

PRESSE CLUB magazin

MÜNCHEN E.V. 11

Infos
Fotos
Interviews
Portraits

Weitere Informationen über den PresseClub München
im Internet unter www.PresseClubMuenchen.de

Lust auf Reisen • Pannen vor der Kamera • Qualität sorgt für Quote
Forum Deutscher PresseClubs • Journalisten des Jahres
Gäste im Club • Politik in Boulevardzeitungen • Zaungast und Gastgeber

Was zählt, liegt oft dazwischen.

Süddeutsche Zeitung
Wer sie liest, sieht mehr.

www.sueddeutsche.de

Inhalt

Editorial: Willkommen im Club!	5
Von Ruthart Tresselt	
Europas Weinkultur auf dem Prüfstand	6
Von Konrad Kobler	
Wenn Pannen vor der Kamera erlaubt sind	8
Von Mélanie Gobert	
Gute Qualität sorgt für gute Quote...	9
Ruthart Tresselt im Gespräch mit Sigmund Gottlieb	
Bedrohen Gratisblätter die Tageszeitungen?	12
Von Karl-Jörg Wohlhüter	
Der Club im Herzzentrum	16
Von Norbert Matern	
Zaungast und Gastgeber	18
Von Günther Elia Treppner	
Herwig-Weber-Preis	22
Ausschreibung 2007	
Festakt für Cornelia	23
Ein journalistisches Urgestein geht in den „Ruhestand“	
Lust auf Reisen	24
Von Ruthart Tresselt	
Journalisten des Jahres	33
Von Annette Milz	
Politischer Journalismus in Boulevardzeitungen	35
Von Klaus Rimpl	
Mitgliederversammlung 2007	37
Von Cornelia Wohlhüter	
Neue Homepage des PresseClubs	38
Von Susanne Himmelsbach	
PresseClub intern	39/41
Medientreffpunkt - Gäste im PresseClub	
Presseclub forum	42/46
Gibt's noch Münchner Kindl? · Ein Taiwanese in Bayern, Kann das ein Titelbild sein? · Salzburger und Bayern.	
Ein Kind reift zum Teenie	43
Das Forum Deutscher Presse Clubs/ Von Ludwig Faust	

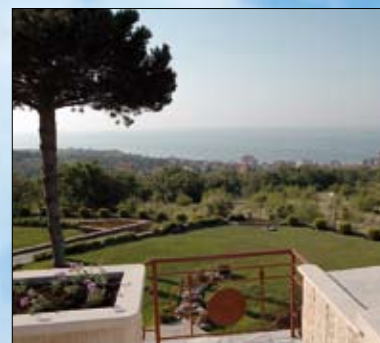


**Nachrichtenjagd
- wird er etwas
Neues sagen?**

**Der Papst - vom
PresseClub aus
beobachtet.**



**Lust auf Reisen:
Bulgarien,
Salzburg,
Ostbayern.**



**Im Club -
auch Künstler
kommen gerne
zum Gespräch.**



IMPRESSUM der Ausgabe 2007 des PresseClub Magazins 11
Herausgeber: PresseClub München eV · Marienplatz 22 · 80331 München
Telefon 089/2602-4848 und 4849 · Telefax 2602-4850
Web: www.PresseClubMuenchen.de · Mail: PresseClubMuenchen@t-online.de
Chefredaktion: Ruthart Tresselt
Gestaltung: Wolfgang Struve, München · info@StruveDesign.de
Druck: Weber Offset GmbH, München

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Texte: Ludwig Faust, Mélanie Gobert, Susanne Himmelsbach, JOB/Jürgen Brauerhoch, Konrad Kobler, Norbert Matern, Annette Milz, Klaus Rimpl, Günther Elia Treppner, Ruthart Tresselt, Tsing-min Chao, Cornelia Wohlhüter, Karl-Jörg Wohlhüter.
Fotos: dpa, GHM/Loske, Klaus Haag, Werner Hausmann, Maier, Siegbert Heuser, Wolfgang Roucka, Ragmar Schmuck/MediumMagazin, Johann Schwepfing, Ruthart Tresselt, Achim Werner.
Titelfoto: Rila-Kloster in Bulgarien von Johann Schwepfing



**Ihr Münchner Partner
in allen Finanzfragen!**

www.sskm.de

Unser Service von A bis Z: Anlegen, Bausparen, Finanzieren, Versichern und Zuhören.

Wir freuen uns auf Sie in einer unserer zahlreichen
Geschäftsstellen – oder auf unserem Finanzportal
unter www.sskm.de

Die Bank unserer Stadt.



**Stadtsparkasse
München**



Willkommen im Club.

Von Ruthart Tresselt

Um Image und Reputation von Politikern und Journalisten ist es seit längerem nicht mehr gut bestellt. Schuld ist vor allem die mediale Darstellung der politischen Akteure durch uns Journalisten, das Herbeischreiben einer Krise, die Skandalisierung



von Politik und die ‚Erfindung der Wirklichkeit‘. Personality statt Inhalte werden gepflegt. Das Spiel mit der Eitelkeit funktioniert prächtig – unter Journalisten wie unter Politikern. Boulevard schlägt Politik? Dazu Seite 35 „Politischer Journalismus in Boulevardzeitungen“.

Immer häufiger geht die Grundeinstellung verloren, dass nämlich Medien ‚vermitteln‘ sollten. Dazu gehört auch die Fähigkeit zu erklären, was eigentlich mit Hartz IV, der Gesundheitsreform, der Modernisierung des Sozialstaates beabsichtigt ist. Stattdessen nimmt in der Fernsehdemokratie die Bedeutung der Inszenierung immer mehr zu (siehe auch Interview Seite 9).

Die Jagd auf Politiker, aber auch auf ganz ‚normale‘ Menschen wird zum Geschäft. Hauptsache, die Auflage beziehungsweise die Quote stimmt. In der Redaktionssitzung einer Boulevardzeitung soll der Satz gefallen sein: „Wer mit uns aufsteigt, kann mit uns auch wieder fallen.“ Die Jagd nach Streit, Krach und ausgewählten Absurditäten hat nichts mehr mit Auf-

klärung und investigativem Journalismus zu tun. Aber es gibt auch positive Beispiele – Seite 33 ‚Die Journalisten des Jahres‘.

Ein weiteres Problem ist die Vermischung von PR und Journalismus. Bundespräsident Horst Köh-

ler warnte auf der Festveranstaltung zum 50. Geburtstag des Presserates: „Vor allem die zunehmende Schleicherwerbung legt die Axt an die Glaubwürdigkeit der Presse.“ Die PR-Schaffenden gelten als Macht im Hintergrund, die man nicht sieht. Im Sinne der Auftraggeber ist gute PR, dass sie wie eine Nachrichtenmeldung aussieht.

Im vergangenen Jahr gab es gewaltige Medieninszenierungen. 2006 war ein Ausnahmejahr, ein Jahr, das von einem Höhepunkt zum nächsten taumelte: Fußball-Weltmeisterschaft, Papst-Besuch, 18 Tage Oktoberfest – alles in allem wochenlange Partys auf den Straßen, Plätzen und Biergärten. Der PresseClub wurde zum Medientreffpunkt (Seite 18 ‚Zaungast und Gastgeber‘). In den Clubräumen ergab sich eine bisher einmalige Situation - neben Journalisten, Fotografen und Kameraleuten saßen Scharfschützen an den Fenstern, um für die Sicherheit des hohen Gastes aus Rom zu sorgen. Auch gab es leider wieder Bilder von Terror, Zerstörung, von menschlichen

Abgründen, Kriegen, schmelzenden Gletschern und wutverzerrten Gesichtern.

Unser Club lebt mit seinen rund 850 Mitgliedern, aber auch vom Auftreten wichtiger Meinungsbildner, Gesprächspartner und Multiplikatoren. Wir skizzieren die Zusammenhänge zwischen Politik, Medien und Öffentlichkeit. Wir wollen die Verständigungsprobleme zwischen Politikern und Bürgern verringern. Unser Club bietet ein Forum an für Talkrunden, Pressegespräche, Konferenzen, Jour fixe, Empfänge, Podiumsdebatten, Präsentationen und Clubabende. Wie wichtig Kontakte im Club werden können, schreibt Tsing-min Chao: ‚Ein Taiwanese in Bayern‘ auf Seite 42. Auch die Zusammenarbeit der Presseclubs im Freistaat (letztes Treffen wurde von den Würzburgern ausgerichtet) und im Forum Deutscher Presseclubs, macht weiter Fortschritte – siehe Seite 43 ‚Ein Kind reift zum Teenie‘. Ausrichter des Jahrestreffens ist diesmal der Münchner PresseClub.

Zweifellos wird es auch in diesem Jahr wieder viel Information, Kommunikation und Dialog im Club geben. Die Online-Redaktionen werden erheblich wachsen – auch wir mischen verstärkt mit (Seite 38). 2007 ist übrigens das ‚Jahr des Schweines‘ – hoffentlich können wir alle am Jahresende sagen: „Schwein gehabt“. Wir freuen uns, wenn Sie 2007 wieder unser Gast sind. Willkommen im Club!

Europas Weinkultur auf dem Prüfstand

Absage an staatlich legitimierten "Gammelwein"
Von Konrad Kobler

Die Massenproduzenten aus den USA, Südafrika und Australien haben es mit Unterstützung der europäischen Politik geschafft: Der Grundsatz "in vino veritas" wird ruiniert. Das von den USA der EU übergestülpte neue Weinrecht ermöglicht die Einfuhr und auch die Produktion gepanschter Industrieweine.

Ein Kampf um Anteile im Weinimport und Weinexport zwischen den großen weinproduzierenden Nationen ist entbrannt. Dabei ist z.B. das Interesse der US-Konsumenten an deutschen Weinen (Riesling wird besonders geschätzt) so gewachsen, dass sich die Ausfuhr in die Vereinigten Staaten in den letzten 5 Jahren verdoppelte.

Diese Entwicklung zugunsten Deutschlands und der Europäer ist den Amerikanern offenbar ein Dorn im Auge, so dass über WTO-Verhandlungen und einem Abkommen zwischen den USA und der EU erreicht wurde, das europäische Weinrecht zu verstümmeln. Dadurch können verkünstelte und mit allerlei Zusätzen produzierte US-Weine in den europäischen Markt gelangen. Damit besteht die große Gefahr, dass das Getränk "Wein" zu immer undefinierbaren Saftgetränken umproduziert wird. Es fehlt weltweit leider an einer international akzeptierten Definition, was Wein ist und was Wein nicht mehr ist. Die Europäische Kommission hat hier viel versäumt und die bayerisch-deutsche Seite ist gefordert, über die EU

in Nachverhandlungen Verbesserungen im Sinne der Verbraucher zu erreichen.

Wein ist ein wertvolles Kulturgut und ein landwirtschaftliches Erzeugnis, das durch Boden, Klima und die



Die Arbeit im Weingarten ist harte Arbeit rund ums Jahr. Entscheidend ist neben Lage, Böden und speziellem Mikroklima vor allem die Handschrift des Weinbauern. Dass dies so bleibt, dafür kämpft unser PresseClubmitglied Konrad Kobler – unter anderem im Europaausschuss des Bayerischen Landtages, im Bereich der Europa-Union Deutschland und natürlich auch als Weinritter des Burgenlandes. Fotos: privat

Arbeit des Winzers im Weinberg geprägt ist. Die so erreichte Qualität der Trauben soll durch den anschließenden Einsatz von kellertechnischen Maßnahmen möglichst optimal erhalten werden.

Aromaveränderungen und Kegel-schleuderverfahren müssen eindeu-

tig als Industrieproduktionsweise definiert werden. Es muss die Unterscheidung zwischen industrieller "Weinproduktion" und handwerklicher Weinbereitung am Verbraucherschutz festgezurrert werden. Es darf nicht – wie bei den Fleischskandalen im letzten Jahr - zu staatlich legitimierten "Gammelweinskandalen" kommen. Künftig können Weine – auch in Europa – durch Hinzugabe sogenannter Mineral-Drops in allen Geschmacksrichtungen produziert werden. Saccharose, Sojamehl, Antischaummittel, Glucoseoxidase und Sägespäne (Barrique-Geschmack!) gehören zu den Beimischungsmöglichkeiten. Außerdem werden durch das "Schleuder-Kegel-Kolonnen-Verfahren" – der Zerlegung des Weines in seine Bestandteile Alkohol, Aromen und Säuren - der Panscherei Tür und Tor geöffnet. Weine, die wie Coca-Cola gemacht werden, haben das Natürliche verloren.

Wenn schon gepanschter Wein – im Gegensatz zur Einhaltung des Reinheitsgebotes beim Bier– nicht mehr verhindert werden kann, so müssen gepanschte Weine für den Verbraucher entsprechend kenntlich gemacht werden. Auf dem Etikett muss stehen, was in der Flasche drinnen ist, wie das zum Beispiel bei Mineralwässern auch der Fall ist. Die Verbraucher haben das Recht zu erfahren, nach welchen Methoden der Wein oder das weinhaltige Produkt gemacht wurde und welche Substanzen enthalten sind.

Trotzdem ein Prost auf unser genussvolles Lebenselixier Wein, das nach wie vor vielen als eine Art "Naturheilmittel" gilt. Genau das ist auch eine Chance für unsere Winzer, denn niemand hindert sie daran, darauf hinzuweisen, dass ihr Wein beispielsweise biologisch, naturbelassen und sortenrein hergestellt wird. ■

Es gibt viele Arten von Mobilität. Die wichtigste ist in unseren Köpfen.



Es gibt keine Freiheit ohne die Freiheit der Bewegung. Das tägliche Vorwärtskommen macht einen entscheidenden Teil der Lebensqualität aus. Man bemerkt es spätestens, wenn man mal nicht vorwärtskommt: Das Zusammenspiel von Mensch, Technik und Organisation ist selten stabil, sondern meist selbst in Bewegung begriffen. Zusammenhänge erforscht seit 1998 das Institut für Mobilitätsforschung (ifmo) – eine Einrichtung der BMW Group. Im engen Kontakt zu Politik, Wissenschaft und Wirtschaft entwickeln wir neue Wege für die mobile Zukunft. Zu Wasser, zu Land und in der Luft, aus eigener Kraft oder mit technischer Hilfe. Und das nicht

als Selbstzweck, sondern mit einem klaren Ziel vor Augen: Erfolgversprechende Entwicklungen, ungelöste Probleme sowie mögliche Auswirkungen machen wir für die breite Öffentlichkeit transparent. Und davon sollen nicht nur die Kunden der BMW Group profitieren – die Arbeit des ifmo soll auch die allgemeine Sensibilität für Entwicklungen in der Gesellschaft schärfen. Denn nur wer informiert ist, kann sich wirklich frei entscheiden.

Mehr Informationen unter
www.bmwgroup.com/mobility

BMW Group



Wenn Pannen vor der Kamera erlaubt sind.

Ein Blick hinter die Kulissen von Kochsendungen im Fernsehen
Von Mélanie Gobert

Kochsendungen erzählen eine Geschichte. Die eines Menüs, das vor der Kamera nach und nach zubereitet wird. Und die eines Kochs, der sein kulinarisches Können mit visuellen Mitteln darstellen und damit Appetit machen soll.

Diese und viele weitere Fragen stellen rund 20 Nachwuchsjournalisten an Michael Harles, Buchautor und Moderator von Kochsendungen des Bayerischen Fernsehens. Im Pressezentrum der Neuen Messe München veranstaltete der NJB e.V. sein Jour Fixe zum

Vom originalen bayerischen Schweinebraten bis hin zu würzigen thailändischen Currys: Küchenrezepte haben in den Medien nach wie vor Hochkonjunktur. Jede Menge Unterhaltung bietet das Thema „Kochen“ im Fernsehen, denn „Essen und Trinken erwecken angenehme Emotionen. Deswegen schaut man gerne zu!“, sagt Michael Harles. Kochsendungen im Fernsehen werden nur selten live aufgezeichnet. Da die visuelle Wahrnehmung eine wesentlich wichtigere Rolle als das Gesprochene spielt, muss die Sendung optisch perfekt vorbereitet sein. „Außerhalb des Studios ist in der Vorküche viel los“, so Harles, „denn während das Gemüse im Topf kocht, muss für die Zuschauer die Zeit überbrückt werden“. Helfer stellen alle Zutaten zusammen und halten das Gericht in allen gegarten Stufen bereit. Sogar die Servierteller werden mit Inhalt vorab fotografiert und als visuelles Element in die Sendung integriert.“

So legen Regisseur und Drehbuchautor wie bei allen anderen Fernsehsendungen alle Einzelheiten fest. Doch kann es immer wieder zur Panne kommen. „Wenn etwas schief läuft, kann die Szene noch mal gedreht werden“, verrät Harles. „Kleine Pannen sind in Kochsendungen aber erwünscht und werden sogar inszeniert, um das Ganze spannender, lebendiger und lockerer zu gestalten!“, erzählt Harles. Denn das Publikum ist gespannt, was weiter geschieht, und schaut umso genauer hin... ■



Laut Michael Harles, Moderator von Fernsehsendungen mit Spitzenkoch Alfons Schuhbeck im Bayerischen Fernsehen, ist Kochen ein krisenfestes Thema für die Medien.

