

# PRESSE CLUB

## Magazin

[www.presseclub-muenchen.de](http://www.presseclub-muenchen.de)

Foto: Marcus Sillat

### Das Interview:

Nina Hugendubel und die  
Zuversicht im Bücherregal



**Ralf Scharnitzky:** Herz+Schmerz auf 60 Seiten

**Jeffrey Wimmer:** Digitaler Spieltrieb

**Werner Siegert:** Luther, Räuber und Prinzen

**Manuel Stark:** Lernen, Luxus, Freundschaft

**Michael Langer:** Nachbarn am Marienplatz

# Kaufkraft der BR Hörer



Wo Werbung wirkt – wo aus Kaufkraft Konsum wird.

## INHALT

Der Buchmarkt ist erstaunlich stabil, sagt Nina Hugendubel, Deutschlands größte Buchhändlerin, im Interview.



**6**  
Groschenromane finden noch immer ein Millionenpublikum. Seit einigen Jahren gibt es sie auch in größerer Schrift.

Neu im PresseClub: Mit der ersten Ausgabe des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* eine Reise in das Nachkriegsjahr 1947.



**24**  
Streifzug durchs Coburger Land, wo Martin Luther aus sicherer Ferne sechs Monate lang das Augsburger Konzil beobachtet hatte.



**41**  
Erinnerungen an ein Jahr PresseClub-Mentoring: Rat und Tat auf dem Weg in die eigene berufliche Zukunft.



**38**  
Muss keine diplomatischen Rücksichten mehr nehmen: Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder beim Europa-Vortrag.

- 5 Editorial  
Von Peter Schmalz
- 6 Zuversicht im Bücherregal  
Interview mit Nina Hugendubel
- 12 Herz und Schmerz auf 60 Seiten  
Von Ralf Scharnitzky
- 16 L' État c'est Moi!  
Von Hannes Grassegger
- 18 Digitaler Spieltrieb  
Von Jeffrey Wimmer
- 22 Im Netzwerk verfangen  
Von Katharina Mau
- 24 Langer Schwanz und schwarze Schafe  
Von Matthias J. Lange
- 27 Russen-Wodka und Franzosen-Wein  
Von Peter Schmalz
- 32 Luther, Räuber und Prinzen  
Von Werner Siegert
- 36 Zitate
- 38 Mehr Agenda  
Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder im PresseClub
- 40 Digitaler Zauberlehrling  
Von Peter Schmalz
- 41 Lernen, Luxus, Freundschaft  
Von Manuel Stark
- 44 Im Zeichen der Blogger  
Von Sandra Strüwing
- 46 Wieder daheim  
Der PresseClub ist zurück am Marienplatz
- 48 Unser Tag der offenen Tür
- 50 Unsere alten und neuen Nachbarn  
Von Michael Langer
- 52 Mitgliederversammlung
- 54 Medien im Boxing  
Berufs- und Ausbildungsmesse für junge Medienschaffende
- 55 Exklusive Einblicke ...
- 57 Medientreffpunkt  
Gäste im Internationalen PresseClub
- 62 Impressum

Gemeinsame Freude: Der PresseClub ist mit NJB und BloggerClub endlich wieder zurück am Marienplatz.



@ Senden Sie Ihr Feedback, Ihre Kritik oder Ihre Anfrage an [info@presseclub-muenchen.de](mailto:info@presseclub-muenchen.de)

# WIR BEWEGEN MENSCHEN. IN DIE ZUKUNFT.

ES IST AN DER ZEIT, MOBILITÄT NEU ZU DENKEN.  
FÜR INDIVIDUELLE ERLEBNISSE.



Die Mobilität der Zukunft wird nicht nur individuell, intuitiv und vernetzt. Sie wird unser Leben einfacher machen und uns mehr Freiheiten ermöglichen. **Gemeinsam mit unseren Marken gestalten wir richtungsweisende Ideen, die neue Wege eröffnen. Von der Vision zum Erlebnis.**  
[www.bmwgroup.com/next100](http://www.bmwgroup.com/next100)

**GEMEINSAM SCHREIBEN WIR GESCHICHTE. DIE DER ZUKUNFT.**

**BMW  
GROUP**

THE NEXT  
100 YEARS



Rolls-Royce  
Motor Cars Limited



Foto: Johann Schwepfänger

Hand in Hand in neuen Räumen (v.li.): PresseClub-Vorsitzender Peter Schmalz, Geschäftsführerin Angelica Fuss, Schatzmeister Hellmut Gierke, NJB-Vorsitzende Leonie Sanke und Matthias Lange, Vorsitzender des BloggerClubs.

## Schönste Aussicht

**D**a staunt selbst der Ministerpräsident. „Ihr habt den schönsten Blick in ganz München“, schwärmt Horst Seehofer, unser erster Gast in den neuen Räumen am Marienplatz. Auch Oberbürgermeister Dieter Reiter ist wenige Tage später begeistert von dem Anblick aus dem vierten Stock hinüber zu seinem Rathaus. Und die *Abendzeitung* titelt nach unserer Rückkehr an den angestammten Platz: „Vereinsheim mit Aussicht.“

In der Tat, unser PresseClub, nach der Satzung natürlich ein Verein und wegen seiner Bedeutung für den demokratischen Diskurs und unserer bewährten Unterstützung journalistischer Nachwuchstalente sogar ein gemeinnütziger, hat ein neues Heim mit der wohl schönsten Aussicht in München. Auf der Etage wie seit Jahrzehnten, strahlen die neuen Räume mit den fast bodentiefen Fenstern in neuem Glanz. Ein Heim zum Wohlfühlen, der beste Platz in der Stadt für den offenen Diskurs, wie wir ihn mit Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und allen anderen wichtigen Gruppen der Gesellschaft pflegen.

Unsere Aussicht geht aber noch weit über Rathaus und Marienplatz hinaus. Sie öffnet den Blick in eine Zukunft, die unseren PresseClub noch lebendiger, offener und vor allem auch jünger macht. Wir haben in den vergangenen Jahren den Bloggern geholfen, sich über einen Stammtisch bei uns zu einem BloggerClub zu entwickeln, der nicht nur die Adresse mit uns teilt. Wir sind in Deutschland der erste PresseClub, der diese

noch junge Form journalistischer Kommunikation bei sich aufgenommen hat.

Noch enger sind wir nun mit der journalistischen Jugend verbunden. Der Verein Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. wird korporatives Mitglied des PresseClubs. Auch dem NJB haben wir vor langer Zeit Starthilfe gegeben und ihn über alle Jahre hinweg unterstützend begleitet. Nun also die Vereinigung in einer besonderen Art: Korporativ dem PresseClub beigetreten, bleibt der NJB ein selbstständiger Verein, seine Mitglieder aber werden gleichzeitig auch Mitglieder im PresseClub. So kommt junger, frischer Wind in unsere hellen und modernen Räume.

Eine wahrhaft schöne Aussicht für unser „Vereinsheim“. Helfen wir alle mit, die hellen Räume mit lebendigen Diskussionen, fröhlichen Feiern und vielen guten Gesprächen zu füllen.

Herzliche Grüße

Peter Schmalz  
Chefredakteur



„Früher wollte ich Journalistin werden“: Nina Hugendubel vor einem Regal voller Wörterbücher in ihrer Filiale am Marienplatz.

# Zuversicht im Bücherregal

„Der Buchmarkt ist erstaunlich stabil“ – Nina Hugendubel im Interview mit dem *PresseClub-Magazin*

Das gedruckte Buch hat künftig bessere Chancen als die gedruckte Zeitung. Davon zeigt sich Nina Hugendubel im Interview mit dem *PresseClub-Magazin* überzeugt. Auch beim digitalen Buch sieht sich Deutschlands größte Buchhändlerin gut gerüstet und mit dem amerikanischen Wettbewerber Amazon auf Augenhöhe. Allerdings empfindet sie die jährlich 90.000 Neuerscheinungen als Wahnsinn: „Viele Bücher haben gar keine Chance, weil wir sie nicht zeigen können.“

**PC-Magazin:** Welches Buch lesen Sie gerade?

**Nina Hugendubel:** Ich bin gerade fertig geworden mit dem dritten Band von Elena Ferrante „Die Geschichte der getrennten Wege“.

Die Neapel-Saga von einer anonymen Autorin, kann die zur Lesedroge werden?

Für viele Leser ist sie eine Droge, wie wir an den guten Verkaufszahlen sehen.

Lesen Sie das gedruckte Buch oder auf dem Tolino?

So wie viele andere auch, bin ich Hybridleser. Für unterwegs und in den Urlaub nehme ich meistens den Reader mit und vielleicht ein, zwei Leseexemplare, die meist gedruckt sind. Zuhause lese ich gerne gedruckte Bücher.

Reader ist im Urlaub praktisch. Alle Bücher auf nur 170 Gramm und selbst bei einem 1000-Seiten-Schmöker kein Gramm schwerer.

Wenn ich aber die Wahl habe, lese ich doch lieber Papier.

Ist das eine Generationenfrage?

Glaube ich nicht. Ich kenne viele junge Leute, die nach wie vor gerne ein gedrucktes Buch lesen. Meine Kinder zum Beispiel auch. Aber digital ist auch praktisch, vor allem, wenn man in den Urlaub fährt.

Ihre Kinder haben einen Tolino?

Ja klar. Sie haben natürlich mitbekommen, dass wir so ein Gerät haben und wollten gerade für die Ferien auch eines. So konnte meine achtjährige Tochter ohne

das Gepäck zu belasten gleich mehrere Bände „Lotta-Leben“ gespeichert in den Ferien mitnehmen.

**Haben Sie im Geschäft auch schon so junge Digital-kundschaft?**

Oh ja. Ich habe gemerkt, dass bei Kindern, die nicht so gerne lesen, das Digitale eine attraktive Alternative sein kann. Gerade bei Jungs kann das Technische dazu führen, dass sie lieber lesen.

**Sind die Zeitungen bei Ihnen zuhause gedruckt oder auf dem Tablet?**

Gedruckt.

**Und die Kinder schauen auch hinein?**

Mein zehnjähriger Sohn geht als erster an die Zeitungen, schaut sich die Titelseite an, holt dann aber den Sportteil heraus. Da liest er jeden Buchstaben.

**Uns verbindet das Papier – Zeitungen und Bücher erschienen bis vor wenigen Jahren ausschließlich gedruckt. In den Redaktionen verbreiten inzwischen zwei kleine Worte große Ängste: Print stirbt. Verbindet das uns auch?**

Das glaube ich nicht. Solange es bei Büchern und Zeitungen nicht nur um den schnellen Konsum von News geht, wird auch Print nicht sterben. Ich denke, deshalb funktioniert auch eine Wochenzeitung wie die *Die Zeit* besser, bei der es nicht um tagesaktuelle Themen, sondern um Analyse und Einordnung geht. Hier liegt die große Qualität und auch die Zukunft für guten Journalismus – genauso wie für gute Literatur: Mit gründlicher Recherche und kluger Analyse einen Rahmen zu geben in einer Welt, die für viele immer unübersichtlicher und auch bedrohlicher erscheint.

**Und das Buch lebt?**

Die Zahlen sprechen dafür: Allein in Deutschland haben wir jedes Jahr über 90.000 Neuerscheinungen, und da sind die Selfpublisher noch nicht dabei. Das ist eigentlich ein Wahnsinn. Wir würden uns ein bisschen weniger wünschen. Viele Bücher haben gar keine Chance, weil wir sie nicht zeigen können. Ich glaube nicht, dass beim Buch Print stirbt, es wird aber immer mehr Leser geben, die es machen wie ich: Dass sie je nach Situation gedruckt oder digital lesen.

**Sie sind eines der größten deutschen Buchhandelsunternehmen, können den gigantischen Berg der Neuerscheinungen aber doch kaum bewältigen. Wie bewahrt man den Überblick und trifft die richtige Auswahl?**

Wir haben in der Zentrale eine große Abteilung, die nichts anderes tut, als Bücher auszuwählen. Sie ist für das zentrale Sortiment zuständig. Hier werden die Titel bestimmt, die sich am schnellsten drehen und die für uns am wichtigsten sind. Das sind im Jahr vielleicht 25.000 bis 30.000 Titel. Dann gibt es Vorschlagslisten für Filialen mit mehr Platz. Diese Liste der Nächstbesten hat etwa 10.000 Titel. Diese beiden Gruppen sind die Titel, die zentral ausgewählt und vorgeschlagen werden. Dazu können Filialen noch lokal ergänzen, wie zum Beispiel hier am Marienplatz, wo wir gut 40.000 Titel anbieten. Es gibt immer regionale Spezifika und auch Trends, die man nur in einer bestimmten Gegend findet.

**Hat man eine Nase für einen heranreifenden Bestseller?**

Ganz schwierig. Früher war es einfacher, da hielt sich ein Bestseller länger ganz oben. Heute gibt es einen Kick am Anfang, der sehr schnell wieder abfällt. Deswegen ist heute die Verfügbarkeit auch viel wichtiger. Man muss zum richtigen Zeitpunkt ganz viel Ware vorrätig haben, ist man zu schnell ausverkauft, kaufen die Kunden woanders.

**Können Sie Bestseller machen?**

In einigen Fällen können wir das. Wenn wir auf ein Buch setzen, es in Stapeln hinlegen und empfehlen, kann es zum Bestseller werden.

**Zum Beispiel?**

„Das Finstere Tal“, ein Roman über ein abgeschiedenes Alpental, aus dem auch ein Film wurde. Vor über zwei Jahren hat das Buch hier vom Marienplatz aus seinen Weg gemacht. Da spricht man erst intern, dann folgen andere Filialen, und wenn dann die Verkaufszahlen steigen, werden auch die anderen aufmerksam.

**Ein Deutscher Buchpreis ist wohl eine sichere Bank.**

Buchpreise führen nicht unbedingt zu Bestsellern. Sie sind zwar ein Auswahlkriterium, aber oft sind die ausgezeichneten Bücher sehr anspruchsvoll und eher für ein begrenztes Publikum interessant. Der Deutsche Buchpreis ist am ehesten bestsellerträchtig, es gibt andere Buchpreise, da sagt man, es ist eine tolle Auszeichnung und Ehre für den Autor, aber für den Verkauf bewirkt es nicht so viel.

**Und was geschieht mit den Ladenhütern?**

Ladenhüter gibt es heute nicht mehr, da wir die Titel in den Filialen viel häufiger wechseln.

**Sie haben die Selfpublisher schon erwähnt. Ist das eine Konkurrenz für Verlage und Handel?**

Das habe ich kürzlich eine Verlegerin gefragt. Sie meinte nein, weil der Verlag einen ganz anderen Qualitätsanspruch hat. Sagen wir es einmal so: Es ist eine Konkurrenz innerhalb des Buchbudgets des Lesers. Deshalb ist es in meinen Augen schon eine Konkurrenz für die gedruckten Bücher der Verlage. Auf der anderen Seite ist es auch ein Sprungbrett für neue Autoren und ein Talentepool für Verlage, aus dem sie vielversprechende Autoren erkennen und zu sich herüberholen können.

**Und Sie schauen zu?**

Oh nein, wir haben über Tolino-Media ein eigenes Selfpublishingangebot. Wir versuchen den am Buch Interessierten immer alles zu geben, was in der Branche möglich ist. So können sie als Selfpublisher ihre Bücher auch bei uns anbieten und haben dann vielleicht sogar die Chance, in eine Buchhandlung zu kommen und dort nicht nur gedruckt präsentiert zu werden, sondern auch in Veranstaltungen eingebunden zu sein. Wir wollen alle, die mit Buch zu tun haben, an uns binden.

**Das zunehmende Selfpublishing zeigt ja auch die Faszination Buch: Ich möchte mich zwischen zwei Buchdeckeln präsentieren und mein Werk ins Bücherregal stellen.**

Das spielt eine große emotionale Rolle, die uns auch Zuversicht gibt für unser Geschäft. →

---

**„Vom Marienplatz aus haben wir auch schon Bestseller gemacht.“**

---

---

**„Für Amazon ist Deutschland der zweitwichtigste Markt weltweit.“**

---

Nachbarn im Gespräch:  
Nina Hugendubel beim Interview mit Peter Schmalz im PresseClub unmittelbar über der Hugendubel-Filiale.

Ihr Vater hat aus einem kleinen Laden Deutschlands die größte und bekannteste Buchhandlung aufgebaut. Wenn Sie das Unternehmen an Ihre Kinder übergeben werden, wie wird es wohl aussehen?

Zunächst werden wir sie irgendwann fragen, ob sie's übernehmen wollen. So wie mein Bruder und ich völlig frei waren, uns zu entscheiden, soll das auch bei den Kindern sein.

Hatten Sie einmal andere Überlegungen?

Durchaus. Ganz früher wollte ich Journalistin werden.

Bei welcher Zeitung waren Sie?

Ich habe ein paar Praktika absolviert. Etwa bei der *South China Morning Post*, der größten Zeitung in der Region damals, als Hongkong noch britisch war. Es war total spannend, aber ich bin dann doch auf der Verlagsseite gelandet und fand das so super, dass ich keine Veranlassung hatte, zu wechseln, bis mein Vater fragte: Kannst Du es Dir grundsätzlich vorstellen? Er wollte damals die Nachfolge regeln. Da wusste er noch nicht, dass er schon bald sterben würde. Durch seine Frage habe ich erstmals richtig darüber nachgedacht, und dann fiel die Entscheidung fürs Unternehmen.

Nehmen wir an, zumindest eines Ihrer Kinder entscheidet sich wie Sie, wie sieht das Unternehmen dann aus?

Ich glaube, dass es nach wie vor ein modernes Buchhandelsunternehmen sein wird, das immer noch viele Regale hat, das aber auch auf allen anderen Kanälen präsent ist. Wir werden mehr noch als heute, die am Buch Interessierten dort abholen, wo sie sind, aber sie weiterhin dazu animieren, auch zu uns, wie hier an den Marienplatz, in die Filialen zu kommen. Welche Kanäle das dann noch zusätzlich sein werden, weiß ich heute nicht. Deswegen glaube ich, dass es noch immer ein sehr großes Buchhandelsunternehmen sein wird. Vielleicht kommt sogar noch eine andere Form des Lesens dazu, die wir dann selbstverständlich auch anbieten.

Buch und Lesen haben wohl noch eine große Faszination. Denn als vor der Sanierung dieses Hauses bekannt wurde, dass Hugendubel nicht an den Marienplatz zurückkehren würde, gab es einen Aufschrei in der Stadt. Hat Sie das überrascht?

Ja, total. Wir waren auch gerührt und geehrt über die Wellen, die das geschlagen hat, und wie emotional die Münchner reagiert haben. Da kriege ich jetzt noch Gänsehaut. Es war auch für die Mitarbeiter hier eine Bestätigung, denn das scheinbare Aus kam sehr plötzlich und unerwartet. Und eigentlich auch nicht vorstellbar, dass wir nicht mehr zurückkommen können. Dass dann auch noch über zehntausend Unterschriften gesammelt wurden, damit wir wieder an dem Marienplatz zurückkommen sollten, das war toll.

Wie war es dazu gekommen?

Da müssen Sie die Bayerische Hausbau fragen. Wir wussten, dass der Mietvertrag ausläuft, und haben lange exklusiv verhandelt, aber auf einmal war es zu unserer großen Überraschung zu Ende. Wir haben erst aus der Presse erfahren, wer der neue Mieter sein wird. Aber kurz darauf kam im Auftrag der Telekom ein Makler auf uns zu. Daraufhin ging es relativ schnell, und so sind wir Untermieter von der Telekom...

...auf nur noch auf zwei Etagen, wo früher sechs waren...

...die aber heute nicht mehr darstellbar wären. Die jetzige Größe ist wunderbar, und wir sind sehr zufrieden. Wir hätten uns im Erdgeschoss etwas mehr Antrittsfläche gewünscht, doch wir sind froh, überhaupt wieder hier zu sein.

Ihr erstes Weihnachtsgeschäft in den neuen Räumen scheint ein großer Erfolg gewesen zu sein. Als direkter Nachbar war ich gelegentlich dort und war erstaunt über den Andrang.

Wir waren mit dem Weihnachtsgeschäft zufrieden, und das neue Jahr hat sensationell gestartet. Im Gegensatz dazu war 2017 das erste Quartal im ganzen deutschen Buchhandel furchtbar, und keiner hatte eine Erklärung für die Umsatzeinbrüche.

Der Jahresumsatz in der Buchbranche liegt bei über neun Milliarden Euro und ist in den letzten Jahren – außer dem Ausreißer im vergangenen Jahr – gestiegen. Unter den verschiedenen Medienarten liegen die Bücher mit großem Abstand an erster Stelle und noch immer wird fast jedes zweite Buch über den Buchhandel verkauft, nur jedes fünfte übers Internet. Klingt doch ganz gut.

Das liegt auch daran, dass der gesamte Buchhandel inzwischen Multichannel macht. Jeder hat die Möglichkeit, auch online aktiv zu sein. Der Buchmarkt insgesamt ist erstaunlich stabil. Zudem steigen die Preise leicht. Das ist ein stabiler Markt, und das ist toll, wenn man bedenkt, wie oft das Buch totgesagt wurde.

Besonders München erlebt seit Jahren einen Babyboom. Spüren Sie das bereits bei den Kinderbüchern?

Der Kinder- und Jugendbuchbereich entwickelt sich sehr positiv, was uns besonders freut, da dadurch junge Menschen an Bücher herangeführt werden und ihnen dann hoffentlich auch später treu bleiben.

Und Amazon soll der Totengräber sein. Nun hat der US-Konzern in den Staaten schon ein Dutzend Buchläden eröffnet, und Amazon-Deutschland-Chef Ralf Kleber sagt zu stationären Läden auch bei uns: „Das ist keine Frage des Ob, sondern des Wann.“ Bestätigt Sie das,







## Dem Bischof sei Dank

Schon 1869 gründete Heinrich Karl Gustav Hugendubel in Eichstätt eine Buchhandlung, nach Ärger mit dem Bischof schloss er sie jedoch wieder und kaufte 1893 eine Buchhandlung am Münchner Salvatorplatz. Es wurde der Grundstein eines Familienunternehmens, das zum größten inhabergeführten Filialisten in Deutschland aufgestiegen ist. 1979 über-



raschte Urenkel Heinrich Branch und Kunden mit einer mehrstöckigen Buchhandlung am Marienplatz mit runden Leseinseln und über 2.000 Quadratmetern Verkaufsfläche. Der „Hugendubel am Marienplatz“ setzte Maßstäbe für Jahrzehnte. Nach seinem Tod 2005 übernahmen die Kinder Nina und Maximilian das Unternehmen. Der Stammsitz am Salvatorplatz wurde 2012 geschlossen. Mit 1.700 Mitarbeitern in über 100 Filialen, davon allein acht in München, erwirtschaftet das Unternehmen über 250 Millionen Euro im Jahr.

oder beunruhigt es Sie, wenn die Amerikaner nun auch auf Ihrem originären Feld angreifen?

Ich sehe das erst einmal als Bestätigung, dass unser Modell Multichannel richtig ist. Dass ausschließlich online oder ausschließlich stationär nicht funktioniert, weil die Kunden beides erwarten. Für Amazon ist Deutschland nicht nur im Buchbereich nach Amerika der zweitwichtigste Markt weltweit. Deshalb kommen alle Innovationen als zweites nach Deutschland, und seit sie in Amerika Buchhandlungen eröffnet haben, rechnen wir damit, dass sie auch hierher kommen werden.

Gibt es schon einen Plan für München?

Da ist mir noch nichts bekannt. Aber Berlin und München werden vermutlich die beiden ersten Städte sein. Und dann muss man sehen, ob sie das Gleiche machen wie in Amerika. Das habe ich mir dort anschaut.

Ist das anders als in einer Hugendubel-Filiale?

Ja, das ist anders. Es ist die logische Übersetzung ihres Online-Modells in einen Laden: Die Bücher werden nach den Kunden-Bewertungen ausgesucht. Nur mit fünf Sternen bewertete Bücher werden präsentiert. Also nicht nach der Katalogisierung, wie wir sie kennen. Der Algorithmus sucht das Sortiment aus. Da Amerika keine Preisbindung kennt, gibt es tagesaktuelle Preise, alles digital auf Displays angeboten. Ich fand es interessant und sehr logisch in Fortsetzung ihres Ansatzes.

Ein anderes Modell, das dann doch nicht die große Konkurrenz wird?

