

PRESSE CLUB *magazin*

MÜNCHEN E.V. 4

50 Jahre
1950 - 2000

Infos
Fotos
Interviews
Portraits

**Als man noch geistreich
versumpfen konnte
Journalist unter Show-Stars**

Lust auf Reisen

**Mehr als Nervenkitzel, Empörung
und Unterhaltung**



Das geschah 1950: Willy Millowitsch fragt am Rosenmontag: »Wer soll das bezahlen«... Der Korea-Krieg beginnt und die Ost-West-Spannungen erreichen ihren Höhepunkt... Die Sowjets lösen in der DDR die Arbeitslager Sachsenhausen und Buchenwald auf... Der Lloyd 300, auch Leukoplastbomber genannt, wird der Traum vieler Deutscher... In Ostberlin wird das Stadtschloss eingeebnet... Albert Einstein warnt vor den Gefahren des atomaren Wettrüstens... Bertrand Russell erhält den Literaturnobelpreis... 600.000 Berliner demonstrieren auf der Maikundgebung für die Freiheit... Max Beckmann setzt seinen letzten Pinselstrich und stirbt... Die Weltbevölkerung liegt bei etwa 2,33 Milliarden Menschen... Aufhebung der Lebensmittelrationierung in der Bundesrepublik... Henri Matisse malt seine Kapelle im südfranzösischen Vence aus... 30.000 Rosenarten sind bekannt... Gustav VI. lässt sich in Schweden zum König krönen... Maurice Herzog und Louis Lachenal besteigen erstmals einen Berg über 8000 Meter... Weltrekord über 10.000 Meter durch Emil Zatopek... Einmarsch rotchinesischer Truppen in Tibet... Der PresseClub München wird aus der Taufe gehoben . **Die Süddeutsche Zeitung gratuliert dem Internationalen PresseClub München herzlich zum 50. Geburtstag.**

INHALT

Anwalt der Jungen von Norbert Matern	Seite 5
Was hat sich im Alltag des Journalisten verändert? von Cornelia Wohlhüter	Seite 6
Aus der Notgemeinschaft erwachsen von Lutz Roßmann	Seite 8
Medienmetropole Nummer eins von Martin Schäfer	Seite 12
Journalist unter Show-Stars von Heinz Burghart	Seite 14
Nachbarschaftshilfe Rathaus - PresseClub von Hilde Balke	Seite 19
Herwig Weber und sein Preis von Roswin Finkenzeller	Seite 22
Lust auf Reisen von Ruthart Tresselt	Seite 24
Als man im PresseClub noch geistreich versumpfen konnte von Cornelia Wohlhüter	Seite 28
Freie Journalisten – für die Demokratie unverzichtbar Cornelia Wohlhüter und Ruthart Tresselt im Gespräch mit Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber	Seite 34
Club-Intern Das Festprogramm, Der neue Vorstand, Medientreff PresseClub	Seite 36
Es gibt mehr als Nervenkitzel, Empörung und Unterhaltung außerdem: Kontakte zu anderen PresseClubs.....	Seite 38
Starthilfe und Kontakte für junge Journalisten von Annette Klüpfel	Seite 40
Interne Kommunikation im Handwerk von Matthias J. Lange	Seite 44

Impressum

Herausgeber: PresseClub München e.V.
Marienplatz 22 • 80331 München
Telefon 089/2602-4848 und 4849 • Telefax 2602-4850
Net: www.PresseClubMuenchen.de
eMail: PresseClubMuenchen@t-online.de
Redaktion: Ruthart Tresselt und Cornelia Wohlhüter
Gestaltung: Wolfgang Struve • Titelfoto: Heinz Gebhardt
Druck: Weber Offset, München

2001



Schaute häufig im Club vorbei...



Medientreff im PresseClub



Aufbruchsfantasien



Herwig-Weber-Preisträger 1999



STANDORT HIER

**WENN WIR KULTUR FÖRDERN,
BLEIBEN DIE FÄDEN IN KÜNSTLERHAND.**



Ob Stadt, ob Land: Ihre Sparkasse ist mit dabei, wenn es darum geht, die Lebensqualität dort zu sichern, wo die Menschen leben und arbeiten. Durch die Unterstützung von Freizeiteinrichtungen, mit der Förderung sozialer Projekte, durch Engagement für Umweltschutz und Sport. Oder aber mit Konzepten und Ideen für das Kulturleben.

Dazu gehören anspruchsvolle Ausstellungen und identitätsbewahrende Kunstsammlungen, begeisternde Konzerte und der Wettbewerb „Jugend musiziert“ oder aber die Arbeit der bundesweit mehr als 220 Kunst- und Kulturstiftungen. „Standort: hier“ – Die Initiative der Sparkasse für Menschen und Wirtschaft in der Region.

Anwalt der Jungen

Norbert Matern über die Zusammenarbeit
von Jung und Alt

Der »Internationale Presse-Club München« und der »Verband der Nachwuchsjournalisten in Bayern« feiern zusammen. Der erste wird fünfzig Jahre alt, der zweite fünfzehn Jahre jung. Seit sich die künftigen Kolleginnen und Kollegen 1985 organisiert haben ist der PresseClub eine Art Mentor. Monat für Monat sind die Jungen mit einer eigenen Veranstaltung zu Gast in den Clubräumen am Marienplatz. Ihre Veranstaltungen werden auch im Rundschreiben des Clubs angekündigt und stehen Clubmitgliedern offen. Einige - zugegeben wenige - machen davon Gebrauch und äußern sich begeistert über die hochrangigen Referenten und Diskussionspartner aus den wichtigsten Medien, wie die gescheiterten Fragen.

Der Club begnügt sich aber nicht mit dieser »Patenschaft«. Als vor fünf Jahren der »Sender Freies Berlin« als Kooperationspartner der »Deutschen Journalistenschule« ausschied, sprang der Club ein. Er ist nicht nur mit 10 000.-DM jährlich dabei, sondern vergibt auch ein monatliches Stipendium von 500.-DM. Zwei weitere Stipendien in gleicher Höhe gehen an Studierende der »Bayerischen Akademie für Fernsehen« und der Nachwuchsjournalisten. Nicht ganz uneigennützig lädt der Club bei seinen Informationsreisen und Ausflügen bis zu sieben junge Journalistinnen und Journalisten ein - die Gegengabe ist ein Medienbeitrag. Im übrigen senken sie das Durchschnittsalter erheblich.

Als der einstige Bundespräsident, Professor Dr. Roman Herzog, im vergangenen Dezember

zur Buchpräsentation »Journalistengift«, einem Erinnerungsband von Gerd Thumser an seine früheren Münchner Jahre, in den Club kam, lag es nahe, dass sich der Präsident zu seinen eigenen Erfahrungen mit unserem Berufsstand äußerte. Das war nicht nur schmeichelhaft. „In achtzehn von zwanzig Beiträgen über mich werde ich zum gebürtigen Franken gemacht.“ Schon früher hatte Herzog auch die werbungstreibende deutsche Industrie ermahnt, sich ihrer Verantwortung für die Programme der privaten Fernsehsender bewusst zu sein. Ohne Spots keine Filme!

Zu meinem Ärger begannen ältere Clubmitglieder ein Klagelied über journalistische Fehlleistungen der Jungen. Es mangle an Rechtschreibung, Stil und geschichtlichen Kenntnissen. Es war ein gelungenes Eigentor. Mit am Tisch saß Mercedes Riederer, Leiterin der Deutschen Journalistenschule, da waren Lehrbeauftragte für Journalismus an Akademien, Fachhochschulen und Universitäten. Ich weiß nur zu gut, wie schwer die Aufnahmeprüfungen für Volontäre beim Bayerischen Rundfunk sind und manche Prüfer selbstkritisch feststellten: „Ob wir das früher geschafft hätten?“

Der hochverdiente, frühere Leiter des BR-Wirtschaftsfunks sprach mit Blick auf die Jungen an seinem Sender von »Wellenkern« und fügte hinzu: „Sie können mich zitieren.“ Zu seiner Zeit gab es allerdings für ganz Bayern nur ein Hörfunkprogramm, keine Binnen- und Außenkonkurrenz. Heute hat Bayern knapp zweihundert Radioprogramme. Da musste



Clubvorsitzender Norbert Matern

manches - man mag es zu Recht beklagen - auch beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk geändert werden. Schon in der Antike klagten die Älteren über die Jungen, nichts dazu gelernt meine Herren?

Als Clubvorsitzender und Moderator habe ich am runden Tisch so manches gesehen und gehört. Auch ergraute Häupter haben sich bei Fragen entsetzlich blamiert. Und auch das hat es gegeben: Ein junger Kollege entschuldigte sich bei mir für das, was er über eine Veranstaltung (falsch) geschrieben hatte: „Die Redaktion wollte es so.“ Und wie steht es mit dem hire and fire bei privaten Sendern? Junge Leute werden rücksichtslos »freigestellt«, sonst zum Teil schlecht bezahlt. Sind etwa die Aktionäre wichtiger als die jungen Kollegen? Als ich ein Kamerateam im Club fragte, ob es vom Bayerischen Rundfunk käme, lautete die kurze vielsagende Antwort: „Leider nicht.“

Ja, die Geschichtskenntnisse könnten besser sein. Was für die Älteren selbsterlebte Tagesarbeit war, müssen die Jungen in schlauen Büchern nachlesen. Lexika stehen im übrigen im Club, sind bis Mitternacht verfügbar - auch wenn es Internet gibt.

Der Clubvorstand hat sich verjüngt. Ein schönes Geburtstagsgeschenk.

Was hat sich im Alltag des Journalisten verändert?

Von Cornelia Wohlhüter

Die schönste Geschichte ist nichts wert, wenn sie nicht stimmt. Das galt vor 50 Jahren, das gilt noch heute. Wenn's passiert ist, hilft nur noch die Flucht nach vorn. Das kann durchaus Lesereiz haben, schließlich ist es unterhaltsam, wenn sich da einer charmant öffentlich entschuldigt. Und diese Erkenntnis ist ziemlich neu.

Der persönliche Kontakt zum Leser, das spielerische Unterhaltungselement war früher streng verpönt. Nein nein, da musste das gedruckte Wort einen amtlichen Charakter haben, »die Presse« sollte unfehlbar erscheinen. Und schuld an Pannen war - natürlich - der anonyme »Druckfehlerteufel«, oder ein »technisches Versehen«. Heute können wir uns nur noch schwer auf »die Technik« herausreden: Der Journalist ist Schreiber, Schriftsetzer, Korrektor und Metteur in einem.

Die Konkurrenz im Nacken

Aber seien wir ehrlich: Die moderne Technik hat unseren Beruf weniger verändert als die wachsende Konkurrenz. Früher gab's das noch, dass sich Kollegen einer Sparte darauf einigten, über den Seitensprung eines Politikers nicht zu berichten. So ein Gentleman's Agreement wäre heute gar nicht mehr möglich: Private Rundfunksender, privates Fernsehen, Anzeigenblätter, die Öffentlich-Rechtlichen, die Boulevardjournalisten, die Freien mit dem »Bauchladen«, die Agenturen: Auf diesem Marktplatz der Sensationen lässt sich nichts mehr verheimlichen. Was man weiß, muss raus, es könnte ja sein, dass ein anderer auch davon erfahren hat und darüber berichtet...

»Investigativer Journalismus« ist das Gebot der Stunde. Nicht alles glauben, erst mal weiterbohren, neue Quellen anzapfen, gegenrecherchieren. Der

Begriff erlebt eine Renaissance, im Duden der 80er steht unter »Investigation« noch »veraltet für Untersuchung, Nachforschung«. So schnell kann sich das ändern.

Flott geschriebene Artikel sind heute gefragt. Auch keine Erfindung der Neuzeit. Wer in alten Zeitungen blät-



tert, stellt fest, dass gleich nach dem Krieg die Berichte genau so frisch und frech waren wie heute. Voller Schwung und Mut und Freude am Überleben haben unsere Vorgänger damals berichtet. Sie haben die neue Freiheit sichtlich ausgekostet. Kein Thema war tabu, selbst die Sieger waren nicht gefeit gegen Kritik.

Als das „ich“ zur Todsünde wurde

In den 60-er Jahren dann erstarrte der Journalismus. Das war die Zeit, als das Wörtchen »ich« in der Tageszeitung zur schlimmsten Todsünde erklärt wurde. Selbst bei Reportagen

machten die Schreiber kühne sprachliche Verrenkungen, um nur ja nicht von sich selbst zu sprechen. Formelhaft wurden die Berichte, der Verlautbarungsjournalismus machte sich genauso in den Rundfunk-Nachrichten, im Fernsehen breit. Erst die Revolution der 68er brach die verkrusteten Strukturen auf. Es dauerte freilich viele Jahre, bis der frische Wind den Muff in der letzten Redaktion vertrieben hatte. Plötzlich kommunizierten die Autoren wieder mit dem Leser, sie wurden zu Menschen aus Fleisch und Blut, das »gedruckte Wort« gab sich nicht mehr den Anschein, sakrosankt zu sein.

Nicht nur die Schreiber mussten sich umstellen. Die bedeutungsschweren Reportagen und Berichte im Radio, die Beiträge im Fernsehen ließen oft Leichtigkeit und Heiterkeit vermissen. Bildung wurde unters Volk gebracht, die Überbringer des Wissens waren eine hochgeachtete Institution. Erlaubt war allenfalls feine Ironie, eine abgeklärte Heiterkeit, die gebildeten Konsumenten ein Schmunzeln abrang.

Aus Lehrmeistern wurden Entertainer

Inzwischen muss jeder um die Quote, um die Auflage kämpfen. Langweilig-gelehrte Artikel fürs falsche Publikum werden genauso abgestraft wie einschläfernde Sendungen im TV. Der Leser, der Zuschauer hat die Wahl - und garantiert wählt die Masse das Unterhaltsame. »Entertainer« sind aus den Moderatoren geworden. Auflage und Quote bestimmen den Rhythmus. Formatgestaltung, Programmphilosophie - diese Begriffe gibt's erst, seit die »Privaten« den Öffentlich-Rechtlichen einheizen.

Einer der Programm-Pioniere war Thomas Gottschalk. Noch heute weiß er ganz genau, dass zu seinen treuen

Hörern des legendären »Pop nach acht« auch Edmund Stoiber gehörte. In Hollywood hat er ihn daran erinnert. Die Sendung war respektlos, aber geliebt. Der freche Moderator wurde übrigens damals von Waigel und Stoiber als Referent zu einer CSU-Grundsatzkommission eingeladen. Die Parteispitze wollte erfahren, was junge Leute so denken, erinnert sich Gottschalk. Ein zweites Mal, grinst er verschmitzt, wurde er allerdings nicht eingeladen.

Was gibt's noch an Veränderungen? Der Journalist von gestern brauchte »Sitzfleisch«. An Wochenarbeitszeit hat keiner gedacht. Es war ja schon eine grandiose Erregungenschaft, als es für Sonntagsdienste richtiges Geld gab. Undenkbar, dass man sich aus der Hauptversammlung des Kanarienvogelvereins vorzeitig davon gemogelt hätte, bevor nicht das Schlusswort gesprochen war. Das galt natürlich noch mehr für wirklich wichtige Termine. Inzwischen sind die Berichte sehr viel kürzer geworden. Da reicht es, den fertigen Presstext einzustecken - und zurück in die Redaktion zu rasen. Eine wirkliche Bereicherung des Journalismus ist das nicht.

Computer haben uns trocken gelegt

Wenn ich heute von unseren geselligen Redaktionskonferenzen der 70er Jahre erzähle, von den nächtlichen Runden im Büro, dann klingt das wie ein Märchen aus längst vergangener Zeit. Der Begriff »Brainstorming« war noch nicht in Gebrauch. Und wenn die Kollegen beim Glas Rotwein die schönsten Ideen entwickelten, wenn wir uns gegenseitig, angefeuert von der belebenden Wirkung des Alkohols, unsere Fehler um die Ohren hauten, nährte das den Teamgeist.

Der Alkohol ist längst aus den Redaktionen verbannt, selbst Geburtstagsfeiern im Büro gibt's nicht mehr. Schuld waren nicht nur die Chefredakteure und Verlagsleiter: Vor allem die

Computer haben für »trockene« Arbeit gesorgt. Der charmante Caféhaus-Journalismus ist professionellem Tun gewichen.

Früher, da hat keiner auf die Uhr geschaut. Wozu auch, Wochenarbeitszeiten gab's nicht. Man hat gefeiert, wenn Zeit war. Und wenn notwendig, wie ein Berserker gearbeitet.

Rasende Reporter gab's immer schon

Auch ohne Laptop berichtete einer



meiner Lehrmeister live von dem Ungarnaufstand, von dem katastrophalen Hochwasser 1954. Schnell sollten die Leser informiert werden, das war schon immer der Ehrgeiz aller Journalisten. Die Korrespondentenberichte wurden telefonisch auf Schallplatten übertragen

und dann abgetippt. Die »Aufnahme« gab's in jeder Redaktion. Dem ersten Faxgerät gab keiner eine Chance: Es dauerte Stunden, bis Manuskripte gesendet waren. Da waren ja die Fernschreiber noch schneller gewesen (aber die konnte kaum einer bedienen).

Die Fotografen blieben lange verschont von allen Neuerungen. Freilich, es gab immer bessere Kameras (nur komisch, dass die Bilder nicht im gleichen Maße besser wurden). Wie heute, rasten sie zu jedem Unfall, drängelten bei Großveranstaltungen, standen dann stundenlang im Labor. Und für wichtige Fußballspiele wurde schon mal das mobile Labor mitgenommen. Da war keiner zu beneiden! Erst die digitalen Kameras machten den Quantensprung möglich: Ein Bild geschossen - und schon in den Computer gespeist, Fernübertragung per e-mail. Das ist eine Revolution.



Klappern gehörte zum Handwerk

Es ist noch gar nicht so lange her, da hauten die Redakteure in die Tasten. Das Klappern der Schreibmaschinen gehörte zum vertrauten Ton, ebenso wie überquellende Aschenbecher und die Rauchschwaden. Lustvoll wurden Manuskripte redigiert. Ein kühner Strich, und ganze Absätze verschwanden. Kein Volontär hätte gewagt, über solche Entscheidungen des Chefs zu diskutieren. Das kam erst später.

Damals, ich spreche von den 60er, 70er und 80er Jahren, war eine Zeitung das Produkt vieler Abteilungen. Die völlig verhunzten, mit Einfügungen übersäten Blätter gingen dann in die Setzerei. Da saßen die Schriftsetzer an ihren großen Maschinen und tipperten das Geschreibsel ab - an der Linotype. In Blei gegossen wurde jedes Wort, jede Zeile. Das klapperte und rappelte wie im Mittelalter.

Erinnerungen an die Bleizeit

War der Artikel fertig, wurden die Bleizeilen aufs »Brett« geschoben, umwunden und mit Druckerschwärze gefärbt: Die »Fahne« wurde nun »abgezogen«, als Vorlage für die Korrekturei.

Hier herrschte bedeutende Stille, wie in einer Kirche. Tausende von Druckfehlern haben die Kollegen gefunden, auch manche Denkfehler entdeckt - oder erst hineinfabriziert.

Nachts um eins waren wir zum »Umbruch« eingeteilt. Die Boulevardzeitungen hatten natürlich ihre Layouter, bei uns gestalteten die Metteure die Seiten, sie waren die eigentlichen Zeitungsmacher. Überschriften wurden mit der Hand zusammengesetzt. Die Damen und Herren Redakteure vom Nachtdienst standen mit an den Setzbrettern und verhinderten das Schlimmste beim Kürzen.

Aus der Notgemeinschaft erwachsen

Zur 50jährigen Geschichte des PresseClubs München
Von Lutz Roßmann

Am Anfang stand die Notgemeinschaft. München lag weithin in Trümmern, Papier war genauso Mangelware wie Kohlen oder Kartoffeln, von Schreibmaschinen, Telefonen oder gar fahrbaren Untersätzen ganz zu schweigen. Die Zeitungen erschienen zwei-, später dreimal wöchentlich in jenen Jahren 1945 bis 1949.

Die Probleme der Korrespondenten nicht in München erscheinender Blätter und Rundfunksender waren spezieller Art. Keine zentrale Anlaufstelle oder Außenredaktion, dazu Schwierigkeiten, die raren Zulassungskarten für besondere Ereignisse zu bekommen.

zenden Rudolf Heizler (Abendzeitung) und Dr. Herwig Weber (Frankfurter Allgemeine) waren dabei. Ferner Watsché Abeghian, Josef Ackermann, Joe F. und Marianne Heydecker, Walter Koch, Robert E. Lembke, Karl Schuster und Rudolf T. Spitz.