Foto: GHM/Loske

Kochsendungen werden bis zu den Dialogen mit dem Moderator minutiös inszeniert. Doch was passiert, wenn das Gericht in der Pfanne anbrennt oder wenn die Rührschüssel mit Inhalt auf den Boden fällt?

Thema „Kochen im Fernsehen – Was steckt eigentlich dahinter?“.

Anlass war die Messe FOOD & LIFE, der Treffpunkt für Genießer, die die GHM Gesellschaft für Handwerksmessen parallel zur Heim+Handwerk organisierte.

Gute Qualität sorgt für gute Quote...

Ruthart Tresselt im Gespräch mit Sigmund Gottlieb, Chefredakteur des Bayerischen Fernsehens (ARD)

Wie sieht die Medienlandschaft, besonders das Fernsehen der Zukunft aus?

Weil wir in einer Welt der Digitalisierung leben, wird es das klassische Medium Fernsehen immer schwerer haben. Statt 30 Kanäle werden wir in Kürze 300 bis 400 haben. Die Konkurrenz wird also immer stärker. Damit werden auch die Marktanteile der vergangenen Jahre kaum mehr zu halten sein. Trotzdem wird der Stellenwert des klassischen Vollprogramms zunehmen. Aus den vielen Programmen sucht sich der Zuschauer das Programm aus, in dem er das wieder findet, was er sucht. Die öffentlich-rechtlichen Programme werden also weiter gebraucht.

Gesprochen wird von einer digitalen Revolution – Internet, Medien auf Abruf, Weblogs Podcasts...

Die Zuschauerbeteiligung, die Verbraucherbeteiligung, die Kundenbeteiligung wird immer größer werden. Wir merken das in der Welt der Online-Angebote, wir merken das in Hörfunk und Fernsehen und in den Zeitungen. Als Journalisten müssen wir diese Entwicklung kontrollieren. Die Inhalte, die von wo auch immer auf uns einströmen, müssen ja auf ihren Wahrheitsgehalt untersucht werden. Das wird künftig auch zu unseren Aufgaben gehören.

Ist Fernsehen eine Ware wie Waschpulver? Ist Fernsehen ein Kultur- oder Wirtschaftsgut?

Öffentlich-rechtliches Fernsehen muss ein Gut sein, so wie es Gerd Bacher, der ehemalige ORF-Intendant

den. Außerdem will jeder die Story als Erster auf den Markt bringen – ab einem bestimmten Recherchezeitpunkt wird veröffentlicht und die Frage, ob die Geschichte überhaupt stimmt, tritt in den Hintergrund. Eine beunruhigende



Sigmund Gottlieb, Chefredakteur des Bayerischen Fernsehens, an seinem Schreibtisch in München-Freimann.

Foto: Ruthart Tresselt

einmal gesagt hat. In der privaten Konkurrenz ist es aber schon zu einer Ware degeneriert. Wenn heute Journalisten schon gar nicht mehr an manche Geschichten rankommen, weil sie von kommerziellen Medien für sechs- oder siebenstelligen Euro-Beträge gekauft wurden, dann müssen wir höllisch aufpassen. Viele Geschichten können so gar nicht mehr bis zu Ende recherchiert wer-

den. Wir können dem nur durch extrem gute journalistische Arbeit begegnen. Die Zuschauer merken das übrigens auch.

Warum der permanente Blick auf die Einschaltquote? ▶

Tatsächlich schauen auch wir jeden Morgen auf die Quote und fragen uns manchmal, warum haben wir nicht besser abgeschnitten? Es hat ja keinen Sinn, dass wir irgendwann nur noch für eine Minderheit senden. Am Ende kommen die Politiker und fragen nach unserer Berechtigung. Ich vertrete auch die Ansicht, gute Qualität – um die wir uns täglich bemühen – müsste auch für gute Quote sorgen. Die Gleichung stimmt aber leider nicht jeden Tag. Es gibt qualitativ hochwertige Sendungen, die aus allen möglichen Gründen (z.B. wegen entsprechender Konkurrenzprogramme) einmal nicht so gut abschneiden. Dann sind wir – verdammt noch mal! – in der glücklichen Lage als öffentlich-rechtlicher Sender sagen zu können: Quote ist nicht alles. Qualität ist entscheidend.

Viele Journalisten müssen heute vieles selber machen. Ist das der Qualität nicht abträglich?

Parallel zu unserer klassischen Arbeitsteilung haben wir inzwischen auch Videojournalisten, die für ganz bestimmte Formate einsatzfähig sind. Sie müssen nicht nur journalistisch arbeiten, sondern auch wissen, wie die Geschichte technisch aufbereitet werden kann. Aber es wird auch in Zukunft den klassischen, exzellent ausgebildeten Journalisten im Bereich der Wirtschaft, der Politik oder auch der Kultur geben. Darauf achten wir schon sehr frühzeitig in unserer Volontärsausbildung.

Wegen der immer häufigeren Vermischung von PR und Journalismus bedauert der

Bundespräsident den Verlust von Glaubwürdigkeit.

Da habe ich eine eindeutige Position. Bei der Information darf es keine Einflussnahme von außen geben. Wenn wir Fremdmaterial nehmen, weil wir selbst nicht drehen konnten, wird das selbstverständlich gekennzeichnet. Für viele Situationen sind unsere Kollegen entsprechend sensibilisiert, da die Gefahr natürlich permanent vorhanden ist.

Alles wird teurer, besonders der Fußball – aber auch Stars wie Jauch und Gottschalk.

Da haben die Diskussionen der vergangenen Monate gezeigt, dass hier ein Problembewusstsein vorhanden ist. Alle ARD-Verantwortlichen haben gesagt, die Kosten können nicht ins Grenzenlose steigen. Aber neben den guten eigenen Leuten möchte natürlich jeder auch, dass er Protagonisten bekommt, die das Programm schmücken, die Zuschauer binden und die einen Image-Gewinn darstellen. Dieser Markt hat seinen Preis; nicht jeder Preis aber wird bezahlt.

Sie wollen weniger Moderatoren im Programm. Züchten Sie damit nicht geradezu "Starmoderatoren"?

Das glaube ich weniger. Im Bayerischen Fernsehen haben wir über 130 Moderatoren für die verschiedenen Sendungen. Das ist unbestritten zuviel. Das trägt nicht zur Profilbildung bei. 130 minus X ergibt schon eine ganz sinnvolle Gleichung.

Gibt es eigentlich eine gemeinsame Strategie der öffentlich-rechtlichen Sender?

Information und Aufklärung heißt das Rezept. Die Bertelsmann-Stiftung hat beispielsweise in einer Untersuchung festgestellt, dass die Deutschen von allen Europäern am wenigsten Bescheid wissen, wenn es um ihre Zukunfts- und Gesundheitsvorsorge geht. Das ist eine riesige öffentlich-rechtliche Aufgabe, hier für Information und Aufklärung zu sorgen. Das ist das, was unsere Zuschauer in ihrer Lebenswirklichkeit brauchen. Das ist Service am Kunden. Dafür müssen wir entsprechende Programme anbieten.

Dafür müssen doch Mitstreiter gewonnen werden können.

Ich glaube schon, dass die Erkenntnis, was öffentlich-rechtlicher Rundfunk leistet, schon sehr ausgeprägt ist und täglich wächst. Die Menschen sehen, hören und spüren schon, was die kommerziellen Sender und was wir anbieten. Immer mehr Zuschauer erkennen, dass wir unverzichtbar sind.

Haben Sie eine Lieblingssendung?

Ja, ich habe ein paar Lieblingssendungen. Im Bayerischen Fernsehen ist das die Rundschau. In der ARD ist das die Tagesschau und Harald Schmidt. ■

In den vorherigen PresseClub-Magazinen wurden in dieser Reihe zuletzt Dr. Dirk Ippen (Verleger von Münchner Merkur und tz), Helmut Markwort (u. a. Chefredakteur von Focus) und Klaus Josef Lutz (Geschäftsführer Süddeutscher Verlag) interviewt.



Ein Stück Bayern.

Als bayerisches Traditionsunternehmen engagieren wir uns für Jugend, Sport, Soziales und Kultur – aus Verantwortung für die Region. E.ON Bayern ist Engagement für die Menschen in Bayern.

Mit Sicherheit
faire Preise

Bedrohen Gratisblätter die etablierten Tageszeitungen?

Das Modell wurde in Norwegen entwickelt
Von Karl-Jörg Wohlhüter

In die deutsche Mediengeschichte ging das Ereignis als der „Kölner Zeitungskrieg“ (1999 bis 2001) ein. Dieser Krieg begann am 13. Dezember 1999, es erschien erstmals die Gratiszeitung „20 Minuten“ zeitgleich in Köln und in Zürich. Morgens in der Rush Hour wurde, vor allem an Haltestellen öffentlicher Verkehrsmittel, eine aktuelle Tageszeitung verschenkt.

Dieses Produkt rief natürlich sofort die etablierten Zeitungsverleger auf den Plan. Der örtliche Kölner Verleger und der Springer Verlag konterten mit eigenen Gratisprodukten.

Im Zeitraum zwischen Dezember 1999 und Juli 2001 erschienen gleichzeitig „20 Minuten Köln“, „Köln Extra“ und der „Kölner Morgen“, alle umsonst.

Die etablierten Zeitungsverlage sahen ihre Stellung im Werbemarkt von dem neuen Anbieter bedroht.

Es wurde Klage eingereicht, allen voran der Verlag Dumont Schauberg. Es wurde vorgetragen, dass der Vertrieb von Gratiszeitungen unlauterer Wettbewerb im Sinne des Paragraphen 1 UWG a. F. (2) sei und folglich verboten gehöre.

Die Klage ist jedoch im November 2003 auch in der letzten Instanz vor dem Bundesgerichtshof gescheitert. Es ging aber dennoch weiter mit den Klagen.

Die Zeitungsverleger waren und sind der Auffassung, dass durch die Gratispresse ihr Grundrecht auf Pressefreiheit im Sinne des Artikel 5 Absatz 1 Satz 2 Grundgesetz verletzt werde. Gratiszeitungen, also ein Verstoß gegen die Pressefreiheit?

Ein Beitrag von Bernd Holznagel wird (Mediaperspektiven 11/06) setzt sich mit diesem Einwand kritisch auseinander. Er kommt zu dem Ergebnis,



In der Schweiz haben täglich erscheinende Gratiszeitungen eine hohe Auflage.
Kollage: Achim Werner

dass dies nicht der Fall ist. Vielmehr eröffnet Gratispresse die Chance, den Wettbewerb und die Meinungsvielfalt zu verbessern. Trotzdem sind diese Versuche der Markteinführungen in Deutschland vorerst gescheitert und es bestehen derzeit keine konkreten Pläne.

In fast allen Ländern Europas haben sich Gratiszeitungen inzwischen etabliert.

Entstehungsgeschichte

Das Modell einer Gratiszeitung wurde in Norwegen entwickelt und mit der Gründung des Titels „Metro“ 1995 in Oslo erstmals umgesetzt.

Dieses neue Produkt wird inzwischen unter Bezeichnungen wie: Gratiszeitung, kostenlose Pendlerzeitung, free sheet, free daily newspaper oder free daily computer newspaper zusammengefasst.

1995 erschien auch in Stockholm „Metro“. Diese erste kostenlose Zeitung wurde von der Modern Times Group (MTG) herausgegeben. Mittlerweile heißt das weltweit agierende Unternehmen Metro International S.A., das zum schwedischen Kinnevik-Konzern gehört.

Im September 2006 erschienen weltweit 70 Metro-Ausgaben in 21 Ländern in Europa, Süd- und Nordamerika und Asien/Pazifik, wobei rund zwei Drittel in Europa herausgegeben werden. Metro International kooperiert dabei oftmals mit einheimischen Medienunternehmen.

Als wichtiger Bestandteil im Konzept der Zeitungsgruppe Metro International ist Metro WorldNews, die den internationalen Charakter und den Aspekt der internen Syndikation verdeutlicht. Durch diese eigene internationale Nachrichtenagentur (Sitz in London) sollen sich Verbundvorteile ergeben. Bereits am 11. Februar 2004



Hilfestellung.

Wir lassen Sie in sozialrechtlichen Fragen nicht allein.

Kommen Sie zu uns,

und werden Sie Mitglied, wenn es darum geht, Ihr Recht gegenüber den Behörden und Sozialversicherungsträgern zu erstreiten. Bei Problemen mit der Rente, der Kranken- und Pflegeversicherung, dem Schwerbehindertenrecht, Hartz IV und anderen sozialrechtlichen Fragen beraten wir Sie, helfen Ihnen bei der Antragsstellung und vertreten Sie, wenn es sein muss, vor Gericht – und zwar durch alle Instanzen.

Wir kämpfen für Ihre Interessen

Der VdK mischt sich ein in die aktuelle Sozialpolitik, damit in Deutschland soziale Gerechtigkeit, Humanität und Solidarität nicht auf der Strecke bleiben.

Jetzt Mitglied werden.

www.vdk-bayern.de

eMail info@vdk.de

Schellingstraße 31, 80799 München

Aber der VdK bietet noch viel mehr:

Kur, Erholung und Reisen, Seminar- und Freizeitangebote für Familien mit behinderten Kindern, eine Akademie für pflegende Angehörige, Seminare für Ehrenamtliche, maßgeschneiderte Versicherungsangebote, günstige Telefonatarife – um nur einiges zu nennen. Allein in Bayern vertrauen über 520.000 Mitglieder dem VdK. Nutzen Sie die Vorteile einer starken Gemeinschaft. Werden auch Sie Mitglied im VdK.

SOZIALVERBAND

VdK

BAYERN



Zukunft braucht Menschlichkeit.

teilte Metro International mit, dass die Zeitungsgruppe im vierten Quartal 2003 erstmals mit Gewinn abgeschlossen hatte. Und Anfang 2006 lobte sich das Unternehmen, dass im Jahr 2005 in zehn von 17 Ländern operative Gewinne gemacht wurden.

Neben „Metro International S.A.“ ist noch die „20 Minuten Holding AG“ (Zürich) des norwegischen Schibsted-Konzerns mit ihrer kostenlosen Pendlerzeitung international vertreten. „20 Minuten“ entwickelte sich zur größten Tageszeitung in der Schweiz (Auflage rund 550.000 Exemplare). Im September 2006 zählte die Gesamtauflage der kostenlosen Zeitungen in Europa rund 19 Millionen Exemplare, die in 21 Ländern erscheinen.

Wer sind die Leser?

Die klassische Tageszeitung stößt bei den jüngeren Altersgruppen auf immer weniger Interesse. Klassische Zeitungen erreichen die höchsten Reichweiten bei den ab 40-jährigen, Die Leser der Gratiszeitungen zählen überwiegend zu den unter 40-jährigen.

Bei einer Untersuchung in Boston, Chicago, Dallas und New York wurde Folgendes ermittelt: „Die Trends auf jedem dieser vier Märkte legen nahe, dass Gratiszeitungen bezahlten Zeitungen nicht die Leser wegnehmen – da sie letztlich keine starke Konkurrenz für die bezahlten Tageszeitungen darstellen.

Marcus Haas kommt in seiner umfassenden Studie über Gratiszeitungen in Europa zu folgendem Ergebnis: es lassen sich zwar in den überprüften Ländern in Europa Auflagen- und Leserverluste nachweisen, die mit dem Marktzutritt des neuen Zeitungstyps zusammenhängen, aber diese fallen eher gering aus.

Der Sprecher der World Association of Newspapers (WAN), Larry Kilman: „Aber so weit wir gesehen haben, hat es auf vielen Märkten keinen Rückgang der zahlenden Leserschaft gegeben, der auf kostenlose Zeitungen zurückgeführt werden kann. Das gilt auch für die in Deutschland üblichen Stadtteilzeitungen und wöchentlichen Anzeigenblätter.“

In Deutschland sind die Auflagen der etablierten Tageszeitungen auch ohne Gratis-Konkurrenz rückläufig. Allein von 1995 bis 2005 ging die Gesamtauflage von 25,5 Millionen auf 21,7 Millionen Exemplare zurück.

Eine tragfähige Finanzierung?

