

PRESSE CLUB

Magazin

Infos | Fotos | Interviews | Portraits

- Geld verdienen als journalistischer Blogger
- Interview mit Helmut Markwort
- In der Rolle von drei Ministerpräsidenten
- Münchner Künstler im PresseClub
- Auf der Straße der Kaiser und Könige



www.presseclub-muenchen.de

Internationaler PresseClub München:
Das Mediennetzwerk in Deutschland – seit über 65 Jahren



Alles, was Recht ist.

Ob bei Rente, Behinderung oder Pflege – mit dem VdK bekommen Sie, was Ihnen zusteht.

Sozialrechtsberatung beim größten Sozialverband Bayerns.

Jetzt Mitglied werden.

www.vdk-bayern.de



Zukunft braucht Menschlichkeit.

Inhalt



- 5 **EDITORIAL**
Willkommen im Club. Von Ruthart Tresselt
- 6 **GELD VERDIENEN ALS JOURNALISTISCHER BLOGGER**
Von Karsten Lohmeyer
- 10 **BLOGGER, BLOWER, BÜRGERREPORTER**
Von Uwe Brückner
- 12 **BAYERISCH – BISSIG – BUNT**
Ruthart Tresselt im Gespräch mit Helmut Markwort
- 14 **KEINER OHNE DEN ANDEREN**
Von Werner Wunder
- 16 **FAIRNESS UND ESPRIT**
von Gaby dos Santos
- 18 **WO FINDET SICH DER RETTUNGSANKER?**
Von Karl Jörg Wohlhüter
- 20 **DER PRESSECLUB VERÄNDERT SEIN GESICHT**
Von Michael Langer
- 22 **STRASSE DER KAISER UND KÖNIGE**
Von Werner Siegert
- 26 **ZWISCHEN TRADITION UND HIGH TECH**
Von Ruthart Tresselt
- 28 **10 JAHRE MENTORING**
Von Elia Treppner
- 30 **KUNST IM PRESSECLUB**
Von Angelica Fuss
- 34 **STARKE VERBEN UND FLIEGENDE KÜHE**
Von Thomas Kletschke
- 36 **FORUM DEUTSCHER PRESSECLUBS**
Von Helmut Gierke
- 38 **PRESSECLUB EXKLUSIV-FÜHRUNGEN**
- 42 **POLITISCHE KARIKATUREN**
Von Dieter Hanitzsch
- 45 **HIGHLIGHTS IM PRESSECLUB**
Von Ruthart Tresselt
- 46 **MEDIEN-TREFFPUNKT**
Gäste im internationalen Presseclub
- 50 **FÜR DIE PRESSE NUR DAS BESTE**
Von Gabriele Weishäupl
- 53 **MITGLIEDERVERSAMMLUNG**
Von Eva Moser
- 54 **Impressum**

Fotos: Elia Treppner (1), Johann Schwepfänger (2), Bernd Lindenthaler (1), Armin Baumgartner (1)

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

Editorial



RUTHART TRESSELT
VORSITZENDER
UND CHEFREDAKTEUR

Willkommen im Club

Wir leben im digitalen Zeitalter. Die Grenzen zwischen Information und Werbung verwischen. Der Journalismus verliert an Glaubwürdigkeit. Jeder kann im Internet – auch anonym – alles Mögliche einstellen und behaupten. Auch Empörungswellen im Netz sind auf der Tagesordnung. Und gerade das ist die große Chance für Qualitätsjournalismus!

Kompetenz ist mehr denn je gefragt. Natürlich müssen wir uns alle inhaltlich weiter verändern und auf den digitalen Kanälen mitspielen. Neue Ideen sind gefragt – bei Verlegern, Managern und Journalisten.

Online gegen Print? Eine leidige Diskussion. Print hat durchaus auch weiterhin gute Chancen: Laut Verleger Dirk Ippen sind gute Zeitungen Solidarsysteme. Deswegen sagen die Leser auch: „Meine Zeitung“. Niemand sagt aber „Mein Internet.“ Deshalb werden auch in Zukunft das Internet, die Zeitungen und Zeitschriften, Bücher, Hörfunk und Fernsehen nebeneinander und vor allem auch miteinander existieren können. Das künftige Problem ist die Tatsache, dass immer mehr Medien gleichzeitig genutzt werden und damit die Verweildauer sinkt. Diese Veränderungen sind eine Herausforderung, die wir mit Neugier und kritischer Distanz meistern werden. Noch hat kein neues Medium ein altes Medium verdrängen können.

Alle Medien identifizieren sich über ihre Inhalte. Die Menschen wollen Geschichten, die für sie interessant und neu sind; Geschichten, die sie so noch nicht gelesen, gehört oder gesehen haben. Der Zukunftsforscher Eike Wezel sagt dazu: „Die Menschen wollen hochwertige Inhalte.“

Derzeit aber wird im Journalismus überall gespart. Warum sollen Leser Geld für immer schlechter werdende Zeitungen ausgeben? Hinzu kommt, dass manche Verlage versuchen, Journalismus und Schleichwerbung zu vermischen. Damit verlieren Medien ihre Unabhängigkeit und Firmen ihre Reputation. Damit begehen Verlage aus Angst vor dem Tod Selbstmord.

All das sind Themen in unserem neuen Magazin. Drei Beispiele: „Wo findet sich der Rettungsanker?“ (Seite 18), „Geld verdienen als journalistischer Blogger“ (Seite 6) oder „Blogger, Blower, Bürgerreporter“ (Seite 8). Natürlich berichten wir auch über den Umbau unseres Domizils am Marienplatz und unseren zwischenzeitlichen Umzug ins Tal 12. Außerdem das Interview mit Helmut Markwort, Karikaturen von Dieter Hanitzsch und, und, und...

In letzter Zeit wird unser PresseClub immer mehr auch wieder für jüngere Kolleginnen und Kollegen interessant. Das hängt sicher auch damit zusammen, dass wir im Netz selbst gut präsent sind, dass wir Blogger-Stammtische und Blogger-Seminare anbieten, dass wir aber auch vor Ort – im Club – die persönliche Kommunikation, das persönliche Gespräch mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Wissenschaft pflegen. Nach wie vor ist der Internationale PresseClub München das Netzwerk für Journalisten und Repräsentanten unserer Gesellschaft.

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

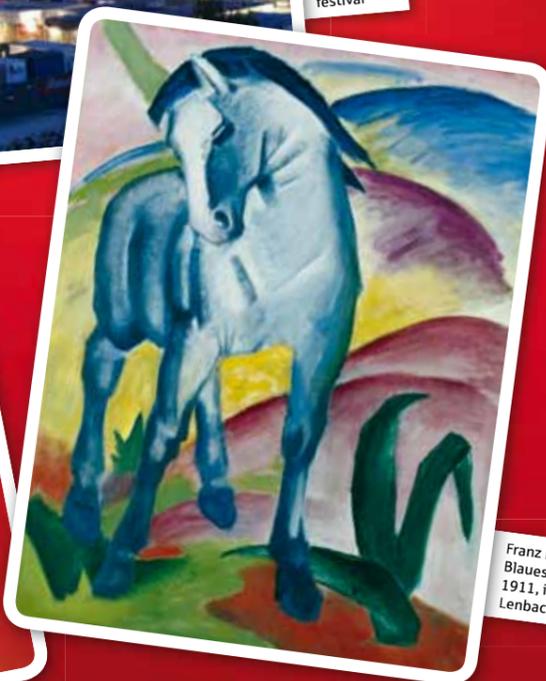
Foto: Johann Schwepfing

GUT FÜR MÜNCHEN.



(Foto: © Bernd Wackerbauer)

Tollwood
Sommer-
und Winter-
festival



Franz Marc,
Blaues Pferd I,
1911, im
Lenbachhaus



München liegt uns am Herzen.

Als „Die Bank unserer Stadt“ engagieren wir uns auf vielfältige Weise, um das Leben in München noch ein bisschen lebenswerter zu gestalten. Wir fördern Kultur, Sport und leisten dort einen sozialen Beitrag, wo die Möglichkeiten des Einzelnen oder des Gemeinwesens an Grenzen stoßen – das ist gut für München!

 **Stadtparkasse
München**

Die Bank unserer Stadt.

www.sskm.de/gut



Blogger-Seminar im
Presseclub München

Foto: Elia Treppner

Geld verdienen als journalistischer Blogger – so funktioniert es

Ein eigenes Magazin im Netz aufzumachen war noch nie so einfach. Presseclub-Mitglied Karsten Lohmeyer erklärt, wie man damit auch noch Geld verdienen kann.

Seit vergangenem Juli passiert in den Räumen des Presseclubs alle sechs Wochen etwas Unerhörtes. Zumindest etwas, was noch vor wenigen Jahren fast undenkbar gewesen wäre: Gestandene Journalistinnen und Journalisten treffen sich für ein Wochenende im Presseclub, um in einem Seminar die Grundlage dessen zu lernen, was wir inzwischen „selbstbestimmtes Publizieren“ nennen und das von vielen anderen „Bloggen“ genannt wird. Der Grund: Immer mehr Kollegen erkennen, dass Bloggen tatsächlich auch Journalismus sein kann – und eine Möglichkeit zum Geldverdienen mit der eigenen, journalistischen Kompetenz. Ganz ohne Verlage oder einen anderen Arbeit- oder Auftraggeber.



Foto: Privat

„Kann man denn mit dem Bloggen ernsthaft Geld verdienen?“

„Kann man denn mit dem Bloggen ernsthaft Geld verdienen?“, werde ich immer wieder gefragt, seitdem ich mein Blog „LousyPennies.de – Gedanken übers Geldverdienen mit (gutem) Journalismus im Netz“ gestartet habe. Um die Frage zu beantworten, muss man gar nicht so weit gehen, sondern kann im Rahmen des Presseclubs bleiben.

Presseclub-Mitglied Franz Neumeier zum Beispiel verdient seinen Lebensunterhalt mit dem Bloggen. Wobei das, was er tut zwar auf der Blog-Software Wordpress basiert, aber ansonsten sich nicht im geringsten von dem unterscheidet, was man gemeinhin als Journalismus bezeichnet. In seinem Fall Reisejournalismus: Unter www.cruisetricks.de betreibt Franz

Neumeier in Eigenregie ein Kreuzfahrtmagazin. Und das so erfolgreich, dass er es längst schon hauptberuflich tun kann.

Oder sehen wir uns an, was Stephan Goldmann macht, der ebenfalls seit kurzem Presseclub-Mitglied ist – und mein Co-Blogger bei LousyPennies.de. Er betreibt gleich zwei erfolgreiche Webmagazine: MyHighlands.de und Triathlon-Tipps.de. Beide werfen inzwischen so viel ab, dass Stephan Goldmann es bis heute nicht bereuen musste, seinen Job als Chefredakteur der CHIP Sonderhefte zugunsten seiner selbstbestimmten Tätigkeit gekündigt zu haben.

Zum Schluss unser gemeinsames Blog LousyPennies.de: Auch hier verdienen wir inzwischen monatlich eine ordentliche Summe, die uns unabhängiger agieren lässt, als es jemals als angestellte Journalisten oder als von Verlags-Aufträgen abhängige freie Journalisten möglich gewesen wäre.

Bleibt die Frage: „Wie funktioniert denn nun das Geldverdienen mit dem eigenen

Blog?“ Die Antwort darauf ist alles andere als einfach. Aber nach mehreren Jahren intensiver Beschäftigung damit, ist mir soviel klar: Jedes Blog, jedes journalistische Angebot im Netz, hat seine persönlich beste Methode, Geld zu verdienen. Im Fall von Franz Neumeier ist das klassische Anzeigenwerbung in Form von Bannern und Google-Anzeigen. Ähnlich sieht es bei Triathlon-Tipps und MyHighlands aus: ein Großteil der Einnahmen kommt über Anzeigen herein, die über spezielle Werbenetzwerke automatisiert auf die Seiten ausgespielt werden.

Darüber hinaus gibt es aber noch viele weitere Möglichkeiten. So etwa sogenannte Affiliate-Links, wie sie zum Beispiel Online-Versandhändler Amazon seinen Partnern bietet. Das heißt, wenn man in seinem Blog über ein Produkt berichtet und es mit der entsprechenden Kaufmöglichkeit auf Amazon.de verlinkt, erhält der Betreiber des Blogs eine Provision, wenn ein Besucher auf diesen Link klickt und etwas bei Amazon kauft. Wichtig dabei: Es ist keine Übervorteilung

oder Täuschung des Kunden. Denn er zahlt genau so viel, als wäre er über einen anderen Weg zu Amazon gekommen. Trotzdem bietet es sich an, Affiliate-Links verantwortungsvoll einzusetzen und auch transparent darauf hinzuweisen, das man eine Provision erhält. Insbesondere, wenn man eben nicht „nur“ als Blogger, sondern eben als kritischer Journalist im Netz unterwegs ist. Zusätzlich kann man seine Inhalte – ob Text, Video oder Audio – heute auch direkt an den Leser verkaufen – und zwar jeden Artikel einzeln zu Kleinstbeträgen von wenigen Cent. Ein Service, der dies möglich macht, ist zum Beispiel LaterPay, dessen Gründer Cosmin Ene schon mehrfach im Presseclub zu Gast war. Bei LousyPennies.de haben wir LaterPay bereits getestet und können sagen, dass es funktioniert. Aber reich sind wir damit noch nicht geworden.

Es ist auch hier wie bei fast allen Monetarisierungsmöglichkeiten für journalistische Blogs: Die Höhe der Einnahmen steht und fällt mit der erzielten Reichweite. Je mehr Leser man mit seinen Inhalten erreicht, umso besser lassen sie sich

Versichern, vorsorgen, Vermögen bilden.

Mit den AktivDepots von Allianz Global Investors biete ich Ihnen intelligente Lösungen für Ihre Vermögensanlage. Und als Partner des Verbands der Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. und des Versorgungswerks der Presse finden Sie bei mir die Beratung, die Sie brauchen. Seit 24 Jahren sind wir für Angehörige der Kommunikations- und Medienbranche da.

Kommen Sie einfach vorbei und überzeugen Sie sich selbst!



Andreas Mayr

Allianz Generalvertretung

Wilhelmstraße 41, 80801 München

Telefon 089.170 83 26, Fax 089.12 16 31 39

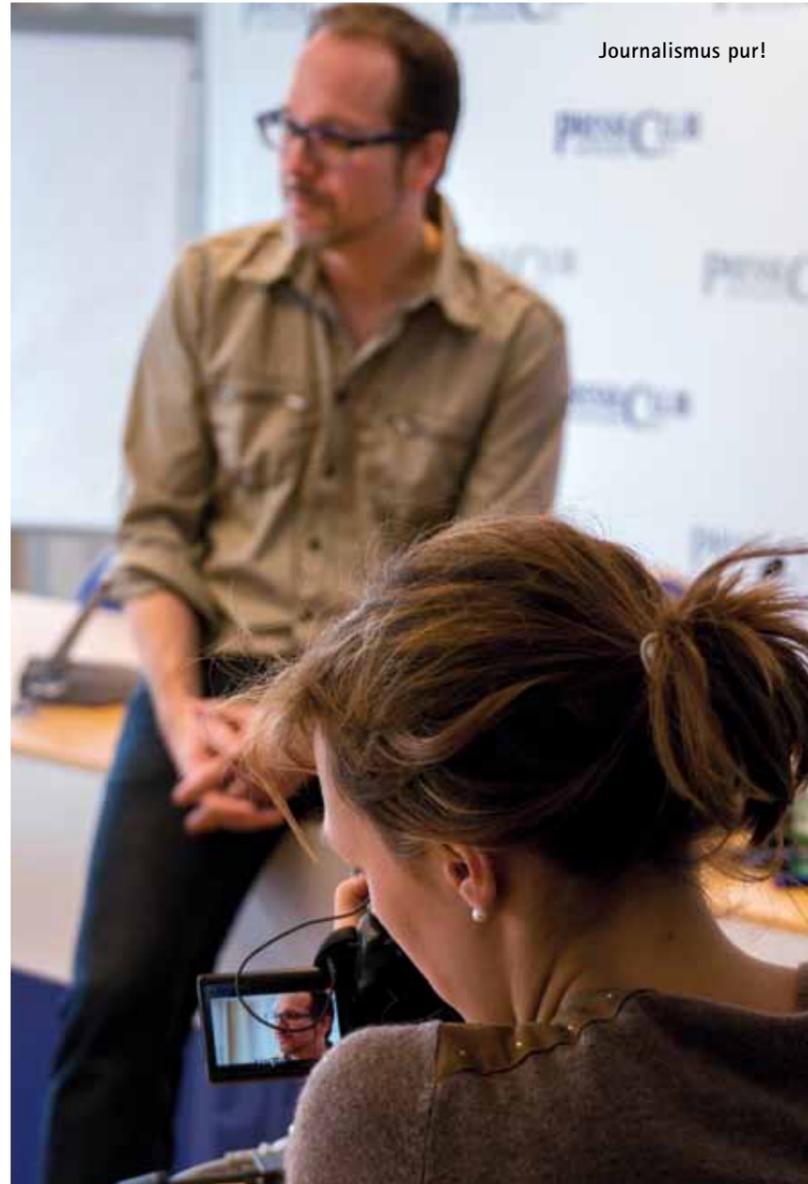
andreas.mayr@allianz.de

www.allianz-andreasmayrmuenchen.de



Allianz

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



Journalismus pur!