Aktiver Förderer war Ernest Langendorf, der als US-Presse- und Propagandaoffizier am 30. April 1945 mit dem Jeep zum Münchner Marienplatz vorgestoßen war, noch ehe die 42. Infanteriedivision »Rainbow« die Stadt, bzw. was von ihr übrig war, besetzte. Langendorf wurde nicht nur zum Geburtshelfer der neuen bayerischen (Li-

genpost u.a.). Ihn wählten die Auswärtigen zum ersten Vorsitzenden des jungen Clubs. Er war dann von 1951 bis zu seinem Tod 1975 Ehrenvorsitzender.

Auf der Suche nach geeigneten Clubräumen wurden Lossow, Heizler, nicht zuletzt auch Jochen Willke (AZ-Kolumnist, später Madame-Chefredakteur) im Weinhaus Kroll am Lenbachplatz fündig, wo ihnen zwei Arbeitsräume mietweise zur Verfügung gestellt wurden. Sie lagen im Zwischengeschoss, nicht ideal, doch gemessen an den Zeitläufen durchaus akzeptabel. Und für Veranstaltungen offerierte das Haus Kroll sämtliche Räume. Beim »Richtfest« am 16. März 1950 war da, was Rang und Namen hatte. An der Spitze Clarence M. Bolds, Land Commissioner for Bavaria, und Ministerpräsident Dr. Hans Ehard. Natürlich wurden beide später Ehrenmitglieder des Clubs. Besatzungszonengemäß waren unter den Ehrenmitgliedern der ersten zehn Jahre überwiegend Amerikaner wie John J. McCloy und George N. Shuster, aber auch Münchens Kultursektor Dr. Herbert Hohenemser, der dem Club half, wo er konnte.

Die Zahl der Münchner Korrespondenten und die Ansprüche indessen wuchsen rasch. Schon ein Jahr später wurde der nächste Umzug in die Wege geleitet, vor allem, weil das Weinhaus Kroll einer Autofirma weichen musste. Schräg gegenüber im Hotel Regina waren es wiederum »Zwischendeckräume«, in denen der PresseClub Aufnahme fand. Auch sie nicht ideal, nicht störungsfrei, weil direkt oberhalb der Empfangshalle gelegen, zu niedrig und bei wachsender Mitgliederzahl zu klein, „ein stetiges Hemmnis und für die Vorstandschaft ein laufendes Kopferbrechen“, wie Lossow schrieb. Gleichwohl wurde die »Höhle« bei Clubabenden zum Erlebnis. Heizler, ab 1953 der dritte Clubvorsitzende, hielt es indessen für unter seiner Würde, pro-



Bloch und Pfefferkorn gehörten denn auch zu jenen 15 »Auswärtigen«, die am 2. August 1948 namens insgesamt 41 Kolleginnen und Kollegen mitteilten, sie hätten sich zur »Arbeitsgemeinschaft Auswärtige Presse im Verband der Berufsjournalisten in Bayern« zusammengetan. Entschlossen, „dem ehemals so angesehenen Beruf des Zeitungskorrespondenten wieder die Achtung zu verschaffen, die er in einer demokratischen Gesellschaft verdient“. Von den 15 sind noch drei unter uns. Bloch, Hilde Balke (AFP Bonn, Neue Presse Coburg, Mittelbayerische Zeitung) - beide unermüdlich aktiv - und Wilhelm F. Maschner als Korrespondent deutscher und österreichischer Blätter. Auch die späteren Clubvorsit-

Interessante Gespräche mit Kollegen in geselliger Runde.

Fotos: Peter Engels

zenz)Presse, er war auch mit von der Partie, als die »Auswärtige Presse e.V. International Press Club of Munich« am 13. Februar 1950 in das Vereinsregister beim Amtsgericht München eingetragen wurde. Später und bis zu seinem Tod 1989 war Langendorf einer der beiden stellvertretenden Club-Vorsitzenden, der laut Satzung ein Ausländer sein soll. Nach dem Ende der Militärregierung war er Redakteur bei Radio Free Europe und schrieb von seiner zweiten Heimat Grünwald aus für verschiedene Publikationen.

Von Anfang an dabei war auch Wilhelm Otto von Lossow (Berliner Mor-

minente Gäste in diese Räume einzuladen. Aber erst 1957 beauftragte die Mitgliederversammlung den Vorstand, neue Räume zu suchen.

Der Wiederauf- bzw. Neubau des Peterhofs am Marienplatz, gegenüber dem Rathaus, in Vorbereitung der 800-Jahrfeier Münchens anno 1958 bot sich an. Die Hackerbrauerei war bereit, dem Club Räume zu vermieten. Doch unter den Clubmitgliedern gab es Widerstände und Bedenken. Das würde der Club nie bezahlen können. Heizler setzte schließlich alles auf eine Karte. „Der Vorstand ist sich darüber im klaren,“ teilte er per Rundschreiben mit, „dass angemessene Clubräume eine Existenzfrage für den Club darstellen.“ Es gebe nur eine Alternative: „Die neuen Räume im Peterhof zu mieten oder sich aufzulösen.“ Das wirkte. Am 25. Oktober 1957 konnte Heizler den Mietvertrag unterzeichnen.

„Und so zogen wir am 1. Mai 1958 vom Maximilians- zum Marienplatz“, erinnerte sich beim 20. Clubjubiläum der Vorsitzende. Das war Georg Wulffius, in der Nachkriegszeit Wegbegleiter Langendorfs bei der Lizenzierung der neuen bayerischen Presse, dann vielseitiger Reporter und Redakteur des Bayerischen Rundfunks. „Am Tag der Arbeit trugen Presseleute ihr Hab und Gut in Kisten und Kästen zum Platz am Rathaus.“ Kein Zweifel, es musste drastisch gespart werden. Gut 500 DM Monatsmiete, Rückzahlung eines Mieterdarlehens von fast 9000 DM,

sammlung beschlossen, die Schreibmaschinen aus dem großen Clubraum zu verbannen. Er blieb dem Clubleben vorbehalten, zu dem auch Ruhe zum Lesen und zünftige Skatrunden gehörten. Es gab einen engeren Kreis von Korrespondenten, die im Club arbeiteten. Zu ihm gehörten Weber, Frau Balke, Walter Hirche (u.a. Donau-Kurier, Fränkische Presse Bayreuth, Stuttgarter Nachrichten) und Otto Daffinger. Manchmal gab es Streit, wer als erster sein Fernschreiben absetzen durfte.

Zunehmend verlagerte sich das Clubleben von der Arbeits- zur Begegnungsstätte. Die Abendveranstaltungen machten Vormittagsterminen Platz und die gemütlichen Skatrunden hörten auf - auch personenbedingt. Aber es war die Zeit entscheidender Weichenstellungen. Der Club hielt Schritt mit der Entwicklung Bayerns und der Bundesrepublik Deutschland.

Dafür stehen die Namen der Vorsitzenden Herwig Weber und Georg Wulffius. Ersterer 1961 bis 1969, letzterer 1969 bis 1992. Beide starben in den Sielen. Der anfangs weitgehend bayerisch- bzw. deutsch-amerikanisch geprägte Clubcharakter weitete sich. Die Mitgliederzahlen, auch der fördernden Mitglieder, stiegen. 1961 war der PresseClub mit Hilfe Langendorfs korporatives Mitglied des Overseas Press Club



Alois Glück

Die angenehme, unaufgeregte Atmosphäre, in der sehr konstruktive Gespräche entstehen, machen die Besuche im PresseClub für mich immer wieder zu einem Vergnügen - trotz aller kritischen Fragen. Es ist eine wohlthuende Tradition im ältesten und größten PresseClub Deutschlands, Themen und Gesprächsinhalte zu bestimmen, die über die Tagesaktualität hinausgehen, sei es über Agrarthemen, die Arbeit meiner Fraktion oder über Grundsätzliches in der Parteiarbeit. Für mich ist der PresseClub München als bewährte Institution aus Bayerns Medienlandschaft nicht mehr wegzudenken.

Alois Glück, Leiter der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag

Der Berliner PresseClub war in den Jahren des Kalten Krieges ein wichtiger Vorposten. Dem entsprachen die Reisen des Clubs. Neben jährlichen Exkursionen in die bayerische und alpenländische Hemisphäre wurden Fernreisen Bestandteil des Clublebens. Hatte Weber gute Kontakte nach Westen und nach Afrika, war Wulffius, der gebürtige Balte, Brückenbauer über den Eisernen Vorhang. Als Stellvertreter Webers organisierte er 1967 die erste Gruppenreise deutscher Journalisten nach Moskau. Auch in Peking waren Club-Journalisten und fördernde Mitglieder die erste Besuchergruppe solcher Art. Seither sind es über 70 Auslandsreisen geworden, wobei auch Zentren am Rande der Weltpolitik wie Reykjavik, Stationen waren.

Das alles bedingte ein exzellentes Management. Dafür sorgten die Clubmanager. Erste war Victoria Neumüller, Pressechefin des Amtlichen Bayerischen Reisebüros ab, im Clubvorstand auch Schriftführerin. 1991 rissen sie Krankheit und Tod aus der Arbeit. Dr. Rudolf Birkel wurde ihr Nachfolger. 1955 war er vom Hofer Anzeiger nach München gekommen; zunächst als Agenturkorrespondent, von 1958 bis 1979 dann Pressesprecher von fünf bayerischen Finanzministern. Auch seine Aktivitäten weit über das Manageramt hinaus bestimmen bis heute das Clubleben. Jetzt ist Birkel Ehrenmitglied und Ruthart Tresselt vom Bayerischen Rundfunk/Fernsehen setzt die mühe-



Einrichtung, laufende Ausgaben.

Die Nutzung der Clubräume mit dem Rathausblick war etwa hälftig geteilt; also Büro für das Tagesnachrichtengeschäft mit Fernschreiber und Stanzer (um die Lochstreifen für das FS herzustellen) und Clubsekretariat sowie als Stätte für Pressegespräche oder andere Veranstaltungen. Nach heißer Debatte hatte die 58er Mitgliederver-

Klaus Schütz, Regierender Bürgermeister Berlin und Georg Wulffius

New York geworden. Mittlerweile gibt es Partnerschaften und wechselseitige Mitgliedschaften rund um den Globus. In Bayern entstand die Arbeitsgemeinschaft der PresseClubs München, Nürnberg, Regensburg, Würzburg, Ingolstadt und Augsburg.



www.merkur-online.de

Typisch München



Kunst und Lebenskunst. Unendliche Leichtigkeit und gewichtige Werke. München hat viele Seiten. Lernen Sie alle kennen. Täglich im Münchner Merkur.

Die Mischung macht's!

volle Tätigkeit des Managers und stellvertretenden Vorsitzenden fort. Resonanz und Renommee sind dem Presseclub München auch durch eine in dieser Form einzigartige Aktivität zuge wachsen. Als Herwig Weber an einem Februartag 1969 zu Grabe getragen wurde - ein Journalist, der nicht nur durch politische und wirtschaftliche Artikel sondern auch als Schilderer des Münchner Lebens einen Namen hatte - kam unter den Trauergästen der Gedanke auf, sein Andenken durch eine Stiftung oder einen Preis wachzuhalten, wie sich Dr. Karlheinz Lange (Chefredakteur der Bayerischen Staatszeitung) erinnerte. Auch er spielte viele Jahre eine wichtige Rolle im Club und seinem Vorstand (gestorben 1999). Wie das oft so ist, es dauerte über drei Jahre von der Idee bis zur Schaffung des Herwig-Weber-Preises, vergeben für herausragende Schilderungen des Münchner Lebens, und zwar in auswärtigen Zeitungen oder Sendern. 1970 hatte das Finanzministerium die besondere Förderungswürdigkeit anerkannt, so dass die Club-Mitgliederversammlung 1971 das vom Vorstand konzipierte Statut annehmen konnte. Im Jahr darauf erfolgte die erste Ausschreibung und die ersten

wirkung in der Jury und als gleichfalls preiswürdiger Festredner die Akzente. Auch er altgedientes Vorstandsmitglied des Clubs.

Burghart brillierte noch in anderer Weise. Im Jubiläumsjahr 1975 schrieb er



Gemeinsam schertzt's sich leichter: Anita Bauer-Duré mit dem lang-jährigen SPD-Vorsitzenden Volkmar Gabert

die Texte für den Ausflug des Clubs auf die Bretter, welche die Welt bedeuten.

»Politiker und Journalisten - Hand in Hand am Bühnenrand« hieß der erste Kabarettabend im Münchner Platzl, bei dem sich Talente aus beiden Sparten gegenseitig auf den Arm nahmen, die Zeitläufe kommentierten. Aus dem

en Peterhof die Stunde. Die Brauerei setzte einen völligen Neubau ins Werk. Obdach und Obhut fand der Club bis April 1997 im Haus der Bayerischen Landesbausparkasse. Manchen Clubmitgliedern fiel es danach nicht ganz

leicht, sich an die völlig anderen Räume im Peterhof zu gewöhnen, nun auf zwei Etagen verteilt.

Das galt auch für das Sekretariat. Seit den Anfangsjahren war es ein Herzstück des Clubs, geleitet von Gretel Jaeschke. Ohne sie wäre der Betrieb gar nicht vorstellbar gewesen. Sie ordnete, organisierte und vermittelte. Selbst die großen Vorsitzenden Weber und Wulffius beugten sich ab und an ihrem Wort. Nach Gretel Jaeschke - 1980 aus Gesundheitsgründen ausgeschieden - kam für zwei Jahre Elfriede Grieser, ihr folgte Margarete Kaluza ab 1982 für ganze 16, ereignisreiche Jahre. Seit Mai 1998 hat Eva Otremba das Heft in der Hand, nun als Geschäftsführerin; eine welterfahrene Frau am passenden Platz.

Nachhaltige Krisen hatte der Club nicht durchzustehen. 1960 gab es einen demonstrativen Rücktritt des Vorstands unter Leitung Heizlers. Er war in einer außerordentlichen Mitgliederversammlung mit dem Antrag gescheitert, Streitereien zwischen zwei Clubmitgliedern, die bis zum Plagiatsvorwurf eskaliert waren, durch Ausschluss eines Mitglieds zu beenden. Am 17. März jenes Jahres bestellte das Amtsgericht München den Oberregierungsrat und Pressesprecher der Staatskanzlei, Dr. Franz Josef Baumgärtner, zum Notvorstand. Ihm und dem am 1. Juni gewählten Vorsitzenden Helmut F. Englisch (Chef des Münchner dpa-Büros) gelang die Konsolidierung. In diese Zeit fiel auch die Namensänderung. Aus der Auswärtigen Presse wurde der Presseclub München e.V. International Press Club of Munich.



Herwig-Weber-Preise konnten 1973 verliehen werden. Auch diese Verleihungen sind seither - in Abständen von zwei Jahren - zu gesellschaftlichen Höhepunkten geworden. Und wenn es mal zum Ersten Preis nicht reichte, gab es halt nur zweite, dritte oder Förderpreise. Inzwischen können auch Veröffentlichungen in Münchner Gazetten ausgezeichnet werden und ein Nachwuchspreis kam hinzu.

Wieder waren es Persönlichkeiten, die den Lauf der Dinge in Zusammenwirken mit den Münchner Verlagshäusern als Spender bestimmten. Heinz Burghart (Bayerischer Rundfunk, Fernsehen) gab mit seiner führenden Mit-

Dichte Atmosphäre im Club...

ersten Platzlabend wurde Tradition mit Aufführungen in geziemenden Abständen und mit wechselnden Machern. Auch auf ein Gastspiel in der Bundeshauptstadt Bonn kann das Ensemble zurückblicken.

War das Platzl die Bühne, blieb der Peterhof das Hauptquartier. 1978/79 musste es zwecks Innenumbau des Hauses für ein Jahr und acht Monate geräumt werden. Doch man blieb am Marienplatz, im Donisl-Haus, 4. Stock. Dann ging es zurück in die praktisch unveränderten Räume, längst erweitert durch drei Räume einer Zahnarztpraxis. 1995 jedoch schlug dem alten, neu-

Medienmetropole Nummer eins

Von Martin Schäfer

Die Reise ins neue Jahrtausend hat begonnen, niemand kennt den Ausgang der Expedition in das neue Zeitalter. Doch in einem sind sich Trendforscher, Marketing-Spezialisten, Soziologen und die Analysten der Wall Street im Grundsatz einig: Der Weg führt in die Infor-

ernsthafte Zweifel daran, dass Bayerns Hauptstadt schon in einem sehr frühen Stadium begriffen hat, wohin die Reise geht. München, das lässt sich heute ohne jede Übertreibung sagen, ist die Medienstadt Nummer eins in Deutschland.

die Branche nach neuen Standorten sucht, um Sympathie bei planerischen Entscheidungsträgern buhlt - sie kann sicher sein, dass sie nicht als lästiger Bittsteller abgefertigt wird.

München ist zu Recht stolz auf seine Automobilindustrie, auf sei-



mationsgesellschaft. Der Weg ist vorgezeichnet, unumkehrbar. Neue Technologien, ein weltumspannendes Netz von immer perfekter organisierter Nachrichten-Übermittlung, eine global verbreitete, offensichtlich kaum mehr zu stillende Neugier an Ereignissen, an politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklungen und Tendenzen - die Sehnsucht nach immer mehr Information prägt die Zukunft, die schon begonnen hat. Zum Beispiel in München.

Derzeit gibt es jedenfalls keine

Journalisten-Kollegen/innen aus allen Medien-Bereichen im Medientreff Nr. 1 am Marienplatz
Foto: Ruthart Tresselt

In seltener Übereinstimmung ziehen die Bayerische Staatsregierung und die Chefetage des Münchner Rathauses an einem Strang, wenn es um das Thema Medien geht. Beide sind in hohem Maße und mit großem Engagement daran interessiert, die Bayern-Metropole zu einem führenden Zentrum in der deutschen Medienlandschaft auszubauen. Wo immer

ne boomende Hightech-Branche, auf seine Brauereien und sein hoch entwickeltes Dienstleistungs-gewerbe. Ihrem gemeinsamen anhaltenden Erfolg ist es zu verdanken, dass die bayerische Landeshauptstadt im Vergleich zu anderen deutschen Großstädten einen erfreulich stabilen Arbeitsmarkt hat.

Im Vergleich zu den klassischen Wirtschaftsunternehmen erlebte jedoch die Medienbranche in den letzten zehn Jahren in München die stürmischste Entwicklung. Jüngste Untersuchungen ergaben eine sen-



Albert Scharf

Der PresseClub München ist ein Zentrum der publizistischen Kompetenz in der bayerischen Landeshauptstadt. Verbunden mit der traditionellen Münchner Liberalität steht er kontinuierlich für eine kritische und fundierte Auseinandersetzung mit der aktuellen Politik, Wirtschaft und Kultur in Bayern, Deutschland und der Welt. In dieser Atmosphäre fühle ich mich als Gastredner seit Jahren wohl und wünsche viel Erfolg für die nächsten 50 Jahre PresseClub.

Professor Albert Scharf,
Intendant des Bayerischen Rundfunks

sationelle Bestandsaufnahme. Printmedien, Radio- und Fernsehkanal, die Werbebranche erwirtschafteten im letzten statistisch ermittelten Jahr einen Gesamtumsatz von 26 Milliarden. 120 000 Männer und Frauen arbeiten im Mediengeschäft.

Gemessen an der Zahl der insgesamt in München Beschäftigten ist jeder achte Arbeitsplatz in Buchverlagen, Werbeagenturen, Zeitungen, Zeitschriften oder elektronischen Medien zu finden. Es gibt keine andere deutsche Stadt, in der der Anteil von Journalisten, Autoren, Graphikern, Kameraleuten oder Werbespezialisten so hoch ist. Auch nicht in Köln, Hamburg oder Berlin, den großen Konkurrenten Münchens im Mediengeschäft.

Mit seinen fünf Tageszeitungen, von denen jede ihr eigenes Profil entwickelte, hat München seinen guten Ruf als wichtige Pressestadt seit vielen Jahrzehnten solide gefestigt. Die Fusion von Blättern, in anderen Städten längst üblich, blieb der Bayern-Hauptstadt zum Glück erspart. Wirtschaftlich gefestigt, geht jede Zeitung erfolgreich ihren eigenen Weg.

Die Aktivitäten des Burda-Verlags waren in den letzten Jahren so erfolgreich, dass München neben Hamburg zur wichtigsten deutschen Zeitschriften-Stadt wurde. Mit anhaltend guter Auflage erscheint mit »Focus« an der Isar das südliche Gegenstück zum Hambur-

ger »Spiegel« - ein Experiment, das aus hanseatischer Sicht zunächst als aussichtslos belächelt wurde, führte zum eindrucksvollen Erfolg.

