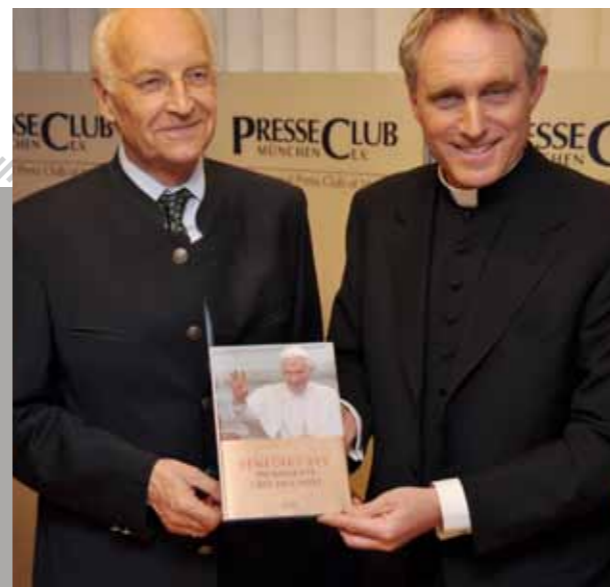
Gäste im Internationalen PresseClub München



Der engere Vorstand des Internationalen PresseClubs (von links): Peter Schmalz (stellv. Vorsitzender), Anita Bauer Dure' (stellv. Vorsitzende), Ruthart Tresselt (Vorsitzender) und Helmut Gierke (Schatzmeister).



Stabübergabe: Feierlicher Abschied von Jutta Steinhoff (der bisherigen dpa-Büroleiterin Bayern) - flankiert von ihrem Nachfolger Dr. Bernward Loheide (links) und dpa-Chefredakteur Wolfgang Büchner.



Erzbischof Dr. Georg Gänswein präsentiert zusammen mit Dr. Edmund Stoiber das Buch: "Benedikt XVI. - Prominente über den Papst".



Mitglieder des Bayerischen Journalistenverbandes (rechts der Vorsitzende Dr. Wolfgang Stöckel) sind immer wieder gern im Club



Flughafen-Chef Dr. Michael Kerkloh erläutert seine Wunschvorstellung von der 3. Startbahn.



Dr. Gabriele Weishäupl (rechts) beim PresseClubforum "200 Jahre Biergarten".



Hans Auracher (Mitte), Vorsitzender Landesinnungsverband für das Bayr. Elektrowerkzeug wird im Rahmen der Pressekonferenz "Landesvereinigung Bauwirtschaft" interviewt



Unter großem medialem Interesse wurde die Studie zu sexuellem Missbrauch im Kloster Ettal im PresseClub vorgestellt.



Gefragter Diskussionspartner ist der CSU-Fraktionsvorsitzende Georg Schmid.



Der Evangelische Landesbischof Heinrich Bedford-Strohm ist in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal im Club. Hier bei der Vorstellung seines Buches (zusammen mit seinem Sohn) "Wer's glaubt, wird selig".



Antrittsbesuch des neuen US-Generalkonsuls William Moeller - rechts Peter Schmalz.



Die Universität der Bundeswehr stellt sich vor - zweite von links: Präsidentin Prof. Merith Niehuss.

Kultusstaatssekretär Bernd Sibler (links) und der Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, Siegfried Schneider (im Internet surfend).



Ein gemeinsames Positionspapier zu Basel III stellen Theo Zellner (Sparkassenverband), Heinrich Traublinger (Handwerkskammern) und Erhard Gschrey (Genossenschaftsverband) vor.



Der Vorsitzende freut sich über den gemeinsamen Besuch von Charlotte Knobloch und Oberbürgermeister Christian Ude.



Wieder ein sogenannter Promi im Club - das Haus ist voll!



Schafft Deutschland seine Sprache ab? - Thema eines PresseClubforums mit (von rechts): Thomas Paulwitz (Herausgeber Deutsche Sprachwelt), Ruthart Tresselt, Manfred Weber (Europa-Abgeordneter) und Michael Skasa (Rundfunkjournalist).

Medien-Treffpunkt

Medizin und Forschung im Internationalen PresseClub München



Prof. Dr. Dr. Thomas R. Tölle, Präsident der Deutschen Schmerzgesellschaft, stellte am bundesweiten Aktionstag gegen Schmerz seinen Aktionsplan gegen Schmerz vor. Mit ihm diskutierten Prof. Dr. Shahnaz-Christina Azad, Dr. Claas Lahmann und Moderator Ruthart Tresselt.



München ist nicht nur Politik-, Wirtschafts-, Sport- und Kulturzentrum, sondern auch ein Zentrum für Wissenschaft, Forschung und Medizin.

Und so kommt es, dass immer mehr Persönlichkeiten aus diesen Bereichen den PresseClub als Informations- und Kommunikationszentrum entdecken.

So geht es beispielsweise dem früheren Benediktinermönch und Prior von Kloster Andechs, Anselm Bilgri,

darum, neuen Lebenswert unter anderem durch traditionelle spirituelle Formen und Erkenntnisse aus Philosophie und Psychologie zu gewinnen. Dr. h.c. Erich Lejeune stellte die Frage: „Ist Motivation eine Wissenschaft?“. Dr. Ulrich Randoll stellte seine Matrix-Rhythmus-Therapie vor. Über die Entwicklung neuer schonender operativer Verfahren in der Wirbelsäulen-Chirurgie und über Sinn und Unsinn von Operationen berichtete Prof. Dr. Rudolf Beisse.

Von den vielen medizinischen Themen können hier nur einige genannt werden. Prof. Dr. Jürgen Behr berichtete über Lungenkrankheiten und bei Prof. Dr. Thomas Tölle ging es vor allem um chronische Schmerzen und eine entsprechende Schmerztherapie. Auch für die nächsten Monate sind schon wieder einige medizinische Themen angesagt.

Ruthart Tresselt



Sinn und Unsinn von Rückenoperationen standen im Fokus des Gesprächs mit Prof. Dr. Rudolf Beisse. Der Chefarzt des Wirbelsäulenzentrums am Benedictus Krankenhaus Tutzing informierte über die Entwicklung neuer schonender operativer Verfahren.



BRK Landesgeschäftsführer Leonhard Stärk, Landesgeschäftsführer Thomas Klüpfel vom ASB und Verdi-Verhandlungsführer Dominik Schirmer stellten im PresseClub die Ziele und Möglichkeiten des neuen Arbeitgeberverbandes Rettungsdienst vor.



Jung bleiben, auch wenn man älter wird! Im Pressegespräch mit Ärztin Dr. Marianne Koch und Werner Buchberger vom BR sprach Ruthart Tresselt auch brisante Medizinthemen an.

Fotos: Johann Schwepfing



40 JAHRE HEILWASSER AUS DER CHRYSANTIQUELLE 1.618 METER TIEF, 70 GRAD HEISS & KERNGESUND

Bad Birnbach, das ländliche Bad im südlichen Niederbayern, feiert das ganze Jahr über den Geburtstag seiner einzigartigen Heilwasserquelle:

- 21. April** Auf den Spuren der Heiligen - Ein besonderer Rottaler Wanderführer
- 31. Mai** Bad Birnbacher Sommertheater
- 27. Juni** Bad Birnbacher Sommertheater
- 11. Juli** Bad Birnbacher Sommertheater
- 13. & 14. Juli** Chrysantifest rund um die Rottal Terme
- 21. Juli** Wassergottesdienst der Rottal Terme
- 3. August** Bad Birnbacher Sommertheater
- 20. September** Chrysanti-Festkonzert
- 21. September** 40 Jahre Chrysantiquelle - Festakt
- 29. September** Erntedankfest
- 19. Dezember** Großes Abschlusskonzert

SOMMERFRISCHE-AKTION IN DER ROTTAL TERME VOM 23.07. BIS 31.08.2013:
Baden von morgens bis abends ab 9,90 Euro! In diesem Zeitraum werden alle regulären 3,5- und 5-Stunden-Eintrittskarten automatisch zur Tageskarte verlängert.