Foto: Elia Treppner

vermarkten. Und: Je begeisterter der Leser von den Inhalten ist, umso eher ist er bereit, dafür oder für mit diesen Inhalten verbundene Produkte und Dienstleistungen zu zahlen – und seien es Fanartikel wie Tassen, Schals und Kalender.

Denn auch das weiß ich nach mehr als zwei Jahren Lousypennies.de: Das Geld wird heute oft nicht mehr direkt verdient, sondern erst in zweiter Reihe mit zusätzlichen Produkten oder Dienstleistungen. Denn auch wer seine Inhalte kostenlos anbietet, kann es dennoch schaffen, sich selbst zu einer gewissen Marke aufzubauen. Man wird, so wie es früher auch schon guten Journalisten in Print, Funk und Fernsehen gelungen ist, zum Experten für sein Gebiet. Zum gerne

genommenen Fachautoren für andere Publikationen, zum (bezahlten) Gastredner, Moderator, Buchautor und Coach.

Der Erfolg, den unsere Blogger-Seminare im Presseclub München haben, ist meiner Meinung nach auch auf die große Bekanntheit unseres Blogs zurückzuführen. Warum sonst sollten Kollegen aus Hamburg, Berlin, Leipzig und Köln den weiten Weg nach München auf sich nehmen, um von uns das journalistische Bloggen zu lernen? Sie tun es jedenfalls regelmäßig. Wichtig ist die Markenbildung auch für eine weitere Form des Geldverdienens, die wir nun schon im zweiten Jahr erfolgreich ausprobiert haben: das Sponsoring. Aufgrund unserer Positionierung bei unserer Zielgruppe

„Journalisten und andere Medienmacher“ waren Firmen bereit, uns finanziell zu unterstützen.

Auch für uns eine spannende Erfahrung – und vor allem unentdecktes Land mit vielen Ungewissheiten. Natürlich fragten wir uns vor dem ersten Sponsoring, wie unsere Leser wohl darauf reagieren würden. Natürlich hatten wir Angst, unsere journalistische Unabhängigkeit zu verlieren. Natürlich wussten wir, dass die Frage aufkommen würde: Darf sich ein Journalist überhaupt sponsern lassen?

Unsere Antwort nach zwei Jahren Sponsoring-Erfahrung: Ja, man kann und darf sich sponsern lassen – sofern man absolut transparent bleibt. In unserem Fall ging das sogar so weit, dass wir den Kooperationsvertrag mit unserem Sponsor zum Download auf unsere Webseite stellten. Diese Transparenz bis ins letzte Detail stieß auf große Gegenliebe bei unseren Lesern, die wir übrigens aufforderten, uns sofort „auf die Finger zu klopfen“, sollten sie auch nur einmal den Eindruck haben, dass uns unser Sponsor redaktionell beeinflusst.

Die wichtigste Erkenntnis aus all den genannten Möglichkeiten: Wer mit einem Blog Geld verdienen möchte, muss heute weitaus mehr sein, als „nur“ Journalist. Als selbstbestimmter Publizist ist man Verleger, Vermarkter, Anzeigenverkäufer und Journalist in einem. Denn so hoch sind die Einnahmen nicht, dass man für all diese Gewerke eine eigene Person bezahlen könnte. So aber sollte man sich daran gewöhnen, in mehreren „Persona“ zu denken und handeln. Man ist eben einmal der Journalist und dann wieder der Anzeigenverkäufer. Vermischen sollte man diese multiplen Persönlichkeiten aber nicht. Denn Integrität und Haltung werden von den Lesern im Internet hoch geschätzt und gewürdigt. Schleichwerbung hingegen wird immer auffliegen, sei sie auch noch so raffiniert.

Vor allem muss man sich aber über einen Fakt im klaren sein: Geld verdient man mit einem Blog nicht über Nacht. Bis zu den ersten nennenswerten Beiträgen können Monate oder sogar Jahre vergehen. Warum man es trotzdem mit dem Bloggen versuchen sollte? Weil es unglaublich Spaß macht und vor allem eines ist: Journalismus pur. ■

Perfekt aufgestellt. Egal auf welchem Feld.

Wussten Sie's? Ob im internationalen Agrarhandel oder auf dem Feld der erneuerbaren Energien – die BayWa spielt überall vorne mit.

Weitere Infos unter: www.baywa.com/fcbb



Offizieller Hauptsponsor
FC Bayern Basketball





Bürgerreporter Manfred Habl aus Pfarrkirchen bei der Arbeit

Foto: MHaab

Blogger, Blower, Bürgerreporter

Die Macht von nebenan

VON UWE BRÜCKNER

Sie sind keine Journalisten. Das ist der Charme und die Chance. Sie haben nämlich auch keinen Chefredakteur, keinen Verleger. Und weil sie nichts verdienen, können sie auch nichts verlieren. Für Verlage sind sie eine Goldgrube: „user generated content“ nennt die ausgehungerte Branche diese Informationshalden und Meinungs-Minen. Dazwischen befinden sich immer wieder Informations-Nuggets.

DIE HADERTHAUER-AFFÄRE zum Beispiel ist durch eine mittelfränkische Bloggerin ins Rollen gekommen. Ursula Prem war Opernsängerin und bloggt. Sie telefonierte mit Gustl Mollath, der ihr den allerersten Hinweis auf Modellautos gab. Mollath – selbst begeisterter Oldtimer-Schrauber – wollte sich in diese „Arbeitsgruppe“ verlegen lassen, weil er hörte, dass dort ein anderer Vollzug herrschen würde. Eine weitere Stimme „@No1“ lieferte immer neue Sapor-Fundstellen und Dokumente in den öffentlichen Chat, vermutlich jemand aus der Klinik-Szene. Und dann die Bankangestellte aus München, die unter „muschelschloss“ firmiert. Sie ist Stammgast in den Blogs und versorgte auch die ersten Journalistenanfragen mit Fundstellen und anderen Blogposts. Sie wusste Bescheid über den neuesten Stand der Tweets und Blogs. Sozusagen ein idealer und auch noch unbezahlter Journalistenservice. Trotzdem dauerte es fast ein Jahr bis die ersten Journalisten

auf das Thema aufsprangen. Da hatten private Blogger längst das Feld erkundet und Entwicklungen, Bezüge, Motive, Zeugen, Betroffene markiert. Gefundenes Fressen für die eiligen Profis. Erst als Haderthauers versuchten, die Chats mit Androhungen von Gerichtsverfahren zum Schweigen zu bringen und bereits einige Posts entfernt wurden, sprangen die Profimedien in die Bresche. Immer noch reichlich von den Bloggern versorgt. Und heute, während die Journaille längst weitergezogen ist, bleiben die Bürger dran und befeuern Parlamentarier mit Material für den „Modellbau“-Untersuchungsausschuss (Bayerischer Landtag, Drucksache 17/4503). Sie tun das, weil sie sich mit einem Thema identifizieren, sich empören. Der authentische Furor ist Triebfeder und auch der Vorwurf an die Non-Profiture: Es fehle redaktionelle Ausgewogenheit, das Handwerk und die Präzision. Journalisten trügen schließlich hohe Verantwortung gegenüber der Gesellschaft.

Doch die will sich immer weniger verantworten lassen. Bereits die Baerns-Studie (Baerns, Barbara (1996): „Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus – zum Einfluß im Mediensystem“, Verlag Wissenschaft und Politik, Köln), ließ in den 1990er-Jahren Zweifel an der Integrität journalistischer Arbeit aufkommen. Barbara Baerns, Pressesprecherin und später Professorin für Kommunikationswissenschaft, belegte, dass etwa zwei Drittel der



Foto: Robert Auerbacher

Wird es künftig verstärkt eine Zusammenarbeit zwischen Bloggern und regionalen Rundfunk- und Fernsehanstalten geben?

politischen Berichterstattung von Pressestellen, Agenturen und Ministerien determiniert wird. Das aktuelle „Trust-Barometer 2015“ der Kommunikationsagentur Edelman (<http://www.edelman.de/de/studien/articles/trustbarometer2015>, letzter Aufruf 07.02.2015) zeigt, dass Suchmaschinen erstmals eine höhere Quellenglaubwürdigkeit genießen als journalistische Produkte. Hierzulande vertrauen 47 Prozent der Befragten auf die eigene Webrecherche. Das Vertrauen in journalistische Informationen erhält Zuspruch in Höhe von nur 45 Prozent. Familie, Freunde und Wissenschaftler liegen zwischen 60 und 70 Prozent.

DER BÜRGERREPORTER Manfred Habl aus Pfaffenhofen an der Ilm sieht sich nicht in einem Wettbewerb um Glaubwürdigkeit oder Brisanz. Er sagt lapidar: Hier im Landkreis ist die Medienlandschaft gleichgeschaltet: Tageszeitung, Lokalradio, Lokalfernsehen, Anzeigenblatt sind in einer Verleger-Hand. Er, der sich im Grunde als Künstler sieht, schreibt und filmt aus „Spaß an der Freud“ und sagt auch: „Wenn ich nichts mach, dann machts keiner“. Dinge richtig stellen will er, Zweitmeinung sein. Und seine Berichte zur Rathaus-Politik, zum öffentlichen Leben und der lokalen Kultur wollen viele User gerne sehen und lesen. Über 1.500 Videos hat er in seinen Youtube-Kanal eingestellt. Seit vielen Jahren. Stadtpolitik, Kultur und Bierzeltreden oder Kommentare. Er fühlt sich keinem „Verleger verpflichtet“, sondern will nur die Wahrheit schreiben, „so wie es ist“. Ein erstaunliches Credo. Geld verdienen kann er damit noch nicht. Allerdings sieht er sich schon mal einer Urheberrechts-Klage ausgesetzt. Ein, ebenfalls privater Blogger namens „Harry-G“, der im Web als „Wiesn-Grantler“ zu einiger Berühmtheit gelangt war, erlaubte zwar das Filmen seines Comedy-Auftritts in einer Lokalbühne. Doch als Habl's Kanal viele Tausend Abrufe durch den Harry verzeichnete, gab es eine Klageandrohung. Was jetzt: Ist bürgerliches Bloggen nun Rundfunk? Unbestritten ist das Recht auf freie Meinungsäußerung. Aber gilt Presse- oder Rundfunkfreiheit und ein Recht auf Kurzberichterstattung auch für Bürgerreporter und Blogger? Und damit Auskunftspflicht für Behörden, Recht auf Teilnahme an Pressekonferenzen? Gerichtsurteile und Präzedenzen gibt es hierzu noch nicht.

Manfred Habl derweil löst solche Themen auf eigene – sehr kreative – Weise: Er sagt: Was ich mache ist KUNST. Und so laufen seine Videoberichte als freie künstlerische Äußerung und bilden das „gefrorene Gedächtnis der Stadt“. Erstaunlich faktenstark, authentisch und informativ. ■



Restaurant · Café · Strand

Hier geht's mir gut!

Die Oase für feines Essen, Ausflüge, Feiern und Tagungen im Münchner Osten – 30 Minuten vom Stadtzentrum

Es erwartet Sie eine regional-mediterrane Küche, die saisonal abgestimmte Köstlichkeiten bietet.



Restaurant / Café täglich ab 11 bis 23 Uhr geöffnet, kein Ruhetag
Reservierung unter Tel. 08093/788 oder reservierung@steinsee.com (Räumlichkeiten für bis zu 250 Personen)
Strand täglich ab 9 Uhr bis nach Sonnenuntergang geöffnet. Ausreichend Parkplätze für PKW's, Motorräder und auch Fahrräder.
Niederseeon 17, 85665 Niederseeon
Telefon: 08093/788, E-Mail: kontakt@steinsee.com, www.steinsee.com



Foto: Ruthart Tresselt

Bayerisch – Bissig – Bunt

Unter diesem Motto diskutiert Helmut Markwort im Sonntagsstammtisch des Bayerischen Fernsehens. In erster Linie aber ist Helmut Markwort Herausgeber des „Focus“ und unter anderem operativ tätig als Geschäftsführer für mehrere private Hörfunksender.

RUTHART TRESSALT IM GESPRÄCH MIT HELMUT MARKWORT

1993 haben Sie den Kampf gegen den Spiegel aufgenommen. Viele haben Ihnen ein Scheitern vorausgesagt. Doch der Focus etablierte sich als zweites Nachrichtenmagazin.

Gottseidank ist das gut gegangen. Das ist jetzt 22 Jahre her – inzwischen ist der „Focus“ erfolgreich. Das dient der Informationsvielfalt – von Meinungsfreiheit will ich da gar nicht erst reden – auf jeden Fall gibt es andere berichtende Menschen, andere Meinungen, andere Standpunkte und ein erweitertes Themenspektrum.

Der Medienmarkt verändert sich. Bei vielen Zeitungen und Zeitschriften sinken die Auflagen. Werden im Zeitalter des Internets Zeitungen auch in Zukunft noch gelesen und damit überleben?

Bei den Nachrichtenmagazinen hat sich ja Anfang des Jahres 2015 einiges geändert. Bisher war Montag „Spiegel“- und „Focus“-Tag. Jetzt erscheinen beide Magazine am Samstag und das mit Erfolg. Die Leser finden das gut; gerade auch mit Blick auf das Wochenende. Leider gibt es bei den Zeitungen überwiegend einen starken Auflagen-Rückgang. Viele Familien lesen gar keine Tageszeitung mehr. Die Kinder sagen, das weiss ich doch alles schon aus dem Netz. Da müssen sich die Zeitungen schon sehr anstrengen und es muss ihnen schon einiges einfallen, um diesen Trend zu stoppen. Der falsche Weg ist sicher, wenn Verleger an der Qualität sparen und die Leser Qualität nicht mehr erkennen können.

Hat Qualitätsjournalismus Ihrer Meinung nach noch eine Zukunft?

Der eigene Bericht ist ja immer ein Qualitätsmerkmal – im Lokalen wie im weltweiten Geschehen. Viele Zeitungen gehen dazu über, eigene Investigativ-Teams aufzubauen – obwohl ja der Journalismus eigentlich sowieso investigativ ist. Sie betonen dieses Segment und haben damit durchaus auch Erfolg. Die größte Stabilität sehe ich im Lokal- und Regional-Teil. In der Vor-Ort-Berichterstattung kennen sich die Leser aus, da wollen sie mehr erfahren, da wollen sie wissen, wie es weiter geht. Leider haben viele größere Städte gar keine eigene Zeitung mehr – oft ist es nur noch ein Kopfblatt, hergestellt in einer anderen Stadt. So wurde das „Darmstädter Echo“ zum Beispiel von den Mainzern geschluckt – eine Stadt mit 150 00 Einwohnern hat keine eigene Zeitung mehr. Das kann durchaus beängstigend sein. Legen Sie heute mal mehrere Zeitungen nebeneinander, dann finden Sie bei Berichten über den Nahen Osten, über Syrien, Afrika oder die Ukraine nur noch die gleichen Agenturberich-

te. Eigene Korrespondenten sind teuer und werden immer weniger. In der internationalen Berichterstattung gibt es also sehr viel Uniformität.

Das Netz ist schnell, aber auch oberflächlich. Noch allerdings kann man mit Online nicht so viel verdienen wie mit Print.

Die Menschen bekommen im Netz ja vieles kostenlos. Auch wenn sich die Zeitungsverleger einigen und für ihre Leistungen etwas verlangen würden, steht dem zum Beispiel das Angebot der öffentlich-rechtlichen Anstalten entgegen, die unter anderem bei der Tagesschau täglich auf ihre weitere Berichterstattung unter „tagesschau.de“ hinweisen. Das ist ein tolles kostenloses Angebot, das von vielen genutzt wird und in eben vielen Familien die Tageszeitung ersetzt.