Auf dem Gebiet der elektronischen Medien hängen München und sein Umland andere Medienstädte souverän ab. Die Zahl der Privatsender wächst ständig. In Unterföhring wuchs ein Zentrum an TV-Unternehmen, Produktionsstätten und Zulieferfirmen heran, das im deutschen Vergleich ohne Beispiel ist. Leo Kirchs Multimedia-Konzern betreibt von München

weltumspannende Aktivitäten auf dem Gebiet der Information und Unterhaltung. Die Kirch-Gruppe verfügt inzwischen über das größte Filmlager Europas.

Und allein im Bayerischen Rundfunk arbeiten Journalisten für 5 Hörfunkprogramme und 2 Fernsehsender (Bayerisches Fernsehen, BR-alpha) - außerdem werden Programmteile für ARD, arte, 3sat und Phoenix zugeliefert.

Die Medienlandschaft, wie könnte es anders sein, lebt vor allem von den Synergie-Effekten, die München bietet. Das Zusammenspiel von TV-Produzenten, Filmemachern sowie Funk- und Fernsehredaktionen bringt immer neue Impulse. Ganz entscheidend an diesem Erfolg beteiligt ist die in München angesiedelte Informations- und Kommunikationstechnologie. Auf diesem Gebiet hat München eine weltweite Spitzenstellung erreicht. Die Marktforscher von McKinsey haben ermittelt, dass Bayern im Vergleich auf der Ranking-Liste auf Platz vier steht - direkt hinter Silicon Valley, Boston und London.

Ebenfalls eine Spitzenposition nimmt München in der Produktion von Büchern ein. 12.000 neue Titel kommen in der Bayern-Hauptstadt jährlich auf den Markt. An diesem Erfolg sind rund 300 Verlage be-

teiligt, die ihren Sitz in München haben und zusammen einen Jahresumsatz von zwölf Milliarden Mark ausweisen. Für die Unternehmen der Branche wird die Stadt an der Isar immer attraktiver. Das zeigt sich an spektakulären Zuwanderungen. Die Deutsche Verlagsanstalt (DVA), eine der profiliertesten deutschen Bücher-Produzentinnen, verlegt in diesem Jahr ihren Sitz von Stuttgart nach München. Ebenso konzentriert sich die Droemer-Weltbild-Gruppe künftig auf die Landeshauptstadt.

In der Bayerischen Staatsregierung erklärte Ministerpräsident Edmund Stoiber die Medienpolitik inzwischen zur Chefsache. Damit es aber nicht nur bei Worten bleibt, stattete er seine Offensive mit beträchtlichen Mitteln aus, um wichtige Infrastrukturmaßnahmen finanzieren zu können. Aus Privatisierungserlösen wurden 100 Millionen Mark locker gemacht - eine Investition, die sich nicht nur sehen lassen kann, sondern eine beträchtliche Zukunftswirkung haben wird. Ein nicht zu unterschätzender Faktor für die Medienbranche insgesamt ist und bleibt die Attraktivität Münchens, dessen Atmosphäre gerade für Journalisten, Autoren, Filmemacher oder TV-Produzenten beflügelnd wirkt. Wie richtig diese Beobachtung ist, bewies die jüngste Marktanalyse der Industrie- und Handelskammer. 83 % der hier an-

sässigen Firmen der Branche fühlen sich am Standort München ausgesprochen wohl.



Christian Ude

Dem Nachbarn PresseClub entbiete ich über den Marienplatz hin-

weg herzliche Geburtstagsgrüße. Seit 50 Jahren wirkt er erfolgreich in der städtischen Öffentlichkeit und trägt dazu bei, dass München die Stadt der Lebensfreude ist und bleibt.

Christian Ude, Oberbürgermeister
der Landeshauptstadt München

Journalist unter Show-Stars

Über Präsenz auf dem Bildschirm entscheidet die Quote.

Von Heinz Burghart

Wer sich vornimmt, junge Leute für Fernsehberufe auszubilden, muss sich am Fernsehen unserer Tage orientieren. Er wird um so schärfer dessen Profil erkennen und dessen Situation bewerten können, je mehr er um die Unterschiede zwischen gestern und heute, zwischen dem Fernsehen der Pionierzeit, auch dem der siebziger und achtziger Jahre und dem der neunziger weiß. Um so besser wird er die Möglichkeiten für und Erwartungen an junge Leute abschätzen können.

Als ich Anfang der sechziger Jahre zum Fernsehen kam, spielte der Journalist im Fernsehen eine besondere Rolle.

Kommentare in einer Länge von acht Minuten waren nicht ungewöhnlich. Journalisten lieferten Texte, Kameraleuten war es weitgehend überlassen, sie zu bebildern. Es geschah in der Tradition des Kultur- und Dokumentarfilms. Behinderte aufzunehmen, scheute man sich. Umfragen auf der Straße waren verboten. Als gewagt galt jede »erotisch« zu nennende Szene.

Die Sonderrolle der Journalisten im Fernsehen der frühen Jahre erklärt sich nur zum Teil aus der unterschiedlichen Zielsetzung anderer Programmbereiche. Bestimmend dafür war, dass die Politiker als Verfassungsgeber des öffentlich-rechtlichen Rundfunks der politischen Information durch Hörfunk und Fernsehen hohe, oft weit überschätzte Bedeutung für die politische Meinungsbildung der Bevölkerung und deren Wahlverhalten beimaßen.

Nie mehr sollte, darin war man sich einig, in Deutschland eine Ideologie über Minderheiten hinaus Zustimmung finden dürfen, wie sie zunächst zur Nazidiktatur und dann zum verbrecherischen Zweiten Weltkrieg geführt hatte. Namhaft Politiker, von Theodor Heuss und Ludwig Erhard bis Gustav Heinemann hofften, das Volk erziehen zu können und setzten dabei gerade auf einen Beitrag der Medien, speziell der öffentlich-rechtlichen.

Überspitzt formuliert, war das Fernsehen in Deutschland bis in die achtziger Jahre ein Programm mit pädagogischem Auftrag. Das verführte dazu, den Zuschauer gelegentlich zu überfordern, mitunter auch zu langweilen, wenn um diesen Preis ein politisch wichtiges Thema vermittelt werden konnte.

Das Denken in jener Zeit war nicht darauf ausgerichtet, mit Programm »Quote zu machen«, also viele Zuschauer zu gewinnen. So konnte damals eine wissenschaftliche Arbeit sich mit der Frage beschäftigen, welche Beiträge einer »Tagesschau« im Gedächtnis der Zuschauer haften geblieben sind. Als schließlich der Wettbewerb zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen doch härter wurde, einigten sich Erstes und Zweites Deutsches Fernsehen darauf, für politisch bedeutende Sendungen



Heinz Burghart, Präsident der Bayerischen Akademie für Fernsehen und seit vielen Jahren Vorstandsmitglied des Münchner PresseClubs, im Studio der Akademie mit Gabi Bauer, Moderatorin der Tagesthemen der ARD.

Foto: Ingrid Kilfitt

gegenseitig »Schonzeiten« einzuräumen. Lediglich am Vorabend kam es schon in den siebziger Jahren zum Konkurrenzkampf zwischen ARD und dem Zweiten Deutschen Fernsehen. Beide strahlten um diese Zeit ja Werbung aus. Noch immer gab man nicht offen zu, wie wichtig jeder Anstalt war, bei meist ausgeglichener Zuschauer-gunst letztlich doch vorne zu liegen. Sei es nur um wenige Punkte.

Im Regionalprogramm öffnete sich das Fernsehen erstmals in einer stark beachteten Sendung für politisch engagierte Bürger. Sie sollten, jeweils als Anwalt einer eigenen Sache, das Fernsehen zu ihrem Medium machen.

Ich gestehe, im Fernsehen des Bayerischen Rundfunks wesentlich zu dieser Öffnung beigetragen zu haben. »Jetzt red' i« war nicht nur der Titel einer 45-Minuten-Sendung, der Titel war Programm. Bürger sollten selbst Wünsche und Kritik an Staat und Kommunen sowie an andere, für das Leben in der Gemeinschaft Verantwortliche

herantragen. Das Fernsehen baute dazu Kameras und Mikrophone auf, wo die Bürger sich zuhause fühlen, an ihrem Ort. In Gaststätten, Bürgerhäusern und Stadthallen fanden Aufzeichnungen statt und zu allen relevanten Äußerungen holte der Moderator kurz darauf in Live-Gesprächen kompetente Stellungnahmen ein. So erwies sich »Jetzt red' i« bald als eine von wechselnden Schauplätzen aus installierte Brücke zu den Regierenden, als Beitrag zu einer lebendigen Demokratie.

Das Neuland, das das Fernsehen mit dieser Öffnung betrat, wird seitdem auf mannigfaltige Weise beackert, keineswegs immer im Sinne der Erfinder.

Die Rundfunkgesetze in Deutschland enthalten bis heute die vom einstigen Erziehungsideal geprägten Bestimmungen. Doch die Programm-Macher fühlen sich ihnen allenfalls als überzeugte Demokraten verpflichtet, nicht dort, wo es im Wettbewerb der Programmanbieter um Einschaltquoten geht.

Für Langeweile gibt es keine Rechtfertigung mehr. Die Quote ist Fakt und fegt alle Schönrednerei, wie sie einst bei der Nachbesprechung einer Sendung unter Kollegen üblich war, aus Sitzungssälen und Kantinen. »Herr Kollege, machen Sie sich nichts aus der schlechten Quote. Ihre Sendung war wirklich interessant!« Heute handelt sich mit solchen Sprüchen niemand mehr ein Anrecht auf eben solche Würdigung beim nächsten Auftritt ein.

Die partiell freilich auch zu bedauernde Wandlung von einem stark pädagogisch motivierten zu einem fast ausschließlich an den Interessen und Emotionen der Zuschauer orientierten Fernsehen hat sich fast unbemerkt vollzogen.

Das beruht einerseits darauf, daß Politik im Fernsehen in der Vergangenheit keineswegs nur dröge oder gravitatisch vermittelt wurde. Im Gegenteil! Wir alle kennen Kollegen, die als Korrespondenten und Reporter, als Interviewer und Kommentatoren, als Dokumentaristen oder überhaupt als Filmmacher brillante Beiträge geliefert haben. Zum anderen war der Stoff, der im journalistischen Bereich des Fernsehens zu verarbeiten war, in der Realität ewig neuer Kriegsgruel so gewaltig, daß jeder Krimi und jede Gewaltszenen häufende Serie dagegen verblissen mussten.

**SCHMECKT
AUCH
ZUR ENTE.**





Erwin Huber

Der PresseClub München ist das journalistische Oberhaus in Bayern -

spezialisiert auf politische Kreuzverhöre der besonders feinen Art.
50 Jahre Klasse - weiter so!

Erwin Huber,
Leiter der Bayerischen Staatskanzlei

Der Journalist spielt im Fernsehen keine Sonderrolle mehr. Er ist ein Akteur unter vielen. Auch über seine Präsenz auf dem Schirm entscheidet die Quote. Wohl hat er nie eine Sonderrolle begehrt. Sie fiel ihm zu - aus Gründen, die ich skizzierte - und die Struktur des Programms hat Zugeständnisse erlaubt. Sie war auf fächerartiges Aufblättern der Programmteile angelegt.

Jeder Programmteil hatte Anspruch darauf, vom vorangehenden deutlich abgesetzt und vorwiegend von einer charmanten Moderatorin vorgestellt, eingeleitet, ja erläutert zu werden. Man tat fast so, als müsse abstrakte Kunst dem Publikum nahe gebracht werden. Heute gibt es allenfalls einen Hinweis auf eine später folgende Sendung - mitunter auch einen Trailer - und kein Tagesthemen- oder Brennpunkt-Moderator findet es unter seiner Würde, gleich selbst auf einen »Tatort«-Krimi oder etwa »Die Wölfe am Kap von Afrika« zu verweisen.

Nur bei den Printmedien arbeitet der Journalist noch weitgehend unter Journalisten. Seine Texte müssen neben denen der Kollegen bestehen. Im Fernsehen indes muss der Journalist sich unter glamourösen Show-Stars behaupten und sich von einem Millionenpublikum daran messen lassen. Die Studio-Besetzung der Unterhaltung ist auch seine, deren Regisseur und deren Maskenbildner sind auch seine. Die Dramaturgie einer Wahnacht unterscheidet sich nicht wesentlich von der einer Unterhaltungssendung wie »Wetten daß...«

Kürzlich gab es einen Streit, weil die »Löwengrube«, die mit Recht gerühmte und vielfach ausgezeichnete Spielferie, für eine Wiederholung gekürzt werden musste. Als Regisseur der bis ins Detail stimmigen Nacherzählung einer Familiengeschichte aus dem Nazi-München würde ich solche Eingriffe wohl auch als Vergewaltigung empfinden. Schließlich müsste aber auch ich den vom Wettbewerb diktieren Vorrang der Gesamtkonzeption des Programms anerkennen.

Zunehmend werden »Brennpunkte« und verwandte Sendungen verfrüht zu dem Zeitpunkt ins Programm gestemmt, zu dem die Zuschauer aufgrund aktueller Ereignisse danach verlangen. An diesem Verlangen näm-

lich orientiert sich die Einschaltquote, und nicht an der journalistischen Qualität.

Wenn das öffentlich-rechtliche Fernsehen auch nicht so unmittelbar von Zuschauerbeteiligung abhängig ist wie das allein aus der Werbung finanzierte private, wird in der Öffentlichkeit doch auch das öffentlich-rechtliche an Quoten gemessen und muss sich langfristig durch Quoten behaupten. Außergewöhnlich ist das nicht! Jeder im Marketing weiß, daß Wünsche sogleich befriedigt werden müssen. Was heute interessiert, ist morgen vergessen.

Mitte der siebziger Jahre moderierte ich, alternierend mit dem kürzlich verstorbenen Johannes Groß, die Fernsehdiskussion im Ersten. Redlich mühten wir uns, die Bedeutung einer Thematik dem Zuschauer bewusst zu machen. Wir gaben Gelegenheit, unterschiedliche Standpunkte darzustellen, Gegenargumente vorzutragen, Möglichkeiten zu einer Annäherung zu ergründen. Dazu musste man die Zügel wirklich kurz halten, den Weitschweifigen bremsen, Vordergründiges hinterfragen, ein Konzept verwirklichen. Das mag den Moderator mitunter als Oberlehrer erscheinen lassen.

Diese Gefahr ist heute im Fernsehen kaum noch gegeben. Man bedient sich zwar journalistischer Formen, lässt dazugehörige Spielregeln indes außer acht. Jeder darf sagen was er will; sogar Mobbing ist erlaubt, und ich vermute, gelegentlich auch erwünscht.

Warum spielen namhafte Politiker mit? Wohl, weil es ihnen genügt, einem großen Publikum präsentiert zu werden. Von Sabine Christiansen zum Beispiel! Sie habe „jenes eigenartige Hungergefühl hinterlassen,“ schrieb die »Süddeutsche Zeitung« kürzlich über eine ihrer Talkshows, „das auch nach dem Genuss von Fast-Food nicht verschwindet.“

Diese Art von Diskussion trägt kaum zur Meinungsbildung bei, indes zur Unterhaltung. Darum ist die Talkshow von Sabine Christiansen mit politischer Prominenz auch nicht im Verantwortungsbereich politischer Journalisten, sondern im Programmbereich »Unterhaltung« angesiedelt. Und manche Politiker sollen eher für eine Mitwirkung bei Sabine Christiansen zu gewinnen sein als für ein straff geführtes Interview mit schwierigen bis peinlichen Fragen. »Jeder stanzte seine einfachsten Binsen“, resumierte die »Süddeutsche Zeitung«, einer „grinste dynamisch“.

Es muss Politikern darauf ankommen, im Fernsehen präsent, quasi fassbar zu sein. Im Sommer gab es in New York eine Umfrage unter Passanten, wer denn deutscher Bundeskanzler sei. Kaum einer kannte Gerhard Schröder. Man fragte nach, wie sich solche Unwissenheit erkläre. Antwort: "he is not in television".

Politiker brauchen einen hohen Bekanntheitsgrad. Warum aber verlangt auch kleinen Leuten danach? Ist es wirklich das Bedürfnis, sich einmal aussprechen zu dürfen - wie Anbieter entsprechender Programme behaupten? Oder gibt man vor Hunderttausenden sein Innenleben, ja, alles preis, was herkömmlich diskret behandelt wurde, noch das Intimste, weil die Bereitwilligkeit dazu die Fernsehstudios öffnet? Und weil man erst dann so richtig zu unserer Gesellschaft gehört, wenn man auch einmal im Fernsehen war?

Jürgen Fliege zum Beispiel, findet seit Jahren immer wieder Leute, die ungewöhnliche Lebens- und Berufswege Mitleid heischend schildern und sichtlich froh sind, wenn wenigstens das Mitleid des Moderators ihnen zuteil wird.

Aber auch Männer und Frauen stellen sich dem Publikum, die in außergewöhnlichen Verhaltens- und Lebensweisen Halt und Heil suchen.

Um sich vermeintlich selbst zu verwirklichen, hat eine Mutter ihre vier Kinder verlassen; nun schildert sie ihr Leben unter Aussteigern in Portugal. Der Moderator bewundert ihren Mut. Andere Befragte sparen nicht mit Beschuldigungen gegen Dritte, reicht doch oft die eigene Bloßstellung nicht zur Rechtfertigung aus, die man sucht.

Äußerlich unterscheidet sich auch Pastor Flieges Sendung nicht oder kaum von Sendungen, die Journalisten gestalten. Doch auch Fliege schert sich nicht um die selbst vom Boulevard-Journalismus hochgehaltenen Regeln. »Audeatur et altera pars!« Hat der Geistliche nie gehört, daß eine Beschuldigung Dritter nicht einfach öffentlich gemacht werden darf, vielmehr der Beschuldigte dazu zu hören ist?

Die Entwicklung der letzten Jahre hat den Journalisten im Fernsehen nicht nur ihre Sonderrolle genommen und - im Gegenzug - größere Gestaltungsfreiheit gegeben. Ein vorwiegend staats-philosophisch und -pädagogisch motiviertes Fernsehen wandelte sich zu einem ursächlich an Einschaltquoten und damit am Zuschauergeschmack orientierten. Auch das Umfeld der Information hat sich geändert.

War man einst - nur um ein Beispiel zu nennen - um die Pflege der ursprünglichen Volksmusik bemüht, der reinen und klaren, so wurde diese mittlerweile von der volkstümlichen so brutal verdrängt, daß die »Stadl«-Gaudi eines Karl Moick mittlerweile als Volksmusik gilt.

Quer durch die Kanäle paddelt die Unterhaltung im Seichten. Journalisten werden aufpassen müssen, daß nicht zuviel davon in ihre Sendungen schwappet. Neil Postman's Warnung, »wir amüsieren uns zu Tode«, gilt noch immer.

Wie nun bereitet man junge Leute auf ein Berufsleben in diesem Medium, speziell auf eine Karriere als Journalist und Programmgestalter vor? Wie kürzlich schon beim Jubiläum der Deutschen Journalistenschule festgestellt, sollte unstrittig sein, daß eine spezifische Begabung dazu erforderlich ist. Und zwar für jede Tätigkeit. Nicht jeder Reporter ist auch ein Moderator, nicht jeder Moderator ist auch ein Redakteur. So leicht wie bei einem Tenor, dem man bei einer Anhörung nur das hohe C abzuverlangen braucht, ist sie nicht zu ermitteln.

Was sagen bei Prüfung 20jähriger Probearbeiten aus, wenn sie eigentlich nichts anderes sein können als Schulaufsätze. In Deutsch eine Eins! Schreiben können ist gewiss eine wichtige Voraussetzung für jede journalistische Tätigkeit, doch andere Talente müssen sie ergänzen. Die Begabung, sich und andere zu organisieren, zum Beispiel. Auch die Neugier gehört dazu; die Fähigkeit, stutzig zu werden; die Freude, Hintergründe zu erkunden. Einig ist man sich indes unter Kollegen: Wie der Beruf Begabung voraussetzt, schreit die Begabung nach Formung, eben Qualifizierung - durch Aus- und Fortbildung.

Als ich von der Zeitung zum Fernsehen ging, stieg man hier als Journalist einfach ein, allenfalls durfte man einen erfahrenen Kollegen bei Dreharbeiten begleiten, ein oder zwei Mal. Learning by doing! Das genügt heute nicht mehr, und vieles hat sich geändert.