Das muss man sehen. Sie werden aber sicher ihre Käufer finden. Noch wissen wir nicht, wo sie die Kunden abziehen werden, ob mehr aus dem Online- oder dem Stationär-Bereich. Wir versuchen weiterhin, besser zu sein, ein anderes Angebot zu schaffen. Wir setzen ja mit unseren Cafés und Lesebereichen sehr viel auf Atmosphäre und Wohlgefühl sowie mit unseren Buchhändlern auf die individuelle, persönliche Beratung. Und wir haben einige Ideen, die noch nicht spruchreif sind.

Nicht nur im Versand, auch mit dem Reader Kindle schien Amazon Ihnen Kundschaft wegzunehmen. Sie haben darauf, gemeinsam mit anderen Buchhändlern, mit dem Tolino geantwortet. Ist das David gegen Goliath?

Nein, wir sind auf Augenhöhe. Das ist eine riesige Erfolgsgeschichte. Allein schon, dass sich Wettbe-

werber gegen einen noch viel größeren Wettbewerber zusammenschließen und gemeinsam mit einem eigenen Produkt dagegenhalten. Da ist Amazon ein wunderbarer Klebstoff für uns, die wir ja sonst nicht auf die Idee gekommen wären, zusammenzuarbeiten. Zuvor hatte jeder jahrelang versucht, im Digitalen selbst Fuß zu fassen. Indem wir die Kräfte gebündelt haben, ist es gelungen, mit Amazon auf Augenhöhe zu kommen.

Der Markt der E-Books ist im Verhältnis zum Gesamtbuchmarkt noch relativ klein. Im Branchenumsatz liegen elektronische Bücher prozentual noch tief im einstelligen Bereich.

Das stimmt. In Amerika sind es schon ungefähr 20 Prozent. Bei uns wächst dieses Segment zwar sehr dynamisch, aber ich bezweifle, dass wir auf den amerikanischen Wert kommen. Die USA haben eine andere Infrastruktur, während Deutschland dicht besiedelt ist mit vielen Buchhandlungen.

Warum sind E-Books nicht deutlich billiger als die teuer gedruckten?

Zunächst geht es ja um den schöpferischen Wert des Autors und dieser ist unabhängig von der Form. Darüber hinaus müssen Sie die Verlage fragen, die die Preise selbst festlegen. Es hat sich ein Abstand von etwa 20 Prozent eingespielt. Die Verlage sagen, die Herstellung eines E-Books sei sehr teuer.

Wieviel bleibt Ihnen vom verkauften Buch?

Das ist je nach Genre sehr unterschiedlich. Schulbücher sind schlecht rabattiert, Romane relativ gut. Aber insgesamt hat die Buchbranche sehr niedrige Margen.

Zu Weihnachten hat sich mir eine ganz praktische Frage gestellt: Wie verschenke ich ein E-Book? Das Ergebnis war wenig attraktiv – eine schlichte Gutscheinkarte, mit der auch jedes andere Buch herunterzuladen wäre. Diese Thema beschäftigt uns schon einige Zeit. Wir haben auch schon das Cover auf den Gutscheinträger aufgedruckt, aber es hat nicht funktioniert. Online können Sie bei uns unter hugendubel.de und über unsere Tochter ebook.de ein spezifisches Buch verschenken, dann wird der Link an den Beschenkten geschickt und er kann sich das Buch herunterladen.

Ist aber wenig romantisch, untern Weihnachtsbaum einen Link zu legen. →

Beim E-Book verdient der Handel nur sehr wenig.



Auf zwei Stockwerke verkleinert, aber mit Lesecken und Café ist die Hugendubel-Filiale am Marienplatz weiterhin die Topadresse für Bücherfreunde.



Genau. Aber wir arbeiten auch daran, E-Books direkt im Laden zu verkaufen. Sieht man ein Buch im Regal stehen und sagt, ich möchte es lieber als E-Book kaufen, kann man es dann im Laden bezahlen und sofort oder später herunterladen. Im gleichen Zuge sind dann auch E-Books direkt aus den Filialen verschenkbar. Zudem arbeiten wir daran, dass man im Laden auch etwas Gedrucktes in die Hand bekommt und ein bestimmter Code dann zum E-Book führt. Dann wird man auch etwas unter den Weihnachtsbaum legen können. Aber bitte haben Sie noch ein wenig Geduld.

Ein Buch lesen, ist eine private, fast intime Sache. Mit dem digitalen Buch aber werde ich zum gläsernen Leser. Bringen die Daten der Tolino-Nutzer für Sie einen ökonomischen Mehrwert?

Das dürfen wir aus Datenschutzgründen gar nicht. Wir können zwar anonym auswerten, wie Bücher gelesen werden, aber wir dürfen und können es Ihnen als Person nicht zuordnen. Wir wissen also nicht, wer Buch X oder Y gerade liest.

Suche ich bei Google ein Hotel in Paris, ploppen tagelang Anzeigen aus Paris auf. Lese ich gerne Krimis, könnten doch die aktuellsten Angebote auf meinem Bildschirm auftauchen.

Das dürfen wir nur mit Einwilligung. Wenn Sie unsere neue Kundenkarte beantragen, können Sie Ihre Inter-

essengebiete ankreuzen. Geben Sie dann noch an, Sie wollen über Neuigkeiten informiert werden, dürfen wir Ihnen diese Infos schicken. Wir sind datenschutzrechtlich sehr sauber.

Sie sammeln aber auch Daten Ihrer Kunden?

Aber erst nach Einwilligung. Und wir fangen gerade erst damit an, dass wir die Kaufhistorie speichern und verwerten. Sehen wir, dass ein Kunde an Regionalkrimis besonders interessiert ist, wird er über Neuerscheinungen auf diesem Gebiet informiert. Das haben wir jetzt für die neue Kundenkarte entwickelt, sind aber noch ganz am Anfang. Unser Ziel ist eine neue Art der Kundenbindung. Wir wollen die Kunden damit noch individueller bedienen und inspirieren.

Ihr Familienname ist zu einer bundesweit bekannten Institution geworden. Fragt mich jemand, wo der Münchner PresseClub zu finden ist, sage ich nur, am Marienplatz im Hugendubel-Haus. Und jeder weiß sofort, wo das ist. Macht Sie das stolz?

Es ist natürlich toll, wenn in der Heimatstadt ein Haus mit einem verbunden wird, obwohl es einem gar nicht gehört. Das ist zwar nicht mein Verdienst, sondern eher das meines Vaters und vor allem der Mitarbeiter vor Ort. Aber wir haben es jetzt gerettet. Und darüber sind wir alle – insbesondere und zu Recht auch die Mitarbeiter – natürlich ein wenig stolz. ■

---

**„Unser Ziel ist eine neue Kundenbindung.“**

---

## Irgendwann geht jedes Buch

Sie nennt ihn gern einen „Gemischtwarenladen“, aber das ist eigentlich jede Buchhandlung, in der es Romane und Gedichtbände, Koch- und Fotobücher und vieles mehr gibt. Aber bei Helga Weyhe im sachsen-anhaltinischen Salzwedel stehen auch alte Goethe-Ausgaben neben einer „Einführung in die Malerei der Gotik“ von 1938 in Regalen, die schon in der Kaiserzeit eingebaut wurden. Andere Bände stapeln sich auf Sperrholztischen aus den DDR-Jahren. Sie verkauft stets mit Beratung, deshalb verließen in letzter Zeit besonders viele Kunden die Weyhe'sche Buchhandlung mit Daniel Kehlmanns „Tyll“ unterm Arm.

Helga Weyhe wurde am 11. Dezember 1922 im Stockwerk über dem Laden geboren. Der Buchladen wurde 1840 in dem kleinen Fachwerkhaus gegründet, ihr Großvater kaufte das Anwesen, nachdem er 1871 aus dem Deutsch-Französischen Krieg heimgekommen war, 1965 übernahm sie das Geschäft vom Vater, das sie noch heute führt. Mit ihren 96 Jahren ist Helga Weyhe Deutschlands älteste Buchhändlerin und wurde im August 2017 mit dem Sonderpreis des Deutschen Buchhandlungspreises geehrt.

Als junge Frau wäre sie gerne zu ihrem Onkel Erhard nach New York ausgewandert, der dort in der Lexington Avenue 794 ein berühmter Kunstbuchhändler war. Aber als sie nach dem Studium hätte reisen können, war Krieg, dann kamen die Russen, und Haus und Laden hätte nach dem Tod der Eltern der Staat kassiert. Sie blieb und öffnet noch immer an jedem Werktag den Laden, preist aktuelle und längst vergessene Bücher an und weiß: „Irgendwann geht jedes Buch.“ Und wenn sie eines Tages gegangen sei wird, endet die Familientradition: Es ist kein Nachfolger in Sicht.



Foto: Jens Christmann

# Alleine stark. Gemeinsam unschlagbar.



BayWa

Zwei Bayern, ein Ziel: Zusammen mehr erreichen.

Große Ziele erreicht man nicht alleine. Genau wie unserem langjährigen Partner FC Bayern Basketball stehen wir deshalb auch unseren Kunden tatkräftig zur Seite: mit innovativen Agrar-, Energie- und Baulösungen und vor allem vollem Einsatz!

Weitere Infos unter: [www.baywa.de](http://www.baywa.de)



# Herz und Schmerz auf 60 Seiten

Romanhefte: Millionen Leser warten jede Woche auf unsterbliche Helden und auch in den Antiquariaten sind die Hefte von früher gefragt



Werner Ahlers, der im Verkauf vom Antiquariat Lugauer arbeitet, kennt sich bestens aus mit Groschenromanen.

Foto: Marcus Schlarf

# Der Bergdoktor

## Neuaufgabe der Romane um Dr. Burger

RALF SCHARNITZKY

Gleich links von der gläsernen Eingangstür, da sind sie gestapelt, hintereinander gereiht oder aufgestellt – in Regalen, in Obst-, Schuh- und kleinen Umzugskartons aus Pappe und in mittelgroßen Klappkisten aus Plastik: Hunderte von Romanheften und Taschenbüchern, von den 60er-Jahren bis in die Jetztzeit, mit Geschichten weit aus der Vergangenheit, der Gegenwart und der Zukunft. Von Adligen, Ärzten, Cowboys, Polizisten, Geistern, Dämonen, Raumfahrern und Außerirdischen sowie Soldaten: Liebesromane, Heimatromane, Spannungsromane, Western, Krimis, Horrorromane sowie Science Fiction und Fantasy, aber auch trivialer Weltkriegsepos. Meist sind die seichten Geschichten um die 60 Seiten lang, und seit einigen Jahren gibt es sie auch in großer Schrift. Doch nicht nur die alten gebrauchten Hefte im Antiquariat, sondern auch die aktuellen Groschenromane, die vor allem in drei großen Verlagen erscheinen, haben immer noch ihr Publikum.

Die meisten Leser, die ins Antiquariat Lugauer unweit vom Sendlinger-Tor-Platz in München kommen, gehören der älteren Generation an. So wie die 95-jährige alte Dame aus der Nähe, die regelmäßig kommt und sich ein paar Hefte holt – und darum bittet, dass ihre Kinder oder Enkelkinder nichts von ihren kleinen Einkäufen erfahren. Oder die Kundin, die weiter weg wohnt und einmal im Jahr vorbei schaut. Sie hat immer einen Koffer dabei, in den sie so um die 150 Hefte packt; für 0,30 bis 0,80 Cent das Stück – Rückgabe für einen niedrigeren Preis beim Kauf weiterer Exemplare möglich.

Die Hefte sind ein wichtiges und kalkulierbares Standbein für das seit 1949 bestehende Familienunternehmen. Werner Ahlers, der im Verkauf tätig ist, kennt sich bestens aus mit der Materie, kann stundenlang über das Genre und die einzelnen Reihen erzählen: „In den Nachkriegsjahren erlebte Deutschland eine Blütezeit der Romanheftkultur. Ob Liebesromane oder Westernstories, ob Heimatromane oder Kriminalgeschichten – die Menschen sehnten sich nach einer heilen Welt in ihrem Not und Elend.“



Trotz der komplett veränderten Mediennutzung und des mehrfachen Generationswechsels in der Leserschaft lohnen sich die Groschenromane in Heft- oder Taschenbuchformat auch für die drei großen Romanheft-Verlage Bastei-Lübbe, Kettler und Cora immer noch – mit neuen, aktuellen Geschichten, zweiten Auflagen und Reprints erfolgreicher Titel. Auf Süddeutsche.de und der Reportagenseite der SZ schrieb Wirtschaftsredakteur Dieter Sühlig im März vergangenen Jahres: „Romanhefte dürfte es in einer Welt voller belletristischer Bücher und digitaler Medien eigentlich gar nicht mehr geben. Aber weit gefehlt: Die Verkaufszahlen gehen zwar zurück, doch es werden noch Millionen-Auflagen an eine treue Leserschaft gebracht.“

Das Genre bilde im Buchmarkt eine „kleine, feine Nische“, in der Newcomer oft chancenlos seien gegen die drei etablierten Verlage. Die würden eine begehrte Marktlücke füllen: „Millionen Leser warten jede Woche auf die unsterblichen Helden des Happy End“, schreibt Sühlig. Es passiert auf den in der Regel 64 Seiten dichtgedrängt so einiges, bis die meist zwischen 30 und 65 Jahre alten Leserinnen und Leser, die aus →

---

„Die Menschen sehnten sich seit Jahrzehnten nach einer heilen Welt.“

---

# Perry Rhodan

## Die größte Weltraumserie



allen Bildungsschichten kommen, es zum Happy End schaffen.

Der wohl bekannteste Produzent und Vertreiber von Groschenromanen, der Kölner Bastei-Verlag, weist in vielen Romanheften ganzseitig auf die zahlreichen Titel und die generelle Linie der Hefte des Hauses hin – hier Beispiele von Eigenanzeigen aus „Der Bergdoktor“ (Neuaufgabe 2017: „Nie wieder will ich an Dir zweifeln“, Band 1505): „Zeitlose Romantik. Liebe und Hoffnung, Glück und Tränen, die tragische Verkettung menschlicher Schicksale – all das verliert niemals etwas von seiner Faszination.“ Der Leser solle genießen, was zeitlos schön sei – und dann werden Cover gezeigt von den Reihen „Silvia-Schicksal“, „Romantische Bibliothek“ und „Fürsten-Roman“. Und zu guter Letzt die Aufforderung: „Lassen Sie sich verzaubern und freuen Sie sich auf große Romane für glückliche Stunden.“ Und für „treue Leser/innen“ gibt es auf einer anderen Seite „Romanzen zwischen Tal und Gipfel“: Drei Heimatromane in einem Treueband zum Aktionspreis – monatlich im Handel.



„Der Bergdoktor“, eine der erfolgreichsten Bastei-Reihen, auf der auch die seit Jahren laufende gleichnamige ZDF-Serie mit Hans Sigl beruht, ist nicht alleine in der Bergwelt unterwegs. Da gibt es etwa noch „Alpengold“, „Bergkristall“ und „Das Berghotel“. Romane, so der Bastei-Verlag in der Eigenwerbung, „die den Zauber der Berge schildern und in denen junge Herzen die große Erfüllung finden“. Doch nicht nur Bergfexe und der Adel tummeln sich zwischen den Titelblättern des Bastei-Verlages, sondern auch einige der bekanntesten Helden der Mediengeschichte wie G-man Jerry Cotton, Geisterjäger John Sinclair und Dr. Stefan Frank, der Arzt, dem die Frauen vertrauen. Figuren, die Kultstatus haben. Und deren Geschichten immer noch erzählt werden – mit Helden, die nicht älter werden, obwohl sie zum Teil in den 1950er Jahren geboren wurden.

„Der Marketingaufwand ist minimal, verglichen mit dem, was wir bei einem neuen Buch an Verkaufunterstützung aufwenden“, sagte im März vergangenen Jahres der damalige Bastei-Chef Thomas Schierack, dessen Haus für das Segment „Romanhefte und Rätselmagazine“ wenig trommeln muss. Und die Gewinnspanne ist hoch: „Bei bis zu 75 Prozent Remissionsquote lohnt sich das Ganze immer noch.“ Das erklärt, warum Bastei etwa 27 Millionen Hefte im Jahr druckt, nur zehn Millionen verkauft und trotzdem Gewinn damit macht.

Trotz eines leicht rückgängigen Umsatzes auf 4,7 Millionen Euro lag das Ergebnis im aktuellen Berichtszeitraum von 1. April 2017 bis 30. September 2017 vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen bei einer Million Euro (Vorjahr: 1,2 Millionen Euro), wie der Verlag unter der neuen Leitung des Vorstandsvorsitzenden Carel Halff Ende November 2017 veröffentlichte. Insgesamt erwirtschaftete die Bastei Lübbe AG im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2017/18 einen Konzernumsatz von 69,1 Millionen Euro (Vorjahr: 66,2 Mio. Euro) bei einem Ergebnis von 5,9 Millionen. Die Romanhefte tragen also bei geringem Umsatz einen respektablen Anteil zum Gewinn des Gesamtkonzerns bei. Kein Wunder, dass Bastei die vermeintlich aus der Zeit gefallenen Trivialhefte wie eine „Gänseblümchenwiese“ (Programtleiterin Ute Müller) hebt



An der Spitze des Genres kämpfen noch die beiden Hamburger Verlage Kelter und Cora mit um Marktanteile. „Dr. Norden“ und „Der Bergpfarrer“ sind die wohl bekanntesten und meist verkauften Protagonisten der Martin Keller Verlag GmbH & Co. KG, die nach dem Zweiten Weltkrieg noch vor Bastei Heftromane verlegte. Auch „Wyatt Earp“ und „Sherlock Holmes“ sind Titelhelden bei Kelter. Bei dem Familienunternehmen stehen derzeit an die 40 Titel sowie Sammelbände im Programm – vor allem Frauenromane wie „Mami“, „Sophienlust“, „Fürstenkinder“, „Fürstenträume“ und „Fürstenkrone“. Aber auch die in Leserkreisen berühmten und schon lange existierenden Mystik-Hefte „Irrlicht“ und „Gaslicht“ finden immer noch ihr Publikum. 2016 hat der Verlag etwa 45 Millionen Hefte ausge-

# G-man Jerry Cotton

## Der Kriminalroman, von dem die Welt spricht

liefert. Der Jahresumsatz ist mit knapp 20 Millionen Euro deutlich höher als bei Bastei. Darin enthalten sind allerdings auch knapp 20 Zeitschriften wie „Meine Lebensbeichte“ und „Meine Wahrheit“.

Der Cora-Verlag, der Mitte der 1970er Jahre gegründet wurde und an dem der Axel Springer Verlag zeitweise mit 50 Prozent beteiligt war, ist mittlerweile eine Tochter eines kanadischen Medienhauses. Er hat mit dem kleineren Taschenheft-Format ein eigenes Genre etabliert. „Irgendwie ein Mittelding zwischen Taschenbuch und Heft“, so SZ-Redakteur Sühlig, „übrigens auch, um die Papierrollen optimal nutzen zu können.“ Die modern aufgemachten Bestseller wie „Julia“, „Baccara“, „Bianca“ und „Gold“ sind vor allem Übersetzungen amerikanischer Autoren und tragen Titel wie „Verbotenes Verlangen nach dir“ oder „Ein Traum von einem Boss“, aber auch „Heiße Nächte mit dem griechischen Milliardär“. Jährlich erscheinen bei Cora etwa 550 Titel in einer Auflage von 15 Millionen Exemplaren.

Nicht vergessen werden darf eine Figur, die am 8. September 1961 das Licht der Welt – oder besser des Alls – erblickte: In „Unternehmen Stardust“ erlebte Perry Rhodan sein erstes Abenteuer. Seither erscheint jede Woche bei der Verlagsunion Pabel-Moewig (Rastatt), einer Tochter der Bauer-Media-Group, ein Abenteuer des „Mannes, der die Menschheit zu den Sternen führte – er ist der Terraner“, so der Verlag. Die Besonderheit der Hefte neben den grandiosen Illustrationen zahlreicher Zeichner ist die längere Handlungszeit, die sich über meist hundert Hefte fortsetzt und eine riesige Geschichte erzählt. Der aktuelle Zyklus heißt „Genesis“ und läuft seit März 2017. In einer virtuellen „Perry-Rhodan-Welt“ im Internet findet sich alles rund um die mehr als 2900 Hefte mit mehr als 160.000 Seiten. Der Print-Welterfolg hat sich zu einem multimedialen Ereignis entwickelt. Ein Großteil der Geschichten erscheint gleichzeitig in drei Varianten – als Print, E-Book und Hörbuch. Darüber hinaus gibt es Comics, Hörspiele, Apps und zahllose Merchandise-Produkte.

Der Heftroman als E-Book ist die Chance für alle Groschenroman-Verlage, jüngere Leser zu locken und

ältere Titel anzubieten. Hefte, die am Kiosk nach wenigen Wochen wieder verschwinden, sind im Internet jahrelang verfügbar. Und ein wichtiges Argument hörte die *Süddeutsche* aus dem Cora-Verlag: „Der Inhalt wird schon sehr gemocht, aber in der Öffentlichkeit hat mancher vielleicht nicht gerne einen ‚Julia‘-Roman in der Hand.“ Da hilft anonymes Lesen auf dem Reader. Die Verlage vertreiben ihre E-Books neben zahlreichen anderen Produkten, die mit den Heften zusammenhängen, über Plattformen und eigens eingerichteten Fanforen im Internet – bisher zwar nur ein Bruchteil der Printauflage, aber ein Anfang. Die Hoffnung der Verlage: Über die Digitalisierung neue Zielgruppen zu erreichen, ohne die bestehenden zu gefährden,

Die alte Zielgruppe, das sind auch Leser, die früher in jungen Jahren mit Perry Rhodan durchs All geflogen und mit Jerry Cotton FBI-Fälle in New York gelöst haben. Doch heute flüchten sie am liebsten in die heile Welt. Dieter Sühlig zitiert in seiner Geschichte einen Rentner, Leser und Sammler, der sich morgens zwar für das Weltgeschehen interessiert, aber „jeden Tag Krieg und Politik, das nervt“. Deshalb liest er, der sich keine großen Reisen leisten kann, am Nachmittag Heftromane: „Dr. Karsten Fabian“ bringt ihn in die Heide, „Der Bergdoktor“ in die Alpen. Sein Bedarf an heiler Welt wächst, je älter er und je unruhiger die Welt wird. Mit wöchentlich zwei Romanen hat er angefangen, nun will er täglich einen lesen. Aber es ist nicht nur die leichte Kost, die vor allem die ältere bis sehr alte Generation zum 60-seitigen Heft statt zum Buch greifen lässt, weiß der Münchner Antiquar Werner Ahlers: „Die Hefte drücken nicht schwer auf dem Bauch, wenn man sie im Bett liest.“ ■



Foto: Emanuel Gronau

Ralf Scharnitzky, 65 und Mitglied des PresseClubs, kam über den *Münchner Merkur* und die *Abendzeitung zur Süddeutschen Zeitung*. Dort leitete er die *SZ Starnberg* und war zuletzt Teamleiter Wirtschaft im *SZ*-Ressort Bayern-Region-München.



# L'ÉTAT C'EST MOI!



## Digitaler Gesellschaftsvertrag ersetzt den Staat

HANNES GRASSEGGER

In der Zukunft wird jeder von uns sein eigener Staat sein. Unser Geschäft mit dem Staat ist heute dieses: Er gibt uns den Pass und damit die Identität, die wir brauchen, um unser Leben zu führen, uns frei zu bewegen und etwas besitzen zu können. Dafür zahlen wir Steuern und unterwerfen uns seinen Regeln. Das ist das Ergebnis des Westfälischen Friedens von 1648, der Schluss machte mit der Idee des einen, allumfassenden heiligen Reiches und stattdessen Souveränität auf mehrere Staaten verteilte. Weil es jetzt viele Reiche gab, mussten die Staaten bestimmen, welche Menschen zu wem gehörten. Sie bekamen Identitäten.



**H**ier liegt das Problem im heutigen Zeitalter, in dem alles ins Fließen gekommen ist – vor allem die Idee der Identität. Auf eine Art ist der Staat eine riesige Identitäts-Verwaltungsmaschine, und es deutet sich an, dass derzeit andernorts effizientere, offenere und widerstandsfähigere Datenverwaltungsmaschinen entstehen. Denn so wie früher das eine Reich nicht mehr aufrechtzuerhalten war, könnte sich zeigen, dass die Staaten nicht mehr aufrechtzuerhalten sind. Um ihr Bestehen zu sichern, müssen sie unsere Freiheiten langfristig so stark einschränken, dass unser Geschäft mit ihnen letztlich nicht mehr stimmt. Der neue Staat hat daher keinen Ort mehr, und mit Heimat nichts zu tun. Heimat ist ein Gefühl, das ohne Staat auskommt.