T 0 85 63.96 30 40 · kurverwaltung@badbirnbach.de · www.badbirnbach.de

Medien-Treffpunkt

Gäste im Internationalen PresseClub München



Im Studio von münchen.tv: Chefredakteur Jörg van Hooven interviewt den PresseClub-Vorsitzenden über die Aktivitäten des Clubs und über die Zukunft der Medien und des Qualitätsjournalismus (links).



Bei besonderen Anlässen werden die Gäste bereits im Aufzug mit einem Glas Frankensekt begrüßt. Hier machen Geschäftsführerin Angelica Fuss und Vorsitzender Ruthart Tresselt die Vorkoster (wegen der richtigen Temperatur...).

Landtagspräsidentin Barbara Stamm, Dr. Elfriede SchieBleder (Vors. Kath. Frauenbund Bayern) und Monika Heiß (ebenfalls Frauenbund) fordern eine stärkere Anerkennung des Ehrenamtes.



Fotos: Johann Schwepfänger (3)

So sieht uns der PresseClub.

Wir danken dem PresseClub für die gute Zusammenarbeit:

Ihr die Politik – Wir das Bier,

die Weißwürst, die Brezn, die Schimknlitz, dem Exporter, das Mineralwasser, die Weißwürst, die Brezn, die Schimknlitz, dem Exporter, das Mineralwasser und...

Restaurant Cafe Am Marienplatz

So sehen wir den PresseClub. (vor den Sitzungen)

Die erste Adresse für Weißwürst - 1857
ehemals »Zum Ewigen Licht«
Erhellendes dazu finden Sie auf unserer Speisekarte.

Café Bistro Restaurant
Marienplatz 22
80331 München
Tel. 809 - 23 88 66 96

Pressemitteilung

Ärzte stehen Journalisten Rede und Antwort

Johannesbad Ärzte fördern Austausch über Gesundheitsthemen

Fachzeitschriften rund um die Themen Prävention und Gesundheitsförderung bemühen sich, ihre Zielgruppen umfassend und verständlich zu informieren. Doch oft fehlt den Redakteuren bei Fachfragen ein direkter Kontakt zu entsprechend erfahrenen Ärzten. Hier kommt Abhilfe! Mediziner der Johannesbad Unternehmensgruppe beantworten ab jetzt Redakteuren medizinische Fragen zu Prävention und Rehabilitation - schnell, ausführlich und kompetent.

Die Johannesbad Unternehmensgruppe mit dem Mutterhaus in Bad Füssing kümmert sich seit Jahrzehnten an mittlerweile zehn deutschen und österreichischen Standorten um Menschen, die wieder ins gesundheitliche Gleichgewicht kommen wollen. Das Spektrum der Fachbereiche in der Rehabilitation und Prävention reicht von Orthopädie, Urologie, Psychosomatik über Sucht und komplementäre Medizin wie zum Beispiel Traditionelle Chinesische Medizin sowie Osteopathie bis hin zu Medical Fitness und Medical Wellness.

„Unzählige Gespräche mit unseren Patienten weisen uns immer wieder darauf hin, dass immenser Informationsbedarf zu medizinischen Behandlungen besteht. Und uns Ärzte kostet es ungeheuer viel Zeit, Fehlinformationen zu bereinigen“, so Dr. med. Johannes Zwick, Aufsichtsratsvorsitzender der Johannesbad Unternehmensgruppe. Deshalb hat sich die Johannesbad Gruppe entschlossen, einen völlig neuen Weg einzuschlagen: Sie bietet ab jetzt Fachredakteuren hoch qualifizierte, medizinische Ansprechpartner zu allen Reha- und Präventionsthemen in ihren Fachbereichen. „Auch wir Ärzte profitieren von gut informierten Patienten“, so Dr. med. Zwick, „das hilft beiden Seiten bei unseren täglichen, ausführlichen Patienten-Arzt-Gesprächen.“

Den Johannesbad Medizinern geht es um objektive Informationsvermittlung. Redakteure sollen medizinische Informationen aus erster Hand erhalten. Es soll außerdem ermöglicht werden, bei Bedarf Patienten zu finden, um ihre Sichtweise darzustellen. Der Johannesbad Medizinerkreis will Fachredakteure zudem dabei unterstützen, valide Daten zu beschaffen - etwa Informationen zu Diagnosen und ihren möglichen Therapien. „Wir wissen, dass Redakteure unter hohem Zeitdruck stehen, Informationen zu beschaffen“, so Dr. med. Zwick, „deshalb wollen wir als medizinische Spezialisten Fachjournalisten gezielt beraten.“

Vermittlung von medizinischen Spezialisten als Ansprechpartner für Journalisten:

Felix Dorn - Marketingleiter Johannesbad Unternehmensgruppe
Tel. +49 (0) 1 70 4 59 20 30 · felix.dorn@johannesbad.de · www.johannesbad.de/presse

An zehn Standorten in Deutschland und Österreich betreibt die Johannesbad Unternehmensgruppe Fachkliniken und Gesundheitszentren, eine Therme, Hotels und zwei medizinische Fachschulen. Die Gruppe beschäftigt rund 2000 Mitarbeiter. Das Mutterhaus der Johannesbad Unternehmensgruppe befindet sich im bayerischen Bad Füssing. Das Jovitalis, angeschlossen an die zweifach zertifizierte Johannesbad Fachklinik Bad Füssing mit mehreren medizinischen Fachgebieten und 25 Ärzten, verfügt über Deutschlands größte Therme sowie eine staatlich anerkannte Heilquelle und ist ein einzigartiges Gesundheitszentrum. 2012 bestätigte das Institut für Wasserchemie und chemische Balneologie der TU München erneut, dass die Johannesbad Therme Bad Füssing über eines der am höchsten konzentrierten Heilwasser in Deutschland verfügt.



Die Farbe der Lebensmittelhersteller

Grün nein, grüner ja? Volker Gaßner (Greenpeace) und Matthias Biebl (Danone) diskutierten beim PR-Talk im Presseclub München über Perspektiven für verbesserten Umweltschutz und nachhaltigeres Wirtschaften.

VON BIRGIT GRABMÜLLER

Kann ein Lebensmittelkonzern „grün“ sein? Eine spannende Frage, der sich im zweiten PR-Talk Volker Gaßner, Teamleiter Presse, Recherche und Neue Medien bei Greenpeace, und Matthias Biebl, Mitglied der Geschäftsleitung von Danone Deutschland, stellten. Viele Verbraucher würden sicherlich lieber „grüne“ Lebensmittel essen, wenn sie wüssten, was genau sich für gewöhnlich auf ihren Tellern befindet. Umweltschützer kämpfen ohnehin unermüdlich für das Ziel, Lebensmittelhersteller und andere Betriebe „grüner“ zu machen. Unternehmen haben jedoch auch berechnete wirtschaftliche Interessen: Umweltschutz und Nachhaltigkeit gibt's nicht zum Nulltarif – und am Ende des Tages muss sich jede Investition auch lohnen. Wie eine Umweltschutz-Organisation wie Greenpeace mit Einfallsreichtum und viel Ausdauer langsam, aber sicher Bewegung in einen ganzen Markt bringen kann, zeigte Volker Gaßner am Beispiel Müllermilch. Müller hatte Milch verarbeitet, die von Kühen stammte, die wiederum mit gentechnisch veränderten Futtermitteln gefüttert worden waren. Damit stand das Unternehmen bei weitem nicht alleine da; Müller war jedoch groß und bekannt genug, um den Markt auch tatsächlich zu verändern – und war damit ein interessanter Gegenpart für Greenpeace. Das Angebot, in den Dialog zu gehen und gemeinsam nach Lösungen zu suchen, schlug Müller allerdings aus; und so startete Greenpeace die Kampagne „Müller-Milch = Gen-Milch“.