Nicht nur die Konkurrenz, auch das Bemühen um den eigenen Standard, zwingt dazu, auch als Reporter mit der Technik so vertraut zu sein, daß man ein 1'30-Stück selbständig produzieren kann und daß man alle Möglichkeiten kennt, die die Technik bei Aufnahmen, beim Schnitt und noch bei der Sendung bietet.

Das schließt eine Ausbildung auf veraltetem Gerät aus, erfordert modernstes Equipment in einer Anzahl, die Studenten erlaubt, solange damit umzugehen, wie ein Mensch braucht, um die Technik zu beherrschen und nicht von ihr beherrscht zu werden. Das fordert kleine Klassen und deren Aufteilung in noch viel kleinere Teams. Das wiederum erzwingt ein konzentriertes, auf wenige Monate begrenztes Studieren.

Ja, die Bayerische Akademie für Fernsehen bildet »Indianer« aus - wie uns gelegentlich vorgeworfen wird: »Indianer«, die wissen, wie man den Bogen spannt, wie man die Fährte findet, wie man Zelte aufbaut, wie man ein Lagerfeuer bereitet - und die aufs Pferd springen, weil sie reiten können.

Zum Weiterlernen haben sie ein Leben lang Zeit, sich zu profilieren, so hoffen wir, die Kraft und Kreativität für Jahrzehnte. Schwer ist vor allem der Start. Über Jahrtausende haben die Menschen sich versagen müssen, durch die Lüfte zu fliegen, weil sie den Start nicht schafften. Starthelfer wollen wir sein.

Der Wettlauf um den spannendsten Auftritt im Fernsehen geht weiter. Während der Bombardierung des Kosovo stilisierte sich NATO-Sprecher Shea mit triumphalem Lächeln bei jedem Treffer zum Star, während manchem Zuschauer Gedanken an die davon meist unschuldig Betroffenen erschauern ließen. Selbst die Wetterfrösche geben sich immer mehr so, als hielten sie Vortrag im Großen Hauptquartier. „Der neue Regen kommt schnell voran, dahinter kündigt sich trockenes Wetter an“. Wie die Warmfront und die Kaltfront aufeinander stoßen, hört sich im reißerischen Wetterbericht von heute an wie die jüngste Schreckensmeldung in einem Kriegsbericht

Auch daneben müssen Journalisten bestehen. Es wird ihnen um so besser gelingen, je mehr sie sich verpflichtet fühlen und das Handwerk verstehen. Sachlichkeit und Nüchternheit - ermöglicht durch Unabhängigkeit und Professionalität - sind Bausteine journalistischer Glaubwürdigkeit. Und durch Glaubwürdigkeit behaupten sich Journalisten.

Glaubwürdigkeit ist das Pfund, mit dem Journalisten wuchern können, wenn das Fernsehen sie in den Wettbewerb mit Showstars stellt. So gesehen mache ich mir keine Sorgen um die jungen Leute, die, gut ausgebildet, in die Spuren älterer Kollegen treten.

Laden- schluss? HIER nicht.

Unsere Steckdosen sind 24 Stunden am Tag für Sie geöffnet. Genauso wie unsere Telefonleitungen. Lassen Sie sich beraten, rund um die Uhr unter **0800-20 30 40 3** (zum Nulltarif) oder informieren Sie sich per Internet: www.bayernwerk.de • E-Mail: info@bayernwerk.de





Die D.I.B. ist auch Spezialist für Gewerbeparks. So wie bei ihrem großen Kunden, der DaimlerChrysler Aerospace AG auf dem Gelände des Technik & InnovationsPark vor München (TIP), will die D.I.B. Generaldienstleister der europäischen Gewerbeparks werden. Auf dem TIP betreut die D.I.B. mehr als 60 Unternehmen.

D.I.B.: Gestern gegründet – heute Marktführer

Mit 30jähriger Erfahrung als ganzheitlicher Dienstleister die Branche erobert

Nahezu in allen Branchen verstärkt sich der Trend, Geschäftsaktivitäten auf das Kerngeschäft zu konzentrieren. Durch das Outsourcing von Dienstleistungen erschließen sich dadurch neue Tätigkeitsfelder für Spezialunternehmen. Mit 30jähriger Erfahrung als ganzheitlicher Dienstleister hat die D.I.B. Gesellschaft für Standortbetreiberdienste mbH – „gestern gegründet und heute Marktführer“ – die Branche erobert.

Die D.I.B., selbst ein Beispiel für das Outsourcing von ursprünglich überwiegend Dasa-Dienstleistungen betreut am Hauptsitz und Entwicklungsstandort der DaimlerChrysler Aerospace AG in Ottobrunn auf 77.000 m² mit 132 Gebäuden einen der größten deutschen Industriestandorte. Hier erbringt sie alle Standortdienstleistungen.

Ansatz immer ganzheitlich

Dazu gehören so klassische Bereiche wie Gebäudemanagement, Sicherheit, Catering, Kommunikation, Wirtschafts- und Personaldienste. Grundgedanke ist ein ganzheitlicher Dienstleistungsansatz. Dieses Konzept und Know-how übertrug die D.I.B. mit großem Erfolg zwischenzeitlich deutschlandweit auf nahezu 100 Kunden.

Mit 580 Vollzeit-Mitarbeitern hat die D.I.B. im Geschäftsjahr 1999 bei einem Umsatz von 162 Mio. DM ihren außerhalb des Standortes Otto-



brunn erwirtschafteten Anteil mit etwa 25 Mio. DM nahezu verdoppelt. Die Komplexität der D.I.B. Dienstleistungspalette erfordert den Einsatz hochqualifizierter Fachleute, die nicht nur ihre Leistungen zu marktgerechten Preisen anbieten, sondern auch maßgeschneiderte, Synergien beinhaltende Konzepte liefern, die allen Wünschen und Bedürfnissen der Kunden gerecht werden. Bereits in der Planungsphase

beginnt die D.I.B.-Consulting-Leistung in der Form, daß bestehende Sekundärprozesse der Kunden in Primärprozesse des D.I.B.-Geschäftes umgewandelt werden.

Kostentransparenz gewährleistet

Vor allem für die Großunternehmen ergeben sich daraus positive Effekte. Für sie sinken die Dienstleistungs-, Gebäude- und Infrastrukturkosten. Gleichzeitig trägt das zur Kostentransparenz

bei. Bei großen Industrieunternehmen, die ihre Dienstleistungen selbst erbringen, ergibt sich nach Ansicht des D.I.B.-Geschäftsführers Albin Wimmer-Knoll diese Chance nicht.

Partner für Unternehmenserfolg

Die D.I.B. deckt somit ein großes Leistungsspektrum ab. Qualitativ anspruchsvolle Arbeiten werden von eigenen Mitarbeitern ausgeführt, Standardleistungen hingegen am freien Markt hinzugekauft.

„In diesem Punkt scheitern viele Standortbetreiberkonzepte“, stellt Wimmer-Knoll fest. Modelle, die auf dem Einzelzukauf verschiedener Leistungen basieren, werden sich aufgrund spezifischer Kundeninteressen und fehlenden Know-hows für ganzheitliches Dienstleistungs-Management nicht durchsetzen können.

D.I.B. deutschlandweit aktiv

Als Spezialist für ganzheitliche Standort- und Gebäudedienstleistungen etablierte sich die D.I.B. mit ihrer ersten deutschen Filiale 1999 in der schwäbischen Metropole. Ein im harten Wettbewerb gewonnener Großauftrag über das Gebäudemanagement für einen Teil des Mercedes TechnologieCenters (MTC) des DaimlerChrysler-Konzerns in Sindelfingen war Anlaß für diesen ersten Schritt außerhalb Bayerns.

Im Rahmen ihrer regionalen Expansion wird die D.I.B. im Frühjahr 2000 eine weitere Niederlassung in Münster eröffnen. Eine dritte Geschäftsstelle ist im gleichen Jahr in der Bundeshauptstadt Berlin geplant.

Gegründet wurde die D.I.B. zum 01. Januar 1995 von ihren heutigen Gesellschaftern DaimlerChrysler Aerospace AG (45 Prozent), IVG Gruppe (45 Prozent) und Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG (10 Prozent).



D.I.B. Gesellschaft für
Standortbetreiberdienste
mbH
81663 München
Tel.: (0 89) 6 07-2 22 20
Fax: (0 89) 6 07-2 00 22
<http://www.d-i-b.de>

Medienkontakt:
Lothar G. Lamperstorfer
Constanze Zwickel
Unternehmens-
kommunikation

Nachbarschaftshilfe Rathaus - PresseClub

Von Hilde Balke

Es war ja nicht nur der immer wieder faszinierend schöne Ausblick aus den Clubräumen im 5. Stock des »Peterhof« auf das gegenüberliegende Rathaus im allgemeinen, auf das Arbeitszimmer des Oberbürgermeisters und das berühmte Glockenspiel im besonderen. Da wurde noch jede Clubveranstaltung unterbrochen sobald die ersten Töne erklangen und die rotbefrackten Schäfflerfiguren unter ihren grünen Girlanden im Rathausturm sich drehten oder die berittenen Fürsten ihren Turnierstreit ausfochten, um Gästen und Clubmitgliedern Gelegenheit zu geben zum Zuschauen und -hören. Die guten

nachbarlichen Beziehungen zwischen dem damals noch kleinen und jungen Club und dem großen Bruder Rathaus mit seinen Oberbürgermeistern gingen weit darüber hinaus. Man kann von gegenseitiger Nachbarschaftshilfe sprechen. Und die begann praktisch schon vor dem Einzug in die neuen Clubräume am Marienplatz Ende April 1958.

1958 war für die bayerische Landeshauptstadt ein Jubiläumsjahr. 1958 feierte München sein 800-jähriges Bestehen mit dem Höhepunkt am 10. Juni, dem eigentlichen Stadtgründungstag. Besonders dazu erwartete die Stadt zahlreiche Gäste, auch der schreibenden Zunft. Zur Vorbereitung der Festlichkeiten wurde im Rathaus ein Festausschuss eingerichtet. Zwischen ihm und dem Clubvorstand ergab sich bald eine Vereinbarung, nach der sich der PresseClub verpflichtete, allen anrei-



Blick auf das Arbeitszimmer des Oberbürgermeisters im Rathaus.

Foto: Ruthart Tresselt
senden Medienvertretern in seinen Räumen Gelegenheit zum Arbeiten zu geben. Der Festausschuss beschloss daraufhin am 27. November 1957, also noch zur Zeit des sparsamen, populären und bodenständigen Thomas Wimmer, dem Club einen verlorenen Zuschuss in Höhe von 10.000 Mark zu gewähren, damit er sich eine erste Einrichtung, Schreibtische, Schränke, Tische und einfache Sessel für die Clubveranstaltungen anschaffen konnte. Denn Rücklagen hatte der Club damals noch nicht und eigene Möbel auch keine, wenn man vom Fernschreiber der Post und einem Radioapparat absieht. Im bisherigen Quartier, dem »Hotel Regina« waren die beiden niedrigen Räume im Zwischenstockwerk möbliert gemietet. Damit

nahm praktisch die Nachbarschaftshilfe ihren Anfang. Eine kollegiale Zusammenarbeit bestand schon viel länger. Der Leiter des Städtischen Nachrichtendienstes, wie es damals hieß, Direktor und spätere Senator, Josef Ackermann, zählte zu den Gründungsmitgliedern des Clubvorläufers, der Arbeitsgemeinschaft Auswärtige Presse e.V.

Zwei Jahre später, 1960, übernahm der damals 34-jährige Rechtsreferent der Stadt, Dr. Hans-Jochen Vogel, von dem 73-jährigen Thomas Wimmer die vergoldete Amtskette

und damit das Regiment im Rathaus. Das gute nachbarliche Verhältnis wurde unter seiner Amtsführung sogar noch ausgebaut. Das Rathaus stellte für die Mitglieder des Clubs, deren Zahl rasch wuchs, einen seiner Sitzungssäle für die Mitgliederversammlung zur Verfügung.

Am 27. April 1966 kam Oberbürgermeister Dr. Vogel mit dem Flugzeug aus Rom zurück. Im Gepäck hatte er den Zuschlag des Internationalen olympischen Komitees für die Abhaltung der olympischen Sommerspiele 1972 in München. Eine jubelnde Menschenmenge, voran zahlreiche Journalisten, begrüßte ihn, als er aus dem Flieger stieg. München begann auf diese Nachricht hin zu boomen an allen Ecken und Enden, erst recht im Zentrum. Die Stadt erhielt binnen weniger Jahre ein neues, schöneres Gesicht. Sie wuchs aber auch fast unheimlich, bis zu 30.000

neue Einwohner pro Jahr wurden von neuen Arbeitsplätzen angezogen. Erste U-Bahnlinien und eine S-Bahnverbindung zwischen Haupt- und Ostbahnhof, über deren Trassenführung schon zu Wimmers Zeiten heftig gestritten worden war, wurde jetzt rasch gebaut. 1972 überquerte keine Trambahn mehr den Marienplatz.

Selbstverständlich war es für den PresseClub, dass er jetzt während der olympischen Spiele, seine Räume und technischen Einrichtungen zur Verfügung stellte, wann immer die Stadt den einen oder anderen Kollegen hinüber schickte. Die meisten wollten allerdings kaum im Club arbeiten, sondern nur einfach einmal »Grüß Gott« oder »Hallo« sagen und neugierig beäugen, wie sich der größte PresseClub Deutschlands so machte. Alle Besucher wurden von der immer freundlichen jahrzehntelangen Clubsekretärin Margarete Jaeschke, dem guten Geist des



Renate Schmidt

Der Münchner PresseClub ist eine Informationsbörse, die niemand ignorieren darf, der auf dem politisch-publizistischen Markt in der bayerischen Landeshauptstadt Erfolg haben will. Ich wünsche ihm zu seinem 50. Geburtstag, dass seine Aktien bei Journalisten und Politikern auch künftig hoch im Kurs stehen.

Renate Schmidt,
Vorsitzende der SPD Bayerns

Clubs, empfangen. Wenn nötig, parlierte sie englisch oder französisch mit den Besuchern. Manchmal blieb sie auch nach getaner Arbeit noch ein Stündchen zu einer später legendären Skatrunde mit Otto Daffinger, Korrespondent mehrerer bayerischer Tageszeitungen, und Dr. Norbert Stahl. Er kam nach Arbeitsschluss als Leiter des nahen Büros der Katholischen Nachrichtenagentur (KNA) herüber.

Clubleben und internationales Flair vereinigten sich hier auf das Beste. Oberbürgermeister Dr. Vogel aber wurde, bevor er 1972 nach Bonn wechselte, noch Ehrenmitglied des PresseClubs, übrigens auch sein Nachfolger auf dem OB-Sessel, »Schorsch« Georg Kronawitter.

Nach dem überraschenden Tod des Clubvorsitzenden Dr. Herwig Weber nach der Rückkehr von einer seiner Afrika-Reisen, wurde 1969 ein nach ihm, dem Münchner Korrespondenten der »Frankfurter Allgemeinen Zeitung«, benannter Preis gestiftet. Das Thema war selbstverständlich ein herausragender Medienbeitrag über München, wie Dr. Weber selbst so viele geschrieben hat. Die erste Preisverleihung fand 1973 statt, natürlich im Sitzungssaal des Rathauses. Und so wurde über alle folgenden Oberbürgermeister Münchens hinweg die gute Nachbarschaft zwischen Rathaus und PresseClub bis auf den heutigen Tag gepflegt.

Manchmal ist eine gute Wahl offensichtlich.

Aber mal ehrlich, wie sieht's da mit Ihrer Krankenkasse aus?

WAHL FREIHEIT
Jetzt zur KKH!

Graffiti, München

JETZT MITGLIED WERDEN!

Zugegeben, bis jetzt waren Ihnen bei der Wahl Ihrer Krankenkasse ganz schön die Hände gebunden. Aber das ist mit der neuen Wahlfreiheit ja zum Glück anders geworden. Jetzt können alle Arbeitnehmer/-innen KKH-Mitglied werden. Und das ist gut so. Denn bei der KKH sind erstklassige Leistungen und Service im Beitrag inbegriffen. Und das ohne Wartezeiten, ohne Risikozuschläge, ohne Leistungsausschluß bei Vorerkrankungen – selbstverständlich vom ersten Tag an! Fordern Sie telefonisch weitere Infos an.

KKH

Kaufmännische Krankenkasse

Regionalgeschäftsstelle
Schwanthalerstr. 40/1
80336 München
Tel. 089.5 32 98-0
Fax 089.5 32 98-111/-135

Schwarze Weisse kommt an!



...auch beim PresseClub

Herwig Weber und sein Preis

Von Roswin Finkenzeller

Roswin Finkenzeller ist als München-Korrespondent der »Frankfurter Allgemeinen Zeitung« Nachfolger von Herwig Weber und selbstverständlich Mitglied im PresseClub.

1997 wurde Finkenzeller von der Jury für seine hervorragenden Arbeiten über Bayerns Landeshauptstadt selbst mit dem Herwig-Weber-Preis ausgezeichnet.



Streng genommen war er gar kein Berliner, doch gefiel es ihm, wenn die Münchner ihn für einen hielten. Streng genommen war die Stadt nicht ganz so heiter, wie er sie beschrieb, doch hatte er immer bedacht, dass ein Ort, an dem die halbe deutsche Bevölkerung ganz gern gelebt hätte, so widerwärtig nicht sein könne. Herwig Weber repräsentierte und präsentierte. Mit seiner Bonhommie repräsentierte er aufs wirkungsvollste die Preußen und wurde deshalb in München nicht nur Vorsitzender des PresseClubs, sondern auch ein wahrer Gesellschaftslöwe mit Kontakten, um die ihn jeder andere Journalist beneiden durfte. Mit seinem Humor - ja, den hatte er wirklich - präsentierte er den Lesern der Frankfurter Allgemeinen Zeitung ein lesenswertes Bayern.

Preisträger 1999: von rechts: Thomas Scherer (BR), Maria Neidlinger (Münchner Merkur), Hans Riehl (tz) und Christian Schüle (Dt. Allg. Sonntagsblatt) Fotos: PresseClub

Zu spüren, wie beliebt Weber in seiner Wahlheimat gewesen war, hatte sein Nachfolger immerwährende Gelegenheit. Denn eben als Nachfolger wurde der neue FAZ-Korrespondent stellenweise noch zehn Jahre nach Webers Tod begrüßt und wahrgenommen. Webers alte Bekannte, und die waren zahlreich, hatten zwei angenehme Erinnerungen: die an eine stattliche, lebensfrohe Erscheinung und die an einen journalistischen Stil. Es war in der Regel eine vergnügliche Lektüre, ob der Stoff nun ein städtischer oder ländlicher, ein politischer, wirtschaftlicher oder weiß-blauer war. Nur die Behandlung allererstester Themen bildete

Ausnahmen. Die meisten Themen sind jedoch nicht bitterernst - eine Einsicht, zu der ein Subjekt, das ein Objekt betrachtet, aber erst einmal gekommen sein muss. Objektivität hat als Vokabel den Vorzug, dass jeder weiß, was gemeint ist, doch wäre es philosophisch richtiger, von Ehrlichkeit oder Anständigkeit zu sprechen oder noch besser von der Erfüllung des für Journalisten zuständigen achten Gebots, wider den Nächsten nicht falsches Zeugnis abzulegen. Weber war anständig subjektiv. Manches schreibende Subjekt hat es auf Dramatik abgesehen und bringt denn auch mitunter spannende Artikel zustande. Oft aber weigert sich die Wirklichkeit, spannend zu sein, und lässt damit den armen Journalisten im Stich. Andere Kollegen sind auf Misstände erpicht und unterliegen dem Selbstzwang, in jeder Gelegenheit, bloß weil sie ein Ideal verfehlte, schon eine Ungeheuerlichkeit zu sehen. Demgegenüber hatte Webers Methode, Bayern mit Humor zu mustern, einen professionellen, einen praktischen Vorteil. Denn das meiste, was sich unter seinen Augen zutrug, kam seiner Weltsicht und damit seinem Stil entgegen. Es war nicht aufregend, es war nicht böse, aber irgendwie war es komisch - Parlamentsdebatten, Strafprozesse, Beispiele von Brauchtumpflege. Der Humorist hat einfach den weitesten Blickwinkel. Außerdem hatte der FAZ-Korrespondent Herwig Weber eine berufliche Nebenbeschäftigung: die Beobachtung Afrikas. Wenn er von einer Interkontinentalreise zurückgekehrt war, wusste er wieder einmal, wie gut es seinen Münchnern ging.