Stellen Sie sich einmal vor, all die persönliche Informationen sammelnden und Profile bildenden, global-digitalen Identitäts-Verwaltungsapparate wie Facebook, Google oder Tencent beginnen, uns zu ermöglichen, was bislang nur staatliche Identitäten bieten: Am Airport einchecken, Hausbesitz eintragen, Sicherheitskräfte rufen und so weiter.

Im Gegensatz zum staatlichen System wäre dieser Service weltweit verfügbar: Wer bei einem solchen Serviceprovider Bürger ist, kann grundsätzlich überall roamen. Er ist ein Weltbürger. Die alten, territorialen Staaten werden zu so etwas wie AirBnB-Appartements. So lange man da ist, zahlt man einfach eine Nutzungsgebühr. Souveränität, der Staat, wird maximal dezentralisiert werden. Auf vielen Rechnern gleichzeitig abgespeichert. Überall und Nirgendwo.

In der Finanzwelt beginnt sich gerade ein derart dezentralisiertes System zur Speicherung von Identitäten und zum Austausch von Werten digital zu etablieren. Es heisst Blockchain und manche glauben, es könne irgendwann Banken und staatliches Geld ablösen.

Gehen wir einen Schritt weiter: Sagen wir, die oben genannten Staats-Provider sind Firmen, die im Wettbewerb um Kunden stehen. Sie unterscheiden sich in mancher Weise. Um zwischen ihnen wechseln zu können, sind Menschen ausgestattet mit einer digitalen Identität, die Kerndaten enthält – in heutigen Worten Informationen wie: Geburtsurkunde, Strafregister, Schufa-Auskunft etc. Plus: Jeder von uns hätte dort seine Ansprüche an einen Staat formuliert, so wie wir unsere Präferenzen auf Smartphones oder Social Media-Accounts einstellen – und gelegentlich aktualisieren. Die digitale Identität ist immer mit uns, wie in einer Cloud gespeichert.

Die Serviceprovider sind hauptsächlich Verwaltungsmaschinen. Sie helfen Kollektivität, wo benötigt, zu organisieren. Explizite Gesetze werden sie kaum verfassen. Wenn wir Andere physisch oder sonstwie treffen, würden sich unsere Präferenzen synchronisieren. Sie würden auf Übereinstimmung und Widersprüche geprüft. Dann wird automatisiert ausgehandelt, an welche Regeln wir uns gemeinsam halten und wer diese Regeln im Streitfall durchsetzt. So entsteht ein Gesellschaftsvertrag. Der klumpenförmige, vage, alte Gesellschaftsvertrag ist Ballast geworden. Explizit personalisierte Gesellschaftsverträge werden ihn ersetzen und Klarheit schaffen über die Regeln des Miteinander. ■

---

**„Vielleicht schaffen wir es, Systeme zu bauen, die so wenig Entscheidungsmöglichkeiten zulassen, dass Menschen keine Dummheiten mehr begehen können.“**

Christopher Mims  
Technik-Kolumnist  
beim *Wall Street Journal*

---

## Fließbandjob des Grauens

Nutzer auf Facebook posten nicht nur Belangloses wie ein Abendessen oder Urlaubsgrüße. Täglich tauchen Gewaltvideos, Kinderpornos oder Hasskommentare auf der weltweit genutzten Social-Media-Plattform auf. Wie geht der IT-Gigant mit solchen Inhalten um, was wird nach welchen Kriterien von wem gelöscht?

Diesen Frage sind die *SZ*-Autoren Till Krause (Bild li.) und Hannes Grassegger (Mitte) nachgegangen und sind bei ihrer hartnäckigen Recherche im Berliner Lösch-Zentrum auf eine verstörende Welt gestoßen: Von Geheimhaltungsklauseln eingeschüchtert, müssen die Mitarbeiter einen „Fließbandjob des Grauens“ erledigen. Besonders schockiert hat die Autoren „die enorme psychische Belastung, die so ein Job mit sich bringt“.

Ihre Reportage erschien im *SZ-Magazin* unter dem Titel „Im Netz des Bösen“ und schlug hohe Wellen; Facebook sah sich gezwungen, die Löscharbeiten mitarbeiterfreundlicher zu gestalten und auch dafür zu sorgen, dass traumatisierte Mitarbeiter psychologisch betreut werden. Die Recherche hat zudem dazu beigetragen, dass der Bundestag das sogenannte Netzwerkdurchsetzungsgesetz gegen Hasskriminalität im Internet beschlossen hat.

„Das ist preiswürdig“, meinte die Jury des Hermann-Schulze-Delitzsch-Preises, den die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken jährlich vergeben. Jürgen Gros (r.), Präsident des Genossenschaftsverbands Bayern, überreichte bei einem Festakt im Münchner Literaturhaus die mit 10.000 Euro dotierte Auszeichnung.



Foto: Genossenschaftsverband Bayern e.V.



Foto: Sebastian Magnani

Hannes Grassegger, 37, ist Reporter und Ökonom. Er schreibt in internationalen Magazinen über die Digitalisierung unserer Gesellschaft. 2014 erschien sein Buch „Das Kapital bin ich – gegen die digitale Leibeigenschaft“. Der gebürtige Garmisch-Partenkirchen lebt in Zürich und erregte Aufsehen mit der Reportage im *SZ-Magazin* über die Arbeitsbedingungen bei Facebook in Berlin.



# Digitaler Spieltrieb

Computerspiele wurden in kurzer Zeit zum Massenmedium

JEFFREY WIMMER

Computerspiele sind mittlerweile ein allgegenwärtiges, gar globales Phänomen von großer sozialer, kultureller, technologischer und wirtschaftlicher Bedeutung. Sie haben in den letzten vier Jahrzehnten rasch an Popularität gewonnen und sich aktuell zu einem bedeutenden Teil der Unterhaltungsbranche entwickelt.

**G**ames, ob online oder offline gespielt, ziehen nicht nur Kinder und Jugendliche in ihren Bann, sondern zunehmend auch Erwachsene. Es wird geschätzt, dass aktuell bis zu zwei Milliarden Menschen regelmäßig Computerspiele spielen. So kann man seit knapp zehn Jahren die gesellschaftliche Omnipräsenz des Phänomens Computerspielen diagnostizieren. Auch für Deutschland gilt, dass Games mittlerweile für einen Großteil der Bevölkerung ein integraler Bestandteil des Medienmenüs sind. Großproduktionen wie Grand Theft Auto haben nicht nur zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung eine weitaus größere Tagesreichweite als etablierte Radiostationen.

Dieser Erfolg der Computerspiele und die große Lust des Menschen am (Computer-)Spielen kann auf zwei grundlegende Faktoren zurückgeführt werden: Zum einen hat sich unser Alltag zu einem (digitalen) Medien-

alltag gewandelt. Wie selbstverständlich erscheint uns der intensive Gebrauch der verschiedenen modernen Kommunikationsmedien wie Internet, Mobiltelefone oder eben auch Computerspiele. Die Mediatisierung der Gesellschaft und die Digitalisierung der Medientechnologien sind dabei auf das Engste miteinander verknüpft.

Der „mobile“ Mensch von heute ist zum großen Teil „online“ – zum Kommunizieren, um sich zu informieren, um soziale Beziehungen aufrecht zu erhalten, zum Arbeiten oder um Unterhaltung und Spaß zu finden. Wie einschlägige Studien zur Online-Kommunikation zeigen, gilt diese Gegenwartsdiagnose gerade für Jugendliche, deren Leitmedium klar das Internet und dessen verschiedene Unterhaltungs- und Kommunikationsformate sind. Aber auch für andere gesellschaftliche Gruppen werden Internetformate wie WhatsApp

immer wichtiger. Von dieser Entwicklung profitiert die dahinter stehende Medien- und Unterhaltungsindustrie immens – allen voran die Computerspieleindustrie. Allein die deutschen Game-Unternehmen setzen 2015 gut 2,8 Milliarden Euro um, deutlich mehr als die Musikindustrie mit nur 1,5 Milliarden.

Zum anderen ist der Spieltrieb des Menschen ein angeborenes Sozialverhalten und zählt zu den ältesten Kulturtechniken. Die Klassiker der Spieltheorie veranschaulichen, dass das Phänomen „Spiel“ seit jeher eine wesentliche Quelle menschlicher Selbsterfahrung ist. Aus dieser Perspektive erscheint der Akt des Spielens als elementarer Bestandteil der menschlichen Kultur. Spielen besitzt die Macht, kulturelle Prozesse anzustoßen und auf sie einzuwirken. Wir Menschen tummeln uns daher immer mehr auf einer rasch zunehmenden Zahl von Online-Spielplätzen und virtuellen Welten.

Computerspiele – so kann man als Zwischenfazit ziehen – gehören mittlerweile zu denjenigen Kommunikationsmedien, mit denen wir an gesellschaftlichen Zusammenhängen teilhaben. Diese Kommunikationsräume sind für heutige Heranwachsende ein integraler Bestandteil des Medienmenüs geworden. Im Spezifischen bedeutet das auch, dass sie ein ernstzunehmender Faktor der Sozialisation und Vermittler für die Persönlichkeitsentwicklung geworden sind. Die Welten der Computerspiele prägen die Gesellschaft daher nicht nur aufgrund des Ausmaßes ihrer Nutzungsreichweite, sondern auch hinsichtlich ihrer Bedeutungs- und Sinngehalte.

Als Zwischenfazit kann hier festgehalten werden, dass es sich bei Computerspielen um weit mehr als nur um eine softwarebasierte Sonderform und damit Weiterentwicklung klassischer Spiele handelt, die auf elektronische Ein- und audiovisuelle Ausgabegeräte angewiesen sind. Ihr digitaler Charakter hat zur Folge, dass das Spielerlebnis in einer mediatisierten Spielwelt stattfindet und dass die Interaktion mit dem Spiel sowie oftmals die Kommunikation mit den Spielpartnern medial vermittelt erfolgt.

Ein prototypisches Beispiel sind die verschiedenen virtuellen Interaktions- und Kommunikationsräume der Online-Spielwelten, die das Bewusstsein ihrer Spieler und Spielerinnen auf vielfältige Weise prägen. Das gilt für ihr Zeitgefühl, die Steuerung ihrer Aufmerksamkeit, die Formierung von Emotionalität, Relevanzen und Orientierungsmodellen.

Auf diesen Einsichten aufbauend, verweist der Begriff Computerspielen grundsätzlich auf ganz verschiedene Handlungsmodi, die nicht immer trennscharf voneinander unterscheidbar sind, wie unter anderem regelbasiertes Spielhandeln (Game), zweckfreies Tun (Play), entlohntes Handeln (Arbeit), wie Goldfarming oder leistungs-

## Damit Atmen wieder Bock macht.



**Einfach MVV fahren!**





Bei Computerspiel-Wettbewerben in großen Hallen und Arenen sind Preisgelder in Millionenhöhe zu gewinnen.

orientiertes Handeln (eSport). So wurde festgestellt, dass Online-Spielwelten die Aufnahme von sozialen Kontakten erleichtern und dass ein Großteil der dabei zustande gekommenen Bekanntschaften interessanter als reale eingeschätzt werden. Aktuelle Forschungsergebnisse zur konvergenten Medienwelt gerade von Jugendlichen zeigen eindrücklich, dass sich interpersonale Kommunikation via Email zu einer Kommunikation via soziale Netzwerkdienste und sogar via diverse Spielplattformen verlagert. Die im Spiel stattfindenden Informations- und Kommunikationsprozesse gehen also zum Teil über reine Mensch-Maschine-Interaktionen hinaus und lassen uns Computerspiele auch als soziale Kommunikationsmedien verstehen. Es ist daher plausibel anzunehmen, dass sich die Formen von Amusements – wie der spielerische Wettbewerb oder das Glücksspiel – sowie soziale Prozesse – wie die Bildung von Gemeinschaften – durch deren Virtualisierung langfristig ändern.

---

### Online-Spiele bringen eine neue Form der Politikvermittlung

---

Die mediatisierten Erlebniswelten im Rahmen vernetzten Computerspielens können darüber hinaus aufgrund ihrer vielfältigen und komplexen Möglichkeiten sowohl für interpersonale als auch für gruppenbezogene und damit (teil-) öffentliche Kommunikation als hybride Kommunikationsräume verstanden werden. Ein eindrückliches Beispiel ist der Erfolg von so genannten „Let's Play“-Videos. Mit rund 4,7 Millionen Abonnenten, die seinen Kanal verfolgen, und derzeit circa einer Million täglichen Videoabrufen, verfügt der Gamer Gronkh über höhere Reichweiten als manche Nachrichtensendung im Fernsehen.

In den mediatisierten Erlebniswelten der Online-Spiele suchen und finden die Spieler daher nicht nur Unterhaltung, sondern auch Sozialisierungs- und Identitätsangebote, die ihr kommunikatives Handeln prägen. Die Kommunikationsräume digitaler Erlebniswelten

nehmen in der Lebenswelt vor allem vieler jüngerer Spieler z.T. den Stellenwert traditioneller Massenmedien ein. Das wird künftig natürlich auch die öffentliche Wirkung des klassischen Journalismus berühren, wenn durch den Medienwandel neue Kanäle der Informations- und damit Politikvermittlung entstehen, die wie Online-Spiele gerade die jüngere Generation besonders ansprechen. Dieses Potenzial erscheint umso größer, je geringer die ökonomischen Interessen der Betreiber ausgeprägt sind. Das kann man exemplarisch am Fußballmanagerspiel „Hattrick“ verdeutlichen. Hier sind wiederholt politisch konnotierte Aktionen zu beobachten, die sowohl aus Sicht der Computerpieler als auch der Entwickler für eine lebendige Spielkultur sorgen. So brachten mehrere tausend Spieler während der „Orangen-Revolution“ 2004 in der Ukraine ihre Solidarität mit der ukrainischen Demokratiebewegung zum Ausdruck, indem sie ihre virtuellen Mannschaften mit orangefarbenen Schleifen versahen.

Allerdings sind die meisten Computerspielwelten kommerzieller Natur und unterliegen damit bestimmten ökonomischen wie auch politischen Interessen. Kritische Analysen legen daher nahe, dass Computerspiele zwar die Handlungsfähigkeit (Agency) ihrer individualisierten Spieler fördern können, allerdings zum Preis einer starken Beeinflussung gerade der jüngeren Spieler durch den Unterhaltungs- und Wettbewerbscharakter der gegenwärtigen Computerspiele. Die Fähigkeiten für ein erfolgreiches Gruppenspiel in Computerspielwelten wie „World of Warcraft“ dienen mittlerweile Unternehmen wie IBM oder Siemens sogar als Blaupause für angehende Manager. Dabei werden über Spieldesignelemente Effizienzsteigerung oder Kundenbindung eingeübt.

Noch ist die Welt der Computerspiele recht jung und umstritten. Wohl hat der Deutsche Kulturrat schon 2008 Computerspiele zum Kulturgut erklärt, doch beherrscht wird die Branche durch eine Industrie, die mehr dem marktwirtschaftlichen Kalkül folgt als daran interessiert ist, bessere Inhalte zu fördern. Hier könnten politische Indikativen hilfreich sein. Grundsätzlich ist aber festzustellen: Während Film und Theater längst etabliert sind, muss sich das Computerspiel seinen gesellschaftlichen Stellenwert erst erkämpfen. Man kann die Phase, in der sich Computerspiele befinden, gut mit den Anfängen der Oper vergleichen. Sie galt zunächst als seichtes Unterhaltungsmedium, ehe sie Stück für Stück in die Hochkultur aufsteigen konnte. ■



Professor Dr. phil. Jeffrey Wimmer, 45, lehrt an der Universität Augsburg Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Medienrealität. Der gebürtige Regensburger ist Autor mehrerer Bücher zur Kommunikation, darunter „Massenphänomen Computerspiele“.

## Bald gibt's Daddel-Gold

Genervte Eltern mögen stöhnen: Muss das jetzt auch noch sein? Fest steht: Games werden als Sport anerkannt und könnten bei den Sommerspielen 2024 in Paris sogar eine offizielle olympische Disziplin sein. Auch Union und SPD haben sich darauf geeinigt, den virtuellen Wettkampf zwischen Computerspielern „künftig vollständig als eigene Sportart mit Vereins- und Verbandsrecht“ anzuerkennen, wie dies in Frankreich schon seit 2017 der Fall ist. Gamer, so wird argumentiert, klicken bis zu 300mal pro Minute und erreichen eine Herzfrequenz wie Spitzensportler. Ein erster Schritt ist schon vollzogen: Ende 2017 wurde der E-Sport-Bund Deutschland (ESBD) gegründet. Bei professionellen Computerspiel-Wettbewerben, oft in Arenen ausgetragen, gibt es Preisgelder bis in Millionenhöhe. Die in Deutschland gegründete E-Sport-Liga ESL ist einer der größten Veranstalter von Games-Turnieren.



# Mitziehen.

**Durch Gemeinschaft gewinnen.**

## **Der Sozialverband VdK Bayern kämpft für Ihre Interessen**

Der VdK mischt sich ein in die aktuelle Sozialpolitik, damit in Deutschland soziale Gerechtigkeit, Menschlichkeit und Solidarität nicht auf der Strecke bleiben. Denn trotz der großen Wirtschaftskraft wächst die soziale Kluft in Deutschland immer weiter. Dagegen setzt sich der Sozialverband VdK zur Wehr. Soziale Gerechtigkeit ist eines der wichtigsten Themen für die Sozialpolitik der nächsten Jahre. Dank seiner Mitgliederstärke kann sich der VdK erfolgreich für die Interessen seiner Mitglieder in der Renten-, Pflege-, Gesundheits- und Behindertenpolitik einsetzen.

**Werden Sie Teil einer starken Gemeinschaft, setzen Sie ein Zeichen für soziale Gerechtigkeit – werden Sie Mitglied im Sozialverband VdK Bayern!**

In Bayern vertrauen bereits 670.000 Mitglieder dem VdK. Bei Fragen zu Rente, Schwerbehinderung oder Pflege profitieren Sie als Mitglied des größten deutschen Sozialverbands von mehr als 70 Jahren Erfahrung in der Sozialrechtsberatung. Allein im Jahr 2017 konnte der VdK Bayern 39,5 Millionen Euro für seine Mitglieder an Nachzahlungen erstreiten.

**Jetzt Mitglied werden.**  
[www.vdk-bayern.de](http://www.vdk-bayern.de)

SOZIALVERBAND

**VdK**

BAYERN



**unabhängig. solidarisch. stark.**



# Im Netzwerk verfangen

Wie neutral müssen Journalisten sein?

KATHARINA MAU

**N**etzwerken hat hohe Priorität im Handwerkszeug des Journalisten. Als Nachwuchs bekommt man das immer wieder eingetrichtert. Netzwerke stellen aber auch Abhängigkeiten her, es drohen Einseitigkeit und Befangenheit. Kann es ein Zuviel an Netzwerk geben, das die eigene Berichterstattung beeinflusst?

Natürlich ist es leichter, über eine Partei berichten, wenn man Zeit mit deren Mitgliedern verbringt. Je besser man die Menschen kennt, desto wahrscheinlicher ist es, wichtige Informationen frühzeitig zu erfahren. Doch läuft man nicht gleichzeitig Gefahr, das Statement des Parteisprechers, den man gut kennt, zu zitieren, obwohl die Aussage einer anderen Partei genauso zum Thema gepasst hätte?

Der Vorwurf, Journalisten seien zu einseitig in Netzwerken verankert, ist nicht neu. Im September 2013 veröffentlichte Uwe Krüger seine Doktorarbeit in einem

Buch mit dem Titel „Meinungsmacht“. Darin kritisiert er die Verflechtung von Journalisten mit Politik- und Wirtschaftseliten. Sie seien stark in einem Milieu vernetzt, das den USA und der Nato nahe steht. Ein halbes Jahr später kam die gleiche Kritik in der Satiresendung „Die Anstalt“ zum Ausdruck. Im Zusammenhang mit dem Konflikt in der Ukraine befassten sich die Macher der Sendung mit den Verbindungen von bekannten Journalisten zu transatlantischen Lobbyvereinigungen.

Wer sich mit solchen Vorwürfen auseinandersetzt, muss sich fragen: Darf ich mich als Journalist in Netz-

werken zu Themen engagieren, über die ich berichte? Wie viel Kontakt ist nötig, um gute Recherche zu leisten und ab wann lasse ich mich in meiner Berichterstattung beeinflussen, wenn auch unbewusst?

Christoph Neuberger ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der LMU in München. Er unterscheidet zwischen der politischen Präferenz von Journalisten auf der einen Seite und der Handlungsrelevanz auf der anderen. Das bedeutet: Es bedarf der Prüfung, ob sich die eigene Haltung und die Vernetzung in Organisationen, in denen eine ähnliche Meinung vertreten wird, auch auf die Berichterstattung auswirkt.

„Befragungen zeigen, dass Journalisten tendenziell eher links von der Mitte sind“, sagt Neuberger, „also nicht die politische Präferenz der Gesamtbevölkerung widerspiegeln.“ Die letzte repräsentative Umfrage unter Journalisten stammt aus dem Jahr 2005. Dabei wurden sie unter anderem nach ihrer Parteipräferenz befragt. Gut ein Drittel der Journalisten fühlte sich den Grünen zugeneigt, etwas weniger als ein Drittel der SPD. Mit der CDU sympathisierten weniger als zehn Prozent der Befragten.

Neuberger warnt jedoch davor, aus diesem Ergebnis zu weitreichende Schlüsse zu ziehen. „Die politische Einstellung muss sich nicht in der Berichterstattung widerspiegeln“, sagt er. „Die professionelle Rolle des neutralen Informationsvermittlers sollte Journalisten dazu führen, dass sie die eigene politische Präferenz nicht zur Leitlinie des Handelns machen.“

Die eigene Meinung zu einem Thema komplett auszublenden und sich nicht von ihr beeinflussen zu lassen, ist aber nicht so einfach. Unser soziales Umfeld und die Netzwerke, in denen wir uns bewegen, prägen sie ganz unbewusst. Juliane Degner, Professorin für Sozial-

psychologie an der Universität Hamburg, sieht den professionellen Abstand eher skeptisch. „Die berufliche Verpflichtung zur Objektivität kann man schwerlich erreichen, wenn man Ursachen und grundlegende soziale Einflussprozesse nicht kennt oder versteht“, sagt sie. Selbst wer sich dieser Prozesse bewusst sei, brauche ein hohes Maß an Selbstreflexion, um eine objektivere Sicht zu erreichen. „Dafür sind wir im Alltag meist weder in der Lage noch motiviert“, so Degner.

Umso wichtiger ist es, sich als Journalist immer wieder dazu zu zwingen, seine Haltung zu einem Thema und sein Umfeld zu reflektieren. Man muss sich bewusst machen, welche Interessen die Menschen haben, mit denen man in Politik und Wirtschaft zu tun hat, und welche Ziele sie erreichen wollen. Es ist gut, inne zu halten und sich zu fragen: Ist das ein Thema, über das ich unabhängig von dieser Verbindung auch berichtet hätte? Ist dieser Ansprechpartner der Beste für den Artikel oder mache ich es mir nur möglichst einfach, weil der Kontakt schon da ist?

Mit dem Wissen, dass man sich unbewusst von seinem Umfeld prägen lässt, sollte man sich bewusst überlegen, in welchen Organisationen man sich engagiert. Wer privat in einem Bereich sehr aktiv ist, muss sich fragen, ob er darüber noch journalistisch berichten kann. Und wenn das Verhältnis zum Parteisprecher zu familiär wird, sollte man auf den einen oder anderen gemeinsamen Kneipenbesuch verzichten. ■



---

**Zwei Drittel der Journalisten sind SPD und Grünen zugeneigt.**

---

## Enge Partnerschaft

Mit 300 Mitgliedern ist der NJB (Nachwuchsjournalisten in Bayern) fester Bestandteil der bayerischen Medienlandschaft. Angehende Journalisten finden hier eine Plattform, um sich auszutauschen und wertvolle Tipps für Bewerbungen bei Praktika und Volontariaten zu bekommen. Ziel ist es, Berufseinsteiger zu verknüpfen und Qualitätsjournalismus zu fördern.

Aus der Idee, ein Netzwerk junger Journalisten zu bilden, entstand 1984 der Dachverband der Jugendpresse in Bayern, der sich 1988 als „Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V.“, kurz NJB, neu organisierte. In diesem Jahr fand auch der erste Jour Fixe im PresseClub München statt, der seither monatlich veranstaltet wird. Es war der Beginn einer engen Partnerschaft, die in diesem Jahr noch weiter vertieft werden soll.



