

Traumjob Gourmet-Kritiker?

Wie tickt ein Chefreporter?

Lust auf Reisen

Interview mit Helmut Markwort

Glanz durch Gloria?

Illustre Gäste im Club

Ohne Papiere bist Du nichts!



www.sskm.de

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



Stadtsparkasse München

Die Bank unserer Stadt.

Inhalt

Editorial: Willkommen im Club!	5
Von Ruthart Tresselt	
Münchener Brückenschläge	6
Von Christian Ude	
Gourmet-Kritiker als Traumjob?	8
Von Martin Schäfer	
Miteinander statt nebeneinander	10
Von Ludwig Faust und Ruthart Tresselt	
Positives nicht gefragt?	13
Von Norbert Matern	
Ohne Papiere bist Du nichts	14
Von Dietmar Schmidt	
Der »kleine« Unterschied	15
Von Werner Wunder	
Frühstarter mit klaren Berufsvorstellungen	18
Von Katia Murmann	
Dr. Georg Schreiber Medienpreis	20
Von Petra Schmieder	
Partnerschaft Nürnberg – Antalya	22
Von Joachim Hauck	
Lust auf Reisen	24
Von Ruthart Tresselt	
PR – Partner der Medien	30
Von Werner Wunder	
Eine ungewöhnliche Idee	32
Von Gerd Brunner	
„Wer nicht vorkommt ist ein Niemand...“	34
Ruthart Tresselt im Gespräch mit Helmut Markwort	
Glanz durch Gloria für Regensburg	36
Von Ludwig Faust	
PresseClub intern	38
Leserbriefe, Neuigkeiten, Quo Vadis PresseClub?	
Wie tickt denn ein Chefreporter?	42
Von Fritz Janda	
Illustre Gäste im PresseClub	44



**Pausen-Defilee
in der
Semperoper
in Dresden**



**Treffen
deutscher
Presse Clubs
in Berlin**



**Publizistik- und
Herwig-Weber-
Preisverleihung
in München**



**FOCUS-Chef
Helmut Markwort**

IMPRESSUM der Ausgabe 2005 des PresseClub Magazins 9
Herausgeber: PresseClub München eV · Marienplatz 22 · 80331 München
Telefon 089/2602-4848 und 4849 · Telefax 2602-4850
Web: www.PresseClubMuenchen.de · Mail: PresseClubMuenchen@t-online.de
Chefredaktion: Ruthart Tresselt
Gestaltung: Wolfgang Struve · info@StruveDesign.de
Druck: Weber Offset GmbH, München
Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Texte: Gerd Brunner, Ludwig Faust, Joachim Hauck, Fritz Janda, Norbert Matern,
Katia Murmann, Ulrich Rohde, Martin Schäfer, Dietmar Schmidt, Petra Schmieder,
Werner Siegert, Ruthart Tresselt, Christian Ude, Werner Wunder.
Fotos: AOK, Martin Barth, Werner Hausmann, Herzog & de Meuron, Presse-
Club München & Regensburg, Gerald Schneider, Johann Schwepfinger, Alice
Springs, Ruthart Tresselt, Wolfgang Maria Weber.

München

Das kostenlose Probeabo der SZ bestellen: 0800/9966996

Süddeutsche Zeitung
No.34
MAGAZIN
24.3.2005

Freitags. Mittendrin.



Willkommen im Club

Von Ruthart Tresselt

„Freiwilliges Engagement und demokratische Teilhabe sind die wichtigsten Kulturelemente der Zivilgesellschaft“ schreibt Dr. Andeas Osner (Bertelsmann-Stiftung) in der Wochenzeitung „Das Parlament“. Ähnlich Hubert Burda in einem SZ-Interview über seinen Verlag: „Es geht um Bewegung, um Innovation und um die Vermeidung von Stillstand.“



Gemeint ist damit, dass Engagement und Teilhabe so zu nachhaltigen Trägern einer lebendigen Demokratie in Staat und Gesellschaft werden. Was für jeden Staatsbürger richtig ist, ist natürlich für jedes PresseClubmitglied besonders wichtig: Engagement zeigen, am Programm teilnehmen und damit die Richtung mitbestimmen.

In den letzten Wochen und Monaten haben wir viel auf den Weg gebracht. Unser Clubmitglied Ulrich Rohde (Management-Akademie) z.B. initiierte mehrere Strategie-Meetings mit dem Vorstand und stellte dabei die Frage: „Welche Vorteile bringt mir eine Mitgliedschaft im PresseClub?“ (Seite 40 „Quo Vadis PresseClub?“). Auch Susanne Himmelsbachs Idee des Nachwuchstutorats ist inzwischen auf einem guten Weg.

Die Vernetzung der in Bayern, in Deutschland, ja weltweit tätigen PresseClubs soll verstärkt werden. In Berlin haben sich die deutschen Clubs

zum „Forum Deutscher PresseClubs“ zusammengeschlossen. Unter dem Motto: „Miteinander statt nebeneinander“ wurden gemeinsame Aktivitäten und jährliche Treffen vereinbart (Seite 10/12).

Parallel dazu wollen die sechs bayerischen

PresseClubs enger zusammenarbeiten; was sich bereits in diesem Magazin manifestiert – so ist der Regensburger PresseClub mit dem Artikel über „Fürstin Gloria und die Medien“ und der Nürnberger PresseClub mit „Partnerschaft Nürnberg-Antalya“ vertreten. Vielleicht wird ja aus dem Münchner PresseClubmagazin bald ein bayerisches Magazin. In diesem Zusammenhang ist interessant, dass uns der renommierte Medienfachverlag Johann Oberauer aus Salzburg (u.a. „Mediummagazin“, „Medizinjournalist“, „Wirtschaftsjournalist“, „Der Österreichische Journalist“) eine enge Zusammenarbeit angeboten hat. Diese Offerte ist sicher auch eine Anerkennung der Qualität unseres Clubmagazins.

Aus Augsburg kam der Vorschlag, weitgereiste Gäste (z.B. aus Berlin oder Brüssel) kurz hintereinander (abends/nächster Vormittag) in Augsburg und München auftreten zu lassen – damit sich die Reise lohnt. Das erhöht die Effizienz für die Gäste und für die Clubs.

Wie beliebt unsere Informationsreisen sind, belegt jedes Mal die Anzahl der Anmeldungen. Nach Rom hätten wir 100 Mitglieder mehr mitnehmen können; in die Baltischen Staaten möchten doppelt so viele Personen mitfahren. Die Teilnehmerzahlen werden aber in erster Linie von Flug- und Hotelkapazitäten vorgegeben. Hinzu kommt, dass sich durch den Zusammenschluss der Clubs zum „Forum Deutscher PresseClubs“ eine Verpflichtung ergibt, deutschlandweit Mitglieder an den Aktivitäten teilhaben zu lassen – besonders wenn es sich dabei auch noch um berichtende Kolleginnen und Kollegen handelt. Diese Mischung ist eine Bereicherung für uns alle.

All' dies zeigt, dass wir uns auf dem Weg zu einem effektiven Dienstleister befinden. Das steht nicht im Gegensatz zu der neuen, schönen Computerwelt. Das Internet ist sicher eine große Chance, birgt aber auch die Gefahr der Isolierung in sich. Deshalb wird die Bereitschaft zum Gespräch und zur Diskussion immer wichtiger. Der PresseClub ist u.a. ein Ort, um Fragen zu stellen und vielleicht Antworten zu finden. Antworten, die im Internet, in den Datenbanken, nicht gegeben werden. Allein schon deshalb sind PresseClubs nicht nur Informationsbörse, sondern Brückenbauer in der Gesellschaft.

Willkommen im Club! Es ist wieder „in“, Mitglied zu sein. ■

Münchner Brückenschläge

Vom Weltereignis Fußball zum Fest für die Münchner
Von Oberbürgermeister Christian Ude

Keine Stadt hat die Chancen, die die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 eröffnet, besser genutzt als München. Einen Tag nach der Entscheidung für die Durchführung der FIFA Fußball-WM in Deutschland hat der Aufsichtsrat der Messe München GmbH die Bewerbung um das Medienzentrum der WM beschlossen, für das München dann auch den Zuschlag erhielt.

Außerdem bedarf München, anders als viele der anderen elf Austragungsorte, keiner erstmaligen Anstrengung, um als Fußballstadt und europäische Metropole, als gastfreundliche und internationale Stadt wahrgenommen zu werden. Dennoch bietet die WM 2006 eine großartige Gelegenheit, den Gästen aus aller Welt vor und während des Turniers die Vorzüge Münchens nahe zu bringen. Dies gilt vor allem für die mediale Vermittlung: Während rund 3,5 Millionen Fußballfans die Spiele im Stadion ansehen, davon ca. eine Million aus dem Ausland, rechnet man mit ca. 40 Milliarden Fernsehschaltungen während der vier Wochen der WM. Bei der Messe München werden vier Hallen, Teile des Eingangsbereiches und Freiflächen zum Medienzentrum ausgebaut. Auch das Internationale CongressCenter München (ICM) soll genutzt werden.



OB Christian Ude freut sich auf jede Menge Herausforderungen

Dabei darf nicht übersehen werden, dass die WM auch ein Fest für die Bürgerinnen und Bürger dieser Stadt sein wird. Deren Begeisterung, Beteiligung und Bereitschaft zum Mitmachen ist notwendige Voraussetzung, um unseren Gästen ein überzeugendes Bild unserer Stadt zu vermitteln.

Aus allen diesen Gründen geht die Stadt mit großem Ehrgeiz an die Erarbeitung eines Begleitprogramms für die WM, das sich an die Gäste der Stadt ebenso wie an ihre Bürgerinnen und Bürger richtet. Mit einem »Brückenschlag« zwischen Vergangenheit und Moderne, zwischen den Fußballweltmeisterschaften 1974 und 2006 in Deutschland, zwischen dem Olympiastadion, in dem die deutsche Mannschaft am 7.7.1974 Weltmeister wurde, und der neuen Arena, in der am 9.6.2006 die FIFA WM 2006 angepfiffen wird, will München die WM zu einem großen Fest machen.

Selbstverständlich wird während der Spiele bis 9. Juli 2006 die Münchner WM-Arena (die FIFA verbietet die Verwendung des Namens Allianz-Arena in Bezug auf die Weltmeisterschaft) im Besonderen weltweites Interesse auf sich ziehen. Hier findet die offizielle Eröffnungsfeier der FIFA vor dem Eröffnungsspiel vor 66.000 Gästen und Millionen von Fernsehzuschauern statt; hier wer-



den weitere drei Vorrundenspiele, ein Achtel- und ein Halbfinale ausgetragen werden.

Unabhängig davon muss es für die Zeit vor und während der WM einen zentralen Ort in München geben, an dem die Gäste, Fans und Münchnerinnen und Münchner die WM 2006 in allen Facetten erleben und feiern können. Hierfür gibt es nur eine Adresse: den Olympiapark. Während andere Städte mühsam »WM-Parks« konstruieren müssen, hat München bereits den idealen Ort. Entsprechend dem Slogan der WM 2006 »Die Welt zu Gast bei Freunden«, soll im Olympiapark ein Veranstaltungsmix aus Sport, Unterhaltung, Musik, Kultur und natürlich Live-Übertragungen der WM-Spiele präsentiert werden. Vier Wochen lang kann dort eine WM-Party mit Musikbühnen, Gastronomie, Souvenir-Verkauf etc. gefeiert werden.

Eine Strategie dafür, die Chancen der WM für München bestmöglichst zu nutzen, muss jedoch über dieses Ereignis hinausgreifen. Die FIFA WM 2006 ist nicht das einzige Großevent, das in den nächsten Jahren die Aufmerksamkeit der Welt auf München lenken wird. 2005 die Bundesgartenschau – 2006 die Fußball-WM – 2008 die 850 Jahrfeier der Gründung Münchens – 2010 die Feier von 200 Jahren Oktoberfest – das sind die vier Pfeiler für die Brücke, die München durch das erste Jahrzehnt dieses Jahrhunderts schlägt. ■

Wir bieten mehr als hin und her



Mit bequemen Verbindungen zu über 220 Flugzielen in aller Welt empfiehlt sich der Flughafen München als Airport der europäischen Spitzenklasse. Neben den an- und abreisenden Passagieren nutzen auch immer mehr Umsteiger diese hochmoderne Infrastruktur. Während im Terminal 1 über 70 Airlines ihre Dienste im sogenannten „Punkt-zu-Punkt-Verkehr“ anbieten, wurde das Terminal 2 auf die spezifischen Anforderungen des Drehscheibenverkehrs ausgerichtet. Eine Erfahrung teilen die Reisenden gleichwohl in beiden Terminals: Es gibt hier soviel zu schauen, schlemmen und shoppen, dass die Zeit viel zu schnell vorübergeht. Da ist es kein Wunder, dass die meisten Fluggäste vom Flughafen München einfach „hin und weg“ sind.

Gourmet-Kritiker als Traumjob?

Essen und Trinken kann ganz schön anstrengend sein.
Von Martin Schäfer



Einfach paradiesisch ist das Leben eines Gourmet-Kritikers. Er isst sich in dienstlichem Auftrag durch die besten Restaurants - und wird dafür von der Redaktion auch noch bezahlt. Ein Traumjob also. Das bißchen Fachwissen, das man zur Ausübung des Berufs braucht, lässt sich leicht durch die Lektüre einschlägiger Fachzeitschriften aneignen. So weit das gängige Vorurteil.

Nichts daran stimmt. Paradiesisch ist es weiß Gott nicht, Abend für Abend die deutsche kulinarische Landschaft einem Härtestest zu unterziehen. Je populärer das Thema Essen und Trinken in den Medien wurde, desto herber die Enttäuschungen, die man bei den Streifzügen durch angebliche Fresshochburgen, Wirtshäuser, Bistros und Vorstadtkneipen erlebt. Eigentlich müsste man Schmerzensgeld dafür bekommen. Auch wenn wir derzeit eine Epoche der sogenannten Eventkultur erleben, in der schon die Eröffnung einer Würstlbude zum Großereignis hochstilisiert wird - mit kulinarischem Fortschritt hat das meist herzlich wenig zu tun. Das durchschnittliche Niveau in deutschen Restaurantküchen sinkt derzeit wie der Aktienkurs. So gesehen ist der Tester, der es auf sich nimmt, sich durch die Gastro-Szene zu essen, kein Paradiesvogel sondern eher ein armer Hund. Denn nur ganz gelegentlich hat er Glückserlebnisse bei seinen Exkursionen in das Reich der Gänseleberpasteten, Schmorbraten oder Hummertöpfe.

Dabei gehört es keineswegs zum Berufsbild eines Gourmet-Kritikers, dass er sich nur in den anerkannten und von allen hochgejubelten Schlemmer-Oasen herumtreibt. Wenn er seinen Job ernst nimmt, setzt er sich auch an die Tische der einfachen bürgerlichen Wirtshäuser. Das tut er im übrigen schon deshalb sehr gern, weil er sich hier ein klares Bild von den derzeitigen Ess-Gewohnheiten verschaffen kann. Wer über gratiierte Venusmuscheln oder Filetspitzen in Morchelsauce schreibt, sollte auch wissen, wie ein guter Schweinsbraten mit Semmelknödel zur Delikatesse werden kann oder wie hinreißend gelegentlich eine gut gemachte Kartoffelsuppe schmeckt.

Um die wahren Geheimnisse einer guten Küche beschreiben zu können, genügt es natürlich nicht, sich auf das inzwischen schon ausgelutschte Repertoire von schicken Formulierungen zu verlassen. Das ödet den Leser an. Er will schließlich präzise wissen, was ihn in einem empfohlenen Lokal erwartet. Mogelt sich der Gourmet-Kritiker mit flotten Sprüchen über die Runden, hat er seinen Beruf verfehlt. Mit seichten Allgemeinplätzen ist kein Blumentopf zu gewinnen.

Noch fehlt die Antwort auf die Frage: Weshalb befindet sich die Qualität der deutschen Wirtshauskultur im Sinkflug? Die derzeitige Krise in der Gastronomie hat mehrere Ursachen. Eine davon sind die immensen Unkosten, die heute ein Wirt zu ver-

kraften hat. Der Aufwand für qualifiziertes Personal, für Lohnnebenkosten, für hochwertige Grundprodukte ist beträchtlich. Um dennoch Gewinn zu erwirtschaften, weichen viele Gastronomen auf ungelerntes Personal aus, verwenden schlechte, weil billigere Zutaten beim Kochen. Die klare Folge: Das Niveau sinkt.

Dazu kommt, dass viele Abenteuerer sich auf die Gastronomie stürzen, weil sie hier schnelles Geld vermuten. Das geht nur in Ausnahmefällen gut. Denn die meisten Seiteninsteiger machen sich keine konkreten Vorstellungen von ihrem neuen Beruf. Das Defizit an handwerklich soliden Grundkenntnissen führt oft ins Desaster. Der Gast wendet sich mit Grausen, wenn er sich der Scharlatanerie bewusst geworden ist. Das ist dann der Punkt, an dem der Gastro-Kritiker einschreiten muss. Zu seiner Aufgabe gehört es, die Spreu vom Weizen zu trennen - auch wenn er Gefahr läuft, beschimpft und verflucht zu werden. Das gehört zum Berufsrisiko.

Lässt sich der Gourmet-Journalist von Restaurantchefs bestechen? Die Gefahr kann groß sein, wenn sich ein Journalist als allzu willfähriger Schönreiber zu profilieren versucht. Die Gefahr ist aber sofort gebannt, wenn man sich an die eherne Grundregel hält. Die schreibt vor, dass man sich niemals einladen lässt, sondern die Rechnung immer selber bezahlt. Das hebt die Unabhängigkeit. ■

Helles München



GUT, BESSER, PAULANER.

Miteinander statt nebeneinander

**Die deutschen PresseClubs wollen im „Forum Deutscher PresseClubs“ zusammenarbeiten.
Von Ludwig Faust und Ruthart Tresselt**

Vom Frankfurter PresseClub (am Main) ging die Initiative aus. In den Jahren 2003 und 2004 riefen die Frankfurter (unter der Federführung ihrer Geschäftsführerin Monica Weber-Nau) und immer mehr kamen: aus allen Teilen der Republik reisten Vorstandsmitglieder an, um über Gemeinsamkeiten und eine eventuelle Gründung eines Dachverbandes zu diskutieren.