Kauf-Zeitungen finanzieren sich zu etwas mehr als der Hälfte aus Werbung. Fachmann Picard: „Bei der Werbung liegen die genannten Schätzungen von Werbeverlusten an Gratiszeitungen unter 1 Prozent. Der Rückgang war niedrig, weil die führenden Werbungtreibenden in Gratisblättern sich signifikant von den führenden Werbungtreibenden in bezahlten Tageszeitungen unterscheiden.“

Was wiederum bedeutet: Andere Zielgruppenansprache erschließt andere Werbefelder. Für einen großen Teil der Werbekunden wird die Gratiszeitung also ein zusätzlicher, nicht alternativer Werbeträger sein. Gratiszeitungen erreichen die jüngeren Altersgruppen. Gerade diese Altersgruppen werden von etablierten Zeitungen nur noch schwer erreicht. Dies hat für die Positionierung hohe Bedeutung, weil gerade die jungen Altersgruppen von der Werbewirtschaft präferiert werden. Können Gratisblätter daher junge Menschen zum Medium Zeitung zurückführen?

Bodo Hombach vom WAZ-Konzern meint: „Die Jungen kommen zum alten Medium zurück. Jetzt kann man

sich Gedanken machen, wie sie von der Gratiszeitung den Weg zu Kauf- und Qualitätszeitungen finden.“

Dass Gratiszeitungen ausgerechnet in Deutschland weiterhin gänzlich fehlen, ist unter Berücksichtigung der hervorragenden Rahmenbedingungen erstaunlich. Die Zurückhaltung inländischer und ausländischer Interessenten ist natürlich mit den Ankündigungen etablierter Verlage verbunden, Marktzugänge in ihrem Verbreitungsgebieten sofort mit eigenen Gratiszeitungen zu konkurrenzen und damit einen kostentreibenden Verdrängungswettbewerb zu führen.

Auch der Springer-Konzern hat solche Reaktionen zum Schutz der Bild-Zeitung angekündigt. Eingedenk des „Kölner Zeitungskrieges“ haben sich solche Drohungen bislang immer als wirkungsvoll erwiesen

Die Zukunft der Gratiszeitung

Inzwischen befindet sich das Medium Gratiszeitung bereits in der zweiten Entwicklungsstufe. Alternativ zur morgendlichen Erscheinungsweise werden Titel auch am Nachmittag bzw. frühen Abend auf den Markt gebracht. In London beispielsweise erscheinen bereits zwei Blätter am Nachmittag.

In Deutschland hat der Holzbrinck-Konzern für seinen Titel BusinessNews einen anderen Vertriebskanal gesucht. Das Blatt wird Unternehmen und anderen Organisationen zugestellt, die die weitere interne Verteilung selbst übernehmen.

Insgesamt kann man feststellen, dass es bislang zu eher geringen Verlusten der etablierten Zeitungen kam, die nur bedingt etwas mit dem Marktzutritt der neuen Gratiszeitungen zu tun hatten. Es ist ein Zeitungstyp entstanden, der längerfristig bleiben wird, da ihm ein Konzept zugrunde liegt, das zur heutigen Zeit passt. ■

VOR- DENKEN.

WIR ALLE GESTALTEN DIE ZUKUNFT –
JEDE SEKUNDE NEU.



FAKTEN. FAKTEN. FAKTEN.

Der Club im Herzzentrum Magnetische Katheder gegen Herzrhythmusstörungen.

Dr. Bernhard Zrenner, Privatdozent und Oberarzt im Deutschen Herzzentrum München, will seine eigene Begeisterung über die brandneuen Möglichkeiten zur Behandlung von Herzrhythmusstörungen auf die Mitglieder des Presseclubs übertragen. Und das gelingt ihm. „Eigentlich könnte ich mit unserem neuen Magnetkatheter Patienten aus dem Weltraum behandeln, wenn ich dort in einer Kapsel säße -und zwar millimetergenau. Eine Operation zwischen Boston und Mailand hat es schon gegeben“.

In der Münchner Lazarettstrasse aber geht er mit den Journalisten in den Mess- und Kontrollraum neben dem OP, von

tische Katheterspitze mit einem Joystick im dreidimensionalen Raum. Die bildliche Darstellung ist gegenüber den bisherigen Verfahren deutlich verbessert.

Warum das alles möglich ist, kann selbst der Laie schnell erkennen. Rechts und links vom Patienten stehen zwei mindestens einen Kubikmeter große Magneten, die von der amerikanischen Firma Stereotaxis in Zusammenarbeit mit Siemens entwickelt wurden. Sie sind so stark, dass man eine Woche bräuchte, um sie endgültig abzuschalten. „Führe die Putzfrau ihren Metallwagen dagegen, brächten wir ihn nie wieder los“.



Dr. Bernhard Zrenner

fürten Katheters nicht mehr manuell, sondern magnetgesteuert zu bedienen. „Wir sind Computerärzte“, sagt Zrenner und wünscht sich mehr „internationale Zusammenarbeit und nicht Streit, Konkurrenzdenken zwischen den Kliniken, Universitäten und Kollegen“. Denn weltweit werden jährlich ca. 400.000

Katheter-Ablationen in vorher genau festgelegten Gewebearealen vorgenommen.

Behandelt werden -mit 75 Prozent Erfolg- Herzrhythmusstörungen und das Vorhofflimmern, dessen hohes Risiko der Schlaganfall ist. Niobe steht erst seit wenigen Wochen im Münchner Herzzentrum, das Gerät gibt es auch in Hamburg und Leipzig. Die Apparatur kostet rund 2 Millionen Euro, an denen sich das bayerische Kultusministerium und Sponsoren beteiligt haben. Bestenfalls wird sich Niobe amortisieren, von ‚Profit‘ für die Klinik kann keine Rede sein. „Medikamente können nur unterdrücken, wir können heilen und das auch bei Kindern, von denen etwa 2-3 Prozent unsere Hilfe nötig hätten“, so Dr. Zrenner.

Die Vorteile von Niobe liegen auf der Hand: Die magnetische Steuerung des Katheters ist exakter, die früher nötige Röntgendosis kann reduziert und die Gefahr von Verletzungen der Herzwand, also Perforationen, verringert, wenn nicht ausgeschlossen werden. Vor allem: Der Erfolg einer Ablation, der Verödung eines kranken Herzgefäßes, ist sofort sichtbar.

Die Nachbetreuung der Patienten übernimmt ein Netz von mit dem Herzzentrum zusammenarbeitenden Kardiologen und Hausärzten. Die Krankenkasse zahlt. Da unsere Lebenserwartung derzeit pro Jahr um rund einen Monat zunimmt, wird auch die Zahl der Patienten steigen, die an Herzrhythmusstörungen leidet. Norbert Matern



Magnetische Katheder gegen Herzrhythmusstörungen.

Fotos: PresseClub

dem aus man durch eine Glasscheibe den schlafenden Patienten beobachten kann. Bei ihm sind nur zwei Schwestern.

Dr. Zrenner erklärt -immer mit Blick auf den Behandelten- die farbigen Computerbilder auf denen man sieht, wie sein Kollege Dr. Andreas Pflaumer mit einer jungen asiatischen Ärztin vom Mess- und Kontrollraum aus den magnetgesteuerten Katheter im Herzen des Patienten wie auf einer "inneren Landkarte" hin- und her fährt. Er navigiert die magne-

Musste der Arzt auch im Deutschen Herzzentrum München bisher den Elektronenkatheter mühsam an die richtige Stelle des Herzens bringen, so geschieht dies jetzt magnetisch und damit sicherer als per Hand. Niobe heißt das magnetische Großgerät, das zuerst der Untersuchung und dann später der etwa dreistündigen Operation dient.

Mindestens sieben Jahre Erfahrung als Kardiologe sind nötig, um die Führung des traditionell durch die Leiste einge-

LBS

Bausparkasse der Sparkassen

LBS-Bausparer lieben ihre Freiheit. Und ihr eigenes Zuhause.



**Flexibel und ganz ohne
Zinsrisiko: Jetzt LBS-
Baugeld ab 3,5%* sichern!**

Verwirklichen auch Sie Ihren Traum von Unabhängigkeit – mit dem eigenen Zuhause. Wir bringen Ihre Wünsche ins Rollen! Die Baufinanzierung der LBS ist kalkulierbar, flexibel und bietet Ihnen bis zu 25 Jahre Zinssicherheit**. Für Spießer, Genießer und alle, die es werden wollen!

Ihr Ansprechpartner in den LBS- oder Sparkassen-Geschäftsstellen berät Sie gern.

* Effektiver Jahreszins 3,78% ab Zuteilung des Bausparvertrags. Mindestbausparsumme 50.000 €.

** Die Konditionen der Vorfinanzierung erfahren Sie bei Ihrem Berater.

www.lbs-bayern.de

Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.

Sparkassen-Finanzgruppe

Zaungast und Gastgeber

Der PresseClub und die Mediengroßereignisse Fußballweltmeisterschaft und Papstbesuch
Von Günther Eliä Treppner



Sicherlich sind sich nur wenige Münchner bewusst, für welche Vielzahl von Veranstaltungen der Münchner Marienplatz über das Jahr hinweg Schauplatz ist. Die Räume des PresseClubs bieten nicht nur einen traumhaften Ausblick auf diesen zentralen Ort und auf das Münchner Rathaus, sie ermöglichen auch Einblick in ein Kaleidoskop des politischen und kulturellen Lebens der Stadt - ein Vorzug des PresseClubs, den viele Fotografen und Fernsehteams zu schätzen wissen.

Die zwei Höhepunkte im Verlauf des Jahres 2006 auf dem Münchner Marienplatz, bei denen der PresseClub Zaungast war, waren zugleich auch die

medialen Großereignisse des letzten Jahres in Deutschland schlechthin: die Fußball-WM und der Besuch Papst Benedikts XVI. in Bayern.

Es wird gefeiert

Schon Tage vor der Eröffnungsfeier der Fußballweltmeisterschaft war auf dem Marienplatz die Atmosphäre zu spüren, die für folgenden Wochen beherrschend sein würde: Feierlaune über jede nationale und kulturelle Grenze hinweg. Besonders erwähnenswert ist hierbei die Ausdauer der Brasilianer, die über ganze zwei Tage hinweg auf dem Marienplatz feierten und jeden mit ihrer guten Laune ansteckten. Begleitet

wurde diese Atmosphäre von der Gastfreundschaft der Deutschen, die im kollektiven Selbstbild und Selbstverständnis eine völlig neue und überraschende Erfahrung war. Selten war der Marienplatz so einladend und sympathisch wie zu dieser Zeit.

„Media Lounge“ PresseClub

Der PresseClub München hat zeitig seine Verantwortung als Gastgeber für die zu erwartenden ausländischen Journalisten erkannt und damit auch zum Bild des Auslands über die Deutschen positiv beigetragen. Über 8000 Journalisten waren in München akkreditiert. Auch wenn



Standort PresseClub - von hier aus hatten Fotografen, Kamerateams, Journalisten und Polizisten die beste Übersicht über das Geschehen.

Fotos: Wolfgang Roucka

für 6000 Journalisten ein Arbeitsplatz im Medienzentrum in Riem eingerichtet wurde, konnte kaum abgesehen werden, wie groß der Betreuungsbedarf für die direkt in die Stadt kommenden WM-Berichterstatter sein würde. Um die Betreuung zu gewährleisten, richtete die Stadt München an verschiedenen Stellen sog. „Media Lounges“ ein. Es lag nahe, dass auch und gerade der PresseClub sich an dieser Aufgabe beteiligen musste. In Kooperation mit der Stadt München wurde der PresseClub deshalb zur „Media Lounge“ und öffnete an insgesamt 14 Tagen seine Türen für die journalistischen Gäste aus aller Welt.

Gastgeber PresseClub

Selbstredend ging hier die Betreuung der Journalisten nicht nur so weit, einen Fensterplatz mit Aussicht auf die feiernden Fußballfans zur Verfügung zu stellen - auch wenn das für viele Fotografen und Kamerateams schon zur Erfüllung ihrer Wünsche reichte: Vielmehr konnte neben hinreichender technischer Unterstützung wie z.B. Internetzugang auch für das leibliche Wohl der journalistischen Besucher ein tägliches Catering inklusive eines kleinen Begrüßungsgeschenkes bereitgestellt werden. Das gelang mit der freundlichen und großzügigen Unterstützung durch die Firmen Dallmayr und Hofbräu München.

Der Vorstand des PresseClubs erklärte sich bereit, mit je zwei Mitgliedern an den Öffnungstagen anwesend zu sein - als offizielle Repräsentanten des Gastgebers PresseClub und auch zur fachlichen Betreuung der Gäste.

Begegnungen Benedikt XVI. in München

Wie ein Monolith im Zeitgeschehen - nicht nur des letzten Jahres - steht ein weiteres Ereignis auf dem Münchner Marienplatz: ein deutscher und bayerischer Papst zugleich besucht München. Freilich ist mit der Bekanntgabe des Besuchs von Papst Benedikt XVI. die Attraktivität der Räumlichkeiten des PresseClubs ▶

sprunghaft angestiegen, bietet dieser doch exklusive Logenplätze zum Marienplatz. Nun war das Panorama des PresseClubs nicht mehr nur schmückendes Beiwerk seiner Veranstaltungen, sondern ein öffentliches, aber begrenztes Gut, das es aufgrund der hohen Nachfrage gerecht zu verteilen galt.

Begehrte Fensterplätze

Viele Mitglieder waren enttäuscht, dass ihnen von einem Besuch des PresseClubs, um den Papst zu sehen, abgeraten wurde. Es verstand sich von selbst, dass bei der Verteilung der Fensterplätze die



Fotojournalisten absoluten Vorrang haben sollten. Da diese so zahlreich waren und aus zwei Reihen pro Fenster arbeiteten, blieb für die Mitglieder nur noch ein Blick aus der dritten Reihe. Den besten Blick auf das Geschehen hatte man schließlich doch im Fernsehen. Auch die Vorhersagen bzgl. des erschwerten Zugangs zum PresseClub durch die hohen Sicherheitsvorkehrungen bewahrheiteten sich. Die meisten Besucher des PresseClubs mussten schließlich durch das Kellerlabyrinth des

Hauses herein- bzw. herausgeführt werden.

Beeindruckende Atmosphäre

Ob man nun einen guten oder gar keinen Fensterplatz im PresseClub hatte, spielte letztendlich keine besondere Rolle, denn nicht nur die tatsächliche physische Anwesenheit des Papstes war das Ereignis: Es war bereits Stunden vor seinem Eintreffen auf dem Marienplatz die Atmosphäre selbst, der man sich kaum entziehen konnte. Dabei ging es nicht nur um das gespannte War-



ten auf eine herausragende Persönlichkeit des öffentlichen Lebens, sondern gerade um das, was Papst Benedikt XVI. repräsentiert. In diesem Sinne erfuhr der Marienplatz eine vorübergehende Umwidmung - eine Umwidmung des öffentlichen Raumes in einen spezifisch religiösen Raum. Wer den Wandel der Geschehnisse auf dem Marienplatz bewusst längere Zeit beobachtet hatte, wird den Unterschied zu diesem Ereignis am 9. September letzten Jahres

sofort gespürt haben. Der Raum des Alltags, der Feste und der Demonstrationen aller Art wurde zum Raum des Ausgerichtetseins auf etwas Größeres, zum Raum des Gebets. Die Mariensäule selbst wandelt sich vom geographischen Mittelpunkt der Stadt zum spirituellen Zentrum. Diese einmalige Atmosphäre auf Münchens lebendigstem Platz war das eigentliche Ereignis an diesem Tag. Leider ließ sie sich nicht auf den vielen hervorragenden Fotos, die von den Fenstern des PresseClubs aus gemacht wurden, festhalten.

Zaungast PresseClub



So deutlich wie bei dem medialen Großereignis Papstbesuch war es noch nie, dass der PresseClub nicht nur Gastgeber von Veranstaltungen ist, sondern immer auch Zeuge und Zaungast des öffentlichen Lebens der Landeshauptstadt. Das mag kein bedeutender Aspekt der Arbeit des PresseClubs sein, er trägt aber dennoch zu dessen Attraktivität bei und hat nicht nur symbolischen Charakter für einen Ort journalistischen Wirkens. ■

SENIORENGERECHTES SERVICE-WOHNEN

www.cosimagarten.de



COSIMAGARTEN

MÜNCHEN-BOGENHAUSEN

- zertifiziert nach Standards der „Bayerischen Stiftung für Qualität im Betreuten Wohnen“
- Malteser Betreuungs- und Pflegeservice
- herrlicher Wellnessbereich
- Ärzte, Geschäfte, MVV vor Ort
- Gemeinschaftsräume für Kino, Tanz, Spiele, Vorträge, Kultur
- anspruchsvolle Komfort-Ausstattung
- Bezug Herbst 2007



WOHNUNGSBEISPIEL:

1,5-Zi.-Whg., 49,37 m² Wfl., Balkon

€ 192.800,-

(auch 2- u. 4-Zi.-Whg. von 52 – 105 m²)



„Münzen“ Sie – und das im wahrsten Sinn des Wortes – die vermutlich folgenreichste Entwicklung unserer Gesellschaft in Ihren persönlichen Vorteil um: Investieren Sie in eine vermietete, seniorengerechte Eigentumswohnung im bevorzugten München-Bogenhausen.