Weber starb im Februar 1969. Die typischen Achtundsechziger zählten nicht zu seinen begeisterten Lesern. Die Zeitgenossen der typischen Achtundsechziger wiederum bekamen es allmählich mit einem Meinungsdruck zu tun, dem sich vielleicht auch Herwig Weber auf Dauer nicht ganz hätte entziehen können. Die Ansichten änderten sich, bei manchen wie auf Befehl. Ideologische Schärfe wurde Mode, was nicht nur bei politischen Erörterungen, sondern auch bei der Betrachtung des von viel Belanglosigkeit gekennzeichneten Alltags auf einen Hang zur Unduldsamkeit hinauslief. Wobei die These lautete, dass nichts auf der Welt belanglos sei. Es wurde chic, in jedem Übel eine Katastrophe zu erblicken, in jeder konservativen Entscheidung einen



Johann Böhm

Wer die Freude und das Vergnügen hat, in den PresseClub hoch über dem Marienplatz eingeladen zu werden, der weiß die dort herrschende Atmosphäre der Aufgeschlossenheit und der Toleranz zu schätzen. Ich danke dem Internationalen PresseClub München für den guten Kontakt, den er zum bayerischen Parlament pflegt, und ich wünsche mir, dass er das politische Geschehen in Bayern auch als »Fünziger« weiterhin in bewährter Fairness begleitet.

Johann Böhm,
Präsident des Bayerischen Landtages

deutsche Welt geändert und mit ihr auch die Art und Weise, sie zu würdigen.

Ein nach einem Journalisten benannter Preis, der alle zwei Jahre

kierend irgendeine Eigenheit »treffen« - ein solcher Preis ist ein Unikum in der Bundesrepublik und insofern seinerseits etwas typisch Münchnerisches im Sinn des alten Weber. Der Meinungsdruck hat mittlerweile nachgelassen, doch der Widerspruchsgeist ist rege wie vor knapp dreißig Jahren. Jeder Münchner Journalist kennt die Entzückensschreie der Fremden, die Begeisterung über die »Atmosphäre«. Es ist dies genau die Suppe, in der ein Haar zu finden besonderen Spaß macht. Trotzdem merken die Touristen, dass München im Städtevergleich immer noch hervorragend abschneidet, was

weniger auf Glanz als auf eine gewisse Langsamkeit im Niedergang zurückzuführen jedem Nörgler und Haarefinder unbenommen bleibt.



Frontalangriff auf die Gesellschaft, in jeder Panne ein böses Omen. Der gesellschaftliche Zwang, die Dinge so und nicht anders zu sehen, war Herwig Weber gerade noch erspart geblieben, nicht aber den Trägern des 1971 vom PresseClub gestifteten Herwig-Weber-Preises. Sie stellten, wie es in der Satzung gefordert wird, das Münchner Leben »treffend dar«, doch hatte sich die

Festakt im Großen Rathaussaal: Kurt Hogl hält die Laudatio.

verliehen wird, ein Preis, der mit 21.000 Mark dotiert ist, die gleich oder ungleich auf drei Journalisten aufgeteilt werden, ein Preis, den Kollegen von der Presse, vom Funk und vom Fernsehen erringen können, sofern sie sich nur über München auslassen und dabei kolportierend, kommentierend oder kari-

Nach wie vor ist es wahre Münchner Eigenart, um nationales oder internationales Lob nicht zu buhlen. Manchmal staunen die Münchner darüber, wie beliebt ihre Stadt immer noch ist. So staunt auch der eine oder andere Träger des Herwig-Weber-Preises. Ihn zu kriegen hätte er, Hand aufs Herz, trotz Bewerbung nicht gedacht, doch plötzlich hat er ihn.

Bayern & Preußen & Bayerns Preußen

Landesausstellung
Kulmbach
Plassenburg
8. Juli – 10. Oktober 1999
täglich 9 – 18 Uhr
Di und Do bis 21 Uhr

Schlaglichter auf eine historische Beziehung



Ruthart Tresselt beschreibt, wie die Aufbruchsfantasien des PresseClubs verwirklicht werden.

»Kennst Du das Land, wo die Zitronen blühen...?« - oder wo der große Volkskongress immer nickt, wenn der große Vorsitzende was sagt? Wo die Menschen diskutieren, ob der Hund oder das Schwein der bessere Trüffelsucher ist? Wo Tsingtao Beer fast wie das heimische Helle schmeckt?

Die Mitglieder des PresseClubs waren fast schon überall: in China und Russland als noch kaum jemand hineingelassen wurde. In den USA, in Südafrika, in den Baltischen Staaten, in Ungarn, Italien, Slowenien und Österreich - um nur einige Ziele zu nennen. Jedes Jahr fällt die Wahl schwer. Wohin? Neugier, Hoffnung, Aufbruchsfantasien... Die Vorschläge reichen wieder einmal von Kiew, Odessa, Griechenland, Portugal über Ägypten, Israel bis Chile oder zum Polarkreis. Adrenalinstöße sind das für den Clubmanager. Die Lust am Reisen im Club ist groß. Inzwischen ist die Entscheidung für die nächsten drei Reisen gefallen: Berlin, die italienische Region die Marken und eine Schiffsreise entlang der kroatischen Küste.

Berlin ist die Stadt der großen Auftritte, der großen Politik, der Schauspieler, der Opernstars und Orchestervielfalt, die Stadt der Museen, die Stadt der Ausstellungen und Baugruben, aus denen Türme wachsen. Eine Region zum Flanieren und zum Regieren. Einen Mix aus all' dem wird unsere Reise vom 17. bis 20. Mai 2000 enthalten. Zusammen mit dem PresseClub Regensburg (alle anderen bayerischen Clubs können sich beteiligen) haben wir die Anreise mit der Deutschen Bahn AG gewählt. In den Sonderzügen wird uns Frühstück serviert und die MAN-Busse erwarten uns am Bahnhof Zoo und stehen uns für die nächsten Tage für alle Termine zur Verfügung. Reinhold Bocklet, der Bayerische Staatsminister für Bundes-

*In Kulmbach br
doch deshalb war o
Um Preuf
gebührli
die Plassenburg*

f Reisen

und Europaangelegenheiten, hat uns bereits für Mittwoch, 17. Mai, 18.30 Uhr, in die Bayerische Vertretung mit anschließendem Abendessen eingeladen. Geplant sind weitere Gespräche mit Bundespolitikern, mit Regierung und Opposition im Deutschen Bundestag im Reichstagsgebäude, ein Besuch im ARD-Hauptstadtstudio und im Axel-Springer-Hochhaus und natürlich ein Theaterabend.

Den Besuch in einer europäischen Region - in die Regione Marche - haben wir auf den kommenden Herbst verschoben. Vom Europagedanken aus gesehen, gehören die Marken mit ihrer bäuerlichen Struktur, mit ihren Weinbauern und den mittelalterlichen Städten (z.B. Ancona, Senigallia, Urbino und Gubbio) zu den entwicklungsfähigen Regionen Europas.

Die kroatische Adriaküste erstreckt sich über 1777 Kilometer, die Inseln fügen weitere 4012 Kilometer mit zerklüfteten Abhängen und sanft abfallenden Stränden hinzu. Zusammen mit RivaTours planen wir eine Kreuzfahrt mit klassischen Motorseglern zwischen tausend Inseln für den Mai 2001. Täglich ankern wir in einem Hafen, lernen die Kulturtraditionen Kroatiens kennen und führen - ein Jahr nach Einführung der Demokratie - politische Gespräche.

Doch lassen wir noch einmal unsere letzte innerbayerische Informationsreise Revue passieren, die uns im Sommer 1999 in den Frankenwald, nach Kulmbach, Kronach und Bad Steben führte. Im Frankenwald reihen sich

wie eine in Falten gelegte Stirn die Bergkämme aus Buntsandstein, Muschelkalk, Keupersandstein und Jurakalk aneinander.

Stefan Fredlmeier,

FAUST-FESTSPIELE KRONACH

DAS FREILICHTTHEATER-EREIGNIS AUF DER FESTUNG ROSENBERG

Die Jubiläumssaison im Goethe-Jahr 1999

FAUST I • FAUST II

von Johann Wolfgang von Goethe

der Geschäftsführer der Touristik-Information Frankenwald, ist besonders stolz auf »die Zufriedenheitsgarantie als Bestandteil der Qualitätsoffensive im bayerischen Tourismus«, an der der Frankenwald als eines von lediglich fünf Projektgebieten teilnimmt. Das bedeutet z.B.: sollte der Gast mit der Unterkunft nicht zufrieden sein, weil sie nicht der Katalogbeschreibung entspricht, so kann er nach der ersten Nacht abreisen; und zwar ohne Stornierungsgebühren und zu 50 Prozent des vereinbarten Preises für eine Übernachtung.

Man auch Bier,
Club gar nicht hier.
in Bayern
zu feiern
ab sich herfür!

...noch mehr



Im prachtvollen Innenhof der
Kulmbacher Plassenburg
alle Reisefotos: Johann Schwepfinger

körperung. Alle waren begeistert von der volks-
nahen Goethe-Inszenierung.

Die Lucas-Cranach-Stadt begeht im Jahre 2003
ihre 1000-Jahr-Feier und lädt ein Jahr davor bay-
ernweit zur Landesgartenschau 2002.

Das bayerische Staatsbad Bad Steben hat sich
bei der Gestaltung seiner Angebote dem Fitness-
und Wellnessgedanken verschrieben: Radon,
Kohlensäure und Naturmoor bilden eine seltene
Heilmittelkombination, die das von König Lud-
wig I. begründete Staatsbad auszeichnen. Kur-
direktor Thomas Jahn und Marketingleiterin

Das Quellwasser, das am Fuße des Fichtelge-
birges dem Granitstein entspringt, eiweißarme
Gerste und die Lagermöglichkeit in Sandstein-
kellern, begründet die Tradition des Bierbrauens
in Kulmbach. Die Kulmbacher Biervielfalt ist
allerdings inzwischen verschwunden. Heute ist
nach einer Welle von Fusionen eine einzige
Brauerei übriggeblieben, die wiederum die
Tochter eines Münchner Bierkonzerns ist.

Schon der erste Blick auf Kulmbach erzählt
Geschichte: oberhalb der Stadt die Plassenburg,
trutzige Landesfestung und prächtige Hohen-
zollernresidenz. Innen die vom »Haus der Baye-
rischen Geschichte« präsentierte Ausstellung
»Bayern und Preußen - Bayerns Preußen« er-
klärt die Geschichte einer historischen Bezie-
hung. Im Hof der Plassenburg finden
im Sommer Konzerte und Theaterauf-
führungen statt. Man kann die mark-
gräflichen Wohnräume besichtigen, die
größte Zinnfigurensammlung der Welt
bestaunen, sich in der Burgkapelle
trauen lassen und im Festsaal Hochzeit
feiern.

In Kronach stehen die Faust-Frei-
lichtspiele auf dem Programm. Die an
drei Flüssen gelegene Lucas-Cranach-
Stadt wird überragt von der mächtigen,
nie bezwungenen Festung Rosenberg.
Die gewaltigen Festungsmauern bilden
auch die Kulisse der Faust-Festspiele
Kronach. In diesem Ambiente werden
wir von Bürgermeister Manfred Raum
empfangen und erleben mit Ulrike
Mahr eine berausende Mephisto-Ver-

*In diesem Jahr geht`s nach Berlin,
da müssen wir schließlich mal hin,
Wer mitkommt, muß schreiben
oder hier bleiben
Was macht sonst 'ne Reise für'n Sinn?*

Gerti Schwenke erläutern die Heilanzeigen.
Herz- und Gefäßerkrankungen, rheumatische
Beschwerden oder degenerative Erkrankungen
der Wirbelsäule und Gelenke sollen positiv be-
einflusst werden. Auch Speziallehrgänge und

**Empfang in den Kuranlagen und im von Leo von
Klenze erbauten Kurzentrum Bad Steben**



Lust auf Reisen



Historisches Spektakel auf der Festung Rosenberg in Kronach

Seminare in fernöstlichen Entspannungstechniken, wie Reiki, Yoga, Qi Gong oder die »Heilende Kraft des Atems« werden angeboten. Das Bayerische Staatsbad hat 165 Jahre Tradition und als Slogan: »Fit für Leben in Bad Steben«.

Weltweit gilt der Tourismus als Wachstumsbranche Nummer eins. Deutschland und vor allem Bayern haben gute Chancen, von diesem Wachstum zu profitieren.

Wer sich auf die Kunst des Reisens versteht, dem kommt die Lust auf Reisen so schnell nicht abhanden. Die Mitglieder des PresseClubs suchen die Begegnung mit anderen Menschen, studieren gern Kunst und Geografie »live« und lieben das

*Wer Lim'ricks schreibt, g'langt so zu Ruhm:
Man glaubt, er hat sonst nichts zu tun
als in Muße und Frieden
schlimme Reime zu schmieden.
Das läßt ihn nun gar nimmer ruh'n.*



Theo Waigel

Als Bundesminister der Finanzen hatte ich wenig Zeit und war

im Jahr nur einmal zu einem offiziellen Termin im PresseClub.

Jetzt ist meine Lebensqualität gestiegen und ich kann monatlich zu einem der interessanten Gespräche und Diskussionen in den Club kommen - und darauf freue ich mich.

Gespräch miteinander. Jede Clubreise verbindet Information und Vergnügen und macht Lust auf mehr. 50 Jahre lang ist das schon so - auch in Zukunft wird die Kunst des Reisens im Club gepflegt.

Gespräch miteinander. Jede Clubreise verbindet Information und Vergnügen und macht Lust auf mehr. 50 Jahre lang ist das schon so - auch in Zukunft wird die Kunst des Reisens im Club gepflegt.

*Auch Kronach und dann auch Bad Steben
wollten die PresseClubler erleben,
granatsichre Mauern
ließ'n uns dort erschauern,
ließ das Bad nach Publicity streben.*

(Alle Limericks aus der Feder von Werner Siegert)



Begrüßung in Kulmbach: Wolfgang Klemenz (Unternehmensleiter Stadt Kulmbach), Carin Dennerlohr (Tourist Information Franken), Ludwig Faust (Vorsitzender PresseClub Regensburg), Inge Aures (Oberbürgermeisterin Kulmbach), Norbert Matern (Vorsitzender PresseClub München), Ruthart Tresselt (Clubmanager und stellv. Vorsitzender PresseClub München)

Als man im PresseClub noch geistreich versumpfen konnte

Zeitreise durch ein ungeordnetes Bildarchiv
Von Cornelia Wohlhüter

Eine endlose Folge von Festen und Banketten scheinen die 50 Jahre Münchner PresseClub zu sein. Stimmt natürlich gar nicht. Bei denkwürdigen Anläs-



Viele Jahre zog Dr. Rudolf Birkel (hier mit Geschäftsführerin Eva Otremba) als Clubmanager die Fäden. Er leitet uns durch das Bildarchiv.

sen wird halt eifriger fotografiert. Und so liegt ein wahrer Schatz an Erinnerungen in den Tüten und Schachteln des PresseClub-Archivs. Immer wieder vor Jubiläen erbarmt sich eine gute Seele und ordnet das Bilder-Chaos. Aber man kennt das ja aus den Redaktionen der Vor-Computer-Zeit: Es dauert nicht lange, bis wieder das schönste kreative Durcheinander herrscht.

Dies ist ein Versuch, in der Vergangenheit zu stöbern, ohne chronologische Zwänge, ohne Anspruch auf Vollständigkeit. Bei fast 10.000 Veranstaltungen seit Gründung wäre das auch

etwas beschwerlich. Dr. Rudolf Birkel, ein ausgefuchster „alter Hase“ im Club, ist unser „Medium“, er setzt die Zeitmaschine in Bewegung. Die ersten Jahre kennt er nur vom Hörensagen, Birkel wurde im Oktober 1957 im PresseClub aufgenommen. Das war damals eine hohe Auszeichnung, sozusagen die „Reifeprüfung“ für einen Korrespondenten. Ein ganzes Jahr lang musste er vorher antichambrieren. Dass man zwei Bürgen braucht, gilt heute noch. Aber damals reichte schon eine Gegenstimme, um das neue Mitglied abzulehnen. Wie ernst das genommen wurde, erfuhren selbst prominente Politiker, die erst im dritten Anlauf aufgenommen wurden. Rudolf Birkel schaffte die „Aufnahmeprüfung“ mühelos, es dauerte nicht lange, dann gehörte er



zum Vorstand; er wurde der erste Club-Manager.

Damals war der Münchner PresseClub noch klein. Und es galt das ungeschriebene Gesetz, dass der Vizevorsitzende ein Ausländer sein sollte. Mit Ernst

Langendorf hatte man lange Jahre einen Parade-Amerikaner im Vorstand. Immer wieder sieht man ihn auf den vergilbten Fo-



Wissbegierig und immer auf dem Sprung: Schon in den 50er Jahren waren die Clubräume überfüllt, wenn hochkarätiger Besuch kam.

In 50 Jahren organisierte der PresseClub 10.000 Veranstaltungen; die Pressekonferenzen spiegeln die Geschichte des halben Jahrhunderts wider.

tos, ein distinguiertes Herr. Man würde es kaum glauben, dass er München quasi im Alleingang erobert hat: Er fuhr im Jeep auf den Marienplatz, als die US-Armee noch weit vor den Toren der Stadt war.



Es ist noch kein **Meister**
vom Himmel gefallen

100 Jahre Handwerkskammer
50 Jahre PresseClub
15 Jahre Nachwuchsjournalisten

Wir verstehen unser Handwerk

Themen rund um das Handwerk
liefern die Kollegen von der Pressestelle der
Handwerkskammer für München und Oberbayern

Rudolf Baier, Leiter der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel. (0 89) 51 19 120 E-Mail: Baier@hwk-muenchen.de

Ewald Rischer, Stv. Leiter der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel. (0 89) 51 19 122 E-Mail: Rischer@hwk-muenchen.de

Matthias J. Lange, Referent der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel. (0 89) 51 19 124 E-Mail: Lange@hwk-muenchen.de

Birgit Beck, Volontärin der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel. (0 89) 51 19 424 E-Mail: Beck@hwk-muenchen.de



Max-Joseph-Straße 4 80333 München
Fax (0 89) 51 19 129
www.hwk-muenchen.de



Jedes Bild weckt Assoziationen, Birkel erzählt Anekdoten von so vielen Frauen und Männern. Würdig sitzt da Alois Hundhammer mit seinem Knebelbart, Wilhelm Hoegner und Hans Ehard daneben; die großen

Die alte Möblierung war – man kann es nicht beschönigen – viel gemütlicher als die modernen, nüchtern eingerichteten Räume heute. Wo sollte man hier wohl heute versumpfen?!? Damals gab's noch die Bierbar; Kanzler Helmut Schmidt lehnt zu später Stunde locker am Tresen, zum Nachtarock. Im Stüberl hat es sich Willy Brandt gemütlich gemacht, vor einem Glas Wein. Vom britischen Premierminister Edward Heath gibt's nur das offizielle Foto, ob er dann noch lange sitzen blieb, ist nicht verbürgt. Aber der österreichische Bundeskanzler Bruno Kreisky hat sich bestimmt noch

diese Abende genannt. Erstaunliche Talente kamen da zutage: OB Hans-Jochen Vogel sang gefühlvoll den Jennerwein, sein Nachfolger Schorsch Kronawitter begeisterte 1984 mit selbst gedichteten G'stanzln.



Bundeskanzler Willy Brandt im PresseClub: Immer ein gesellschaftliches und journalistisches Vergnügen.

Schaute häufig im PresseClub vorbei: Franz-Josef Strauß.

Männer der „ersten Stunde“ vereint im Club – das Foto fehlt in keiner Jubiläumsschrift.

Als „Verein für auswärtige Journalisten“ haben 20 Deutsche und 21 Amerikaner den Club vor 50 Jahren gegründet.

Sternstunden des Journalismus

Den bayerischen Politikern war der Vereinsname viel zu umständlich. Sie haben den griffigen Begriff PresseClub geprägt: „Wir gehen in den Presse-Club“ sagten sie mit Stolz. So wurde der Verein dann umbenannt. Die Abende in großer Runde waren Sternstunden des Journalismus, der Hintergrundgespräche, der Politik, der großen Schlagzeilen. Diese Aufregung, als Finanzminister Konrad Pöhner vor dem PresseClub seinen Rücktritt bekannt gab! Auch Wirtschaftsminister Otto Schedl ließ hier die Bombe platzen und erklärte seinen Abschied.

Damals hatte das Forum große Bedeutung; es gab noch keine Talkshows, nur selten die eilends einberufenen Pressekonferenzen. Wer etwas zu sagen hatte, der wählte dazu den Club. Sogar Hildegard Knief hatte hier einen großen Auftritt.