Alle auf einmal: die Vorstände der deutschen Presse Clubs

Foto: Johann Schwepfinger

Beschlossen wurde ein 3. Treffen der PresseClubs am 12. November 2004 in Berlin. Diesmal vom Märkischen Presse- und Wirtschaftsclub ausgerichtet. Zur Vorbereitung dieser Tagung traf sich in Regensburg eine fünfköpfige Arbeitsgruppe (aus Berlin, Bonn, München, Frankfurt und Regensburg), um ein Diskussionspapier für das Berliner Treffen auszuarbeiten. Parallel dazu trafen sich Vertreter der 6 bayerischen PresseClubs in München. Es rührt sich also etwas im deutschen PresseClubwesen. Dabei könnten die Unterschiede zwischen den Clubs nicht größer sein. Da gibt es Clubs wie den Münchner und Frankfurter mit ganztägig besetzter Geschäftsstelle, eigenen Räumen und fast täglichen Veranstaltungen neben solchen, die sich hin und wieder in einem Lokal treffen um Meinungen auszutauschen.

In Berlin trafen sich Vertreter aus 20 PresseClubs und verabschiedeten nach einer ausführlichen Diskussion folgende Ergebnisse:

1. Name und Mitarbeit

- 1.1. Die Teilnehmer beschließen einstimmig für den Zusammenschluss der deutschen Presseclubs den Namen „FORUM DEUTSCHER PRESSECLUBS“
- 1.2. Der Name darf nur komplett ausgeschrieben verwendet werden.
- 1.3. Eine Name-Bild-Marke wird beim nächsten Treffen vorgestellt. Die Federführung übernimmt der Mitteldeutsche Presseclub zu Leipzig.
- 1.4. Das Forum nimmt seine Arbeit zunächst ohne formelle Festlegung z.B. in Form eines eingetragenen Vereins auf.
- 1.5. Jeder teilnehmende Club am Forum hat nur eine Stimme.
- 1.6. Die Selbständigkeit jedes einzelnen Clubs bleibt unangetastet.
- 1.7. Für eine Mitarbeit kommen nur Clubs in Frage, die den Status eines eingetragenen Vereins haben. Im Zweifelsfall entscheidet das Forums-Plenum mit einfacher Mehrheit. Clubs, die an einem der drei bisherigen Treffen teil genommen haben, sind Forumsmitglieder. Anträge auf Neuaufnahme können bei Monica Weber-Nau gestellt werden. Über die Aufnahme entscheidet das nächste Forumsplenum.
- 1.8. Die vorläufige Geschäftsstelle übernimmt der Frankfurter Presseclub. Ansprechpartnerin ist Monica Weber-Nau.

2. Inhalte

- 2.1. Die Arbeit und Aktivitäten des Forums orientieren sich an der Prämisse „Wahrung journalistischer Qualität“ und an den „ethischen Grundsätzen des Journalismus“.
- 2.2. Die Teilnehmer tauschen ihre Erfahrungen aus.
- 2.3. Das Forum fördert die Vernetzung der einzelnen Clubs und intensiviert die Kommunikation unter den Mitgliedern. ▶



Ist ein eigenes Kinderzimmer wirklich spießig?



**Ob Zimmer oder Haus –
finanzieren Sie mit uns
Ihren Traum!**

Bausparen klingt vielleicht etwas spießig – eröffnet aber spannende Möglichkeiten. Ob Kinderzimmer, Wohnung oder eigenes Haus – die Finanzierung mit einem LBS-Bausparvertrag ist langfristig zinssicher, fest kalkulierbar und mit staatlichen Prämien gefördert*. Sprechen Sie jetzt mit Ihrem Finanzierungs-Berater in über 100 LBS- und 3.000 Sparkassen-Geschäftsstellen bayernweit.

* Es gelten Einkommensgrenzen.

www.lbs-bayern.de

Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.

Sparkassen-Finanzgruppe

3. Gemeinsame Aktivitäten des Forums

- 3.1. Die Forumsmitglieder treffen sich mindestens ein Mal pro Jahr zum Forumsplenum. Das Plenum legt den Ort fest.
- 3.2. Die Organisation der Forumstreffen übernimmt der Club vor Ort, die Teilnehmer tragen ihre Kosten selbst.
- 3.3. Als eine erste Kommunikationsgrundlage dient die gemeinsame Internet-Plattform unter der Adresse www.forum-deutscher-presseclubs.de. Ein entsprechender Internet-Auftritt ist bereits unter Federführung des Presseclubs Nürnberg freigeschaltet. Er wird durch die Adresse des Frank-



Arbeitstagung in Berlin

Foto: Johann Schwepfnger

furter Presseclubs als Anlaufstelle ergänzt. Als Inhalte werden zunächst Namen und Adressen aller teilnehmenden Clubs eingetragen und auf die eigene Homepage verlinkt. Zudem werden die Tagungsergebnisse auf der Homepage veröffentlicht. Der Presseclub Nürnberg und der Mitteldeutsche Presseclub kümmern sich um die Erarbeitung eines geeigneten Informationsmediums auf der Internet-Basis.

- 3.4. Die Forumsmitglieder informieren sich regelmäßig über ihre Aktivitäten.
- 3.5. Gemeinsame Veranstaltungen wie z.B. Reisen werden für andere Forumsmitglieder geöffnet.
- 3.6. Die Clubs geben sich Hilfestellung bei Anfragen von Forumsmitgliedern.
- 3.7. Die Mitglieder aller teilnehmenden Clubs haben die Möglichkeit, an Veranstaltungen aller Forumsmitglieder nach Anmeldung teil zu nehmen.

Voraussetzung ist, dass die jeweiligen Satzungen und Gepflogenheiten eine solche Teilnahme zulassen.

4. Anregungen aus der Arbeitsgruppe für das nächste Plenum

- 4.1. Das Forum arbeitet spezielle Angebote für interessierte Fachjournalisten aus (Wirtschaft, Politik, Sport usw.)
- 4.2. Das Forum richtet jährlich eine gemeinsame, bundesweite Veranstaltung aus. Als fester Termin wird der 3. Mai, der „Tag der Pressefreiheit“, vorgeschlagen. Inhaltlich orientiert sich jede Veranstaltung an einem aktuellen Thema, das für den Berufsstand der Journalisten wichtig ist. Im Rahmen dieser Veranstaltung wird ein Preis an eine Person oder Institution verliehen, die sich um das Thema „Pressefreiheit“ verdient gemacht hat (z.B. Lebenswerk eines Journalisten im Sinne der Pressefreiheit, Eintreten eines Verlegers für Pressefreiheit, Anstoß für eine Gesetzgebung im Sinne der Pressefreiheit).
- 4.3. Gemeinsam herausgegebenes Magazin, bei dem jeder teilnehmende Club Umfang und Inhalt individuell zuliefert. Die Klammer bildet ein gemeinsam gestalteter Mantelteil.
- 4.4. Für einen aktiven Erfahrungsaustausch zwischen den jährlichen Treffen des Forumsplenums kann noch ein Kommunikationsmittel eingeführt werden. Neben der gemeinsamen Internet-Plattform und die regelmäßige Versendung der Informationen der einzelnen Clubs an alle anderen könnte dies ein Info-Letter sein.

5. Treffen 2005

- 5.1. Nächstes Treffen findet vom 8. bis 10. Juli in Köln statt. Die Organisation übernimmt der Kölner Presseclub unter der Leitung der Vorsitzenden Dr. Hildegard Stausberg.
- 5.2. Anregungen für die Themen sammelt und sortiert Monica Weber-Nau. Bei Bedarf übernimmt eine Arbeitsgruppe die Auswahl der Tagesordnungspunkte.
- 5.3. Für das Referat beim Treffen in Köln wird ein journalistisches Thema vorgeschlagen. Die Auswahl des/der Referenten/in übernimmt der ausrichtende Club. ■

Positives nicht gefragt?

Von Norbert Matern

Trotz seiner mehr als zweihundert Veranstaltungen pro Jahr hat sich der PresseClub über mangelnden Besuch nicht zu beklagen. Ob Politik, Wirtschaft oder Gesundheit, die Themen werden angenommen und publiziert. Geht es dabei um Mängel, Fehler bei „denen da oben“, nimmt



das Interesse spürbar zu. Leider kümmern sich die lieben Kollegen eher um Negatives als um das Erfreuliche in unserem Leben. Es geht um das Aktuelle. Politische Visionen und Planungen, die zu kennen der Bürger einen Anspruch hat, die auch so oft gefordert werden, finden kaum Gehör.

Buchpräsentationen im Club sind beliebt, wenn es um eher reißerische Titel geht. Heißt es „Was die Welt schön macht“ ist der innere Kern des Clubs da, von den Münchner Zeitungen hat niemand Zeit. Der Bayerische Rundfunk -Fernsehen- kann in Ruhe drehen. Es lohnt sich nämlich: Laudator des neuen Bildbandes mit prächtigen Aufnahmen vom Tegernsee ist einer von Münchens bekanntesten und beliebtesten Geistlichen: Benediktinerabt Odilo Lechner und Buchautor -wenn auch nicht selbst in München- der einstige Erzbischof und heute der zweite Mann nach dem Papst in Rom, Joseph Kardinal Ratzinger.

Clubmitglied und Chef der Münchner Messe, Manfred Wutzlhofer, weiß positiv über die wachsende Wirt-

schaftskraft Bulgariens zu berichten. Er schätzt die derzeitige Wirtschaftsministerin und Vizepremierministerin und rühmt ihre Qualifikation. Zusammen mit Wirtschaftsminister Otto Wiesheu war sie im Club. Welche

Gelegenheit, Vorurteile abzubauen und den Meinungs austausch zu pflegen. Die Münchner Medien? Fehlanzeige, anwesend sind nur osteuropäische Kollegen. In Sofia haben die Münchner keine eigenen Korrespondenten. Dabei ist Bulgarien auf Grund seiner Beziehungen zu Coburg Bayern besonders nah.

Kiew ist die Partnerstadt Münchens, die Ukraine das Partnerland Bayerns. Auf dem Höhepunkt der ukrainischen Krise berichteten Wahlbeobachter und Wissenschaftler des Osteuropainstituts zu abendlicher Stunde im Club. Die Stühle reichten nicht, die Besucher standen bis zum Aufzug, einige von ihnen waren per Handy direkt mit den Demonstranten in Kiew verbunden. Es herrschte Live-Atmosphäre. Wer aber fehlte: Die Münchner Medien. Erst drei Tage später brachte die SZ eine Reportage über Ukrainer in München und Clubmitglied Stadtrat Michael Leonhart war wohl der erste, der überhaupt auf die Partnerschaft zu Kiew hinwies. In den Münchner Zeitungen war darüber vorerst nichts zu lesen.

„Sind wir zu negativ?“ fragte schon vor Jahren Clubmitglied Intendant Udo Reiter in einem Kommentar des Bayerischen Rundfunks. Seine Frage ist auch heute noch mit einem klaren „ja“ zu beantworten. Wir Journalisten tragen zu einer erheblichen Verunsicherung der Leser, Hörer und Zuschauer bei. Nehmen wir ein Beispiel: Die Nachrichten. Wer morgens Radio hört, vernimmt oft die dieselben Horrornachrichten mit denen er abends ins Bett gegangen ist. Manches davon ereignete sich tausende von Kilometern von Bayern entfernt. Natürlich soll nichts unterschlagen werden. Aber gibt es nichts aus Wissenschaft und Kultur zu melden? Geschieht nichts in der Forschung bei Max-Planck-Institut, Fraunhofer Gesellschaft, Akademie der Wissenschaften, unseren weit über Bayern hinaus berühmten Universitäten? Muss das nur auf den Wissenschafts- und Kulturseiten oder Rubriken veröffentlicht werden? Wären neue Ergebnisse nicht etwas Positives?

Clubmitglied Oberbürgermeister Christian Ude beklagte bei der Verleihung des Publizistikpreises der Landeshauptstadt und der Herwig-Weber-Preise mangelnde Professionalität von ins Rathaus kommenden freien Kolleginnen und Kollegen. Und wir sind so stolz auf unsere Journalistenschule, die Film- und Fernsehakademie, die Fernsehhochschule, Akademie der Bayerischen Presse und die Kommunikationswissenschaften an der Universität, die Journalistenzusatzausbildung der Kirchen und Parteien.

Und noch ein Letztes: Unser PresseClub möchte stilbildend wirken. Wer sein Äußeres vernachlässigt, wird entsprechend behandelt. Kameraleute bei der Jahresabschlusspressekonferenz der Münchner Messe arbeiteten im gut geheizten Saal mit Mützen auf dem Kopf. Ist das unser Berufsbild? ■

Ohne Papiere bist Du nichts

PresseClub und Landeshauptstadt verleihen Herwig-Weber-Preis und Publizistik-Preis gemeinsam
Von Dietmar Schmidt

Fast vierhundert Festgäste waren am 6. Dezember 2004 in den Alten Rathausaal in München gekommen. Erstmals wurde der Herwig-Weber-Preis des PresseClubs in einer gemeinsamen Feier zugleich mit dem Publizistik-Preis der Landeshauptstadt München verliehen.



Der Publizistik-Preis geht an Verleger Dr. Dirk Ippen, li. Laudatorin Maria von Welser, re. OB Christian Ude

Foto: Johann Schwepfänger

Diese Zusammenlegung war im PresseClub nicht unumstritten, aber es hat sich an diesem Abend gezeigt, dass es der richtige und zukunftsweisende Weg ist, den wir beschritten haben. Bei der Mitgliederversammlung im Frühjahr waren durch die notwendigen Änderungen der Satzung für den Herwig-Weber-Preis die Weichen dafür gestellt worden. So wurde u.a. der Turnus der Preisverleihungen von zwei auf drei Jahre geändert und damit dem Verleihungsrhythmus

des Publizistik-Preises angepasst. Neu konstituiert wurden auch das Kuratorium, das insbesondere für die Finanzierung des Preises zuständig ist und die Jury, die die Preisträger auszuwählen hat.

Die beiden Preise unterscheiden sich ein bisschen: der Publizistik-Preis der Landeshauptstadt wird für ein Lebenswerk verliehen, der PresseClub hingegen zeichnet aktuelle journalistische Arbeiten über München aus, die nach dem 1. Juli 2002 in Zeitungen oder Zeitschriften, im Rundfunk oder Fernsehen publiziert wurden.

Der Herwig-Weber-Preis ist rund zwanzig Jahre älter als der Publizistik-Preis der Landeshauptstadt. Er wurde erstmals 1973 verliehen. Dr. Herwig Weber, München-Korrespondent der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, nach dem der Preis benannt ist, war von 1961 bis zu seinem frühen Tod im Februar 1969 Vorsitzender des PresseClubs. Die Preisträger des ersten Jahres waren Alois Weichselgartner (1. Preis), Gerhard Tomkowitz und Dr. Toni Meissner (2. Preise) und Dr. Rudolf Großkopf (Sonderpreis), Namen, mit denen manche Leser Erinnerungen verbinden. Der Publizistik-Preis der Landeshauptstadt wurde erstmals 1992 verliehen. Erster Preisträger war

Erich Kuby, es folgten Herbert Riehl-Heyse (1994), Maria von Welser (1996), Anneliese Friedmann (1998), und Dieter Hanitzsch (2001).

Der Publizistik-Preis für 2004 ging an den Münchner Verleger Dr. Dirk Ippen, der durch sein „kluges verlegerisches Handeln auf Dauer Arbeitsplätze für Journalisten erhalten und die von ihm verlangte journalistische Qualität sichern konnte“ so die Jury und die Laudatorin Maria von Welser formulierte: „Er sieht das Ganze, die Zeitung und den Erfolg, die Journalistinnen und Journalisten zusammen mit den Verlagsmachern Hand in Hand. Und das wichtigste ist ihm: die gute Geschichte. Das Verhältnis zwischen Verlag und Redaktion hält er für eine Ur-Ehe, in der beide das gleiche Ziel haben, dass ihr Produkt von möglichst vielen gelesen wird.“ Der Publizistik-Preis der Stadt ist mit 10.000 Euro dotiert. Ippen legte noch einmal soviel dazu und stellte das Geld der Helmut-Stegmann-Stiftung zur Förderung junger Journalisten zur Verfügung.

Der PresseClub hatte den Herwig-Weber-Preis vorsichtshalber nur mit 5.000 Euro ausgeschrieben, es war aber unser Ehrgeiz, wenn es irgendwie möglich sein sollte, in der Dotierung mit der Stadt gleichzuziehen. Das Kuratorium, an der Spitze der neue Vorsitzende Klaus Josef Lutz, Geschäftsführer des Süddeutschen Verlages, hat Gelder in Höhe von insgesamt 10.500 Euro

weiter auf Seite 16

Der ‚kleine‘ Unterschied

Von Werner Wunder

Psychologen sagen, dass Frauen beim Nachdenken mehr Daten verwerten als Männer, diese schneller verbinden und zu komplexeren Modellen ordnen. Sie berücksichtigen bei Entscheidungen mehr Variablen und sehen für das jeweilige Problem eine größere Bandbreite an Lösungsmöglichkeiten. Männer kommen zu Entscheidungen, indem sie als sachfremd erkannte Daten aussortieren und nur als relevant erkannte Daten analysieren. Helen Fisher benennt im Aventis-Magazin FUTURE die weibliche Denke ‚vernetztes Denken‘, die männliche ‚Stufendenken‘.

Gutes Artikulationsvermögen, Wortgedächtnis und die Begabung, schnell das richtige Wort zu finden und andere Sprachbegabungen sind Attribute, die weitgehend Verbindung mit dem weiblichen Hormon Östrogen stehen. Untersuchungen zeigen, dass diese Fähigkeiten sich im Verlauf des Monatszyklus verändern und am besten ausgeprägt sind, wenn der Östrogenspiegel seinen höchsten Wert erreicht. Diese, für Kommunikationsberufe besonders hilfreichen und notwendigen Eigenschaften, sind also weiblich? Das ist eine interessante Frage, denn sie bietet eine der möglichen Antworten, warum zunehmend Frauen sich für Kommunikationsberufe entscheiden. Immer mehr Frauen arbeiten heute sehr erfolgreich in PR-Berufen und in den Medien. In meinen Seminaren an der Otto-Friedrich-Universität, Bamberg hatte ich vor etwa 12 Jahren bei 30 Teilnehmern vier bis sechs Studentinnen, heute besuchen bei 30 Hörern drei, vier Studenten das Seminar. Dies wird auch durch eine in 40 Ländern durchgeführte UN-Untersuchung bestätigt, die ergab, dass 50 % der Studierenden in den Kommunikationsfächern weiblich sind.