Unsere Gesellschaft altert zunehmend. Der Bedarf an qualifiziertem, seniorengerechtem Wohnraum steigt unweigerlich und stetig. Eine zertifizierte seniorengerechte Wohnung in citynaher Stadtlage verspricht Ihnen eine zukunftsorientierte Kapitalanlage mit hoher nachhaltiger Rendite.



Musterwohnung:
Bogenhausen, Cosimastr. 191
Mi. 14 – 16 Uhr,
Sa. + So. 13 – 16 Uhr



Immobilien-
vermittlung in
Vertretung der



☎ 0 89 / 99 93 960

Entdecken Sie die Bank mit den zufriedensten Kunden Deutschlands.

0,00 € Gebühren*



+ 25,- €
Startguthaben**
bei Kontoeröffnung bis zum 30.6.2007

SpardaGiro – das **0,00 €-Gehaltskonto*** ohne Einschränkungen wie Mindestguthaben, Mindesteinkommen oder Grund- und Buchungsgebühren.

Unser **Kontowechselservice** macht es Ihnen leicht.
Den gesamten Kontoumzug mit allen Formalitäten regeln wir für Sie.

80335 München · Arnulfstr. 15
und Arnulfstr. 1 (direkt im Hbf. München)
Weitere Geschäftsstellen in München und Oberbayern

☎ **089/55142-400** Mo. bis Fr.: 8.00 – 18.00 Uhr

www.sparda-m.de



* Lohn-/Gehalts-/Rentenkonto für Sparda-Mitglieder gebührenfrei.

** Voraussetzung für den Erhalt ist der regelmäßige Eingang von Lohn, Gehalt oder Rente innerhalb von 3 Monaten nach Kontoeröffnung. Gewährung pro Girokonto – unabhängig von der Anzahl der Kontoinhaber.

Sparda-Bank

freundlich & fair



 1996
2007

**Visionen
Engagement
Dialoge**

Aus dem Dialog mit unseren osteuropäischen Nachbarn ist seit 1996 ein Gipfeltreffen internationaler Denker und Lenker am Stammsitz der Verlagsgruppe Passau gewachsen. Politik, Wirtschaft, Kunst und Kultur, Jugend, Kirche und Gesellschaft bilden die Agenda dieses jährlichen Forums für Kosmopoliten.

«Sie bei der Verlagsgruppe Passau hatten den Mut, ich weiß es, grenzübergreifend zu investieren, als dies noch niemand wagte. Denn Sie haben an die Zukunft geglaubt – an die Zukunft Europas.»

Romano Prodi (2003)

www.menschen-in-europa.de



 VERLAGSGRUPPE PASSAU

Herwig-Weber-Preis

Ausschreibung

Der internationale PresseClub München schreibt den

Herwig-Weber-Preis 2007

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 2004 in Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk oder 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 und Münchner Verlagen jetzt alle 3 Jahre verliehen.

Die Arbeiten müssen bis zum 01. September 2007 in dreifacher Ausfertigung der Geschäftsstelle des PresseClubs München, Postfach 330720, 80067 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 2007 wird gegen Jahresende in einer festlichen Veranstaltung verliehen.

Dr. Norbert Matern

Vorsitzender des PresseClub München e.V.

Marienplatz 22, 80331 München, 80067 München

Tel. (089) 26 02 48 48, Fax (089) 26 02 48 50

presseclubmuenchen@t-online.de

www.PresseClub-Muenchen.de

Festakt für Cornelia

Ein journalistisches Urgestein geht in den „Ruhestand“.



Eine Hanitzsch-Karikatur für Cornelia Wohlhüter – v. li.: Nachfolger Alexander Kain, Verleger Dr. Axel Diekmann und Chefredakteur Hans Schregelmann. In der Karikatur -umringt von Spitzenpolitikern- sagt sie zu Edmund Stoiber: „Nehmen Sie es leicht, Herr Ministerpräsident, ich geh' ja mit Ihnen!“ Foto: Maier

Rund 200 Gäste kamen zur Abschiedsfeier unseres Clubmitgliedes, München-Korrespondentin und stellvertretenden Chefredakteurin der Passauer Neuen Presse, Cornelia Wohlhüter, in den Bayerischen Landtag. Gekommen waren zum Beispiel die Staatsminister Erwin Huber und Werner Schnappauf, Landtagspräsident Alois Glück und sein Vorgänger Johann Böhm, Vizepräsident Prof. Peter Paul Gantzer, die Staatssekretäre Franz Meyer und Jürgen Heike, Abgeordnete, Landräte, Bürgermeister, Pressesprecher, Vertreter aus Wirtschaft und Kultur, Journalistinnen und Kollegen von der Landtagspresse und dem PresseClub.

Alle Redner lobten Cornelia Wohlhüter für ihre fundierte und faire Berichterstattung. Wirtschaftsminister Erwin Huber sprach von einer regelrechten Wohlhüter-Fangemeinde und Landtagspräsident Alois Glück lobte im Zusammenhang mit ihrer landespolitischen Berichterstattung die Vorbildfunktion für andere Medien.

Cornelia Wohlhüter selbst blickte auf ein bewegtes Journalistenleben zurück, auf interessante Geschichten und Begegnungen, auf Reisen mit Politikern in die ganze Welt. Niemand kann sich Cornelia Wohlhüter ohne eine publizistische Funktion vorstellen. Und tatsächlich – bereits eine Woche nach ihrer Verabschiedung tritt sie als Pressesprecherin der Seniorenunion auf. Und so hoffen auch wir vom PresseClub, dass sie uns mit ihrer kollegialen und hilfsbereiten Art noch lange zur Seite steht. R.T.

Unsere Lösungen sorgen für mehr Sicherheit in der Welt von morgen.

Wie auch immer die Technologien der Zukunft aussehen, unsere Innovationen sind mit Sicherheit dabei.

Als führender Anbieter von Sicherheitstechnologien entwickeln wir Lösungen, die Visionen Wirklichkeit werden lassen – sei es im Zahlungsverkehr, bei Ausweissystemen, im Gesundheitswesen, in der Telekommunikation oder in der Informationstechnologie. Dass heute Millionen von Menschen aus den unterschiedlichsten Kulturen unsere Lösungen nutzen, liegt auch daran, dass man dort, wo die Entscheidungen gefällt werden, hervorragend über Giesecke & Devrient informiert ist. Mehr über unser Unternehmen erfahren Sie unter www.gi-de.com

BANKNOTE PRINTING · CURRENCY AUTOMATION · CARDS AND SERVICES · PAPER MANUFACTURING · SECURITY PR



Giesecke & Devrient

www.gi-de.com

Lust auf Reisen

Ruthart Tresselt beschreibt, wie die Aufbruchsfantasien des PresseClubs verwirklicht werden. Diesmal Bulgarien, Salzburg und Ostbayern...

Eine Auslandsreise, eine Berlin-Reise und eine Reise innerhalb Bayerns – das ist das Grundsche­ma unserer jährlichen Reiseplanung. Ausnahmen bestätigen dabei die Regel, z.B. waren wir nach elf Jahren erstmals **nicht** in Berlin.

Vorab aber immer die gleiche Qual der Wahl: Wohin diesmal? Die Vorschläge reichen von Südafrika bis nach Kanada, von Japan über die Türkei bis nach Portugal. Unsere Reiseziele in den vergangenen zwölf Monaten waren Salzburg, Ostbayern und das neue EU-Mitgliedsland Bulgarien.

Mit Bulgarien gewinnt die euro­päische Gemeinschaft ein reizvolles Urlaubsland hinzu. Und die Bulgaren erhoffen sich durch den EU-Beitritt nicht zuletzt Hilfe im Kampf gegen die organisierte Kriminalität. Dabei sehen manche Länder schon den Beitritt von Bulgarien und Rumänien skeptisch und über die geplante Aufnahme Kroatiens um das Jahr 2010 freuen sie sich kaum.

Dagegen beginnen andere Staaten schon, die Ukraine und Georgien als Mitglieder ins Gespräch zu bringen. Nach wie vor kontrovers wird die Aufnahme der Türkei diskutiert. Mit Blick auf die Aufnahme­fähigkeit stellt die deutsche Kanzlerin und bis Ende Juni europäische Rats­präsidentin, Angela Merkel, allerdings fest: "Wir können nicht jeden beitrittswilligen Staat aufnehmen".



Ein Land im Umbruch

München – Sofia und zurück. Mit Lufthansa! Das sagt sich leicht. Das sieht auf der Karte vernünftig aus. Doch die 19 Journalisten des Internationalen PresseClubs München wol-

len in Bulgarien politische Gespräche führen, natürlich auch Kultur und Geschichte sehen und erleben sowie das Land und seine Menschen kennen lernen. Da wird es schwieriger.

Schon die Vorbereitungen laufen schleppend. Es ist eben kein Stan-

dard-Programm an die Schwarzmeerküste. Bulgarien-Tours sagt gleich ab, der Reiseveranstalter Studiosus wirft nach 5 Wochen das Handtuch. Allein ein Angebot von DERtours bleibt übrig. Über die Bulgarische Botschaft in Berlin und über die Vertretung der Hanns-Seidel-Stiftung in Sofia werden Gespräche im Parlament und im Außenministeri-



Marktbummel in Sofia (links).

Mitten im Gebirge erinnert das Orthodoxe Rila-Kloster an eine Festung.

Alle Bulgarien-Fotos: J. Schwepfinger, R. Tresselt

um, in der Deutschen Botschaft sowie ein Treffen mit bayerischen

und deutschen Wirtschaftsvertretern organisiert.

Für die Deutschen sind die Länder Südosteuropas wichtige Absatz- und Beschaffungsmärkte. Die Wirtschaftsbeziehungen haben sich in den vergangenen Jahren dynamisch entwickelt. Über 800 bayerische Firmen pflegen Geschäftsbeziehungen zu Bulgarien. Viele haben bereits Niederlassungen oder Produktionsstätten errichtet, darunter zum Beispiel Siemens, Allianz, MAN und der Baukonzern Lindner aus dem niederbayerischen Arnstorf.

Besonders hat sich Unternehmer Hans Lindner aus dem Landkreis Rottal-Inn in der bulgarischen Hauptstadt Sofia engagiert. In der Nähe des Flughafens schuf er eine Stadt in der Stadt, den sogenannten Businesspark.

Nach dem Grunderwerb und einem Architektenplan wurden die einzelnen Gebäude erst dann gebaut, wenn genügend Nachkäufer oder Mieter ihren Vertrag unterschrieben hatten. Das Konzept ist so erfolgreich, dass heute bereits 5500 Mitarbeiter (bis Ende 2007 sollen es

10 000 sein) in 195 Firmen Arbeit gefunden haben. Die Geschäftsinhaber kommen aus 28 verschiedenen Ländern. Und es wird weiter gebaut. Im angrenzenden Residential Park entstehen derzeit Wohnungen und ein Shopping-Center für weitere 10.000 Personen.

Soziale Verwerfungen

Bis 1989 war Bulgarien fest in den östlichen Wirtschafts- und Machtblock integriert. Danach hat eine komplette Umorientierung von Staat und Gesellschaft eingesetzt – mit erheblichen sozialen Verwerfungen. Das monatliche Durchschnittseinkommen liegt umgerechnet bei ca. 130 Euro, der staatlich festgesetzte Mindestlohn bei 50 Euro

und die Mindestrente bei 30 Euro im Monat. Um überleben zu können, sind viele Arbeitsplatzbesitzer gezwungen, eine zweite oder sogar dritte Arbeitsstelle anzunehmen. Die Schattenwirtschaft produziert zur Zeit etwa ein Drittel des Bruttoinlandsprodukts.

Das größte Problem aber ist die grassierende Korruption und das orga-



Empfang in der Deutschen Botschaft

nisierte Verbrechen. 173 Auftragsmorde zählt die Statistik seit 1992 – in keinem Fall hat es bisher eine Verurteilung gegeben. Besonders wegen dieser stockenden Gerichtsverfahren werden Bulgarien und Rumänien heftig kritisiert. Außerdem will die EU sicherstellen, dass bei der Verteilung der erwarteten EU-Milliarden organisatorisch und personell gewährleistet ist, dass die Mittel nicht in falsche Hände geraten.

Bulgarische Politiker bekräftigen in Gesprächen immer wieder ihren Willen zum kompromisslosen Kampf gegen Korruption und Verbrechen. Besonders der neue Generalstaatsanwalt Boris Weltschew geht hart gegen Verbrecher vor und hat auch zahlreiche gravierende Verstöße seines Vorgängers aufgedeckt. Auf ihm ruhen die Hoffnungen der Bürger; allerdings haben sie auch Angst um sein Leben. Weltschew setzt ein Sprichwort dagegen: "Wer Angst vor den Wölfen hat, soll nicht in den Wald gehen".

Prächtige Gebirge, goldene Strände

Bulgarien ist ein schönes Land mit prächtigen Gebirgen, weißen Stränden und einer Kulturvielfalt zwischen Orient und Okzident. Im Gastgewerbe allerdings müssen die Menschen noch viel lernen. Der Mief der Planwirtschaft ist immer noch zu spüren. In den größeren Hotels stehen schwarzgekleidete Typen herum – hilfsbereit sind sie nicht, denn das ist nicht ihre Aufgabe... In den Restaurants sehen viele Bedienungen nicht, wenn der Gast eine Bestellung aufgeben will oder sie lassen leer gegessene Teller ewig rumstehen. Eine Zumutung sind die meisten Toiletten unterwegs an den Raststätten. Ein Stehklo für Frauen und Männer – bis der Letzte eines Reisebusses drankommt, sind oft 30 Minuten vergangen. Die Hygiene lässt zu wünschen übrig. Störend auch in manchen Hotels das Schild: "Das Mitnehmen von Speisen und Geschirr ist verboten."

Trotzdem ist der Tourismus für Bulgarien ein angenehmes Thema. An der Schwarzneerküste werden in Erwartung von Millionen Besuchern weitere Betonburgen gebaut. Dort gibt es auch Vier-Sterne-Hotels mit westlichem Standard und Service-Personal. Auf den Flugplätzen von Varna und Burgas landen die Ferienflieger mit den Sonnen- und Strandhungrigen. Ein touristischer Höhepunkt ist das auf einer Halbinsel ins Meer gebaute Nesebar. Die seit der Antike bestehende Stadt wurde von der UNESCO in die Liste der besonders schützenswerten Natur- und Kulturdenkmäler der Menschheit aufgenommen.

Insgesamt hat Bulgarien einen 378 Kilometer langen Küstenstreifen am Schwarzen Meer. Besonders in Zentral-Bulgarien stehen ganze Ortschaften unter Denkmalschutz, zum Beispiel die Zarenstadt Veliko Tarnovo

und das Händlerdorf Arbanasi. Ansehnliche Bürgerhäuser aus der Zeit der "Nationalen Wiedergeburt" (Befreiung vom Osmanischen Reich) findet man in der Altstadt von Plovdiv – hier bestehen übrigens freundschaftliche Beziehungen zwischen der Messe München und der Messe Plovdiv,

Die Hauptstadt Sofia

Das Zentrum des Landes ist unbestritten die Hauptstadt Sofia (1,3 Millionen Einwohner von insgesamt ca. 7,5 Millionen). Die prunkvolle Alexander-Nevski-Kathedrale ist das Wahrzeichen der Metropole. Die Krypta beherbergt die bedeutendste Ikonensammlung des Landes. Im Nationalmuseum zählt der thrakische Goldschatz mit reliefgeschmückten Gefäßen aus dem 3. Jahrhundert vor Christi zu den kostbarsten Ausstellungsstücken.



Führung durch Hans Lindner's Businesspark. Das Nationaltheater Ivan Vazov in Sofia liegt direkt am Stadtgarten. Wachablösung vor dem Parlament.