MÜLLER-MILCH SCHLUG DEN DIALOG AUS

Es folgten unter anderem Projektionen auf ein Konzern-Gebäude, Regal-Entleerungen in Supermärkten und die Verteilung von Bio-Produkten an die Angestellten von Müller. Unternehmenschef Theo

Müller war „not amused“, griff, so Gaßner, Greenpeace-Aktivisten und einen Journalisten tätlich an und fand sich anschließend in den Medien wieder. Das Unternehmen selbst beklagte daraufhin Umsatz- und Image-Einbußen und verlor obendrein fünf Gerichtsverfahren. Ein weiterer Effekt der Kampagne: Greenpeace konnte in dieser Zeit mit vielen weiteren Unternehmen hinter den Kulissen sehr konstruktive Gespräche zum Thema genetisch verändertes Tierfutter führen und Überzeugungsarbeit leisten – offenbar war die negative Publicity, die Müller auf sich gezogen hatte, ein derart abschreckendes Beispiel, dass die anderen freiwillig an sich arbeiten wollten, um eine öffentliche Auseinandersetzung mit Greenpeace zu verhindern. Ob genmanipulierte Futter- und Lebensmittel in erster Linie den Gewinn der Hersteller maximieren sollen und zudem schädlich sind, da nach vier Jahren vermehrt Pestizide eingesetzt werden müssen, oder ob sie eine Chance darstellen, der globalen Nahrungsmittelknappheit zu begegnen, ließ sich in der Kürze der Diskussion nicht für alle zufriedenstellend klären. Deutlich wurde jedoch, dass komplexe Themen meist sehr zugespitzt kommuniziert werden, um die Menschen zu bewegen. Und hier herrsche eine gewisse Waffen-Ungleichheit, stellte Matthias Biebl fest: Während NGOs sehr erfolgreich mit Zuspitzungen arbeiten, seien Unternehmen gehalten, differenziert und damit medien-untauglich zu formulieren und gerieten öffentlich so schnell in Erklärungsnot. „Nein, ein Lebensmittelhersteller kann nicht ‚grün‘ sein“ – so die Eingangsthese von Matthias Biebl. „Grüner“ zu werden sei ein kontinuierlicher Prozess, mit dem man sich ständig auseinandersetzen

Kritisch nachgefragt: Greenpeace-Mann Volker Gaßner (re) stellt Matthias Biebl (li), Mitglied der Geschäftsleitung von Danone Deutschland, auf den Prüfstand. Organisator Perry Reisewitz moderiert.

Fotos: Compass Communications

müsse; es gebe keinen Endpunkt, an dem alle Hausaufgaben gemacht seien und man sich ausruhen könne. Dass Danone bereits einige Hausaufgaben erledigt hat, freute den Greenpeace-Mann. So ist das Thema Nachhaltigkeit in den Zielvereinbarungen für alle Mitarbeiter heute fest verankert und Teil des Unternehmensleitbilds. Zudem werden Landwirte belohnt, die freiwillig bestimmte von Danone aufgestellte Nachhaltigkeits-Ziele einhalten. „Wir haben allerdings noch viele Baustellen, an denen wir arbeiten müssen“, gab sich Matthias Biebl selbstkritisch.

ES IST GUT, WENN NGOS AUF DEFIZITE HINWEISEN

Auch sonst war keine ernsthafte Rivalität zwischen den beiden diskutierenden Parteien zu erkennen. „Gerade in Zeiten globaler Beschaffung kann es immer passieren, dass man einen Aspekt übersieht“, räumte Matthias Biebl ein. „Da ist es gut, dass es NGOs gibt, die einen darauf hinweisen.“ Die Frage sei, wie man damit umgehe – ob man den Hinweis einfach ignoriere oder mit der Organisation in den Dialog gehe.



Grün nicht, grüner schon – für Matthias Biebl ist Danone auf einem guten Weg.

Sei es, um zukunftsfähig zu sein, sei es, weil die Unternehmenskultur es vorgibt oder weil die NGOs die Themen in den Köpfen so präsent gemacht haben, dass sie zum „Common Sense“ wurden: Unternehmen, die von sich aus in Umweltschutz und Nachhaltigkeit investieren und dialogbereit sind, befinden sich auf einem guten Weg und Unternehmen tun gut daran, ihre Öffentlichkeit im Blick zu halten. So betonte Volker Gaßner: „Die Verbraucher sind ein Korrektiv, das schnell erkennt, ob ein Unternehmen in seinen Aussagen glaubwürdig ist – und das gegebenenfalls über Social Media ebenso schnell mit Massenprotesten reagieren kann. Es sind also echte Bemühungen gefragt, die Produkte und auch die Produktionsbedingungen zu verbessern – nur darüber zu reden oder gar die Menschen täuschen zu wollen kann sich heute keiner mehr leisten.“

SCHWIERIGE LAGE: PREISDRUCK VOM VERBRAUCHER UND FORDERUNGEN VON DEN NGOS

Die Existenz von Unternehmen sichert das, wie Beispiele aus der Lebensmittelbranche zeigen, jedoch nicht zwingend. Denn viele Verbraucher sind nicht bereit, die Mehrkosten für bessere Lebensmittel mit zu tragen. Billig bleibt attraktiv – ein Druck von Verbraucherseite, dem sich Hersteller wie Danone nicht verschließen können. Wer als Produzent allerdings bei Umweltschutz und Nachhaltigkeit kein Interesse zeigt, für den haben Organisationen wie Greenpeace sicherlich weitere öffentlichkeitswirksame Kampagnen-Ideen auf Lager. ■

Sei es, um zukunftsfähig zu sein, sei es, weil die Unternehmenskultur es vorgibt oder weil die NGOs die Themen in den Köpfen so präsent gemacht haben, dass sie zum „Common Sense“ wurden: Unternehmen, die von sich aus in Umweltschutz und Nachhaltigkeit investieren und dialogbereit sind, befinden sich auf einem guten Weg und Unternehmen tun gut daran, ihre Öffentlichkeit im



PR – Der Talk – die Veranstaltungsreihe
 Spitzenmanager gewähren Einblicke in Themen und Inhalte, die Unternehmen und Märkte bewegen. Interessierte Vertreter aus Ökonomie, Ökologie und Politik, Journalisten, Pressesprecher und PR-Verantwortliche sowie die Mitglieder des PresseClubs sind herzlich eingeladen, wenn Experten aus den Führungsetagen über aktuelle ökonomische Entwicklungen und Probleme diskutieren.

PR – Der Talk ist eine gemeinsame Veranstaltung von Dr. Perry Reisewitz (Compass Communications GmbH; www.compass-communications.de) und dem Internationalen Presseclub München (www.presseclub-muenchen.de).