Nicht weniger bedeutsam für Kommunikationsberufe sind zwischenmenschliche Fähigkeiten, die z.T. ebenfalls im Zusammenhang mit Östrogen stehen. Diese ‚ausführenden sozialen Fähigkeiten‘: Stimmungen, Gefühlsregungen, und Minenspiel in allen Graden zu erfassen, prädestinieren Frauen für Kommunikationsaufgaben. Mit großer Geduld stellen und beantworten sie Fragen und mit höherer emotionalen Sensibilität hören sie zu. Sie stellen positive Beziehungen her und möglicherweise liegt es am weiblichen Netzdenken, dass Frauen dazu neigen, eine Aufgabe in einen größeren Kontext zu stellen und alle potentiell daran beteiligten Faktoren zu berücksichtigen.

Natürlich sind's nicht nur Hormone, die Frauen für bestimmte Berufe besonders geeignet machen, aber die Kommunikationsberufe sind's, in welchen diese durch Hormone geförderten ‚weiblichen‘ Eigenschaften besonders gefragt sind. ■

Bayerische Beamten
Versicherungen

Für Sie
treffen
wir ins
Schwarze!

1997 Volltreffer
BBV-Kompakt-Police

2000 Volltreffer
BBV-Unfall-Police
INDIVIDUAL

2002 Volltreffer
BBV-Notfall-Programm

Von uns bekommen Sie immer zielgenau die Versicherungsleistungen, die Sie brauchen. Unsere optimale Kundenorientierung hat uns die Zeitschrift **Capital** schon drei Mal bestätigt – mit dem Produkt-Innovationspreis für Versicherungen.

Nutzen Sie unser Programm – entdecken Sie Ihre Vorteile!

Mehr über unsere innovativen Leistungen erfahren Sie unter
Telefon 01801/228 357
oder im Internet
www.bbv.de

BBV *Offen für alle*
Bayerische Beamten Versicherungen

Fortsetzung von Seite 14
beschaffen können. Der PresseClub bedankt sich bei den Förderern: Bayerischer Journalistenverband, Bayerische Landeszentrale für neue Medien, Bayerische Staatskanzlei, Münchner Zeitungs-Verlag, Süddeutscher Verlag, Verband der Bayerischen Metall- und Elektro-Industrie.

Die Jury hatte insgesamt 39 Arbeiten zu sichten und zu begutachten. Sie kam zu dem Ergebnis, nicht einen ersten, zweiten und dritten Preis zu vergeben, sondern drei gleichberechtigte Preise, dotiert mit je 3 500 Euro. In ihrer Entscheidung hat die Jury neben der hervorragenden Darstellung und dem Thema in seinem Mün-

Andrea Schlaier wurde für eine Artikelserie im Lokalteil der Süddeutschen Zeitung ausgezeichnet. Sie hat in Reportagen und Hintergrundberichten Schicksale von illegal in München lebenden Menschen und ihre Probleme dargestellt. „Leben in der Zwischenwelt“ ist der Titel eines der prämierten Beiträge „Unsichtbar in der Großstadt“ „Ohne Papiere bist Du nichts“, „Münchens heimliche Schüler“ sind andere überschrieben. Ihr ist es gelungen, Menschen, die eine Strafverfolgung oder die Abschiebung fürchten, zum Gespräch zu bringen. „Die Tarnung ist perfekt“ sagt Andrea Schlaier. Die Jury würdigte die journalistisch exzellente Darstellung dieses

„In München, Hackenstraße 7, liegt unsere Redaktion. Nebenan heißen die Friseure Artdirektoren, gegenüber kostet ein Espresso 2 Euro 30. Den Leuten hier geht es also gut. Dachten wir. Bis wir sie einmal genauer gefragt haben. „Es geht um Ladenschließungen, um Personalabbau bei einer Bank, deren Personalchef die „hohe Qualität der Kündigungen“ hervorhebt, um Arbeitslosigkeit und die Folgen für die Menschen. Die Jury würdigte den Ansatz, die sozialen Probleme, den Abbau des Sozialstaates ausgehend vom Wohnumfeld der Redaktion in der Hackenstraße darzustellen, würdigte darüber hinaus die hervorragende Art der Darstellung, die umfangreiche Recherche und natürlich den unübersehbaren München-Bezug.

Stefanie Meyer-Negle und Peter Kveton haben in einem knapp einstündigen Hörfunk-Beitrag für den Bayerischen Rundfunk „Der Hexenkessel – schwere Geburt und schnelles Wachstum der Allianz-Arena“ die Entstehung, Hintergründe und das Werden des neuen Münchner Fußballstadions dargestellt. Erstmals ausgestrahlt wurde die Sendung am 23. Mai 2004 im Bayerischen Rundfunk. Das Thema wird in allen Facetten ausgeleuchtet, mit einer Unmenge von Recherchen und sehr vielen O-Tönen, nicht nur zustimmenden, sondern auch kritischen und selbstkritischen. Peter Kveton hat für diese Sendung drei Jahre lang O-Töne gesammelt. Die Jury würdigte hier die riesige und sorgfältige Rechercheleistung, die vielen Hintergründe, die in dieser Sendung vermittelt werden, die Art der Darstellung, die sich durch kritische Distanz und „tolle Texte“ auszeichnet.

Die Preise wurden vom Vorsitzenden des PresseClubs Dr. Norbert Matern und vom Vorsitzenden des Kuratoriums Klaus Josef Lutz überreicht. ■



Die Herwig-Weber-Preisträger Peter Kveton, Stefanie Meyer-Negle, Jan Heidtmann und Andrea Schlaier mit Clubvorsitzendem Dr. Norbert Matern

Foto: Johann Schwepfinger

chen-Bezug auch die umfangreiche und sorgfältige journalistische Recherche gewürdigt und wollte hier ein Zeichen setzen.

„Wir haben nur etwas genauer gefragt“ sagte dann auch Andrea Schlaier, die für die Preisträger die Dankesworte sprach. Zuvor hatte Jury-Vorsitzender Dietmar Schmidt in seiner Laudatio die Preisträger vorgestellt.

verdrängten Themas, das sehr aufwändig recherchiert ist. Ein Thema, das sonst in München so nicht behandelt wird und wegen der spezifischen Beschreibung der Strukturen münchenspezifisch ist.

Um Menschen in München geht es auch bei Jan Heidtmann. „Kennen wir uns nicht?“ ist der Beitrag im SZ-Magazin vom 24. Dezember 2003 überschrieben. Im Vorspann ist dort zu lesen



Ein Stück Bayern.

Wir haben Tradition: Die Qualität unserer Energieversorgung ist aus der Erfahrung von über 100 Jahren Stromgeschichte in Bayern gewachsen. E.ON Bayern ist Qualität aus Bayern.

www.eon-bayern.com
www.eon.com

e-on | Bayern

Frühstarter mit klaren Berufsvorstellungen

Nachgefragt bei vier Nachwuchsjournalisten
Von Katia Murmann

Klischees gibt es genug: der rasende Reporter, der Tag für Tag neue Skandale aufdeckt. Die Society-Journalistin, die von einer Jet-Set-Party zur nächsten hechtet. Und der Fernseh-Moderator, der mit den Schönen, Reichen und Wichtigen dieser Republik auf Du-und-Du ist. Gerade wegen dieser Klischees? Stellen sich angehende Journalisten so ihren Beruf vor? Was erwarten sie?

Markus Kaiser, 26 Jahre

Redakteur bei der Nürnberger Zeitung

„Für mich ist Journalismus ein aufregender und sehr interessanter Beruf, eine gute Mischung zwischen Bürojob und draußen arbeiten. Es reizt mich, immer am Puls der Zeit zu sein, nah dran an den Neuigkeiten. Ich habe bei der Schülerzeitung angefangen und mit 17 meine ersten Texte für die Nürnberger Zeitung geschrieben.“

So habe ich schon früh gesehen, wie Journalisten arbeiten. Platz für überzogene Vorstellungen war da nicht. Jetzt, da ich selbst Redakteur bin, ist der Beruf eigentlich so, wie ich es mir vorgestellt habe. Mich enttäuscht allerdings, dass generell so wenig recherchiert wird. Früher hatte ich gedacht, dass Journalisten viel mehr recherchieren. Ich selbst recherchiere gerne und bin froh, dass ich

bei der Nürnberger Zeitung Zeit dafür habe.“

Barbara Sabel, 21 Jahre

Praktikantin bei der Messe Nürnberg

„Als ich angefangen habe für unsere Lokalzeitung zu schreiben, hatte ich noch den idealistischen Gedanken, dass ich Skandale aufdecken könnte. Das Erwachen kam, als ich mich bewusster mit den Medien beschäftige. Heute möchte ich auf jeden Fall auf Unrecht hinweisen, wenn es passiert.“



Journalist sein heißt für mich auch Sprachrohr sein. Ich mag die Arbeit mit der Sprache. Später möchte ich im Bereich Politik als Journalistin arbeiten. In einer anständigen Redaktion, in der ich einen guten Posten habe. Im Stress will ich aber nicht untergehen.“

Eva Werner, 29 Jahre

Print- und Radio-Journalistin in München

„Ich habe mit 23 Jahren angefangen, neben dem Studium für eine Lokalzeitung zu schreiben. Davor hatte ich eigentlich keine konkreten Vorstellungen davon, was es heißt, Journalistin zu sein. Interessiert hat mich der Beruf schon immer, ich habe vor allem

die Auslandskorrespondenten im Fernsehen bewundert.“

Eigentlich wollte ich Lehrerin werden, aber während eines Auslandssemesters in England habe ich gemerkt, dass ich etwas Kreativeres machen möchte. So bin ich zum Journalismus gekommen. Das Material, das man bei Recherchen sammelt, ist für mich wie eine Knetmasse, die man formen kann. Dabei kommen ständig neue Sachen heraus. Ich hoffe, dass mein Beruf mir immer wieder Neues bietet, dass es nie langweilig wird. Und dass die Herausforderung, gute Arbeit zu machen, immer bestehen bleibt.“



Fotos: M.Barth

Daniel Halder 25 Jahre

Schüler der Dt. Journalistenschule
und Mitarbeiter bei Radio Prima 1

„Ich wollte schon immer Radio machen. Als Jugendlicher habe ich mehr Radio gehört als fern gesehen. Trotzdem habe ich als Schüler erst mal angefangen, für unsere Lokalzeitung über Sport zu schreiben.“

Nach dem Abitur war ich dann Praktikant bei einem Radiosender. Die Arbeit war genau so, wie ich es mir vorgestellt hatte. Später will ich einmal bei einem größeren Radiosender eine schöne Funktion haben. Was ich genau machen will, weiß ich noch nicht. Eigentlich würde ich ganz gern moderieren“

Reform-Dschungel: Wir holen Sie da raus!

Kommen Sie zu uns,

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

Darüber hinaus

wird der Sozialverband VdK auf politischer Ebene weiterhin seinen Einfluss geltend machen, damit soziale Gerechtigkeit und Solidarität nicht auf der Strecke bleiben.

Aber der VdK bietet noch viel mehr:

Kur und Erholung, Reisen, Einkaufsvorteile, günstige Telefentarife, Versicherungsschutz - um nur einiges zu nennen. Allein in Bayern vertrauen rund eine halbe Million Mitglieder dem VdK. Nutzen Sie die Vorteile einer starken Gemeinschaft. Und das für nur 5 Euro im Monat. Werden auch Sie Mitglied im VdK.

Dr. Georg Schreiber Medienpreis 2005

Jungjournalisten berichten über Krankheit und Behinderung
Von Petra Schmieder



München – Junge Journalisten, die sich bei ihrer Arbeit intensiv mit Krankheit oder Behinderung auseinandersetzen, sind eher rar gesät: Die Themen sind nicht schick, nicht hipp genug! Herausragende Berichterstattung auf diesem Gebiet belohnt deshalb der Dr. Georg Schreiber Medienpreis der AOK Bayern in Zusammenarbeit den Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. „Ein Korrektiv zu jenem Trend in Richtung Oberflächlichkeit und Boulevardisierung, der unsere Medien zunehmend kennzeichnet“, lobte Jury-Mitglied Ulrich Brenner, Leiter der deutschen Journalistenschule und Kooperationspartner, die Initiative zu diesem Journalistenpreis. Er wurde 2004 zum ersten Mal ausgeschrieben, die Verleihung fand in den Räumen des Presseclubs München statt.

Der Medienpreis ist nach dem 1996 verstorbenen Medizinjournalisten Dr. Georg Schreiber benannt, der auch Gründungsmitglied des Presse-

Preisträger Holger Gertz (re.) mit Hedda Heuser-Schreiber (Ehefrau von Dr. Schreiber), Staatsmin. Christa Stewens und Ulrich Brenner von der DJS (vlnr)

Fotos: AOK



Trägerin des 3. Preises, Cathrin Conradi.

clubs München war. Schreiber wurde vor allem wegen seiner Prominententalkshows in der Krebsklinik Bad Trissl in bayerischen Oberaudorf bundesweit bekannt.

Der erste Preis 2004 ging an Holger Gertz für die Reportage „Jeder Fünfte ist impotent“ im Magazin der Süddeutschen Zeitung. Auf den zweiten Platz schrieb sich ein 18-köpfiges Autorenteam der Nürnberger Zeitung mit seiner Serie „Behindert Leben“. Die Redakteure hatten das Thema quer über alle Ressorts hinweg aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet. Den dritten Platz erlangte Cathrin Conradi für die im Selber Tagblatt erschienene Reportage über die Krankheit Bulimie „Die Gier ist größer als der Ekel vor sich selbst“. Die Sonderauszeichnung für herausragendes publizistisches Engagement zugunsten sozialer Belange erhielt die Regensburger Straßenzeitung „Donaustrudl“. Dieses seit 1998 erscheinende Monatsmagazin begegnet nicht nur Vorurteilen gegen in Not geratene Menschen, sondern leistet konkrete Lebenshilfe, betonte die bayerische Sozialministerin Christa Stewens in ihrer Laudatio.

Der Schreiber-Medienpreis zur Förderung des journalistischen Nachwuchses wird auch 2005 ausgeschrieben. Er ist mit insgesamt 15.500 Euro dotiert. Erstmals wird 2005 auch ein bundesweiter Sonderpreis ohne Altersbeschränkung vergeben. Nähere Infos: www.aok-medienpreis.de



Jenny Holzer
Art Car 1999
BMW V12 LMR

**Kultur ist Vielfalt.
Eine Idee geht um die Welt.**

**BMW Art Cars – gesehen beim
24-Stunden-Rennen von Le Mans
und in den großen Museen dieser Welt:
Centre Pompidou, Paris;
Haus der Kunst, München;
Whitney Museum, New York;
Palazzo Grassi, Venedig;
Powerhouse Museum, Sydney;
Museum Ludwig, Köln;
Museu de Arte de Sao Paulo, Brasilien;
Royal Academy of Arts, London;
Guggenheim Museum, New York;
County Museum of Art, Los Angeles;
Hermitage Museum, St. Petersburg ...**

BMW Art Cars

BMW AG
Abt. Information
Postfach 50 02 44
80972 München
www.bmw.com



Partnerschaft Nürnberg–Antalya

Deutsche und türkische Journalisten pflegen Kontakte und den Austausch von Ideen
Von Joachim Hauck

Einen Partnerclub im Ausland hat nicht jeder, der Presseclub Nürnberg schon. Am 3. Mai 2004 wurde in Antalya der offizielle Partnerschaftsvertrag mit dem „Antalya Gazeteciler Cemiyeti“ geschlossen – dem Journalistenverein der türkischen Riviera-Stadt.

Für die türkischen Kollegen setzten der Erste Vorsitzende Erdogan Kahya und Generalsekretär Gürsel Kaya ihre Unterschriften unter das Dokument, für den Presseclub Nürnberg zeichneten Manfred Boos und Dieter Barth. Mit der feierlichen Zeremonie im Atatürk-Kulturzentrum wurde eine Freundschaft besiegelt, die im Jahr 2000 begann und seither auf beiden Seiten mit viel Engagement gepflegt wird. Entwickelt hat sie sich im Rahmen der Städtepartnerschaft Nürnberg-Antalya. Doch sind die journalistischen Kontakte längst aus deren Schatten herausgetreten und selbst zu einem tragenden Bestandteil der Beziehungen beider Städte geworden.

Antalya hat nicht nur fast 700.000 Einwohner und sechs Millionen Touristen pro Jahr. Es ist neben Istanbul und Ankara auch die lebendigste Medienstadt der Türkei. Fünf private Fernsehstationen, ein Dutzend Rundfunksender und ebensoviele Zeitungen arbeiten hier mit etwa 500 Journalisten. Einige überregionale Blätter, wie „Sabah“ (Der Morgen), „Dünya“ (Die Welt) oder „Cumhuriyet“ (Die Repu-



Die Nürnberger Partner des Presseclubs von Antalya nach Vertragsunterzeichnung

blik), sind von der redaktionellen Ausstattung und der Drucktechnik her auf dem modernsten europäischen Standard. Manche produzieren, wie die Lokalzeitung „Antalya“, ihre Kleinauflagen von 2.000 bis 5.000 Stück noch mit dem Heidelberger - aber sie stehen trotzdem auf halbwegs stabilen Beinen und sind vor allem unabhängig.

Wenn türkische Kollegen über etwas klagen, dann über die zunehmende Pressekonzentration im Land: Die marktbeherrschenden TV-Sender und Zeitungen gehören zu zwei Mischkonzernen, die auch Bauunternehmen, Banken, Hotels und Versicherungen betreiben - auf Kosten der Unabhängigkeit und der sozialen Sicherheit der Journalisten. Kritik an bestimmten Wirtschaftsunternehmen und Parteien ist für viele tabu; wer seinen Job losgeworden ist, hat angesichts der großen Monopole kaum mehr eine Chance. Solange die ohnehin nur halbherzigen Entflechtungsversuche der Regierung in Ankara nicht fruchten, bleibt

die innere Pressefreiheit für viele Kollegen ein Fremdwort. Die äußere ist immerhin, dank des türkischen Reformprozesses, gut vorangekommen. Zensur findet schon lange nicht mehr statt, auch über einst heikle Themen wie das Kurdenproblem wird inzwischen halbwegs ausgewogen berichtet.