Das Rila-Kloster

Allein eine Reise wert sind die verschiedenen Landschaften und die weltberühmten Klöster, die wiederum Ausdruck einer einzigartigen Verbindung von Religion und Geschichte, von Natur und Kultur sind. Sinnbild der Bedeutung und Macht der orthodoxen Kirche in der bulgarischen Geschichte ist das Rila-Kloster 120 Kilometer südlich von Sofia. Mitten im Gebirge erinnert das Kloster von außen an eine Festung. Im Innern überrascht die Gestaltung durch einen

aufgelockerten Stil mit viel Holzkonstruktionen und einer farbenträchtigen Ausmalung der Klosterkirche. Die landschaftliche Schönheit Bulgariens bestreitet niemand. Im Rosental bei Karlow bezaubern hunderttausende Rosenstöcke mit ihrem Duft jeden Besucher. Rund drei Tonnen der blassroten Rosenblätter ergeben einen Liter Rosenöl. Ein Liter kostet soviel wie ein Kilogramm Gold.

All' diese Schätze verdecken jedoch nicht: Bulgarien ist ein Land im

Umbruch mit noch vielen Problemen. Die besten Garantien für einen wirtschaftlichen Aufschwung, für politische und territoriale Souveränität sehen Staatspräsident Georgi Parwanow und die Regierung in der Mitgliedschaft in der EU und der NATO. Und das Volk erhofft sich: "Nur wenn wir in der EU sind, kann Brüssel den organisierten Verbrechern auf die Finger klopfen." ▶



Gruppenbild mit Mönch – in den berühmten Klöstern leben auch im 21. Jahrhundert noch Mönche.

Wahrzeichen der Metropole: Die Alexander-Nevski-Kathedrale.

Prachtvolle Wandmalereien in den Kirchen.

Duftende Rosen (im Rosental) faszinieren nicht nur Eva Otremba.



SALZBURG

Für die Mitglieder der Presse-Clubs Regensburg und München hieß es 2006 auch "Viva Amadeus"! Mit Pauken und Trompeten feierte Salzburg das 250. Geburtsjahr seines großen Musikersohns Wolfgang Amadeus Mozart. Ein riesiges Kulturaufgebot an Konzerten, Ausstellungen, Events und Opern lockte tausende Kulturliebhaber aus aller Welt an. Für den PresseClub war es deshalb nicht schwer, seinen Mitgliedern ein abwechslungsreiches Programm anzubieten: Don Giovanni im Landestheater, Konzerte im Schloß Mirabell, musikalischer Geburtstagspaß von Franz Wittenbrink in den Kammerspielen, Missa Solemnis in der Kirche St. Peter, Sonderausstellung zum 250. Geburtstag in der Neuen Residenz, themenbezogene Stadtführung und vieles mehr.

Diskutiert wurde auch immer wieder die Frage, was geschieht mit Mozart, wenn er so vermarktet wird? Verändert sich der Wert seiner Musik? Sicher nicht! Aber im Gegensatz zum Beispiel Karajan, der sein Künstlertum zu künstlerischen und wirtschaftlichen Höhen vermarkten konnte, gelang das Mozart nicht.

Weltkulturerbe

Auch wenn der Komponist in seiner Geburtsstadt und im Salzburger Land allgegenwärtig ist, so bietet Salzburg doch noch viel mehr. Gewohnt wurde im Fünf-Sterne-Hotel Sheraton Salzburg am zauberhaften Mirabellgarten, mitten im Herzen der Weltkulturerbe-Stadt (1997 wurde die Altstadt und das Schloss Schönbrunn von der UNESCO in die Liste des Weltkulturerbes aufgenommen). Das preisgekrönte Feinschmecker-Restaurant Goldener Hirsch offeriert Speis und Trank wie zu Mozarts Zeiten. Ein Spaziergang über die Stadtberge, durch die Straßen und Gassen (Getreidegasse), über die Brücken und die Plätze der



Altstadt, zum Beispiel zu Residenz und zum Dom, ist ein stimmungsvolles Erlebnis. Auch einen Spaziergang entlang der Salzach und auf die 900 Jahre alte Festung Hohensalzburg mit Panoramablick über die Stadt, das Land und in die Berge, sollte niemand versäumen.

Nach Wien, Graz und Linz ist Salzburg mit seinen ca. 150 000 Einwohnern die viertgrößte Stadt Österreichs und das Zentrum der bayerisch-österreichischen Euregio Salzburg – Berchtesgadener Land – Traunstein. ▶

Blick auf den Mirabellgarten, der mit seinen klaren geometrischen Formen dem Typus des „französischen Gartens“ entspricht.

Ein Bild reiner Romantik: Der Blick auf die Festung.

Die Altstadt mit ihren romantischen Gassen ist UNESCO-Weltkulturerbe.



Die Wasserspiele vor dem Schloss Mirabell.

Alle Salzburg-Fotos: R. Tresselt

BBV-Kinderpolice
Max Schlaubär



Wir wissen, wie Sie Ihren
Jüngsten eine bärenstarke
Zukunft verschaffen.

Tipp für alle Eltern,
Großeltern und Paten!

Die BBV-Kinderpolice Max Schlaubär. Eltern, Großeltern und Paten wünschen den Kindern nur das Beste – eine erstklassige Ausbildung, einen sicheren Arbeitsplatz und eine sorglose Zukunft. Max Schlaubär sichert Ihren Schützling bärenstark ab – ein ganzes Leben lang!

- 👉 Absicherung des Versorgers und damit des Sparziels
- 👉 Hohe Renditechancen
- 👉 Flexible Entnahmen für Ausbildung oder andere Ereignisse
- 👉 Lebenslange Rentenzahlung

Wenn Sie möchten, dass Max Schlaubär auf Ihre Jüngsten aufpasst, dann rufen Sie uns gleich an.

Bayerische Beamten Versicherungen
Thomas-Dehler-Str. 25
81737 München
Tel. 01801/228 357
Fax 01801/228 367
E-Mail: info@bbv.de
www.bbv.de



Bayerische Beamten Versicherungen
Neue Bayerische Beamten Lebensversicherung AG
Bayerische Beamten Versicherung AG

Die Blaue Blume

4. Wettbewerb des Tourismusverbandes Ostbayern für junge Reisejournalisten

Zum vierten Mal lobt der Tourismusverband Ostbayern seine „**Blaue Blume**“ für junge Journalisten aus.

Gesucht sind junge, unbefangene Sichtweisen und unkonventionelle Perspektiven mit journalistischen Stilmitteln auf die Städte, Thermen und Ferienregionen Ostbayerns.

Als **Preisgeld** winken **3000, 2000 und 1000** Euro in bar.

Das Thema des diesjährigen Wettbewerbs lautet **„Auf nach Ostbayern, fertig, los...!“**.

Teilnehmen können Journalisten, die 1967 oder später geboren wurden.

Anmeldung und Information unter www.ostbayern-tourismus.de oder direkt bei:

Tourismusverband Ostbayern
Ulrike Eberl-Walter
Luitpoldstr. 20 · 93047 Regensburg
Telefon 0941/58539-12 · Telefax 0941/58539-39
info@ostbayern-tourismus.de · www.ostbayern-tourismus.de



Dieses Projekt wird von der Europäischen Union kofinanziert.

Bayern

OSTBAYERN

www.ostbayern-tourismus.de

www.ostbayern-tourismus.de

OSTBAYERN

In seiner Vielfalt war Bayern schon immer einzigartig. Als Deutschlands Urlaubsland Nummer 1 bietet es Natur, Kultur und Historie in Stadt und Land, wohltuende WellVital-Angebote, köstliche Schlemmerreisen durchs Genießerland, weißblauen Himmel, schneebedeckte Berge, Flüsse und Seen, barocke Kirchen, Schlösser und die Verbindung von Wein, Bier und Kunst.

Bier und Barock

Organisiert vom Tourismusverband Ostbayern wird den Clubmitgliedern Kulturelles und Kulinarisches, Geschichten rund um Bier und Barock präsentiert. In Bad Gögging beginnt es mit dampfenden Schwefelquellen und der Besichtigung des neuen "Luxury Hotel, SPA and Conference Center THE MONARCH". Bereits die Römer erkannten um 180 n. Chr. die wohltuende Wirkung der Quellen und errichteten ein Heilbad. Heute ist Bad Gögging stolz darauf, mit der Limes-therme einer der ältesten Kurorte Deutschlands zu sein.

Ein Publikumsmagnet für die barocke Lebensart ist die "Bier-Kunst-Brauerei Kuchelbauer" in Abensberg. Bräu Leonhard Salleck stellt in einer anekdoten-

Empfang im Brauereigasthof „Zum Kuchelbauer“ in Abensberg unter dem Motto „Bier und Barock in Ostbayern und Böhmen“.

Mitten in der Welt größtem Hopfengebiet – Einführung in die Welt des Biermachens (Mitte).

Ankommen – Eintauchen – Wohlfühlen... so das Motto der Bad Gögginger Hotels, der Limes-Therme und der Römer-Sauna. (unten)

Alle Ostbayern-Fotos: J. Schwepfinger

reichen Führung nicht nur seine Brauerei und die Biere vor, sondern führt uns auch zu seinen Kunstschätzen in alte Kellergewölbe. Vorbei an alten Bierkutschen, Art deco-Theken und der größten Weißbiergläser-Sammlung lernen wir Leonardo da Vincis "Abend-

mahl" kennen. Das Gemälde gilt seit seiner Entstehung als eines der größten Rätsel der Kunstgeschichte. Mit Friedensreich Hundertwasser verbindet den Bräu eine persönliche Beziehung: lange wurde mit den Nachlassverwaltern des Wiener Künstlers und den regionalen Baubehörden um den Bau des "Kuchelbauer-Hundertwasser-Turms" gerungen – jetzt wollen Stadt und Brauerei gemeinsam den Turm nutzen, um verstärkt auf Abensberg und die Holledauer Region aufmerksam zu machen.



Die "Waidla-Wirte"

Gäste in die Region zu bringen und sie vor Ort mit Atmosphäre und Ambiente zufrieden zu stellen, das ist auch das ureigenste Ansinnen der "Waidla-Wirte". Bernhard Sittner, zünftiger Waidla-Wirt auf Gut Riedelsbach (Landkreis Freyung-Grafenau) und Sprecher von acht Landhotels und Gasthausbrauereien, ist der erste diplomierte Bier-Sommelier Deutschlands. Er kennt alle Sorten, Farben und Geschmäcker der Biere in aller Welt. Auch er betreibt als Bräu

Danke mit einem Blumenstrauß an Organisatorin Ulrike Eberl-Walter vom Tourismusverband Ostbayern. Bernhard Sittner, der erste Biersommelier-Wirt Deutschlands, spricht über sein Lieblingsthema „Bier ist Kultur“. „Bier ist unter den Getränken das Natürlichste, unter den Arzneien das Schmackhafteste und unter den Nahrungsmitteln das Angenehmste“ - so die Philosophie in dieser Bierwelt.

Diplom-Deutschlands

Lieb-Lieb

und Gastwirt ein Brauereikulturmuseum: Eine Sammlung von 3000 salzglasierten Steinkrügen, Gläsern, Flaschen, Werbeschildern und anderen Kuriositäten vermitteln einen stimmigen Gesamteindruck von über 100 Jahren Brauerei-Werbekultur. Darüber hinaus haben die acht Waldler-Wirte eine eigene Bierkarte herausgebracht.

Bier und Barock wurde vom Tourismusverband als Motiv auserkoren – es gibt sogar eine eigene Bierzeitung. Allein Ostbayern hat 180 Brauereien und mehr als 500 Sorten Bier. Wenn man Böhmen und Oberösterreich dazu nimmt, könnte das weltweit als einzigartige Bierregion vermarktet werden, so eine Vision vor Ort. Immerhin sind Ostbayern und Böhmen seit dem 1. Mai 2004 in der Europäischen Union vereint. Nach über 50-jähriger Trennung durch den Eisernen Vorhang kehrt die gesamte Region zurück in die Mitte Europas. ▶



Bier ist die eine Seite, Barock ist die andere Seite der ostbayerischen Kultur. Prachtvolle Kirchen und Klöster, eindrucksvolle Bauwerke und Museen präsentieren sich dem Besucher. Die europäischen Kunstepochen von der Romanik über die Gotik, Renaissance und den Barock haben in Ostbayern und Böhmen großartige Zeugnisse hinterlassen. Wir werden durch Kloster Metten bei Deggendorf geführt und durch die Basilika Osterhofen. In Metten beeindruckt besonders die ausgefallenen Stuckarbeiten und Deckenfresken sowie die farbenfrohe Bibliothek. In der Basilika Osterhofen schufen die Gebrüder Asam und der Münchner Baumeister Johann Michael Fischer den "Thronsaal zur Ehre Gottes". Er ist ein Meisterwerk spätbarocker bayerischer Baukunst.

Die nächsten Pläne

Das Mit- und Nebeneinander zwischen Bayern und Böhmen wird auch Thema unserer nächsten Bayerntour sein. In Zwiesel wird die Bayerische Landesausstellung 2007 von Mai bis Oktober die jahrhundertealten Beziehungen zwischen Bayern und Böhmen aufzeigen. Bürgermeister Robert Zettner erwartet sich dadurch einen stärkeren Bekanntheitsgrad und Georg Steiner, Chef des Tourismusverbandes Ostbayern, sagt: "Wir wollen dem Rest von Bayern zeigen, dass die Welt hier nicht, wie von vielen geglaubt, zu Ende ist". Geplant ist auch wieder eine gemeinsame Informationsreise aller PresseClubs in die Bundeshauptstadt Berlin. Vorher geht es allerdings noch in's Rhein-Main-Gebiet. Auf dem

Programm steht unter anderem eine Führung im ZDF (mit Teilnahme an einer Sendung), ein Besuch in einem Weingut und ein Empfang im Frankfurter PresseClub.

Die Auslandsreise wird uns voraussichtlich über Wien und Bratislava nach Slowenien führen (seit diesem Jahr auch Euro-Land) und über Triest nach München zurück. Als eventuelle Alternative ist die Türkei angedacht. ■

Ein Kleinod der Donaustadt Osterhofen ist die Basilika St. Margaretha. Johann Michael Fischer und die Gebrüder Asam sorgten für einen harmonisch-überschwenglichen Raumeindruck.



Journalisten des Jahres

Wie Medium Magazin alljährlich die Besten der Branche kürt.

Von Annette Milz, Chefredakteurin Medium Magazin für Journalisten, Frankfurt

Das geht doch nicht: 101 Journalisten des Jahres wählen - aus der ganzen Heerschar abertausender Medienmacher. Wie kann dabei über deren Qualität entschieden werden, wo sich seit Jahren ganze Kongresse und Institutionen an Qualitätsdefinitionen versuchen mit mehr oder weniger Erfolg. „Journalisten des Jahres“ - Das kann doch nur etwas Subjektives, Schlaglichtartiges sein. Stimmt: Eine solche Wahl ist all das – genauso wie der Journalismus selbst. Aber Schlaglichter erhellen! Und das ist auch das Ziel unserer „MediumMagazin-Wahl der Journalisten des Jahres“, die 2006 bereits zum dritten Mal stattfand.

Weil zuviel Subjektivität dann aber doch wenig überzeugend wäre, haben wir von Anfang an eine große Jury aus versierten Medienkenner aus verschiedenen Bereichen gebildet: Einerseits die Leiter der wichtigsten Ausbildungsstätten für Journalisten, zum zweiten professionelle Medienbeobachter von Print- und elektronischen Medien und der Branchenpresse, und zum dritten solche Journalisten, die dank ihrer bisherigen beruflichen Lebens-Leistung selbst für ein hohes Qualitätsniveau stehen – Journalisten also wie Axel Buchholz, Jürgen Jeske, Wolfgang Kaden, Claus Larass, Eva Kohlrusch, Peter Schiwy, und Adolf Theobald.

Hinzu kommen die Voten unserer Internetabstimmung: Einige Wochen vor dem Endentscheid der Jury kann

jeder Interessierte seine Favoriten oder Favoritinnen mit ins Rennen schicken, wenn er den Fragebogen unter www.mediummagazin.de und dem Journalistenportal www.newsroom.de (ebenfalls Medienfachverlag Oberauer) ausfüllt.

Zehn Kategorien gilt es jeweils mit Nennungen und Begründungen zu

Wissenschaft und den Newcomern. Wir wollen wissen, wer im jeweils zurückliegenden Jahr Meilensteine gesetzt und wer über den Tag hinaus bleibende Werte mit seiner journalistischer Arbeit geschaffen hat. Und dazu wird auch noch die Spitze der Spitzen gewählt, die mit dem Titel „Journalist des Jahres“ geehrt wird.



Die Top-3-Preisträger in der Kategorie Politik v.l.n.r. Heribert Prantl („SZ“, 2.) Frank Plasberg („Hart aber fair“, 1.) und Bettina Gaus („taz“, 3.) bei der Feier der „Journalisten des Jahres“ in Berlin.