Blickt der Bürger überhaupt noch durch bei diesem riesigen Medienangebot?

Der große Paul Sethe hat ja mal gesagt, Pressefreiheit ist das Privileg von 200 reichen Leuten – die das Geld für Druckmaschinen, Logistik und eine Redaktion haben und damit ihre Meinung verbreiten können. Heute kenne ich viele Journalistenkollegen, die täglich ihre Infos und Meinungen ins Netz stellen. Für den Leser ist das sicher ein Nutzen, aber niemand zahlt etwas dafür. Das Internet ist Segen und Fluch. Die mögliche Anonymität ermöglicht es, indiskrete Informationen und denunzierende Berichte zu verbreiten. Hinzu kommt die häufig geringe Qualität bei den Online-Medien. In der Zukunft sicher eine mögliche Chance für Qualitätsjournalismus, der dann auch verstärkt wahrgenommen wird.

In einem früheren Interview haben Sie einmal gesagt: „Wer nicht vorkommt, ist ein Niemand.“ Gilt das nach wie vor?

Stärker denn je! Es gibt heute sogar Leute, die ihren Bekanntheitsgrad und ihre Meinung mit Geld pushen. Die Putin-Propaganda und das Verständnis für Putins Haltung in vielen weltpolitischen Fragen hängt möglicherweise – genau weiß ich es natürlich nicht – mit sogenannten Reputationsdiensten zusammen. Sie können heute für mehrere tausend Euro eine Reputationsfirma mieten. Die sorgt für positive Schlagzeilen und entfernt ihr negatives Image im Netz – das ist sozusagen eine bezahlte Negativ-Korrektur.

Das Thema Islam hatten Sie schon mehrfach auf dem „Focus“-Titel. Dazu haben Sie besonders viele Leserbrief erhalten. Gehört der Islam zu Deutschland?

Das Thema Islam beschäftigt die Leute sehr. Die Leser sind



Foto: Johann Schwepfänger

Helmut Markwort und Ruthart Tresselt im Gespräch mit Nachwuchsjournalisten

sehr dankbar, dass wir keine Scheu haben, über Islamismus zu schreiben. Viele Journalisten trauen sich nicht, wer es trotzdem tut, gilt gleich als islamophob und das ist inzwischen ein gefährliches Wort. Deshalb bleiben viele stumm und schreiben lieber nichts darüber. Ich habe vollen Respekt für die Leistung von Angela Merkel, habe aber nicht verstanden, warum sie ohne Not Christian Wulffs Satz wiederholt hat: „Der Islam gehört zu Deutschland.“ Kann der Islam zum Grundgesetz passen? Die Politik darf dem Streit nicht mehr ausweichen!

Verkommt die Politik zum Show-Geschäft – beispielsweise in den Talk-Runden?

Die Talk-Runden führen natürlich an die Politik heran. Trotzdem gehen immer weniger zur Wahl und das, obwohl man z.B. in Hamburg das Wahlrecht schon für 16jährige eingeführt hat. Von den Vorschlägen der SPD-Generalsekretärin halte ich nichts, z.B. die Wahlen über eine Woche hinauszuziehen und auch an Bahnhöfen wählen gehen zu können. Wer keine Zeit hat oder keine Lust ins Wahllokal zu gehen, kann ganz bequem zu Hause per Briefwahl abstimmen. Wir in Bayern haben es besonders gut, wir können sogar auf der Liste eine uns sympathische Person nach vorne wählen. Trotzdem befürworte ich eine Reform unseres Bundeswahlrechts auch insofern, wenn eine gewählte Person ausfällt, sollte nicht automatisch irgendjemand von der Liste nachrücken, sondern es sollte eine personenbezogene Nachwahl geben. Listenaufstellungen geben den Parteien natürlich Macht, die sie ungern wieder abgeben.

Sie sind ein begeisterter Anhänger von Bayern München. Welchen Stellenwert hat Fußball/Sport in Ihrem Leben und woher kommt Ihre Begeisterung?

Ich habe schon in der Schülermannschaft von Darmstadt 96 gespielt und bin von München immer wieder zu den Spielen meines Vereins gefahren. Seitdem ich in München wohne, habe ich mir natürlich auch viele Spiele von Bayern München angeschaut – die waren ja auch nicht immer vorne auf den

ersten Plätzen. Vor über 20 Jahren bin ich dann gefragt worden, ob ich mich in den Verwaltungsrat wählen lasse.

Wir gehören beide nicht mehr zu der jüngeren Generation, sind beide aber nach wie vor journalistisch tätig. Neben dem „Focus“ macht Sie vor allem der Sonntagsstammtisch im Bayerischen Fernsehen populär. Denken Sie irgendwann an eine Art Ruhestand?

Formal denke ich an den Ruhestand. Ich geniere mich aber nicht zu sagen, dass ich 78 Jahre alt bin und nach Bismarcks Regeln ist man mit 65 im Ruhestand. Das wurde damals als fürsorgliche Regelung eingeführt um damit Ausbeutung durch andere zu verhindern. Aber als Selbstausbeuter brauche ich diesen Schutz nicht. Ich mache das, was mir Spaß macht, ich mache nicht mehr so viel Pflicht. Ich mache mehr Kür. Ich redigiere den Focus nicht mehr. Ich habe keine Anwesenheitspflicht. Ich habe aber nach wie vor mein Büro hier und treffe mich jede Woche mit dem Verleger und dem Chefredakteur zu Gesprächen. Ich schreibe jede Woche meine Kolumne. Außerdem bin ich Geschäftsführer von der Burda Radiotochter – Burda ist ja an mehr als 30 Radiosendern beteiligt und da ich selber viele Privatradios mit gegründet habe, mache ich das noch weiter. Das ist mir ein unternehmerisches Vergnügen.

Sie sind für Privatsender tätig und moderieren gleichzeitig für das öffentlich-rechtliche Bayerische Fernsehen den Sonntags-Stammtisch.

Ja, ich habe z.B. den großen Konkurrenzsender des BR, Antenne Bayern, gegründet. Trotzdem hat der Bayerische Rundfunk mir das ehrenvolle Angebot gemacht, den Sonntags-Stammtisch im BR zu moderieren. Das Motto: „Bayerisch – Bissig – Bunt“! Das mache ich auch noch weiter. Das ganze Jahr 2015 ist schon terminlich durchgeplant. Die Sendung ist sehr erfolgreich, die Quote stimmt. Viele Leute schalten am Sonntag planmäßig den Stammtisch ein und allen Beteiligten macht die Sendung Spaß. Da reden wir über Gott und die Welt! ■

Keiner ohne den Anderen

Das Verhältnis Öffentlichkeitsarbeit zum Journalismus ist nach wie vor belastet vom Vorurteil vieler Journalisten, insbesondere der von Tageszeitungen und öffentlich rechtlichen Sendeanstalten.

VON WERNER WUNDER

PR wird unter dem Mäntelchen ‚journalistische Ethik‘ in die Schmutzdecke der Kommunikation verwiesen. Da wird PR mit Werbung und Manipulation gleichgesetzt, PR-Manager würden Journalisten bestechen, machten sie sich durch Geschenke und andere Vorteile geneigt. Und alles, was PR liefere, sei von vornherein verdächtig, müsse genau überprüft werden und entspräche sowieso keiner journalistischen Norm und Qualität. Öffentlichkeitsarbeiter hätten nicht das Interesse der Leser,

bei der Berichterstattung. Diese wäre ohne PR wesentlich höher, weil häufig die Sachkompetenz, z. B. in Wissenschaftsressorts, selbst bei fachspezifisch ausgebildeten Journalisten fehlt. Langzeitdaten des internationalen Medienforschungsinstituts ‚Medien Tenor‘ zeigen ein interessantes Phänomen und bestätigen die oben genannte These von der Fehlervermeidung in der Berichterstattung: „Je weniger Kontakt zu einem Thema oder zu einer Institution besteht, desto negativer wird die Berichterstattung. Daher ist gerade die Wirtschaftsberichterstattung solcher Medien, die kein ausgewiesenes Wirtschaftsressort haben, von großen Verzerrungen geprägt.“ Das heißt: Dort, wo ein ‚Einfallstor‘ für PR besteht, verbessert sich der Wahrheitsgehalt von Medienberichterstattung. Es kann nur von Interesse sowohl der Medien selbst, aber auch der Rezipienten sein, wenn die journalistische Qualität der Medien zunimmt und erhalten bleibt. Intereffikation trägt ihren Teil dazu bei.

Auf der anderen Seite ist Öffentlichkeitsarbeit auf Journalismus angewiesen. Journalistische Berichterstattung verbreitet ein von der Öffentlichkeitsarbeit inszeniertes Ereignis schnell und kostengünstig. Pressebüros, PR-Agenturen und PR-Berater sind also die Antwort auf die wachsende Bedeutung des Journalismus. Je mehr, z. B. in der Politik, Diskurse öffentlich ausgetragen werden, desto mehr sind Politiker auf die Berichterstattung in den Medien angewiesen, um Legimitation zu erzielen und öffentliche

Unterstützung in Willensbildungsprozessen zu erhalten. Es ist also wichtig, Aufmerksamkeit im System Journalismus zu gewinnen. Prof. Dr. Bernd Blöbaum: „Weil ständig mehr passiert als journalistisch darstellbar ist, wird journalistische Aufmerksamkeit zu einem knappen Gut, das zu erwerben besonderer Anstrengung bedarf.“ Und genau das leistet die Öffentlichkeitsarbeit mit verschiedenen Mitteln. In Konfliktsituationen kann PR dazu beitragen, dass keine falschen und unwahren Behauptungen aufgestellt werden und so eine Organisation imagemäßig gefährdet.

PR-Mitteilungen sind eine wichtige Informationsquelle für Journalisten.

Prof. Dr. Romy Fröhlich

Foto: Ludwig-Maximilians-Universität München

Seher und Hörer im Auge, sondern nur das ihrer Auftraggeber. Nichtsdestotrotz, die Gemeinschaft der von Vorurteilen und Unkenntnis behafteten PR-Kritiker wird kleiner, die sachliche Auseinandersetzung gewinnt an Boden. Öffentlichkeitsarbeit leistet journalistische Arbeit.

Kommunikationswissenschaftler gliedern Kommunikation in einzelne Disziplinen. Journalismus und Public Relations sind die am aufmerksamsten betrachteten. Einerseits fürchten Puristen die Gefährdung der Unabhängigkeit der Presse durch Auftragskommunikation, andererseits bestätigen Kommunikationswissenschaftler die gegenseitige Notwendigkeit beider Disziplinen. Die Kommunikationswissenschaftlerin Romy Fröhlich schrieb in der Zeitschrift ‚Publizistik‘: „PR-Mitteilungen sind eine wichtige Informationsquelle für Journalisten.“ Mangelnde Ressourcen in den Redaktionen machen es Journalisten in den meisten Verlagen unmöglich, alle Ereignisse in der Umwelt zu beobachten. So gibt es zwar journalistische Themen in den Medien, die auf eine direkte Beobachtung durch Journalismus zurückgehen, wie Sport- und Kulturberichterstattung, aber eine noch größere Ereignismenge entzöge sich der Berichterstattung, wenn Redaktionen nicht durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen, Verbänden, öffentlichen und staatlichen Einrichtungen und sonstigen Organisationen mit Informationen versorgt würden. Ein weiteres Argument, das die Abhängigkeit des Journalismus von der Öffentlichkeitsarbeit belegt, ist die Fehlerquote

Journalistische Aufmerksamkeit wird zu einem knappen Gut.

Prof. Dr. Bernd Blöbaum

Foto: Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Ohne Richter keine Anwälte, ohne Hersteller keine Händler, ohne Journalisten keine PR-Manager

Prof. Dr. Lothar Rolke

Foto: privat

Die Umwelt orientiert sich in hohem Maße an der journalistischen Berichterstattung. Genau deshalb ist es von großer Bedeutung, dass professionelle Öffentlichkeitsarbeit Journalisten, also die Medien zu Berichterstattung motiviert, um so die Umwelt, also die gesuchten Zielgruppen, in gewünschter Weise zu informieren. Prof. Dr. Romy Fröhlich: „Wenn die Beeinflussung nicht wahrnehmen, ja sogar vehement verneinen, dann ist das eher ein Zeichen für die Professionalität der PR-Branche.“ Zwar wird Beeinflussung allgemein negativ in die Ecke der Manipulation gerückt, Manipulation ist jedoch in den wenigsten Fällen ein negatives Ereignis. In der Zeitschrift Public Relations Forum schreibt Prof. Dr. Lothar Rolke: „Ohne Richter gibt es keine Anwälte, ohne Hersteller keine Händler, ohne Journalisten keine PR-Manager.“ Also auch so betrachtet, zeigt sich Intereffikation als gegenseitige Ermöglichung von PR-Managern und Journalisten.

Aufgabe der Journalisten ist, Relevanz von Pressemeldungen festzustellen, den Wahrheitsgehalt zu prüfen, Texte zu redigieren und Bild- und sonstiges Material zu beurteilen. Aufgabe der PR-Manager ist, Informationen nach journalistisch ethischen Grundsätzen zur Verfügung zu stellen. Die meisten PR-Manager haben heute eine journalistische Ausbildung und sind der anderen Seite des Schreibtisches Partner in Augenhöhe. Natürlich gibt es auch Grenzüberschreitungen auf beiden Seiten. Da werden besondere Journalistenrabatte für Berichterstattung angeboten und auch manchmal von Journalisten verlangt. Unternehmen versprechen die Schaltung von Anzeigen oder Spots bei Veröffentlichung von Pressemitteilungen und Anzeigenverkäufer bieten Firmen redaktionelle Berichterstattung, wenn diese in ihren Medien Anzeigen oder Spots schalten. Das sind jedoch Abartigkeiten, für deren Wirkungslosigkeit Journalisten und PR-Manager selbst sorgen können und mit ihren Ethikräten auch tun.

Prof. Dr. Jürgen Wilke meint, dass es wesentlich die Informationen der PR-Manager sind, auf die Journalisten der Massenmedien zunehmend angewiesen sind. Der Gedanke, dass sie die eigentlichen primären Kommunikatoren im öffentlichen Kommunikationsprozess sind, dass Journalisten oft allenfalls ‚Mediatoren‘ sind, die diese Informationen nur selektieren und weitervermitteln, hat in wachsendem Maße Fürsprecher gefunden. Dennoch, Journalisten sind für die demokratische Ordnung einer Gesellschaft die zuständige Kontrollinstanz. Journalismus muss in Berichterstattung und Kommentierung auf Abweichungen von freiheitlichen Normen hinweisen, das ist ureigenste Aufgabe der Medien. Die gilt nicht nur für politische Themen.

Journalisten sind auf Informationen der PR-Manager angewiesen

Prof. Dr. Jürgen Wilke

Foto: Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Investigativer Journalismus kann aber auch durch Öffentlichkeitsarbeit ausgelöst werden.

Auf die Frage, ob Kommunikationsmanager, also Beschaffer, Verarbeiter und Verteiler von Informationen für Auftraggeber wie Redaktionen, Politik, Wirtschaft und Organisationen das Berufsbild ist, auf das wir zusteuern, antwortet Prof. Dr. Günter Bentele: „eher nicht“. In ‚Public Relations Forum‘ vermutet er,

Zu einer Verschmelzung zwischen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit wird es nicht kommen.