Dreimal haben Delegationen der Presseclubs bereits die jeweilige Partnerregion besucht- und

wo immer sie mit ihrem „Baskan“ (Vorsitzenden) auftauchen, ist ihnen die Aufmerksamkeit der Oberbürgermeister und Handelskammer-Präsidenten, des „Vali“ (Provinzgouverneurs) und des „Kaymakam“ (Landrats) gewiss. Die von Kollegen sowieso: Gegenseitige Besuche in Zeitungsredaktionen, Rundfunk- und Fernsehsendern finden ebenso regen Zuspruch wie die gemeinsamen Kultur- und Tourismusprogramme, auch wenn für BadeFreuden am Mittelmeer oder eine Wanderung durch die Fränkische Schweiz meist viel zu wenig Zeit bleibt.

Persönliche Kontakte, der Austausch von Menschen und Ideen, öffentliche Diskussionsveranstaltungen zu aktuellen politischen und wirtschaftlichen Themen, die Debatte über Sorgen und Nöte von deutschen und türkischen Medienschaffenden – das sind zentrale Anliegen dieser bislang einzigartigen Partnerschaft, die in den nächsten Jahren noch enger werden dürfte. ■

www.aok.de – das Gesundheitsportal

Wir zeigen Ihnen eine gesunde Welt.

Es gibt immer wieder Momente, in denen Fragen zur Gesundheit auftauchen. Dafür gibt es jetzt eine kompetente Adresse: das AOK-Gesundheitsportal. Neben Informationen zu Krankheiten, Diagnosen und Therapien finden Sie hier Gesundheits-Checks und Risikotests, Nachrichten, Expertenforen, Infos zur Vorsorge und Prävention, zu Fitness, Wellness und gesunder Ernährung. Entdecken Sie eine gesunde Welt: www.aok.de
Nicht umsonst heißt die AOK die Gesundheitskasse.



Ihr starkes Team in Bayern

AOK
Die Gesundheitskasse.

DIE BLAUE BLUME

2. Wettbewerb des Tourismusverbandes Ostbayern für junge Reisejournalisten

**BEI
UNS**
Ostbayern

Zum zweiten Mal lobt der Tourismusverband Ostbayern seine „**Blaue Blume**“ für Nachwuchsjournalisten aus.

Gesucht sind unbefangene und unkonventionelle Perspektiven mit journalistischen Stilmitteln auf die Städte, Thermen und Ferienregionen Ostbayerns. Als **Preisgeld** winken **3000, 2000** und **1000 Euro** in bar. Das Thema des diesjährigen Wettbewerbs lautet „**Wandern, Walking – und was sonst noch?**“.

Teilnehmen können Journalisten, die 1965 oder später geboren wurden. Anmeldung und Information unter www.ostbayern-tourismus.de oder direkt bei:

Tourismusverband Ostbayern
Ulrike Eberl-Walter
Luitpoldstr. 20 · 93047 Regensburg
Telefon 09 41/5 85 39 -12
Telefax 09 41/5 85 39 -39
info@ostbayern-tourismus.de.



Bayern

Lust auf Reisen

Ruthart Tresselt

beschreibt, wie die Aufbruchsfantasien des PresseClubs verwirklicht werden.

Hintergrundbild: Der Dresdner Zwinger

Berge, Seen, Wälder und Meer – Museen, Burgen, Schlösser und Städte; Deutschland ist vielfältig wie kein anderes Land. Nach unseren Informationsreisen ins Berchtesgadener Land und nach Rom und in den Vatikanstaat (siehe PresseClub magazin Nr.8) hatten wir uns in den letzten Monaten die Sachsenmetropole Dresden, das Elbsandsteingebirge und – wie jedes Jahr – die Bundeshauptstadt Berlin vorgenommen. Mit der Bayerischen Landtagspresse/Landespressekonzferenz Bayern flogen 16 Journalisten in die europäische Hauptstadt Brüssel. Anlass war die Eröffnung der neuen Bayerischen Vertretung bei den europäischen Institutionen. Für die kommenden Wochen ist neben einer Bayerntour eine siebentägige Rundreise durch die Städte und Landschaften von Estland, Lettland und Litauen geplant – politische Gespräche mit den Regierenden der neuen EU-Staaten eingeschlossen. – Doch der Reihe nach:

Nach Besichtigungs- und Einkaufsbummel in Karlsbad





Nach Karlsbad kamen schon die Herren Goethe, Herder und Mozart.
rechtes Bild: Einkaufen in der »Privatmolkerei« Pfund, Bautzener
Straße, Dresden

alle Reisefotos: Johannes Schwepfinger



Über Karlsbad nach Dresden

Mit dem MAN-Bus (Neoman Bus GmbH) geht es von München über Regensburg (die Mitglieder des dortigen PresseClubs steigen zu) erst einmal über die Grenze ins neue EU-Land Tschechien. An den Straßen werben Bistros und Restaurants mit preiswerten Gerichten um deutsche Touristen. Unser erstes Ziel ist Karlsbad, die Badestadt gegen Rheuma und schlechte Verdauung. Gebucht hatten wir Mittagessen im Egerländer Hof und eine Stadtführung. Die gesamte Innenstadt ist auf Tourismus eingestellt – die Hotels befinden sich in teils herrlicher Hangla-

ge. Goethe, Herder, Mozart, die deutschen Kaiser, Bismarck – alle waren sie hier, badeten und tranken das gesunde warme Wasser. Gegen 20.00 Uhr dann Einchecken im Dorint-Hotel Dresden. Am nächsten Tag Stadtrundfahrt und Führung durch die Frauenkirche. Folgt man unserer Fremdenführerin, so stammt fast alles, was das Leben lebenswert macht, aus Sachsen: Nicht nur das Porzellan, sondern auch das Milchpulver und der Dieselmotor. Als Touristenattraktion entpuppt sich die Privatmolkerei des Herrn Pfund. Hier trinken die Menschen nicht nur ver-

schiedene Milchsorten, sondern auch Milchgrappa; bewundern die blauen Kacheln im Laden, kaufen Käse und Milchseife. Auch die Glasarchitektur des neuen VW-Werkes hat was – sichtbar hinter Glas wird hier der „Phaeton“ produziert. Überhaupt, es scheint sie doch zu geben, die blühenden Landschaften in den neuen Bundesländern. Dresden und Umland übertreffen mit 522 Beschäftigten je 1.000 Einwohner im erwerbsfähigen Alter sogar die Regionen Bonn und Aachen mit 451 bzw. 419 Jobs je 1.000 Bürger. ▶

Elbflorenz

Die Barockstadt Dresden gilt als Elbflorenz und ist die Hauptstadt des Freistaats Sachsen. Dresdens Berühmtheit gründet sich auf die einmaligen Kunstsammlungen und die eindrucksvollen Baudenkmäler der Stadt. Während die Schlossanlage zu den bedeutendsten Renaissancebauwerken gehört, sind der weltberühmte Zwinger und die katholische Hofkirche Teil der barocken Stadtanlage. Inmitten der lebendigen Großstadt ist die wiederaufgebaute Frauenkirche eine Insel der Besinnung und eine ökumenische Begegnungsstätte. Während unseres Besuches wurde der Frauenkirche gerade ihre glockenförmige Kuppel wieder aufgesetzt. 200 Jahre krönte sie eines der schönsten städtebaulichen Ensembles der Welt, das berühmte Panorama an der Elbe. Für die evangelisch-lutherischen Christen in Deutschland gehört die Frauenkirche zu den bedeutendsten Kirchenbauten.

Nach dem Bombenhagel auf Dresden – im Februar 1945 – war die Ruine ein Ort lautlosen Verstehens. Eine beispiellose Spendenaktion – gebraucht wurden über 130 Millionen Euro – ermöglichte den Wiederaufbau. Zum achthundertjährigen Jubiläum Dresdens im Jahr 2006 wird die Frauenkirche innen wie außen wieder vollständig hergestellt sein. Aus der Ruine als Mahnmal gegen den Krieg entstand ein Symbol für die Heilung der durch den Krieg geschlagenen Wunden und ein weithin sichtbares Denkmal des Willens für den Frieden und die Versöhnung der Völker.

Ein Höhepunkt unserer Kulturreise war natürlich auch der Abend in der Semperoper mit dem „Freischütz“ von Carl Maria von Weber. Neben der Inszenierung ist allein schon das festliche Opernhaus mit seinen vier Rängen und dem nächtlichen Blick auf „Elbflorenz“, vom Balkon aus, ein faszinierendes Erlebnis.



Der Theaterplatz vor der Semperoper
Hintergrundbild: Die Frauenkirche kurz vor der Platzierung der neuen Kuppel.

Landschaften im Wechselspiel

Unterhalb der Brühlschen Terrassen, dem vielgepriesenen „Balkon Europas“ befindet sich das Elbufer mit den Anlegestellen für die Ausflugsschiffe der „Weißen Flotte“. Auch wir fahren mit einem Raddampfer der sächsischen Dampfschiffahrtsgesellschaft flussaufwärts, vorbei an der „Bastei“, in die Sächsische Schweiz (Elbsandsteingebirge). Durch das Elbtal ziehen skurile Sandsteinriffe, Tafelberge und trutzige Burgen vorüber. Im Nationalpark Sächsische Schweiz erheben sich schroffe Felsen aus weiten Ebenen, gehen sanfte Täler in enge Schluchten über.

Mehr als 750 Jahre Geschichte haben die Festung Königstein - hoch über der Elbe - zu einem eindrucksvollen Baudenkmal werden lassen. Neben unterirdischen Befestigungsanlagen gibt es auf dem 9,5 ha großen Felsplateau mehr als 30 Bauwerke. Als größte Bergfestung Europas wurde Königstein nie erobert. Auch bei Belagerungen konnten die 600 Bewohner sich selbst versorgen, einschließlich eines Brunnenschachtes von über 250 Meter Länge durch das Gestein. Damit war die Wasserversorgung gesichert. Die heutigen Touristen gehen im Erlebnisrestaurant „In den Kasematten“ auf kulinarische Zeitreise. ▶



Dampferausflug zur Festung Königstein, von oben weite Sicht über das Elbtal
Hintergrundbild: Wandelhalle der Semperoper

Bundeshauptstadt Berlin

Schon seit Jahren ist die meistens im Oktober stattfindende Informationsreise nach Berlin ein fester Bestandteil der Zusammenarbeit aller 6 bayerischen PresseClubs. Organisiert bisher immer in Kooperation Münchner PresseClub/PresseClub Regensburg. Neben Besuchen im Reichstag und im Kanzleramt gab es wieder mehrere politische Gespräche: u.a. mit dem Wehrbeauftragten des Deutschen Bundestages, Dr. Wilfried Penner, mit Bundesverkehrsminister Dr. Manfred Stolpe und mit der Kulturstatsministerin Dr. Christina Weiss. Jedes der Gespräche wäre – abseits der aktuellen Politik – für einen Grundsatzartikel gut. Wer kennt eigentlich Christina Weiss, die Staatsministerin beim Bundeskanzler und Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien? Wo doch die Kulturpolitik – die Kulturförderung in der Bundesrepublik Deutschland – nach dem Grundgesetz in erster Linie Sache der Länder und Gemeinden ist. Aber, so Christina Weiss: „Ein Staat, der sich nicht als Kulturstaat versteht, verbaut sich seine Zukunft.“ Und so stellt der Bund rund zwölf Prozent der öffentlichen Mittel für Kunst und Kultur zur Verfügung. Darüber hinaus besitzt der Bund eine Zuständigkeit für die kulturelle und mediale Repräsentation Deutschlands als Gesamtstaat.

Über die Sorgen der deutschen Verleger und Journalisten, über Innovationen und das Prinzip Hoffnung diskutierten wir im Haus der Presse mit Vertretern des Bundesverbandes der Deutschen Zeitungsverleger. In der „weißblauen Botschaft“, der Vertretung des Freistaates Bayern beim Bund, ging es natürlich um den lebendigen Föderalismus und um die Gliederung des Staates in Bund und Länder.



von oben nach unten:
Diskussion mit der SM Dr. Christina Weiss – BM Dr. Manfred Stolpe im Interview mit dem Bayerischen Rundfunk – Beim Wehrbeauftragten Dr. Wilfried Penner – Empfang in der Bayerischen Vertretung in Berlin – Berlin vom Schiff aus.

alle Reisefotos: Johannes Schwepfinger

re. Helmut Newton in Cannes Foto: Alice Springs

Newton und Flick

Neben der Politik gab es diesmal besonders viel Kultur – abends Besuche im Wintergarten und im TIPI, dem „Zelt am Kanzleramt“, tagsüber die umstrittene Präsentation der Friedrich- Christian – Flick - Collection im Hamburger Bahnhof und die Helmut-Newton-Doppelausstellung „Us and Them“ und „Sex and Landscape“ im Museum für Fotografie. Fotografisch schließt sich in Berlin ein Kreis: Was mit Newtons Ausbildung 1936 begann, wurde durch das großzügige Geschenk Helmut Newtons an seine Heimatstadt beendet. Die Bilder zeigen u.a. Akt und Landschaft, geben aber auch intime Einblicke in das Privatleben des Fotografenpaares June und Helmut Newton.

In den Debatten um die Flick-Collection geht es auch um die Familien-



Im Zentrum der Macht

geschichte des Sammlers, dessen Großvater Friedrich Flick 1947 in Nürnberg wegen seiner Verbrechen während des Nationalsozialismus verurteilt wurde. Die Ausstellung gliedert sich in 19 thematische Kapitel, die in das künstlerische Denken der Gegenwart einführen sollen; z.B. „Schöpfungsmythos“, „Raststätte“, „Wartesäle“, „Gartenskulptur“, „Stillstand in Bewegung“, usw.. In der Diskussion mit Kurator Joachim Jäger werden immer wieder Fragen gestellt: „Kommt Kunst wirklich von Können?“ („Das kann ich auch!“) oder „Was macht eigentlich ein Kunstwerk zum Kunstwerk?“. Obwohl die Flick-Collection zu den weltweit bedeutendsten Sammlungen zeitgenössischer Kunst gehört, war die Feststellung eines Kollegen unüberhörbar: „Nichts ist banal



Exponat aus der Flick-Stiftung zeitgenössischer Kunst

genug, um nicht noch als Kunst deklariert zu werden.“

Letzter Tag. Von der Anlegestelle Nikolaiviertel aus, begeben wir uns aufs Schiff: Rundfahrt auf der Spree; eine Berlin-Durchquerung auf dem Wasserweg.

Von der Bundeshauptstadt Berlin in die europäische Hauptstadt Brüssel. Im Herbst vergangenen Jahres bezog der Freistaat ein Schloss, aber nein, ein Schlösschen, eine Villa mit viel poliertem Sandstein in einem Park. Mitten im Zentrum der europäischen Macht. Böse Zungen sprechen von „Neuwahnstein“. Ursprünglich war Bayerns neue Botschaft ein Forschungszentrum und nannte sich „Institut Pasteur“. Rund 30 Millionen Euro pumpt der Freistaat aus seinem Grundstockvermögen in die neue Adresse in der Rue Wiertz.

Ausgeguckt hatte es der ehemalige Europaminister Reinhold Bocklet. Ministerpräsident Edmund Stoiber griff sofort zu und hat natürlich einen Schreibtisch dort. Eigentlicher Hausherr ist der heutige Staatsminister für Europaangelegenheiten und regionale Beziehungen, Eberhard Sinner. Nörgler gibt es natürlich auch: „Vielleicht wäre eine Spur mehr Bescheidenheit angebracht gewesen.“ Viele aber unterschätzen immer noch den wachsenden Einfluss der europäischen Institutionen. „Einen idealeren Standort könnte es nicht geben, um unsere bayerischen Interessen in Brüssel wirksam zu vertreten“, sagt Sinner. Und in der Tat, es ist eine unverschämte gute Lage – der Blick fällt auf die Fenster des Europäischen Parlaments gegenüber und den Ausschuss der Regionen nebenan. Aber auch Kommission und Ministerrat sind nicht weit weg, gleich hinter dem Park mit den alten Bäumen.

Achtundzwanzig Top-Beamte (allen voran die Amtschefin Edeltraud Böhm-Amtmann) und zehn Praktikanten residieren auf 2.000 Quadratmetern Nutzfläche, sammeln Informationen, versuchen zum Nutzen Bayerns und Deutschlands Einfluss zu nehmen und wollen auch ein Stück weit Forum für die Anliegen der Regionen Europas sein.

Das Baltikum entdecken

Europa wird auch Thema unserer nächsten Reise sein. Sieben Tage geht es durch die Städte und Landschaften der drei neuen EU-Mitgliedslän-



Bayerns neue Vertretung im ehemaligen »Institut Pasteur«, Brüssel (offizielles Foto)

der Estland, Lettland und Litauen. Mit unberührter Natur, farbenfrohen Städten, gastfreundlichen Menschen, einer abwechslungsreichen Geschichte und mit Gesprächen über die Zukunft Europas werden wir die Vielfalt des Baltikums erleben. ■

PR - Partner der Medien

Von Werner Wunder



Nach wie vor wird PR unter dem Mäntelchen journalistischer Ethik in die Schmutzecke der Kommunikation verwiesen. Da wird PR mit Werbung und Manipulation gleichgesetzt, PR-Manager würden Journalisten beste-

chen, machten sie sich durch Geschenke und andere Vorteile geneigt. Und alles was PR liefere sei von vorneherein verdächtig, müsse genau überprüft werden und entspräche sowieso keiner journalistischen Norm und Qualität. PR-Leute hätten nicht das Interesse der Leser, Seher und Hörer im Auge, sondern nur das ihrer Auftraggeber.

Nichtsdestotrotz, die Gemeinde der von Vorurteilen und Unkenntnis behafteten PR-Kritiker wird kleiner, die sachliche Auseinandersetzung gewinnt an Boden. PR leistet journalistische Arbeit. Deshalb zieht es auch sehr viele Journalistinnen und Journalisten in diesen Beruf. An jeder Hochschule wird PR angeboten, in Leipzig errichtete man in den Neunziger Jahren den ersten PR-Lehrstuhl.

Auftragsjournalismus

Journalistische Leistungen unterscheidet Günter Bentele, der Leipziger PR-Professor in Journalismus und Auftragsjournalismus. Mit Auftragsjournalismus bezeichnet er solche journalistische Leistungen (Text, Ton oder Bild), die ein Journalist für Unternehmen, Verbände, Behörden oder andere Organisationen erbringt.