Fotos: Ragnar Schmuck/MediumMagazin

füllen. Wir fragen nach den besten Chefredakteuren, den Politik-, Wirtschafts-, Kultur-, Sport-, Wissenschafts-, Unterhaltungsjournalisten und -journalistinnen und Reportern des Jahres sowie den Topjournalistinnen und -journalisten im Lokalen, der

Dieser Titel ging - nach Frank Schirrmacher, Herausgeber der FAZ (2004) und Alice Schwarzer, Gründerin und Herausgeberin von Emma (2005) – für das Jahr 2006 gleich an zwei herausragende Köpfe: ▶



Michael Ebert und Timm Klotzek. Die beiden Erfinder und seit Anfang 2006 auch Chefredakteure von „Neon“ (Gruner+Jahr) haben mit Ihrer Arbeit in diesem Jahr nicht nur die Jury in seltener Übereinstimmung überzeugt. Sie sind zu Trendsettern geworden, denen ein weit überdurchschnittlicher Abonnementzuwachs mit über 50 Prozent recht gibt: Junge Leute wollen und können auch lange Texte lesen - vorausgesetzt man trifft den richtigen Ton und die richtigen Themen. Michael Ebert und Timm Klotzek gelingt beides außergewöhnlich gut in Print und Online. „Neon“ war der journalistische Überraschungserfolg des Jahres 2006.

Journalistische Qualität

Auch in anderen Kategorien setzte die Jury ein deutliches Zeichen pro journalistischer Qualität, wie sie z.B. Thomas Kistner, Hajo Seppelt und Jens Weinreich im Bereich Sport oder Klaus Ott als „Wirtschaftsjournalist des Jahres“ mit herausragender investigativer, unabhängiger Arbeit unter Beweis stellten. Und dass Online längst ein etabliertes Medium für Journalisten geworden ist, zeigte auch

die Wahl der Newcomer des Jahres mit Katharina Borchert, die als Kultbloggerin („Lyssas Lounge“) im vergangenen Jahr zur WAZ-Online-Chefin avancierte, sowie Kathrin Bauernfeind mit dem Team des Internet-TV „Ehrensenf“. Dritter im Bund der Top-3-Newcomer war Alexander Stefanidis, der mit seinen Interviews für das „SZ-Magazin“ 2006 (z.B. das letzte Gespräch mit Rudi Carell vor dessen Tod) die Jury beeindruckte.

Redaktion des Jahres

Ein Toppreis der besonderen Art ging 2006 ebenfalls nach München: Erstmals haben wir auch eine „Redaktion des Jahres“ gekürt. Der Preis ging an die „Süddeutsche Zeitung“, deren Journalisten in nahezu allen Kategorien die meisten Nominierungen und Auszeichnungen erhielten: Allein 18 „SZler“ bzw. „SZ“-Magazinler wurden von der Jury unter die 101 besten Journalisten des Jahres 2006 gewählt – so viele wie aus keiner anderen Redaktion. „Die Süddeutsche hat Top-Rechercheure, exzellente Schreiber, kluge Denker, gute Blattmacher und Streiflicht-Autoren, um die sie jeder Chefredakteur beneiden muss. Diese Redaktion hat im Klinsmann-Sommer den besten WM-Teil abgeliefert, mit der Entdeckung einer Landrätin den Abgang von Edmund Stoiber initiiert und den Schmutz aus dem Siemens-Sumpf nach oben gespült, um nur ein paar Glanzlichter zu erwähnen“, lobte

Jurymitglied Dieter Degler die Redaktion und ihren Chefredakteur Hans Werner Kilz bei der feierlichen Preisverleihung am 17. Januar im Deutschen Historischen Museum in Berlin. „Das Blatt ist besser, frischer, nachrichtlicher und analytischer geworden, man könnte sagen: Die Süddeutsche Zeitung ist ein täglich erscheinendes Magazin. Sie ist heute mit Abstand die Nummer Eins unter den Abonnementszeitungen mit bundesweiter Bedeutung. Das hat, wie die Jury findet, auch mit dem Chefredakteur zu tun, der seit nunmehr vielen Jahren diese Redaktion leitet und prägt.“ - und der deshalb auch unter die Top 3 der Chefredakteure des Jahres gewählt wurde.

Bei der Feier der Journalisten des Jahres in Berlin, die diesmal zugleich auch dem Jubiläum 20 Jahre „Medium Magazin“ gewidmet war, hatte die rund 45-köpfige Jury Gelegenheit, nahezu alle Top-Preisträger (geladen waren die jeweils ersten drei Platzierten pro Kategorie) persönlich zu beglückwünschen. Als einziger Hauptpreisträger fehlte allerdings „Journalist des Jahres“ Timm Klotzek – aus einem unschlagbar guten Grund: Er wurde fast zeitgleich in München Vater eines gesunden Jungen. An Nachwuchs für die kommenden „Journalisten des Jahres“ wird also hoffentlich kein Mangel herrschen. ■

Kontakt: Annette Milz, annette.milz@mediummagazin.de

Politischer Journalismus in Boulevardzeitungen

Welche Rolle spielt das Privatleben deutscher Politiker?
Von Klaus Rimpl

Die Bild-Zeitung veröffentlicht „Gerüchte“ über Horst Seehofers außereheliche Liebesaffäre, legt einen Tag später mit der Schlagzeile „Minister Seehofer: Baby mit heimlicher Geliebten“ nach. Typisch boulevard?

Vorsicht! Das Privatleben deutscher Politiker ist auch für die Boulevardpresse Tabu – es sei denn (etwa im Falle des im Liebesrausch im Pool planschenden Rudolf Scharping) der Politiker selbst will solche „menschlichen“ Geschichten.

So war es auch nicht die Boulevardpresse, sondern der „Spiegel“, der im Mai 1993 die Beziehung des damals noch in erster Ehe verheirateten Theo Waigel mit Irene Eppler öffentlich machte – es war zwar nur eine kleine Meldung des Nachrichtenmagazins. Aber die Lawine war ins Rollen gebracht – da macht es keinen Unterschied, ob fette Boulevard-Zeilen oder feinsinnig-ziselierte „Spiegel“-Sätze den letzten Schubs geben...

Nein, der Fall Seehofer taugt nicht, um die Entwicklung des modernen, politischen Boulevard zu beschreiben. Ob tz, ob Abendzeitung oder Bild am Sonntag: Der Boulevardpresse geht es nicht darum, Liebesaffären oder uneheliche Kinder ans Licht zu zerren. Es geht zu 99 Prozent darum, die immer kompliziertere, immer schwieriger zu verstehende Welt der Politik herunterzubrechen auf den Alltag des Lesers.

So interessiert den tz-Leser beim Thema Gesundheitsreform weniger die hundertundeinste Wortmeldung zu Sinn und Unsinn des Gesundheitsfonds. Vielmehr muss für uns Boulevard-Journalisten die Frage im Vordergrund stehen: Was bedeutet das für mich als Patient? Wieviel mehr muss ich zahlen? Wie kann ich die

schiede zwischen „seriöser“ und „unterhaltender“ Presse zu definieren: So sieht sich die tz als Wundertüte, die natürlich mit Promi-Klatsch und Lokal-Tratsch unterhalten will. Aber auf der Seite 2, der Politik-Seite, soll dann eben nicht die Unterhaltung, sondern die Seriosität im Vordergrund stehen.



Journalisten auf der Jagd nach News- hier Fragen an Edmund Stoiber in Kreuth.

Foto: dpa

Kasse wechseln, falls diese den Beitrag anhebt?

Natürlich haben auch die Magazine oder Abonnement-Zeitungen das Zauberwort „Nutzwert“ längst für sich entdeckt. Wie es ja überhaupt immer schwieriger wird, die Unter-

Weil sich aber ein komplexes Thema nicht in 30 Zeilen seriös und verständlich erklären lässt, sind wir in der tz in den letzten Jahren vom Nachrichten-Mischmasch vergangener Jahre weggegangen. Früher versuchten wir jeden Tag eine Art „Reader's Digest“-Fassung der Süddeutschen auf die Seite 2 zu quetschen: Ein Aufmacher zum CSU-Krach mit ▶

60 Zeilen, ein Unteraufmacher zu Siemens mit 40 Zeilen und je ein Zwanzig-Zeiler zum Irak und Sudan. Keines der Themen war dann so im Blatt, dass der Leser über das hinaus etwas erfuhr, was er schon im Radio oder TV gehört hatte.

Deshalb sind wir dazu übergegangen, die Seite 2 zur Schwerpunktseite zu machen: Wir wählen aus dem Fundus der politischen Ereignisse des Tages eines aus und beleuchten es von verschiedensten Seiten: Mit einem Experten-Interview, einem Info-Kasten zur näheren Erklärung, Grafiken... Das Ziel ist es dabei, dass der tz-Leser das Gefühl gewinnt, aus seiner Zeitung all das zu erfahren, was ihm die nackte TV- oder Radio-Meldung nicht sagen konnte.

Die Zeitung – egal ob Abo- oder Kaufzeitung – muss eben einen Mehrwert gegenüber den elektronischen Medien bieten. Und dieser Mehrwert kann nur in der Tiefe liegen, nicht an der Oberfläche.

Aber natürlich leben Boulevardzeitungen auch von Emotionen: Die Diskussion um die Begnadigung der Ex-RAF-Terroristen Christian Klar und Brigitte Mohnhaupt beispielsweise ist so ein Thema, das bei vielen Menschen die Gefühle wallen lässt.

Das sind Themen, die wir aufgreifen - aber nicht, um ohnehin vorhandene Stimmungen weiter anzuheizen. Vielmehr bieten wir Informationen an (etwa die Argumente des Ex-Justizministers Klaus Kinkel),

die allzu vorschnelle Urteile in Frage stellen.

Emotional, kurz, personalisiert: Alles typisch Boulevard. Das ist schon richtig – aber diese Adjektive allein umschreiben die Bandbreite des modernen Boulevardjournalismus schon längst nicht mehr.

Denn unsere Themen und Überschriften sind durchaus oft emotional – aber die Texte dazu sind sachlich, wollen nicht aufhetzen oder Vorurteile schüren, sondern aufklären und Verständnis auch für die weniger selbstverständliche Sicht der Dinge wecken.

Unsere Texte sind kürzer als ein „Zeit-Dossier“ oder eine Seite-3-Geschichte der Süddeutschen – aber wir trauen unserem Leser durchaus auch zu, ein längeres Stück zu lesen – nur überflüssige Wort-Girlanden und Fremdwörter wollen wir ihm ersparen.

Und wir lieben es durchaus, Politik zu personalisieren. Aber nur dann, wenn es die Sache auch hergibt – und so ist der Streit um den CSU-Vorsitz zwischen Erwin Huber und Horst Seehofer eben durchaus ein politisches Ereignis, das sich auf ein Duell zuspitzen lässt – so ein Zweikampf ist übrigens eine Form der politischen Auseinandersetzung, die auch öffentlich-rechtliche oder Abo-Zeitungs-Redakteure durchaus lieben. Zu Recht: Denn unterschiedliche Personen stehen eben auch für unterschiedliche Politik – und ein Duell zwischen Huber und Seehofer ist eben alle mal interessanter fürs Publikum als eine tro-

ckene, theoretische Auseinandersetzung zwischen wirtschaftsliberalen und sozialdemokratischen Flügeln der CSU...

Es ist ein Irrtum, dem manche Journalistenschüler gern aufsitzen, dass Boulevard bedeutet: schlampig recherchieren und schnell hingerotzt schreiben. Das Gegenteil ist richtig! Gerade wir Boulevard-Journalisten müssen hundertfünfzigprozentig korrekt arbeiten, um allen noch immer bestehenden Vorurteilen gegen das Boulevard entgegenzuwirken.

tz-Leser sind Fehlern gegenüber nicht weniger kritisch als SZ-Leser. Unsere Leser sind nämlich keineswegs dümmer, nur weil 56 Prozent von ihnen einen Hauptschul- statt eines Universitäts-Abschlusses (laut Media-Analyse) haben. Abgesehen davon, dass auch viele Menschen (16 Prozent unserer Käufer) mit Abitur lesen: Wer Demokratie wirklich ernst nimmt, muss doch wollen, dass alle Wähler Bescheid wissen, was läuft – und deshalb ist es auch im Sinne unseres politischen Systems wichtig, dass alle Schichten der Bevölkerung ernsthafte, verständliche Informationen über Politik bekommen.

Auch wenn wir diesem hehren Anspruch sicher nicht immer gerecht werden: Wir bemühen uns jeden Tag aufs Neue darum. ■

Klaus Rimpel leitet die Politikredaktion der tz und unterrichtet an der Deutschen Journalistenschule in München das Fach Boulevard-Nachrichten.



Mitgliederversammlung 2007

100 Mitglieder kamen zur Mitgliederversammlung 2007 in den großen Sitzungssaal des Rathauses.

Foto: J. Schwepfinger

Gute und schlechte Nachrichten hatte Vorstand Norbert Matern bei der Jahreshauptversammlung zu vermelden. Erstmals seit vielen Jahren reichten 2006 die Einnahmen nicht aus, um die Ausgaben zu decken. Überraschend war ein Großsponsor ausgefallen; seine 13 000 Euro fehlten umso mehr, als im Sommer die Räume des PresseClubs mit Parkett ausgestattet wurden. Und dann stieg auch noch die Miete, das Finanzamt forderte mehr. Zum Glück hat der Club Rücklagen, für den Fehlbetrag wurde Festgeld aufgelöst. Für das kommende Jahr hat Schatzmeister Helmut Gierke schon Pläne gemacht, wie die Bilanz wieder positiv werden kann: Ein Lichtblick war da wieder die Abrechnung fürs Clubmagazin, das Ruthart Tresselt nun im elften Jahr im Alleingang auf die Beine stellt: Wie immer, erwirtschaftete er wieder ein Plus, vor allem durch seine Kunst, charmant Anzeigen zu akquirieren.

Die gute Nachricht waren grandiose Highlights im Pressejahr: Zur Fußball-WM öffnete der Club seine Türen für internationale Berichterstatter; die Vorstandsmitglieder wechselten sich in der Betreuung der Gäste ab. Beim Besuch von Papst Benedikt XVI. gab's vom PresseClub aus begehrte Logenplätze: Dutzende von Berichterstattern und Kameraleuten beugten sich kühn aus den Fenstern hoch über dem Marienplatz und hatten von hier aus den allerbesten Überblick.

Für heuer hat Matern Hoffnung auf einen Besuch vom Bundespräsidenten. In der Diskussion schwärmten Teilnehmer von den Reisen des vergangenen Jahres. Vorstandsmitglied Annette Klüpfel hat sich beruflich nach Berlin orientiert; ihr Platz im Vorstand wurde gleich wieder besetzt: Alexander Kain, Landtagskorrespondent der Passauer Neuen Presse stand zur Wahl. Er wurde ohne Gegenstimme gewählt.

Kurioses berichtete Dr. Werner Siegert: Sein beliebter Weißwurst-Knigge wurde nun auf japanisch übersetzt. Er sollte im Hofbräuhaus vorgestellt werden, aber in der Hochburg des schäumenden Tourismus war man an Japanern „nicht interessiert“.

Cornelia Wohlhüter

VIELSEITIG

Die ganze Welt des Handwerks:
Technik, Büro, Leben, Wohnen.

8.–14. März 2007

Neue Messe München
Täglich 10–18 Uhr
Freitag und Samstag 10–20 Uhr
www.ihm.de

Sehen, ausprobieren, kaufen – die INTERNATIONALE HANDWERKSMESSE ist ein faszinierendes Shopping-Erlebnis, denn sie überzeugt mit einem außergewöhnlich großen Angebot. Als Privatbesucher finden Sie alles, was das Leben schöner und komfortabler macht – vom Planen und Bauen über modernes Wohndesign, Mode und Schmuck bis hin zum grünen Paradies der Garten München. Als Profi können Sie sich umfassend über aktuelle Techniken, Materialien, Entwicklungen und Trends informieren. Entdecken Sie die Vielfalt des Handwerks!



 **INTERNATIONALE
HANDWERKSMESSE**


Your Fair Partner

Info-Hotline
Telefon +49 (089) 9 49 55-338
Telefax +49 (089) 9 49 55-339



Die Homepage des PresseClubs München hat ein neues Gesicht.

Mehr Nutzwert und Bedienerfreundlichkeit für surfende Mitglieder und wissbegierige Surfer. Von Susanne Himmelsbach

Neues Jahr, neues Gesicht – so könnte man den Relaunch der Homepage des Internationalen PresseClubs München betiteln. Moderner, übersichtlicher, benutzerfreundlicher – das war das Ziel der Internet-Arbeitsgruppe (mit den Vorstandsmitgliedern Susanne Himmelsbach, Ulrich Rohde und Eva Werner), als sie das Projekt im Herbst 2006 in Angriff nahm. Bis Mitte des Jahres soll die Seite komplett fertig sein.