Foto: Michael Jöhann



Das Führungs-Trio besteht seit vergangemem Jahr aus den beiden 24-jährigen DJS-Studentinnen Leonie Sanke (Vorsitzende, Bild) und Franziska Stadlmayer (Geschäftsführerin) sowie Eleni Kofekidou, 23, die sich um die Finanzen kümmert und „Digitale Medien“ studiert.

NJB publiziert jedes Jahr das Magazin „Edition“, das diesmal unter dem zentralen Thema „Netzwerk“ steht und aus dem wir den nebenstehenden Beitrag entnommen haben.



Katharina Mau, 24, dachte lange, sie sei zu introvertiert, um Journalistin zu werden. Inzwischen telefoniert sie im GroBraumbüro. Die Volkswirtin lernt an der Deutschen Journalistenschule und schreibt für *Jetzt.de*, *dpa* und *Orange*, das Jugendformat des *Handelsblatts*. Sie ist Mitglied beim NJB.



# Langer Schwanz und schwarze Schafe

Auf jährlichen Community-Veranstaltungen wie der re:publica in Berlin kommen Agenturen und Blogger zusammen.

Blogger werden für Agenturen immer interessanter

MATTHIAS J. LANGE

Ein gängiges Vorurteil von Journalisten ist: Blogger wollen doch nur etwas bei Unternehmen abgreifen und haben mit richtigem Journalismus nichts am Hut. Wir wollten der Sache auf den Grund gehen und haben bei verschiedenen Werbe- und Kommunikationsagenturen nachgefragt: Werden Blogger von Agenturen ernst genommen?

**N**atürlich ist nicht jeder Blogger ein Journalist, und manche wollen es auch bewusst nicht sein. Die Medienwelt befindet sich im Umbruch, die zunehmende Digitalisierung verändert klassische Berufsbilder. Ein einzelner, gut vernetzter Blogger kann heute viel bewirken. Er kann durch geschicktes Nutzen von sozialen Netzwerken seine Botschaft skalieren und sich so in der medialen Welt behaupten. Dabei müssen Blogs nicht nur die Kombination von Text und Fotos sein, sondern gerade auf der Bewegtbildplattform Youtube lassen sich enorme Reichweiten und Resonanz generieren. Agenturen haben diese wachsende Macht der Blogger erkannt und nutzen sie.

Social Media haben die Kommunikation von einer Einbahnstraße in einen Dialog verändert. Facebook, Twitter & Co sind nicht nur weitere Kanäle, sie haben vielmehr die Art der bisherigen Kommunikation in den Massenmedien auf den Kopf gestellt. Empfehlen Freunde oder Bekannten eine Marke, ein Lokal, ein Event, ist es für die meisten glaubwürdiger als der Hinweis durch eine klassische Anzeige oder einen herkömmlichen Artikel. Das gilt auch bei Blogs, hinter denen ein Mensch steht, der sich zu erkennen gibt.

Viele Blogger setzen auch darauf, dass die Theorie des „langen Schwanzes“, die der ehemalige Chefredakteur





Inklusion braucht Innovation: „Neue Nähe“-Hackathon von Aktion Mensch und Microsoft – eingeladen hatte dazu Faktor3 auch Blogger.

des Wired Magazine, Chris Anderson, 2004 vorgestellt hat, auch bei ihnen funktioniert. Mit „Long Tail“ soll ein Anbieter im Internet durch eine große Anzahl von Nischenprodukten Gewinn machen. Der Name leitet sich von der Ähnlichkeit der Verkaufsgrafik mit einem langen Schwanz ab. Nischenprodukte wie Blogs seien auf Dauer erfolgreicher als wenige Bestseller, meinte Anderson.

Auf dem konventionellen Markt sind die Kosten, in Nischen anzubieten, zu hoch, denn in einem geografisch begrenzten Gebiet leben zu wenige potentielle Kunden, und der Regalmeter im Laden kostet zu viel Miete. Diese Hindernisse gibt es im Internet nicht. Angebot und Nachfrage können sich hier auf einer virtuellen Ebene treffen. Indem die Produktionsmittel jedermann zu Verfügung gestellt werden, kann auch jeder etwas herstellen. Die Radio-Theorie von Bertolt Brecht („Man hatte plötzlich die Möglichkeit, allen alles zu sagen“) hat eine neue Dimension bekommen. Blogger haben die Demokratisierung der Produktionsmittel erkannt

und nutzen sie. Und genau hier werden die Blogger für Agenturen interessant.

Bei der Hamburg Agentur Faktor 3 beobachten Theresa von Hurter und Sven Labenz den Medienwandel ganz genau. Faktor 3 ist eine inhabergeführte Kommunikationsagentur mit mehr als 200 Mitarbeitern und rund 80 Kunden, darunter Microsoft, Samsung, Haribo, Rewe, Beiersdorf, Logitech und Porsche. „Gibt es in der Kommunikation etwas Beständigeres als den stetigen Wandel?“, fragt Labenz rhetorisch. Das gelte für die Zielgruppe, den Inhalt und die richtigen Kanäle. „Selbstverständlich zählen Blogger und Influencer, genau wie klassische Journalisten und andere Content-Creatoren, zu den relevanten Stakeholdern der Kommunikation.“ Doch das, so Labenz, greife beinahe schon zu kurz: „Bei der Vielzahl der kommunikativen Netzwerke und Möglichkeiten fällt es schwer, eine dieser Zielgruppen isoliert zu betrachten. Gibt es den klassischen Blogger, der nur auf einem Kanal aktiv ist, überhaupt noch? Und wenn ja, an welchem Content ist er interessiert?“ →



Der Bloggerkodex regelt die Zusammenarbeit zwischen Blogger und Unternehmen und setzt auf maximale Transparenz.

## Chancen ohne Risiken!

Investieren Sie in Sicherheit: der Allianz SchatzBrief IndexSelect. Dieses Altersvorsorgeprodukt bietet die Chancen des Kapitalmarkts. Aber ohne die Risiken – Gewinne werden jährlich festgeschrieben und bleiben bis Laufzeitende sicher. **Wir beraten Sie gerne.**



### Andreas Mayr

Allianz Generalvertretung

Wilhelmstraße 41, 80801 München

Telefon 0 89.170 83 26, Fax 0 89.12 16 31 39

andreas.mayr@allianz.de

[www.allianz-andreasmayrmuenchen.de](http://www.allianz-andreasmayrmuenchen.de)



Partner des PresseClubs München e.V. und des Versorgungswerks der Presse



Fotos: Matthias Lange

Fotografenstars wie Peter Lindbergh wissen um die Macht der Blogger und laden sie zu ihren Pressekonferenzen ein.

Sascha Pallenberg war einstmal erfolgreicher Blogger und arbeitet heute für die Unternehmenskommunikation der Daimler AG, in die er im Dezember 2016 wechselte.

## Blogger erzählen Geschichten anders als klassische Medien

Andrea Weinholz von Profil Marketing aus München und Braunschweig bringt es kurz und knapp auf den Punkt: „Blogger werden für unsere Arbeit immer wichtiger. Mit einigen von ihnen arbeite ich schon seit vielen Jahren sehr gern zusammen.“

Blogger erzählen Geschichten anders als klassische Massenmedien und sind daher für die Kunden der Agenturen interessant. Storytelling lautet das neue Zauberwort. Andreas Weinholz: „Da fallen mir speziell die Blogger ein, die ähnlich arbeiten wie etablierte Medien, die seriöse Tests machen und Kooperationen auch deutlich kennzeichnen. Da ich für sehr unterschiedliche Bereiche arbeite, sind sowohl IT-Blogs als auch Lifestyle-Blogs interessant für meine Kunden.“

Allerdings erwähnt sie auch die „schwarzen Schafe“ und spricht damit ein Problem der Branche an: Was ist Werbung? Was ist gekaufte Information – und wird diese gekennzeichnet? „Generell freue ich mich über Anfragen“, meint Andrea Weinholz. Allerdings gebe es auch immer wieder Blogger, die gezielt und penetrant nach kostenlosen Testmustern fragen, ohne dann jemals einen Test zu veröffentlichen. „Aber das sind Ausnahmen. Die meisten Blogger, mit denen ich zu tun habe, arbeiten sehr professionell und haben auch Verständnis dafür, dass Kunden nicht immer bereitwillig Produkte verschenken können.“

Die Mitglieder des Münchner BloggerClub e.V. haben auf dieses Problem reagiert und sich mit einem Bloggerkodex auf transparente Kommunikation gegenüber den Besuchern eines Blogs verpflichtet. Dieser Bloggerkodex war eine der ersten Maßnahmen des noch jungen Clubs, der eng mit dem PresseClub München zusammenarbeitet. Der Kodex definiert die notwendigen Regelungen für Kooperationen mit Unternehmen und beschreibt das Selbstverständnis als Blogger in diesem Spannungsfeld. Er hat ebenso das Nutzerinteresse im Blick wie eine professionelle und transparente Zusammenarbeit zwischen Bloggern, Un-

ternehmen und Organisationen. Diese Regeln gelten äquivalent auch für Social-Media-Kanäle.

Für die Münchnerin Andrea Weinholz wie für den Hamburger Sven Labenz sind Blogger Partner: „Auch wenn unsere Kunden von Technologie über Food und Automotive bis Beauty extrem divers sind, eint sie der Gedanke, gemeinsam mit uns die Unternehmens-PR stetig zu hinterfragen und voran zu treiben. Und dazu zählt eben auch, die richtige Zielgruppe zu kennen und den Schulterschluss mit dem Marketing zu suchen.“ Partnerschaft ist auch Theresa von Hurter wichtig: „Wir nehmen jede Anfrage ernst und versuchen gemeinsam mit dem Blogger und unseren Kunden den richtigen Content für den richtigen Kanal zu finden. Das muss zur Marke passen – und damit ist sowohl der Blog, als auch das Unternehmen gemeint.“ Kurz und knapp erklärt Thomas Hahnel, Geschäftsführer der Münchner B2B-Agentur



Fotos: Hahnel

Thomas Hahnel von Lucy Turpin-Hedinger Communications arbeitet mit B2B-Bloggern.

Lucy Turpin-Hedinger Communications GmbH, welche Blogger für seine Arbeit interessant sind: „Die Guten! Die Ernsthafte! Die Kritischen! Die Branchenkenner! Die, die eine Meinung haben.“

Hahnel sieht das geänderte Medienverhalten. „Selbstverständlich gehen wir mit Bloggeranfragen um, wie mit jeder anderen Anfrage auch. Für Ansprechpartner, die die Beziehung zur Öffentlichkeit eines Unternehmens oder Organisation pflegen, sollte es keine Vorbehalte gegen oder Sonderbehandlung für irgendjemand geben.“ Doch wie wichtig der einzelne Blogger als Multiplikator im Sinne der strategischen Unternehmenskommunikation ist, das sei dann noch einmal eine andere Frage. „Das gilt aber auch für jeden Journalisten, jeden Youtuber und für jede andere Anfrage.“ ■



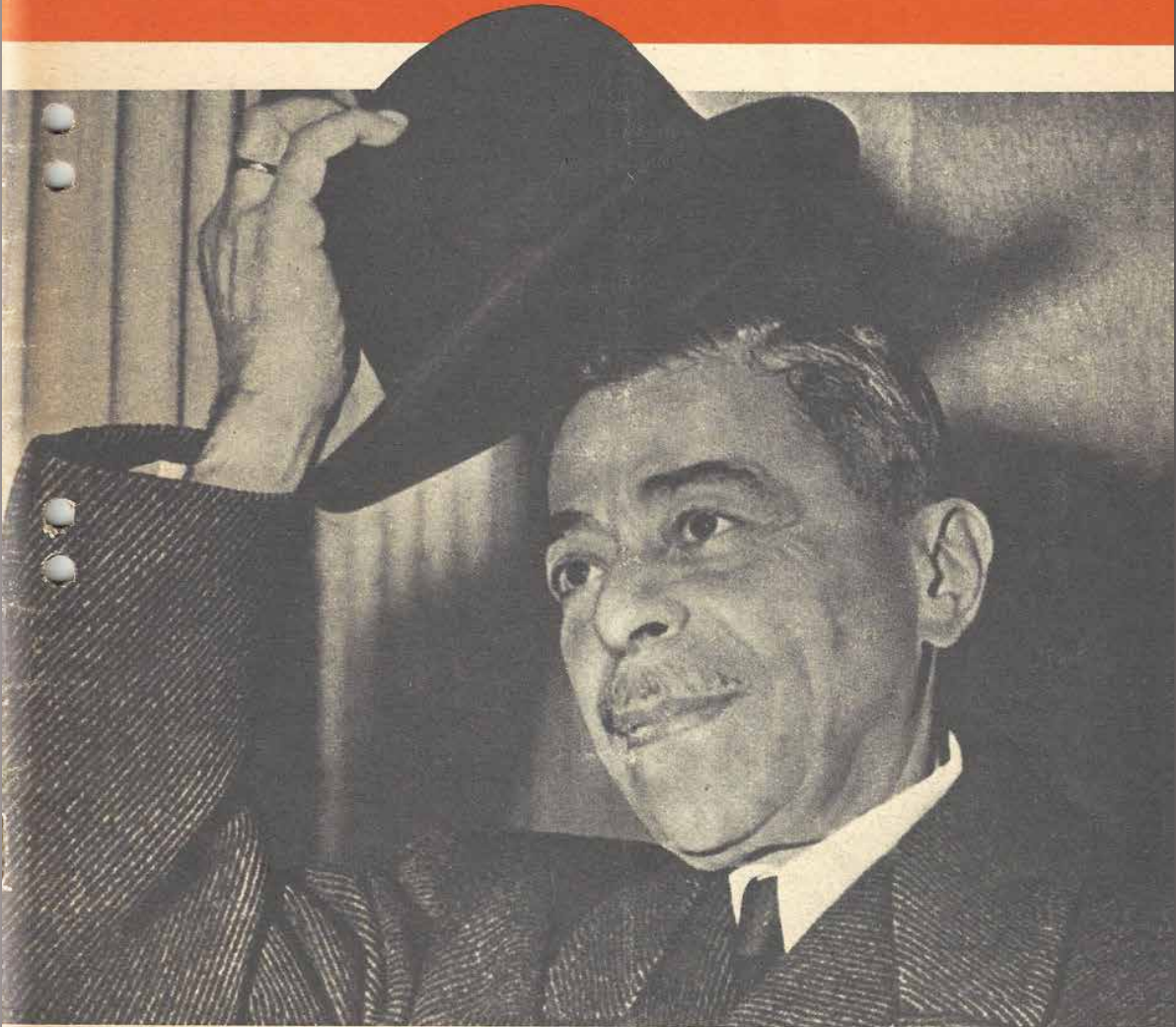
Matthias J. Lange, Jahrgang 1968, ist Journalist, Blogger und Social-Media-Experte bei redaktion42. Der gelernte Tageszeitungsjournalist, Zeitschriftenchefredakteur und Pressesprecher arbeitet heute selbstständig und ist Vorsitzender des Münchner BloggerClubs.

4. JANUAR 1947

PREIS  
**1**  
RM

1. JAHRGANG • NR. 1  
ERSCHEINT JEDEN SONNABEND

# DER SPIEGEL



MIT DEM HUT IN DER HAND —

WIRD MAN EIN BEFREITEN LAND. ÖSTERREICH'S GESANDTER Dr. KLEINWÄCHTER VOR DEM WEISSEN HAUS (SIEHE „AUSLAND“)

## Russen-Wodka und Franzosen-Wein

Die Welt vor 71 Jahren in der Erstaussgabe des *Spiegel*

## DEUTSCHLAND

### Heim ins Frankreich

#### Königs Zöllner auf der Wacht

Der Sprecher des französischen Außenministeriums tut sehr überrascht. Auf der Sitzung des Rates der vier Außenminister in New York am 9. Dezember seien die Mächte von dem Vorhaben Frankreichs, das Saargebiet durch Zollschranken von dem übrigen Deutschland abzutrennen, unterrichtet worden.

Auf dieser Sitzung sollen auch der russische Außenminister Molotow und der stellvertretende amerikanische Militärgouverneur in Deutschland, General Clay, anwesend gewesen sein. Nichtsdestoweniger hatte sofort nach dem Bekanntwerden des französischen Vorgehens das

bei der französischen Militär-Regierung in Deutschland an, deutsche Industriewerke, vor allem die Robert-Bosch-Werke, aus der französisch besetzten Zone in das Saargebiet verlegt worden?

In Paris wurde daraufhin die Verlegung der Robert-Bosch-Werke bestätigt. Die deutschen Eigentümer hätten „aus technischen Gründen“ um die Verlegung der Fabrik gebeten.

Ob auch die deutschen Treuhänder der Borsigwerke im französischen Sektor Berlins um ihre Ersetzung durch französische Offiziere gebeten haben, ist nicht bekannt. Doch hält der Berliner SPD-Telegraf die Meinung, daß es sich auch hierbei um eine endgültige Regelung handeln könne, „für verfrüht“.

Im übrigen haben die französischen Saar-Maßnahmen eine selten einmütige Ablehnung bei allen deutschen Parteien gefunden. Die Parteilitung der

### „DIESE WOCHE“ nimmt Abschied

Vor sechs Wochen kam eine neue Zeitschrift heraus, die sich „DIESE WOCHE“ nannte. Ihr Bestreben, ein Spiegel der Zeitgeschehnisse in aller Welt zu sein, wurde vom Publikum freundlich aufgenommen.

Die für die Herausgabe zuständigen britischen Behörden haben entschieden, daß die Zeitschrift nun unter unabhängiger deutscher Leitung herauskommen kann. „DIESE WOCHE“ stellt daher ihr Erscheinen ein und statt ihrer stellt sich heute „DER SPIEGEL“ vor.

Verlags- und Redaktionsleiter der Zeitschrift „DIESE WOCHE“ verabschieden sich von ihren bisherigen Mitarbeitern, danken für die geleistete Arbeit und wünschen ihnen für die neue Zeitschrift „DER SPIEGEL“ einen ganz großen Erfolg.

Zweieinhalb Jahre vor der ersten Bundestagsitzung, verabschiedet sich *Diese Woche* und *Der Spiegel* kommt.

PETER SCHMALZ

Im Laufe eines aktiven Medienlebens häufen sich bedruckte Papiere vielfältiger Art an. In tieferen Schichten schlummern oft ungeahnte Schätze. So machte unser PresseClub-Mitglied Peter Heim dieser Tage eine Trouvaille: Die Erstausgabe des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* vom Sonnabend, 4. Januar 1947. Von ihm dem Club gespendet, hängt sie nun bei uns hinter Glas. Wir blättern in einer Welt vor 71 Jahren.

Beim Aufräumen entdeckt und dem PresseClub gespendet: PresseClub-Mitglied Peter Heim mit der ersten *Spiegel*-Ausgabe vom 4. Januar 1947.



Schon sechs Wochen zuvor haben die britischen Behörden in Hamburg *Diese Woche* herausgegeben, nach einem raschen Anfangserfolg aber entschieden, die Zeitschrift können nun unter unabhängiger deutscher Leitung als *Der Spiegel* herauskommen. Das Impressum weist unter der Genehmigungsnummer 600/PR Rudolf Augstein als Herausgeber aus, der auch einer der vier genannten Redakteure ist. Die bisherigen Herausgeber wünschen dem neuen Blatt „einen ganz großen Erfolg“. Wohl keiner ahnt damals, dass das Magazin für 1 Reichsmark (die D-Mark kommt erst knapp 18 Monate später) ein Millionengeschäft werden sollte.

Auf dem Titelblatt lüftet zwischen den roten Balken oben und unten ein Mann mit Schnauzer höflich einen Bowler, darunter, mehr Bildunterschrift als Schlagzeile, der Titel: „Mit dem Hut in der Hand – wird man ein befreites Land.“ Der Wiener Diplomat Ludwig Kleinwächter, von den Nazis nach Dachau und Buchenwald verschleppt, steht vor dem Weißen Haus in Washington, wo er für die volle politische und wirtschaftliche Souveräni-

tät seines Landes werben wird. Und die USA zeigen sich offen dafür, Österreich nicht als Mittäter, sondern als Opfer anzuerkennen. Es werde „als befreites Land und nicht als ehemaliger Feindstaat betrachtet“, heißt es in einer Erklärung.

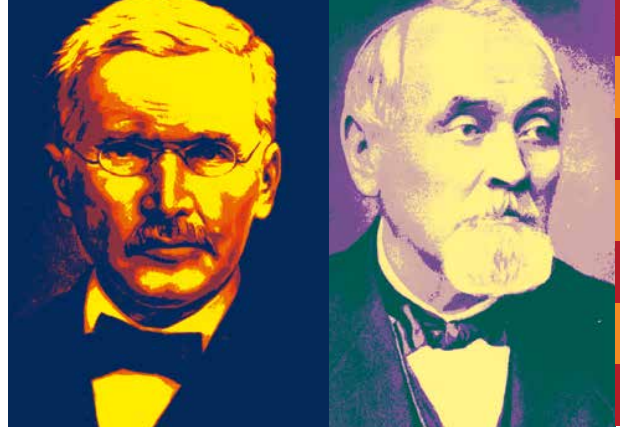
Den Hohlspiegel hinten gibt es noch nicht, aber das Panorama vorne schon. Die Völkerverständigung solle „als Leitstern über dem Jahre 1947 stehe“; US-General McNarney gibt die Amnestie für 800.000 belastete Deutsche bekannt, worauf *Le Soir* in Paris schreibt, „die amerikanische Zone wird von jetzt an ein Paradies der Nazis sein“; trotz der bisherigen Fehlschläge will London erneut über die Zukunft Palästinas verhandeln, man habe aber keine großen Hoffnungen; in Indien hat sich Mahatma Gandhi auf eine Fußwanderung gemacht, mit der er die Unruhe in Ostbengalen beruhigen möchte.

Die Deutschland-Redaktion berichtet von Berlin („der Stadt des größten Elends auf der Welt“, so der Chef der US-Militärregierung), dass die von den Russen als Weihnachtsguteilung zur Verfügung gestellten 900.000 Flaschen Wodka um Silvester herum verteilt wurden, allerdings nur an Besitzer der Lebensmittelkarten I, II und III. Für die Nummern IV (Kinder) und V (Frauen) „gab es nichts“. Noch auf sich warten lassen in Berlin die von den Franzosen versprochenen 100.000

Flaschen Sekt und 3.000 hl Wein. Große Versprechen macht Paris auch den Saarländern: Nachdem Frankreich seit knapp zwei Jahren wieder im „Besitz der Saargruben“ ist, wirbt die Zeitung Die neue Saar mit dem Brotkorb für den Anschluss: „Du möchtest Dich endlich einmal wieder sattessen an guten Dingen: So ein Schweinebraten, schön knusprig, ein gutes Glas Bier dazu anstatt dieser ekelhaften Faßbrause.“

Hunger und Not ziehen sich durch das ganze Blatt. Noch dauert es mehr als zwei Jahre, ehe der Bundestag zu seiner ersten Sitzung in Bonn zusammen kommen wird, doch schon diskutiert das Land über den Abtreibungsparagraphen 218. Auf einer Frauenkonferenz in Hamburg fordert die KPD eine Lockerung: „Die ungeheure Not der Flüchtlinge und Ausgebombten und die schlechte Ernährungslage vieler Mütter mache es für viele Frauen unmöglich, gesunde Kinder auszutragen und sie nach der Geburt am Leben zu erhalten.“ Die Tatsache, dass in den Flüchtlingslagern jeder fünfte Säugling stirbt, sei ein Beweis dafür. Aus Köln heißt es, „Dr. Adenauer wird sich auf keinen Fall mit einer sofortigen Abänderung einverstanden erklären.“

Wo im Wirtschaftsteil heute Börsenkurse zu lesen sind, veröffentlicht *Der Spiegel* unter dem Titel „Die graue Eminenz“ die Schwarzmarktkurve: „Butter zieht an, Kaffee fällt.“ Stehe es um die deutsche Wirtschaft übel, so könne man das zum Jahresende vom Schwarzmarkt nicht sagen. Er sei schon lang nicht mehr schwarz, sondern „aus dem Dunkel der Nacht in die zwielichtige



2018

## Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

### Wofür werden Preise vergeben?

Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken vergeben im Jahr 2018 drei Journalistenpreise: Den **Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis** zum Thema wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den **Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis** zum Thema Verbraucherschutz (8.000 Euro) sowie den **Förderpreis für junge Journalisten** zum Thema Digitalisierung (4.000 Euro). Ausgezeichnet werden herausragende publizistische Arbeiten aus Print, TV, Hörfunk oder Online-Medien, die im Jahr 2017 erschienen sind.