Blitz-Meldung vom Fernschreiber: Ministerpräsident Alfons Goppel am »Ticker« des Clubs.

auf ein Glaserl überreden lassen.

Jetzt wird ein Stapel merkwürdiger Bilder aus der Tiefe geborgen: Ein Cowboy und ein Kosak im Russenkittel singen gemeinsam auf der Bühne, Japanesen verbeugen sich, ein Richter(?) kanzelt zerknirschte Soldaten ab. Birkel schmunzelt: Typisch Wulffius, das waren die Platzl-Abende. „Diplomaten, Politiker und Journalisten Hand in Hand am Bühnenrand“ hat der unvergessene Vorsitzende Wulffius

Kabinettsmitglied Peter Gauweiler und Regierungspräsident Raimund Eberle gaben einen umwerfend komischen Faust, BR-Intendant Reinhold Vöth präsentierte sich an der Klampfe. Als Kosak und Cowboy sangen (in vertauschten Rollen!) US-Generalkonsul David J. Fisher und UdSSR-Generalkonsul Nikolai Obertyschew.

Das waren wundervolle, heitere Zeiten. Die Damen und Herren Journalisten sahen im PresseClub ihr zweites Zuhause; abends blieb man bis zur Sperrstunde hocken – und noch ein bisschen länger. Rudolf Birkel erinnert sich, dass einmal sogar die Polizei alarmiert werden musste: Der Peterhof war längst geschlossen, die Journalisten konn-



Der österreichische Bundeskanzler Bruno Kreisky im Club, dahinter Dr. Dr. Simon Snopkowski.

ten nur mit Hilfe der Ordnungshüter „ausbrechen“.



Ein halbes Dutzend der Münchner Korrespondenten war sowieso im PresseClub zuhause, jedenfalls tagsüber. Die Clubräume waren ihnen Redaktion, von hier aus sandten sie ihre Berichte aus München an ihre Zeitungen.

Da wird klar, was es mit den Fotos von den zwei Fernschreibern auf sich hat: Um diese „Ticker“ wurde häufig gestritten, denn jeder hatte es eilig.

Angefangen hat ja alles im Weinhaus Kroll und dann im „Regina Palast-Hotel“. So glanzvoll auch der Name war, das Quartier des Vereins für auswärtige Journalisten war weniger nobel. Ans Bridge-Zimmer mit den alten Damen (nebst jungen Begleitern) erinnert sich Gründungsmitglied Oskar Hatz noch besonders gut. Nach einem Besuch fragte jedenfalls Bundeskanzler Konrad Adenauer: „Wie können Sie das nur aushal-



Da saß er noch 'hoch auf dem gelben Wagen': Bundespräsident Walter Scheel mit einem Moriskentänzer.

Korrespondent der FAZ war zum eigenen Leidwesen unverkennbar ein Preuße. Zum 50. Geburtstag bekam er auf Pergament eine Urkunde als Ehren-Bayer. OB Hans-Jochen Vogel hatte sie unterschrieben, und Innenminister Reinhold Junker. Seit seinem frühen Tod im Jahr 1969 hält der Club mit dem Herwig-Weber-Preis sein Andenken hoch.

Die eingeschworene Gemeinschaft von Korrespondenten sah im Club die wahre Heimat. Als

ten?!“. Und weil gerade der Peterhof gegenüber dem Münchner Rathaus aus Ruinen auferstanden war, machte sich der damalige Schatzmeister Hatz auf die Bettel-tour: Er sammelte unerbittlich Geld für den Umzug. Gefürchtet bei den Mitgliedern waren seine Taschenpfändungen, mit denen er ausstehende Beiträge eintrieb. Mit Erfolg: 1958 fand der Presse-Club im Peterhof eine neue Heimat. Barzahlung blieb übrigens lange Zeit üblich beim Club, das beweist ein Foto von Finanzminister Theo Waigel, der seinen Beitrag in Scheinen abgibt.

Einer der großen Namen des Vereins ist Herwig Weber, acht Jahre lang leitete er den Club. Der

die ersten „echten“ Münchner Journalisten aufgenommen wurden, galt das schon als mittlerer Umsturz. Aber mit 80 aktiven Mitgliedern blieb die „Familie“ überschaubar. Wer nicht für eine Zeitung schrieb, hatte auch kein Stimmrecht. So war das damals.



Interessante Interviews mit prominenten Gästen: Brigitte März umgarnet charmant Außenminister Hans-Dietrich Genscher.

Nie, nie hätte einer der Mitglieder die strengen Regeln der Verschwiegenheit gebrochen. War etwas „off the records“, dann hielten alle dicht. Nur einmal berichtete eine Reporterin aus einem Hintergrundgespräch. Die schriftliche Missbilligung des Vorsitzenden Rudolf Heitzler wog schwer, war er doch der Chefredakteur der Plaudertasche...

Die prominenten Gäste wurden in den ersten Jahren stets abends geladen. Anschließend fand sich die geistreiche Runde im Kreise von Freunden und Kollegen wie von selbst zusammen. Aber dann wurde es langsam problematisch: Die Rundfunkleute berichteten noch aktuell über das Gehörte, bald eilten auch die Schreiber zurück in die Redaktion. Da lag es nahe, die Termine auf den Vormittag zu legen, auf eine Zeit, die keinen bevorzugt. Schade, denn damit fand auch die abendliche Geselligkeit ein Ende. Aber die hätte wahrscheinlich sowieso aufgehört bei einem Club mit so vielen Mitgliedern, dass man gar nicht mehr jeden kennen kann.

Das wollte Georg Wulffius so. Er wurde 1969 Vorsitzender des



Ein Fernrohr brachte OB Georg Kiesel zur Einweihung der neuen Clubräume mit, für den besseren Blick in sein Amtszimmer. Aber dann ließ er Vorhänge anbringen.

PresseClubs, und blieb es bald 25 Jahre lang. Den „größten Club aller Zeiten“ wollte er, erinnert sich Birkel: 1000 Mitglieder, eine



Unter Vorsitzendem Georg Wulffius nahm der Münchner PresseClub einen gewaltigen Aufschwung.

Million Mark Vereinsvermögen. Robert Lembke trat damals verärgert aus, auch Oskar Hatz legte sein Amt nieder. Der Club wurde auf eine breite Basis gestellt, wenngleich die Tausend nie ganz erreicht wurden, ebensowenig wie die Million im Vereinsvermögen. Zum Glück, das wäre fatal gewesen, wegen der Gemeinnützigkeit.

Wulffius prägte mit der Kraft seiner Persönlichkeit den Verein, er war der PresseClub, eine präsidiale Figur. Wenn er rief, konnte und wollte sich keiner entziehen. Walter Scheel findet sich mehrmals auf den alten Bildern, auch Hans-Dietrich Genscher, Peter Glotz, Olaf Palme, Helmut Kohl, Gustav Heinemann, Lothar Spät, Johannes Rau. Mal sitzen sie als Referenten am Tisch, mal vor gedeckter Tafel beim legendären Jahresessen. Zur illustren Runde wurden die Referenten des Jahres geladen, dazu Bundes- und Landespolitiker. Wenn man tief genug gräbt in der Bilderkiste, findet man Fotos von Wilhelm Hoegner beim Festbankett, von Alfons Goppel und Franz-Josef Strauß.

ZDF-Intendant Dieter Stolte, Kardinal Döpfner und ein junger Franz Heubl werden von Birkel rasch identifiziert. Klar, die CSU-Politiker erkennt er besonders

schnell, Birkel ist Gründungsmitglied der CSU; auf einer Landesversammlung der JU in Eichstätt lernte er seine Frau Birgitta kennen. Damals war er noch leitender Redakteur in Hof und Bayreuth, später wurde er Pressesprecher im Finanzministerium. (Und weil er sich mit Steuerfragen zu wenig auskannte, holte er einen zweiten Mann in die Pressestelle: Erwin Huber.)

Immer neue Gesichter, immer neue Geschichten: Da ist Viktoria Neumüller, die ABR-Pressechefin, die ihre tödliche Krankheit so tapfer verborgen hielt. Oder Walter Hirche, ein feiner



Im Bildarchiv des Clubs mehrfach verewigt: Alt-Oberbürgermeister Hans-Jochen Vogel.

Kollege, auch er ist in jungen Jahren gestorben. Da ist Erich Hartstein, und Heinrich Hiedl, der erst die Weltstadt mit Herz als Tourismus-Chef so erfolgreich „verkaufte“ und dann als PR-Manager weltweit die Gickerl vom Wienerwald.

Spaziergang durch die Weltgeschichte

Davon träumte in den 50er Jahren wohl jeder: Georg Wulffius posiert mit einem Filmstar in Hollywood. Das war wohl kein Clubausflug; von diesen Gruppen-Reisen sind vor allem zeitgeschichtlich bedeutende

Fotos überliefert. Mal blicken die Münchner Journalisten betroffen zur Berliner Mauer, mal sieht man sie mit dem jungen Lech Walesa in Danzig, mal mit dem sowjetischen Außenminister Genadij Gerassimow in Moskau. Da gibt's die Anekdote vom Roten Platz, als Wulffius im barschen Kommando-Ton die roten Garden am Lenin-Mausoleum zur Schnecke machte, weil man den Münchnern den Eintritt verwehren wollte. Nach China führten die Reisen mehrmals, nach Namibia, Ungarn, Polen: Immer waren die Ziele nach aktuellen politischen Überlegungen ausgewählt, gespickt mit Begegnungen bedeutender Zeitgenossen. Vergnüglich waren die Unternehmungen trotzdem.

Das geht kunterbunt bei den Bildern. Die Jahre lassen sich oft nur am Schnitt der Kleider, an den trotzig-langen Haaren junger Herren erahnen. Auch Franz Heubl ist in die Jahre gekommen, er bringt als Landtagspräsident das bayerische Wappen mit. Nur der Vorsitzende bleibt immer der Gleiche: Georg Wulffius. Hier überreicht ihm OB Erich Kiesl etwas Längliches. Ein Fernrohr, erinnert sich Birkel und lacht. Kiesl hatte den Nach-



Hilde Balke, Mitbegründerin des PresseClubs, bekam 1979 mit Carl Schmöller und Ingrid Casper den Herwig-Weber-Preis.

barn das Fernrohr geschenkt, damit sie besser in sein Büro vis-a-vis schauen können – und dann hat er Vorhänge anbringen lassen...

Herzlichen Glückwunsch zum 50jährigen Jubiläum!



Andreas Mayr

Hauptvertretung
der Allianz
Loristraße 7
80335 München
Tel.: (089) 1708326
Fax: (089) 12 16 31 39
Mobil: (0171) 7 65 57 27

Der Presseclub München e.V. feiert in diesem Jahr sein 50jähriges Bestehen. Dazu meine herzlichen Glückwünsche! Ich bin sicher, daß es auch in Zukunft noch viele Erfolge zu feiern gibt. Selbstverständlich stehe ich Ihnen auch weiterhin zur Seite, wenn es um die Vorsorge für Sie als Journalisten geht. **Wann sprechen wir miteinander? Hoffentlich Allianz versichert.**

Allianz 

Freie Journalisten – für die Demokratie unverzichtbar

Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber im Gespräch mit dem PresseClub-Magazin

50 Jahre PresseClub - 50 Jahre Journalismus in Bayern / Deutschland. Was hat sich verändert? Welche Wünsche haben Sie an die Medien / an die Journalisten?

Die Veränderungen sind enorm. Medien, Informations- und Kommunikationstechnik sind heute eine Leitbranche. Die von Journalisten für die Leser zu gewichtenden, einzuordnen und zu analysierenden Nachrichten haben sich vervielfacht. Die Zeiteinheiten, mit denen Aktualität gemessen wird, werden immer kürzer. Ich wünsche mir, dass trotz dieser Nachrichtenflut Medien und Journalisten der kritischen Berichterstattung treu bleiben. Gerade für uns Politiker sind freie und unabhängige Journalisten manchmal unbequem. Aber für die Demokratie sind sie unverzichtbar.

Im Auftrag der Staatsregierung wurde eine Agentur für Medien sowie Informations- und Kommunikationstechnologie gegründet. Was erwarten Sie sich davon?

Kernaufgabe wird die Ansiedlung neuer, innovativer Unternehmen aus dem Medien- und IuK-Sektor und damit die Schaffung neuer Arbeitsplätze in Bayern sein. Die Agentur wird im Auftrag der Staatsregierung als flexibles Instrument zur Unterstützung von Ansiedlungsvorhaben im Medien- und IuK-Bereich, zur Präsentation des Medien- und IuK-Landes Bayern und zur Durchführung von Informationsveranstaltungen dienen. Sie wird sich für ansiedlungswillige Unternehmen und Existenzgründer in diesem Bereich als Ansprech- und Servicepartner bereithalten - vom ersten Kontakt bis zum Unternehmensaufbau selbst. Sie soll beraten, Kontakte herstellen und Zugang zu Förderprogrammen, Finanzierungsmöglichkeiten und Lizenzen vermitteln. Darüber hinaus soll die Agentur national und international auf Messen und Ausstellungen für den Medien- und IuK-Standort Bayern werben.

Neben dem Freistaat Bayern, der Mehrheitsgesellschafter von Bayern-MIT sein wird, sind auch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien, der FilmFernseh-Fonds Bayern, die IHK München, die IHK Nürnberg, der Bayerische Rundfunk, die Hypo Vereinsbank, die Bayerische Landesbank, die Neue Messe München sowie die Messen Nürnberg und Augsburg als weitere Gesellschafter beteiligt.

Als Rat- und Impulsgeber wird ein hochrangig besetzter Beirat die Arbeit der Agentur unterstützen. Seine Mitglieder kommen aus dem Führungsbereich international tätiger und erfolgreicher Unternehmen der Medien- und IuK-Branche. Zusätzlich wird die Agentur auch im Büro des Freistaats Bayern in Palo Alto im Silicon Valley / Kalifornien eine wichtige Kontaktstelle in den USA haben.

Das Internet - eher Chance oder Gefahr oder beides?

Das in den kommenden Jahren für Markterfolg und Wohlstand einer Volkswirtschaft wohl entscheidende Medium wird das Internet sein. Electronic Commerce wird künftig mehr denn je ein Muss für jedes Unternehmen sein. So wird davon ausgegangen, dass derzeit mittels elektronischen Geschäftsverkehrs rund 17 Milliarden Euro umgesetzt werde. Für das Jahr 2003 wird eine Steigerung auf 340 Milliarden Euro erwartet. Nach einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) verdoppelte sich die Zahl der Internetbenutzer im vergangenen Jahr auf 15,9 Millionen. Damit nutzen mittlerweile 30 Prozent der Bundesbürger zwischen 14 und 69 Jahren das World Wide Web.

Ich bin sicher, dass mit der Nutzung des Internets Bayern in der Wissens- und Informationsgesellschaft seinen Spitzenplatz in der Welt behauptet und ausbaut. Diese Chance müssen

wir nutzen, um im globalen Wettbewerb bestehen zu können.

Was halten Sie vom Schielen nach Einschaltquoten bzw. nach Auflage?

Natürlich müssen die Print- oder elektronischen Medien im Ergebnis schwarze Zahlen schreiben, wenn sie auf Dauer am Markt bestehen wollen. Da besteht natürlich die Versuchung, durch eine reißerische Berichterstattung Einschaltquoten und Auflage nach oben zu treiben. Erreichen kann man damit aber nur ein Strohfeuer. Auf längere Sicht hat nur seriöser Journalismus Erfolg.

Die Opposition im Bayerischen Landtag wirft Ihnen Lobbyismus für die Privatsender vor. Wie sehen Sie die Zukunft für öffentlich-rechtliche und private Sender?

Die Staatsregierung steht zum dualen Rundfunksystem aus öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk. Es ist Aufgabe der Politik, dafür zu sorgen, dass die Balance im dualen Rundfunksystem nicht gestört wird und faire Wettbewerbsbedingungen herrschen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat ein gesichertes Gebühreneinkommen von jährlich 11 Mrd. DM, nach der nächsten Gebührenerhöhung werden es vermutlich 13 Mrd. DM sein. Er hat in den letzten Jahren seine Programmaktivitäten beträchtlich ausgeweitet. Die Kommission zur Ermittlung und Überprüfung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten hat festgestellt, dass die Fernsehsendeleistung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von 1992 auf 1997 um 65,8 % gestiegen ist. Im Hörfunk beträgt die Steigerung der Sendeleistung im selben Zeitraum 30,4 %. Diese beträchtlichen Ausweitungen ihrer Aktivitäten konnten ARD und ZDF aufgrund ihrer Bestands- und Entwicklungsgarantie mit einem gesicherten Gebührenaufkommen vornehmen.

Private Rundfunkunternehmen gehen beträchtliche Risiken ein, wenn sie in neue Programme und Dienste investieren. Eine Fehlinvestition kann zum Scheitern des gesamten Unternehmens führen. Eine derartige Absicherung, so wie sie der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit der Bestands- und Entwicklungsgarantie hat, kann die Politik den Privaten niemals bieten. Wir müssen aber wenigstens dafür sorgen, dass die ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen den privaten Sendern gute Entwicklungschancen bieten. Deshalb hat sich Bayern auch erfolgreich dafür eingesetzt, dass die Liberalisierung der Werbebestimmungen der novellierten EU-Fernsehrichtlinie ohne Abstriche in den Vierten Rundfunkänderungsstaatsvertrag übernommen wurden, um die Finanzierungsbasis der privaten Veranstalter zu verbessern.

Menschenwürde, Medienaufsicht und »Big Brother« - ist im Namen der Pressefreiheit vor allem bei den Kommerzsendern alles möglich? Bleibt die Ethik auf der Strecke?

Die Unantastbarkeit der Menschenwürde ist eine Fundamentalnorm unseres staatlichen Zusammenlebens. Jeder Fernsehveranstalter muss dies auch bei seiner Programmgestaltung beachten. Um dies noch deutlicher herauszustellen, wurde der bisherige Katalog unzulässiger Sendungen im Rundfunkstaatsvertrag über pornografische, gewaltverherrlichende oder offensichtlich schwer jugendgefährdende Sendungen hinaus ausdrücklich erweitert um Sendungen, die in sonstiger Weise gegen die Menschenwürde verstoßen.

Die rechtlichen Instrumente und Sanktionsmöglichkeiten sind also vorhanden. Es geht hier aber nicht nur um Rechtsfragen. Gerade im Hinblick auf Sendungen wie »Big Brother« ist eindringlich an die gesellschaftliche Verantwortung aller Programmanbieter zu erinnern. Unserer Gesellschaft wird aber von gemeinsamen Werten und Grundüberzeugungen zusammengehalten. Das Fernsehen ist wegen seiner Suggestivkraft und seiner Breitenwirkung ein wertbildender Faktor ersten Ranges. Jeder, der publizistisch in unsere Gesellschaft hineinwirkt, steht daher vor der Verantwortung für diese Wertorientierung.

Die Kabelbelegung gibt immer wieder Anlass zu Ärger. So sind beispielsweise der Dokumentationskanal Phoenix oder der Bildungskanal BR-alpha in München bisher nicht im Kabel vorhanden - dafür aber einiges an Schund-TV. Soll das so bleiben oder kann das geändert werden?

In den Kabelnetzen herrscht dringende Enge. Angesichts des unzureichenden Ausbaus eines Großteils der Kabelnetze, insbesondere der Breitbandkabelnetze der Deut-

Medien wird alles unternommen, um auch in München die notwendige Umbelegung der Kabelplätze für die Verbreitung des Bildungskanals BR-alpha möglichst rasch abzuschließen.

Die derzeitige Engpasssituation kann nur durch einen schnellen Ausbau der Kabelnetze beseitigt werden. Dazu muss der geplante Verkauf des bereits regionalisierten Kabelnetzes der Deutschen Telekom AG zielstrebig umgesetzt werden.



In der Staatskanzlei: Cornelia Wohlhüter und Ruthart Tresselt im Gespräch mit dem Bayerischen Ministerpräsidenten

schen Telekom AG, können zahlreiche Fernsehprogramme derzeit nicht ins Kabel eingespeist werden. Die notwendige Auswahlentscheidung über die Rangfolge der einzuspeisenden Programme trifft die Bayerische Landeszentrale für neue Medien auf der Grundlage des Bayerischen Mediengesetzes. Zu den maßgeblichen Kriterien gehören der Beitrag des jeweiligen Programms zur Angebots- und Meinungsvielfalt sowie die Interessen der Teilnehmer. Über die Kabelnetze werden danach sowohl Informations-, Bildungs- und Kulturprogramme als auch Unterhaltungsprogramme verbreitet.