Es soll sich lohnen, regelmäßig auf die PC-Internetseite zu schauen, das war die einhellige Meinung im Vorstand. Und was brauchen die Mitglieder? Mehr Aktualität, Bilder und Nachlese von spannenden Clubveranstaltungen und aktuelle Nachrichten aus aller Welt – fanden die Drei heraus. Zunächst galt es, eine sogenannte „Sitemap“ zu erstellen. Das ist das „Gerüst“ für den Internetauftritt.

Da steht die HomePage immer am Anfang. Hier wird der Surfer zunächst begrüßt und findet links die Navigationsleiste, mit den zentralen Gliederungspunkten: Mit kleinen Korrekturen konnte man auf die bewährte Struktur des alten Internetauftritts zurückgreifen. Vom oberen Rand der Seite prangt zunächst die neue Fotographik, die sich durch alle Seiten des Internetauftritts wie eine Visitenkarte zieht:

Fortsetzung Seite 40



Medientreffpunkt

Gäste im Internationalen PresseClub München (1)



Dr. Ingo Friedrich, langjähriger Vizepräsident des Europäischen Parlaments und PresseClubmitglied, ist jährlich mindestens einmal im Club.



Minister Horst Seehofer wird von Vorstandsmitglied Karl Jörg Wohlhüter begrüßt.

Gut gelaunt gibt der ehemalige Erzbischof von München und Freising, Kardinal Friedrich Wetter, sein Amt in die Hände des Papstes zurück. Auf dessen Wunsch bleibt er allerdings bis zur Bestellung eines Nachfolgers als Apostolischer Administrator vorerst sein eigener Nachfolger.



Die „Gastlichen Fünf“ aus dem fränkischen Weinland stellen ihre Kultur- und Freizeitregion vor.



Vorstandsmitglied Dr. Barbara Haas (Mitte) zeichnet verantwortlich für den Besuch des Künstlerehepaars Senta Berger und Michael Verhoeven. Im Dezember 2006 erhielt der Schauspieler, Autor und Regisseur den Bayerischen Filmpreis für sein Lebenswerk.



Christian Ude, Autor und Journalist, Oberbürgermeister von München und Präsident des Deutschen Städtetages, kommt immer wieder zu Gesprächen in den Club.

Ein PresseClubmitglied soll Ministerpräsident Bayerns werden: Staatsminister Dr. Günther Beckstein (oben). Interviews im PresseClub gehören zum täglichen Geschäft: hier wird Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, die bayerische FDP-Chefin, befragt.





Eine Kollage aus dem Clublogo, dem Straßenschild „Marienplatz“, dem Rathaus und Medien-Symbolen.

Es folgt ein kurzer Begrüßungstext, dann wird auf die nächsten Veranstaltungen hingewiesen – möglichst mit einem Foto und einem kurzen Text. Dank moderner Software kann Frau Otremba in Kürze diese Informationen direkt aktualisieren, ohne einen Zwischenschritt über die Internet-Agentur.

Terminvorschau

Auch Veranstalter, die Präsentationen in den Clubräumen durchführen, haben es künftig leichter: Für sie wird eine spezielle Text-Maske eingeführt, in die sie die Fakten für Terminankündigungen im Club eintragen können. Nach der Freigabe durch die Geschäftsstelle erscheinen diese Vorankündigungen automatisch auch auf der Clubseite im Internet. In einem nächsten Schritt sollen die Daten auch noch für das Rundschreiben an die Mitglieder genutzt werden.

Clubausflüge und Reisen

In einem seitlichen Kasten finden Hinweise auf anstehende Projekte wie Clubausflüge oder Reisen Platz. Am unteren Ende der Seite sollen aktuelle Nachrichten über einen Mini-Ticker laufen. Für Stammsurfer hat die Nürnberger Partneragentur „akrymedia - Anna Krassinskaia“, die die PC-Homepage gestaltet und betreut, die Funktion „Zu Favoriten hinzufügen“ eingebaut – ein Klick genügt, um die Clubseite noch schneller zu finden und automatisch aufzurufen.

Vorschau und Archiv

Neu ist auch die Aufteilung des zweiten Steuerungs-Buttons „Programm“ in künftige Clubveranstaltungen („Vorschau“) und das „Archiv“. Hier kann der Besucher der Homepage nachlesen, was sich im Club alles getan hat. Im „Fotoalbum“ werden zudem die schönsten Schnappschüsse vor allem von Reisen und Ausflügen zu sehen sein.

Über einen weiteren Button auf der Navigationsleiste gelangt man zur Rubrik „Der Club“ – hier hat sich im Vergleich zur alten Homepage auch einiges geändert. Einige Weblinks waren zu ergänzen, die einzelnen Unterpunkte wurden klarer voneinander abgegrenzt, neue Fotos eingearbeitet. Eine „Gästeliste“ soll ebenso wie das Fotoalbum und das Archiv zeigen, welche spannenden Menschen zu den mittlerweile deutlich über 200 Veranstaltungen jährlich kommen. Diese Liste soll nach und nach aufgebaut werden.

Das Clubmagazin

Selbstverständlich ist auch das Clubmagazin wieder auf der Homepage präsent. Auszüge aus der aktuellen Zeitschrift, ein Bestellformular für gedruckte Exemplare sowie ein Hinweis auf die Kosten für Anzeigen im Magazin, sind hier zu finden.

Unser zweites Renommier-Projekt, der Herwig-Weber-Preis, folgt in der Navigationsleiste. Hier wurden die Texte überarbeitet und vor allem das Bewerbungsformular aktualisiert, da unser Clubpreis dieses Jahr wieder neu ausgeschrieben wird.

Der Bereich „Tutorat“ wurde deutlich „entschlackt“: Weniger Text – mehr Übersichtlichkeit, das fordert der Internet-Nutzer. Vereinheitlichte Lebensläufe der Junior-Teilnehmer machen die Rubrik zusätzlich attrak-

tiv – für die Nachwuchsjournalisten genauso wie für potentielle Arbeitgeber. Zusätzlich können sich die jungen Kollegen mit journalistischen Arbeitsproben präsentieren. Der Hinweis auf die nächsten Veranstaltungen, kurze Berichte über vergangene Seminare und ein Bewerbungsformular für das Tutorat runden dieses Angebot ab.

Reportagen und Tagebuch

Lesestoff der erfrischenden Art finden Interessierte unter der Rubrik „Reportagen“: Junge Journalisten aus den Reihen der Nachwuchsjournalisten in Bayern (NJB) e.V. berichten hier über Auslands- und Praktikumserfahrungen. Eine Tutoratsteilnehmerin, die gerade ein Auslandspraktikum in Shanghai absolviert hat, lässt den Leser durch ein Internet-Tagebuch, ein sogenanntes „Weblog“, an ihren Erlebnissen in China teilhaben.

Presseticker

Ein weiteres aktuelles Element bietet die neue Club-Homepage auch durch den Button „Presseticker“. Hier kann man die neuesten Nachrichten eines kostenlosen Anbieters abrufen. Zur Abrundung sind unter dem Punkt „Partner“ befreundete PresseClubs in Bayern, Deutschland und der Welt aufgelistet – selbstverständlich mit einem Link auf deren Homepage. Ein Hinweis auf die Sponsoren des Clubs vervollständigt die neue Seite. Auch wenn manche Details erst nach und nach in die neue Internet-Präsenz eingearbeitet werden können – schauen Sie gleich mal im Online-Club vorbei - unter

www.presseclub-muenchen.de ■

Medientreffpunkt

Gäste im Internationalen PresseClub München (2)



Der Evangelische Landesbischof Johannes Friedrich eröffnet traditionsgemäß das Clubjahr.

Journalisten, Fotografen, Fernsteams, aber auch Polizisten schätzen die Aussicht vom PresseClub auf den Marienplatz.



Fotos der Gästeseiten:
Werner Hausmann, Siegbert Heuser,
Johann Schwepfinger, Ruthart Tresselt



Alois Glück, Präsident des Bayer. Landtages, Clubmitglied, Vordenker der CSU, wirbt um Verständnis für politische Entscheidungen und erläutert den Sozialstaat der Zukunft. Links Pressesprecher Axel Stehle.



Mario Adorf liest am Clubabend aus einem seiner Bücher.



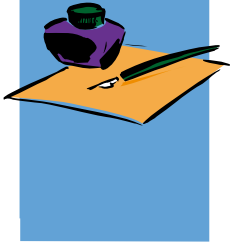
Staatsminister Erwin Huber sagt über seinen Club: „Der PresseClub ist das journalistische Oberhaus in Bayern – spezialisiert auf politische Kreuzverhöre der besonders feinen Art.“



Franz Maget, SPD-Fraktionschef im Bayerischen Landtag beantwortet aktuelle politische Fragen – besonders zur Lage der Opposition.

Immer wieder gespannte Atmosphäre - ca.250 mal im Jahr kommen Journalisten und Clubmitglieder zu den Gesprächen, Diskussionen und Veranstaltungen in die Clubräume.





Gibt's überhaupt noch Münchner Kindl ?

Natürlich! Nur - man sieht ihnen die Herkunft nicht

gleich an, weil ihre Eltern die Neugeborenen hinter exotischen Namen verstecken. Schauen wir uns die neuesten Geburtenregister an... welche Überraschung: aus Alois, Franz-Joseph, Traudl, Maria und Zenzi sind Elda, Yanick, Dilara, Arjeta, aber auch Kevin, Bahez, Hasib und Yuzuki geworden.

Sogar eine Salmeonea-Ecaterina, Awek-Perpetua oder ein Jarell-Kenjo-Dongmo, Juri-Anton-Lino sind als „Münchner Kindl“ eingetragen. Noch gibt es vereinzelt Angelika, Nora, Vinzenz und Florian im Register, einen Tim-Benjamin sogar zweimal und Gottseidank wenigstens noch einen Valentin. Aber wie lange noch?

Unsinn ist es, wenn Familienexperten unisono mangelnden Nachwuchs beklagen. Was sich ändern wird, ist allenfalls, dass die heute in München Geborenen eines Tages das nicht mehr können - deutsch sprechen, geschweige denn bairisch!

In den fünfziger Jahren hat ja Carlo Schmid bereits vorausgesagt: „Hinter Ulm fängt der Balkan an ...“ Und anscheinend sind wir nun 2007 mittendrin! JOB

Ein Taiwanese in Bayern

Nach fast sechs Jahren diplomatischer Tätigkeit in Bayerns schöner Landeshauptstadt als Direktor der Presseabteilung der Taipoh Vertretung in der Bundesrepublik Deutschland, Büro München, werde ich nach Taipoh zurückkehren, um dort neue Aufgaben zu übernehmen. Zwar habe ich mein Mathematikstudium an der Ludwig-Maximilians-Universität absolviert, doch liegt diese Zeit schon so lange zurück, dass ich, als ich im Jahr 2001 wieder nach München kam, hier kaum noch Kontakte

hatte, vor allem keine, die meine Tätigkeit im Bereich Öffentlichkeits-, Presse- und Kulturarbeit hätten unterstützen können. So war die Aufnahme in den PresseClub München, in einen Kreis interessanter und interessierter Menschen, die mich in meinen Anliegen in so entgegenkommender Weise unterstützten, sehr hilfreich für mich. Bei den unterschiedlichsten Veranstaltungen des PresseClubs konnte ich nicht nur viel Neues über Land und Leute erfahren und darüber, wie mein Land aus hiesiger Warte wahrgenommen wird, ich konnte auch Kollegen aus dem diplomatischen Corps kennen lernen und mich mit ihnen austauschen.

In den freundlichen Räumen am Marienplatz bekam ich verschiedentlich die Gelegenheit, mein Land, die Republik China auf Taiwan, vor zahlreichen Mitgliedern des PresseClubs vorzustellen und mich anschließend bei einem kleinen chinesischen Imbiß mit ihnen zu unterhalten. Gut erinnere ich mich noch an die erste Veranstaltung, bei der es mir hoffentlich gelungen ist, die lebhaft gestellten kritischen Fragen zu Politik und Wirtschaft meines Landes einigermaßen zufriedenstellend zu beantworten.

Bei einem anderen Clubabend waren die Themen Präsidentschafts-Wahlkampf und Referendum in Taiwan; meine Ausführungen dazu lösten eine angeregte Diskussion aus, die mich einmal mehr davon überzeugte, wie wichtig und fruchtbar ein Dialog ist.

Eine weitere, wieder gut besuchte Veranstaltung in Ihrem Club war meine Einführung in die chinesische Schrift, Sprache und Buchkunst, für die eine Bücherspende meiner Regierung an die Ludwig-Maximilians-Universität im fünfstelligen Eurobereich der Anlass war.

Und schließlich werde auch ich die Staunen erregende Familie aus Taiwan nie



vergessen, die auf ihrer Fahrradtour rund um die Welt in München Halt machte und im PresseClub ein Forum für sich und die Vertreter der lokalen Presse und des Fernsehens fand, um Fragen nach den Strapazen und Abenteuern der Reise dieser ungewöhnlichen Eltern mit ihren beiden Söhnen zu

beantworten. Bestaunt werden konnten sogar die Räder mit komplettem Fahrgepäck, mit Gaskocher, Geschirr, Ersatzreifen und Schlafsäcken, die im bekannten gläsernen Lift nach oben geschafft worden waren.

Eine Reihe von Mitgliedern des PresseClubs, die ich persönlich kennen gelernt habe, wurden zu treuen Gästen bei den vielfältigen Veranstaltungen meines Büros, etwa bei unseren Schmetterlingsausstellungen im Botanischen Garten, bei der Pressekonferenz im Bayerischen Hof anlässlich der Ausstellung des Nationalen Palastmuseums Taipoh in der Bundeskunsthalle, die ich noch während meiner früheren Tätigkeit in Bonn vorbereitet hatte, oder bei der Vorstellung einer Lichtinstallation eines jungen Künstlers aus Taiwan im oberbayerischen Valley, um nur einige zu nennen.

Ich hoffe, ich konnte zur Völkerverständigung, zur Toleranz auf den Gebieten der Kultur und zum offenen Meinungsaustausch etwas beitragen – zu den Zielen, die sich der PresseClub gesetzt hat, die mein in der internationalen Gemeinschaft leider immer noch isoliertes Land anstrebt und die mir in meiner Arbeit ein ganz persönliches Anliegen sind.

Ich bin mir sicher, dass auch mein Nachfolger die gleiche freundliche und diskussionsfreudige Aufnahme bei Ihnen finden wird. „Auf Wiedersehen“ und herzlichen Dank für die Unterstützung und die gute Zusammenarbeit.

Mit den besten Wünschen,
Ihr Tsing-min Chao

Forum Deutscher Presseclubs: Ein Kind reift zum Teenie

Diskussion zunehmend von Sachthemen geprägt
Von Ludwig Faust, PresseClub Regensburg

„Das Forum Deutscher Presseclubs hat sich von den Anfangsschwierigkeiten gelöst und ist auf dem Weg zur Diskussion von Sachthemen“, stellt Evelyn Fischer am Ende der Jahrestagung am zweiten Maiwochenende 2006 in Dresden fest. Die Vorsitzende des Berliner Presseclubs spricht im Sinne der 24 Teilnehmer. Nachwuchswerbung, Veranstaltungsformate und eine gemeinsame Kommunikationsplattform sind die Schwerpunkte des zweitägigen Programms im noblen Westin Bellevue Hotel. Viel Erfahrungsaustausch und persönliche Kontakte die Ergebnisse nach dem abwechslungsreichen Rahmenprogramm.

Mit den Neumitgliedern Presse- und Medienclub Freiburg-Südbaden, dem Koblenzer Presseclub sowie den Presseclubs Cuxhaven, Bremen und Kassel „ist das Forum seit der ersten Zusammenkunft 2003 in Frankfurt von einstmalig zwölf auf 27 Mitglieder gewachsen.“ Die Geschäftsführerin des Frankfurter Presseclubs und Initiatorin des Forums ist denn auch zufrieden mit dem Zwischenergebnis. Allein die Tatsache, dass unter dem Dach des Forums an die 5000 Damen und Herren aus allen Bereichen des Journalismus, Pressesprecher der bedeutendsten Unternehmen und zahlreiche Spitzenvertreter aus Behörden, Verbänden und anderen Organisationen miteinander in Verbindung treten können, macht die Anstrengungen wert, die nötig waren, um das

Kind aus den Flegeljahren ins Teeniealter zu führen.