### Wer kann sich bewerben?

Für die Preise bewerben können sich Vertreter von Medienhäusern mit Sitz in Bayern, Korrespondenten von Medienhäusern mit Redaktionsbüros im Freistaat und freie Journalisten mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Bayern. Darüber hinaus können Verleger, Chefredakteure sowie Ressortleiter Vorschläge einreichen.

### Wer entscheidet über die Preisträger?

Eine Fachjury bewertet die eingegangenen Bewerbungen und entscheidet über die Preisträger.

### Wem schicke ich meine Bewerbung?

Bewerbungen schicken Sie bitte an den

Genossenschaftsverband Bayern e. V.  
Ursula Weiß  
Türkenstraße 22 – 24, 80333 München  
presse@gv-bayern.de

Oder Sie reichen Ihre Unterlagen über [www.gv-bayern.de/journalistenpreise](http://www.gv-bayern.de/journalistenpreise)

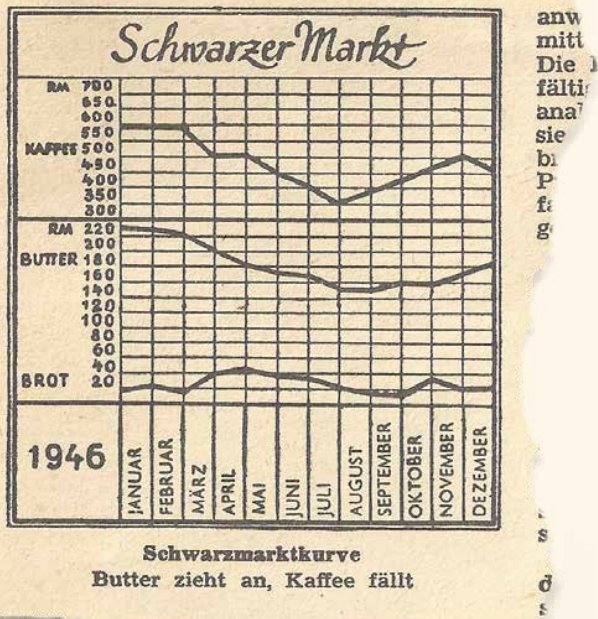
ein. Dort finden sich auch weitere Informationen zu den Preisen und den Bewerbungsmodalitäten.

### Wann werden die Preise verliehen?

Die Preisträger werden am **5. Oktober 2018** im Literaturhaus in München ausgezeichnet.

Preisgelder  
insgesamt  
20.000 Euro!

Bewerben  
bis 30. April 2018



Fast 40 Prozent der Großstädte handeln am schwarzen Markt.

Dämmerung des Tages getreten. Er ist grau.“ Befragungen in der britischen Zone hätten ergeben, dass sich 40 Prozent der Großstädter daran beteiligen. Doch muss der clevere Graumarkthändler auf konjunkturelle Schwankungen achten. Die Fettpreise sind um bis zu 20 Prozent gefallen, und auch die Zigaretten haben an Kaufkraft verloren: eine Leika kostet 5.000 Glimmstengel, ein Radio 600. Dagegen bot im vergangenen Jahr der Brillantenhandel in Berlin „phantastische Gewinnmöglichkeiten“: Spitzenpreise von 50.000 Mark für ein Karat sind der fast hundertfache Friedenswert. Gut floriert auch der schwarze Handel mit Automobilen. →



„DER SPIEGEL“ Sonnabend, 4. Januar 1947

hin 15 0.  
reisevisur  
Die Co  
fuhr sie  
schwor, sich  
daß der fr  
Mißgeschic  
den auf  
dem Pa

Vie  
D  
ten  
na

4  
ki  
v  
si  
ga.

zösischer Film „Martin Roumagnac“, in dem sich Titelheld Jean Gabin für Marlene ruiniert. Ein „unkomplizierter Film“, schreibt der *Spiegel*, „er läuft sich nicht im Intellektuellen tot“. Derweilen streitet man in Berlin mit der Defa darüber, ob der Film das wirkliche Leben abbilden solle. Im Kino wolle man sich erholen und vergessen, wird den Filmemachern vorgehalten: „Ruinen und zerlumpte Heimkehrer wolle man nicht mehr sehen.“ Erwähnenswert noch, dass Sergiu Celibidache mit den Berliner Philharmonikern die deutsche Erstausführung der Symphonie Nr. 7 von Dimitri Schostakowitsch dirigiert, die dieser während der Belagerung von Leningrad komponiert hatte. Und dass der Kopf der Nofretete aus ihrem thüringischen Kriegsversteck wieder an die Spree gekommen ist und vor ägyptischen Rückgebersuchen geschützt werden muss.

Am Ende gibt es noch vier Seiten Kleinanzeigen, in einer sucht der *Spiegel* selbst „3 Redakteure und freie Mitarbeiter in allen Teilen Deutschlands“. Wifafa verspricht „Jugend und Schönheit“ durch ihre Cremes, sucht aber auch dringend „ätherische Öle, Verpackungen aller Art“, und Reese aus Hameln bietet Hausfrauen Anregungen an, „sparsam und doch schmackhaft zu kochen“, das sei bei den „heutigen Zuweisungen notwendig“.

Doch wie heute, findet auch vor 71 Jahren die bayerische Politik ein besonderes Interesse in Hamburg. Von der schon 1946 gebildeten bayerischen Regierung erzähle man sich in München, „dass sie der vergangenen zwölf Monate wert sei“. Im Landtag aber geht das Wort von der „Kompro-Missgeburt“ um, denn CSU (mit Ministerpräsident Hans Ehard) und SPD (mit Vize-Ministerpräsident Wilhelm Högner) fühlen sich jeweils vom andern übervorteilt. Dazu kommt noch ein zerfleischende Zwist innerhalb der Christsozialen. „Zwar ist die bei der Wahl erneut zutage getretene Spaltung innerhalb der CSU noch nicht endgültig“, schreibt der *Spiegel*, „aber der Führer des linken Flügels, Joseph Müller, erklärte bereits, er rechne damit, dass die CSU mit zwei Fraktionen im Landtag erscheinen werde.“ So liefert die Lektüre der ersten *Spiegel*-Ausgabe die Erkenntnis: Die Geschichte des Freistaats hätte nach dem Krieg ganz anders verlaufen können – und auch daran hätte die CSU einen wesentlichen Anteil gehabt. ■

Als Vietnam noch Französisch-Indochina war und der Nachbarstaat Siam hieß.

Für Nachschub sorgt auch eine Auto-Gang, die dem ersten Düsseldorfer Landeskabinett „eine ganze Reihe von prächtigen Ministerwagen“ stiehlt. „Die Minister waren allerdings nicht drin“, berichtet der *Spiegel*.

Außenpolitisch bemerkenswert ist, dass US-Milliardär John D. Rockefeller anbietet, der UNO in Manhattan ein Grundstück im Wert von 8,5 Millionen Dollar zu schenken, falls diese dort ihren ständigen Sitz errichtet. Dass der französische General Leclerc mit dem Sonderauftrag nach Saigon geschickt wird, in Indochina wieder für Ordnung zu sorgen, nachdem „Dr. Ho Chi Minh Annam den selbständigen Staat Viet-Nam“ ausgerufen und sich zu dessen Präsidenten ernannt hat. Und dass Pandit Nehru als Chef von 360 Millionen Indern die östliche Welt von Palästina bis Indonesien zu einem All-Asiatischen Kongress eingeladen hat, dessen Ziel die Gründung einer Pan-Arabischen Liga mit 1.200 Millionen Menschen sei.

Nach langer Zeit ist auch Marlene Dietrich wieder in Deutschland zu sehen: In Baden-Baden läuft der fran-



Rudolf Augstein

## Auf Kurs-Suche

Für den Sprachstylisten Rolf Schneider ist *Der Spiegel* „der oberste Verhunzer der deutschen Sprache“, für die deutschen Journalisten war er jahrzehntelang das wichtigste Leitmedium, ehe er von der *Süddeutschen* abgelöst wurde, und den Redakteuren im gläsernen Verlagshaus in der Hamburger Hafen City brachte das von Gründer und Herausgeber Rudolf Augstein entwickelte Mitarbeiter-Modell einen Wohlstand, der das Branchenüblich deutlich übersteigt. Doch auch an der Elbe trüben sich die Zeiten ein. Begonnen hat das Magazin am 4. Januar 1947 in Hannover mit einer Mager-Auflage 15.000 Exemplaren. Später wurde die Million locker überschritten, das Blatt war prall voller Annoncen. Inzwischen hat es abgespeckt, und auch die Auflage ist seit 1998 um über 30 Prozent auf aktuell 730.000 gesunken. Ungewöhnlich rasche Wechsel in der Chefredaktion deuten auf eine schwierige Suche nach dem richtigen Kurs hin. Inzwischen hat sich *Spiegel-Online* zu einem einflussreichen Digitalangebot entwickelt, seit Mai vergangenen Jahres erscheint auch die digitale Abendzeitung *Spiegel Daily*. Und noch immer erreicht das Nachrichtenmagazin Woche für Woche sechseinhalb Millionen Leser.



# Verstehen ist einfach.



Wenn man einen Finanzpartner hat, der die Region und ihre Menschen kennt.

Sprechen Sie mit uns.

# Luther, Räuber und Prinzen

PresseClub-Ausflug ins Coburger Land







Glänzend gerüstet: Im Deutschen Burgenmuseum auf der thüringischen Heldburg stellen lebensgroße Figuren in schimmernden Rüstungen einen Ritterkampf nach.

Fotos: Johann Schwepfänger

WERNER SIEGERT

Die Natur hat ihr schönsten Gewand angelegt, mit frischem Grün und leuchtend gelben Rapsfeldern. Die Bischofsstadt Bamberg liegt schon hinter uns, wir sind auf dem Weg zu Martin Luther. Zahlreiche Besucher gedenken seines Thesenanschlags vor 500 Jahren und erinnern somit an den Beginn der Reformation. Unser Ziel ist die Bayerische Landesausstellung „Ritter Bauern Lutheraner“ auf der Veste Coburg.

Nur wenige Kilometer davor grüßen die markanten Doppeltürme der Kirche von Kloster Banz, und wir kehren erst einmal ein bei den Katholischen. Im prachtvollen Kaisersaal führte uns Kloster-Leiter Michael Möslein humorvoll und faktenreich in die wechselvolle Geschichte des Klosterbergs ein. Vom Beginn als befestigte Burg, die um 1070 durch ein Gelübde zur Benediktiner-Abtei wurde, über Brände und Plünderungen bis zum Wiederaufbau nach dem Dreißigjährigen Krieg. Jedes Mal erstand die Klosteranlage prächtiger als zuvor. Zuletzt unter den Architekten Ludwig Dientzenhofer und Balthasar Neumann. Die Blüte des Klosterlebens endete mit der Säkularisation, 1814 erwarben die Wittelsbacher das Kloster als Sommer-Residenz, im Zweiten Weltkrieg wurde es Lazarett und später Caritas-Altenheim. Doch der riesige Komplex konnte kaum noch notdürftig repariert werden und verfiel immer mehr.

1979 dann die Rettung: Die CSU-nahe Hanns-Seidel-Stiftung erwarb das einstige Kloster für eine Deutsche Mark! Das sagt alles über den Zustand. Das vermeintliche Schnäppchen wurde jedoch teuer, denn die Stiftung musste sich verpflichteten, die gesamte Anlage zu restaurieren und zu erhalten. Allein im ersten Bauabschnitt, erläutert Möslein, mussten 30 Hektar Dachfläche für fünf Millionen D-Mark saniert werden, ehe mit der Restaurierung der Gebäude begonnen werden konnte. 1983 feierlich eröffnet, bietet die Anlage heute für Tagungen, Seminare und Festlichkeiten zwölf Seminarräume, 79 Einzel- und 36 Doppelzimmer, Kaisersaal und Fürstenzimmer, Schwimmbad, Sauna und Kegelhahn. Dazu große, gepflegte Außenanlagen und →



Reformations-Jahr: Die bayerische Landesausstellung 2017 war das Ziel der PresseClub-Reise

---

**CSU-Klausur-  
Kloster Banz war  
früher Sommer-  
residenz, Lazarett  
und Altenheim.**

---



Sicherer Ort: 1530 suchte Martin Luther sechs Monate lang Schutz auf der Veste Coburg.



Thüringer Kirmes: Das Volksfest mit 67 lebensechten Figuren ist die Attraktion des Deutschen Spielzeugmuseums und wurde 1910 auf der Weltausstellung in Brüssel prämiert.



Klausur-Kloster: Das Benediktiner-Kloster Banz wurde durch die regelmäßigen CSU-Treffen bekannt. Hausherr Michael Möslein (r.) führt durch die wechselvolle Geschichte.



Große Verwandtschaft: Auf Schloss Callenberg erzählt S.H. Prinz Hubertus von Sachsen-Coburg und Gotha von seinem Vorfahr Albert, dem Ehemann der englischen Königin Victoria.



DDR-Opfer: Bei der Leipziger Buchmesse wurde Jörg Bilke, hier mit PressClub-Vize Uwe Brückner, verhaftet und zu Zuchthaus verurteilt.



Luthers Kirche: in der Moritzkirche hat er gepredigt.



Stadt-Spitze: Coburgs 2. Bürgermeister Birgit Weber mit PressClub-Chef Peter Schmalz.

rundum der „Gottesgarten am Obermain“. Mit 40.000 Übernachtungen im Jahr und einer Küchenkapazität von täglich 400 Mahlzeiten hat die Hanns-Seidel-Stiftung den Klosterkomplex wieder zur Blüte gebracht, der nicht zuletzt davon profitiert, dass der andere Standort Wildbad Kreuth nicht mehr zur Verfügung steht.

So auf die Region eingestimmt, rollen wir unserem nächsten Ziel entgegen: die Bayerische Landesausstellung „Ritter, Bauern, Lutheraner“ auf der Veste Coburg, dem schon von Weitem beherrschenden Blickpunkt. Sich der Reichsacht entziehend, hat Martin Luther 1530 von der Festung aus ein halbes Jahr lang den Reichstag in Augsburg verfolgt. Anlass für das Haus der Bayerischen Geschichte, hier zusammenzutragen und zu zeigen, was von dieser Zeit, von Luther, von der Reformation und Gegenreformation Bedeutendes verblieben ist. Zitat aus dem Prospekt:

*„Vor 500 Jahren – eine Zeit stürmischer Bewegung – Die Ritter kämpfen ihren letzten Kampf, die Bauern stehen auf, und bei den Stadtbürgern gärt es ... Die Schriften Martin Luthers bringen jahrhundertealte Gewissheiten ins Wanken.“*

Die anderthalbstündige Führung lotst zu ausgewählten Exponaten: Luthers Wohn- und Arbeitsräume, der kostbare, gläserne Hedwigsbecher aus Luthers Besitz, ursprünglich im Eigentum der HI. Elisabeth von Thüringen, Fingerhüte, goldene Hostienschränkchen und – an die Vergänglichkeit mahnend – der Tod, der als hölzernes Gerippe auf einem Löwen reitet, viertelstündlich einen Knochen schwingt und die Zunge bleckt. Es geht vorbei an schauerlichen Schmähschriften und angegilbten Bibel-Erstdrucken. Und es wird deutlich: Hätte Johann Gutenberg nicht ein halbes Jahrhundert davor den Buchdruck erfunden, hätten sich Luthers Reformideen nicht so schnell verbreiten können.



Schmusehase aus dem Spielzeugmuseum

Ziemlich geschafft von diesem reich besenkten Tag checken wir im Romantik-Hotel „Goldene Traube“ ein, ein exzellent ausgewähltes Haus. Schnell unter eine erfrischende Dusche, denn im Gasthaus „Goldenes

Kreuz" wartet neben einem lecker bereitetem Mahl die nächste Überraschung: Dank der guten Kontakte von PresseClub-Vize Uwe Brückner, der aus dem nahen Bad Rodach stammt, haben wir mit Jörg Bernhard Bilke einen überaus interessanten Zeitzeugen. Der westdeutsche Journalist und Buchautor war am 9. September 1961 während der Leipziger Buchmesse von der Stasi verhaftet und zu dreieinhalb Jahren Zuchthaus verurteilt worden. Nach drei Jahren kaufte ihn die Bundesregierung für 40.000 D-Mark frei. Er bestätigt ein Zitat aus dem Internet: „Bilke weiß spannend zu erzählen – das zuweilen überbordende Detailwissen tut dem keinen Abbruch.“ Ein bedrückendes Stück Zeitgeschichte, das uns daran erinnert, wie nahe wir der ehemaligen DDR-Grenze sind.

Von einem tollen Frühstück gestärkt, besichtigen wir die „Luther-Kirche“ St. Moriz, ein ursprünglich gotisches, katholisches Gotteshaus, in das mit der Reformation die typisch evangelische, frühklassizistische Kargheit einzog. Hier predigte der Reformator in seiner Coburger Zeit. Beherrscht wird die Kirche von einem prächtigen, über 13 Meter hohen Epitaph aus Alabaster mit der betenden Herzog-Familie unter biblischen Darstellungen. Schon strömen Besucher herein, auch eine Taufe ist angesagt.

Die Stadtführung geht über den geschäftigen Marktplatz, gesäumt von stolzen Bürgerhäusern und dem Renaissance-Rathaus, auf dessen Spitze angeblich das Bratwurst-Männle die Länge dieser Coburger Köstlichkeit angibt, die, über Kiefernzapfen gegrillt, vom Marktplatz herauf duftet. Tatsächlich aber steht oben der Stadtheilige St. Mauritius. Spätestens bei der Stadtführung wird dann auch die weise Entscheidung der Bürger aus Stadt und Land Coburg gepriesen, die sich 1919 in einer Volksabstimmung „freiwillig“ dafür entschieden haben, zum Freistaat Bayern und nicht zu Thüringen gehören zu wollen. Sie seien also die einzigen freiwilligen Bayern, so der Stadtführer. Damit sei man später auch dem Schicksal entgangen, zur DDR zu gehören. Bayer sein lohnt sich!

Beim Mittagessen im Gasthof „Loreley“ beehrt uns die zweite Bürgermeisterin Birgit Weber (CSU), zugleich Referatsleiterin Bauen, Umwelt und Tourismus im ansonsten SPD-geführten Stadtrat. Sie berichtet von den großen Fortschritten, die Coburg in jüngster Zeit durch die verbesserte Infrastruktur, bedeutende Industrie- →



Religiöser Shitstorm: Ein Raum der Luther-Ausstellung ist gepflastert mit oft unflätigen Flugblättern, auf denen Katholiken und Protestanten hemmungslos gegeneinander hetzen.



Knöcherner Mahnung: Auf einem Löwen reitend, schlägt der Tod jede Viertelstunde. Das hölzerne Kunstwerk wurde eigens für die Ausstellung auf der Veste Coburg nachgeschnitzt.



Burg-Herr: Nach mühsamem Ringen gelang dem Leiter des Germanischen Nationalmuseums, Prof. Ulrich Großmann, auf der Heldburg das Deutsche Burgenmuseum einzurichten.



Historien-Hüter: SeBlachs Bürgermeister Martin Mittag.



Burgen-Fräuleins: Auf der Heldburg flirtet Irmingard Fuchsle mit einer der lebensgroßen Minne-Figuren.



Gast-Geschenk: PC-Vorstand Johannes Schwepfger überreicht Direktorin Reinhold Schneider ein Feuerwehrauto.



Franken-Perle: Zum Abschluss der Reise empfängt Bürgermeister Martin Mittag im mittelalterlichen Seßlach die PresseClub-Gruppe. Der romantische Ort mit Ringmauer und drei Stadttoren gilt als das Rothenburg der Oberpfalz und war auch die Kulisse für den Film „Räuber Hotzenplotz“.

ansiedlungen und die Hochschule für angewandte Wissenschaften mit Schwerpunkt Design gemacht hat, und dass die baldige Fertigstellung der ICE-Strecke von Nürnberg über Bamberg, Coburg, Erfurt, Leipzig nach Berlin dem aufblühenden Tourismus nochmals einen Schub verpassen wird.

Ob er je daraus trinken wird? Schon bald war es Zeit, im Brauhaus Coburg das Abendessen einzunehmen. Welch' ein Tag!

Die Koffer gepackt und wieder eine Fahrt durch die sonnige fränkische Hügel-Landschaft. Irgendwo verlief dort einmal die Zonengrenze. Sonneberg lag in der DDR. Reinhild Schneider, die Leiterin des Deutschen Spielzeugmuseums, gibt uns eine kurze Einführung in die Geschichte des Hauses. 1901 als „Industrie- und Gewerbe-Museum des Meininger Oberlandes“ gegründet, entwickelte sich daraus die in Deutschland bedeutendste historische Spielzeug-Sammlung. Kein Wunder: In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts war Sonneberg ein Weltzentrum der Spielwaren-Produktion und des Handels, vertreten auf allen Weltausstellungen mit prämierten und patentierten Neuheiten. Es war vorzusehen, dass beim Staunen über die mechanisierten Puppen, die Spielzeugautos und Eisenbahnen in uns sofort der Spieltrieb erwachen würde. Die Führung endete beim bekanntesten Ausstellungsstück des Museums, der Schaugruppe „Thüringer Kirmes“ mit 67 lebensecht wirkenden Figuren, die ein typisches, ländliches Volksfest feiern, 1910 auf der Weltausstellung in Brüssel mit einem „Grand Prix“ ausgezeichnet. Leider keine Zeit mehr für die Puppen. „Kommen Sie doch mal wieder!“ Trostreiche Worte beim Abschied.

Wo liegt Seßlach? Schon auf dem Heimweg, südwestlich von Coburg, ein Stück die B303 entlang, dann auf kleinen Straßen zu erreichen – und genau diese abseitige Lage war ein Vorteil für diese „Perle des Frankenlandes“, wie uns Bürgermeister Martin Mittag (CSU) beim Mittagessen im Altstadthof erläutert. Das kleine Seßlach hatte bereits 1335 von Kaiser Ludwig dem Bayern das Stadt- und Befestigungsrecht erhalten und durfte eine bis heute vollständig erhaltene Ringmauer mit drei Stadttoren errichtet. Da sie abseits der großen Verkehrswege liegt, wurde sie weitgehend von kriegerischen Ereignissen verschont. Stolz führt uns der Bürgermeister durch seine Stadt, deren mittelalterliches Bild nahezu vollständig erhalten ist. Die passende Kulisse für den Film „Räuber Hotzenplotz“, der hier gedreht wurde. Wir wären gern – wie überall auf unserer Reise – länger geblieben. Deshalb sagen wir nicht „Adieu“, sondern „Auf Wiedersehen“. ■

Schnell in den Bus, nicht nur, weil er im Halteverbot steht, sondern weil die Veste Heldburg mit dem im September 2016 eröffneten Deutschen Burgen-Museum auf uns wartet. Dabei überqueren wir unbemerkt die Landesgrenze nach Thüringen. Die mittelalterliche Burg erhebt sich auf einem 403 m hohen Fels, was wir spüren; denn noch vom Mittagessen ermüdet, müssen wir den Berg schweißtreibend erwandern, ein kleiner Vorgeschmack auf die vielen Treppenstufen, die noch auf uns warten. Empfangen werden wir von Professor Ulrich Großmann, dem Leiter des Germanischen Nationalmuseums in Nürnberg und Initiator des Burgenmuseums, der uns im Burghof in die Geschichte der Burg einführt. Passend zum Lutherjahr präsentiert man in der Burg eine Sonderausstellung unter dem Motto „Ein feste Burg ist unser Gott“.

Von der unbewohnten Heldburg zum bewohnten Schloss Callenberg, wo uns S.H. Prinz Hubertus von Sachsen-Coburg und Gotha empfängt. Er nimmt es mit vornehmer Gelassenheit, dass wir mit fast einer halben Stunde Verspätung den Schlossberg herauf kommen und führt uns gleich in die fast 400 Jahre alte Schlosskapelle, die als frühes Beispiel protestantischer Kirchen-Architektur gilt.