Prof. Dr. Günter Bentele

Foto: Universität Leipzig

dass es nicht zu einer Verschmelzung zwischen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit kommen wird. Kommunikationsmanagement wird sich auf Seiten der Nicht-Medienorganisationen weiter verstärken und professionalisieren, aber die Kommunikationsmanager werden weiter ihr Gegenüber in Form unabhängiger Zeitungen, elektronischer Redaktionen und Nachrichtenmagazine haben. Es wäre auch demokratietheoretisch schlecht, wenn so ein Verschmelzungsprozess stattfinden würde. Wir brauchen für demokratische Kommunikationskulturen weiterhin den ‚kooperativen Antagonismus‘, das Intereffikationsverhältnis zwischen Journalismus und PR. ■

Fairness und Esprit

Meine ersten fünf Jahre als PresseClub-Mitglied

GANZ PERSÖNLICHE EMPFINDUNGEN VON GABY DOS SANTOS



Das legendäre Münchner Urgestein Tony Netzle mit Gaby dos Santos bei der Präsentation der Multimedia-Collage „Nicht immer Simpl“

einmal zum Jahresende 2014, als Hans-Jochen Vogel sein Buch „Was zusammen gehört“ im PresseClub vorstellte. Verfasst hat er es, um den Vorwurf auszuräumen, die SPD sei seinerzeit gegen die deutsche Einheit gewesen. Zur Sprache kamen dabei auch die mehrmaligen Begegnungen Hans-Jochen Vogels mit Gorbatschow. Zwar räumte Vogel ein, dass finanzielle Erwägungen bei Gorbatschows Zustimmung zur Wiedervereinigung ihre Rolle gespielt hätten. Allerdings, so lies er durchblicken, ebenso humanitäre

Erwägungen sowie eine Grundbedingung: Keine Nato-Truppen auf dem Territorium der ehemaligen DDR! Zur gegenwärtigen Krise äußerte er sich mit entsprechend mahndem Unterton: „Stellen Sie sich vor, Putin würde ein Bündnis bis vor die Tore der USA schaffen, beispielsweise bis nach Mexiko ...“

ALLE JAHRE WIEDER, kurz vor dem Christkindl, schließt der Münchner Erzbischof und Papstberater Reinhard Kardinal Marx den Veranstaltungsreigen im PresseClub. Hinsichtlich dieser lebenswerten Tradition hat sich inzwischen nur ein kleines Detail verändert und zwar an Kardinal Marx selbst: Seit dem Amtsantritt von Papst Franziskus erscheint er nicht mehr im Ornat, sondern in schlichtem schwarzen Tuch. An diesem Auftreten hat auch seine Ernennung zum neuen Vorsitzenden der Deutschen Bischofskonferenz nichts geändert.

Jedes neue Veranstaltungsjahr im PresseClub wird – soweit terminlich möglich – durch den evangelischen Landesbischof Heinrich Bedford-Strohm eröffnet, seit kurzem seinerseits an der Spitze der evangelischen Kirche in Deutschland. Die Dynamik und Leidenschaft mit der Bedford-Strohm seit 2012 im PresseClub auftritt sowie die Schlüssigkeit seiner Ausführungen, haben mich nachhaltig beeindruckt und mir den endgültigen Anstoß gegeben, mich nunmehr aktiv meinem Glauben und meiner Kirchengemeinde zuzuwenden.

ZUM JAHRESAUFTAKT 2015 stand Ministerpräsident Horst Seehofer den Club-Mitgliedern Rede und Antwort. Vom bayerischen Staatsoberhaupt aus erster Hand Kommentare zu den jüngsten Pegida-Ereignissen und zur Kanzlerinnen-Schelte seines Parteifreundes Friedrich zu hören – ja, das war wieder

einmal eine spannende wie informative Gesprächsrunde. Auch Charlotte Knobloch, Vorsitzende der Jüdischen Gemeinde in München, lässt es sich nicht nehmen, bei solchen Gelegenheiten vorbei zu schauen – wie immer in Begleitung ihrer Bodyguards. Deren Anblick allerdings bedrückt mich, zeigt er doch, dass jüdische Persönlichkeiten offensichtlich nach wie vor solche Schutzmaßnahmen brauchen; selbst noch in den überschaubaren Räumlichkeiten unseres Clubs. In seinem intimen Rahmen erlebte ich eine zeitgeschichtliche Sternstunde, als Theo Waigel aus seinem politischen Nähkästchen plauderte, u.a. über die historische Strickjackett-Begegnung zwischen Kohl und Gorbatschow, die er persönlich miterlebte. Später, vor der Tür, wies er Jon Michael Winkler und mich noch launig auf die Schädlichkeit von Nikotin hin und für einen Moment umwehte uns zwei Raucher der Duft – respektive Rauch – der großen, weiten Weltpolitik ;-)

ICH FINDE: Hintergrundinformationen und persönliche Begegnungen, wie im PresseClub geboten, waren noch nie so wichtig wie heute, da uns soziale Netzwerke nur allzu oft zu oberflächlichen, vorschnellen Bewertungen oder gar zu Mobbing in der Anonymität verleiten! Diese Tendenz kritisierte jüngst auch Alt-OB Christian Ude. Sein engagiertes Plädoyer für mehr virtuellen Anstand hielt er im Rahmen einer Feierstunde, während der ihm die Ehrenmitgliedschaft im PresseClub verliehen wurde. Als eine „demokratische Sternstunde“ bezeichnete sinngemäß Alt-OB und ebenfalls PresseClub-Ehrenmitglied Hans-Jochen Vogel den Abend. Zu Recht, denn die Laudatio hielt niemand anderes als Udes früherer Erzrivale, der sogenannte „Schwarze Peter“, alias Peter Gauweiler, der selbst humorig seinen Spitznamen einfließen ließ. Seine Rede sprühte auch sonst nur so vor politischer Fairness und Esprit.

Schon die Münchner Wirtinnen-Legende Toni Netzle hatte mir einmal erzählt, wie witzig Gauweiler privat sei. Oft habe sie das Gefühl gehabt, es gäbe zwei Gauweilers: Den Hardliner für die Öffentlichkeit und den Schöngest zu Gast in ihrem Alten Simpl – respektive im PresseClub. Toni Netzle selbst hatte ich mehrfach bei eigenen Veranstaltungen im Club zu Gast, u.a. anlässlich der Vorab-Präsentation meines Multimedia-Porträts „Nicht immer Simpl – Toni Netzle“, das übrigens 2015, zu Netzles 85. Geburtstag, in Reprise gehen wird.

Neue jourfixe-Produktionen stelle ich möglichst zuerst im PresseClub vor, und dies aus gutem Grund: Der hochkarätige Verteiler umfasst über 850 Mitglieder, die via Email regelmäßig über alle Club-Aktivitäten auf dem Laufenden gehalten werden; d. h., selbst wer nicht erscheint, ist zumindest informiert, und diese Tatsache allein lohnt aus PR-Sicht schon. Auch von Vorteil für Präsentationen ist das Renommee, das sich der PresseClub in über sechs Jahrzehnten erworben hat und den hier Veranstaltenden als Referenz zu Gute kommt.

FÜR UNSERE NEUPRODUKTIONEN 2015 bietet der PresseClub einen besonders stimmigen Rahmen: Festgemacht am Schicksal einer Kultur- und Pop-Journalistin vermittelt die Multimedia-Collage „Ingeborg Schober – eine Poptragödie“, zu Schobers fünften Todestag, zum Beispiel Einblicke in die Welt von Print und Media, in der auch die Klientel des PresseClubs grobteils angesiedelt ist. ■

MiE
1996 – 2014

Visionen
Engagement
Dialoge

MENSCHEN in EUROPA - ein Podium für Politik, Wirtschaft, Geist, Kunst und Kultur. Aus dem Dialog mit den osteuropäischen Nachbarn hat sich in 18 Jahren ein internationales Forum für Spitzenpolitiker aus aller Welt am Stammsitz der Verlagsgruppe Passau entwickelt.

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

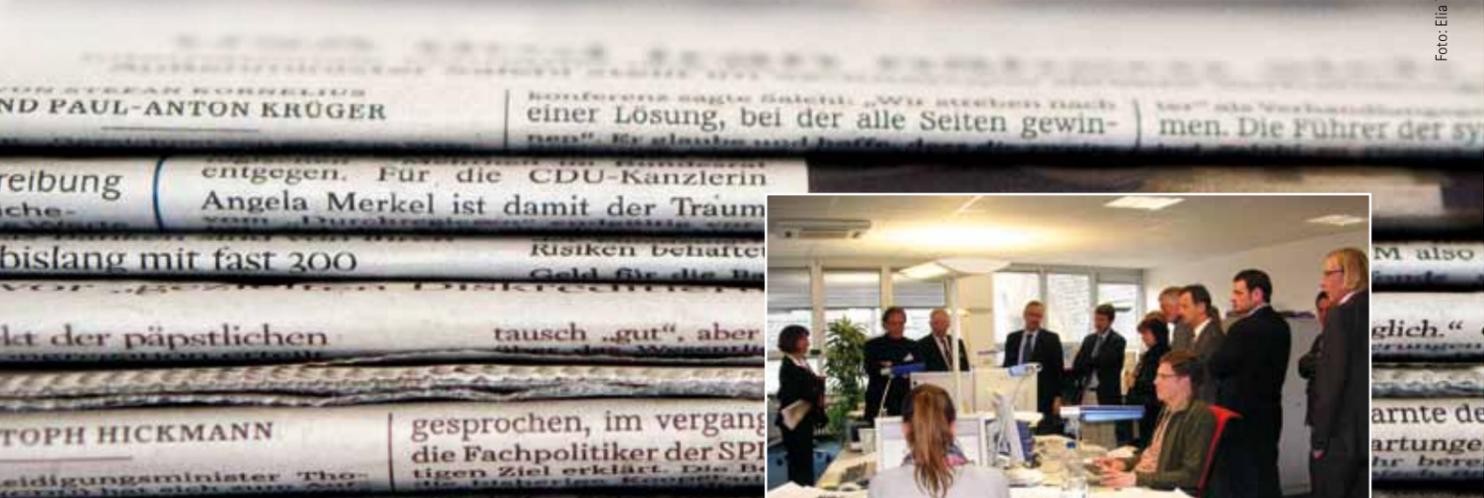
www.menschen-in-europa.de

VERLAGSGRUPPE PASSAU

Wo findet sich der Rettungsanker?

Zeitungen und Online-Medien in einem Boot

VON KARL JÖRG WOHLHÜTER



PresseClub-Mitglieder zu Besuch in der Redaktion des „Wiesbadener Kuriers“ Foto: Johann Schwepfing

Eine alte Kaufmannsregel lautete: Klagen ohne zu leiden. Für die deutsche Medienbranche gilt dies leider nicht mehr. Sie leidet tatsächlich. Auflagen sinken, Zuschauerzahlen splitteln sich immer weiter auf und die Budgets für die Werbung müssen sich immer mehr Anbieter teilen. Die Printmedien reagieren: Aus Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen werden immer neue Personalkürzungen gemeldet. Auch die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten streichen Informationsprogramme und wiederholen Serien aus der Steinzeit bis zum Erbrechen. Online-Medien schätzen sich glücklich, wenn sie keine Defizite ansammeln oder im Extremfall gar scheitern. Das wirkt sich auf die inhaltliche Qualität aus, aber auch auf die Moral der Branche. Noch nie fiel es Lobbyisten so leicht, interessenorientierte Artikel im redaktionellen Teil zu platzieren. Die Trennung zwischen Nachrichten und Werbung gehört der Vergangenheit an. Der einst von den Chefredakteuren geschworene Eid aufs journalistische Ethos ist in der Praxis zur Lachnummer verkommen. Da können sich mittlerweile Ärzte oder Rechtsanwälte als angeblich besonders erfolgreich feiern lassen, ohne dass dem normalen Leser der werbliche Hintergrund erkennbar wird. Er setzt sein Vertrauen also auf diese „Experten“, die logischer Weise nicht zu den Besten gehören müssen. Sonst hätten sie es ja nicht nötig, Reklame zu machen. Und dies ist ein weltweites Phänomen. Die stolze New York Times, die zu Glanzzeiten weit über eine Million Exemplare täglich druckte, dürfte in fünf Jahren bei einer Auflage von 500 000 angekommen sein. Derzeit halten sich bereits die Nutzer von Print und Online die Waagen.

Selbst die ansonsten sehr einfallreichen Chinesen wissen nicht mehr weiter. Ihren Zeitungen geht es wirtschaftlich ebenso schlecht, wie den Zeitungen hierzulande. Jetzt haben sie rund um die Welt Fachleute ausgesandt um vielleicht doch noch eine Goldgrube zu entdecken. Bei den Internet-Seiten liegen sie zwar weltweit gesehen an einsamer Spitze, die berühmte „Volkszeitung“ kämpft sich im Netz auf den 1. Platz vor, bei einer relativ

begrenzten Nutzung des Internets (46 Prozent der Chinesen verfügen über einen entsprechenden Anschluss). Deutsche Ableger findet man in dieser Hitliste übrigens vergebens. Nun könnte man aus europäischer Sicht meinen, der satte Gewinn im Internet könnte das gedruckte Medium subventionieren. Aber Nein, so denken Chinesen nicht. Sie stecken ihre Überschüsse in Weiterentwicklungen, das nächste Ziel ist eine internationale Ausgabe. Und nicht nur in Fernost zeigen die Verlage derzeit noch wenig Lust, mit ihren Online-Einnahmen schrumpfende Titel am Leben zu erhalten.

Wahrscheinlich hat der erfolgreiche Verleger und Journalist Dirk Ippen Recht, der im Münchner Presseclub gesagt hat, mit Nachrichten lasse sich kein Geld verdienen. Nun hat die Ministerpräsidentin von NRW, Hannelore Kraft, im Juni 2012 die Idee eingebracht, eine Stiftung „Vielfalt und Partizipation“ zu gründen. Damit sollen Printmedien unterstützt werden. Die Sache ist nicht ganz neu, in Österreich, mit einem deutlich geringeren Anzeigenaufkommen, gibt es diese Förderung bereits. Offenkundig funktioniert das Projekt einigermaßen leidlich, denn es gibt keine nennenswerte Diskussion darüber.

Freilich: Die Presselandschaft in unserm Nachbarstaat ist auch wesentlich übersichtlicher. Und die marktbeherrschende „Krone“ wird nicht an ihrem eignen Ast und dem anderer sägen. Kritik an diesem Projekt aus Politik oder TV wäre schierer Selbstmord, beim massiven Einfluss der Krone. Presse-Subventionierungen in dreistelliger Millionen-Höhe (jeweils 200 bis 300 Millionen Euro) gibt es jedes Jahr auch in Frankreich und Italien. Auch in diesen Ländern liegen weder von Journalistenverbänden noch

von einer kritischen Öffentlichkeit Beschwerden vor. Allerdings werden in beiden Staaten diese Zuschüsse wahrscheinlich abgeschafft aufgrund der desolaten Haushaltslage.

In Deutschland steht man der Subventionierung von Medien skeptisch, meist aber strikt ablehnend gegenüber. Selbst Kollegen, die sich für die Subventionierung der alternativen Energien die Finger wund schreiben, lehnen eine vergleichbare Geldspritze vom Staat ab, um die Unabhängigkeit zu bewahren. Wobei man den österreichischen Blättern absolut keine Regierungsnähe nachsagen kann. Die „Krone“ drischt auf die Regierung ein, wie man es sich in milderer Form von ihrem vergleichbarem deutschen Pendant wünschen würde.

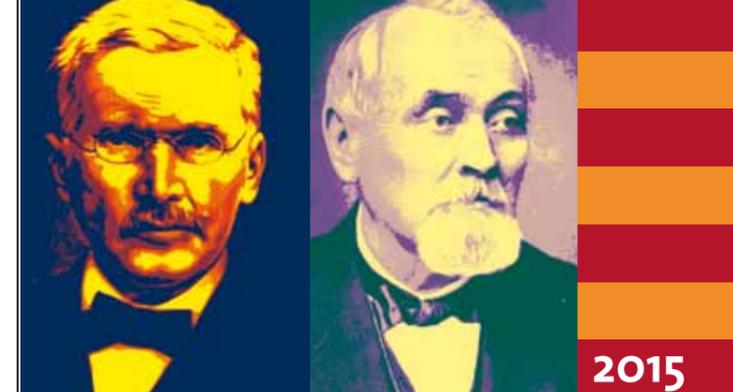
ETLICHE DER WEITEREN LÖSUNGSVORSCHLÄGE sind ganz putzig, aber sie bringen nichts als Anlass zur Heiterkeit. Etwa die Idee, die Medien sollten bei ihren Lesern um Spenden bitten. Da könnte man genauso gut vorschlagen, die Redaktionen sollten, mit dem Chef an der Spitze, täglich eine Stunde am Bahnhof um eine milde Gabe betteln.

Die Überlegung schließlich, aus der Rundfunkgebühr eine Art Mediengebühr zu formen, wird nicht nur die Intendanten ergötzen, sondern auch die Politiker. Das ganze kostet ja erheblich mehr für die Bürger. Der Vorschlag des CDU-Politikers Wolfgang Bönnsen für verdiente, aber verarmte Journalisten einen „Ehrensold“ zur Verfügung zu stellen, wie es ihn bei Künstlern gibt, dürfte dem Problem auch nicht gerecht werden.