Die aktiven Mitglieder des Forums, die sich vornehmlich aus den Vorstandsmitgliedern der beteiligten Clubs rekrutieren, haben bei den jährlichen Treffen in Frankfurt, Berlin, Köln und Dresden viele Dispute geführt, ehe klar war, dass der Ordnungsrahmen Verein (noch) nicht in Frage kommt, aber eine Satzung schon sein muss. Die ist mittlerweile von allen akzeptiert. Auch ist klar,

PresseClubs akzeptiert, eine Seite unter www.forum-deutscher-presseclubs.de einzurichten. Damit verbunden ist die Einschränkung, dass in der Form nur wenige Inhalte transportiert werden können.

Ein nicht zufriedenstellender Zustand, wie die meisten Mitglieder äußern. Dem würde Annerose Freier vom Presse- und Medienclub Freiburg-Südbaden gerne Abhilfe schaffen. Sie stellt in Dresden ein Konzept vor, das nicht nur die Clubs, sondern



Der prächtige Tagungsraum im Dresdner Westin Bellevue Hotel hat beim Jahrestreffen des Forums Deutscher Presseclubs heftige Diskussionen erlebt. Foto: Johann Schweglinger

dass über den jährlichen Informationsaustausch weiter keine großen Aktivitäten wie eine gemeinsame Zeitschrift, Veranstaltungen oder ähnliches geplant sind. Sieht man vom Internet ab. Wie wichtig diese gemeinsame Plattform ist, haben die Forumsmitglieder schnell erkannt und das kostenfreie Angebot des Nürnberger

auch die einzelnen Mitglieder einbinden könnte. Das wäre aber mit erheblichen Kosten für die Einrichtung und die Aktualisierung verbunden, was dem Vorschlag zunächst den Garaus macht. Finanzielle Verpflichtungen müssen erst in den einzelnen Clubs diskutiert und beschlossen werden, also Vertagung auf heuer. ▶

Weniger kosten-, sondern mehr gehirnschmalzintensiv ist die Diskussion um die Werbung von Nachwuchs in den Presseclubs. Einig sind sich die Mitglieder, dass eine Art Vergreisung droht, weil junge Menschen den Zugang verweigern oder, wenn sie ihn gefunden haben, es an Engagement vermissen lassen. Einladungen der jungen Kolleginnen und Kollegen zu Seminaren, Integration in den Vorstand, halbierte Beiträge oder kostenfreie Schnupperjahre sind einige Beispiele, jungen Menschen Presseclubs schmackhaft zu machen. Mehr Nähe berufsspezifischen Verbänden und auch anderen artverwandten Organisationen oder einfach exzellente Veranstaltungen sind weitere Ideen in diese Richtung.

Letzterer Vorschlag übrigens zieht immer. Wenn der „Bravo“-Chefredakteur nach Freiburg, EU-Kommissar Günther Verheugen nach Frankfurt oder Bayerns künftiger Ministerpräsident Günther Beckstein zum Heimspiel nach Nürnberg kommen, sind die Buden voll.

Auf der bisher beschriebenen Basis soll es mit der konstruktiven Arbeit des Forums beim heurigen Treffen vom 18. bis 20. Mai weitergehen. München ist dieses Mal der Ausrichter und für die Moderation zuständig. Ein schwerer werdendes Unterfangen, weil die Ansprüche steigen. Eine bessere Aufbereitung der Themen und vor allem detailliertere Informationen im Vorfeld wünschen sich die Forums-

mitglieder. Auf dieser Basis muss sich Dieter Barth aus Nürnberg mit „Gemeinnützigkeit und Steuern im Zusammenhang mit Presseclubs“ schlau machen. Dieter Hofer aus Dresden hat sich das heikle Finanzthema aufgeladen und Rolf Dibbert aus Köln will die strafrechtlichen Folgen darlegen, die Vorständen aufgrund oder wegen ihres ehrenamtlichen Engagements drohen könnten. Mehr Details erfahren Sie im nebenstehenden Kasten. ■

Fazit: Das Forum Deutscher Presseclubs lebt nicht nur, es entwickelt sich auch. Den Teenie ins Erwachsenenalter zu bringen, ist eine Aufgabe, die alle Mitglieder der deutschen Presseclubs betrifft.

Forumstagung 2007 in München

Vom 17. bis 20. Mai 2007 kommen die Mitglieder der Presseclubs in Deutschland nach München, um Informationen auszutauschen und Sachthemen zu erörtern.

Das Programm

Freitag, 18. Mai 2007

- 12.00 bis 13.00 Begrüßung in den Münchner Clubräumen durch Tagungsleiter Ruthart Tresselt
- 13.00 bis 14.00 Vorstellung neuer Clubs, Abstimmung Wünsche und Anträge
- 14.00 bis 17.30 Vorträge und Diskussionen über die vorgeschlagenen Themen
- 18.00 bis 19.00 Spaziergang durch die historische Altstadt, anschließend Abendessen

Samstag, 19. Mai 2007

- 09.00 bis 12.30 Fortsetzung der Vorträge und Diskussionen über die vorgeschlagenen Themen, Erfahrungsaustausch, Vorbereitung des Treffens 2008 in Bremerhaven
- 13.00 bis 15.00 Mittagessen
- 15.00 bis 17.00 Fortsetzung der Tagung bei Bedarf oder Spaziergang entlang der Isar (Museumsbesuch)

Festgelegte Themen

1. Gemeinnützigkeit und Steuern bei Presseclubs
Referent: Dieter Barth, Presseclub Nürnberg
2. Finanzielle Sicherung der Clubs – Finanzmodelle, Stiftungen, Zusammenarbeit mit Sponsoren, Fördermitglieder und Partnerschaften.
Referent: Dieter Hofer, Presseclub Dresden
3. Strafrechtliche und zivilrechtliche Haftung bei Veranstaltungen. Optimaler Versicherungsschutz für Vorstände, Mitglieder und Gäste.
Referent: Rolf Dibbert, Presseclub Köln
4. Zusammenarbeit/gemeinsamer Auftritt – Vernetzung "Forum Deutscher Presseclubs" im Internet/ Internetseiten der Clubs.
Referenten:
Monica Weber-Nau, Frankfurter Presseclub
Dieter Barth, Presseclub Nürnberg
Annerose Freier, Presse- und Medienclub Freiburg und Südbaden
5. Gemeinsame Veranstaltungen, Reisen, Journalistenpreise, Zeitschriften.

Viel Glück X



TOTO





"Münchenstrip" nennt Klaus Haag dieses – neben anderen Bildern – preis-

gekrönte Foto. Unter Schirmherrschaft des Präsidenten des Bayerischen Landtags, Alois Glück, wird der Wettbewerb "Pressefoto Bayern" jährlich vom Bayerischen Journalistenverband ausgerichtet. Ziel des Wettbewerbs ist es, die Bedeutung der Pressefotografie stärker ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu heben. Das PresseClubmagazin möchte nun gern von seinen Lesern wissen, ob ein solches Foto als Titel Anstoss erregen könnte oder nicht. Wir sind gespannt auf Ihre Meinung.

RT

Informationen zu diesem Wettbewerb finden Sie im Internet unter www.bjv.de

Kann *das* ein Titelbild sein?



Salzburger und Bayern sind verwandt.

1810 bis 1816 stand Salzburg von Napoleons Gnaden unter weiß-blauer Herrschaft. Akten und Urkunden darüber lagen in Salzburg und München und wurden erst kürzlich in einer öffentlichen Feierstunde gegenseitig übergeben. In einem Symposium 2004 in München war man unter Leitung der (General-) Direktoren der Staatlichen Archive Bayerns und des Salzburger Landesarchivs daran gegangen, die außenpolitischen, kulturellen, wirtschaftlichen und kirchlichen Aspekte der gegenseitigen Beziehungen im 19. und 20. Jahrhundert bis hin zur Zeit des Nationalsozialismus aufzuarbeiten. Das schlug sich nun zwei Jahre später in einem sorgfältig redigierten und gestalteten Band mit 13 Beiträgen nieder, dem leider -wie oft bei Sammelbänden- Orts- und Personenregister fehlen.

Dem ehemaligen Intendanten des Bayerischen Rundfunks, Presseclub Mitglied

Professor Albert Scharf, war die nicht leichte Aufgabe zugefallen, als Interludium Publicum zwischen den zum Teil sehr ins Detail gehenden Fachreferaten eine Melange aus Nachdenklichem und Ironie zu versuchen. Er entledigte sich seiner Aufgabe wie nicht anders zu erwarten mit Bravour und schrieb einen geistreichen Essay "Bayern und Salzburg im Wechsellicht oder Gott erhalte uns unsere Vorurteile".

"Wir sind verwandt", sagt Scharf. "Salzburger und Bayern sind eines Stammes, einander urähnlich in Sprache, Geist und Art, aber getrennt durch gemeinsam erlebte Geschichte".

Salzburg und das Vorbild von Bayreuth- Wagnerrezeption in der Mozartstadt. Was es mit Letzterer auf sich hat, redet Scharf nicht schön. "Der Bayer jedenfalls ist gern in Salzburg und bewundert unter vielem anderen, wie man sich Mozart so zu eigen machen kann, der doch nichts lieber tat, als diese Stadt zu verlassen, weil er sie hasste".

Während die beiden staatlichen Archive ihre Akten austauschten und gründlich aufarbeiteten, ist das bei der Kirche anders. Peter Pfister, Diözesanarchivar in München: "Dokumente aus den ehemals Salzburger Gebieten sind nach München gekommen, andere in Salzburg verblieben... Gerade im Archiv des Erzbistums München und Freising sind die Salzburger Bestände von der wissenschaftlichen Forschung noch kaum entdeckt und ausgewertet worden, obwohl sie geordnet und verzeichnet vorliegen". Als "Primas Germaniae" unterschrieb noch Erzbischof Rohrer von Salzburg beim Zweiten Vatikanischen Konzil die Schlussakten.

Bayern und Salzburg im 19. und 20. Jahrhundert, vom Salzachkreis zur EUregio von Fritz Koller/ Hermann Rumschöttel (Hrsg.), Samson-Druck GmbH, St. Margarethen im Lungau, 2006, 328 S. geb. 25,- ISBN 3-921635-98-5

Norbert Matern



Messe München International. Ihr Tor zum Weltmarkt.

www.messe-muenchen.de

Termine 2007

Auszug

Messe München International

Messe München GmbH

IMAG

Internationaler Messe-
und Ausstellungsdienst
GmbH

GHM

Gesellschaft für
Handwerksmessen mbH

Service-Hotline
(+49 89) 9 49-2 07 20
newsline@
messe-muenchen.de

°Nur für Fachbesucher

*ufi approved event

†FKM-geprüft

‡Veranstalter: GHM

Änderungen
vorbehalten!
6. 2. 2007

In der Neuen Messe München

- | | | | |
|-------------------|--|-------------------|---|
| 07.03.–10.03.2007 | METALL MÜNCHEN**
Europäische Fachmesse für Metall-
bearbeitung in Industrie und Handwerk | Herbst 2007 | DIE 52. KUNST-MESSE MÜNCHEN |
| 08.03.–14.03.2007 | GARTEN MÜNCHEN 2007**
13. Ausstellung für Gartenkultur und
Pflanzen | 07.10.–09.10.2007 | GOLF EUROPE 2007**°
15. Internationale Fachmesse für den
Golfsport |
| 08.03.–14.03.2007 | INTERNATIONALE
HANDWERKSMESSE 2007*** | 08.10.–10.10.2007 | EXPO REAL 2007**°
10. Internationale Fachmesse
für Gewerbeimmobilien |
| 28.03.–01.04.2007 | JAGEN UND FISCHEN 2007*
13. Internationale Ausstellung | 13.10.2007 | FACHDENTAL Bayern 2007 |
| 23.04.–29.04.2007 | BAUMA** 28. Internationale Fachmesse
für Baumaschinen, Baustoffmaschinen,
Bergbaumaschinen, Baufahrzeuge und
Baugeräte | 16.10.–18.10.2007 | MATERIALICA 2007°
10. Internationale Fachmesse
für Werkstoffanwendungen, Oberflächen
und Product Engineering |
| 12.06.–15.06.2007 | TRANSPORT LOGISTIC 2007**
11. Internationale Fachmesse für Logistik,
Telematik, Verkehr | 23.10.–26.10.2007 | SYSTEMS 2007**
IT,Media,Communications |
| 18.06.–21.06.2007 | LASER 2007.
WORLD OF PHOTONICS**
18. Internationale Fachmesse und
Internationaler Kongress | Herbst 2007 | MINERALIENTAGE
MÜNCHEN 2007
44. Internationale Verkaufsausstellung
(BÖRSE) und Deutsche Geo-Fachmesse
(GEOFA) |
| 08.07.–10.07.2007 | ISPO SPORT & STYLE**° | 13.11.–16.11.2007 | PRODUCTRONICA**
17. Internationale Fachmesse
der Elektronik-Fertigung |
| 08.07.–10.07.2007 | ISPOVISION**°
Internationale Fachmesse für Sportstyle –
Fashion inspired by Sports | 01.12.–09.12.2007 | HEIM + HANDWERK 2007**
Macht den Traum vom Wohnen wahr |
| 13.09.–20.09.2007 | ITMA
Internationale Textilmaschinenausstellung | Dezember 2007 | FOOD & LIFE 2007*
Treffpunkt für Genießer |


Im M, O, C,

- | | | | |
|------------------------------------|--|-------------------|--|
| 01.03.–03.03.2007 | INTERNATIONALE MÜNCHNER
BRIEFMARKEN-BÖRSE 2007 | August 2007 | TALENTS 2007° Die Jobmesse |
| 03.03.–04.03.2007 | NUMISMATA INTERNATIONAL | 04.09.–06.09.2007 | MUNICH FABRIC START°
Internationale Preview-Stoffmesse |
| 13.04.–15.04.2007/
Oktober 2007 | MODA MADE IN ITALY°
Internationale Fachmesse für Schuhe | 16.10.–18.10.2007 | MAINTAIN 2007° Internationale
Fachmesse für industrielle Instandhaltung |
| 17.05.–20.05.2007 | HIGH END 2007
HiFi,Heimkino,Installation | 27.10.–28.10.2007 | BEAUTY FORUM MÜNCHEN 2007°
Internationale Herbstmesse für Kosmetik |
| 20.06.–22.06.2007 | MUTEC 2007* Internationale
Fachmesse für Museen, Sammlungen,
Restaurierung und Kulturprojekte | 09.11.–11.11.2007 | FORUM VINI
Internationale Weinmesse München |
| 29.07.–30.07.2007 | ABC-SALON° Ordertage für Abend-,
Braut- und Cocktailmode | 20.11.–22.11.2007 | OILS + FATS° Internationale Fachmesse
für die Herstellung und Weiter-
verarbeitung von Ölen und Fetten aus
nachwachsenden Rohstoffen |

International

- | | | | |
|-------------------|---|-------------------|---|
| 13.03.–15.03.2007 | WETEX 2007° Dubai, U.A.E. | 23.04.–27.04.2007 | ELECTRONIC AMERICAS°
São Paulo, Brasilien |
| 14.03.–17.03.2007 | ISPO CHINA Winter 2007**°
Beijing, China | 17.05.–19.05.2007 | BAKERY CHINA 2007*
Shanghai, China |
| 21.03.–23.03.2007 | ELECTRONICA &
PRODUCTRONICA CHINA 2007°
Shanghai, China | Sommer 2007 | ISPO CHINA Summer 2007**°
Shanghai, China |
| 21.03.–23.03.2007 | LASER.
WORLD OF PHOTONICS CHINA°
Shanghai, China | 05.09.–08.09.2007 | ISPO RUSSIA Summer 2007
Moskau, Russland |
| 21.04.–27.04.2007 | AUTO SHANGHAI 2007*
Shanghai, China | 13.10.–16.10.2007 | ELECTRONIC ASIA 2007**°
Hongkong, China |
| | | 05.11.–07.11.2007 | EXPO REAL ASIA° Macau, SAR Macau |

Flughafen München: Macht Menschen Mobil



Bahn frei für Wachstum und Beschäftigung. Mit der Aufnahme der Planungen für eine dritte Start- und Landebahn wurden am Münchner Flughafen die Voraussetzungen für eine dynamische Weiterentwicklung geschaffen. Ohne den Ausbau des Bahnsystems wäre eine Fortsetzung des Wachstumskurses schon in wenigen Jahren nicht mehr möglich. Mit der dritten Start- und Landebahn, die ab 2011 zur Verfügung stehen soll, wird der Münchner Airport auch weiterhin Standortfaktor, Jobmaschine und Konjunkturmotor für den gesamten Wirtschaftsraum bleiben. So können wir mit drei Bahnen auch künftig das Versprechen einlösen, für das die drei Ms auf dem Zubringer stehen. Flughafen München – **M**acht **M**enschen **M**obil.