Auf lockere Weise erläuterte er uns die verschlungenen, nicht immer einfachen Verhältnisse zwischen der Coburg-Gothaischen und der englischen sowie südeuropäischen Verwandtschaft. Im 19. Jahrhundert galt, ähnlich wie in Austria, dass die Coburger Herzöge durch geschickte Heiratspolitik und Diplomatie international an Ansehen gewannen und vorteilhafte Verbindungen knüpfen konnten. Doch die beiden Weltkriege und eine problematische Neigung des Hauses Sachsen-Coburg und Gotha zum Nationalsozialismus stellten die Verwandtschaft auf eine Zerreißprobe. S.H. Prinz Hubertus beantwortete alle unsere Fragen mit großer Offenheit und erhielt – wie alle unsere Gesprächspartner – als Gastgeschenk den Münchner Maibock-Krug 2017.



Teufels-Kerl: Den steinernen Teufel haben die Coburger vorsichtshalber angekettet.



Kind im Manne: Unser Autor Werner Siegert entdeckt im Deutschen Spielzeugmuseum in Sonneberg Erinnerungen an die Jugendzeit.

„Die großartige neue Ära zu besingen“, sei die drängendste Aufgabe von Journalisten  
Die staatliche chinesische Nachrichtenagentur Xinhua zum „Tag der Journalisten“

„Es gibt Menschen, ein bisschen fett-leibig und ein bisschen arm, die immer noch gerne auf den Sofa sitzen, sich zurücklehnen und gerne unterhalten werden wollen.“

Thomas Ebeleing, der nach dieser Zuschauerbeschreibung den Vorstandsvorsitz bei Pro Sieben Sat1 Media AG räumen musste



„Er lässt sich eine gute Story nicht durch Fakten kaputt machen.“

Aaron Sharockman, Chefredakteur des Faktencheckers Politifact, über die Schamlosigkeit, mit der Donald Trump lügt

„Die Probleme vieler Menschen finden in den unmittelbaren Tageserlebnissen von Journalisten nicht in dem Maße statt, wie es für die Bevölkerung repräsentativ wäre.“

BR-Intendant Ulrich Wilhelm

„Lügenpresse-Vorwürfe, das sind Lügen in einem Staat, der das große Glück journalistisch unabhängiger Medien hat.“

Wulf Schmiess, Redaktionsleiter „heute-journal“

„Man sollte die Journalisten liquideren.“

Tschechiens Präsident Milos Zeman auf dem „Seidenstraßen“-Gipfel in Peking zu Russlands Präsident Wladimir Putin, der darauf meinte: „Es ist nicht nötig, sie zu beseitigen, man kann ihre Zahl reduzieren.“



IHR DIE POLITIK – WIR DAS BIER!

Wildmosers  
**Restaurant · Cafe**

Wildmosers Restaurant · Partner des PresseClub München · Marienplatz 22 · 80331 München · Tel: +49 89 238 86 696

A large, close-up profile photograph of Gerhard Schröder, the former German Chancellor. He is wearing glasses and a dark suit, looking towards the right of the frame. The lighting is dramatic, highlighting his facial features.

# Mehr Agenda

Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder fordert in München die große Europa-Reform

Er ist so frei, das, was gesagt werden muss, ohne diplomatische Rücksichten zu benennen: Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder genießt sichtlich den Ehrenstatus eines Elder Statesman und zeigt sich in seiner großen Münchner Europa-Rede als Mahner für notwendige Reformen und auch für unbequeme Partnerschaften.



Foto: Wolf Heiderich/epa/1234612  
Johann Schwesinger/3719/10/11



Beim Einzug trifft Gerhard Schröder mit Theo Waigel gleich einen alten politischen Bekannten (Bild 2) und nimmt ihn in die Mitte des Begrüßungsfotos (Bild 3, v.li.): Ursula Münch (Akademie für Politische Bildung), Stavros Kostantinidis (Griechische Akademie), Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder, Michael Steiner (Botschafter a.D.), Ex-Finanzminister Theo Waigel, Eberhard Sasse (IHK-Präsident), Oberbürgermeister Dieter Reiter und Peter Schmalz (PresseClub München).



Es ist ein Abend der Außenpolitik, wie ihn München nur selten erlebt. Zum Europa-Tag kommt der Bundeskanzler von 1998 bis 2005 nach München („die schönste Stadt Europas – nach Hannover“) und rammt europapolitische Pflöcke ein. Europa braucht schnelle und einschneidende Reformen, muss sich gegen den zunehmenden Trend zur Abschottung stemmen und kann nur gelingen, wenn Frankreich und Deutschland vorangehen. Daher werde es „zu einem Europa der unterschiedlichen Geschwindigkeiten kommen“.

430 Gäste sind die IHK-Akademie gekommen, darunter auch Ex-Finanzminister Theo Waigel. Als Schröder von der Agenda 2010 spricht („schmerzhaft, aber notwendig – auch wenn sie mich den Job kostete“) und zur EU meint, sie stehe unter verschärftem Reformdruck, legt der CSU-Ehrenvorsitzende nach: „Das könnte ein

Modernisierungskonzept für ganz Europa werden.“ Und Schröder wirbt für ein besseres Verhältnis zu den europäischen Nachbarländern Russland und Türkei. „Auch wenn das gegenwärtig schwierig ist – aber wir sollten verhindern, dass sie Richtung China abdriften.“

Den Anstoß zu diesem außergewöhnlichen Abend gab Ex-Botschafter Michael Steiner, der ehemalige außenpolitische Berater von Kanzler Schröder. Aus Indien in seine Heimatstadt München zurückgekehrt, sammelte er gemeinsam mit Peter Schmalz vom Presseclub Mitstreiter für einen solchen Paukenschlag. Sie gewannen dafür Ursula Münch von der Politischen Akademie Tutzing, Präsident Eberhard Sasse von der IHK und Stavros Kostantinidis, Vorsitzender der Griechischen Akademie. Und alle sind überzeugt: Ein gelungener Auftakt, dem Fortsetzung folgen soll. ■

---

**Theo Waigel:  
Schröders Agenda  
könnte Modell  
für Europa sein.**

---



Lacher bei Theo Waigels Begrüßungsrede (4), PresseClub-Vorstand Gabi Weishäupl (5), Diskussion mit Gast und Ursula Münch (6), vbw-Präsident Alfred Gaffal (7), Prof. Werner Weidenfeld mit Ex-Minister Wolfgang Heubisch und Charlotte Knobloch (8), Friederike Meyer mit Gast (9), BayWa-Chef Klaus Lutz (10), Mitgastgeber Stavros Kostantinidis mit Ex-Chefredakteur Sigmund Gottlieb (11) und SPD-Fraktionschef Markus Rinderspacher (12).



# Digitaler Zauberlehrling

## Verlieren Facebook und Google die Kontrolle über ihre Milliarden-Unternehmen?

**G**ute Nachrichten aus Mainz: Das Institut für Publizistik der dortigen Universität hat die Deutschen repräsentativ befragt, ob sie sich von den Medien systematisch belogen fühlen. Und siehe da: Übers Jahr sind die „Lügenpresse“-Anhänger um ein Drittel auf 13 Prozent gesunken. Inzwischen lehnen über die Hälfte diesen Schmähbegriff ab, immerhin elf Prozent mehr, als vor Jahresfrist.

Die Ergebnisse sind noch kein Grund zur Freude, aber sie zeigen, dass Vertrauen zurückgewonnen werden kann. Zumal eine anhaltend hohe Zahl der Befragten das öffentlich-rechtliche Fernsehen (72 Prozent) und die Tageszeitungen (66) für vertrauenswürdig halten. Sie bestätigen damit, was auch ähnliche Umfragen belegen: Es gibt keinen breiten Aufstand gegen eine angebliche „Lügenpresse“, auch wenn Pegida-Brüller und AFD-Pöbler lauthals diesen Anschein erwecken möchten.

Die Mainzer Umfrage zeigt aber einen anderen Vertrauensschwund, der aufhorchen lässt. 2016 war das Internet noch für jeden Vierten vertrauenswürdig, ein Jahr später war es das nur noch für jeden Zehnten – ein Schwund um 15 Prozentpunkte und damit um deutlich mehr als die Hälfte. Derart extreme Aufschläge sind ungewöhnlich, sie deuten auf einen einschneidenden Stimmungswandel hin. Das Internet steht unter rasant wachsendem Verdacht, Vertrauen zu missbrauchen. Das Übel der Fake News, die Wahlhilfe russischer Hacker für Donald Trump, die verfeinerten Spionagefähigkeit digitaler Geräte daheim und im Büro – das alles beunruhigt immer mehr Menschen und macht sie misstrauisch.

Die zunehmende Sorge ist keine grundsätzliche Abkehr von der digitalen Evolution, die uns fast überall das Leben erleichtert. Ob beim Buchen der Urlaubsreise oder bei der Verabredung mit Freunden, ob beim Umgang mit Behörden oder bei Diagnose und Therapie von Krankheiten. Und gäbe es nicht das Internet, das Recherche und Produktion schneller und billiger macht, wäre es kaum möglich, mit unseren Mitteln dieses Magazin herauszugeben

Das Internet ist und bleibt unser täglicher Begleiter. Aber die schöne neue Welt der Bits und Bytes zeigt mehr und auch ihre hässlichen Schattenseiten. Die Hetze im Netz, aus der dunklen Anonymität abgefeuert, vergiftet das Klima in unserer Gesellschaft und beschädigt das demokratische Zusammenleben. Die weltumspannende Allmacht von Facebook und Google steigert das Misstrauen ebenso wie die anhaltende Weigerung der Internet-Giganten, für den gesellschaftlichen Schaden, den ihr Milliarden-Geschäft anrichtet, Verantwortung zu übernehmen.

Er wolle die Welt zu einem besseren Ort machen, flötet Facebook-Gründer Mark Zuckerberg. Facebook, vor erst

14 Jahren gegründet, wolle eine offene und vernetzte Welt ermöglichen. Doch der hehre Anspruch wird von eigenen Leuten infrage gestellt. Einstige Mitstreiter beschreiben das Unternehmen eher als eine kalt kalkulierende Digitalmaschine, die auf maximale Gewinnerzielung geeicht ist. So werden Algorithmen darauf angesetzt, die Nutzer mit Glücksgefühlen bis hin zur Sucht möglichst lange zu binden, ihre Daten abzusaugen und der Werbung eine ideale Plattform zu bieten. „Facebook ist legales Crack“, urteilt ein ehemaliger Zuckerberg-Manager.

Inzwischen haben Mitarbeiter der ersten Stunde von Facebook und Google ein Center for Humane Technology gegründet, das die negativen Auswirkungen der sogenannten sozialen Netzwerke und der Smartphones offenlegen soll. Mit der millionenschweren Kampagne „Wahrheit über Tech“ wollen sie Eltern, Lehrer und Schüler aufklären. Darunter ist Justin Rosenstein, der für Facebook den „Gefällt-mir“-Button und damit den berühmtesten Daumen der Welt erfunden hat und dies heute bereut. In einem Aufsatz klagt er, das ständige Wischen, Klicken, Liken und Immer-weiter-Gucken habe uns längst süchtig gemacht. Unser Gehirn könne gekidnappt und der Demokratie schwerer Schaden bis zu ihrem Verschwinden zufügen werden. Ähnliche Sorge äußert Roger McNamee, einer der erste Investoren, die dem jungen Zuckerberg den Start ermöglichten. Er warnt vor suchterzeugenden Werkzeugen von Facebook und fordert: „Die Firma muss die Prioritäten ihrer Algorithmen verändern und das Geschäftsmodell anpassen.“ Zuckerberg müssen anerkennen, dass Facebook „eine Verantwortung dafür hat, was andere auf der Plattform tun“, sagte er der *Washington Post*.

Immer drängender wird auch angemahnt, den Einfluss der digitalen Technologie auf Kinder zu untersuchen. Kinderärzte und Psychologen forderten von Facebook, eine „Messenger Kids“-App stillzulegen, die sich schon an sechsjährige Kinder richtet. Facebook ziele damit auf eine verletzliche Gruppe, die von ihrer Entwicklung her nicht darauf vorbereitet sei, an einem sozialen Netzwerk teilzunehmen. „Mit den größten Supercomputern der Welt“, warnt der ehemalige Google-Ethiker Tristan Harris, „zielen wir auf die Hirne von Menschen, von Kindern.“ Auch er hat sich dem Center for Human Technology angeschlossen.

Der Druck auf die Milliardäre von Facebook und Google wächst, endlich Verantwortung für das zu übernehmen, was ihre Firmen an der Menschheit anrichten. Bereits geschehene Deformationen sind nicht mehr ungeschehen zu machen, aber die Konzern-Eigner werden einen beachtlichen Teil ihrer Milliardengewinne dafür verwenden müssen, künftiges Unheil zu vermeiden. Der rapide Vertrauensverlust ins Internet kann dafür ein wichtiger Weckruf sein. *Peter Schmalz*

---

### „Twitter können sie komplett abschalten in Bayern.“

Meinungsforscher Matthias Jung (Forschungsgruppe Wahlen) zu dem Umfrageergebnis, dass in Bayern nur vier Prozent den Messengerdienst nutzen.

---





Redaktionsbesuch bei der Live-Sendung des Politikmagazins „kontrovers“ von BR-Fernsehen. Vor der Sendung macht Redaktionsleiter Andreas Bachmann ein Selfie mit unseren Mentees.

# Lernen, Luxus, Freundschaft

Erinnerungen an ein Jahr PresseClub-Mentoring

MANUEL STARK

Der Spinn mit Martin Luther King war genial. Dachte ich. Bis ich das Feedback bekam: tiefend vor Pathos, wirr, unsinniger Vergleich, eher lächerlich als überzeugend. Die Überzeugung, ich sei ein Genius des Bewerbungsschreibens und daher auch in das Mentoring-Programm des PresseClubs München aufgenommen worden, zersplitterte wie alles, an das man sich zu sehr klammert.





Bewerbungstraining vor der Kamera (r.) sowie ein Seminar zu Portrait- und Pressefotografie gehören zum Fortbildungsprogramm.

---

## Rat und Tat auf dem Weg in die eigene berufliche Zukunft

---



Manuel Stark, 25, wurde nach dem Mentoring-Jahr 15/16 in die 55. Lehrredaktion der Deutschen Journalistenschule in München aufgenommen. Gerade sitzt der gebürtige Franke im norddeutschen Exil, wo er mit zwei Praktika in Hamburg seine Ausbildung abschließt. Bei einer intensiven Lebensmittel-Recherche für GEO wurde er unfreiwillig zum Vegetarier.

Das war die vielleicht schwerste Lektion, die ich in meinem Mentoring-Jahr begreifen musste. Sie kam schwingvoll daher, diese Erkenntnis. Sie traf mich nicht der Art, dass ich „Heureka“ gerufen hätte, wie einst Archimedes. Sie traf mich eher wie ein Schlag, schwingvoll ausgeholt und mitten rein ins Gesicht. Schickte mich auf die Bretter, zurück in die Realität, auf den Boden der Tatsachen, und was es sonst noch für Floskeln gibt, die den Moment beschreiben, in dem man feststellt: Es war arrogant und dumm zu denken, man sei besser als alle anderen.

Doch wenig Besseres hätte mir passieren können. Das Bewerbungstraining des Mentoring-Jahres ist großartig, weil man anhand der eigenen Fehler lernt, besser zu werden. Den Vergleich, dass Martin Luther King einst einen Traum hatte und ich nun wieder einen habe, hielt ich damals noch für toll. Dass mein Ziel, Journalist zu werden, wohl nur sehr schwer mit dem Einfordern von Bürgerrechten für Schwarze unter Gefahr des eigenen Lebens zu vergleichen ist, daran dachte ich damals nicht.

Das Bewerbungstraining war eines von vielen Seminaren, durch das ich mich als Journalist, aber auch als Mensch innerhalb des Mentoring-Jahres weiterentwickeln konnte. So hatten wir die Möglichkeit eines Moderationstrainings vor der Kamera. Kein Problem. Leute vollquatschen? Kann ich. Auch dieser Hochmut hielt nicht lange an. Bei der Nachschau der entstan-



Fotos: Georg Thum

denen Beiträge konnte ich beobachten, wie mein Kopf scheinbar willenlose Bewegungen vollführte. Ich musste sofort an den Wackeldackel auf dem Armaturenbrett des alten VWs meiner Großmutter denken.

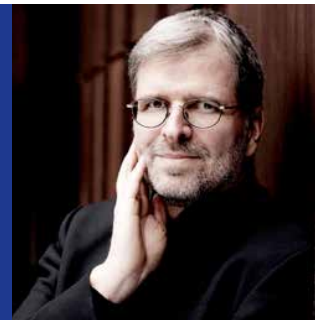
Entschädigt wurde ich für diesen Schock anschließend durch ein heißes Bad im Outdoor-Pool mit Blick auf den Wilden Kaiser und ein mehrgängiges Sterne-Menü des BIO-5-Sterne-Hotels Stanglwirt, in dessen Räumen das Seminar stattfand. Jedes Jahr lädt die Eigentümerfamilie Hauser den jeweiligen Mentee-Jahrgang des PresseClubs für ein paar Tage zum „Lernen im Luxushotel“ ein.

Viele Tage lernen, einige Tage Luxushotel. Dazu könnte ich jetzt aufzählen, wie viele Kontakte der PresseClub München in die aktive Medienwelt pflegt, von welchem unschätzbaren Nutzen diese sein können und wie hilfreich es ist, einen Mentor zur Seite gestellt zu bekommen, der einem in Rat und Tat auf dem Weg in die eigene berufliche Zukunft unterstützt.

Und so wahr und toll und großartig das auch alles ist, und so sehr das Mentoring-Jahr meinem beruflichen Weg durch vermittelte Praktika bei *SZ-Magazin* oder freie Arbeit für die *taz* beflügelt hat, am wichtigsten für mich war, ist und bleibt etwas anderes: Die Men-

## Erfahrung hilft Jugend

Mit seinem Engagement für den journalistischen Nachwuchs steht der PresseClub München an der Spitze der deutschen Presseclubs. So hat der Club mit den „Nachwuchsjournalisten in Bayern“ (NJB e.V.) mit seinen 300 Mitgliedern eine eigenständige Nachwuchsorganisation, unterstützt die journalistische Ausbildung als Mitglied der Deutschen Journalistenschule in München und bietet seit 2005 ein eigenes Mentoring-Programm für junge journalistische Talente an. Die jeweils 15 Nachwuchsjournalisten bekommen ein Jahr lang einen erfahrenen Kollegen als Mentor zu Seite gestellt. Ein umfangreiches Fortbildungsprogramm aus 20 Seminaren, Workshops und Redaktionsbesuchen ist wichtiger Bestandteil des Projekts, das von Elia Treppner (Bild) seit 2012 geleitet wird.

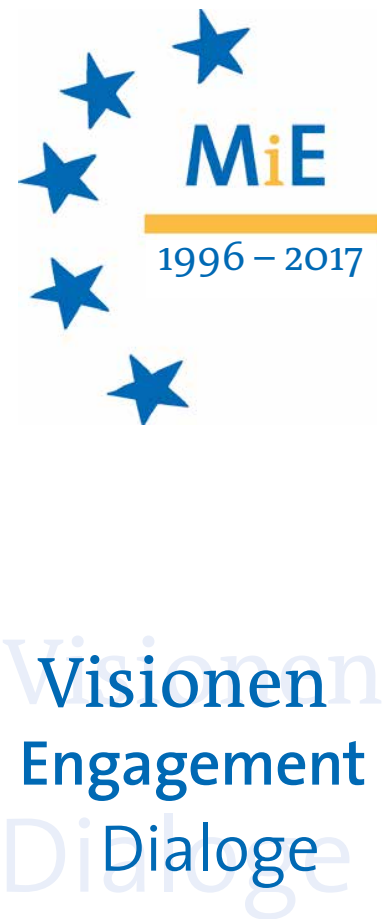
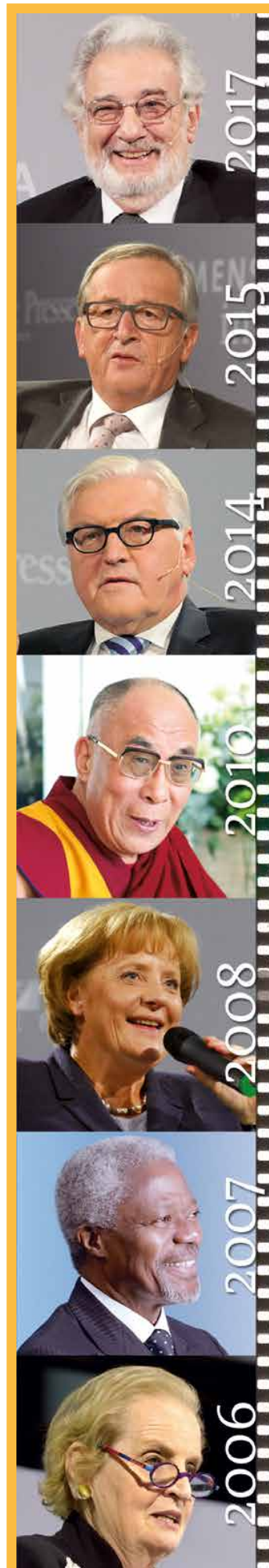


schen. Der Jahrgang. Die Leute, mit denen man immer wieder zusammenkommt, um Seminare zu besuchen oder einfach mal gemeinsam Grillen zu gehen, mit denen man den Outdoor-Pool des Stanglwirts genießt oder über die passende Formulierung einer Szene für die Reportage-Übung debattiert. Mit einigen bin ich noch heute sehr gut befreundet. Nur die Existenz eines Einzigen werde ich wohl auf ewig bestreiten – der forderte mich zum philosophischen Diskurs und vertrat die Ansicht, dass alles nur eine Illusion sei und wir uns nicht einmal dessen sicher sein können, dass es uns selbst wirklich gibt, egal in welcher Form. Und ging mir damit – zugegeben – ziemlich auf die Nerven. Um diese Ausnahme auszugleichen, gibt es Eli, den „grand old dad“ und herzenguten Mentee-Vater, der das Programm mit aus der Taufe gehoben hat und leitet.

Das Mentoring-Jahr bietet die Möglichkeit, großartige Menschen kennenzulernen, die ein gemeinsamer Berufswunsch, eine gemeinsame Leidenschaft, vielleicht sogar doch auch ein gemeinsamer Traum verbindet. Und mit denen man eine wunderbare Zeit erleben darf. Noch heute bin ich fast allen Teilnehmern meines Jahrgangs in Kontakt, auch wenn es einige von uns mittlerweile aus München nach Berlin oder Hamburg getrieben hat: Wir bieten einander Schlafplätze für Recherchen, Tipps für den Beruf, Kontakte wenn nötig. Und auch abseits des Netzwerks ist es einfach schön, wenn man sich nach langer Zeit zufällig mal wieder auf der ein oder anderen Party trifft – wie kürzlich, als die ARD ihre Volontäre für ein Wochenende nach Hamburg schickte. Mit dabei: Eine Teilnehmerin meines Mentoring-Jahrgangs, die im Herbst diesen Jahres ihr Volontariat beim BR anfangen durfte.

Aber auch der fachliche Fortschritt des Jahres ist enorm und schafft nicht nur Wissen, sondern auch Kontakte in die Medienwelt, in der Jobs heiß umkämpft sind. Zum einen gibt es die Dozenten: Gunter Schnathmann für Reportage, Gero Himmelbach für Medienrecht, Karsten Lohmeyer für Bewerbung – und viele mehr. Zum anderen die Mentoren: bei mir war es Bastian Brinkmann, Online-Chef der Wirtschaft der *Süddeutschen Zeitung*. Auf der einen Seite war die Wahl zuerst etwas befremdlich. Ich und Wirtschaft? So ganz passte das nicht. Quatsch, stellte sich später während einiger Abende mit Kaffee und Getränken in München heraus. Bastian war ein grandioser Mentor. Sowieso kam es bei ihm und kommt es allgemein beim Mentoring-Programm nicht darauf an, ob man fachlich aus derselben Materie schöpft. Stattdessen geht es darum, zu lernen, wie der Alltag im späteren Beruf abläuft, was von Nachwuchstalenten erwartet wird und wie man einen positiven Eindruck hinterlassen oder erst einmal einen gelungenen Einstieg in ein Praktikum oder eine Probearbeit hinlegen kann.

Das Beste kommt zum Schluss, sagen die Leute, und das mag in den meisten Fällen stimmen. Ein kleiner Teil des Besten, was das Berufsleben für einen Nachwuchsjournalisten bereithält, wartet aber schon vorab: Spaß, Lernen, Freude und Zuversicht – im Mentoring-Jahr des PresseClubs München. ■



MENSCHEN in EUROPA – ein Podium für Politik, Wirtschaft, Geist, Kunst und Kultur. Aus dem Dialog mit den osteuropäischen Nachbarn hat sich in 20 Jahren ein internationales Forum für Spitzenpolitiker aus aller Welt am Stammsitz der Verlagsgruppe Passau entwickelt.