Stimmen zum PresseClub München

DIETER HANITZSCH
 KARIKATURIST, JOURNALIST, BUCHAUTOR

|| Zu loben ist vor allem die Kontinuität dieser Münchner Institution, die bayerische Liberalität für den Journalismus hochhält. Der PresseClub München ist eine anerkannte Plattform für die profiliertesten Journalisten nicht nur Münchens und bietet zugleich den offenen Austausch mit ebenso profilierten Vertretern der Politik – eben das Mediennetzwerk nicht nur in Bayern, sondern darüber hinaus in Deutschland und Europa, wie der PresseClub München sich selbst sieht. ||



Foto: Ruthart Tresselt



Der langjährige Radioprofi Lothar Brandmeier in seinem kleinen Studio "Radio Thermenland" in Bad Birnbach.

Foto: Ruthart Tresselt

„Was haben wir falsch gemacht?“, fragen sich die etablierten Heimat-Medien. War unsere „Grundversorger-Suppe“ zu dünn? Holen wir den Zuseher nicht mehr vor seiner Haustüre ab? Sicher ist hier ein wenig Wahrheit, denn wenn im Blätterwald die Regionalbüros abgeholt werden, dann wird's schwierig mit der Leserbindung. Lokalradios in Bayern verzichten schon lange auf eigene Nachrichtenredaktionen. Sie haben dafür eine Agentur gegründet. Die erledigt den Job für alle da draußen. Sitz ist in München.

Der eigentliche Grund für diese Bürgerbewegung ist ein neues Phänomen, das erst die rasante Entwicklung bei Software und Multimedia ermöglicht hat: Sie machen es, weil es machbar ist! Selbst Kinofilme in 3D und mit aufwändigen SFX-Effekten entstehen. Und zwar in einer Qualität, die hochsubventionierte Filmhochschüler und förder-verwöhnte Produzenten sehr nachdenklich macht.

„Camgaroo-Award“ nennt sich das größte deutschsprachige Filmfestival für „Non-Profit-Filmer“, das sind in der Mehrzahl junge Leute, die die Bezeichnung „Amateure“ nicht verdienen. Gabriele Lechner, eine engagierte Verlegerin aus dem Allgäu hat vor 12 Jahren damit begonnen im eigenen Videofachblatt namens „Camgaroo“ Leserfilme vorzustellen. Daraus ist ein Hype mit jährlich über 1000 Einsendungen in allen Sparten geworden: Spielfilme, Dokus, Thriller, Musik-Videos oder Heimat-Comedy. Gedreht wird vor der eigenen Haustür. Lechner sagt: „Das ist ja erst der Anfang, ich plane einen eigenen Indy-Channel mit unseren selbstgemachten Produktionen.“

Es sind auch schon einige unserer Filme mit großem Erfolg in regionalen Kinos gezeigt worden.“ Und einen Titel für dieses Genre hat Frau Lechner mit dem schwäbischen Zungenschlag auch schon: „New Culture – Filme“.

Die „Tagesschau“ hat auf diese Trends vor wenigen Wochen als erstes reagiert: Kai Gniffke, der Chefredakteur, lässt seine Reporter jetzt mit ihren iPhones filmen. Das soll sogar wackelige Live-Schalten ermöglichen. „Damit sind wir einfach schneller vor Ort“, sagt der Chef der Nachrichten-Institution. Nur: wenn die öffentlich-rechtlichen Smartphones „vor Ort“ in die Höhe gehalten werden, dann ist der freundliche Nachbar um die Ecke schon längst auf Sendung gegangen. ■

Heimweh zum Mitmachen

Neue Medien für den Nahbereich

VON UWE BRÜCKNER

Es passiert gleich um die nächste Ecke: Bürger machen Fernsehen, Vereine machen Zeitung, Schüler machen Kino und wer nichts macht, der bloggt. Das Ehrenamt ist nicht tot. Es lebt, aber nur eben anders: Der mediale Dienst am Mitbürger wird mit viel Energie und offensichtlichem Spass vorangetrieben. Noch ohne kommerziellen Hintergrund und ohne den makellosen Schliff einer „Corporate Identity“. Dafür mit kleinen Schönheitsfehlern, was man von Amateuren und Hobbyisten ja auch erwarten kann. Gottseidank, sagen die Nutzer, denn das macht die Botschaften aus der Nachbarschaft so glaubwürdig.

Zum Beispiel der Bürgersender „EBE-TV“. Gutes Branding, schließlich signalisieren Autokennzeichen: wir sind von hier. Ein Drei-Personen-Haushalt macht WebTV: Der Landkreis Ebersberg stellt sich in vielen Facetten dar, vom Schäfflertanz bis zur Demografischen Entwicklung im Sendegebiet. Man leistet sich, wie selbstverständlich Untertitel: der Kommentartext für alle lesbar ist in Deutsch. Nicht alles ist dort selbst gefilmt: viel Material kommt von Vereinen und Veranstaltern.

Ähnlich sieht der Blick ins „pafnet-tv“ aus. Zwar sind die aktuellsten Videoberichte schon einige Wochen her, aber die Nachrichten mit vielen Fotos sind tagesaktuell.

Haben sogar Wetterbericht und ein Kinomagazin aus dem örtlichen Cine-Tempel. Der junge Sender besitzt sogar ein Funkmikro. Und noch eine Besonderheit: er hat die Sendelizenz der Bayerischen Landeszentrale. Solche Lizenzen haben RTL oder Sat.1. Aber auch der Internetsender aus Pfaffenhofen, weil er nicht ausschließen will, daß zeitgleich mehr als 500 Leute reinzappen. Oder der Lokalmatador Lothar Brandmeier (58). Er ist Hotelier und Gemeinderat in Bad Birnbach. Seit fast zwei Jahren betreibt der ehemalige DJ, langjährige Radioprofi und gelernte Hotelkaufmann die Welle „Radio Thermenland“. Bei jährlich über zwei Millionen Übernachtungen im Bäderdreieck ist der Hobby-Moderator mit seinen launigen Talks und der Oldiemusik auch über Handy, Telefon und WLAN-TV zu Hören.

Wenn die öffentlich-rechtlichen Smartphones „vor Ort“ in die Höhe gehalten werden, dann ist der freundliche Nachbar um die Ecke schon längst auf Sendung gegangen.

RegerHof Welfenstraße 20–24



Vielzahl in ihrer nachhaltigsten Form

PRINZ 78 Prinzregentenstraße 78, Neherstraße 9



Moderne an traditionsreichem Standort

Bayerische Hausbau Ihr Büro – unsere Vielfalt

RegerHof

Erfolgreich arbeiten mit
Wohlfühlfaktor

- Ideale Lage in Au | Haidhausen
- Individuell aufteilbare Büroflächen von 200 m² bis 8.500 m², modern ausgestattet und lichtdurchflutet
- Nahversorgungskonzept mit rund 2.800 m² Einzelhandelsfläche im RegerHof, bereits vollständig vermietet
- Kostenersparnis durch energieeffiziente Bauweise (DGNB Vorzertifikat in Silber)
- Neubau, provisionsfrei, Bezug kurzfristig möglich

PRINZ 78

Traditionsreicher Standort mit
glänzenden Aussichten

- Begehrte Adresse im Herzen Bogenhausens
- Niveauvolles Umfeld mit Friedensengel, Villa Stuck, Prinzregenten-Theater, Feinkost Käfer
- Blickfang: Fassadengestaltung mit Glaskubus und Designelementen
- Helle und variable Räume mit zeitgemäßer Ausstattung
- Flexibel aufteilbare Flächen für Büro, Praxis, Kanzlei oder Agentur ab 348 m²
- Provisionsfrei, Bezug kurzfristig möglich

Keine Angst vor der Zukunft!?