Nach den rechtlichen Vorgaben müssen unter anderem die Programme Phoenix und BR-alpha in alle Bayerischen Kabelnetze eingespeist werden. Der Dokumentationskanal Phoenix wird bereits seit August 1997 im Kabelnetz München verbreitet. Die Bayerische Landeszentrale für neue

Fußball und andere Sportrechte - gehört die Berichterstattung über Sportereignisse ins Free-TV oder soll der Bürger dafür noch einmal bezahlen müssen?

Im Vergleich zu früher gibt es heute sehr viel mehr Möglichkeiten, Sportereignisse im Fernsehen zu verfolgen. Vor allem Fußball-Bundesligaverenisse weisen immer wieder darauf hin, dass sie ohne zusätzliche Einnahmen aus dem Pay-TV international - vor allem im Vergleich mit Italien und England - ins Hintertreffen geraten. Trotzdem bin ich der Auffassung, dass sportliche Großereignisse mit überragender Bedeutung nicht ins Pay-TV abwandern dürfen. Deshalb muss ein Ausgleich zwischen den Informationsinteressen und den Interessen der Inhaber von Übertragungsrechten geschaffen werden. Die Länder haben dies im Vierten Rundfunkänderungsstaatsvertrag getan. Danach ist vorgesehen, dass bestimmte Großereignisse für die Bürger im Free-TV zugänglich sein müssen.

Das Interview führten Cornelia Wohlhüter und Ruthart Tresselt.



50 Jahre
PRESSE CLUB
MÜNCHEN E.V.

International Press Club of Munich

15 Jahre
NJB

Nachwuchsjournalisten in Bayern

FESTPROGRAMM **der Jubiläumsfeier**

11. April 2000 • 18.00 Uhr • Einlass ab 17.00 Uhr
Festsaal des Hofbräuhauses München, Platzl 9

Kabarett und Karikaturen **Kulinarisches und Kommunikatives**

- Es moderieren Nadine Rüttinger & Ruthart Tresselt
- Es begrüßt Dr. Norbert Matern
- Es spricht Dr. Edmund Stoiber,
Ministerpräsident des Freistaates Bayern
- Es sketcht Christian Ude,
Oberbürgermeister Landeshauptstadt München
- Es erzählt Erich Helmendorfer, ehem. Vors. des PresseClubs
- Es lobt Georg Lohmeier, Schriftsteller
- Es parodiert Willy Ratzinger, PR-Agent
- Es kabarettelt Erstes Deutsches Management-Kabarett
Chaos & Partner
- Es liest Raimund Eberle, Regierungspräsident in Unruhe
- Es musiziert Josef Sickinger, Pressechef der Messe München
- Es sketchen Die Nachwuchsjournalisten
- Es treten an zum Finale . . . Die Obigen und ein Dudelsack
- Es stürmen das Buffet Alle
- Es besucht uns Das Münchner Kindl
- Es spielt Melodien aus fünf Jahrzehnten
Isar Sound Orchester,
Leitung Adi Stahuber





Großer Club, großes Präsidium:

Norbert Matern ist für weitere zwei Jahre zum Vorsitzenden des Internationalen PresseClubs gewählt worden.



Einstimmig hat der Vorstand Eva Otremba zur Geschäftsführerin des Clubs berufen. Fotos: N. A. Schmidt

Die Clubräume befinden sich im 4. und 5. Stock, am Marienplatz 22, gegenüber dem Neuen Rathaus. Der Konferenzraum im 5. Stock hat eine Fläche von ca. 60 m² und bietet Platz für 30 bis 40 Personen. Der ovale Tisch lädt ein zu Round-Table-

Vize-Chef und Clubmanager bleibt Ruthart Tresselt vom Bayerischen Fernsehen. Als stellvertretende Vorsitzende rückt Cornelia Wohlhüter (stellvertretende Chefredakteurin und Leiterin des Münchner Büros der Passauer Neuen Presse) in den Vorstand des PresseClubs auf. Sie ersetzt Martin Schäfer von der Abendzeitung, der aus Protest gegen eine Diskussionsrunde mit Jörg Haider sein Amt niedergelegt hat. Außerdem bestätigte die Mitgliederversammlung Monika Nebe als Schatzmeisterin.

Gesprächen. Die Fensterfront eröffnet einen beeindruckenden Blick auf die Mariensäule und zum Rathaus mit Glockenspiel. Für Catering sorgt die benachbarte Gaststätte »Metropolitan«.

Im Konferenzraum des 5. Stocks halten wir unsere eigenen Pressegespräche ab. Er steht auch für Gastversammlungen zur Verfügung.

Neu im erweiterten Vorstand:

Mercedes Riederer (Leiterin Journalistenschule), Fridolin Engelfried (Augsburger Allgemeine), Susanne Löbmann (Lokalradios) und Susanne Kirner (Bayerischer Rundfunk).

Wiedergewählt wurden:

Anita Bauer-Duré, Gerhard Bradl, Heinz Burghart, Hermann Demmel, Hans-Jörg Dürrmeier, Barbara Haas, Lothar G. Lamperstorfer, Matthias Lange, Eva Moser, Dieter Schmidt und Lutz Roßmann.

Nähere Einzelheiten: Telefon (089) 2602 4848 oder per eMail. Gerne beraten wir Sie bei der Planung Ihrer Pressekonferenz im PresseClub München.

Mit 870 Mitgliedern ist der PresseClub München der größte seiner Art in Deutschland. Einen neuen Rekord bedeuten auch die 211 Veranstaltungen im vergangenen Jahr.



Kontakte zu anderen PresseClubs...

... gab es schon immer, auch gegenseitige Hilfe – wenn nötig. Seit 1995 gibt es eine engere Zusammenarbeit aller sechs PresseClubs in Bayern (München, Nürnberg, Regensburg, Ingolstadt, Augsburg, Würzburg).

Das kommt zum Ausdruck in gemeinsamen Informations-Reisen, dem Auftritt im Internet und in regelmäßigem Erfahrungsaustausch. So haben sich z.B. die Vorstände in Regensburg, Nürnberg und München getroffen.

In diesem Jahr richtet Ingolstadt das Treffen aus. Auch gemeinsame Diskussionsrunden finden ihr Publikum, wie z.B. der Bericht aus der Mittelbayerischen Zeitung Regensburg beweist.

Geigerin Sabine Gödel zusammen mit der Pianistin Susanne Absmaier die Sonate für Violine und Klavier von

volle Aufgabe mit größtlicher Präzision, dunkel musikalischer Posauenenklangfärbung und trennscharfer

viel Beifall, forderten die Musiker doch, was hierzulande kaum zu hören ist und selten so gut gespielt wird.

interpretieren in seinen Werken – hier zu hören war das musikalischen Schlachtgemälde – konsequent um

bewies der universelle Musiker, wie auch der durch die Zwölfordnung bestimmten Musik Gehalt zu geben ist.

Es gibt mehr als Nervenkitzel, Empörung und Unterhaltung

VON UNSEREM REDAKTEUR HARALD RAAB

REGENSBURG. Gewalt in den Schulen, beim Banküberfall Interviews mit den Gangstern, der Fall Weimar, bei dem der Mörderin ihrer Kinder mehr Mitleid zuteil wird als den Opfern, Spendenaffären am laufenden Meter: die Sensationsschlagzeilenliste ist beliebig fortzusetzen.

Der Bedarf wächst global und auch lokal lawinenartig. Die Walze dreht sich immer schneller. Vernunft bleibt auf der Strecke. Aus Mücken werden Elefanten. Abseitiges wird ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt. Ereignisse werden von den Medien schon auch mal gemacht, um darüber berichten zu können. Unterhaltung statt Information ist angesagt. Stimmungen und Hysterien scheinen politische Meinungsbildung und Entscheidungen hinweg zu schwemmen.

Dieses Unbehagen des Publikums artikuliert sich bei einer Vortragsveranstaltung „Journalismus und Ethik“ zu dem der Regensburger Presseclub ins Bildungshaus der Diözese Regensburg, Schloss Spindelhof, eingeladen hatte.

Ruthart Tresselt, der Chef der zentralen Nachrichtenredaktion beim Bayerischen Fernsehen, formulierte als Referent im Spindelhof: „Kommerz und Medien-Wettbewerb führen immer häufiger zu unsäglichen Szenen von Zudringlichkeit.“

Die vom MZ-Redakteur Karl Birkenseer kundig und immer wieder auf den Punkt bringend moderierte Diskussion zeigte, dass das Lesende, Hörfunk- und Fernsehpublikum durchaus die sich selbst treibenden Systemzwänge im knallharten Wettbewerb zu durchschauen vermag. Sie zu thematisieren wird primär gefordert, bevor man den einzelnen Journalisten mit der Ethik komme. Keine Frage aber auch, es gibt natürlich eine individuelle Verantwortung jedes einzelnen in der Medienzunft. Man kann sich nicht immer nur darauf hinausreden, dass die Leute das so wollten: Nervenkitzel, Anlässe zur Empörung und eine ganze Menge Unterhaltung.

Information ist spannend

Auch darüber war man sich einig: eine gut aufbereitete Information über existenzielle Fragen wie Rentenreform, Beseitigung der Arbeitslosigkeit oder Schutz der Natur vor Raubbau kann so spannend wie ein Krimi sein. Gefordert werden partnerschaftliche Medien, die berichtend und kommentierend dazu beitragen, dass man sich in der immer unübersichtlicheren Gesellschaft zurecht findet und so als Bürger teilnehmen kann an der Regelung öffentlicher Aufgaben. Insider Birkenseer stellte die provokante, aber durchaus nicht abwegige Frage: Für wie glaubwürdig werden die Medien vom Publikum überhaupt



Ruthart Tresselt: Selbstbesinnung der Journalisten tut Not. Foto: Raab

noch gehalten? Sehe man in ihnen doch ein Teil des Systems, dem geradezu inflationär das Vertrauen vom enttäuschten Publikum entzogen wird.

Gefährlich freilich wäre der Ruf nach dem großen Zensor. Ruthart Tresselt mahnt zur Besonnenheit: „Wer nicht gleich nach dem Gesetzgeber rufen will, muss wenigstens an die Sozialverantwortung der Medien appellieren und an die Moral, an die Ethik der Journalisten.“ Einsicht in Werte und Pflichten journalistischen

Handelns gehörten zur Professionalität, auch das Wissen, dass die Medien, allen voran das Fernsehen „durchaus die Demokratie verändern“ können.

Der erfahrene Nachrichtenmann Tresselt zitierte den früheren Bundeskanzler Helmut Schmidt: „Der Politiker spürt, dass es mehr auf die Verpackung als auf Inhalte ankommt. Das ist lebensgefährlich und nicht gut für die Demokratie.“

Tresselt verweist auf das Verhängnis der Verknappung im Informationssystem, um der puren Unterhaltung noch mehr Raum zu geben: „Auch nicht gut für die Demokratie scheint mir in der Informationsvermittlung die Tendenz zu immer kürzeren und immer kleineren Einheiten, die Tendenz zum System der Fragmentierung – keine Sekunde darf langweilig sein. Die Realität wird damit allerdings reduzierter.“

Uns alle betreffende Sachthemen werden immer komplizierter. Problematisch dabei ist die Flucht in die Personalisierung. Showkämpfe von Politigiganten, oft nach der Schlichtdramaturgie Bösewicht und Strahlmann, werden vorgeführt.

Fokussierung des Negativen

Tresselt: „Da in unserer Welt das Gute auch das Selbstverständliche ist, berichten Journalisten häufig über das Negative. Deshalb dominiert in

der Berichterstattung über die Politik der Konflikt, der Krach, die Krise.“ In Verbindung mit Verkürzung der Inhalte wird das zum explosiven Gemisch für ein demokratisches Miteinander. Ängste werden geschürt, Hilflosigkeit suggeriert.

Wie unabhängig sind Journalisten überhaupt noch? Werden sie nicht immer mehr zu Wasserträgern wirtschaftlicher und politischer Macht? Das Dilemma fürs Fernsehen sieht der Fachmann Tresselt so: „Immer wieder lassen sich Journalisten auch für die Propaganda einschalten. Was bleibt ihnen auch anderes übrig, wenn sie keine eigenen Bilder haben oder wenn sie nur das filmen dürfen, was ihnen erlaubt wird?“

Rationalität in der öffentlichen Auseinandersetzung. Hier ist auch das Publikum selbst gefragt. Tresselt: „Wichtig ist auch die Erwartungshaltung. Erwarte ich Information ohne Schnick-Schnack – konkret, kompakt und kompetent – oder will ich Nachrichten mit Unterhaltungswert? Das geht meist auf Kosten der Realität.“ Tresselts Fazit ist aber nicht negativ: „Moral und Ethik verbieten die pauschale Abwertung oder gar Diffamierung von Personen ebenso wie möglichst viele Tote für die Quote. Anders arbeitende Journalisten und mündige Bürger als Kontrolleure könnten die Negativentwicklung stoppen.“

Korporative Mitglieder sind

- Akademie f. pol. Bildung Tutzing
- BJV-Bayer. Journalistenverband eV.
- Club-Wirtschaftspresse, München
- Evangelische Akademie, Tutzing
- Inst.f.Kommunikationswissenschaft
- Katholische Akademie in Bayern
- Landeszentrale f. politische Bildung
- Münchner Motor-Presse eV.

Verbunden sind wir auch mit

- Allg. Hamburger Presseclub
- Berliner Presse-Club
- Bremer Presse-Club
- Frankfurter Presse-Club.

Intern. Kontakte pflegen wir mit

- National Press Club Barton, Canberra, Australien

- Nippon Kisha Club, Tokio, Japan
- Overseas Press Club of America, New York, USA
- Press-Club of San Francisco,
- The Foreign Correspondents' Club, Hong Kong
- Dubai Press Club, Dubai
- The Foreign Correspondents' Club, Bang Kok
- The London Press Club

REICH FÜR DIE INSEL!

- 3 Millionen Gewinner pro Woche
- 100 Millionen Gewinnsumme pro Woche
- über 300 Millionäre pro Jahr

Lotto macht die meisten Millionäre.

X LOTTO
X TOTO
LOTTERIE

Starthilfe und Kontakte für junge Journalisten

Seit 15 Jahren leisten die „Nachwuchsjournalisten in Bayern (NJB) e.V.“ erfolgreiche Medienarbeit. Von Annette Klüpfel

Journalist – Trendberuf und Traumjob für viele Abiturienten und Hochschulabsolventen. In einer Multimedien- und Informationsgesellschaft ist dieser Beruf besonders wichtig. Daher besteht zu Recht die Forderung nach einer fundierten Aus- und Fortbildung junger Journalisten. Die „Nachwuchsjournalisten in Bayern (NJB) e.V.“ haben sich dieses Ziel gesteckt – und das seit mittlerweile über 15 Jahren. Mit umfassenden praktischen und theoretischen Kenntnissen bereitet der NJB Neulinge auf ihren Berufseinstieg vor und bietet jungen Redakteuren neue Perspektiven und vermittelt Kontakte in die Medienszene.

15 Jahre „Nachwuchsjournalisten in Bayern (NJB) e.V.“ sind auch 15 Jahre erfolgreiche Medienarbeit in der Aus- und Fortbildung junger Journalisten. Mit Chefredakteuren oder anderen leitenden Redakteuren von Süddeutscher Zeitung und Bayerischem

lesamt freie Mitarbeiter, Volontäre oder junge Redakteure in den Printmedien oder im Rundfunk bzw. PR-Fachleute.

Die NJB-Geschichte beginnt in Franken. In Nürnberg fiel vor 15 Jahren der Startschuss, als sieben begeisterte Jugendliche aus Bay-

Und gerade an Schülerzeitungsredakteure haben sich die allerersten Seminare des NJB gerichtet. Damals stellte der Vorstand selbst Vorlagen zum Ausschneiden von Illustrationen für einen Klebe-Umbruch zur Verfügung. 15 Jahre später hat sich nicht nur der Ganzseiten-Umbruch am Bildschirm etabliert, auch das Programm des NJB ist heute wesentlich professioneller geworden.

Die erste Vorstandsmannschaft um Wolfgang Schreyer legte den Grundstein für den heutigen NJB und warb die ersten Mitglieder. Dann organisierte der neue Vorstand unter der Leitung von Franz Wamsler Seminare zu Themen wie „Jugend in der DDR“. Unter dem Vorsitz von Dr. Gero Himmelsbach, heute NJB-Ehrenvorsitzender und Medienanwalt in München, entwickelte sich der ehemals an Schülerzeitungsredakteure gerichtete Verein zu einem bei Neulingen und professionellen Journalisten gleichermaßen anerkannten Medienverband. Seit 1988 heißt dieser deshalb „Nachwuchsjournalisten in Bayern (NJB) e.V.“.

In den folgenden Jahren erhielt der NJB e.V. den wesentlichen Schliff für sein heutiges Profil: Gemeinsam mit Georg Wulffius – dem damaligen Vorsitzenden des PresseClubs München e.V. – riefen die jungen Journalisten den monatlichen „Jour fixe“ im PresseClub ins Leben. Die Liste der Gäste, die bei diesen Gesprächsrunden ihren Werdegang schilderten, ihr Medium vorstellten oder Anekdoten aus ihrem Journalistenleben erzählten, ist lang. Hans-Hermann Tiedje (Ex-Bild-Chefre-



Im Dialog mit Profis: Wie Privatfernsehen gemacht wird, berichtete aus erster Hand SAT 1-Chefredakteur Jörg Howe bei einem „Jour fixe“ der „Nachwuchsjournalisten in Bayern (NJB) e.V.“ im Münchner PresseClub.

Rundfunk, Spiegel und Focus und Antenne Bayern diskutieren, zu Studienreisen nach Prag, Brüssel oder Straßburg fahren, bei Workshops Glossen und Kommentare schreiben, Internet-Seiten erstellen oder den digitalen Schnitt lernen. Die Möglichkeit dazu haben die rund 350 Mitglieder des NJB, al-

ern den „Dachverband der Jugendpresse in Bayern e.V. (DdJB)“ aus der Taufe hoben. Damals wie heute ist das Grundprinzip der NJB-Seminare gleich: Am Anfang steht immer die Neugier, mit der Praktikern über die Schultern geschaut wird. Wie kommt der Spiegel zu seinen Enthüllungsgeschichten? Wie entsteht eine Lokalzeitung? Wie macht man einen „Dummy“ für eine Zeitschrift? Wie plant man eine PR-Kampagne? Wie stellt man eine Schülerzeitung auf die Beine?



*„Jetzt kann er die meisten Bücher einsehen, ja er kann sogar in einer Lesecke darin schmökern.
Wo sonst sieht man so viele Leute in Büchern lesen, wie bei Hugendubel?“ (Der Spiegel)*

Wir gratulieren herzlich dem Münchener Presseclub zu seinem 50. Geburtstag.

Auch die Leseinseln feiern in diesem Jahr ein rundes Jubiläum:

Vor 20 Jahren erlebten sie ihre Geburtsstunde mit der
Eröffnung unseres Buchhauses am Marienplatz.

Auf gute Nachbarschaft auch in den nächsten Jahren freut
sich die Buchhandlung Hugendubel.



Hugendubel

Die Welt der Bücher

SIEMENS

Creating Value through People®



dakteur und Medienberater von Bundeskanzler Helmut Kohl), Medienmanager Dr. Andreas von Ferenczy, SZ-Chefredakteur Hans Werner Kilz, BR-Auslandschefkorrespondent Dr. Johannes Grotzky und SAT 1-Chefredakteur Jörg Howe sind nur einige der zahlreichen NJB-Referenten.

1992 ging die NJB-Stafette an eine jüngere Führungsmannschaft über, zunächst um den Vorsitzenden Nikolai Behr und später um Matthias J. Lange. Mit diesem übernahm zum ersten Mal in der Geschichte des Nachwuchsvereins ein Profi-Journalist das Ruder des Verbandes. Lange, der mit einem Tageszeitungsvolontariat beim „Münchner Merkur“ einen der klassischen Ausbildungswege im Journalismus eingeschlagen hatte und später als Redakteur beim „Fürstfeldbrucker Tagblatt“ tätig war, ist heute Pressereferent der Handwerkskammer für München und Oberbayern.

Das Bildungsangebot des NJB wurde in den 90er Jahren ständig erweitert und an den aktuellen Tendenzen der Medienszene ausgerichtet. Infoseminare und Treffen mit Wirtschaftsvertretern und Diplomaten („Konsularische Gespräche“) gehören seitdem zum festen Repertoire. Längst bevor in den Medien eine Diskussion um Gentechnik einsetzte, konnten die NJB-Mitglieder Gentechnik hautnah im Labor der Firma Boehringer Mannheim erleben und sich mit den Führungskräften des Unternehmens auseinandersetzen.