SCHNELLE UND HANDFESTE LÖSUNGEN wären für die Verlage geringere Mehrwertsteuern und günstigere Posttarife. Doch da versetzt Berlin eher den Nordpol nach Zentralafrika, als sich an ein derartiges Unterfangen zu wagen. So bleiben einige praktische Ideen, die aber mit Pressefreiheit oft wenig zu tun haben. Wenn etwa Veranstalter ein publikumsnahes Event ankündigen wollen, das die Leser durchaus interessieren dürfte, erhalten sie manchmal den Rat, einfach zu inserieren. Nicht selten sind die Beispiele, wo Anzeigenkunden beim geneigten Chefredakteur vorsprechen, damit sie eine freundliche Meldung auf Seite 1 im Lokalteil finden. Mit sittlichem Abstand folgen die Anzeigen.

Noch deutlicher könnte man die Wirtschaftlichkeit heben – auch bei großen Regionalblättern – wenn man die Heimatorientierung stärkt und auf die Weltpolitik nur noch in Kurzform reagiert. Das spart Papier und Kosten. Die fünf Prozent der wirklich Interessierten an diesem Thema in Deutschland könnte man auf die Fachblätter für Ideologie und Besserwisserie verweisen. Denn das bisschen Information, das den Normalbürger wirklich interessiert, bekommt er kübelweise vom TV oder über Apps.

So gesehen müssten alle Journalisten, müsste aber auch die Politik großes Interesse daran haben, den Qualitätsjournalismus zu unterstützen. Zumindest eine gelassener Diskussion über Subventionen wäre wünschenswert. Die Förderung von ARD und ZDF wird ja mittlerweile auch sehr stark mit dem Argument begründet, es gelte die Qualität der öffentlich-rechtlichen Anstalten zu sichern. Und selbst die privaten Radio- und Fernsehanbieter erhalten finanzielle Zuwendungen oder indirekte Subventionen. Technisch könnte man sich an den Vorbildern von Österreich durchaus orientieren. ■



2015

Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Preise: Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken vergeben drei Journalistenpreise für herausragende publizistische Arbeiten: Den **Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis** zum Thema wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den **Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis** zum Thema Verbraucherschutz (8.000 Euro) sowie den **Förderpreis für junge Journalisten** zum Thema Nachhaltigkeit (4.000 Euro). Ausgezeichnet werden Beiträge aus Print, TV, Hörfunk sowie online, die im Jahr 2014 erschienen sind.

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

Bewerbungen: Um die Preise bewerben können sich Vertreter von Medienhäusern mit Sitz in Bayern, Korrespondenten von Medienhäusern mit Redaktionsbüros im Freistaat und freie Journalisten mit Wohnsitz oder Arbeitsplatz in Bayern. Vorschlagsberechtigt sind darüber hinaus Verleger, Chefredakteure sowie Ressortleiter.

Die Bewerbungen müssen bis **30. April 2015** vorliegen. Sie sind zu senden an

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

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

Preisverleihung: Die Preisträger werden am **9. Oktober 2015** um 18:00 Uhr im »museum mobile« im Audi Forum Ingolstadt bekannt gegeben. Zur Festveranstaltung laden wir herzlich ein.



Preisgelder
gesamt
20.000 Euro!

Der Presseclub verändert sein äußeres Gesicht



Umstritten war die Fassade seit dem Umbau der Jahre 1996/97 – manche nannten es gar einen architektonischen Missgriff, wie sich das als „Hugendubel“-Haus bezeichnete Gebäude am Marienplatz 22 seitdem postmodernistisch präsentierte.

VON MICHAEL LANGER

Vis à vis des neugotischen Rathauses wollte man dort ein Stück modernes München schaffen. Doch jetzt soll das traditionsreiche Eckhaus, in dem mit Fotoblick auf Marienplatz, Rathaus und Frauenkirche seit 1957 auch der Internationale PresseClub München mit seinen Räumlichkeiten angesiedelt ist, ein neues Gesicht bekommen. Und zwar eines, das bewusst wieder dem früheren Gesicht aus den 50er Jahren gleicht.

Schlichter soll das Erscheinungsbild werden und sich damit wieder besser in die Nachbarschaft im Zentrum Münchens einfügen. Als sich die Stadtgestaltungskommission im November 2013 mit den Umbauplänen befasste, brachte es Christian Ude, damals noch Oberbürgermeister der Landeshauptstadt, bildhaft auf den Punkt: „Wie ein in zwei Hälften aufgeschnittenes Stachelschwein auf Giraffenbeinen“ komme ihm das vor, was er da seit vielen Jahren direkt gegenüber aus seinem Amtszimmer im Rathaus zu sehen bekommt. Eine spöttisch-unfreundliche Beschreibung für die Gebäudeoptik mit den überdimensioniert großen Schaufenstern im Erdgeschoss, mit den beiden markanten Panorama-Aufzügen, von denen die Fassade von unten nach oben zerschnitten wird, und der hohen Glasfront in den beiden oberen Stockwerken samt abschließenden eigenartigen stacheligen Kranz aus dünnen Stahlstengeln am Dachrand.

Jetzt soll alles Modernistische verschwinden, der Auftritt des Gebäudes soll deutlich zurückhaltender ausfallen. Eine Rück-

kehr zu den Ursprüngen und ein Angleichen der Fassade an die Nachbar-Bebauung mit der schlichten Nachkriegsarchitektur der 1950er Jahre. In der Stadtgestaltungskommission zeigten sich die Experten zufrieden und würdigten die Pläne zur Umgestaltung als „ruhiger“. Alt-OB Ude lobte in der Sitzung die neue Fassadengestaltung als „kultiviert, sehr angemessen, sensibel und diszipliniert“. Er erwarte sich davon „einen Gewinn für den Marienplatz“.

Konkret ist geplant, die Aufzüge wieder nach innen zu verlagern, so dass sie von draußen nicht mehr zu sehen sind und nicht mehr die Fassade zerschneiden. Die Glasfront in den oberen beiden Etagen soll ebenso wegkommen wie die übergroßen Schaufenster im Erdgeschoss. Insgesamt sollen Fensteroptik wie Geschosshöhe wieder den Proportionen der Nachbarschaft angenähert werden. Als Materialien sollen – ganz klassisch – Kalk- oder Sandstein sowie Putz verwendet werden. Mit einer schlichten Fassade wird versucht, das ganze Haus zu vereinfachen. Ebenso wie bei der Außenoptik steht auch innen im Haus eine Umgestaltung an, weswegen der Presseclub für voraussichtlich 17 Monate sein Quartier wechseln muss.

Die zur Schörghuber-Gruppe gehörende Bayerische Hausbau GmbH hat das Büro „Goergens & Miklautz“ mit der Umgestaltung beauftragt. Bei Stadtheimatpfleger Gert F. Goergens sollte das große Vorhaben in guten Händen sein, denn er kennt sich bestens aus mit der Stadthistorie und weiß, dass die Häuser am

Marienplatz direkt vis à vis des Neuen Rathauses in der ersten Nachkriegs-Wiederaufbauära alle ähnlich aussahen. Und so soll es wieder werden, nachdem beim Umbau 1996/97 das Gebäude – wie Goergens feststellt – „postmodernistisch überformt“ wurde. Ein Luxus-Restaurant sollte damals die Gäste mit den Panorama-Liften in die beiden oberen Geschosse mit dem Panoramablick auf die Türme der Frauenkirche, auf Rathaus, Alten Peter und die gesamte Münchner Innenstadt bringen. Schnell stellte sich heraus, dass mangels Akzeptanz nichts aus den Träumen wurde. Der bereits in anderen Etagen ansässige Großbuchhändler dehnte sich weiter aus.

Jetzt freilich ist unklar, wie es mit Hugendubel weiter geht in dem nach ihm benannten Haus am Marienplatz 22. Gibt er den Standort ganz auf und die Telekom kommt in die Räumlichkeiten? Oder teilen sich die beiden das Gebäude? Der Presseclub bleibt auf jeden Fall an seinem beliebten Stammsitz, auch wenn er für die Umbauphase ab Frühjahr 2016 für eineinhalb Jahre wenige Meter umziehen muss: ins Tal 12, wo oberhalb der dortigen Paulaner-Gaststätte in ebenfalls sehr gediegenen Räumen ein sogar noch auf ein paar Quadratmeter größeres Ausweichquartier mit Presseclub-Leben erfüllt wird. Das Ganze weiter in bester zentraler Lage Münchens – „nur einen Katzensprung vom Marienplatz“, wie es in einem Werbespot heißt. ■



Das Erscheinungsbild soll sich wieder besser in die Nachbarschaft einfügen

Wo Ludwig Thomas Anwaltskanzlei war und die Weißwurst erfunden wurde

Marienplatz 22 – ein Gebäude im Herzen Münchens mit reicher städtebaulicher und gastronomischer Tradition. Bereits um 1500 erstmals urkundlich erwähnt, eröffnete hier Ludwig Thoma 1897 seine Anwaltskanzlei. Schon vier Jahrzehnte vorher machte eine besondere Begebenheit das Haus bekannt: Der Überlieferung nach wurde hier 1857 die Weißwurst erfunden und startete von dort ihren kulinarischen Siegeszug. An einem Faschingsdienstag soll damals der Wirt des Gasthauses „Zum ewigen Licht“ seinem Lehrling eine saftige Ohrfeige verpasst haben, weil der für die Würste die falschen Seitlinge mitgebracht hatte. Da man die Ratsherren im Nebenzimmer aber nicht warten lassen wollte, füllte man das Wurstbrät in die Haut der falschen Seitlinge – und die Gäste waren so angetan von der neuen Kreation, dass sie jeden Tag danach verlangten. Die Münchner Weißwurst war geboren.

Anfang des 20. Jahrhunderts entstand hier – damals noch mit der Hausnummer Marienplatz 26 – ein stattlicher Neubau: der „Peterhof“, der seinen Namen aufgrund der Nähe zur ältesten Münchner Pfarrkirche St. Peter erhielt. Mit der schmucken Jugendstilfassade war das Haus samt gleichnamigem Hotel Ausdruck des wirtschaftlichen Aufstiegs des Bürgertums um die Jahrhundertwende. Der Marienplatz dokumentierte in seinem äußeren Erscheinungsbild eine gesamte Epoche, die bald mit dem Aufkommen des Hitler-Regimes und später mit dem Zweiten Weltkrieg ein trauriges Ende finden sollte.

Auch der Peterhof blieb von den verheerenden Zerstörungen im Herzen Münchens nicht verschont, an eine Nutzung der Ruine war nicht mehr zu denken und es dauerte, bis in den 1950er Jahren mit einem neuen Bau – jetzt Marienplatz 22 – begonnen werden konnte. Ganz im Stil dieser Zeit, sicher keine städtebauliche Meisterleistung. Mit der Wiedereröffnung 1958 knüpfte der Peterhof an die Vorkriegsjahre an, neben einer Gaststätte gab's das beliebte Hoch-Café im obersten Stockwerk. Neu hinzu kamen ein Filmtheater und ein weiterer neuer Mieter: der PresseClub München, der seit dieser Zeit in dem Haus sein Domizil hat. 1996/97 dann der Totalumbau, der dem alten und neuen Hauptmieter Hugendubel Platz für ein riesiges Buchkaufhaus verschaffte und neben dem angestammten PresseClub in den obersten Etagen ein zweigeschossiges Luxusrestaurant entstehen lassen sollte, was sich aber als erfolgloses Unterfangen erwies.

Auf der „Straße der Kaiser und Könige“

Die Donau gab in diesem Jahr die Route für die jährliche mehrtägige Club-Reise von 25.-28. September 2014 vor. Der zweitgrößte und zweitlängste Fluss in Europa durchfließt zehn Länder – so viele wie kein anderer Fluss der Welt – bevor er ins Schwarze Meer mündet.

VON WERNER SIEGERT

Ganz so weit führte unsere Reise nicht. Als Reise-Highlights standen Informationsbesuche in Passau, Linz, Stift Melk und Wien auf dem Programm. Die Städte, in denen diesmal nicht Kaiser und Könige, sondern die PresseClub-Schar tafelte und nächtigte, haben sich zu bedeutsamen Städten und Plätzen entwickelt.

Erste Station der Reise war die Drei-Flüsse-Stadt Passau, wo zunächst die Ilz mit moorbraunem Wasser von links in die dunkelblaue Donau fließt und gleich danach von rechts der grüngraue Inn. Kundige spurteten gleich zum Dom, um dort andächtig zu lauschen, wie der Organist alle Register der größten Dom-Orgel der Welt zog: 17.974 Pfeifen bei 233 klingenden Registern ertönten vom brausenden Fortissimo bis zur säuselnden Pianissimo mit klassischer und moderner Kirchenmusik. Am Nachmittag ging es dann mit unserer Stadtführerin in die Hölle, genauer: in die Höllgasse, die weniger mit Feuer als mit Wasser in vielen Jahren Höllenängste erlebt hat. Noch nie stand das Wasser so hoch wie 2013. Wer die Hochwassermarken an den Häusern der



Foto: Passau Tourismus e.V.

Die Barockstadt Passau zeigt sich im herbstlichen Kleid



Foto: Passau Tourismus e.V.



Foto: Linz © linztourismus, Andreas Roeschl

Linz verändert sich: Von der Industriestadt zu einem Zentrum für moderne Kunst und Architektur

Altstadt auf sich wirken lässt, sich hinein zu versetzen versucht, was Donau, Ilz und Inn in der Stadt angerichtet haben, wundert sich, dass wenigstens die äußerlichen Schäden so schnell beseitigt werden konnten.

AUCH DIE SCHOKOLADENSEITE ERLEBEN

Inmitten der Barockstadt, zwischen den Palästen und Residenzen hatte unser belgisches Mitglied Ann Marie de Jonghe für uns ein besonderes Schmankerl arrangiert: den Besuch im Flämischen Schokoladenhaus beim belgischen Meister-Chocolatier Patrick de Clerck. Wie entsteht Schokolade? Was macht ihre Qualität aus? Neben der ständig flutenden Schokoladenschmelze lernten wir, wie Pralinen in Manufakturarbeit entstehen – und natürlich gab es einiges zu naschen. Wunderbar der Tipp des Chocolatiers: Man soll Schokolade nicht lange aufheben (jajaja!) und nie im Kühlschrank lagern. Abends entfaltet die Passauer Altstadt den ganzen Reiz einer Universitätsstadt mit ihren vielen Kneipen und einladenden Wirtshäusern.

AUF DONAUWELLEN NACH LINZ

Früh, sehr früh am Morgen des 26. September, galt es, das Gepäck dem Bus anzuvertrauen und dann an Bord der „MS Anton Bruckner“ zu gehen, die mit 458 Plätzen ein kapitaales Schiff ist. Noch ein letzter Blick auf die großartige Kulisse der Barockstadt Passau geworfen, dann tuckerten wir gemächlich dahin auf



PresseClub Fotograf Hans Schwepfing mit dem Linzer Tourismuschef (und PresseClub-Mitglied) Georg Steiner.

der graugrünen Donau, während hier eine Burgruine, dort ein Kloster vorbei zog. Und immer wieder Schleusen, verbunden mit Kraftwerksanlagen, die jeweils ca. 1 Milliarde Kilowatt Strom im Jahr erzeugen. Elf Meter senkt sich unser Schiff zwischen den Schleusenmauern. Leider hatte uns bei der Ankunft in Linz der Westwind die Regenwolken aus Bayern nachgeschickt. Unter Schirmen begaben wir uns zum Stadtrundgang „Linz verändert“. Warum dieser Titel? Linz – das ist doch die große Industriestadt, Linz, das ist „Voest Alpine“, Schornsteine, Hochöfen, Linz, das ist Hitler und sein Wunsch, daraus die Reichskulturstadt entstehen zu lassen. Mit diesen Linz-Bildern hat die Stadt zu kämpfen. Ein neues Image muss her! Linz verändert sich – sichtbar durch ultramoderne Architektur (Ars Electronica Center, Lentos Museum), die abends die Stadt in fluoreszierendes Licht hüllen. Linz, das ist die relativ kleine, aber wunderschöne Altstadt, in der Mozart seine „Linzler Sinfonie“ als Dank für eine Einladung komponierte. Linz hat auch einen Hausberg, von dem man einen wunderbaren Blick über die von der Donau weit umschlungene Stadt



Stift Melk – Das Wahrzeichen der Wachau gehört zum UNESCO-Welterbe



Gruppenbild mit Elefant: Der PresseClub vor dem Naturhistorischen Museum in Wien



Besuch beim Wiener PresseClub Concordia. Die PresseClub Vorstände Anita Bauer-Duré und Dietmar Schmidt mit Generalsekretärin Dr. Astrid Zimmermann (Bildmitte)



Der Blick vom Dach des Naturhistorischen Museums in Wien

hätte, wären wir nicht in Regenwolken eingehüllt worden. So konnten wir uns auf dem Pöstlingsberg ganz auf das Tafeln und die Gespräche mit dem Linzer Tourismus-Chef und PresseClub-Mitglied Georg Steiner konzentrieren. Wo war überhaupt die Wallfahrtsbasilika? Im dichten Nebel. Die altbewährte ratternde Berg-Straßenbahn brachte uns zurück zum Hauptplatz.