Der Umbruch und die drastische Stellenreduzierung in den klassischen Printmedien machen die Förderung qualifizierten journalistischen Nachwuchses um so sehr mehr notwendig: Qualitätsjournalismus von morgen erfordert heute engagierten Nachwuchs! Deshalb fördert der PresseClub München junge Talente mit seinem Mentorinprojekt, den angestrebten Berufswunsch Journalismus zu realisieren.

VON GÜNTHER ELIA TREPPNER

NACHWUCHSJOURNALISTEN UNTER DRUCK

Düsteren Zeiten scheint der journalistische Nachwuchs entgegen zu blicken: 2012 war ein Jahr der erschreckend schlechten Nachrichten aus der Medienbranche. Die Insolvenzen von dapd, Financial Times Deutschland, Frankfurter Rundschau oder radikale Stellenstreichungen wie bei der Augsburger Allgemeinen ließen schnell vom Aussterben der Printmedien sprechen. Die Aussichten auf eine sichere Festanstellung in einer Redaktion schwinden zunehmend, Arbeitsbedingungen als freier Journalist am Rande der Selbstausbeutung scheinen inzwischen der Preis für den Traumberuf Journalismus zu sein.

Die 15 Teilnehmer des PresseClub-Mentoringprojekts 2012/13 wissen um die schlechter werdenden Perspektiven, kennen bereits die Situation, als Praktikant für geleistete Arbeit schlecht oder gar nicht entlohnt zu werden. Dennoch halten sie bewundernswert an ihrem Idealismus und ihrer Begeisterung für den Journalismus fest, suchen nach möglichen Lösungen wie z.B. einem zweiten Standbein, einem „Plan B“, um das journalistische Dasein doch noch finanzieren zu können. „Dann mach ich halt nebenbei PR!“, scheint eine der sich bietenden Möglichkeiten zu sein, wohl wissend, dass gute PR-Texte oft bei weitem besser bezahlt werden als aufwendig recherchierte Artikel.



Bewerbungstraining mit Journalist und Personalberater Gunther Schnatmann: Strenge Befragung beim simulierten Bewerbungsgespräch, das per Video aufgezeichnet und anschließend analysiert wurde.



Karin Below (ganz rechts im Bild) führte die Mentees durch die Räume der Journalistenschule im Gebäude der Süddeutschen Zeitung.



Online-Experte Dirk von Gehlen (Bild mitte) forderte beim Redaktionsbesuch in der SZ die Nachwuchsjournalisten auf, die Möglichkeiten des Internets für sich zu nutzen.

Bei gemeinsamen Diskussionsrunden von Mentees und Mentoren wurde z.B. über die Zukunftsaussichten von Nachwuchsjournalisten oder eine mögliche Frauenquote im Medienbereich debattiert, aber auch nur einfach bei einem Glas Wein geplaudert...



„Verhörtraining“ mit Josef Wilfing, der über 20 Jahre Leiter Münchner Mordkommission war. Kaum ein anderer weiß besser, wie man Menschen zum Reden und die Wahrheit ans Licht bringt.



QUALIFIZIERTEN NACHWUCHS FÖRDERN

Wie auch immer die Medienlandschaft sich verändern wird, Qualitätsjournalismus darf kein Nischenprodukt werden! Begabter und engagierter Nachwuchs darf nicht durch Ignoranz und falschem Sparzwang der Medienunternehmen in andere Berufe abwandern! Die Medienunternehmen sägen so auf dem Ast, auf dem sie sitzen.

Damit junge Talente dem Journalismus nicht verloren gehen, kümmert sich das Mentoringprojekt des PresseClubs in Zusammenarbeit mit dem NJB (Nachwuchsjournalisten in Bayern) um Studentinnen, die schon erste Erfahrungen im Medienbereich gesammelt und eine ungefähre Vorstellung haben, wohin die eigene journalistische Reise gehen soll. Ihnen wird für ein Jahr ein erfahrener Kollege aus Print, Hörfunk oder Fernsehen als Mentor – passend zum angegebenen Berufsziel – zur Seite gestellt, der mit Tipps und Ratschlägen den eingeschlagenen Berufsweg unter-

stützen soll. Begleitend organisiert der PresseClub ein Fortbildungsprogramm. Im Laufe des Mentoringjahrgang 2012/13 waren es insgesamt 18 Veranstaltungen, bestehend aus u.a. einem Bewerbungstraining, einem Interviewseminar, einem Foto(bearbeitungs)- und ein Improvisationstheater-Workshop, Kameratrainings, Diskussionsrunden und Redaktionsbesuche. Ein Workshop beschäftigte sich einen Tag damit, die Mentees auf eine spätere Selbständigkeit als freier Journalist vorzubereiten.

NETZWERKE AUFBAUEN

Neben fachlicher Qualifikation und Spezialisierung ist ein nicht zu unterschätzender Grundpfeiler des Erfolgs im Einstieg in den Journalismus, sich ein eigenes Netzwerk aufzubauen und während der Praktika in den Redaktionen Kontakte zu knüpfen. Deshalb fordert der Club die jungen KollegInnen des Mentoringprojekts auch dazu auf, das große Netzwerk des PresseClubs zu nutzen. >

Fotos: Elia Treppner



Worauf kommt es an, wenn ich mich als Journalist selbständig mache? Workshop mit Sibylla Machens, u.a. PresseClub-Vorstand und Dozentin an der DJJ.



Redaktionsleiter Max Stocker (Bild mitte) führte durch die Redaktionsräume von B5 aktuell. „Nachrichten im Viertelstundentakt“ heißt der Slogan des preisgekrönten Radioformats, produziert von über 80 Redakteuren im Schichtbetrieb.



Der Wilde Kaiser wachte mit seiner traumhaften Kulisse über das arbeitsreiche Fortbildungswochenende des Mentoringprogramms in Kitzbühel.



Maria Hauser, Geschäftsführerin des Bio-Hotels Stanglwirt, und Marcel Brunnthaler, Hansmann_PR, stellen das neue PR-Konzept „Daheim ... beim Stanglwirt“ vor, das die Qualitäten des Hauses jenseits des Image vom „Promi-Wirt“ herausstellen soll.

Die Mentoren und Coaches des Clubs helfen, die vielfach vorhandenen Hemmungen, offen und nachdrücklich auf fremde Menschen zuzugehen, zu überwinden.

„JOURNALISMUS IST KEIN BERUF, SONDERN EINE LEBENSEINSTELLUNG“

In den Diskussionen mit den Mentoren klingt immer wieder an, wie wichtig es sei, sich die Leidenschaft für das, was man tut, zu bewahren. Der Erfolg, so die einhellige Meinung, werde sich dann fast von selbst einstellen. Kraft gebe auch, dass man für etwas eintritt, was „größer ist als man selbst“. Das helfe, Existenzängste und Hindernisse zu überwinden: „Journalismus ist kein Beruf, sondern eine Lebenseinstellung.“

Für den journalistischen Nachwuchs wird es darum gehen, die Veränderungen der Medienlandschaft durch das Internet nicht als Krise, sondern als Chance und Möglichkeit zu sehen. So forderte Dirk von Gehlen unsere Mentees bei ihrem Redaktionsbesuch in der SZ dazu auf, das Medium Internet mehr für sich zu nutzen, auch und besonders zur Selbstdarstellung. So zeige z.B. die Auseinandersetzung zwischen Marina Weisband von der Piratenpartei mit der SPIEGEL-Autorin Merlind Theile um angeblich nicht autorisierte Zitate, dass die Person des Journalisten durch das interaktive Internet mehr und mehr ins Rampenlicht rücken werde. Ein eigener Twitter-Account wird in Zukunft unabdingbar zum Handwerkszeug des Journalisten gehören. Der Online-Experte der Süddeutschen Zeitung macht Mut, der Krise nicht mit Pessimismus, sondern mit Lust und Gestaltungswillen zu begegnen und mit den neuen Möglichkeiten des Journalismus zu experimentieren. Nicht Existenzangst, sondern Abenteuerlust und Pioniergeist sind gefragt.