Der Anteil der Mitglieder im deutschen Journalistenverband, die Auftragsjournalismus betreiben, liegt mittlerweile bei weit über 60 Prozent. Das sind zum einen die Mitglieder der Fachgruppe ‚Journalisten in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit‘, die Pressesprecher/innen sind

oder die Unternehmenskommunikation (Öffentlichkeitsarbeit und oft auch Werbung) verantworten. Zum anderen sind das die Mitglieder der Fachgruppe ‚Freie‘. Weniger als zehn Prozent dieser Fachgruppe arbeiten ausschließlich für Redaktionen in Verlagen, in Funk- und Fernsehhäusern.

Redaktionen erteilen weniger Aufträge an Freie und die Honorar-Budgets schrumpfen. Volontärstellen und Praktika in PR-Agenturen oder Pressestellen sind nach einem Studium leichter zu erhalten als bei Redaktionen. Deshalb akquirieren Freie auch Aufträge bei Unternehmen und Organisationen. Sie produzieren Verbands-, Firmen-, Mitarbeiter- oder Kundenzeitschriften, nennen sich Redaktions-, Medien- oder PR-Büros und arbeiten als Team oder Einzelkämpfer. Ihr Leistungsspektrum reicht von Konzeption, Gestaltung, über Recherche, Texterstellung, Fotos bis zur Herstellung und Druck. Zum Angebot gehört meist auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, d. h. Formulierung von Pressemitteilungen, Organisation von Pressekonferenzen, Vorbereitung von Presseveranstaltungen wie Pressereisen oder andere Presseevents anlässlich von Messen, Jubiläen, etc. Natürlich werden gerne Journalistinnen und Journalisten für die Pressearbeit unter Vertrag genommen, weil sich Auftraggeber von diesen u. a. aufgrund ihrer Redaktionsarbeit Kontakte zu den Medien versprechen. Mit Recht: nicht nur journalistisches Know how, sondern auch persönliche Verbindungen zu Kolleginnen und Kollegen in den verschiedensten Redaktionen bieten tatsächlich beste Voraussetzungen für erfolgreiche Pressearbeit.

Die wirtschaftliche Situation der Medienwelt fördert Auftragsjournalismus. Redaktionen werden seit Jahren ausgedünnt und die journalistische Qualität der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit besitzt einen sehr hohen Standard. Die Folge: Verleger verschieben Redaktionskosten zunehmend von Verlags- auf

Unternehmens- und Organisationsseite, indem sie Text- und Bildmaterial kostenneutral von Pressestellen oder PR-Büros übernehmen.

Intereffikation

Günter Bentele hat für das Verhältnis Journalismus und PR die Bezeichnung ‚Intereffikation‘ kreiert, was er mit ‚gegenseitige Ermöglichung‘ übersetzt. Über 40 % der Redaktionsanteile in den Medien werden durch PR initiiert, d.h., Pressemitteilungen werden übernommen oder regen zu eigenen Recherchen zu einem Thema an. Und fast alle Redakteure nutzen bei der Recherche auch den Service von Pressestellen. Je professioneller eine Pressestelle arbeitet, desto mehr ‚Ermöglichung‘ findet statt, d.h., der Redakteur kommt schneller und einfacher zu seinem Beitrag. Umgekehrt erreicht die Pressestelle ihr Ziel, wenn ihr ‚Thema‘ in den Medien stattfindet. Der Wirtschaftsredakteur der Rheinischen Post Martin Kessler erklärt: „für mich sind PR-Leute Dienstleister, die man kritisch betrachten muss, ich lebe von der Vielfalt der PR“. Kritisch betrachtet werden müssen alle Quellen, manche mehr, manche weniger. Da kommt es auf die Qualität und Zuverlässigkeit der Informanten an.



Martin Kessler

Grenzüberschreitungen

Natürlich gibt es auch Auswüchse bei der Pressearbeit. Exklusive Präsente, Essen im Gourmettempel, Pressereisen, sollen Journalisten verführen, positiv über ein Produkt oder eine Dienstleistung zu berichten. Firmen locken mit umfangreichen Anzeigenschaltungen, wenn Pressemitteilung Berücksichtigung finden. Dieses sind jedoch Abartigkeiten, für deren Wirkungslosigkeit PR-Leute und Journalisten selbst sorgen können. Natürlich kann man ein Hintergrundgespräch in einer ruhigen

PR - Partner der Medien

Partner der Medien - PR

Ecke eines Restaurants führen und sollen Reiseveranstalter Fachjournalisten neue Destinationen vor Ort vorstellen. Sonderberichte über Jubiläen können entsprechend gekennzeichnet werden und selbstverständlich dürfen Verlage innovativ sein, wenn es darum geht, neue Einnahmequellen zu erschließen. Aber es kommt darauf an, dass Transparenz gewährleistet ist. Rezipienten wollen Inhalte von Beiträgen beurteilen und einordnen können. Dazu müssen sie wissen aus welcher Quelle Informationen, sprich: Nachrichten, Berichte, Bilder, Kommentare kommen. Warum also die Aufteilung in Journalismus und Auftragsjournalismus? Weil dies der journalistischen Qualitätssicherung dient.

PR-Ein Anspruch der Gesellschaft

Bürger haben Anspruch darauf zu erfahren, was auf den politischen Feldern geschieht, welche Auswirkungen politische Entscheidungen für sie haben. Das ist auch gesetzlich geregelt, Behörden haben gegenüber den Medien eine Auskunftspflicht.

Bürger haben ebenfalls ein Recht, Auskunft darüber zu erhalten, was Unternehmen planen. Viele Unternehmensentscheidungen haben auf Lebensgewohnheiten und Lebenspläne enorme Auswirkungen. Pressestellen erfüllen diese Auskunftspflicht, sie sind Bindeglied zu den Medien. Sie erläutern Planungen, Entscheidungen und Entwicklungen in Unternehmen. Journalisten recherchieren nach, berichten und kommentieren. Damit wird eine gesellschaftliche Aufgabe erfüllt.

Dr. Horst Avenarius, München,
*Vorsitzender des deutschen Rats
für Public Relations*

Prof. Dr. Günter Bentele,
Universität Leipzig

Martin Kessler, Karlsruhe,
*Wirtschaftsredakteur
Rheinische Post*

Prof. Dr. Lothar Rolke,
Fachhochschule Mainz,

Werner Wunder, Redakteur

Ein Unternehmen hat aber weitere ureigentliche Interessen, offen zu kommunizieren:

- informierte Mitarbeiter haben keine Angst vor Ungewissheiten, sind stärker motiviert, erwirtschaften dadurch höhere Erträge;
- informierte Stakeholders und Banken investieren, erhöhen Kreditlinien und stabilisieren die wirtschaftliche Basis;
- informierte Kunden bleiben treu und empfehlen weiter;
- informierte Lieferanten bleiben zuverlässig.

All diese Punkte bestimmen die Reputation eines Unternehmens mit und haben Einfluss auf den Unternehmenswert.

Nutzen der PR

PR schafft Transparenz durch verständliche Darstellung komplizierter Sachverhalte, erhellt das Innenleben von Organisationen und bringt Klarheit in undurchsichtige Angelegenheiten. Das ist der gesellschaftspolitische Auftrag an die PR. In Krisensituationen kommt es zwar noch vor, dass Unternehmen PR-Profis engagieren, um abzuschotten, um Transparenz zu verhindern. Dies kann – jedenfalls auf Dauer – nicht von Erfolg gekrönt sein. Medien sind gerade in solchen Situationen erpicht darauf, Transparenz herzustellen und suchen andere Informationsquellen. Auf der Strecke bleiben Reputation und Vertrauen.

Viele Unternehmen und Organisationen beschränken sich in ihrer Kommunikationspolitik nicht nur auf das Formale. Sie engagieren sie sich mit Hilfe ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei den unterschiedlichen Zielgruppen für umweltbewussten und gesellschaftsrelevanten Umgang mit Produkten – von der Beschaffung über die Nutzung bis zur Entsorgung. So wirkt PR wie ein Frühwarnsystem. Horst Avenarius, Vorsitzender des Rats für PR und BMW-Kommunikationsdirektor a.D., macht dies am Beispiel BMW deutlich: Geht es BMW nichts an, wenn BMW-Fahrer rasen? Kann es Autofirmen egal sein, was mit den Karossen nach

der letzten Fahrt passiert? Das war ihnen nicht egal: sie wurden im Recycling und in Appellen an die Vernunft der Autofahrer aktiv. An diesem Beispiel wird gezeigt, wie PR seiner Pflicht der Gesellschaft gegenüber nachkommen kann.

Lothar Rolke, PR-Professor in Mainz schreibt in einem Beitrag in Public Relations Forum (4-2000) „Für eine angemessene Berichterstattung ist die professionelle Nähe von Medien zum Objekt der Berichterstattung eine *conditio sine qua non* – auch wenn davor immer wieder gewarnt wird. Im Klartext: Auf die intensive bis intime Zusammenarbeit von Journalisten und PR-Managern kommt es an, wenn die Medien qualitativ ihre Berichterstattung verbessern wollen. Weit verbreiteten Vorurteilen zum Trotz bestätigt dies auch Roland Schatz vom ‚Medientor‘, der inzwischen über eine einzigartige Datenbank verfügt: ‚die Nähe zum Berichterstattungsgegenstand gilt bei Journalisten oft als Gefahr, weil die Kritikfähigkeit abzunehmen droht.‘

Die Langzeitdaten des MEDIENTENOR zeigen jedoch auch ein anderes Phänomen: ‚Je weniger Kontakt zu einem Thema oder zu einer Institution besteht, desto negativer wird die Berichterstattung. Daher ist gerade die Wirtschaftsberichterstattung solcher Medien, die kein ausgewiesenes Wirtschaftsressort haben, von großen Verzerrungen geprägt.‘ In einer stark stilisierten Interpretation heißt das: Dort wo ein ‚Einfallstor‘ für PR besteht, verbessert sich der Wahrheitsgehalt von Medienberichterstattung.“

Es kann nur im Interesse sowohl der Medien selbst aber auch der Rezipienten sein, wenn die journalistische Qualität der Medien zunimmt und erhalten bleibt. Intereffektivität trägt ihren Teil dazu bei. ■



Horst Avenarius



Lothar Rolke

Eine ungewöhnliche Idee wird zum Erfolgsmodell

Das „Institut für Journalistenausbildung und Kommunikationsforschung“ an der Universität Passau e.V. als Beispiel einer besonderen Innovation. Von Gerd Brunner

Ungewöhnliche Ideen entstehen bisweilen bei ungewöhnlichen Anlässen oder an ungewöhnlichen Orten. So auch die als „Passauer Modell“ inzwischen deutschlandweit bekannt gewordene Form der Journalistenausbildung. Vor nunmehr 20 Jahren eingerichtet und seit 1992 im „Institut für Journalistenausbildung und Kommunikationsforschung an der Universität Passau e.V.“ institutionalisiert, ist sie ein Erfolgsmodell. Über das Institut können Studenten der Universität Passau neben ihrem Studium eine journalistische Ausbildung absolvieren – verbunden mit einem nicht rückzahlbaren Stipendium von jeweils insgesamt 15.360 Euro. Außerdem bietet das Institut ein umfangreiches Seminarprogramm an.

Der Passauer Politikwissenschaftler und heutige Direktor der „Akademie für politische Bildung“, Prof. Dr. Heinrich Oberreuter, saß – oder besser gesagt lag – auf dem Stuhl des Passauer Zahnarztes Dr. Dr. Axel Diekmann. Dieser war damals, im Frühjahr 1984, auch Vorsitzender der Dr. Hans Kapfinger-Stiftung, deren Aufgabe es unter anderem ist, die journalistische Ausbildung in Ostbayern zu fördern. Die Stiftung ist eine Einrichtung des verstorbenen Passauer Zeitungsgründers Dr. Hans Kapfinger, ehemals Herausgeber der „Passauer Neuen Presse“, aus deren Erlösen sich die Stiftung finanziert.

Der genaue Wortlaut des Gespräches auf dem Zahnarztstuhl ist nicht erhalten, könnte sich aber durchaus

so abgespielt haben. In einer Bohrpause, nach Ausspülen des Mundes, fragt Prof. Dr. Oberreuter den Zahnarzt: „Warum holt sich die „Passauer Neue Presse“ ihren journalistischen Nachwuchs eigentlich nicht von der Uni?“. Die Antwort: „Weil die Uni keinen Studiengang Journalismus hat“. Prof. Dr. Oberreuter kontert: „Eure Volontäre vom Gymnasium auch nicht, deshalb bildet ihr sie ja aus. Ihr könntet ja auch Studenten ausbilden“. Dazu Dr. Diekmann: „Das geht nicht, denn Studenten studieren ja“. „Aber doch nicht immer“ sagt Prof. Dr. Oberreuter, „die haben ja fünf Monate Semesterferien. Da kann man sie ja ausbilden“. Schweigen, der Zahnarzt Dr. Diekmann bohrt weiter. Und denkt nach.

Die Zahnbehandlung ist längst abgeschlossen, aber Prof. Dr. Oberreuter und Dr. Diekmann diskutieren immer noch. Die Idee ist zu verlockend, um ad acta gelegt zu werden. Guter Journalismus braucht bestens ausgebildete Journalisten. Warum also nicht die Universität nutzen und gleichzeitig den Studenten eine Chance bieten.

Die Lösung liegt nahe. Ein reguläres Volontariat dauert 24 Monate, kann aber bei einem abgeschlossenen Hochschulstudium reduziert werden, sagen wir auf 20 Monate. Das heißt, wenn die Studenten acht Semester (vier Jahre) studieren, so haben sie vier mal fünf Monate Semesterferien, in denen sie eine journalistische Aus-

bildung absolvieren können. Mit Abschluss des Studiums hätten sie damit ein Volontariat auf Raten von 20 Monaten absolviert. Wer kann das vorweisen: Ein Studium eigener Wahl und parallel dazu eine berufliche Ausbildung – was für eine Chance.

Nun pflegen zwar nicht alle, aber doch viele Studenten während der Semesterferien zu jobben, um ihr Studium ganz oder teilweise finanzieren zu können. Man muss also, so die Logik von Prof. Dr. Oberreuter, den Studenten ein monatliches Stipendium gewähren, um ihnen die Teilnahme an diesem Ausbildungsmodell zu ermöglichen. Monatlich 320.- Euro über einen Zeitraum von insgesamt vier Jahren, das macht insgesamt 15.360.- Euro, die nicht zurückbezahlt werden müssen. Damit ist das Angebot auch finanziell nicht uninteressant.

Im Frühjahr 1985 starten nach einem strengen Auswahlverfahren die ersten sechs Studenten ihre Ausbildung nach dem „Passauer Modell“. Der Versuch erweist sich als überaus erfolgreich. Das Studium auf der einen Seite und die praktische Erfahrung in den Redaktionen auf der anderen ergänzen sich ganz hervorragend. Die Studenten sind begeistert – nur in den Redaktionen gibt es langsam Unmut. Da stoßen nun bestens informierte und mit hohem Wissen ausgestattete Studenten auf ausschließlich praxisorientierte Volontäre, denen zumeist der theoretische

Hintergrund fehlt. Eine Zwei-Klassen-Gesellschaft in der Ausbildung?

Der Ausweg: Das Institut organisiert nun auch Aus- und Weiterbildungsseminare gemäß den Richtlinien des Ausbildungsvertrages für Tageszeitungen. Die Seminare, zwölf im Jahr, werden in Deutschland und Österreich öffentlich ausgeschrieben und sind für alle an der journalistischen Ausbildung Interessierten offen. Die Seminare sind zwar praxisorientiert, wollen aber auch den Blick darüber hinaus weiten für allgemeine Themen, wie sie in der redaktionellen Alltagsarbeit kaum vermittelt werden.

Die Referenten für die Seminare werden jeweils gezielt für die einzelnen Seminarangebote ausgewählt. Sie stammen von verschiedenen Medienhäusern, von Universitäten und Institutionen, sind freiberuflich als Trainer tätig oder sind Verwaltungsfachleute, PR-Manager, Politiker, Künstler. Ob Nachricht oder Layout, ob Kommentar oder Glosse, ob Kultur oder die Zukunft der Medien oder ein Besuch bei der EU in Brüssel, die Seminarteilnehmer bekommen immer Informationen aus erster Hand.

Das Angebot findet große Zustimmung und bald zeigt sich, dass sich eine solche Ausbildungsform nicht nebenbei führen lässt. Deshalb entsteht im Jahre 1992 das „Institut für Journalistenausbildung und Kommunikationsforschung an der Universität Passau e. V.“. Prof. Dr. Heinrich Oberreuter übernimmt ehrenamtlich die Funktion des Direktors des Instituts, Studienleiter ist Dr. Michael Schröder, als hauptamtlicher Geschäftsführer wird Gerd Brunner, stv. Chefredakteur der „Passauer Neuen Presse“, bestimmt. Den Vorsitz führt Dr. Dr. Axel Diekmann, sein Stellvertreter ist der Rektor der Universität Passau, Prof. Dr. Walter Schweitzer.

Jedes Jahr werden bis zu sechs Studenten in das Ausbildungsmodell aufgenommen. Sie durchlaufen mindestens drei Lokalredaktionen und zwei klassische Ressorts in der Mantelredaktion der „Passauer Neuen Presse“, ehe sie weitere fünf bis sechs Monate Praktika in auswärtigen Medienhäusern ihrer Wahl absolvieren. Viele Studenten nutzen dies für einen Auslandsaufenthalt, um dort in unterschiedlichen Medien tätig zu sein. Ob in Chile oder Russland, in Spanien oder in Italien, ob bei Zeitungen, Zeitschriften oder elektronischen Medien – die Stipendiaten sind über-

gekocht wird – die Zutaten sind durchaus recht unterschiedlich!

Das „Passauer Modell“ der journalistischen Ausbildung ist längst ein Erfolgsmodell. Rund 100 Studenten haben es inzwischen absolviert – und sind alle mit Erfolg ins Berufsleben gegangen. In vielen großen Medienhäusern, bei Radio und Fernsehen, bei Magazinen und Fachzeitschriften, aber auch an Universitäten und Hochschulen sowie in freien Berufen finden sich Absolventen des Passauer Instituts. Sie alle sind sich einig: Die enge Verzahnung von Universität und Volontariat, von Theorie und Praxis



Ins rechte Licht gesetzt werden hier die Teilnehmer am Foto-Seminar des Instituts. Geschäftsführer Gerd Brunner spielt den Beleuchter.