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

**Angela Merkel (2008)**

[www.menschen-in-europa.de](http://www.menschen-in-europa.de)



# Im Zeichen der Blogger

15. Jahrestagung des Forums Deutscher Presseclubs in Augsburg



Da schmunzelten die Besucher von den Presseclubs: In der Augsburger Puppenkiste muss auch Angela Merkel an den Strippen der Puppenspieler tanzen.

Foto: Rüdiger R. Ristler

SANDRA STRÜWING

Es scheint die neue Gretchenfrage unter Journalisten zu sein: „Sag mir, wie hältst Du es mit den Bloggern?“ Eine Frage, der sich auch die deutschen Presseclubs stellen müssen. Und so waren die Blogger das zentrale Thema der 15. Jahrestagung der Deutschen Presseclubs, zu der sich die Vorstandvertreter aus zwölf Presseclubs in der Fuggerstadt Augsburg getroffen haben.

**B**logger und Blogging im journalistischen Blickpunkt: Das hat schon bei früheren Tagungen zu kontroversen Anmerkungen geführt, nun vertiefen zwei Experten das Thema. Stephan Goldmann, gelernter Journalist, der seinen Lebensunterhalt inzwischen mit Bloggen sowie Vorträgen und Seminaren übers Bloggen, unter anderem im Münchner PresseClub, verdient. Und Matthias Lange, Vorsitzender des kürzlich in Kooperation mit dem Münchner PresseClub gegründeten BloggerClubs.

Goldmann ging das Thema grundlegend an: „Bloggen – ist das (noch) Journalismus?“ Damit liegt seine Antwort auf der Hand. Nutzt jemand eine Publikations-Software mit einer journalistischen Grundhaltung, dann ist das Journalismus. So einfach. Dabei könnten Journalisten viel von Bloggern lernen: den Mut zur Diskussion zum Beispiel. Statt Beiträge einfach nur „abzugeben“,

lohne es sich, den Diskurs in den Kommentaren unter veröffentlichten Beiträgen weiter zu verfolgen, sich als Autor daran zu beteiligen und so den Kontakt zu den Lesern zu pflegen. Oder: subjektive Berichterstattung. Ich-bezogene Beiträge kommen in Blogs besonders gut an, seien in den klassischen Medien – außer im Kommentar – aber (noch) verpönt.

Blogger seien im Gegensatz zu vielen Journalisten das crossmediale Publizieren längst gewohnt. Sie können mit Wort ebenso umgehen wie mit Ton (Podcast) oder Bewegtbild (Vlogs) und kombinieren alles miteinander – je nachdem, welche Darstellungsform ihnen geeignet scheint, um Informationen zu transportieren. Journalisten können vom Bloggen profitieren. Ein eigener Blog diene der Selbstverwirklichung, der Markenbildung und sorgen als digitale Spielwiese dafür, dass man Online Kompetenz aufbaut.

---

## Journalisten könnten von Bloggern viel lernen

---



Biertradition: Riegele-Chef Sebastian Priller jr.



Gastgeber und Chefredakteur Wolfgang Bubliss



Brisantes Thema perfekt organisiert: Alfred Hornauer vom Augsburger Presseclub und Matthias Lange, Vorsitzender des Münchner BloggerClubs.



Koordinator und Forums-Chef Dieter Barth



Erfolgs-Blogger Stephan Goldmann



Auf den BloggerClub und den Bloggerkodex ging Matthias Lange in seinem Vortrag ein. Der neu gegründete Verein versteht sich als Interessenvertretung und Sprachrohr von Bloggern. Außerdem bietet er eine Plattform für Vernetzung und Austausch. Mit einem eigenen Kodex gibt der Verein seinen derzeit rund 70 Mitgliedern Verhaltensregeln an die Hand. Insbesondere für die Kennzeichnung von werblichen Beiträgen, für die ein Honorar bezahlt oder sonstige Unterstützung gewährt wurde. Ziel der Jahrestagung war es auch, eine Diskussion darüber anzuregen, ob die enge Zusammenarbeit des Münchner PresseClubs mit dem BloggerClub, der aus einem Bloggerstammtisch hervorgegangen ist, ein Modell sein kann auch für andere Städte.

Einblicke in die praktische Kooperation mit Bloggern bei Content Marketing und Storytelling gab Augsburgs Tourismusdirektor Götz Beck. Augsburg arbeitet mit Bloggern zusammen, die von den Tourismusverbänden engagiert werden. Vor allem ausländischen Bloggern werden Routen zusammengestellt und die Kosten für Aufenthalt und Honorar geteilt. Bei der Auswahl der Blogger sei man heute allerdings kritischer als noch vor ein paar Jahren. Reichweite und thematische Relevanz müssten stimmen, damit es zu einer Zusammenarbeit kommt.

In der ausführlichen Diskussion wurde auf eine Anregung von Peter Schmalz, Chef des Münchner PresseClubs, auch über den Sinn solcher Tagungen nachgedacht. „Sind die Tagungen in der bisherigen Form noch zeitgemäß?“, fasste Forums-Vorsitzender Dieter Barth vom Nürnberger Presseclub das Thema zusammen. Die Fokussierung auf ein Thema, wie erstmal im Vorjahr in

Baden-Baden, wurde mehrheitlich als gut befunden. Der Vorschlag von Schmalz, sich an dem bisher von Sponsoren finanzierten Rahmenprogramm durch einen Tagungsbeitrag zu beteiligen, fand keine Zustimmung. Über den Nutzen der Forumstagungen meinte der Münchner PC-Schatzmeister Helmut Gierke, der große Münchner Club nehme von der Tagung nicht allzu viel mit, verwies aber auf den solidarischen Gedanken, dass große Clubs den kleinen eine Hilfe sein könnten.

Das Organisationsteam des Augsburger Presseclubs rund um Alfred Hornauer nutzte die Tagung im „Kongress am Park“, um Augsburg von seiner besten Seite zu präsentieren. Oberbürgermeister Kurt Gribl (CSU) empfing die Presseclub-Vorstandsmitglieder im Fürstenzimmer und im Goldenen Saal des Rathauses, Sebastian Priller junior und senior luden in ihre Riegele-Brauerei, die seit 1386 besteht und mit dem Sohn in der 28. Generation fortgeführt wird. Zur Brotzeit im Bierstüble wurde das süffige „Commerzienrat Riegele Privat“ ausgeschenkt, immerhin als Deutschlands Bier des Jahrzehnts ausgezeichnet. Beeindruckend das historische Wasserwerk, eine in Europa einzigartige Wasserversorgung der Stadt von 1885, nunmehr mit guten Chancen zum UNESCO-Weltkulturerbe angemeldet. Jugenderinnerungen wurden wach beim Blick hinter die Kulissen der Augsburger Puppenkiste mit Jim Knopf und seinen Gesellen. Und zum Abschluss ein Besuch bei den Kollegen von Klassik Radio, die aus dem Hotelurm senden, in dem die Teilnehmer übernachtet haben.

Nun blickt das Forum vom Lech an den Rhein: Zur Tagung 2018 treffen sich die Presseclubs in Wiesbaden. ■

Monarchisches Ambiente in der Bürgerstadt: Augsburgs Oberbürgermeister Kurt Gribl empfängt im Fürstenzimmer des goldverzierten Rathauses.



Sandra Strüwing gründete 2003 in ihrer Heimatstadt Augsburg die PR-Agentur candid communications. Die Kommunikationswissenschaftlerin sammelte Medien-erfahrung unter anderem beim Halbleiterhersteller Texas Instruments. Sandra Strüwing ist stellvertretende Vorsitzende des Augsburger Presseclubs.

## Nobles Ambiente

Eine Landeshauptstadt braucht einen Presseclub, meinte Gustav Schaeling, als er 1982 die Niederlassung der Dresdner Bank in Wiesbaden übernahm. Er scharte Gleichgesinnte um sich, die 1989 den Presseclub Wiesbaden gründeten. „Es waren Menschen mit einer besonderen Vision, die sich untereinander gut verstanden und daher im Schulterschluss gemeinsam ihre Ziele anpeilten“, sagt PCW-Vorsitzender Stefan Schröder (Bild). Als Domizil für seine rund 280 Mitglieder hat der Club von der Stadt das Erdgeschoss einer repräsentativen Jugendstilvilla gemietet und im englischen Bar-Stil eingerichtet. Das Gebäude war einst Kulisse für den TV-Zehnteiler „Die Buddenbrooks“. Zum zweiwöchentlichen Jour Fixe lädt der PCW prominente Gäste ein. 2018 ist er Gastgeber für das Jahrestreffen des Forums Deutscher Presseclubs.





Großes Interesse bei der Pressekonferenz mit Ministerpräsident Horst Seehofer – Technisch versiert: Vorstandsmitglied Max von Rossek installiert die Streaminganlage – Freuen sich mit Schatzmeister Helmut Gierke über die Rückkehr (v.li.): Franz Neumeier und Matthias Lange vom BloggerClub mit NJB-Vorsitzender Leonie Sanke.



# Wieder

## PresseClub kehrt zurück an den Marienplatz

**D**er Marienplatz hat uns wieder. Der Platz, der schon früher Topadresse der Stadt war, an dem über Jahrhunderte gehandelt und gehenkt wurde, gefeilscht und gefeiert, regiert und integriert. Vom Ritterturnier des Jahres 1568, als vor 450 Jahren Herzog Wilhelm V. seine Renate von Lothringen heiratete, zeugt noch heute das Glockenspiel im Rathausturm. Fast auf gleicher Höhe gegenüber, an der mit Diamanti neu gestalteten Fassade, strahlt nun wieder unser blauer Schriftzug „PresseClub“.

Die Wiederkehr am 1. August 2017 wird standesgemäß begangen: Mittags mit einer Pressekonferenz und abends mit unserem ersten Gast in den neuen Räumen, mit Ministerpräsident Horst Seehofer. Allen erst ungewohnt ist der Eingang unter den Arkaden neben Hugendubel. Mancher denkt auch wehmütig an den gläsernen Aufzug am Marienplatz zurück. Aber dann, oben im vierten Stock, das große Erstaunen: Ein spektakulärer Panoramablick durch die fast raumhohen Fenster schon im lichtdurchfluteten Loungebereich. „Ihr habt ja den schönsten Blick in ganz München“, schwärmt der Ministerpräsident bei seinem Eröffnungsbesuch. Die *Abendzeitung* sagt's prosaischer: „Vereinsheim mit Aussicht.“

Wie zum vorübergehenden Auszug im März 2016 beginnen wir mit einer Pressekonferenz. Und wieder ist sie mit großem Engagement professionell gestaltet von den jungen Kolleginnen und Kollegen der Journalistenakademie Dr. Hooffacker. Das ist für uns mehr als nur eine Beiläufigkeit, sondern Teil unseres Bemühens: Künftigen Medienleuten beim Start in den Beruf zu helfen. Und wo kann man bessern üben als in der Praxis. Elegant moderiert von Ines Wagner, standen nicht nur Vorstände des PresseClubs, sondern auch des BloggerClubs





Wir sind Marienplatz 22: Gastwirt Karl-Heinz Wildmoser, PresseClub-Vorsitzender Peter Schmalz, Buchhändlerin Nina Hugendubel, Hotelier Carl Geisel und Telekom-Manager Markus Epple haben Ministerpräsident Horst Seehofer in ihre Mitte genommen – Bis zu 100 Zuhörer passen in den großen Veranstaltungsraum.

# daheim

## Erster Gast ist der Ministerpräsident

und des Nachwuchsvereins NJB den Vertretern der Münchner Medien Rede und Antwort. Denn auch für sie lautet die Adresse nun wieder „Marienplatz 22“.

Der 1. August hat uns ein unfreiwilliges Superlativ beschert: Er ist mit über 30 Grad der heißeste Tag des Jahres. Für unsere alte Klimaanlage eine Herausforderung, an der sie gescheitert wäre. Auch Horst Seehofer kommt mit Bedenken und ist dann überrascht: „Angenehm kühl ist es hier.“ Und gleich erfährt er den Grund: In den perforierten Deckensegeln ist Münchens modernste Kühlanlage verborgen. Kühlschlangen, die ans Fernkältenetz angeschlossen sind, lassen die aufsteigende warme Luft wohl temperiert wieder nach unten sinken. So heißt unser Motto nun: Diskutieren mit heißem Herzen und kühlem Kopf.

Doch nicht nur klimatisch verlaufen die zwei Abendstunden mit dem Ministerpräsidenten angenehm und entspannt. Obwohl er noch in der Nacht nach Berlin fahren muss, nimmt er wohlgelaunt jede Frage auf, preist die Erfolge Bayerns, zeit sich für die bevorstehende Bundestagswahl zuversichtlich und kündigt fürs kommende Frühjahr eine Kabinettsumbildung an: „Ich muss für die Landtagswahl ein Zukunftsteam aufstellen.“

Ein neues Bayern-Kabinett wird es im Frühjahr tatsächlich geben, doch anders als noch am 1. August 2017 geplant. Danach wird Horst Seehofer wieder unser Gast sein, dann womöglich als Bundesinnenminister. Und Markus Söder hat schon zugesagt, nach einigen Wochen der Eingewöhnung in der Staatskanzlei als neuer Ministerpräsident zu uns an den Marienplatz zu kommen. Dorthin, wo wir wieder daheim sind. ■

PS



Fotos: Johann Schwepfinger, Frank Lippert, www.zeitungsmagazin.com



## Tag der offenen Tür

Nach der Sommerhitze und den ersten Wochen der Eingewöhnung haben wir zum Tag der offenen Tür in die neuen Räume geladen. Unter dem Motto „Back to Marienplatz“ hat Vorstandsmitglied Dorle Strobel ein Tagesprogramm voller Überraschungen organisiert. Zum Auftakt kam vormittags unser Nachbar von gegenüber: Schmunzelnd schaute Oberbürgermeister Dieter Reiter vom vierten Stock aus über den Marienplatz hinüber zum Rathaus, wo man mit guten Augen hinter den Fenstern im ersten Stock seinen Schreibtisch sehen konnte. Gut gelaunt stellte er sich allen Fragen zur Stadtpolitik und rümpfte erst staunend die Nase, als ihm eine Weißwurst in der Laugbrezn angeboten wurde – eine Spezialität von Develey-Senf, eigens kreiert für unseren Festtag. Doch da wurde das Ohr des Hobby-Gitarristen Reiter schon geschmeichelt von den Klängen der vier Musiker um die Jazzlegende Dr. Hahn. Mit flotten Rhythmen führten sie beschwingt hinüber in den Nachmittag, wo zum Kaffeeklatsch mit Kuchen und Naschereien bereits die nächste Musi aufspielte: Die Volxmusik der Wastl Fandler Musikschule unter Leitung von Moritz Demer – ein klingender Beleg dafür, dass die Jugend neben Hiphop auch die bayerische Volksmusik zu schätzen weiß. Den großen Ausklang gestaltete abends der Urban-Art-Künstler Peter Becker mit seinem Kunstevent „Kiss them for me“. In der Tat: Alle, die mitgewirkt haben an diesem wundervollen Tag, haben Küsschen des Dankes verdient. ■



Sie hat den Tag organisiert: PresseClub-Vorstand Dorle Strobel mit OB Reiter



Da drüben steht mein Schreibtisch: OB Dieter Reiter mit PresseClub-Chef Peter Schmalz



Gestaltete den Abend: Urban-Art-Künstler Peter Becker



Mit flottem Jazz in den Nachmittag



Gute Freunde: OB begrüßt Charlotte Knobloch



Laugbrezn, Weißwurst und Develey-Senf



Zarte Klänge der Volksmusik



Forums-Chief Dieter Barth und Mentoring-Leiter Eli Treppner



*Wir machen  
Bayern ...*

**e**-mobil

Damit auch Bayerns Regionen Fahrt aufnehmen können,  
braucht es eine flächendeckende Ladeinfrastruktur.  
Für Kommunen sind wir der fachkundige Partner: von  
der Ladesäule über die Wartung bis zur Abrechnung.  
Sprechen Sie uns bitte an.

[www.bayernwerk.de/elektromobilitaet](http://www.bayernwerk.de/elektromobilitaet)

**bayernwerk**



# Unsere alten und neuen Nachbarn

Auf sieben Etagen zwischen Mariensäule und Altem Peter



MICHAEL LANGER

Das sind schon recht unterschiedliche Nachbarn, die sich im Gebäude Marienplatz 22 rund um um den PresseClub versammelt haben. Selbst mitten im Gebäude im 4. Stock ansässig, hat der PresseClub als direkten Nachbarn auf derselben Ebene das Büro des Gastronomen Karl-Heinz Wildmoser, der mit seinem neugestalteten Restaurant-Café einschließlich Freischankfläche unten auf der Marienplatz angesiedelt ist. Dort auf der Erdgeschoßebene präsentiert auch die Telekom als neuer Hauptmieter in ihrem neuen Flagship-Store ihr komplettes Angebot. Darüber im ersten und zweiten Stock, mit dem Eingangsbereich auf der Seite zum Alten Peter und im Vergleich zu vorher etwas reduziert, kehrte der frühere Hauptmieter, die Traditionsbuchhandlung Hugendubel, nach der Sanierung des Gebäudes zurück. Und ganz oben, über dem PresseClub, als Novum und Highlight die noble Stadtresidenz „Beyond by Geisel“ der Hoteliersfamilie Geisel.



## TELEKOM

Es ist die beste Lage im Herzen der bayerischen Landeshauptstadt, die sich die Deutsche Telekom für ihren sogenannten Flagship-Store ausgesucht hat. Der Mobilfunk-Riese ist nicht nur neu im Haus, er ist auch der neue Hauptmieter. In dieser exponierten Lage im Erdgeschoss mit Zugang direkt vom Marienplatz hat die Telekom auf 300 Quadratmetern ein repräsentatives Geschäft voller innovativer Ideen entstehen lassen. „Der Marienplatz ist eine Triple-A-Lage“, sagt Telekom-Vorstand Niek Jan van Damme. Hier wollte er „das schönste Schaufenster unseres Unternehmens einrichten“. Der Kunde soll hier den kompletten Überblick über das Produkt- und Service-Angebot erhalten und mit praktischen Beispielen erfahren, welche Möglichkeiten ihm die Digitaltechnik heute in allen Bereichen des Alltags eröffnet. „Wir probieren hier vieles zum ersten Mal aus“, sagt Marcus Epple, Geschäftsführer des Privatkunden-Vertriebs. In einer 40 Quadratmeter großen Magenta-Zuhause-Lounge können die Kunden erfahren, wie sie ihr Heim optimal vernetzen und wie sie in Zukunft fernsehen könnten. Oder mit Virtual-Reality-Brillen und Kopfhörern, die von der Decke baumeln, auf eine virtuelle 360-Grad-Reise gehen. ■





## WILDMOSERS RESTAURANT-CAFE

**G**astronomie mit Geschichte wird in Wildmosers Restaurant-Café geschrieben. Dort, wo der Legende nach 1857 die Münchner Weißwurst erfunden wurde, ist nun im Erdgeschoß neben dem neuen Telekom-Flagship-Store – ein neugestaltetes Lokal geschaffen worden, das kaum noch an die Zeiten der einstigen Gaststätte „Zum ewigen Licht“ erinnern lässt. An die 70 Plätze hält der alte und neue Gastgeber Karl-Heinz Wildmoser drinnen für seine Gäste bereit und noch einmal rund 140 Sitzmöglichkeiten draußen auf dem Marienplatz. Für die Wände wurde das Holz einer 300 Jahre alten Hütte aus den Tegernseer Bergen verwendet. „Das Holz wurde von Fachleuten liebevoll abgetragen und aufbereitet und verbreitet jetzt eine einzigartige Wärme“, freut sich der Hausherr. Für die Tische und Stühle draußen wurde die helle Cremefarbe der Fassade aufgegriffen, während die schwarzen Gestelle zu den dunklen Akzenten im Innern wie zu der schwarzen Stahlnote der Lampen und Wandleuchten passen. Insgesamt sind hier Geschichte und Modernität gelungen kombiniert – so wie es zu dem Gesamtgebäude in seiner neuen Gestalt passt. ■



Karl-Heinz Wildmoser

## HUGENDUBEL

**V**or der Sanierung war der Münchner Traditionsbuchhändler Hugendubel noch der Hauptmieter – das gesamte Gebäude firmierte bei den Münchnern gerne als „Hugendubel-Haus“. Nach der grundlegenden Sanierung ist die Buchhandlung Untermieter der Telekom und hat sich von einst 3600 Quadratmetern Verkaufsfläche auf 1200 Quadratmeter verkleinert. Doch „der Hugendubel“ ist weiter und wieder da – und das ist den Münchner Buchliebhabern das Wichtigste. Vom Eingang nun an der Seite gegenüber vom Alten Peter führt die Rolltreppe zu den Verkaufsräumen im ersten und zweiten Stock. Die legendären großen roten Leseinseln, mit denen

Hugendubel 1979 bei der Eröffnung neue Maßstäbe für die Bücherfreunde setzte, gibt es jetzt nicht mehr. Im neuen Konzept locken Ledercouches, Stoffessel, Holztische und eine Kaffeebar zum Wohlfühlen und Verweilen. Nina Hugendubel, geschäftsführende Gesellschafterin gemeinsam mit ihren Bruder Maximilian, sieht in der neuen Filiale „ein Wahrzeichen des Buchhandels“ und freut sich, wieder zurück zu sein am Traditionsplatz, von wo aus sich das Unternehmen zum größten inhabergeführten Buchfilialist Deutschlands entwickelt hat. ■



Nina Hugendubel



## BEYOND

**D**ie Lage ist wirklich exklusiv: Im fünften und sechsten Obergeschoss residiert das Luxus-hotel „Beyond by Geisel“. 19 exklusive Zimmer und Suiten mit Panoramablick durch die bodentiefe Fenster auf Marienplatz, Rathaus, Frauenkirche und Alten Peter. Mit der Kombination aus einzigartiger Lage, strenger Diskretion und geschützter Privatatmosphäre will die Hoteliers-Familie Geisel ihre Gäste mit besonderen Ansprüchen bedienen. Geschäftsführer Carl Geisel denkt dabei an den vielreisenden Individualgast ebenso wie an exklusive Gruppen, die für Familienfeiern oder Firmeneinladungen gleich alle 19 Räume oder einen Teil davon belegen können. Jedes Zimmer hat einen anderen Grundriss; die luxuriös eingerichteten Räume erstrecken sich rund um eine über zwei Etagen offene Bibliothek, an die sich Küche und Weinlounge anschließen. „Das unterstreicht unser Konzept, dass es sich nicht um ein Hotel handelt, sondern um eine Residenz“, erläutert Carl Geisel, der gemeinsam mit seinen Brüdern Michael und Stephan ein kleines Luxus-Imperium mit vier Hotels, vier Restaurants und 18 Michelin-Sternen führt. Das bekannteste ist der Königshof am Stachus. ■



Carl Geisel



Zur Wiedereröffnung hat die Bayerische Hausbau das reich bebilderte Buch „Marienplatz 22 – Revitalisierung einer Immobilie im Herzen Münchens“ herausgegeben. Interessenten wenden sich bitte an [info@hausbau.de](mailto:info@hausbau.de)



**Michael Langer**, 68, seit 2002 im PresseClub-Vorstand, absolvierte die Deutsche Journalistenschule, war landespolitischer Bayern-Korrespondent der *dpa* und Chefredakteur bei Tageszeitungen in Bayreuth und Regensburg. Bis 2013 war Langer Pressesprecher der SPD-Landtagsfraktion.



Der neugewählte Vorstand (v.li.): Untere Reihe: Helmut Gierke (Schatzmeister), Anita Bauer-Duré (Vize), Peter Schmalz (Vorsitz), Kerstin Tschuck, Eva Moser (Schriftführerin), Uwe Brückner (Vize); 2. Reihe: Daniel Fürg, Taha Kareem, Marlo Thompson, Max von Rossek, Petra Schmieder (neu), Nelly Hennig (neu), Manfred Otzelberger (neu); hintere Reihe: Johann Schwepfinger, Michael Helmerich, Michael Langer, Michael Pausder. Im Bild eingeklinkt die ebenfalls neu gewählten Beisitzer Daniela Philippi und Ralf Scharnitzky.