Fotos: Elia Treppner

Mentorin Claudia von Brauchitsch (Sky, links im Bild) bei Ihrem Moderations-training.



Lernen im Luxushotel: Das Mentoringprojekt des PresseClubs zu Gast bei Familie Hauser im Bio-Hotel Stanglwirt bei Kitzbühel.

Training vor der Kamera.

Was tun, wenn man vor laufender Kamera „auf dem linken Fuss“ erwischt wird? Journalistin Bettina Dobe führte durch einen Improvisationstheater-Workshop, der die Fähigkeit zu improvisieren und Geschichten zu erzählen, stärkte und helfen sollte, die Angst vor Blamagen, zu überwinden.

DER PRESSECLUB MÜNCHEN DANKT ALLEN, DIE DAS MENTORINGPROJEKT UNTERSTÜTZEN, BESONDERS DER BAYERISCHEN HAUSBAU, DIE SEIT JAHREN DAS PROJEKT BEGLEITET. DANK GEHT AUCH AN DIE HANNS-SEIDEL-STIFTUNG, AN MÜNCHEN.TV, DEM AUSBILDUNGSKANAL AFK M94.5, AN HANNSMANN-PR UND DEM BIOHOTEL STANGLWIRT BEI KITZBÜHEL. LEITUNG UND ANSPRECHPARTNER: GÜNTHER ELIA TREPPNER, STV. GESCHÄFTSFÜHRER PRESSECLUB MÜNCHEN E.V., www.presseclub-muenchen.de/mentoring



Die Mentees auf der Hochalm des Stanglwirts.

akadem!e

der bayerischen presse

Videoreporter? Fernsehmoderation? Online-Journalismus?

Mobile Publishing? Kreatives Schreiben?

Unternehmenskommunikation? Inhouse-Schulung?

Über 250 Workshops, Kurse und Seminare für journalistische Einsteiger und Profis. Das Akademie-Programm 2013 ganz einfach zu buchen im Web:

www.a-b-p.de

Akademie der Bayerischen Presse
Rosenheimer Straße 145 c · 81671 München
Tel.: 089 499 99 20

Do you like it? <http://www.facebook.com/Akademie.der.Bayerischen.Presse>

10 Jahre „Forum Deutscher Presseclubs“

Jahrestagung im Gründungsort Frankfurt am Main.

VON HELMUT GIERKE

2002 entstand im Frankfurter Presseclub (FPC) die Idee eines bundesweiten Zusammenschlusses der örtlichen deutschen Presseclubs. 2003 fand dann in Regensburg die erste Arbeitstagung des „Forums Deutscher Presseclubs“ statt. Aus Anlass des 10-jährigen Jubiläums kamen die Forummitglieder heuer vom 17.-19. Mai nach Frankfurt – zeitgleich und im selben Tagungsgebäude mit dem Jahrestreffen der Föderation Europäischer Presseclubs.

Vertreter von 13 bundesdeutschen Presseclubs diskutierten in den neuen Räumen des FPC im Westend Frankfurts über Themen wie: Zusammenarbeit der Clubs, gemeinsamer Internetauftritt, Verabschiedung von Resolutionen sowie Mitgliederwerbung und Finanzierung von Presseclubs.

ARBEITSBERICHTE AUS DEN EINZELNEN CLUBS

Auch das Jubiläumstreffen begann mit Lageberichten aus den anwesenden Clubs: Was gibt es Neues, welche Arbeitsschwerpunkte haben sich gegenüber dem Vorjahr ergeben oder geändert, welche regelmäßigen Veranstaltungen und Sonderveranstaltungen (wie Tag der Pressefreiheit) wurden angeboten oder sind geplant, wie schaut's aus mit den Mitgliederzahlen und den Finanzen – Erfahrungsaustausch eben, ein wichtiger Motor für das Forum.

VON XING ZU FACEBOOK

Eine ausführliche Diskussion widmete sich dem Thema Internetauftritt des Forums. Schon 2009 war Social Media ein Tagesordnungspunkt der Forumstagung in Nürnberg und 2010



Seit Februar vergangenen Jahres residiert der Frankfurter PresseClub im Westend der Stadt in der Ulmenstrasse / Ecke Kettenhofweg. Das Livingston'sche Pferdepalais, im Volksmund „Pferdestall“, wurde von April 2011 bis Februar 2012 saniert und beherbergt neben dem PresseClub das Restaurant „Herr Franz“.

beschäftigten sich die Tagungsteilnehmer unter dem Thema „Strategie für bessere Social Media – ihr Nutzen und ihre Anwendbarkeit“ mit Facebook und youtube.

2012 in Frankfurt beschlossen die anwesenden Clubvorstände, das bisherige XING-Profil aufzulösen und den Forumsauftritt bei facebook zu gestalten. Federführend und koordinierend sind hier die Presseclubs Frankfurt und Ostwestfalen-Lippe (OWL).

Mit einem inzwischen erstellten Positionspapier hat Dr. Reinhard Schwarz (Bielefeld) Vorschläge zur Facebook-Kommunikation zusammengestellt, die auf der diesjährigen Sitzung des Forums in Regensburg konkretisiert und verabschiedet werden (ein Bericht über dieses Treffen folgt im PresseClub Magazin 18/2014).

Vorgesehen sind ein geschlossener Bereich zur Förderung der Kommunikation zwischen den einzelnen Presseclubs sowie ein offener Bereich zur Präsentation des Forums und der Presseclubs in der Öffentlichkeit.

Fotos: Johann Schwepfing



Im Innenhof des neuen Domizils des Frankfurter Presseclubs an der Ulmenstrasse 20 stellten sich den Fotografen: Mitglieder des Forums Deutscher Presseclubs und der Föderation Europäischer Presseclubs. Zwar tagten beide Institutionen für sich in getrennten Räumen, in den Pausen und im Rahmenprogramm gab es jedoch ausreichend Gelegenheit zu Gesprächen zwischen den Teilnehmern aus Deutschland und den europäischen Städten wie Paris, London, Lissabon, Warschau oder Wien.

KEINE RESOLUTIONEN

Das Forum Deutscher Presseclubs haben sich seine Gründer 2002 als Arbeitskreis sowie Informations- und Kommunikationsplattform für Presseclubs aus ganz Deutschland vorgestellt, wobei allenfalls Handlungsempfehlungen erstellt werden. Einen Dachverband mit eigener Satzung wollte man nicht gründen. Auf der Jahrestagung 2005 in Köln haben die Mitglieder sich dezidiert auf diese Selbstverständnis geeinigt.

Dies bedeutet aber auch, dass das Forum keine Resolutionen verabschiedet und sich z.B. nicht zu standesrechtlichen Fragen äußert. Das bleibt den einzelnen Clubs vorbehalten. Dies haben die Tagungsteilnehmer in Frankfurt jetzt nochmals bestätigt.



Die Mitgliederversammlung hatte neben den Arbeitsthemen auch ein Besichtigungsprogramm vorgesehen, das jedoch wegen der Aktivitäten der Blockupy-Bewegung kurzfristig geändert werden musste. So fiel auch der Empfang der Stadt Frankfurt im Kaisersaal des Römers aus und wurde in die Fasanerie im Stadtwaldhaus verlegt. Eine Besichtigung des Hessischen Rundfunks und seiner Studios jedoch konnte wie geplant durchgeführt werden.