Foto: Wolfgang Maria Weber

aus findig, wenn es darum geht, ihre Praktika nicht nur sinnvoll, sondern auch spannend zu gestalten.

Die jährlich neu gestalteten Seminare finden hohen Zuspruch. Die Teilnehmer kommen aus allen Teilen Deutschlands, bisweilen auch aus Österreich und hin und wieder sogar aus Tschechien und Polen. Dabei spielt nicht nur die reine Wissensvermittlung durch die Referenten eine Rolle, sondern in gleichem Maße der Informationsaustausch untereinander. Auch wenn überall nur mit Wasser

hat ihre Ausbildung, hat ihre Berufswahl und damit ihren Lebensweg entscheidend beeinflusst.

Bildung setzt Aus- und ständige Weiterbildung voraus. Das ist eine vornehme, das ist eine besonders wichtige Aufgabe, wenn es darum geht, auch für die Zukunft den Qualitätsjournalismus zu sichern. Das „Institut für Journalistenausbildung und Kommunikationsforschung an der Universität Passau e.V.“ wird sich dieser Aufgabe auch in Zukunft stellen. ■

„Wer nicht vorkommt, ist ein Niemand...“

Ruthart Tresselt im Gespräch mit Helmut Markwort, Chefredakteur von „Focus“ und „Erster Journalist bei Burda“

Sie sind Topjournalist, Chefredakteur, Gesellschafter bei „Playboy“, Moderator im Fernsehen, Manager, Vorstandmitglied und jetzt auch zuständig für die Zeitschriften aus dem Kauf der Verlagsgruppe Milchstraße – wie schaffen Sie das?

Alles was einem Spaß macht, tut man schon mal gerne. Außerdem vermeide ich Stress. Ich gehe auch nicht in Urlaub. Ich habe die Milchstraßen-Materialien – das sind viele Ordner – mit nach Hause genommen und mich übers Wochenende eingearbeitet. Und bei „Focus“ habe ich eine Super-Mannschaft, die mir den Rücken freihält. Im übrigen habe ich meine Lieblingsbeschäftigung zu meinem Beruf gemacht.

Unter den vielen Zeitschriften, die Sie übernommen haben, ist auch „Max“ und „Max“ sollte ja mal so etwas wie ein Anti-„Stern“ werden?

Erst muß ich mich gut informieren, muß die Fakten sammeln – außerdem sollen die Kollegen von der Milchstraße nicht über die Medien von der Zukunft ihrer Blätter erfahren. So sehr ich die Medien schätze! Aber eines kann ich sagen, der Versuch, aus „Max“ einen „Stern“-Wettbewerber zu machen, ist gescheitert. Diesen Versuch werde ich nicht wiederholen.

Medien machen Meinung. Gibt es eine Macht der Nachrichtenmagazine?

Da bin ich ziemlich sicher. Früher gab es ein Monopol. Jetzt gibt es montags einen Wettbewerb der Nachrichtenmagazine „Focus“ und „Spiegel“. Diese Magazine bestimmen die Agenda mit.

Wie schätzen Sie Ihren persönlichen Einfluss ein?

Mein persönlicher Einfluss auf „Focus“ ist stark – allein schon weil ich ja der Gründer bin (lacht) und nicht - wie in manchen anderen Blättern – der zwölfte Nachfolger. Außerdem kümmere ich mich persönlich um die Ressorts, die



Helmut Markwort in seiner Welt der Manuskripte Foto: Ruthart Tresselt

Wer da nicht vorkommt, ist ein Niemand. Wir setzen Themen. Ich beobachte, wie Politiker und Wirtschaftsmenschen schon am Sonntag schauen, welche Themen und Personen drin sind.

mich besonders interessieren: Politik, Wirtschaft, Medien. Sport...

Der Markt für Medien ändert sich. Muss sich ein Verlagshaus beispielsweise in einen großen elektronischen Laden verwandeln?

Wir haben natürlich eine Konzentration im Tageszeitungsmarkt. Das Internet spielt heute eine große Rolle. Wenn die Kunden 2 Stunden vorm Computer hocken, geht das wohl – ich sage das als Printmensch – in erster Linie vom Fernsehen weg. Wir müssen aufpassen und mithalten. Wir sind ja selbst mit „Focus-Online“ engagiert und sind beteiligt an mehreren Internet-Firmen. Das gehört heute einfach dazu. Ich glaube, wir haben als erste deutsche Zeitschrift



ein Internet-Ressort eingerichtet. Die Mitarbeiter sind in der Welt des Online völlig zuhause und können unseren Lesern Orientierung geben.

Ihr Slogan „Fakten, Fakten, Fakten“ ist längst zu einem geflügelten Wort geworden. Mehr Service als Garant für die Zukunft?

Der „Focus“ bietet auf jeden Fall Nutzwert-Journalismus: Nachrichten zum Danachrichten – das gehört zu unserem Erfolg. Fakten sind Nachrichten aus der Politik, aus der Medizin, aus der Wissenschaft, aus der Kultur. Mit all' dem kann ich was anfangen.

Welche Chancen hat denn Qualitätsjournalismus in der Zeit von Stars, Klatsch und Sex noch? Auch wenn dieses Thema immer wieder auf Tagungen diskutiert wird, ich stelle die Frage trotzdem.

Also, die Blätter, die etwas auf sich halten, pflegen natürlich die Qualität. „Focus“ leistet sich eine riesige Dokumentations-Abteilung, die jeden Text nach allen Seiten überprüft und gegencheckt. Das macht der „Spiegel“ auch. Das sage ich für die Gattung. Da habe ich überhaupt kein Problem. Qualitätsjournalismus ist wichtig; zumal sich immer mehr junge Leute im Internet informieren. Dort aber kann jedermann ungeprüft jeden Müll hineinstellen. Keine Redaktion überprüft das. Klatsch und Boulevard wird es immer geben – so hat z.B. das Privatfernsehen viele Elemente vom Rummelplatz. Deshalb ist Qualitätsjournalismus wichtig. Qualität hat umso mehr Chancen, wenn junge Leute nicht das Lesen verlernen, wenn unser Bildungssystem das Lesen wieder mehr in den Vordergrund rückt.

Umfragen sagen, dass es trotz Informationsgesellschaft nur noch etwa 1/3 Medienkundige

gibt – 2/3 der Bürger dagegen seien nur noch blind Konsumierende.

Ich finde 1/3 schon prima. Ich befürchte, es sind weniger. Viele Menschen zappen nur noch im Fernsehen – die haben keine Tageszeitung abonniert, die lesen kein Buch, kein Nachrichtenmagazin, keine Illustrierte. Da liegt eine große Gefahr. Das führt zur Verflachung auch der politischen Argumentation.

Verkommt die Politik zum Show-Geschäft? In Talk-Runden wird doch heute schon mehr „rübergebracht“ als z.B. in Live-Übertragungen aus dem Parlament.

Ja, und da geht es nicht so sehr um die Qualität der Argumente, sondern um Körpersprache, um das Sympathische und wie sich einer menschlich verkauft. Viele Zuschauer sind doch gar nicht mehr in der Lage, beispielsweise in der Gesundheitsreform-Debatte die Einzelheiten zu bewerten. Sie sagen einfach, „dem glaube ich nicht“ oder „dem glaube ich!“

Zum Schluss noch etwas erfreuliches, etwas positives?

Ja, es gibt eine tolle Leser-Elite. Das merken wir bei jedem Fehler. Trotz Dokumentationsabteilung und Schlussredaktion passiert es immer mal wieder, z.B. eine historische Ungenauigkeit. Die Leser merken es auf jedem Gebiet. Es wäre ein Jammer, wenn diese gebildeten Bürger weggewischt würden von einer wachsenden Zahl von Uninteressierten und Ungebildeten. Dagegen gehen wir an und versuchen die Menschen mit Qualitätsjournalismus zu überzeugen. ■

Glanz durch Gloria für Regensburg

Fürstin Gloria von Thurn und Taxis zieht den nimmersatten Tross der Yellowpress an.
Von Ludwig Faust

Die Retrospektive irgendwann einmal wird zeigen, ob das Jahr 1980 eine besondere Rolle in der langen Geschichte Regensburgs spielt. Aus heutiger Sicht jedenfalls ist die Jahreszahl nicht unbedeutend. Zu jener Zeit betritt eine gewisse Mariae Gloria Ferdinanda Joachima Gräfin und Herrin



Fürstin Gloria von Thurn und Taxis

von Schönburg zu Glauchau und Waldenburg, 20 Jahre jung, offiziell die große Showbühne. Sie ehelicht den 34 Jahre älteren Johannes Baptista de Jesus Maria Louis Miguel Friedrich Bonifazius Lamoral Fürst von Thurn und Taxis. Die junge Frau fokussiert den internationalen Jetset ein wenig auf Regensburg – immer begleitet vom nimmersatten Tross der Yellowpress.

Fürst Johannes ist bestens in der internationalen Schickimicki-Szene etabliert und bis dato mehr auf sein weltbürgerliches Image denn die Provinz bedacht. Dass ausgerechnet die Hauptstadt der Oberpfalz Stammsitz derer von Thurn und Taxis ist, mag historisch gewachsen sein. Die bevorzugten Spielplätze des Fürsten Johannes heißen aber Rom, London, New York, Mailand oder Gstaad.

Blühende Metropole im Mittelalter

Regensburg hat auch im Jahr der fürstlichen Vermählung seine größte Zeit lange hinter sich. Um die Jahrtausendwende bis hinein ins 14. Jahrhundert ist die Stadt eine blühende Handelsmetropole mit Beziehungen von Paris bis Byzanz. 1245 verleiht Kai-

ser Friedrich II. der Stadt das Recht auf Selbstverwaltung, bis 1803 bleibt die Metropole an der Donau freie Reichsstadt. Von 1663 bis 1808 ist Regensburg Sitz des Immerwährenden Reichstags, die Ständevertretung im Heiligen Römischen Reich Deutscher Nation. Eine bedeutende und stolze Stadt.

Für die Fürsten von Thurn und Taxis ist diese Entwicklung ein Glücksfall. Als Gründer des internationalen Postwesens in Europa schaffen sie es, zu Beginn des 16. Jahrhunderts den Brieftransport von Innsbruck nach Brüssel in fünfeinhalb Tagen zu bewältigen – eine Zeit, von der die Deutsche Post noch manches Mal träumt! Die Bedeutung der Familie festigt Kaiser Franz I., als er Fürst Alexander Ferdinand 1748 zum Prinzipalkommissar, also zum kaiserlichen Repräsentanten am Immerwährenden Reichstag zu Regensburg, ernannt. Mit dem Umzug der Fürsten von Frankfurt nach Regensburg nimmt auch das kulturelle und gesellschaftliche Leben in Regensburg einen enormen Aufschwung.

Mit dem Niedergang des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation verblasst die Bedeutung Regensburgs bis weit in die 80er Jahre hinein. Die glanzvolle Hochzeit nach spanischem Hofzeremoniell 1980 ist so etwas wie ein zarter Dornröschenkuss. Kein Medium kann auf die Berichterstattung über die Märchenhochzeit verzichten. Wie das Brautpaar samt hochadeliger Gästeschar mit prächtigen

Pferdekutschen durch die mittelalterliche Stadt flaniert und die internationale Promiszene sich an der Hochzeitstafel labt. Mitten drin die frisch gebackene Fürstin, jung, glücklich und stets mitteilhaftig – nicht immer zum Wohl des fürstlichen Hauses, aber stets zur Bekanntheit Regensburgs. Fürstin Gloria macht aus ihrer Wahlheimat nie ein Geheimnis, präsentiert der Welt und seinen Günstlingen, den Stars und Sternchen dieser Welt, das prächtige Schloß neben St. Emmeram.

Glorias Glanz und Glamour

Die Geburten der Prinzessinnen Maria Theresia 1980, Elisabeth zwei Jahre später und – gottlob – des Erbprinzen Albert 1983 verändern das Leben der Fürstin nicht sonderlich. Mit Albert ist die „Pflicht“, für einen männlichen Nachkommen zu sorgen, getan. Mehr verlangen Fürstens und die Weltöffentlichkeit nicht. Niemand hindert die junge Frau daran, sich weiter den schönen Dingen dieser Welt zu widmen, während der alternde Fürst den Geldbeutel offen und ihr den Rücken frei von den Geschäften hält. Mit 28.000 Hektar ist Johannes Europas größter Waldbesitzer, dazu sollte er ein Sammelsurium aus 50 mittelständischen Industrieunternehmen, Brauereien oder Sägewerken steuern.

Als Gloria von Thurn und Taxis Ende der 80er Jahre in einer Talkshow des Norddeutschen Rundfunks sitzt, plaudert sie über ihren Goldie, lässt Sprüche fallen wie „lieber Feste feiern als feste arbeiten“ und ist alles in allem herrlich erfrischend, dabei allerdings nicht ganz ernst zu nehmen. Ihre Haare streben dem Himmel entgegen und

Goldie ist nicht etwa ein Hamster, sondern ihr 34 Jahre älterer Ehemann – Johannes Fürst von Thurn und Taxis. Die Fürstin eine Betriebsnudel, eine Mischung aus Punk und Edel-Käthe. Im Fragebogen der „FAZ“ gibt sie auf die Frage, was sie sein möchte, zur Antwort: „Ein Elefant im Porzellanladen“. Markenzeichen: ausgefallene Kleidung, markige Sprüche und herzhaftes Lachen“, schreiben Katy Weber und Martin Scheele in einem Unternehmer-Portrait des Manager-Magazins. Sei's wie es ist: Vom fürstlichen Glanz fällt eine Menge Publicity für Regensburg ab.

Von der Schickmicki-Braut zur knallharten Managerin

Das moderne Aschenputtel-Märchen hätte so weiter gehen können, wäre nicht 1990 der überraschende Tod von Fürst Johannes dazwischen gekommen. 64 Jahre jung hinterlässt er Fürstin Gloria nicht nur drei minderjährige Kinder und ein Milliardenvermögen, sondern auch Schulden in Höhe von geschätzten 400 Millionen Euro. Zusammen mit der millionenschweren staatlichen Forderung in Form der Erbschaftssteuer ächzt das Fürstenhaus schwer unter dem Mangel an Liquidität. Solche Hiobsbotschaften sind willkommenes Futter für die Medien. Denn von nun an ist die Entwicklung der Fürstin doppelt interessant. Schickimicki-Braut und knallharte Managerin, wie passt das zusammen?

Die Schlagzeilen lassen nicht lange auf sich warten, auch wenn sie anders ausfallen als erwartet: Nach dem alten Unternehmerprinzip, sich auf seine Wurzel zu konzentrieren, trennt Fürstin Gloria, als Vormund des Erbprinzen Albert eingesetzt, die Spreu vom Weizen. Erst jagt sie in ihren Augen unfähige Spitzenmanager aus dem Schloß, dann stößt sie unrentable Firmenanteile wie Brauerei, Bank und andere Beteiligungen ab. Mit Tränen in den Augen verfolgt Onkel Emmeram, einsamer Mönch von Gottes Gnaden, den Ausverkauf fürstlicher Schätze: Tafelsilber, Möbel,

Porzellan und andere wertvolle Stücke bringen bei der Versteigerung durch Sotheby's zweistellige Millionenbeträge. 2200 Erbstücke verhökert sie geschickt an den bayerischen Staat und begleicht damit die Erbschaftssteuer.

Die Art, wie Fürstin Gloria Ordnung in dem Imperium schafft, gefällt nicht allen, bringt der Fürstin aber neben der gewünschten Liquidität Anerkennung aus höchsten Managerkreisen. Die wichtigsten Finanzblätter Europas schwärmen von ihren Qualitäten, mit denen sie auch ohne qualifizierten Abschluss an erlesenen Universitäten die Elite der Wirt-



Kommerz im Schloß: Mit Veranstaltungen in großem Stil vermarktet Fürstin Gloria die Anlagen in Regensburg erfolgreich und gewinnbringend.

Fotos: Gerald Schneider

schaftsbosse an die Wand drängt. Und sie macht erfolgreich weiter: 37 000 Quadratmeter Schloßfläche sind ein erheblicher Kostenfaktor und wollen gewinnbringend vermarktet sein. Eine große internationale Bank, Rechtsanwälte, ein Notar, Steuerberater und andere honorierte Dienstleister genießen heute das Privileg der ersten, weil fürstlichen Adresse. Ausstellungen und die mittlerweile überregional bedeutenden Schloßfestspiele locken nicht nur Tausende von Gästen, sondern auch wieder Prominente aus Adel, Film und Show in die fürstlichen Gemäuer.

Mit Gloria im Gleichklang

Regensburg selbst ist nicht untätig und mausert sich mit dem Bau der Universität, der Ansiedlung von bedeutenden „Global Players“ wie Siemens, BMW, Infineon oder Toshiba und der Förderung von modernen Wirtschaftszweigen wie Biotechnologie oder IT zu einer bedeutenden Wachstums- und Wirtschaftsregion in Bayern. Die Bewerbung zu Europas Kulturhauptstadt 2010 im Sommer 2003 bringt zusätzliche Publicity, auch wenn einige Lachnummern darunter sind: Der Fehlgriff mit dem ersten Kulturmanager, das billige Plagiat mit Kippenbergers

Frosch am Kreuz oder die blamable Niederlage des Oberbürgermeisters beim Versuch, gegen eine Bürgerinitiative einen Standort für ein Kultur- und Kongresszentrum durchzudrücken. Hier ähnelt die Taktik des fürstlichen Hauses der der Stadt: Hauptsache in den Schlagzeilen. Wichtig ist, was von den Botschaften bleibt. Bad news are good news.

Am Ende haben sich zwei gesucht und gefunden: Regensburg, ein nach oben strebender Wirtschafts- und Kulturstandort und die Fürstin, eine von der Schickimickibraut zur soliden Managerin konvertierte Frau. ■



Bibliophile Kostbarkeit

Hans-Günther
Kaufmann: **Was die
Welt schön macht.**

Joseph Kardinal Ratzinger, ARTfides, München
24,80 Euro, ISBN 3-932949-39-0

Eine bibliophile Kostbarkeit ist die von Abt Odilo Lechner im Presseclub vorgestellte gedruckte Predigt zu Christi Himmelfahrt 2004 von Joseph Kardinal Ratzinger. Gesprochen wurde sie in diesem Jahr bei den Gebirgsschützen am Tegernsee, "in einem gesegneten Land, das von der Schöpfung her schön ist, aber erst durch den Glauben vollends schön gemacht worden ist".