MELK – DAS CRESCENDO IM SONNENSCHNEIN

Wieder hieß es sehr früh am nächsten Morgen: Kofferpacken, und dann wieder an Bord zur erholsamen Fahrt nach Melk. Das Schleusen wird zur Routine, die Kameras bleiben in der Tasche. Aufregend höchstens noch die Schlägenger Schlinge, die die Donau fast ganz um den Schlögenberg zieht. Die Zeit an Bord ist wie geschaffen, um sich näher kennenzulernen, miteinander auszutauschen, Visitenkarten zu sammeln und zu „netzwerken“. Dann erscheint die mächtige und prächtige Benediktinerabtei Melk am Horizont. Bereitmachen zum Aussteigen und zum Eintauchen in die sakrale Prachtentfaltung hoch über der Donau – bei Sonne! Es ist, als ob diese Fassaden unter den Sonnenstrahlen erst richtig erwachen. Natürlich bekommen wir eine Führung, die uns im Geschwindigkeit vertraut machen will mit der Geschichte der Burg Melk im Besitz der bayerischen Grafen aus dem Geschlecht der Babenberger (um das Jahr 1000) und der Wandlung in ein Stift der Benediktiner 1113. Der wertvollste Schatz des Stiftes ist das „Melker Kreuz“ von 1362, in dem ein Partikel aus dem Kreuz Christi prunkvoll gefasst ist. Im Sauschritt geht es durch Brandkatastrophen, Missernten, Pest, Reformation und Türkenkriege, durch Zeiten der Gegenrefor-

mation insbesondere durch das Wirken der Jesuiten, bis in die Neuzeit der Landesausstellung. Wir bestaunen die Bibliothek mit ihren 100.000 Bänden, 1800 Handschriften und 750 Inkunabeln. Die Stiftskirche selbst ist ein phantastisches Crescendo, ein „Audienzsaal Gottes“ – unbeschreiblich. Hier darf nicht geführt werden, um Gebet und Andacht nicht zu stören. Angesichts der Heerscharen von Besuchern stellt sich im Hinausgehen allerdings die Frage: Ist die Benediktinerabtei, soweit sie sich den Touristen öffnet, noch ein geistliches Zentrum – bei bis zu 100 Führungen täglich?

UND NUN AB DURCH DEN WIENERWALD

Nach Einbruch der Dunkelheit erleben wir Wien als finstere Häuserschluchten zwischen hohen Fassaden und bemerkenswert vielen Etablissements, die „Kabinen-Sex“ anbieten. Die spätere Fahrt zum Heurigen in der „10erMarie“ stellt höchste Ansprüche an die Fahr- und Zirkelkünste unseres Fahrers. Es geht in den engen Gassen Ottakrings um Zentimeter. Den vermeintlichen Heurigen-Geheimtipp kennen allerdings Hundertschaften: Gottlob ist etwas mehr als ein kleines Eckerl für uns reserviert.

DER HÖHEPUNKT: DIE PRACHTVOLLE KAISERSTADT

28. September, 7 Uhr, Wien, Wien – nur du allein bei strahlendem Sonnenschein, schnell Packen, Frühstücksbuffet abernten, husch in den Bus zur Stadtrundfahrt und Führung in der in frischem Weiß prangenden Kaiserstadt! Gleich zwei Stadtführerinnen wechselten sich ab, um auf die rechts und links vom „Ring“ vorbeihuschenden Prachtbauten, Palais, Parlament, Oper,

Rathaus, Burgtheater, Hofburg hinzuweisen, bis wir am Maria-Theresien-Platz Halt machen, links das Kunsthistorische, rechts das Naturhistorische Museum, eines so prächtig wie das andere. Die Direktorin des Naturhistorischen Museums, Ingrid Viehberger, lässt es sich nicht nehmen, uns persönlich zu führen, vor uns die Geschichte des Hauses mit seiner überwältigenden Architektur, seinen zigtausenden Objekten, mit den Sammlungen der Kaiser, vor unserem inneren Auge entstehen zu lassen. Nicht nur die ausgestopften Vögel und anderen Tiere, sondern auch Tausende von Totenköpfen lassen uns erstaunen, dient doch das Haus überwiegend der Forschung. Schließlich geht es durch das Stiegenhaus hinauf bis auf das Dach – kein Ort für Höhenangst! Der Blick über die prachtvolle Kaiserstadt bei strahlendem Sonnenschein entschädigt für den Aufstieg.

Wir mussten indes weiter: Im Concordia-Haus empfing uns die Generalsekretärin des Wiener Presse-Clubs Concordia, Dr. Astrid Zimmermann. Wir erfuhren, dass dieser Club zunächst als soziale Einrichtung für notleidende Schriftsteller entstand und mehrere Häuser sein Eigen nannte. Er wurde 1938 als jüdischer Verein aufgelöst, das Vermögen wurde beschlagnahmt. 1946 wurde die Concordia neu gegründet, bekam 1958 die großzügigen Räume im Concordia-Haus, in denen heute – ähnlich wie im Presseclub München – ein breites Spektrum an Veranstaltungen stattfindet. Nach der Versicherung enger Zusammenarbeit in der Zukunft mussten wir eilenden Schrittes zu einem lauschigen Beisl, uns noch mit Wiener Schnitzel stärken, bevor es Abschied nehmen hieß, von der schönen blauen Donau. ■

Zwischen Tradition und High Tech

Zu Besuch in der Bayerischen Landesausstellung „Ludwig der Bayer – Wir sind Kaiser!“ in Regensburg

VON RUTHART TRESSELT

Es war eine wechselhafte und vielseitige Geschichte in der Zeit zwischen 1300 und 1350, als Bayern zum Mittelpunkt Europas und zur Handelsmetropole wurde. Vor allem der Weg vom zweitgeborenem Herzogsohn aus der oberbayerischen Provinz zum Kaiser und zum mächtigsten Mann der damaligen Welt – so Richard Loibl, der Direktor des Hauses für Bayerische Geschichte – sei nun einmal unglaublich spannend. Hinzu komme, dass sich „Ludwig der Bayer“ mit vielen Großmächten seiner Zeit angelegt und alle Schlachten trotz starker Überlegenheit seiner Gegner gewonnen habe. Kein Wunder also, dass „der Bayer“ einen ersten Platz in der Ahnengalerie der bayerischen Helden einnimmt. Es war auch eine Zeit, in der neue gesellschaftliche Gruppen Einfluss auf das Spiel der Mächtigen gewannen und in der manches seinen Anfang nahm, was die moderne Welt heute prägt. Dies und das 700-jährige Jubiläum der Königswahl Ludwig des Bayern im Jahr 1314 waren der Anlass für das Haus der Bayerischen Geschichte, das Thema in der Landesausstellung 2014 in Regensburg aufzuarbeiten.

AUTHENTISCHE ATMOSPHERE

Regensburg lag als erste bayerische Hauptstadt an der Schnittstelle der vom Haus Wittelsbach regierten Gebiete von Ober- und Niederbayern und dem sogenannten bayerischen Nordgau. Die heutigen drei Ausstellungsorte – Minoritenkirche, ehemalige Pfalzkapelle St. Ulrich und der Domkreuzgang – haben sich als Originalschauplätze aus der Zeit Ludwigs des Bayern erhalten und verbreiten damit auch eine authentische Atmosphäre. Die steinernen Zeugen verbunden mit der Geschichte Ludwigs des Bayern haben Regensburg ja auch zum UNESCO-Weltkulturerbe gemacht.



Fragerunde mit unseren beiden Museumsführerinnen (Bildmitte)



Die Minoritenkirche ist der richtige Ort, die politische Geschichte zu erzählen – außerdem werden hier konkrete Anhaltspunkte zur Regensburger Minoritengemeinschaft hergestellt

Ein Renner der Ausstellung war der Film mit BR-Moderator Christoph Süß als Kaiser. Überhaupt war die Landesausstellung vom technischen Niveau der Präsentation eine bemerkenswerte innovative, eindrucksvolle und multimediale Mittelalterausstellung. Damit wurde gleichzeitig auch ein neuer Standard für solche Ausstellungen in der Zukunft definiert. Erwähnenswert und beeindruckend auch die Qualität der Führungen...

ÜBER 140 000 BESUCHER

Zum Schluss hatten bis zum 2. November 2014 genau 140 296 Menschen die Bayerische Landesausstellung in Regensburg besucht. Für Direktor Richard Loibl sind damit die erwarteten Besucherzahlen „bei weitem übertroffen“ worden. Der Erfolg lässt die Organisatoren bereits an das Museum der Bayerischen Geschichte denken, das im Jahr 2018 in Regensburg eröffnet werden soll. In diesem Jahr 2015 befasst sich die Landesausstellung in Ingolstadt mit Napoleon und seinem vielfältigen Verhältnis zu Bayern. In zehn Kapiteln spannt die Schau vom 30. April bis 31. Oktober den Bogen vom Aufstieg Napoleons bis zum Wiener Kongress. Auch die Landesausstellung 2016 im Kloster Aldersbach unter dem Titel „Bier in Bayern“ wird schon konzipiert und befasst sich anlässlich des 500-jährigen Jubiläums des Reinheitsgebotes mit der engen Verbundenheit Bayerns mit dem „Lebensmittel“ Bier. Selbstverständlich wird der PresseClub zu beiden Landesausstellungen wieder einen Besuch organisieren. Geplant ist auch eine Reise vom 12.-14. Juni nach Wittenberg/Sachsen-Anhalt. Ministerpräsident Rainer Haseloff wird uns zwei Jahre vor dem eigentlichen Jubiläum des Thesenanschlags 2017 persönlich durch Wittenberg führen. ■

Fotos: Johann Schwepffinger



Bella Vista Golfpark Bad Birnbach Golfen in einer Bilderbuchlandschaft

Wenn bei Sonnenaufgang die Birnbacher Kirchturmuhren zum Morgengeläut ansetzt und beim Gigler, dem Bauernhof mitten im Golfpark, der Hahn kräht, halten die Hasen und Rehe auf den Fairways kurz inne und schauen, ob ihnen nicht schon lautlos ein „golfender Frühaufsteher“ entgegenkommt. Ort, Gastgeber, Therme und der Bella Vista Golfpark sind über das sogenannte „Golfer-Brückerl“ so eng miteinander verbunden, dass zwischen Morgengeläut, Aufstehen und dem ersten Abschlag nur ein halbes Stündchen vergeht, ohne dass Golfer ihr Auto bewegen müssen. Wenn man dann oben steht und hinunterschaut auf Bad Birnbach, Bayerns erholsames Urlaubsdorf, dann versteht man, warum der Golfpark „Bella Vista“ heißt. Genau hier, in dieser Bilderbuchlandschaft, spielt man sein Spiel, in voller Konzentration, fernab vom Trubel dieser Welt.

Der Bella Vista Golfpark erstreckt sich über eine Fläche von über 70 Hektar und teilt sich auf in einen 18-Loch-Golfplatz und einen Akademie-Bereich. Die Golfanlage besteht aus einer großzügigen Driving Range mit mehr als 40 Abschlagplätzen, die teilweise überdacht sind, zwei Pitching- und Chipping-Bereichen, einem Putting Green, einem Neun-Loch-Kurzplatz (PAR 3), sowie einer innovativen spiel!Golf-Anlage.

Greens wie in St. Andrews

Der Bella Vista Golfpark wurde im August 2007 als erster kommunal betriebener Golfplatz in Deutschland eröffnet. Während der Bau- und Einwachsphase kümmerte sich der Chief-Agronomist der European Tour

persönlich um die Qualität des Platzes. Auf den Greens wächst das typische Gras des Old Courses: das Festuca. In Schottland, der Wiege des Golfsports, wird es noch heute auf St. Andrews, Turnberry und Carnoustie bespielt.

Das Golfparkrelief: anspruchsvoll und reizvoll

Rund um die Greens sind die Bunker und Wasserflächen geschickt kombiniert und verteidigen die Fahne recht anspruchsvoll. Gerade die Herausforderung macht das Golfspiel aber so reizvoll. Das Relief des Golfparks ist durchaus sportlich und ein echter Fatburner: Auf einer vierstündigen Runde bleiben schon mal 3.000 Kalorien auf der Strecke. Wer es weniger anstrengend mag, kann die Genuss-Variante wählen und die Runde mit dem Trolley zurücklegen – oder, noch bequemer, mit einem Golfcart vom Golfpark oder vom Gastgeber in Bad Birnbach.

Die Facetten des Golfsports entdecken

Für alle Golfstarter hat sich der Bella Vista Golfpark ein ganz besonderes Programm einfallen lassen. Auf der spiel!Golf-Anlage mit 18 individuellen Bahnen zwischen acht und 15 Metern Länge und auf dem Neun-Loch-Kurzplatz mit Längen von 80 bis 100 Metern, der auch ohne Platzreife bespielbar ist, erleben Anfänger alle Facetten des großen Golfes auf kleinen Bahnen. Hier kann man der

Experimentierfreude freien Lauf lassen und in aller Ruhe seine Golferseele entdecken. Schon mancher Schnuppergolfer wurde hier „süchtig“ und meldete sich daraufhin schnurstracks zu einem Golfkurs an. Doch zuvor kann man gerne zusätzlich an einer der Schnupperstunden der Golf-Professionals teilnehmen.

Entspannung nach dem Golfen

Nach einem abenteuerlichen Tag können Golfer entspannen. Und zwar in dem wohl schönsten 19. Loch – der einzigartigen Rottal Terme.

Der Einstieg in den Bella Vista Golfpark ist jetzt übrigens sehr günstig möglich. Fernmitgliedschaften gibt es ab 222 Euro im Jahr. Eine Zweitmitgliedschaft kostet nur 389 Euro und die Vollmitgliedschaft 72 Euro im Monat.

Weitere Informationen:

Bella Vista Golfpark • Bella Vista Allee 1
84364 Bad Birnbach • T 0 85 63.97 74 00
www.bellavista-golfpark.de



Grund zu feiern: 10 Jahre Mentoringprojekt

Zwei sehr erfreuliche Jubiläen konnten 2014 im PresseClub gefeiert werden: Die Nachwuchsorganisation des Clubs, die Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. (NJB), konnte auf ihr dreißigjähriges Bestehen anstoßen und das gemeinsame Mentoringprojekt von PresseClub und NJB auf 10 erfolgreiche Jahre zurückblicken.

VON ELIA TREPPNER



Foto: Johann Schwepfänger

Zum 10jährigen Jubiläum am 8. Juni 2014 startete auch der neue und bereits 11. Mentoring-Jahrgang von PresseClub und NJB in das Coaching-Projekt. Auftaktveranstaltung des 12. Jahrgangs 2015/16 wird am 9. April 2015 sein

Marcel Brunthaler
(links) spendierte
Bier vom Fass



Foto: Johann Schwepfänger

Es war Susanne Himmelsbach, damals Club-Vorstandsmitglied, die das Mentoringprojekt ins Leben gerufen hat. Florian Christner und Florian Meyer-Hawranek führten es mit großem ehrenamtlichen Engagement fort und entwickelten es weiter. Inzwischen ist das Mentoring richtig erwachsen geworden und wird nun seit drei Jahren hauptamtlich vom ehemaligen stv. Geschäftsführer des Clubs, Elia Treppner, betreut.

Mit seiner Zielgruppe ist das Mentoringprogramm einzigartig in der journalistischen Nachwuchsförderung: 12 – 15 angehende Kolleginnen und Kollegen, die zumeist noch studieren und unbedingt Journalist werden wollen, werden für die eigene Standortbestimmung und vor allem für die Bewerbung auf ein Volontariat ein Jahr lang gecoacht – sowohl von einem Mentor als auch durch ein umfangreiches Fortbildungsprogramm. Inzwischen ist allein die Facebook-Gruppe von Mentees, Mentoren und ehemaligen Teilnehmern des Projekts auf über 80 Personen angewachsen.