Die Mitglieder des Forums Deutscher Presseclubs

Mit 22 sind zwei Drittel aller deutschen Presseclubs im Forum verbunden; dieses Netzwerk repräsentiert rd. 4000 aktive und ehemalige Redakteure, Journalisten, Korrespondenten, Fotoreporter, PR-Profis und sonstige Öffentlichkeitsarbeiter

- Presseclub Augsburg e.V. ○ ○ ○ ○ ○ Kölner Presseclub e.V.
- Berliner Presse Club ○ ○ ○ ○ ○ Presseclub Magdeburg e.V.
- Bonner Medien Club e.V. ○ ○ ○ ○ ○ Märkischer Presse- und Wirtschaftsclub
- Presseclub Bonn ○ ○ ○ ○ ○ Mitteldeutscher Presseclub zu Leiptig e.V.
- Bremer Presse-Club e.V. ○ ○ ○ ○ ○ PresseClub München e.V.
- Presseklub Bremerhaven-Unterweser e.V. ○ ○ ○ ○ ○ Presseclub Nürnberg e.V.
- Presseclub Darmstadt ○ ○ ○ ○ ○ Presseclub OstWestfalenLippe e.V.
- Presseclub Dresden ○ ○ ○ ○ ○ PresseClub Regensburg e.V.
- Frankfurter PresseClub e.V. ○ ○ ○ ○ ○ PresseClub Saar e.V.
- Presseclub Kassel e.V. ○ ○ ○ ○ ○ Presse&MedienClub Südbaden e.V.
- Koblenzer Presseclub ○ ○ ○ ○ ○ Presseclub Wiesbaden

FORUMSREISE NACH ANTALYA

2011 fand erstmals eine Forumsreise statt, Ziel war Zypern. Nach den positiven Rückmeldungen der Teilnehmer sprach sich letztes Jahr in Frankfurt das Forum dafür aus, 2013 erneut eine gemeinsame Reise zu unternehmen.

Dieter Barth vom PresseClub Nürnberg schlug als Reiseziel Antalya vor: Der fränkische Club pflegt eine intensive Partnerschaft mit dem türkischen Club und bietet deswegen auch die Organisation der Reise an – dieses Angebot haben die Tagungsteilnehmer gerne angenommen.

2013: REGENSBURG STATT LEIPZIG

Ursprünglich sollte heuer Leipzig der Tagungsort für das Jahrestreffen werden. Der mittelfristige Tagungsplan musste aber kurzfristig geändert werden, da die sächsische Metropole 2013 Schauplatz diverser Großveranstaltungen ist – Hotelzimmer in der benötigten Größenordnung sind deswegen nur schwer zu bekommen.

Deswegen ist die eigentlich erst für 2014 vorgesehene Hauptstadt der Oberpfalz dankenswerterweise eingesprungen. Der PresseClub Regensburg hat schon 2003 die erste Arbeitstagung des Forums ausgerichtet und 2008 sein 30-jähriges Jubiläum gefeiert. ■



Auch 2012 noch dabei: Monica Weber-Nau (FPC) und Ruthart Tresselt (PresseClub München) waren Gründungsmitglieder des Forums Deutscher Presseclubs und präsentieren ein Foto aus dem Jahr 2002. Beide sind heute noch in ihren Presseclubs und im Forum aktiv.

VORSCHAU

DER TERMIN FÜR DIE TAGUNG BLEIBT UNVERÄNDERT:
DONNERSTAG, 9. MAI BIS
SAMSTAG, 11. MAI 2013 IN
REGENSBURG.



Mitgliederversammlung
im großen Saal des
Münchener Rathauses.

PresseClub auf Erfolgskurs

VON EVA MOSER

IST DER MÜNCHNER PRESSECLUB DER GRÖSSTE IN DEUTSCHLAND?

Wenn es nach seinem Vorsitzenden Ruthart Tresselt geht, sogar beinahe der größte in Europa. Das wurde bei der Jahresversammlung 2013 im Großen Saal des Münchener Rathauses deutlich. Stadträtin Sabine Nallinger machte Wahlkampfpause und begrüßte in Vertretung des Oberbürgermeisters die Clubmitglieder. Da das Rathaus ein Ort ist, wo Politik gemacht wird und von dem Macht ausgeht, sei große Transparenz notwendig, so Nallinger. Deshalb fiel das Willkommen der OB-Kandidatin der Grünen besonders herzlich aus. Sorge bereitete der Politikerin der Einzug der Zeitschriften und Zeitungen in die mediale Welt und die rückläufige Entwicklung der Auflagen. Wie aktuelle Zahlen belegen, lesen 6,2 Millionen Deutsche mittlerweile ihre Zeitung übers Internet. Der Umgang mit den neuen Medien und ihrer Informationsflut stelle die Bürgerinnen und Bürger vor große Herausforderungen. Gleichzeitig sah die Stadträtin aber auch die Qualität der Presse selbst in Gefahr, weil das Berufsfeld der Journalisten

leide. Sie verwies dabei auf die Diskussion über das neue Leistungsschutzrecht im Bundestag. Danach sollen Suchmaschinen für die Nutzung von Verlagsinhalten im Internet künftig zur Kasse gebeten werden.

UM EIN HAAR hätte auch der Presseclub im Vorfeld seiner Mitgliederversammlung tief in die Geldschublade greifen müssen, wie Ruthart Tresselt berichtete. Zu aller Überraschung flatterte eine saftige Rechnung für die Nutzung des Rathaussaales ins Haus. Ein Brief an Mitglied und Oberbürgermeister Christian Ude habe alles wieder ins Lot gebracht, wofür sich Ruthart Tresselt beim Stadtoberhaupt herzlich bedankte.

MIT STOLZ PRÄSENTIERTE DER CLUBCHEF die Leistungsbilanz 2012, die eindrucksvoll ausfiel: Rund 850 Mitglieder, jährlich zwischen 250 bis 300 Veranstaltungen. Damit spielt der Internationale PresseClub auf europäischer Ebene in der ersten Liga. Als Gründungsmitglied ist er seit 2002 im Forum Deutscher PresseClubs

bundesweit eng vernetzt. Zum zehnjährigen Jubiläum tagten die Forumsmitglieder wieder in Frankfurt am Main – zeitgleich mit dem Jahrestreffen der Förderung Europäischer PresseClubs. Auf der Tagesordnung standen z.B. der gemeinsame Internetauftritt oder Gemeinschaftsaktionen zum jährlichen Tag der Pressefreiheit am 3. Mai.

ZUR GUTEN TRADITION im PresseClub gehört der Besuch des Kardinals kurz vor Weihnachten. Damit endet das Veranstaltungsjahr. Erster Gast im neuen Jahr ist der evangelische Landesbischof, der 2013 bereits zweimal in den Club kam. Heinrich Bedford-Strohm stellte zusammen mit seinem Sohn Jonas das gemeinsame Buch „Wer's glaubt, wird selig“ vor. Dazu Ruthart Tresselt: „Ein interessantes Glaubensgespräch zwischen einem Bischof und seinem Sohn“. Aber auch Erzbischof Dr. Georg Gänswein – damals noch Prälat – präsentierte im Club seinen Band „Benedikt XVI.- Prominente über den Papst.“

>

Fotos: Johann Schwepfing (2)



Mitglieder-
Versammlung
2013

Ein außergewöhnlicher
Blick von der Empore
auf Gemälde und
Jahresversammlung. Am
Rednerpult: Stadträtin
Sabine Nallinger.