Nicht weniger brisant waren Gespräche mit Vertretern der Republik Südafrika in Bonn oder ein Seminar zum Thema „Krisen-PR“, mit Managern der Tabakindustrie und der Krankenkassen. Kultur wird bei den Nachwuchsjournalisten ebenfalls großgeschrieben: Bei einem Besuch im Deutschen Theater München schauten die NJB-ler hinter die Kulissen des Theaterbetriebs und der dortigen Pressearbeit.

Unter Zeitdruck wie im echten Journalisten-Alltag müssen die Journalisten bei den Lehrredaktio-

nen arbeiten. An einem Wochenende wurde beispielsweise die Zeitung für den örtlichen Kurverein in Bad Wörishofen erstellt. Neben der klassischen Blattmacherei spielen heute die neuen Medien eine große Rolle im NJB-Angebot. Workshops zum digitalen Schnitt oder zum PC-gesteuerten Layout gehören inzwischen zu den Standards. Kein Wunder, hat sich doch der Journalismus in den vergangenen 15 Jahren umwälzend verändert - von der Schreibmaschine zum PC, vom Papierscribe zum Ganzseitenumbruch, vom rein öffentlich-rechtlichen zum dualen Rundfunksystem. Auch im 21. Jahrhundert werden sich die Arbeitsanforderungen an junge Journalisten verändern: Der „Allrounder“ mit umfassenden Kenntnissen im Online-Bereich wird sich im Medienalltag behaupten können.



Jede Menge Praxis: Learning by doing heißt es bei den Praxisseminaren des NJB: Im Medienzentrum der Hanns-Seidel-Stiftung erläutert der Journalist und Pressereferent Matthias J. Lange am Bildschirm die Grundzüge von DTP.

1998 wurde eine neue Vorstandsriege gewählt. Geschäftsführerin Susanne Löbmann, Finanzreferentin Andrea Kinzinger, Birgit Beck, Martina Farmbauer und die Vorsitzende Nadine Rüttinger wollen im künftigen NJB-Fahrplan die regionale Arbeit stärker gewichten. Die große Reso-

nanz von Veranstaltungen auch außerhalb des Einzugsgebietes der Landeshauptstadt belegt ein bayernweites Interesse. Durch den monatlichen Info-Dienst für Mitglieder soll außerdem eine engere Vernetzung erreicht werden. Dieser Rundbrief dient als Plattform zum Austausch von Informationen und als Kontakt- und Stellenbörse. Auf diese Weise können die jungen Journalisten direkt an ihrem Heimatort Ansprechpartner im Medienbereich und Wissenswertes über ihre lokale Medienszene erfahren.

Für das Jubiläumsjahr hat sich der Vorstand viel vorgenommen. Im Rahmen der gemeinsamen Feier „15 Jahre NJB – 50 Jahre PresseClub München“ am 11. April im Hofbräuhaus soll bereits am Nachmittag eine Podiumsdiskussion zum Thema „Journalismus 2000 – quo vadis“ mit renommierten

Münchner Medienexperten stattfinden.

Über die Arbeit des NJB e.V. informieren die Vorsitzende Nadine Rüttinger (Kontakt: Nadine Rüttinger, Schwindstraße 3, 80798 München, T. 089/52 38 91 59, E-Mail nadine.ruettinger@stud.uni-muenchen.de) und Geschäftsführerin Susanne Löbmann (Kontakt: Susanne Löbmann, Schillerstraße 39, 82223 Eichenau, T. 0 81 41/3 61 98, F. 0 81 41/3 61 99- E-Mail: sloebmann@rocketmail.com). Infos gibt es zusätzlich im Internet unter <http://www.NJB-online.de>

Interne Kommunikation im Handwerk

Von Matthias J. Lange

Interne Kommunikation ist wichtiger denn je. Das Schwarze Brett als einziges Medium der internen Kommunikation gehört längst der Vergan-



genheit an. Nur ein informierter und motivierter Mitarbeiter kann gute Leistungen vollbringen. Daher hat der Satz: Das wichtigste Kapital einer Firma sind die Mitarbeiter! noch immer Konjunktur. Dieser Ausspruch lässt sich auch auf Organisationen übertra-

dem ehrenamtlichen Präsidenten Heinrich Traublinger, MdL, und dem hauptamtlichen Hauptgeschäftsführer Bernd Lenze.

DHZ mit 435000 Auflage

Ein wichtiger Baustein in der Information und Kommunikation innerhalb des Handwerks als zweitgrößtem Wirtschaftszweig nach der Industrie ist das Mitteilungsorgan der Handwerkskammer, die Deutsche Handwerkszeitung (DHZ). Sie wendet sich an ihre Mitgliedsbetriebe genauso wie an politische Willensbildner und Entscheidungsträger. Mit einer Auflage von über 435000 ist die DHZ ein wichtiges Mitgliederorgan für Handwerker in ganz Deutschland, schließlich sind

Jede Organisation braucht, um die Interessen ihrer Mitglieder wirksam nach außen zu vertreten und eine weitgehend gemeinsame Willensbildung nach innen herbeizuführen, um wichtige Informationen zu verbreiten und ihre Tätigkeit sowie deren Ergebnisse darzustellen, auch ein Sprachrohr, ein Veröffentlichungsorgan. Dies gilt besonders für eine Handwerkskammer, denn sie hat zum einen eine Mitteilungspflicht gegenüber den Mitgliedern und zum anderen hat sie vielfältige und zum Teil schwer zu vermittelnde Interessen ihrer Mitglieder zu vertreten sowie einen organisatorischen Unterbau (Kreishandwerkerschaften, Innungen), zu dem ebenfalls rege Informationskontakte gepflegt werden müssen.

München ist Sitz der Chefredaktion und der handwerkspolitischen Redaktion. Eine Leserumfrage von 1999 belegt, dass zwischen 60 und 70 Prozent der Bezieher die handwerkspolitischen, die Kammer- und die Steuer Nachrichten regelmäßig lesen und davon zwischen 80 und 90 Prozent diese als sehr kompetent und verständlich beurteilen.

Mitarbeiter schreiben für Mitarbeiter

Die interne Öffentlichkeitsarbeit der Handwerkskammer geht seit 1998 verstärkt neue Wege. Hintergrund ist der Veränderungsprozess Handwerkskammer 2001. Hauptgeschäftsführer Bernd Lenze hat sich dabei den Umbau der Handwerkskammer zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen auf die Fahnen geschrieben. Die Motivation der Mitarbeiter nimmt darin großen Raum ein. Daher wurde für die Verbesserung der internen

gen, für die interne Kommunikation lebenswichtig ist. Eine dieser Organisationen ist die Handwerkskammer für München und Oberbayern. Mit rund 60000 Mitgliedsbetrieben ist die HWK die größte und wichtigste Handwerkskammer in Deutschland. Geführt wird diese Organisation von

Die Redaktionssitzung der hauseigenen Zeitung HWK intern.

Fotos: Lange

alle Handwerker in Deutschland Mitglied einer Handwerkskammer. Für diesen Mitgliedsbeitrag erhalten alle Betriebe die Wirtschaftszeitung DHZ alle zwei Wochen.


Ihre Zukunft beginnt jetzt. Mit LBS-ViTarif!

Mit LBS Bausparen jetzt noch einfacher ins eigene Zuhause: Finanzieren mit ViTarif, den neuen, günstigen Tarifen von Ihrer LBS. Sie erreichen uns jetzt auch unter der neuen LBS-Service-Nummer 01803-11 44 77.



Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.

www.lbs-bayern.de

 Finanzgruppe Bayern

Kommunikation die Hauszeitung HWK intern, eine Zeitung für Mitarbeiter und Ehrenamtsträger, ins Leben gerufen. Sie soll auch dazu beitragen, dass Öffentlichkeitsarbeit ein Anliegen aller Mitarbeiter ist. Aufgemacht in 4 c mit vielen Farbbildern im Boulevard-Layout sollen die Mitarbeiter und Ehrenamtsträger schnell und präzise unterrichtet werden, was innerhalb der Handwerkskammer vor sich geht. In der HWK intern schreiben Mitarbeiter für Mitarbeiter. In einer Redaktionskonferenz werden die Themen aufeinander abgestimmt und Mitarbeiter der Pressestelle entwerfen ein Layout. So entsteht dreimal pro Jahr eine Ausgabe der Hauszeitung mit jeweils 600 Exemplaren Auflage. Zusätzlich kamen im vergangenen Jahr noch zwei Sondernummern, das HWK intern Extrablatt, hinzu. In den beiden Extrablätter wurden über eine erfolgreiche Internationale Handwerksmesse und über die 100-jährige Geschichte der Handwerkskammer berichtet.

Mitgliederinformation via E-Mail

Waren bisherige Informationen für Mitarbeiter und Mitglieder der Handwerkskammer in Print-Form, setzt die Pressestelle im neuen Jahrtausend auf E-Mail. Über 750 Handwerksbetriebe aus München und Oberbayern stehen innerhalb eines Monats auf der Empfängerliste des Online-Newsletters der Handwerkskammer. Und täglich werden es mehr, die kostenlos und frei Haus Infos per E-Mail aus dem Handwerk erhalten wollen. Der Online-Newsletter ist in dieser Form übrigens einmalig in der deutschen Handwerksorganisation.

Jeden Monat stellt ein Team der Handwerkskammer Neuigkeiten und Informationen für die Mitgliedsbetriebe zusammen. Aufbereitete, lesbare Infos sind enorm wichtig für die täglichen Entscheidungen in einem Handwerksbetrieb. Die Themen drehen sich u.a. um Steuerrecht, Betriebsführung, Finanzierungsprogramme, Aus- und Fortbildung.



Damals: Wirtschaftsminister Jau-mann bei der Lektüre der DHZ

Der Online-Newsletter enthält kurze Meldungen aus diesen Themenbereichen. Die Langfassungen der Artikel finden sich auf der Web-Seite der



Handwerkskammer. Schnell und unkompliziert haben Handwerksbetriebe durch das Internet die Chance vorne mit dabei zu sein. Die Web-Seite der Handwerkskammer ist voll Bits und Bytes zum Thema Handwerk.

Wie erhalten interessierte Handwerksbetriebe nun den Online-Newsletter? Ganz einfach - eine E-Mail an die Adresse newsletter@hwk-muenchen.de senden und den Newsletter abonnieren. Eine andere Möglichkeit bietet die Web-Seite der Handwerkskammer für München und Oberbayern. Unter der Adresse www.hwk-muenchen.de kann online ein Abo-Bestellschein ausgefüllt und abgeschickt werden. Das Abo ist kostenlos und kann jederzeit gekündigt werden.

Handwerk setzt auf das Netz

Mit führend im Bereich der Unternehmenskommunikation im Vergleich zu anderen Handwerkskammern in Deutschland ist das Internet-Angebot der Handwerkskammer für München und Oberbayern. Unter der Adresse www.hwk-muenchen.de stehen der Öffentlichkeit Informationen optisch ansprechend aufbereitet zur Verfügung. Entsprechend hohe Zugriffszahlen bestätigen die Richtigkeit der Entscheidung, auch künftig auf das Netz zu setzen. Die Zahl der Online-Anschlüsse steigt in Deutschland von Monat zu Monat und damit auch die potentiellen Besucher der Kammerseiten im Netz. Inzwischen nutzen rund elf Millionen Erwachsene über

14 Jahre das weltweite Datennetz, um Informationen abzurufen oder elektronische Post zu verschicken. Dies ist das Ergebnis einer veröffentlichten repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Der Untersuchung zufolge werden in zwei Jahren schätzungsweise etwa 20 Millionen Deutsche

im Internet surfen.

Künftig muss noch mehr darauf geachtet werden, dass die Inhalte des Internets journalistisch gut aufbereitet werden. Es entsteht im Internet ein Konkurrenzumfeld, in dem mehr als bisher der Stil der Information unterschieden wird. PR-Informationen müssen beispielsweise journalistischer werden, weil sie sich immer mehr an den Endverbraucher denn an Redaktionen richten. Wieder in den Mittelpunkt rückt deshalb auch der Markenname Handwerkskammer. Er dient im unübersichtlichen Informationswust als fester Anker. Künftig wird sich deshalb eine Redakteurin ausschließlich um die redaktionellen Inhalte der Web-Seiten kümmern.



Messe München International. Ihr Tor zum Weltmarkt.



Termine 2000/2001 Auszug

11.04.–14.04.2000
29.04.–02.05.2000
28.06.–30.06.2000
15.07.–17.07.2000/
06.01.–08.01.2001
06.08.–09.08.2000
13.09.–17.09.2000
25.09.–28.09.2000

29.09.–05.10.2000
Herbst 2000
15.10.–18.10.2000
17.10.–21.10.2000

21.10.–29.10.2000
06.11.–10.11.2000
Herbst 2000

21.11.–24.11.2000
09.12.–17.12.2000
16.01.–21.01.2001
04.02.–07.02.2001
17.02.–25.02.2001
23.02.–27.02.2001

02.03.–04.03.2001
08.03.–14.03.2001
02.04.–08.04.2001

08.05.–11.05.2000
30.07.–31.07.2000/
Februar 2001
20.08.–22.08.2000/
Februar 2001
04.09.–05.09.2000/
Frühjahr 2001

09.09.–11.09.2000
16.09.–18.09.2000
23.09.–25.09.2000
24.09.–26.09.2000
04.10.–06.10.2000
13.10.–15.10.2000/
06.04.–08.04.2001
28.10.–29.10.2000
10.11.–12.11.2000
18.11.–20.11.2000
12.01.–14.01.2001
02.02.–04.02.2001
22.02.–25.02.2001
01.03.–02.03.2001
März 2001

12.06.–16.06.2000

04.09.–06.09.2000

11.10.–14.10.2000

11.10.–14.10.2000

Oktober 2000

Januar 2001

März 2001

In der Neuen Messe München

ANALYTICA* 17. Internationale Fachmesse und *Analytica Conference* für Analytik, Biotechnologie, Diagnostik und Labortechnik

FREIZEIT-AUTO/OFF ROAD INTERNATIONAL 2000

ELTEC 22. Fachmesse für Elektrotechnik

TRENDSET und

Süddeutscher **MUSTERMARKT**/Bijoutex/Ordersalon Beauty und Hobby Markt

ISPO – Sommer* 53. Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode

INTERMOT MÜNCHEN 2000 2. Internationale Motorrad- und Rollermesse

MATERIALICA

3. Internationale Fachmesse für innovative Werkstoffe, Verfahren und Anwendungen mit Kongreß **MATERIALS WEEK**

IBA 18. Internationale Fachmesse Weltmarkt des Backens ... alles für Bäcker und Konditoren

FACHDENTAL 2000

IMEGA* 6. Internationale Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie, Gemeinschaftsverpflegung

CERAMITEC 2000* 8. Internationale Fachmesse für Maschinen, Geräte, Anlagen, Verfahren und Rohstoffe für **KERAMIK** und **PULVERMETALLURGIE**

DIE 45. KUNST MESSE MÜNCHEN

SYSTEMS 2000* 19. Internationale Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation

MINERALIENFESTAG MÜNCHEN 2000 37. Internationale Verkaufsausstellung (**BORSE**) und

Deutsche Geo-Fachmesse (**GEOFA**) für Mineralien, Fossilien, Kristalle, Edelsteine, Fachliteratur und Zubehör

ELECTRONICA* 19. Internationale Fachmesse für Bauelemente und Baugruppen der Elektronik

HEIM + HANDWERK 23. Verkaufsausstellung rund ums Bauen, Einrichten und Wohnen

BAU* 14. Internationale Fachmesse für Baustoffe, Bausysteme, Bauerneuerung

ISPO – Winter* 54. Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode

C-B-R 2001* 32. Ausstellung Caravan – Boot – Internationaler Reisemarkt

INHORGENTA MÜNCHEN* 28. Internationale Fachmesse für Uhren, Schmuck, Edelsteine, Perlen und Silberwaren mit zugehörigen Fertigungs- und Betriebseinrichtungen

NUMISMATA International Fachmesse für Münzen

I.H.M.* 53. Internationale Handwerksmesse

BAUMA* 26. Internationale Fachmesse für Baumaschinen, Baustoffmaschinen, Baufahrzeuge und Baugeräte

Im M, O, C,

ASME TURBO EXPO 2000* 45. Internationale Gasturbinen-Ausstellung mit Anwender-Symposium

COUNTRY MÜNCHEN*

Internationale Fachmesse für Landhausmode

ABC-SALON*

Internationale Fachmesse für Abend-, Braut- und Cocktailmode

MUNICH FABRIC START*

HEIMTEX-WOCHEN-MÜNCHEN*

CINEC 2000 3. Internationale Fachmesse für Filmtechnik und Postproduktion

EURO DIVING 2000 München* 5. Internationale Fachmesse für den Tauchsport mit Wassersportzubehör

GOLF EUROPE 2000 – München* 8. Internationale Fachmesse für den Golfsport

EXPO REAL 2000 3. Internationale Fachmesse für Gewerbe-Immobilien

MODA MADE IN ITALY*

Internationale Schuhmesse

COSMETIC München 2000* Internationale Herbstmesse für Kosmetik

FORUM VINI Internationale Weinmesse in München

ACCESSOIRES MÜNCHEN* Fachmesse für modische Accessoires

OPTI-MÜNCHEN* Internationale Fachmesse für Augenoptik

IMOT Internationale Motorradausstellung

GARTEN MÜNCHEN 2001 7. Münchner Verkaufsausstellung für Freizeit- und Hobbygärtner, Blumen- und Gartenfreunde

FAIRWAY 2001 7. Golfplatz-Kongreß mit Fachausstellung

IMMOFAIR/RESIDENCE Messe für Eigenheime, Wohnungen und internationale Ferienimmobilien

International

IRANCONMIN 2000 4. Internationale Fachmesse für Bauwirtschaft, Baustoffindustrie und Bergbau

(Durchführung **IMAG/EPCI**), Teheran, Iran

TRANSPORTINDIA Internationale Fachmesse für Transport und Logistik

(Veranstalter **IMAG/Interrads Limited**), Neu-Delhi, Indien

ELECTRONICASIA 2000 Internationale Fachmesse für elektronische Bauelemente, Baugruppen und Elektronikfertigung

(Veranstalter **MMI/HKTDC**), Hongkong

LASERASIA 2000 Internationale Fachmesse für Lasertechnik und optische Technik

(Veranstalter **MMI Singapur/HKTDC**), Hongkong

MADE IN GERMANY Deutsche Industriemesse und Technologie-Konferenz

(Veranstalter **IMAG**), Johannesburg, Südafrika

COMPONEX/ELECTRONICINDIA Internationale Konferenz und Ausstellung für elektronische Bauelemente,

Werkstoffe und Fertigungseinrichtungen (Veranstalter **IMAG/Electronics Today**), Bangalore, Indien

B & D SHANGHAI 2001 Internationale Messe für Brau- und Getränketechnik

(Veranstalter **MMG/JING MU/CLIMA**), Shanghai, China

Messe München GmbH

Messegelände

D-81823 München

Tel. (+49 89) 9 49-2 07 20

Fax (+49 89) 9 49-2 14 19

newsletter@

messe-muenchen.de

www.messe-muenchen.de

M, O, C,

Lilienthalallee 40

D-80939 München

Tel. (+49 89) 3 23 53-0

Fax (+49 89) 3 23 53-176

moc@messe-muenchen.de

www.moc-muenchen.de

* Mitglied der Union des

Faires Internationales

° Nur für Fachbesucher

Änderungen vorbehalten!

Stand 13.1.2000



Manche mögen's heiß



Die Ernte vom Lehel

Andere wiederum bevorzugen einen kühlen Drink. Ab 1. April 2000 im neuen ArabellaSheraton Grand Hotel München: Ein erquickender Cocktail an der Bar, zelebriert von Hercules Tsibis, Showmixer, Zauberkünstler und Best Bartender Germany 2000. Oder lieber ein frischgezapftes Bier? Glänzende Kupferkessel unter Gewölbedecken. Ein Traum in weiß-blau. Paulaner's. Kulinarische Höhenflüge in der neuen *Ente vom Lehel*. Mit Hans-Peter Wodarz. Ein sensationelles Comeback. Nun noch ein Digestif? Bitte sehr. Die *Crapparia*.

Außerdem: 644 luxuriöse Zimmer, Coiffeur, Beauty Treatments, Wellness Center, der größte Ballsaal Münchens....

Willkommen im ArabellaSheraton Grand Hotel.

Arabellastraße 6, D-81925 München,
Tel.: 0 89/92 32 40 82, Fax: 0 89/92 32 41 78,
www.arabellasheraton.com



Das Grandhotel unserer Zeit.