Der Band enthält neben einem Vorwort von Ratzinger – Freund und Clubmitglied Direktor Thaddäus Joseph Kühnel – die Lesungen und das Tagesevangelium und wird geschmückt mit Miniaturen aus dem Tegernseer Psalterium des Jörg Gutknecht 1515. Von großer Kraft und Eindringlichkeit – oder einfach schön – sind die Farbaufnahmen von Hans-Günther Kaufmann von Kardinal, Gläubigen, Gebirgsschützen, Landschaft und See. Ins Bild geholt wird die „terra benedictina“ zu der nach Abt Odilo „neben Traurigem die Schönheit gehört“.

Norbert Matern

RA Gritschneder geehrt

Den Max-Friedlaender-Preis des Bayerischen Anwaltsverbands erhielt unser Clubmitglied, der Münchner Rechtsanwalt Otto Gritschneder (90) in Anwesenheit aller Vorsitzenden und Präsidenten der oberen und obersten Bayerischen Gerichte.

Da der Geehrte aus gesundheitlichen Gründen nicht selbst erscheinen konnte, nahm sein Sohn die Auszeichnung aus der Hand von Präsident Anton A. Mertl entgegen.

Der Anwalt und Autor wurde in der Münchner Residenz für seinen mutigen Einsatz für Recht und Gerechtigkeit geehrt. Wegen seiner immer wieder geäußerten christlichen Überzeugungen wurde Gritschneder von den Nationalsozialisten nicht in den juristischen Dienst übernommen, da zwar „fachlich geeignet aber politisch unzuverlässig“. Als Referendar protokollierte Gritschneder den Prozess gegen den inzwischen selig gesprochenen Pater Rupert Mayer SJ und vertrat von 1948 bis 1952 die „Parteiloosen Katholiken“ im Münchner Stadtrat.

In seiner Laudatio bezeichnete LMU-Professor Peter Landau Gritschneder „als unverwechselbares Münchner Original und wertkonservativen Autor“, der in seinen Büchern erstmals die Akten des Prozesses gegen Hitler auswertete, den Röhmputsch als den größten Mord der deutschen Geschichte brandmarkte und das Versagen der bayerischen Justiz in den fünfziger Jahren aufdeckte.

Gritschneder, so hieß es, habe sechzig Jahre dem Recht gedient und Gerechtigkeit eingefordert. Seinen Anwaltsberuf bezeichnete er in seiner Danksagung als den „schönsten Beruf der Welt“, das Recht sei älter als jeder Staat und nach Augustinus „Staaten ohne Gerechtigkeit, was sind sie anders als große Räuberbanden“. Zeitlebens warnte Gritschneder: „Wer in der Demokratie schläft, wacht in der Diktatur auf“. Der Münchner Richter und Schriftsteller Herbert Rosendorfer widmete seinem Kollegen die Erzählung „Unserer Ehre heißt Treue“. Gritschneder hat dafür gesorgt, dass vor der Feldherrenhalle eine Ehrentafel für die beim Hitlerputsch gefallenen bayerischen Polizisten angebracht wurde.

Norbert Matern

Drei Jahre PresseClub-Abende mit Zeit- und Augenzeugen

Jeweils am dritten Dienstag des Monats ab 18 Uhr herrscht in unserm Clubraum eine geradezu familiäre Atmosphäre – und dies nun schon drei Jahre lang. Gespannt lauschen Mitglieder und Gäste dem jeweiligen Berichterstatter, der aus seinem beruflichen Leben, von wichtigen Stationen seiner Laufbahn, von weiten Reisen und besonders interessanten Begegnungen erzählt – in lockerer Runde, bei Wasser, Säften, Wein und Bier. Clubmitglieder berichten mal „aus dem Nähkästchen“ über ihre aktuelle Arbeit. Lebhaftige Diskussionen, ergänzende Reminiszenzen, vielseitiger Gedankenaustausch schließen sich an.

Zeitzeugen, die das Werden unseres Landes und der Stadt nach dem Krieg an verantwortlicher Stelle begleitet und gestaltet haben, lassen Erinnerungen wach werden. Gerade dann würde man sich wünschen, dass noch mehr junge Mitglieder teilnehmen würden, um Zeitgeschichte aus erster Hand und berufenem Munde zu erleben. So ungerecht es ist, einen herauszuheben, so hat es doch Erich Hartstein in unvergesslicher und humorvoller Weise verstanden, uns von der „Stunde Null“ im Rathaus zu berichten, von seiner Arbeit und seinen Wegen im Trümmerfeld München. Wann gab es wieder Konzerte? Wann und wie Theater? Wie konnte die Universität ihre Arbeit wieder aufnehmen? Wie entstand die erste Zeitung? Diese aufregende Vergangenheit wurde bei Club-Abenden wieder lebendig.

Was geschah hinter den „Kulissen“ des PresseClubs zu Zeiten von Georg Wulfius? Alles dies, aber auch ferne Länder rücken in den illustrativen Schilderungen näher, sei es Russland, China, Taiwan, der Balkan, die baltischen Länder unter anderen. Da wird über Begegnungen mit hohen Politikern, mit Künstlern, Wissenschaftlern mal jenseits offizieller Berichterstattung erzählt, aber auch vom Alltag des Korrespondenten in nicht immer friedlicher Umgebung wird berichtet. W.S.

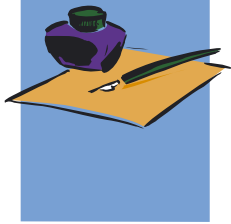


Fragen Sie uns.

Kassenzahnärztliche Vereinigung Bayerns
(KZVB)

Pressestelle
Fallstraße 34
81369 München

Telefon: 089/ 724 01-162
Fax: 089/ 724 01-276
E-Mail: presse@kzvb.de
Internet: www.kzvb.de



Herzlichen Glückwunsch

zu der hervorragenden Arbeit des PresseClubs München, die sich nicht nur in

den Berichten im PresseClub Magazin widerspiegelt, sondern auch in der Außenwirkung des Vereins.

Meinen besonderen Dank möchte ich Ihnen für Ihr Engagement um die Aus- und Weiterbildung der Medienschaffenden aussprechen. Ihre Arbeit, allen voran die Kooperation mit den Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. (NJB), ist ein wichtiger Baustein für die Medienbildungslandschaft in Bayern. Gerade in einer Zeit, in der Kürzungen in vielen Bereichen zu beobachten sind, ist es wichtig, sich des Nachwuchses anzunehmen und für eine qualitätsvolle Zukunft in der Medienbranche einzutreten.

Mit freundlichen Grüßen

Prof.Dr.Gabriele Goderbauer-Marchner
Medien Campus Bayern e.V.

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

auch nach dem Umzug großer Teile der politischen Nachrichtenanbieter von Bonn nach Berlin hat der Nachrichtenplatz Bonn seinen Reiz behalten. Wenn Sie den unten stehenden Link anklicken, finden Sie eine Übersicht von rund 300 Institutionen aus Politik, Bundesverwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, nicht zuletzt aus den Vereinten Nationen und anderen internationalen Organisationen, die in Bonn Nachrichten von nationaler oder internationaler Bedeutung produzieren.

Sie können die Übersicht »Nachrichtenplatz Bonn« auch ausdrucken. Der Inhalt entspricht unserem heutigen Informationsstand, macht aber keinen

Anspruch auf Vollständigkeit geltend. Für Kolleginnen und Kollegen in den Bonner Pressereferaten zeigt der Überblick, dass sie sich in guter Gesellschaft befinden. Für Kolleginnen und Kollegen aus Presse, Funk, Fernsehen und aus den Agenturen macht die Liste deutlich, dass es sich lohnt, in Bonn als politische Journalistin oder politischer Journalist zu arbeiten. Anregungen, Ergänzungen, Verbesserungsvorschläge – wenn unvermeidlich auch Kritik – nehmen wir selbstverständlich entgegen.

Mit freundlichen Grüßen

Friedel Frechen

Sprecher der Bundesstadt Bonn
http://www.bonn.de/rat_verwaltung_buergerdienste/medien/nachrichtenplatz_bonn/index.html?lang=de

Limerick

*In München am Platz der Maria
da trifft man viel Leute aus China.
besonders sehr viel
beim Glockenspiel.
Vom Clubraum aber guckt keiner.*

*Hier schwingt Herr Matern seine Glocke,
auf dass sich jeder hinhocke.
Schnell noch ein Kaffee,
eine Bretzen, auch Tee,
Schon füllen wir Seiten im Blocke.*

*Man kann jetzt sogar was verstehen,
nicht von hinten die Promis nur sehen!
Für den deutlichen Ton
gibt's jetzt Mikrophon,
bei Rotlicht beginnt es zu gehen!*

*Ein Beamer ist jetzt auch zur Stelle,
für Bilder schön bunt und schön helle.
Eva kennt das Gerät,
sie weiß, wie es geht.
Sie ist unsre Frau für alle Fälle!*

Werner Siegert

Quo Vadis PresseClub?

Unser altherwürdiger PresseClub braucht dringend neue Impulse. Auch wenn weiterhin relativ viele Veranstaltungen in unseren Räumlichkeiten stattfinden, so ist dennoch nicht zu übersehen, dass im speziellen die Medienvertreter nur noch bei besonderen Veranstaltungen in den Presseclub kommen.

Auch bei den Nachwuchsjournalisten hat unser PresseClub nicht mehr die Bedeutung wie in früheren Jahren. Informationen werden heute direkt durch das Internet schneller noch als in den Nachrichtenagenturen über spezielle Foren in die Redaktionen transferiert (als letztes Beispiel die Flut!). Und gerade in diesem Bereich sind natürlich die jüngeren Generationen prädestiniert, sich im Internet mit Nachrichten einzudecken.

Vor diesem Hintergrund hat sich der Vorstand des PC München in letzter Zeit in einigen Strategie-Meetings, die durch das PC Mitglied Ulrich Rohde, Geschäftsführer der Management Akademie München moderiert wurden, verstärkt damit auseinandergesetzt, wie der PresseClub München sich für die Zukunft als moderner Club für Medienvertreter und als interessanter Ansprechpartner von Unternehmen, Parteien und Personen des öffentlichen Lebens neu definieren könnte.

Wesentlicher Ansatz dabei muss der Netzwerkgedanke sein, das heißt, wie können die Mitglieder des PC von den unterschiedlichen Professionen und Fähigkeiten voneinander profitieren? Eine der Ideen hierfür ist, dass auf der Homepage des PC zum Beispiel ein Chatroom für Mitglieder eingerichtet wird, der die interne Kommunikation zu bestimmten Themen erleichtern soll.

Im Internet gibt es mittlerweile viele Beispiele dafür, wie geschlossene Chatrooms für deren Mitglieder einen hohen Nutzen bringen, von angebahnten geschäftlichen Aktivitäten bis hin zu nützlichen Tipps für viele Lebensbelange.

Eine weitere Idee kann sein, dass der PC zukünftig auch als Veranstalter von kostenpflichtigen Seminaren zum Thema Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auftritt. Hierzu müsste allerdings die Satzung geändert werden. Trotzdem ist gerade dieser Gedanke sehr reizvoll, da er den finanziellen Spielraum des PC durch diese Einnahmen erweitern würde und warum soll nicht der Pressclub mit seinen vielen hervorragenden Vertretern der Medien dieses Wissen an Unternehmen und Öffentlichkeitsarbeitsverantwortliche gegen Entgelt weitergeben?

Wie schon durch das Nachwuchstutorat begonnen, sollen auch die Nachwuchsjournalisten noch mehr in die Arbeit des PC eingebunden werden und auch von der Mitgliedschaft profitieren. Warum sollte es nicht gelingen, dass der PC mit seinen Kontakten jedes Jahr für Nachwuchsjournalisten Volontariate in Verlagen garantieren kann? Und warum sollten auf der Homepage des PC nicht auch redaktionelle Beiträge von Mitgliedern abrufbar sein? Wenn sich hier aus dem Mitgliederkreis immer wieder Leute mit redaktionellen Beiträgen zur Wirtschaft, Gesellschaftspolitik und anderem melden, könnte das Anklicken unserer Homepage sowohl für Journalisten wie auch andere Interessierte einen neuen, besonderen Stellenwert bekommen. Auch die stärkere Verlinkung unserer Homepage mit anderen Partnerinstitutionen kann den Bekanntheitsgrad erhöhen.

Sie sind herzlich eingeladen, die Zukunft des Presseclubs München konstruktiv mit zu gestalten!

Ulrich Rohde

Das neue »Z«

Mit der Version 4.04 setzt die Zitate-Datenbank **Z** neue Maßstäbe. 60.000 Zitate von 5.400 Autoren zu 14.000 Themen bieten eine umfassende professionelle Recherche.

Von den ersten Dokumenten der Menschheit bis zu Auswertungen von Interviews der letzten Wochen ist alles auf »Knopfdruck« abrufbar. Täglich wird die Datenbank erweitert.

Z gibt es auf CD-ROM (37,12 Euro inkl. Porto), die Datenbank lässt sich aber auch aus dem Netz herunterladen (23,20 Euro). Im Internet steht außerdem eine abgepeckte Version kostenfrei zu Recherche bereit. ■

Alles, was neu ist, unter einem Dach – geht nicht?



Geht doch!

Zugegeben, Sie brauchen schon etwas Zeit, um alles zu sehen, was das Handwerk so zu bieten hat: Die Angebote sind vielfältig, die Auswahl ist riesig. Aber die Wege sind kurz. Sie finden alles unter einem Dach dort, wo sich Tradition, Fortschritt und Zukunft treffen. Unsere Messen sind zeitgemäße Marktplätze und wichtige Kontaktbörsen.

Starten Sie zu Ihrer ganz persönlichen Entdeckungsreise. Erleben Sie die ganze Angebotsvielfalt. Freuen Sie sich auf die Beratung „aus erster Hand“. Sprechen Sie mit den Fachleuten. Niemand hat bessere Argumente.

GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH

Willy-Brandt-Allee 1
81829 München, Germany
Telefon +49 (089) 94955-0
Telefax +49 (089) 94955-239

messe@ghm.de
www.ghm.de



Your Fair Partner

Messen der GHM: I.H.M. – Garten München
Heim+Handwerk – Bakery China – ELTEC – IFH/Intherm
DACH+WAND – iba – FARBE – FOOD & LIFE

Wie tickt denn ein Chefreporter?

Fritz Janda
über ebendiesen Fritz Janda von der AZ.

Der Anruf verhiess nichts Gutes. Auf dem Display eine nicht geläufige Nummer: »Hier Ruthart Tresselt, ich grüße Sie«. Aha, der Tresselt vom Münchner Presseclub. »Was verschafft mir denn die Ehre?« »Ja, wir hätten da gerne für die nächste Ausgabe unseres Magazins einen kleinen Beitrag von Ihnen, keine große Sache, nur zwei Seiten. Ein Porträt über sich selbst. Motto: Wie tickt eigentlich dieser Fritz Janda, haha?! Fällt Ihnen doch sicher nicht schwer. Schöne Tage noch. Und Servus«.

Einige Schrecksekunden später erste Reaktion meinerseits: »Wie tickt eigentlich dieser Ruthart Tresselt?« Er müsste als alter Hase in diesem Gewerbe doch wissen, dass Journalisten die introvertiertesten Menschen sind, die es gibt. Dass die über alles und jeden reden und schreiben können, nur nicht über sich selbst.

Aber er »hängt« mit den Terminen, hat er gesagt. Er bräuchte den Artikel dringend.

Andererseits: Nach dem 60. Geburtstag hat man sich ja auch selbst schon immer wieder mal klammheimlich gefragt: Tickst du eigentlich noch richtig, dass du dir diesen täglichen Stress noch immer antust? Also...

Also frage ich beim Abendessen ganz harmlos einmal meine Frau: »Sag mal, was meinst du: Wie ticke

ich eigentlich?« Erstauntes Aufblitzen: »Eigentlich ziemlich normal, wenn man mal davon absieht, dass du für manche nicht ganz dicht bist. Aber, wenn es um deinen Beruf geht, dann spinnst du total. Dann rennst du los, lässt Familie und Kinder sitzen. Du kannst eben einfach nicht Nein sagen«. Aha...



So sieht er aus.... der Fritz Janda Foto: AZ

Wie also ticke ich? Wie meine Uhr? Die aber geht immer nach. Bin ich also ein Nachgeher, chronisch sozusagen. Was aber eigentlich nicht verwunderlich wäre. Jeder Mensch hat schließlich auch Vorgänger. Ich in meinem Job als Chefreporter sogar

einen ganz großen: Bobby (Werner) Meyer. Nicht nur ein Vorgänger sondern auch ein ebenso großes Vorbild.

Ich habe sie alle noch miterlebt, diese großartigen Köpfe, die das journalistische Produkt Abendzeitung einmal zur besten Boulevardzeitung Deutschlands machten. Da war der

einzigartige Dieter Gütt, ein Anecker, unbequem, heftigst umstrittener Kolumnist. Unvergessen seine Antwort an den über Güttts letzte Attacke äußerst ungehaltenen Chefredakteur: »Ich lasse mir meine Meinung doch nicht durch irgendwelche Tatsachen verbiegen«. Querdenker, Querköpfe bis zur Sturheit manchmal, aber freie Geister mit einer eigenen Meinung waren sie allesamt. Sigi Sommer, der Unvergessliche oder Wolfgang Christlieb, ein Geizkragen vor dem Herrn, der aber fließend auf Latein oder Altgriechisch parlieren konnte. Autoren wie Guido Fuchs, Rupp Doinet, Michael Jürigs, Alois Segerer,

geschliffene Federn, die aus einer Lokalspitze noch ein kleines Feuilleton zaubern konnten... Ein großartiger Chor von lauter Individualisten, von dem ich als Redakteur und Reporter lernen durfte. Nur aus dieser Vergangenheit ist, glaube ich, zu erklären, wie dieser Fritz Janda immer noch tickt.