Das PresseClub Mentoring – ich war 2012/2013 Mentee – war für mich eine sehr bereichernde Zeit. Ich war und bin nicht unbedingt der Prototyp eines Nachwuchsjournalisten, da ich Kommunikationsdesign studiert habe und seit 2011 an der Akademie

der Bildenden Künste in der Medienkunst-Klasse bin. Als Freie habe ich aber viele Texte geschrieben und gemerkt, dass ich mich gerne journalistisch weiterbilden wollte. Das PresseClub Mentoring war dafür ideal. Ich habe in den unterschiedlichen Seminaren viel gelernt: über Selbstständigkeit, Selbstvermarktung, Rechtslagen, Recherche und natürlich dem Schreiben an sich. Meine Mentorin war Britta Schultejan von der dpa – sie hat mich stets ermutigt meinen eigenen Weg zu finden und zu gehen. Das Mentoring Jahr hat mir gezeigt, dass es für junge Journalisten nach wie vor viele Möglichkeiten gibt, dass der Einstieg aber wesentlich leichter fällt, wenn man in ein starkes Netzwerk integriert ist und erfahrene Journalisten den Weg begleiten – Voraussetzungen, die das PresseClub Mentoring schafft.

Veronika Christine Dräxler

(von links): Elia Treppner,
Susanne Himmelsbach
und Helmut Gierke

Um das Projekt in der Qualität verwirklichen zu können, hat es über die Jahre zahlreiche Unterstützer und Freunde bekommen. Finanziell möglich macht das Mentoringprojekt der Hauptsponsor des Clubs, die Bayerische Hausbau. 2014 konnte das Sponsoring auf weitere drei Jahre verlängert werden. Die Begabtenförderung der Hanns-Seidel-Stiftung organisierte bis vor einem Jahr je ein Wochenendseminar in Kloster Banz für die Mentees mit jeweils hochkarätigen Kollegen. Weitere Unterstützung kommt z.B. vom Ausbildungskanal m94.5, vom MedienCampus Bayern, der Deutschen Journalistenschule, der Ausbildungsleitung des Bayerischen Rundfunks, münchen.tv und vielen mehr.

Seit drei Jahren gibt es eine ganz besondere Partnerschaft des Mentoringprojekts: Familie Hauser vom Bio-Hotel Stanglwirt**** in Going bei Kitzbühel lädt unsere Mentees drei Tage für ein Fortbildungs- und Teambuilding-Wochenende in ihr Luxushotel am Fuß des Wilden Kaiser ein. Betreut und organisiert wird das Event von Marcel Brunthaler, Clubmitglied und geschäftsführender Gesellschafter von Hannsman-PR.

Die Jubiläumsfeier war ein guter Anlass für Schatzmeister Helmut Gierke, den Einsatz all der ehrenamtlichen Mentoren, Unterstützer und Freunde des Mentoringprogramms zu würdigen. Bier vom Fass, DJane und Ex-Mentee „Lili Tralala“ und eine Improvisationsthereinlage machten Lust auf die nächsten 10 Jahre Mentoring. ■



Ich habe 2012 am Mentoringprogramm des Presse-Clubs teilgenommen. Wir waren eine buntgemischte Truppe, von der Kunststudentin bis hin zum angehenden Wirtschaftsjournalisten. Davon haben wir alle profitiert. Jeder war auf einem

bestimmten Gebiet stark und konnte seine Kollegen mit guten Tipps unterstützen. Ich fand es prima, dass wir im Mentoringprogramm auch mit Menschen aus anderen Branchen zusammengekommen sind. Netzwerken ist in unserem Beruf schließlich sehr wichtig. So hat mir auch der Kontakt zu meiner Mentorin die Tür für ein Praktikum bei der Zeitschrift „freundin“ geöffnet, aus dem schließlich sogar ein Volontariat wurde. Dem PresseClub bin ich bis heute sehr verbunden. Toll finde ich, dass die Auswahl der Seminare immer sehr aktuell gehalten wird. Gerade steht das Bloggen hoch im Kurs. Gerne komme ich deshalb auch als ehemaliger Mentee noch zu einigen Veranstaltungen.

Eva-Maria Sauter



Foto: Johann Schwepfänger

Die Entwicklung im Journalismus: dargestellt in einer Improvisationstheater-Einlage.



Kunst im PresseClub

Der PresseClub blickt über den Tellerrand des journalistischen Tagesgeschäfts hinaus und öffnet seit 2009 seine Pforten für zeitgenössische Kunst. Die Vernissagen haben sich inzwischen als kleines gesellschaftliches Ereignis etabliert. Die Ausstellungen sind ein großer Erfolg – auch Dank des Bayerischen Genossenschaftsverbandes, der das Projekt seit 2010 als Partner begleitet. Im Herbst 2014 feierten wir „5 Jahre Kunst im PresseClub“.

VON ANGELICA FUSS

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

Andrea Hillen, *Going East* 05. Juni bis 05. Oktober 2014

Eine Erinnerung, eine Begegnung in einer Bar, Briefe, Bilder oder eine Reise. Andrea Hillen verdichtet persönliche Momentaufnahmen zu Bildern. Andrea Hillens Gemälde entführen den Betrachter in ganz eigene, ferne Welten. Auf großformatigen Leinwänden taucht die Künstlerin in ihre kraftvollen Farbräume ein. Mit Händen, Stöcken, Lappen und Löffeln trägt sie die aus Pigmenten und Eiern selbst hergestellte Farbemulsion auf die Leinwand auf, zieht schwarze Linien mit einem dicken chinesischen Tuschestift.



Foto: Johann Schwepfänger

Die Vernissage wurde musikalisch umrahmt von einem Teil der Akkordeongruppe „Quetschenweiber“

Feine Bleistiftlinien überziehen die Bildebene. Räume öffnen sich, Bühnen entstehen. Figuren durchdringen farbige Flächen. Seit einigen Jahren reist sie zu exotischen Plätzen, gerne bis ans Ende der Welt und häufig in den asiatischen Raum. Andrea Hillen setzt sich fremden Kulturen aus und macht sie in ihren neuesten Werken sichtbar.

Tanja Mohr, *Landschaften* 17. Oktober 2014 bis 30. Januar 2015

Tanja Mohrs Bilder sind Vorstellungen und Phantasien von Landschaften, die immer wieder fragmentarische Figuren, Muster oder architektonische Elemente offenbaren. Die Farbauswahl ist dramatisch und opulent. Die Künstlerin lenkt den Blick des Betrachters durch das Bild hindurch in die eigene innere Bilderwelt und damit in die eigene gedankliche Welt. Es könnten mystische Landschaften sein, in denen Geschehnisse nachklingen, wie in dem Stück „Gespens-ter“ von Ibsen, der schreibt: „Alles, was ich gedichtet habe, hängt aufs Engste zusammen mit dem, was ich erlebt habe, wenn auch nicht erlebt habe“. Diese Beschreibung passt zur künstlerischen Haltung Tanja Mohrs.



Ruthart Tresselt begrüßt Tanja Mohr und Kurator Markus Sattler

Foto: Johann Schwepfänger



Rosa Quint und Iris Schabert, *SUR*
05. Februar bis 06. Juni 2015

Für die Künstlerinnen Rosa Quint und Iris Schabert ist das Interesse an südlichen Gebieten Schnittstelle und Ausgangspunkt gemeinsamer Ausstellungen und Projekte. Iris Schabert inspiriert die Pflanzenwelt des Südens. In ihren filigranen Porzellan- und Bronzeobjekten untersucht sie deren Reichtum an Variation in Form, Farbe und Oberfläche. Ihre Arbeiten entstehen durch Abformen von Pflanzenfragmenten, wie zum Beispiel Kakteenstacheln. Rekombinationen und Neuordnungen sowie die Transformation in ein anderes Material, in eine ungewohnte Stofflichkeit lassen dabei bekannte Formen fremd erscheinen oder surreale, bizarre Landschaften entstehen.



Über 70 Gäste lauschten der Laudatio von Nina Matt

Foto: Johann Schwepfnger



Die Arbeiten von Rosa Quint beziehen sich auf Orte, Räume und Wege. Dabei geht es ihr nicht um ein realistisches Abbilden sondern darum, die Vielfalt möglicher Raumbezüge zu thematisieren. Die Künstlerin interessiert Facetten, die nicht auf den ersten Blick ins Auge fallen. Ihren Bildern und Zeichnungen gehen umfassende Hintergrundrecherchen voraus, aber auch Sammlungen und Untersuchungen vor Ort. Diese fließen ebenso in die Gestaltung ein wie ihre Erinnerungen und Eindrücke. In der Ausstellung SUR sind es Orte des Südens.



Für ein lebendiges Bayern.

Wir machen uns stark für die Menschen in der Region und engagieren uns für Gesellschaft, Kultur und Ökologie.

www.bayernwerk.de

bayernwerk



Starke Verben und fliegende Kühe

Kabarettist Wolfgang Krebs im PresseClub

VON THOMAS KLETSCHKE



Peter Schmalz und Ruthart Tresselt heißen Wolfgang Krebs im Club herzlich willkommen

Da kann man noch so berühmt sein: Vermieter sind wohl das härteste Publikum der Welt. Denn als Wolfgang Krebs in München eine Wohnung suchte, um in der Stadt besser seine vielen Termine beim BR und auf diversen Veranstaltungen wahrnehmen zu können, da begegnete ihm Skepsis pur. Eine potenzielle Vermieterin bezweifelte, dass ein freiberuflicher Kabarettist solvent genug ist für ihre Immobilie in Innenstadtlage.

Keine Zeit, um sich allzu lang mit solchen Leuten zu umgeben - der heftig umkämpfte Wohnungsmarkt in der Landeshauptstadt hatte dann ein anderes, passenderes Angebot für Wolfgang Krebs parat. Und wenig freie Zeit, dass kennzeichnet seinen Plan für 2015 und 2016. Das ist schon Ende 2014 absehbar. Denn zahlreiche Termine für TV, Radio und Bühne stehen oder werden geplant. Dabei arbeitet Wolfgang Krebs ohne Netz und doppelten Boden: Lange Zeit lief es etwa bei der von Kabarettkollegen Christoph Süß moderierten TV-Sendung quer im Bayerischen Fernsehen so, dass man Krebs fragte, ob er denn kommende Woche wieder zur Sendung komme.

Mit Süß verbindet Krebs einiges: etwa zur gleichen Zeit, nämlich Mitte der 1990er Jahre, starteten beide mit Kabarett auf der Bühne. Wobei Wolfgang Krebs zunächst eine Zeitlang noch eine Hauptbeschäftigung hatte (siehe Kasten). Was relativ spontan in der TV-Sendung on air ging, hat Krebs zuvor auf der Bühne ausgearbeitet: den jeweils amtierenden bayerischen Ministerpräsidenten stimmlich und im Habitus perfekt nachahmen zu können, um darauf seine Pointen aufzubauen. Der Rest ist

bekannt: Inzwischen sind Amtierende und Amtsvorgänger Zielobjekt seiner Kabarettkunst.

ES GILT DAS GESTAMMELTE WORT

Im Presseclub München ist man es gewohnt, wenn hochkarätige Gäste kommen. Zur Weihnachtsfeier des Internationalen Presse-Club im Dezember 2014 erscheint Wolfgang Krebs so, wie er sich zur Aufzeichnung der TV-Sendung oder für andere Auftritte präpariert. Ein kleiner Alu-Koffer mit Schnappverschluss, ein oder zwei blonde Perücken, das muss reichen. Das Gros seiner Arbeit findet in akribischer Vorbereitung statt. Verwechsler, Verdreher, Verschwurbeltes: Jeder Halbsatz ist geplant, Schachtelsätze so angelegt, dass sie wie aus dem Munde der Originale zu kommen scheinen, wenn diese sich vor einer TV-Kamera um Kopf und Kragen reden. „Es gilt das gestammelte Wort“, sagt er denn auch als Edmund Stoiber bei seinem Auftritt. Wechsel zwischen weiteren Alter Egos, etwa als Markus Söder oder Horst Seehofer reihen einander ab. Als amtierender Ministerpräsident Seehofer etwa begrüßt er heute Abend „die anwesenden 3.000 Journalisten“, um kurz darauf zu gestehen: „Ich wäre lieber reich als sexy.“

Auch wenn Journalisten kritisch sind und sein sollen: Heute Abend hat er alle auf seiner Seite, über Parteigrenzen und Ressorts hinweg. Ob im Interview mit PresseClub-Vorsitzendem Ruthart Tresselt, in der Rolle als Stoiber oder Seehofer: Krebs reiht eine Pointe an die nächste - und man kommt kaum mit. Wie bei der berühmten Perlenkette, die sich ein guter Autor zum



Der Kabarettist spielt seine Ministerpräsidenten-Rollen – eine Pointe reiht sich an die nächste



Voller Saal – wer zu spät kommt, der muss stehen...

Vorbild nimmt, stimmt hier alles. So auch das ein oder andere starke Verb. „Wenn dir eine Taube auf den Kopf schießt, dann sei froh, dass Kühe nicht fliegen können“, etwa ist eine der Weisheiten, die der Krebs'sche Seehofer als Weisheit seines Großvaters heute weitergibt.

KEIN KLEIN-KLEIN FÜR DEN KEY ACCOUNTER

Kühe können - allen Segnungen der Gen- und Biotechnologie zum Trotz - nicht fliegen. Aber Krebs' Höhenflug ist nicht zu stoppen. Wenn er da ist, ist er ganz präsent: im Gespräch ohne Allüren, beim Auftritt dem Publikum gegenüber konzentriert eine Kanonade an Gags liefernd, spontan Einwürfe und Lacher gleich mitverarbeitend. Doch seine Energie treibt ihn weiter an; die nächsten Monate sind voller Termine. Und die Vorbereitung auf neue Rollen - man denke nur an Ilse Aigner - benötigt ebenfalls Zeit. Im deutschen Kabarett sei aktuell genug Platz und Bedarf, sagt er an diesem Abend einmal.

Und, ja, man kann davon leben. Zum einen gingen einem in der deutschen und besonders der bayerischen Politik die Vorbilder ja nicht aus, so Krebs verschmitzt. Ein armer Poet muss man wohl ebenfalls nicht sein. „Eine Blaskapelle im Bierzelt muss die Gage durch fünf teilen, ich als einzelner Kabarettist nicht“, sagt Krebs. Typisch ehemaliger Key Accounter: kein Klein-Klein. Wenn die Münchner Beinahe-Vermieterin das auch bloß nur geahnt hätte. ■

Fotos: Johann Schweifinger

VON DER POST ÜBER PROSIEBEN AUF'S PODEST

In puncto Karriere ist Wolfgang Krebs ur-amerikanisch, ansonsten kann der auf bayerische Wurzeln zurückblicken. Am 31. August 1966 wurde Krebs in Seefeld geboren. Seine Mutter stammt aus dem Oberbayerischen, der Vater aus Oberfranken.

Seine Karriere verlief auf den ersten Blick weniger germanisch und geradlinig: Nach einer ersten Ausbildung bei der Post zog es ihn über weitere Berufs- und schulische Ausbildung zu den seit den 1980er Jahren wichtiger werdenden privaten AV-Medien. Eine der ersten Stationen war Radio Allgäu. Mitte der 1990er Jahre bis 2007 verdiente er seine Brötchen in der TV-Werbezeitenvermarktung, zunächst bei ProSieben und SAT.1, später bei der Konkurrenz von RTL II.

Doch gut dotierte Stationen wie die als Key Accounter waren für Krebs nur Zwischenhalte auf dem weiteren Weg zum eigentlichen Ziel. Erste Bühnenerfahrungen hatte Wolfgang Krebs schon als Fünfjähriger gesammelt. Offensichtlich übt das Podest eine so große Anziehungskraft auf ihn aus, dass er zwangsläufig als Medien-Profi in TV, Radio und auf der Bühne landen musste. Entsprechende Sprecher- und Bühnenausbildungen holt sich Krebs im Laufe der Jahre durch kontinuierliche, fast schon preußische Weiterbildung.