# Zwei Umzüge belasten die Kasse

Große Anstrengungen notwendig – Mitgliederversammlung mit Neuwahl des Vorstands

Trotz eisiger Februartemperaturen konnte der Vorsitzende Peter Schmalz im Wappensaal des Hofbräuhauses eine gut besuchte Mitgliederversammlung eröffnen. In seiner Rückschau erinnerte er an den heißesten Tag des vergangenen Jahres, der für den PresseClub zugleich der wichtigste im Jahr 2017 war: Die Rückkehr in die renovierten Räume über dem Marienplatz.



PresseClub-Programm wird stark beachtet: Peter Schmalz legt seinen Rechenschaftsbericht vor.



Kandidierte zum Vorsitz: Stellvertreter Uwe Brückner.



Die Kasse stimmt: Kassenprüfer Werner Siegert.



Alles ehrenhaft: Ehrenratsvorsitzender Arnim Herrmann.



**S**tilgerecht startete das Clubleben am 1. August morgens mit einer Pressekonferenz und abends mit dem bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer als erstem Gast. Auch die neuen und alten Mitglieder Nina Hugendubel, der Gastronom Karl Heinz Wildmoser, der Hotelier Carl Geisel und der Telekom-Manager Markus Epple kamen auf Nachbarschaftsbesuch. Peter Schmalz dankte dem Organisationsteam mit dem Schatzmeister Helmut Gierke und Hans Schwepfing, der PresseClub-Geschäftsführerin Angelica Fuss und ihrem Kollegen Jörn Dreuw sowie Inge Nestler, Eli Treppner, Hannelore Saalmüller und Sanel Prelic für den Einsatz. Ein weiterer Dank ging an die Journalisten-Akademie Dr. Hoofacker für die Planung und Durchführung der Pressekonferenz.

Zum Jahresende 2017, so berichtet der Vorsitzende, hatte der Club 735 Mitglieder, davon 39 Firmenmitglieder. 20 neue Mitglieder waren hinzugekommen, 43 ausgetreten, zwei ausgeschlossen worden und drei Mitglieder sind verstorben. Peter Schmalz machte deutlich, dass diese Entwicklung alle deutschen Presseclubs betrifft: „Es wird immer schwerer, den Mitgliederstand zu halten und junge, im Beruf stehende Kollegen zum Beitritt zu animieren.“

Das Programm des PresseClubs im letzten Jahr kann sich sehen lassen: 197 Veranstaltungen und davon 61 eigene Termine. Mit attraktiven und hochkarätigen Gesprächspartnern tragen sie zum hohen Renommee des PresseClubs bei. Als Highlight des vergangenen Jahres wertete Schmalz den Europa-Vortrag des ehemaligen Bundeskanzlers Gerhard Schröder im überfüllten Forumsaal der IHK, den der PresseClub mit Partner organisiert hat..

Peter Schmalz unterstrich aber auch, dass sich die Premiurlage am Marienplatz nur halten lässt, wenn über gebuchte Veranstaltungen mehr Geld in die Kasse kommt. Dank des Einsatzes von Vorstandsmitglied Max von Rossek und einer großzügigen Spende von Clubmitglied Klaus Peter Heim hat der PresseClub technisch aufgerüstet.

In seiner Rückschau sparte Schmalz nicht mit Dank: an seine Vorstandskolleginnen und -kollegen, an die Kassenprüfer und die Mitglieder des Ehrenrats, und nicht zuletzt an den Schatzmeister Helmut Gierke. Der „Herr der Clubfinanzen“ malte allerdings ein eher düsteres Bild. Das Jahr 2017 brachte den Club an sei-

ne Grenzen. Der Rückzug an den Marienplatz kostete richtig Geld, ebenso die notwendigen Umbauten. Dazu kommt die ortsübliche hohe Miete für die Spitzenlage am Marienplatz. Leider blieben die Veranstaltungsbuchungen als wichtige Einnahmequelle hinter den Erwartungen zurück. Erstmals seit Jahren musste der PresseClub aus seinen Rücklagen kräftig zubuttern. „Noch einmal schaffen wir das nicht“, so Helmut Gierke.

Auch deshalb appellierte Peter Schmalz an die Mitglieder, als Werbeträger für den Club neue Mitglieder zu gewinnen. Eine Verjüngung des PresseClubs bringt die engere Zusammenarbeit mit den Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. (NJB). Die Mitgliederversammlung stimmte zu, den NJB als korporatives Mitglied aufzunehmen. PresseClub-Mitglied Prof. Gero Himmelsbach, Medienanwalt und selbst NJB-Gründungsmitglied, hatte die notwendigen Regularien ausgearbeitet. Die NJB-Mitglieder gehören künftig beitragsfrei dem PresseClub München an, haben aber selbst kein Stimmrecht.

Dass der PresseClub auch im 68. Jahr seines Bestehens äußerst lebendig ist, zeigt sich auch bei den Wahlen. Erstmals in der Clubgeschichte bewarben sich zwei Kandidaten für den Vorsitz. Mit 41 zu 36 Stimmen konnte Peter Schmalz die Wahl für sich entscheiden, Gegenkandidat Uwe Brückner wurde anschließend - wie auch Anita Bauer-Duré - im Amt des Stellvertreters bestätigt. Alter und neuer Schatzmeister ist Helmut Gierke.

Wechsel gab es bei den insgesamt 15 Beisitzern. Nicht mehr kandidiert haben Beate Brennauer, Dietmar Schmidt, Dorle Strobel und Dr. Gabriele Weishäupl. Neu gewählt wurden die ehemalige BR-Redakteurin und Ex-Regierungssprecherin Daniela Philippi, der politische Bunte-Redakteur Manfred Otzelberger, die freien Journalistinnen Petra Schmieder und Nelli Hennig sowie der frühere SZ-Redakteur Ralf Scharnitzky. In Anerkennung seines langjährigen Engagements hat der Vorstand vereinbart, Dietmar Schmidt zu Ehrenvorstand zu ernennen. ■



Eva Moser, promovierte Historikerin und in München geboren, leitet das Bayerische Wirtschaftsarchiv und ist seit 1997 Schriftführerin im Münchner PresseClub.

Wahlabend im Wappensaal des Münchner Hofbräuhauses. Alle zwei Jahre stimmt die Mitgliederversammlung des PresseClubs über seinen Vorstand ab.

---

## Der neue Vorstand

### Vorsitzender

Peter Schmalz

### Stellvertretende Vorsitzende

Anita Bauer-Duré

Uwe Brückner

### Beisitzer

Daniel Fürg

Michael Helmerich

Nelli Nennig

Taha Karem

Michael Langer

Dr. Eva Moser

Michael Pausder

Daniela Philippi

Manfred Otzelberger

Max von Rossek

Ralf Scharnitzky

Petra Schmieder

Johann Schwepfing

Marlo Thompson

Kerstin Tschuck

---



# Medien im Boxring

Berufs- und Ausbildungsmesse für junge Medienschaffende



Bayerns Medien- und Wirtschaftsministerin Ilse Aigner eröffnete die Medientage 2017.

**M**it einem völlig neuen – und vor allem interaktiven – Veranstaltungskonzept lockte der MedienCampus Bayern am Rande der letztjährigen Münchner Medientage, der wichtigsten Medienmesse in Deutschland, Schüler und Studenten aus ganz Bayern, sich über Berufsaussichten in den Medien der Zukunft zu informieren. Als zentrale Bühne und Aktionsarena diente ein Boxring, passend zum diesjährigen Motto: „Box Dich in die Medien!“

Als Mitglied des MedienCampus gestaltete der PresseClub München auf einem gemeinsamen Messestand mit der Nachwuchsorganisation des Clubs, dem NJB e.V., das neue interaktive Messekonzept mit. Bei mehreren Workshops wurden die angehenden Medienschaffenden für das Thema Datensicherheit sensibilisiert.

Der 1998 gegründete MedienCampus Bayern e.V., fördert und koordiniert die Aus- und Weiterbildung junger Medienschaffende in Bayern. ■ ET



Der ehemalige Präsident der BLM, Prof. Wolf-Dieter Ring (li.), im Gespräch mit seinem Nachfolger, Präsident Siegfried Schneider



PresseClub-Vorstand Dietmar Schmidt (2.v.li.) und Schatzmeister Helmut Gierke (r.) mit den Gästen am PresseClub-Stand

# Exklusive Einblicke ...

Für den PresseClub öffnen sich auch verschlossene Türen



## GEFAHRLOS SCHLEUDERN

Das war eine Ansage: „Nutzen Sie die Chance, das Verhalten und die Grenzen Ihres Fahrzeugs gefahrlos auszutesten.“ Knapp zwei Dutzend PresseClub-Mitglieder fuhren mit ihren Autos also hinaus zum ADAC-Zentrum für Fahrsicherheitstraining bei Augsburg und erlebten, was es heißt, „Fahrphysik auf eine andere Art“ zu erfahren. Begrüßt von Club-

mitglied Klaus Reindl, dem langjährigen ADAC-Pressemann, gab's erst ein paar Basics: Die korrekte Sitzposition, der richtige Griff zu Lenkrad, der genaue Blick nach vorn und hinten. Und dann mit Vollbremsung auf der nassen Fahrbahn, den schleudernden Wagen abfangen, in der nassen Kurve die Spur halten. Nach einer bayerischen Brotzeit kam auf dem Heimweg unvermittelt die Probe aufs Exempel: Ein Gewittersturm fegte über die Autobahn. Alle kamen heil nach Hause. ■

## DIGITAL ALERT SCHNELL

Würde man alle Audioträger übereinander schichten, dann könnte der Mount Everest einpacken, so hoch wäre das Schallarchiv des *Bayerischen Rundfunks*. Das und die Sendekomplexe von *Bayern 1*, *Bayern 2* und *B5 aktuell* und *BR Heimat* konnten rund 20 Mitglieder des PresseClubs besichtigen. Bleibender Eindruck: Die Digitalisierung macht vor nichts Halt, auch nicht vor dem Schallarchiv. Wer sich dafür interessiert, wie Radio gemacht wird, war gut aufgehoben bei der Führung, die Anita Bauer-Duré, Ex-BR-Redakteurin und PresseClub-Vize, organisiert hat. Die Wucht an Monitoren im Sendestudio von *Bayern 1*, das spiegelgleich aufgebaute Produktionsstudio mit Aufnahme- und Kammerl für den Nachrichtensprecher und die sich anschließende Redaktion mit den nach der Aktualität gestaffelten Arbeitsplätzen, all das verdeutlichte, was es im Digitalzeitalter für das Radio heißt, zeitnah zu informieren. Und vor allem: dass der Moderator kein Einzel-, sondern ein Teamplayer ist. Nach bald zwei Stunden im *Bayerischen Rundfunk* wussten die



Teilnehmer auch, dass diese Technik nach sieben bis acht Jahren bald veraltet sein wird. Da ist es gut, dass der *BR* den Platz hat im Haus, während des Umbaus ganze Sendekomplexe in andere Säle auszulagern. ■



## KRONPRINZESSIN KAM MIT SCHERE

1904 gründete der dänische Meister-Silberschmied Georg Jensen in Kopenhagen ein Unternehmen für Tafelsilber auf allerhöchstem Niveau. Inzwischen hat die Silbermanufaktur weltweit über 100 Stores, seit Mai 2015 auch einen in München, zu dessen Eröffnung sogar das dänische Prinzenpaar angereist war und Kronprinzessin Mary das Band des Geschäfts Maffeistraße durchschnitten hat. In diesen Räumen mit royaalem Glanz, Art-Deco-Elementen und plastischen Lichtinstallationen konnten unsere Mitglieder exklusive Einblicke gewinnen in die Metallkunst der Moderne. Sie erfuhren von Silber-Afficionado Michael Wink, dass in den hochglanzpolierten Teekannen rund 150 Arbeitsstunden meisterlicher Silberschmiedearbeit stecken. So erklären sich auch die Zahlen auf den Preisschildern. Der Ruf des Unternehmens, so erfuhren wir, gründet nicht nur in der Meisterschaft des Handwerks, sondern auch in der seit der Jahrhundertwende währenden Zusammenarbeit mit führenden Gestaltern, deren zeitlose Entwürfe bis heute produziert werden. Der Abend klang entspannt bei einem Glas Prosecco aus. ■



## DONAU-PERLE DER RENAISSANCE

Oberbürgermeister Bernhard Gmehling (Bild li.) hat eingeladen in seine Stadt und damit mitten hinein in eine große Geschichte. Neuburg an der Donau war seit 1505 Residenzstadt des neugegründeten Fürstentums Pfalz-Neuburg, dessen erster Pfalzgraf



Otttheinrich bescherte Neuburg seine glänzendste Zeit, es entstanden Residenzschloss, Hofkirche, Schlosskapelle und das Jagdchloss Grünau. Er führte den neuen evangelischen Glauben ein und brachte den Buchdruck in die Stadt. Seine Nachfolger bauten die Stadt weiter aus, so dass sie heute als eine der schönsten Renaissance-Städte Bayerns gilt. In der Provinzialbibliothek, die kleinste der Staatlichen

Bibliotheken in Bayern, die einst Kirche war, konnten die Besucher vom Münchner PresseClub eine nachträglich eingebaute und angepasste Balustrade bewundern, schier berstende Bücherschränke ringsum. Eine Art Melk im Taschenformat, meinte einer.

Nach einem kräftigen Mittagsessen wartete Roland Thiele (Bild r.) Er ist Ideengeber der Ausstellung „Fürstenmacht und wahrer Glaube“. Sachkundig reicherte er den Rundgang mit großartigem Detailwissen an. Los ging's in der Kapelle im Schloss. Die Hofkirche wurde protestantisch begonnen und als katholische Jesuitenkirche beendet. Von edel gewirkten Wandteppichen über die voluminöse Strickjacke Otttheinrichs (der Mann wog 200 Kilo bei 1,70 Körpergröße) bis hin zu Kelchen oder dem Reichsapfel waren seltene Ausstellungsstücke zu bewundern. Mit der neuen Kirchenordnung wurden ab 1542



die Heiligenbilder nach und nach entfernt. Andere wertvolle Ausstellungsstücke, wie ein Psalterium aus dem 13. Jahrhundert oder das Kreuz des heiligen Kaisers Heinrich mit Splitter aus dem Kreuz Christi, wurden zum ersten Mal seit dem Aussterben des Klosters ausgestellt – in der ehemaligen Abtrittkammer, die den Protestanten während ihrer nur wenigen Jahre als Götzenkammer diente. Dort lagerten sie katholische Gegenstände ein, die vielleicht noch zu Geld gemacht werden konnten. Ein unvergesslicher Tag in einer sehr interessanten Stadt. ■



## TRÄUME UND WEHMUT

Hier gibt es Räume zum Träumen: Im Kostümfundus hängen Kleider, die Darsteller in „Dahoam ist Dahoam“ bei der Aufzeichnung getragen haben. Kopfbedeckungen vom Miesbacher- bis zum Sommertrachtenhut sind ebenso aufbewahrt wie Kostüme vom „Komödienstadt“ und vom „Schleich-Fernsehen“, das auch in den großen BR-Studios in Unterföhring produziert wird. Die Besucher vom PresseClub erfahren viel über die Technik und die Menschen, die vor und während der Sendung hier tätig sind, und über den Ablauf einer Fernseh-Produktion. Sie stehen in der Kulisse von „Wir in Bayern“ und bekommen erläutert, wie ein Bühnenbild entsteht und aufgebaut wird. Gerade hat die Schreinerei die Bauernstube für eine „Komödienstadt“-Sendung fertiggestellt. Doch Wehmut erleben sie bei manchen Mitarbeitern auch: Die vier großen Studios sollen aufgelöst und verkauft werden, viele Dekorationen werden inzwischen ohnehin schon digital hergestellt. ■



## GENUSS OHNE KALORIEN

Lupinen erfreuen das Auge mit farbenprächtigen hohen Blütenständen, sie begeistern aber auch den Ernährungswissenschaftler, denn sie haben viel Eiweiß und wenig Kalorien. Eigenschaften, die sich ein Forscherteam des Freisinger Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung (IVV) zunutze gemacht hat. Mittlerweile, so erfuhren die Mitglieder des PresseClubs bei einem Besuch vor Ort, haben die Wissenschaftler aus Pflanzenproteinen zahlreiche schmackhafte Lebensmittel gewonnen, wie der stellvertretende Institutsleiter Dr. Peter Eisner erläuterte. Darunter Milchersatzprodukte ebenso wie Fleischalternativen für den Veganer. Seit über zehn Jahren ist eine mit Fraunhofer-Knowhow entwickelte fettarme Wurst auf dem Markt. Die Besucher konnten sich anschließend bei einer Verkostung überzeugen, wie schmackhaft die Freisinger Lebensmittel sind. ■





# Gäste im Internationalen PresseClub München



Sorgt sich um den Frieden in der Welt: Botschafter Wolfgang Ischinger, Leiter der Münchner Sicherheitskonferenz, bei der Pressekonferenz im PresseClub



Fröhlich beim Abschied aus dem bayerischen Paradies: Ministerpräsident Horst Seehofer bei seinem letzten Besuch im PresseClub, bevor er nach Berlin geht



Friedens-Nobelpreis für Kampf gegen Atomwaffen: ICAN-Mitarbeiter Claus Biegert, Sascha Hach und Susi Snyder



Musik gegen Atomraketen (v.li.): Komponist Pierre-Dominique Ponnelle, Schauspielerin Franziska Bronnen und Kohl-Berater Horst Teltchik



Erfolgsbilanz macht gute Laune (v.li.): Flughafen-Presseschef Hans Joachim Bues, Airport-Chef Michael Kerkloh und PresseClub-Schatzmeister Helmut Gierke



Zieht um nach Nürnberg: Gesundheitsministerin Melanie Huml und PresseClub-Vorstand Kerstin Tschuck



Süße Versuchung (v.li.): Tilman Schöberl moderiert den 100. Geburtstag der Elly-Seidl-Pralinen mit Jutta Speidel, Christa Kinshofer, den Seidl-Gesellschaftern Oliver und Maximilian Rambold sowie Patrick Lindner



Das Zweite soll attraktiver werden auch für jüngere Zuschauer: ZDF-Chefredakteur Peter Frey



Zum Tag der Pressefreiheit ein Sonderpreis für Can Dündar, Cumhuriyet-Chefredakteur im Asyl: Vorsitzender Michael Busch vom Bayerischen Journalistenverband



Vor der Bundestagswahl: Bayerns Ex-SPD-Chef Florian Pronold und PresseClub-Vorstand Kerstin Tschuck



Wiesn-Legende Richard Süßmeier freut sich über das Bierglas mit seinem Konterfei als Wiesn-Napoleon und Ex-Wiesn-Chefin Gabi Weishäupl sagt „Prosit“



Hüter der Stabilität: Prof. Joachim Wuermeling, Vorstandsmitglied der Deutschen Bundesbank



Jagd- und Tierexperten haben die Schweinepest im Visier (v.li.): Rüdiger Korbel, Mirsolav Vodnansky, John McCarthy, Jagdpräsident Jürgen Vocke, Sven Herzog, Eva-Maria Kern



Das Reformationsjahr 2017 brachte volle Kirchen: EKD-Ratsvorsitzender und Landesbischof Heinrich Bedford-Strohm mit Johannes Minkus (li.), Pressesprecher der Evangelischen Landeskirche

Die Stimme der Passauer Festspiele: Intendant und Bariton Thomas Bauer



Inzwischen wieder in Paris: Frankreichs Generalkonsul Claude Brunet

Herzl für Christian: Gabi Weishäupl schenkt FDP-Chef Christian Lindner ein Lebkuchenherz

Mehr Öko auf den Teller: Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt



Werben in der CSU für Angela Merkel: CSU-Ehrenvorsitzender Theo Waigel, Rosenheims Oberbürgermeisterin Gabriele Bauer, Professor Hans Maier, Landtagspräsident a.D. Alois Glück und Ex-Wirtschaftsminister Erwin Huber.

Schulz-Biograph und Bunte-Redakteur Manfred Otzelberger



Globales Journalisten-Netzwerk: backpack-Gründer Justin Varilek (Mitte), Anja Pross vom NJB und PresseClub-Vize Uwe Brückner

Zeitzeuge der jüngeren bayerischen Erfolgsgeschichte: Ex-Ministerpräsident Edmund Stoiber mit PresseClub-Chef Peter Schmalz

Her Majesty's Voice in Berlin: der britische Botschafter Sebastian Wood



Erstmals in Blau: Münchens  
Polizeipräsident Hubertus Andrä



Herr der Rettungsschirme:  
EWS-Direktor Klaus Regling



Hat Berlin verlassen: ehemalige Landes-  
gruppen-Chefin Gerda Hasselfeldt



Kommt wohlbehütet und gut gelaunt zum PresseClub: Kardinal Reinhard Marx blickt mit Freude  
auf die freundschaftlichen Begegnungen im Reformationsjahr zurück



Stolze Bilanz: Bayern Wirtschafts-  
ministerin Ilse Aigner



Starker Staat: Justizminister  
Wilfried Bausback



Reform gelungen: ADAC-  
Präsident August Markl



Senderumbau und Sparprogramm:  
BR-Intendant Ullrich Wilhelm und  
PresseClub-Vize Anita Bauer-Duré



Entfalten den Mythos Bayern: Direktor Richard Loibl und Projekt-  
leiterin Margot Hamm vom Haus der bayerischen Geschichte





Bayern sagenhaft: Autor Hannes Burger (li.) und Regisseur Joseph Vilismaier



Bayerns Mister Sicherheit: Innenminister Joachim Herrmann



Zeitzeuge mit Ironie und spitzer Feder: Karikaturist Horst Haitzinger



München braucht mehr Schulen: Stadtschulrätin Beatrix Zurek



Putschist oder Bildungsverein: Ercan Karakoyun stellt sein Buch zur Gülen-Bewegung vor



Engagiert für die Pflege: Hermann Imhoff mit PresseClub-Vorstand Kerstin Tschuck



Zieht bald um: Gasteig-Geschäftsführer Max Wagner und PresseClub-Vize Anita Bauer-Duré



Fordert 28-Stunden-Woche: Bayern IG-Metall-Chef Jürgen Wechsler



Adventsfeier mit ehemaligen Chef des Benediktinerordens, Abtprimas emeritus Notker Wolf



Dorle Strobel und Notker Wolf mit Weihnachtsbaum auf dem Marienplatz



Festival des Neuen Heimatfilms: Biennale-Bavaria-International-Mitstreiter (v.li.) Christian Syr, Stephan Barbarino, Sissi Schätz, Prof. Thomas Burnhauser, Johanna Bittenbinder, Günther Knoblauch, Lisa Fitz, Heinz Josef Braun und Peter Syr

Fotos: Johann Schwegfänger, Wolfgang Roucker, Robert Auerbacher, Egon Lippert, Michael Lucan



DFB-Präsident Reinhard Grindel beim TV-Interview



Abschiedsbesuch: Israels Generalkonsul Dan Shaham



Transplantationsexperten Stephan Eschertzhuber und Prof. Stefan Thorban mit PresseClub-Vorstand Taha Karem



Erklärt den Brexit: Britischer Generalkonsul Paul Heardman

## Impressum

PresseClub-Magazin, 22. Ausgabe 2018  
 Herausgeber:  
 Internationaler PresseClub München e.V.  
 Marienplatz 22 · 80331 München  
 Telefon 089/2602-4848  
 Telefax 2602-4850  
 www.presseclub-muenchen.de  
 E-Mail: info@presseclub-muenchen.de  
 Redaktion: Peter Schmalz (Chefredakteur, v.i.S.d.P.),  
 Linda Jessen, Franz Neumeier, Ralf Scharnitzky,  
 Johann Schwegfänger (Fotos)  
 Gestaltung: Herbert Schmid  
 Anzeigen: Angelica Fuss  
 Auflage: 6.000 Exemplare  
 Druck: RCOM Print GmbH, München

# MEIN GLÜCK WIEGT 12 TONNEN.

CARLA SPIELT LOTTO 6aus49  
SEIT 3 JAHREN.



NUR BEIM ORIGINAL:  
GEWINNAUSSCHÜTTUNG  
STAATLICH GARANTIERT.

*Ihr Spiel in guten Händen.*

 **LOTTO**<sup>®</sup>  
Bayern

Spielteilnahme erst ab 18 Jahren. Glücksspiel kann süchtig machen. Infos und Hilfe unter [www.bzga.de](http://www.bzga.de)



Verbindung leben

M



# Wie grün kann ein Flughafen sein?

Wir arbeiten dran: Bis 2030 ist der Flughafen München klimaneutral.  
Erfahren Sie mehr dazu unter [munich-airport.de/klimaneutral](https://munich-airport.de/klimaneutral)

Go  neutral