Natürlich bin ich inzwischen auch schon ein gutes Stück in der Weltgeschichte herumgekommen und habe viel gesehen. Schreckliche Bilder, die sich im Gedächtnis einbrennen: Katastrophenopfer, verzweifelte Witwen, die grässlich verstümmelten, exhumierten Leichen auf dem Friedhof von Temesvar in der rumänischen Revolution.

Die Angst fuhr auch manchmal mit. So auf dem Weg nach eben diesem Temesvar, Weihnachten 1989, als mein Fotograf und ich in unserem Wagen noch weit vor dem Ort in der Dämmerung unter starken Beschuss gerieten. Ein purer Zufall rettete uns. Aufständische Studenten, die einen Bus gekapert hatte, kamen vorbei und gaben uns Feuerschutz bis in den Stadtkern.

Ein Heiligabend, an dem es nicht viel zu feiern gab. Wir verbrachten die Nacht auf dem Boden liegend im »Hotel Intercontinental«, denn von den Häusern rundum schossen Scharfschützen der Securitate auf alles, was sich im Hotel bewegte. Dreimal stürmte die Geheimpolizei das Haus. Und drei unserer Pressekollegen verloren bei diesen Aktionen ihr Leben.

Dennoch: es blieben auch schöne Bilder. So die glücklichen Gesichter der Prager bei der »Klingelrevolution« auf dem Wenzelsplatz im November 1989, mit der sie den Rücktritt des kommunistischen Regimes erzwangen (auch wenn sie den unschuldigen AZ-Reporter dabei fast durch eine Schaufensterscheibe gedrückt hätten).

Oder die strahlenden Augen der drei jungen Mädchen aus Bautzen, denen im Sommer des gleichen Jahres mit uns von Budapest aus die Flucht über die Grenze nach Österreich gelang. Dem ungarischen Grenzsoldaten, der damals demonstrativ in die andere Richtung schaute, sei noch einmal herzlich gedankt.

Natürlich, die Tage sind auch in der Abendzeitung vorbei, in denen ein Chefreporter Hunderttausend Kilometer im Jahr unterwegs war. Die Zeiten sind härter geworden, die Etats kleiner, die Belegschaften dünner. Und die eigenen Bandscheiben sind auch schon deutlich abgenützt. Doch Rückzug? Das Journalistenleben nur noch privat archivieren? Schwer vorstellbar. Auch ein alter Zirkusgaul tickt da noch immer etwas anders... ■

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

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

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

security at work.

SECURITY PRINTING · CURRENCY AUTOMATION · CARDS AND SOLUTIONS · PAPER MANUFACTURING · BANKNOTE PRINTING · BRAND PROTECTION · ID SYSTEMS · SECURITY PRINTING · CURRENCY AUTOMATION



Giesecke & Devrient

www.gi-de.com



Medientreffpunkt

Gäste im Internationalen PresseClub München (1)



Altabt Odilo Lechner, Jus-
 tizmin. Beate Merk, K.
 Weinzirl, Autor Markus We-
 ber, Finanzmin. Prof. Dr.
 Kurt Falthäuser, Prof. Dr.
 Wolfdieter Ring, Staatsmin.
 Dr. Thomas Goppel, SPÖ-
 Chef Alfred Gusenbauer,
 Hans-Jochen Vogel, Schau-
 spieler Hans Clarin, Innen-
 minister Günther Beckstein,
 Familienmin. Renate Schmidt
 mit SPD-Fraktionschef Franz
 Maget.
 alle Gästefotos: W. Hausmann,
 J. Schwepfänger, R. Tresselt.



Termine 2005/2006

Auszug

Messe München International

Messe München GmbH

IMAG

Internationaler Messe- und
Ausstellungsdienst GmbH

GHM

Gesellschaft für
Handwerksmessen mbH

Service-Hotline

(+49 89) 9 49-2 07 20

newslines@

messe-muenchen.de

In der Neuen Messe München

- | | | | |
|---------------------------|---|-------------------|---|
| 06.04.–10.04.2005 | JAGEN UND FISCHEN 2005[◊]
12. Internationale Ausstellung | 10.10.–12.10.2005 | EXPO REAL 2005^{◊♦}
8. Internationale Fachmesse für Gewerbe-Immobilien |
| 12.04.–14.04.2005 | SEMICON EUROPA 2005
29. Internationale Jahresausstellung für Halbleiterprodukte, -stoffe und Dienstleistungen in Europa | Oktober 2005 | DIE 50. KUNST-MESSE MÜNCHEN |
| 25.04.–29.04.2005 | IFAT**
14. Internationale Fachmesse für Wasser, Abwasser, Abfall, Recycling | 22.10.2005 | FACHDENTAL 2005 |
| 31.05.–03.06.2005 | TRANSPORT LOGISTIC 2005**
10. Internationale Fachmesse für Logistik, Telematik, Verkehr | 24.10.–28.10.2005 | SYSTEMS 2005**
IT.Media.Communications |
| 31.05.–04.06.2005 | FESPA 2005[◊] Future of Global Imaging | Herbst 2005 | MINERALIENTAGE MÜNCHEN 2005
42. Internationale Verkaufsausstellung (BORSE) und Deutsche Geo-Fachmesse (GEOFA) |
| 13.06.–15.06.2005 | FIBERCOMM^{◊♦} Internationale Fachmesse und Kongress für optische Informations- und Kommunikationstechnologie | 15.11.–18.11.2005 | PRODUCTRONICA**
16. Internationale Fachmesse der Elektronik-Fertigung |
| 13.06.–16.06.2005 | LASER 2005. WORLD OF PHOTONICS**
17. Internationale Fachmesse und Internationaler Kongress | 03.12.–11.12.2005 | HEIM + HANDWERK 2005**
28. Verkaufsausstellung rund ums Wohnen, Einrichten und Bauen |
| 03.07.–05.07.2005 | ISPO – Sommer**
63. Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode | 13.01.–15.01.2006 | OPTI MÜNCHEN 2006[◊]
9. Internationale Fachmesse für Augenoptik |
| 03.07.–05.07.2005 | ISPOVISION**
Internationale Fachmesse für Sportstyle – Fashion inspired by Sports | 29.01.–01.02.2006 | ISPO – Winter**
64. Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode |
| Juli 2005/
Januar 2006 | TRENDSET/MUSTERMARKT[◊]/
BIJOUTEX | 29.01.–01.02.2006 | ISPOVISION**
Internationale Fachmesse für Sportstyle – Fashion inspired by Sports |
| 12.09.–17.09.2005 | DRINKTEC 2005** Weltmesse Nr. 1 für Getränke- und Liquid-Food-Technologie | 17.02.–20.02.2006 | INHORGENTA EUROPE 2006**
33. Internationale Fachmesse für Uhren, Schmuck, Edelsteine, Perlen und Technologie |
| 20.09.–22.09.2005 | MATERIALICA 2005^{◊♦}
8. Internationale Fachmesse für Werkstoffanwendungen, Oberflächen und Product Engineering mit Kongress MATERIALS WEEK | 18.02.–22.02.2006 | C-B-R 2006**
37. Ausstellung Caravaning, Wassersport, Tourismus |
| 02.10.–04.10.2005 | GOLF EUROPE 2005**
13. Internationale Fachmesse für den Golfsport | 16.03.–19.03.2006 | GARTEN MÜNCHEN 2006**
12. Münchner Verkaufsausstellung |
| | | 16.03.–22.03.2006 | I.H.M. 2006**
58. Internationale Handwerksmesse |

Im M, O, C,

- | | | | |
|---|--|-------------------|---|
| 15.04.–17.04.2005/
07.10.–09.10.2005 | MODA MADE IN ITALY[◊]
Internationale Fachmesse für Schuhe | 29.10.–30.10.2005 | BEAUTY FORUM MÜNCHEN 2005[◊]
Internationale Herbstmesse für Kosmetik |
| 22.06.–24.06.2005 | MUTEC 2005^{◊♦} 6. Internationale Fachmesse für Museumswesen, Sammlungen, Restaurierung und Ausstellungstechnik | 11.11.–13.11.2005 | FORUM VINI Internationale Weinmesse |
| 07.08.–08.08.2005/
12.02.–13.02.2006 | ABC-SALON[◊]
Ordertage für Abend-, Braut- und Cocktailmode | 17.02.–19.02.2006 | IMOT Internationale Motorradausstellung |
| 23.08.–25.08.2005 | TALENTS 2005[◊] Die Jobmesse | 01.03.–03.03.2006 | FAIRWAY 2006^{◊♦}
12. Golfplatz-Kongress mit Fachausstellung |
| 06.09.–08.09.2005/
31.01.–02.02.2006 | MUNICH FABRIC START[◊]
Internationale Preview-Stoffmesse | 02.03.–04.03.2006 | INTERNATIONALE MÜNCHNER BRIEFMARKENBÖRSE 2006 |
| | | 04.03.–05.03.2006 | NUMISMATA INTERNATIONAL |

International

- | | | | |
|-------------------|---|-------------------|--|
| 24.04.–29.04.2005 | AUTO SHANGHAI 2005 Shanghai, China | 17.11.–20.11.2005 | BAUCON YAPEX Antalya, Türkei |
| 25.04.–29.04.2005 | ELECTRONIC AMERICAS[◊] São Paulo, Brasilien | Frühjahr 2006 | COMPONEX/ELECTRONIC INDIA 2006[◊]
Neu-Delhi, Indien |
| 17.05.–19.05.2005 | BAKERY CHINA 2005** Shanghai, China | 22.03.–24.03.2006 | ELECTRONICA & PRODUCTRONICA CHINA 2006[◊]
Shanghai, China |
| September 2005 | Enviro-Pro/TECOMEX 2005[◊] Mexico City | | |
| 13.10.–16.10.2005 | ELECTRONIC ASIA** Hongkong, China | | |

[◊] Nur für Fachbesucher

* ufi approved event

♦ FKM-geprüft

** Veranstalter: GHM

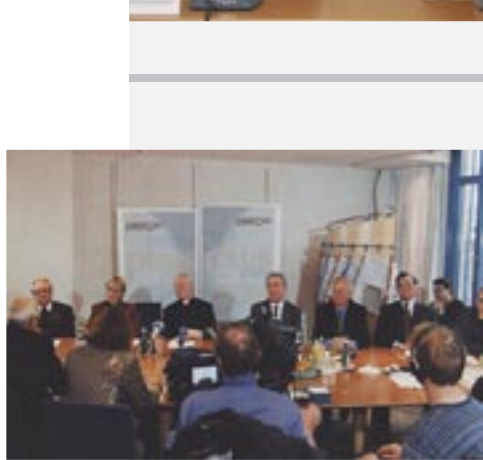
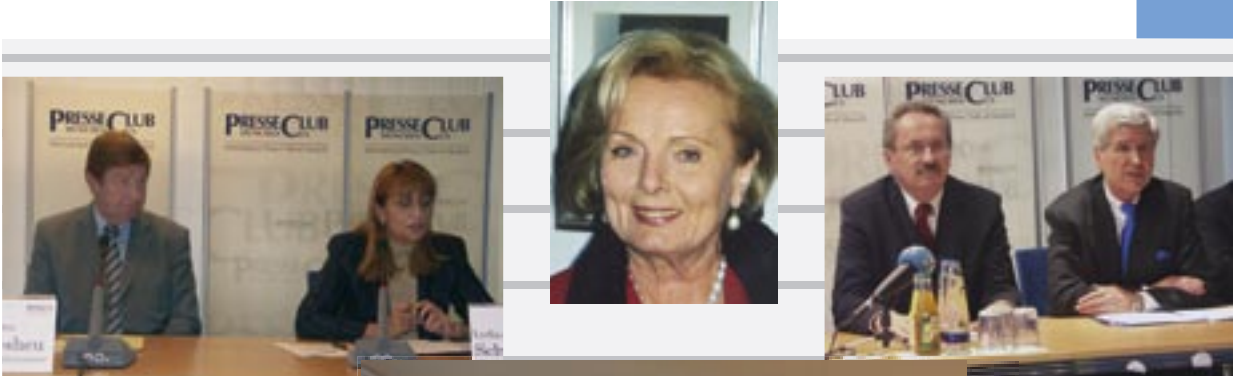
Änderungen vorbehalten!

24. 1. 2005



Medientreffpunkt

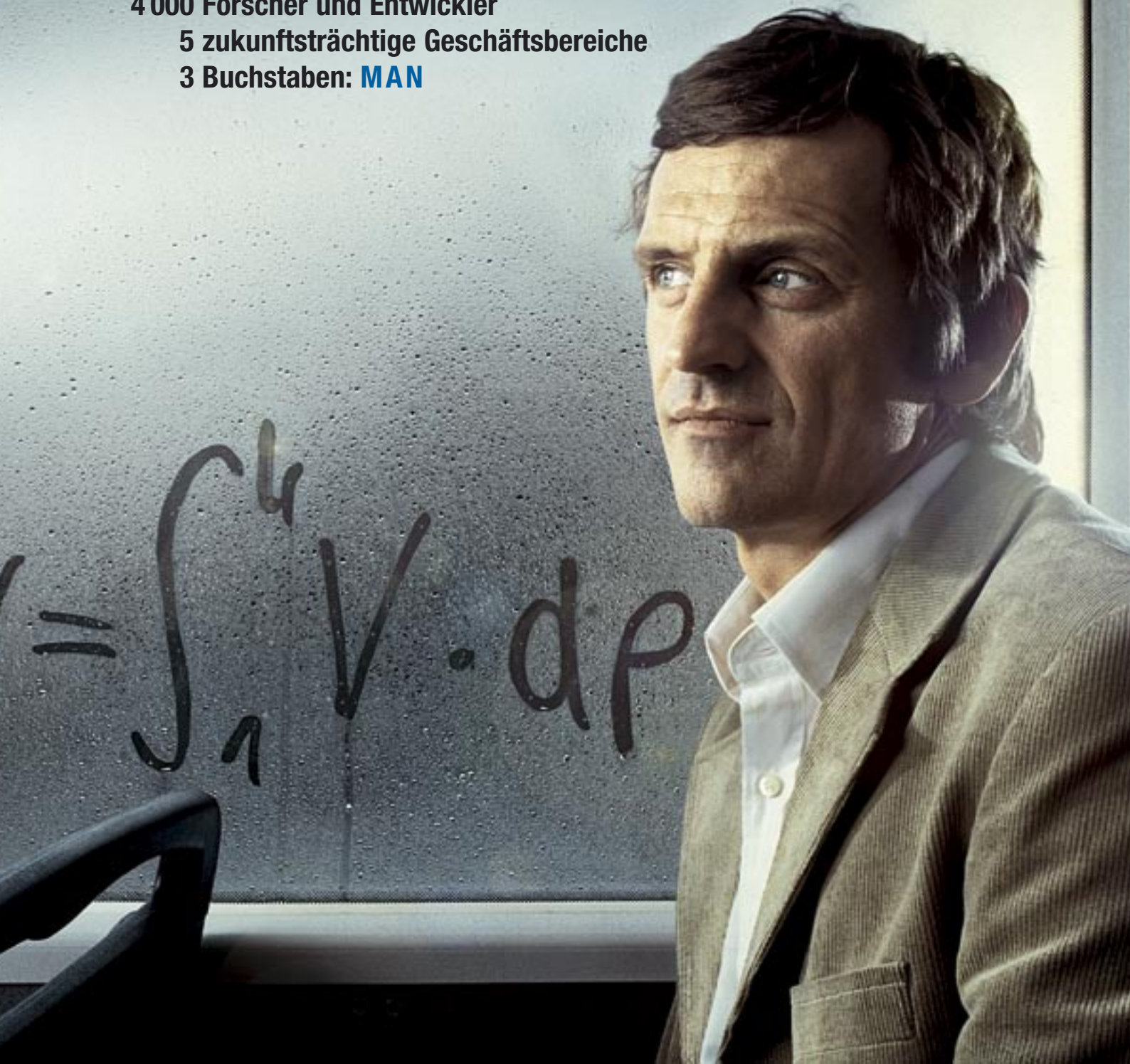
Gäste im Internationalen PresseClub München (2)



Wirtschaftsmin. Dr. Otto Wiesheu mit bulgarischer Ministerin Lydia Schuleva, Schauspielerin Ruth Maria Kubitschek, OB Christian Ude, Kardinal Friedrich Wetter, Intendant Prof. Dr. Thomas Gruber, Prof. Dr. Joachim Kaiser, Dietrich Fischer-Dieskau mit Frau u. Sängerin Julia Varady, Polizeipräs. Dr. Wilhelm Schmidbauer, Landtagspräs. Alois Glück, Messechef Manfred Wutzelhofer, Richard Strauss, Horst Seehofer, Landesbischof Joh. Friedrich



500 000 000 Euro für Innovationen
 4 000 Forscher und Entwickler
 5 zukunftsträchtige Geschäftsbereiche
 3 Buchstaben: **MAN**



NUTZFAHRZEUGE | INDUSTRIEDIENSTLEISTUNGEN | DRUCKMASCHINEN | DIESELMOTOREN | TURBOMASCHINEN

Innovationswille ist die Leidenschaft, über Standards hinauszudenken. Jederzeit, überall. 4 000 unserer besten Köpfe beschäftigen sich damit, Innovationen wie die neue Motorengeneration D20 Common Rail hervorzu- bringen. Wie gestalten wir Zukunft noch intelligenter? Wie werden Produkte noch leistungsfähiger? Und unsere Kunden noch zufriedener? Die Antworten auf diese Fragen sind die Substanz, aus der Fortschritt entsteht. Sie führen unsere Kernbereiche konsequent an die Spitzenplätze der Weltmärkte; sie steigern die Performance unserer Kunden und unserer Aktionäre. So viel Innovationskraft wird belohnt. Seit Anfang 2003 hat sich der Aktienwert mehr als verdoppelt, 2005 setzt sich der Aufschwung fort. Ist es nicht gut, zu wissen, dass sich nachhaltiges Handeln dauerhaft auszahlt?

Engineering the Future.





Auch mit 0 Richtigen gewinnen!

- Geldgewinne auch mit 0 Treffern (bei 8, 9 und 10 angekreuzten Zahlen)!
- Tägliche Ziehung von Mo. bis Sa. 1 Million Euro Höchstgewinn!
- Hohe Gewinnchancen!
- Feste Gewinnquoten!
- Mit der Zusatzlotterie „plus5“ bis zu 5.000 Euro extra abkassieren!
- Jetzt in allen Lotto-Annahmestellen und unter www.lotto-bayern.de!