ÜBERHAUPT HÄUFTEN SICH DIE ANFRAGEN nach Auftritten im PresseClub, stellte Ruthart Tresselt fest. Nicht nur Politiker und führende Wirtschaftsfachleute geben sich die Klinke in die Hand. Mindestens einmal im Jahr kommen der bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer und der Münchner Oberbürgermeister Christian Ude. Der Vorsitzende legt Wert darauf, dass der Club im Wahljahr 2013 möglichst allen Meinungen offen steht.

AUF POSITIVES ECHO stoßen auch die neuen Veranstaltungsreihen neben den öffentlichen PresseClub-Foren. Die Evangelische Akademie Tutzing organisiert einen Medientreff, Dr. Perry Rejewitz einen „PR-Talk“, Kerstin Tschuck die Reihe „Vorbilder aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft“ und Peter Schmalz den „Wirtschaftstreff“. Der PresseClub öffnet seine Pforten aber auch für die zeitgenössische Kunst und lädt regelmäßig in seinen Räumen zu Vernissagen ein. Gut besucht waren die neuen Workshops mit zahlreichen Praxis-Tipps von Fachleuten wie zum Thema „Fotos optimieren und archivieren.“ Sehr beliebt waren die Führungen exklusiv für Clubmitglieder u.a. beim Sinfonieorchester des Bayerischen Rundfunks oder im Haus der Kunst. Als „sehr erfreulich“ wertete Ruthart Tresselt die jüngste Zusammenarbeit mit der privaten Fernsehanstalt

münchen.tv, bei der auch neue Veranstaltungen geplant sind. Auch bei den Medientagen zeigte der PresseClub Flagge und beteiligte sich mit dem Diskussionsthema „Vom digitalen Strip-tease zur Hatz im Netz“: 2013 wird er wieder dabei sein, diesmal als Mitglied im MedienCampus. Trotz aller Aktivitäten daheim ging der Club auf Reisen, anlässlich der Aufnahme des 28. EU-Mitgliedslands lautete das Ziel Kroatien. Ruthart Tresselt schickte an dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an Vorstand und Stellvertreter, vor allem aber an die Geschäftsführung des Clubs in Person von Angelica Fuss und Günther Elia Treppner für ihr großes Engagement. In den Dank schloss er auch Dietmar Schmidt mit ein, der wieder die Organisation des Herwig-Weber-Preises übernommen hat. 2013 wird er zusammen mit dem Publizistik-Preis der Stadt München verliehen. Die Auszeichnung ist mit 10.000 Euro dotiert und bereits ausgeschrieben.

„OHNE MOOS NIX LOS“ – unter dieses Motto hätte Schatzmeister Helmut Gierke seinen Rechenschaftsbericht stellen können, denn das Haushaltsvolumen lag bei rund 280.000 Euro. Die Rechnungsprüfer bescheinigten eine durch und durch ordnungsgemäße Haushaltsführung. Da Alfred Brems nicht mehr kandidierte, sprang Michael Helmerich ein und nimmt künftig

neben Dr. Werner Siegert und Dr. Dieter Felgentreu satzungsgemäß den Jahresabschluss unter die Lupe. Weil die Räume hoch über dem Marienplatz künftig noch teurer werden, die Einnahmen aber nicht mehr beliebig zu steigern sind, diskutierte die Mitgliederversammlung zum ersten Mal nach 46 Jahren über eine Erhöhung der Clubbeiträge. Dabei stand unter anderem die Frage im Raum, ob das Rücklagenpolster das zu erwartende Minus zumindest des kommenden Jahres ausgleichen könnte. Die Abstimmung für eine Anhebung des Jahresbeitrags ab 1. Januar 2014 fiel mit lediglich drei Gegenstimmen und fünf Enthaltungen eindeutig zugunsten einer schnellen Aufstockung der Finanzen aus.

GUT ANGELEGT IST IN JEDEM FALL DAS GELD für das Mentoringprogramm des Clubs. Seit 2004 erhalten junge Journalisten Hilfe bei der Berufsfindung. Seit letztem Jahr veranstaltet der PresseClub das Mentoring-Projekt in Eigenregie. Eine striktere Führung verlieh dem Coaching deutlich mehr Professionalität, wie Helmut Gierke berichten konnte. Die Leitung liegt bei Günther Elia Treppner, unterstützt durch Uwe Brückner, Helmut Gierke und Sibylla Machens von Seiten des Vorstands. Mit dabei ist auch das Aus- und Fortbildungsradio M.94.5 unter seinem Programmleiter Wolfgang Sabisch. ■

Stimmen zum PresseClub

HORST SEEHOFER
BAYERISCHER MINISTERPRÄSIDENT

Ich bin immer gern zu Gast im Internationalen PresseClub München, weil er ein lebendiger Treffpunkt ist. Dort erwarten mich stets ein interessanter Meinungsaustausch mit hoch qualifizierten Journalisten und eine angenehme Atmosphäre im Herzen der Landeshauptstadt. Ich wünsche dem PresseClub auch weiterhin so viel Erfolg wie in den ersten 60 Jahren. //



Foto: Johann Schwepfing

Impressum

IMPRESSUM des PresseClubmagazins 17. Ausgabe 2013
Herausgeber: Internationaler PresseClub München e.V.
Marienplatz 22 · 80331 München · Telefon 089/2602-4848
Telefax 2602-4850 · Web: www.PresseClubMuenchen.de
E-Mail: info@presseclub-muenchen.de
Chefredaktion: Ruthart Tresselt (verantwortlich)
Gestaltung: Julia Kiefner
Auflage: 8.000 Exemplare
Druck: Erhardi Druck GmbH, Regensburg
Fotos Titelblatt: Johann Schwepfing und Robert Auerbacher
Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Texte: Uwe Brückner, Angelica Fuss, Helmut Gierke, Birgit Grabmüller, Thomas Klutschke, Norbert Matern, Eva Moser, Günther Elia Treppner, Ruthart Tresselt, Karl-Jörg Wohlhüter, Werner Wunder.
Karikaturen: Dieter Hanitzsch.
Fotos: Robert Auerbacher, Armin Baumgartner, Presse- und Informationsdienst der Bundesregierung - Henning Schacht und Guido Bergmann, Loderer, Wolfgang Roucka, Johann Schwepfing, Günther Elia Treppner, Ruthart Tresselt.

M Flughafen
München



Verantwortung übernehmen

Als leistungsfähige Verkehrsdrehscheibe inmitten einer blühenden Kulturlandschaft trägt der Flughafen München zu Wohlstand und Wachstum in unserer Heimat bei. Indem wir den Prinzipien der Nachhaltigkeit folgen, sorgen wir dafür, dass dies auch künftig so bleibt. Wir übernehmen Verantwortung gegenüber Umwelt, Nachbarn, Kunden und Mitarbeitern. Die nachhaltige Weiterentwicklung des Münchner Flughafens sichert Zukunftsfähigkeit und gesellschaftliche Akzeptanz dieser für den Wirtschaftsstandort Deutschland so wichtigen Verkehrsanlage.

www.munich-airport.de

EIN REVOLUTIONÄR, DER NICHTS ERREICHEN WILL.

DAS NULL-EMISSIONSAUTO. FÜR UNS DER NÄCHSTE SCHRITT.

Mirco Schwarze ist einer von über 100.000 Mitarbeitern beim nachhaltigsten Automobilhersteller der Welt*. Und er hat ein Ziel: Das Null-Emissionsauto. Erfahren Sie wie Mirco Schwarze und sein Team mit dem BMW ActiveE eine Revolution auf den Weg brachten. Mit dem Start des BMW i3 in diesem Jahr ist das Ziel jetzt zum Greifen nah.



www.bmwgroup.com/whatsnext

Jetzt Film ansehen.