Dass er heute den Stoiber ebenso souverän gibt, wie den Seehofer; dass er den Beckstein mit Leichtigkeit treffsicher parodiert: Das ist das Ergebnis von jahrelanger Arbeit und Talent. Bereits 1993 schlüpfte Wolfgang Krebs erstmals in die Rolle von Edmund Stoiber. Mit der Figur erlebte er seinen Durchbruch etwa zehn Jahre später. Seit 2004 ist er als ehemaliger Ministerpräsident Stoiber in der BR-Sendung quer zu sehen. Die Figuren Günther Beckstein und Horst Seehofer folgten. Was Krebs im TV ohne große Requisite rüberbringt, das funktioniert auch im Radio. Die Hörer von Bayern 3 kennen ihn als Kabarettisten seit 2006 in diesen Rollen. Überhaupt: Im Festzelt, in den Medien oder auf anderen Veranstaltungen braucht Wolfgang Krebs wenig Platz. Ein kleiner Koffer mit Perücke, mehr braucht er nicht, um den Figuren Leben einzuhauchen - auf den Punkt genau erschafft er laute Lacher und leises Nachdenken.

Forum Deutscher PresseClubs

JAHRESTAGUNG IN LEIPZIG Im Museum der bildenden Künste in Leipzig trafen sich im Mai 2014 die Mitglieder des Forums zu ihrer Jahrestagung. Auf Einladung des Mitteldeutschen Presseclubs zu Leipzig kamen 25 Vorstandsmitglieder und Verantwortliche aus 15 Presseclubs zusammen, um über Fragen der Arbeit ihrer Clubs zu berichten und zu diskutieren. Der lockere Zusammenschluss von 23 Presseclubs mit dem Ziel einer überregionalen Zusammenarbeit besteht seit 2002; die Tagungen finden in jährlich wechselnden Städten statt.

VON HELMUT GIERKE

BUSINESS AS USUAL

Der Arbeitskreis befasste sich auch heuer mit der Überprüfung der Beschlüsse der Vorjahrestagung und den aktuellen Informationen und Berichten aus den Clubs. Beschlossen wurde die Kontaktaufnahme mit den Clubs, die zwar dem Forum angehören, sich aber nur sporadisch oder gar nicht engagieren. Einstimmig aufgenommen in das Forum wurde der 1991 gegründete Presseclub Baden-Baden.

INFORMATIONSD- UND KOMMUNIKATIONSPLATTFORM

Breiten Raum nahm die Diskussion ein über die Gestaltung der Zusammenarbeit der Clubs und über den Austausch untereinander als Anstoß von Ideen für eigene Veranstaltungen. Dabei ging es auch um die Frage von Videostreaming zu besonderen



Im Museum der Bildenden Künste begrüßt Direktor Dr. Hans-Werner Schmidt und OB Burkhard Jung die Tagungsteilnehmer. Schmidt erklärt die wechselvolle Geschichte des ursprünglich 1858 eröffneten, 1943 von Bomben zerstörten und 2004 komplett neu errichteten Museums



Fotos: Johann Schwepfänger

Alle auf einen Blick: OB Burkhard Jung, die Gastgeber des Mitteldeutschen Presseclubs zu Leipzig und die Tagungsteilnehmer stellen sich dem Fotografen



Fotos: Johann Schwepfänger

Stabwechsel: Offiziell verabschiedet wurden in Leipzig Joachim Bartel (2.v.r.) und Hanno Riek (2.v.l.), die nach jahrzehntelanger Arbeit im Presseclub Bremerhaven-Unterweser ihre Tätigkeit beendeten. Nachfolgerin ist Anke Breitlauch (r.). In der Mitte Monika Weber-Nau und Wolfgang Bringschulte, Vorsitzender des PresseClub Leipzig

Veranstaltungen der örtlichen Clubs, die über das Netz den Forummitgliedern zur Verfügung gestellt werden. Cornelius Wittal vom Presse&MedienClub Südbaden und Dr.Reinhardt Schwarz vom PresseClub Ostwestfalen-Lippe bereiten das Thema für die Behandlung auf der Tagung 2015 auf.

SIND PRESSECLUBS HEUTE NOCH ZEITGEMÄSS?

Diese Frage ließ der PresseClub Frankfurt von einer Kommunikationsstudentin untersuchen. Anlass war die abnehmende Resonanz bei Veranstaltungen des Clubs. Die Frankfurter wollten neue Zielgruppen erschließen, den Kontakt zu den Redaktionen verbessern und eine bessere Darstellung des Clubs erreichen. Als Ergebnis berichtete Monika Weber-Nau, dass Frankfurt das Schwergewicht der Veranstaltungen von Politikergesprächen auf das Thema Medien verlegen will, z.B. auch Werkstattgespräche mit Dokumentarfilmern. Darüber hinaus soll eine Netzwerkveranstaltung für junge Journalisten konzipiert werden.

WECHSEL IN DER GESCHÄFTSSTELLE DES FORUMS

Monika Weber-Nau teilte in Leipzig mit, dass sie die Geschäftsstelle des Forums aufgeben will, da sie auch als Geschäftsführerin des Frankfurter Presseclubs in absehbarer Zeit in den Ruhestand treten will. Die Teilnehmer der Tagung waren sich einig darüber, den PresseClub Nürnberg um die Übernahme dieser wichtigen Koordinierungsaufgabe zu bitten. Dieter Barth als Geschäftsführer erklärte sich hierzu bereit, so dass Weber-Nau und Barth bis zur nächsten, in Bonn stattfindenden Jahrestagung die Übergabe abstimmen können. Monika Weber-Nau ist Grün-

dungsmitglied des Forums Deutscher Presseclubs im Jahr 2002 und hat seitdem die Funktion der Leiterin der Geschäftsstelle innegehabt.

UMFANGREICHES RAHMENPROGRAMM

Der Leipziger PresseClub hat ein beeindruckendes Begleitprogramm mit Informationen zu Themen wie Wirtschaft, Kunst und Entwicklung von Stadt und Land zusammengestellt, das in die Veranstaltungen des zeitgleich stattfindenden Messe Automobil International (AMI) eingebettet war. Dem Informationsprogramm entsprechend fand ein Teil der Tagung in Räumen der Leipziger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft (LWV) statt. ■

FORUM
Deutscher PresseClubs

VORSCHAU

Die nächste Tagung des „Forums Deutscher Presseclubs“ findet vom 14. Mai bis 16. Mai 2015 in Bonn statt.



Foto: Michael Baaker

PresseClub Exklusiv-Führungen

Der PresseClub bietet – exklusiv für seine Mitglieder – seit mehreren Jahren eine breite Palette an Führungen an. Die Besuche gewähren Einblicke und Hintergrundwissen, die dem normalen Besucher oft verschlossen bleiben. In diesem und letzten Jahr schauten wir unter anderem den Porzellankünstlern der Nymphenburger Manufaktur über die Schulter, stiegen in den Glockenturm der Mariahilfkirche und informierten uns in der Hochschule für Musik und Theater über die wechselvolle Geschichte der Arcisstraße 12.

VON ANGELICA FUSS



Bernhard Taubenberger (re), PresseChef der Schörghuber Unternehmensgruppe diskutiert in der Goldenen Bar über die wechselvolle Geschichte des Haus der Kunst

DIE ARCHIV GALERIE

Im Haus der Kunst

Mit der Archiv Galerie etabliert das Haus der Kunst ein neues Forschungs- und Ausstellungszentrum. Eingerichtet in einem zentral gelegenen Ausstellungsraum des Haus der Kunst, stellt die Archiv Galerie das sichtbare Gedächtnis der wechselvollen Geschichte und des komplexen historischen Prozesses dar, der das Haus der Kunst in seiner heutigen Form hervorgebracht hat und der sich bis in die Gegenwart fortsetzt.

Die Archiv Galerie ist ein Pilotprojekt, das der Erforschung und Vermittlung der historischen Dimension der Gegenwart verpflichtet ist. In Zusammenarbeit mit internationalen Institutionen, Künstlern und Wissenschaftlern sind weitere wechselnde Präsentationen zu verschiedenen thematischen Aspekten geplant. Nach der Führung begrüßte uns Bernhard Taubenberger (Leiter Kommunikation & Marketing Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG) in der stilvollen Goldenen Bar.

JE HÖHER DIE GLOCKEN KLINGEN: Der Carillon der Mariahilfkirche

Am 1. Mai 2014 war es genau ein Jahr her, dass Bayerns größtes spielbares Glockenspiel in München eingeweiht wurde. Der Carillon mit 60 neu gegossenen Bronzeglocken steht im Turm der Mariahilfkirche – hoch über der Auer Dult. Für 30 Mitglieder des Münchner PresseClubs bestand die Möglichkeit, in die zweite Glockenkammer hoch über dem Kirchsiff zu dem Instrument hinaufzusteigen. Münchens Stadtcarrillonneur Stefan Duschl erzählte von seinem Carillon und gab ein paar musikalische Kostproben. Pfarrer Michael Schlosser führte durch die Mariahilfkirche, deren Einweihung sich in diesem Jahr am Ludwigstag zum 175. Mal jährt.

Der Münchner Stadtcarrillonneur
Stefan Duschl



Foto: Armin Baumgartner



Foto: Johann Schwepfänger

„Startbahn frei“ für den
Airbus A 380 und natürlich
für den Presseclub

DAS SYSTEM FLUGHAFEN

Exklusiv für den PresseClub

Der neue Airbus A 380 stand im Mittelpunkt der Presseclub Airport-Tour. Nach einem Kurzvortrag von Pressesprecher Ingo Anspach über aktuelle Entwicklungen der Flughafen München GmbH – letztes Jahr in Barcelona zum besten Airport Europas gekürt – ging es mit dem Airport-Bus direkt in den Sicherheitsbereich und nach der Personenkontrolle auf die Vorfelder von Terminal 1 und 2 mitten hinein ins Geschehen!

Wir waren live bei Abfertigung und Start des Airbus A 380 der Emirates dabei, erhielten einen faszinierenden Einblick in die Betriebsvorgänge und eine Ahnung davon, wie perfekt das System des Münchner Flughafens funktioniert.



Die Kunst der Porzellanmalerei erfordert höchste Konzentration.

Foto: Armin Baumgartner

DAS „WEISSE GOLD“ BAYERNS: Die Porzellan Manufaktur Nymphenburg

Seit der Gründung im Jahre 1747 wird in Nymphenburg die hohe Kunst der Porzellanherstellung gepflegt. Die Porzellan- Preziosen werden komplett von Hand gemacht in Techniken, die von Generation zu Generation weitergegeben und bewahrt werden – Nymphenburg ist die weltweit letzte Reinstmanufaktur. Einzig die Brennöfen werden elektrisch betrieben. Ein Abzweiger der Würm versorgt Drehscheiben und Mäsemmühlen mit Energie. „Manu Factum“ wird hier ernst genommen. 20 PresseClub Mitglieder durften im Oktober 2014 den Künstlern bei der Arbeit über die Schulter schauen: Quarz, Feldspat und Kaolin sind die Zutaten, die der weltweit einzige Mäsemmüller zu feinsten Porzellanrohmasse zermahlt. Zwei Jahre wird die Masse sorgfältig gelagert und gepflegt, bevor sie auf Drehscheiben und in Formen landet. Insgesamt 50 Mitarbeiter sind in der Herstellung beschäftigt: Porzellanmaler, Polierer und Vergolder arbeiten konzentriert in den lichtdurchfluteten Ateliers am Nördlichen Schlosrrondell an den zerbrechlichen Kunstwerken.



Foto: Johann Schwepfnger

DIE BR FERNSEHSTUDIO WERKSTÄTTEN

Wie kommt die Bauernstube in den Komödienstadel?

Wer zimmert die Kulisse für die Freitagscomedy? Und wer kleidet die Protagonisten von „Dahoam is dahoam“ ein? Antworten darauf gab es – exklusiv für unsere Mitglieder – im BR-Studio in Unterföhring. Dort ist der Sitz der Filmausstattung, hier werden die Fernsehspiele und großen Unterhaltungssendungen aufgezeichnet. In den verschiedenen Studios und Regieräumen informierten wir uns über den Ablauf einer Fernsehproduktion, über die Technik und die Menschen, die vor, während und nach der Produktion tätig sind. Neben dem Requisitenfundus besichtigten wir auch die Bauhallen und Werkstätten wie Schreinerei, Schlosserei, Malerei und Dekowerkstatt. Dort fertigen die Mitarbeiter der Ausstattung die Szenenbilder und Dekorationen aller BR-Fernsehproduktionen.

Fast wie im richtigen Leben: Der PresseClub in den BR-Werkstätten

ARCISSTRASSE 12

Vom Münchner Führerbau zur Wiege der Tonkunst

Dr. Alexander Krause, Kanzler der Hochschule für Musik und Theater München, begrüßte am 19.2.2015 den Presseclub im Hauptgebäude der Hochschule, Arcisstraße 12. In Vortrag wie anschließender Führung beleuchtete er die wechselvolle Geschichte, wies aber auch auf drängende Probleme hin. Mit der Adresse Arcisstraße 12 sind wichtige Kapitel Münchner Geschichte verbunden. 1890 bezog der Mathematiker und Kunstsammler Alfred Pringsheim – in der Geistesgeschichte kennt man ihn als Schwiegervater Thomas Manns – in dieser attraktiven Wohngegend am Königsplatz eine Neo-Renaissance-Villa mit der Anschrift Arcisstraße 12 (heute am südlichen Ende der Kath.-von-Bora-Straße). 1937 errichteten die Nationalsozialisten an der Kreuzung Arcisstraße/Briener Straße zwei Parteigebäude: das südliche für die Verwaltung, das nördliche als so genannter „Führerbau“ für Hitler und seinen Stab – es bekam die Anschrift Arcisstraße 12 und erlangte traurige Berühmtheit durch die 1938 in diesem Haus vollzogene Unterzeichnung des „Münchner Abkommens“. Ab Mai 1945 war in der Arcisstraße 12 ein Central Art Collecting Point zur Rückführung geraubter und enteigneter Kunstwerke an die ursprünglichen Eigentümer untergebracht. Von 1948 bis 1957 befand sich in dem Gebäude das Amerika Haus, seit 1957 die Hochschule für Musik und Theater München. Das Gebäude ist mittlerweile dringend sanierungsbedürftig; es genügt nicht mehr den heutigen Standards international renommierter Musikhochschulen, der lebhafteste Veranstaltungsbetrieb ist nur noch mit Ausnahmegelungen aufrecht zu erhalten und das Gebäude ist ein optischer Schandfleck im Münchner Kunstareal. Laut aktueller Konzertsaaldiskussion soll die Hochschule an ihrem Standort Gasteig 1.300 m2 verlieren – damit gewinnen die Sanierung des Gebäudes Arcisstraße 12 und zusätzlich notwendige Raumangebote immer größere Dringlichkeit.



Gruppenfoto in der Eingangshalle der Arcisstraße 12

Foto: Johann Schwepfnger

BÜHNE. BAR. RESTAURANT. CASINO.

FÜR
ROUGE &
NOIR
SIEBHABER



SPIELBANKEN BAYERN

www.spielbankenbayernblog.de



Glücksspiel kann süchtig machen. Spielteilnahme ab 21 Jahren. Informationen und Hilfe unter www.spielbanken-bayern.de



Staatsbesuch in Berlin (SZ) 05.03. 2010



Pinocchio Samaras (Sonntags-Stammtisch) 09-02-2014



Foto: Ruthart Tresselt

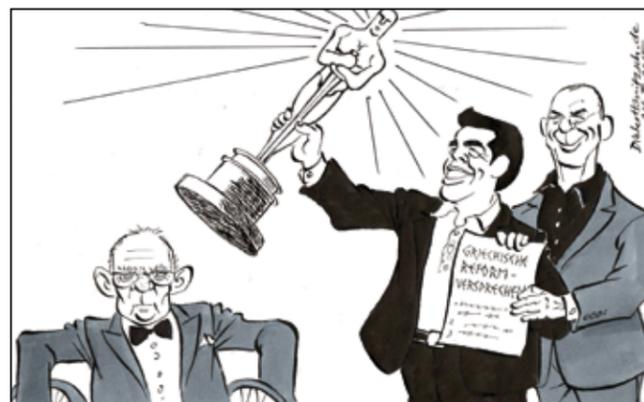
Dieter Hanitzsch an seinem Schreibtisch.



Weiter so? (Sonntags-Stammtisch) 22-02-2015

Immer geht es um Trickserien und falsche Versprechungen

Geld gegen Reformen - Griechenland, seine Geldgeber und das Schuldendrama sind ständiges Thema in den Medien. Hier ein paar Beispiele von unserem Karikaturisten Dieter Hanitzsch.



Der Oscar für die beste versprecherische Leistung geht nach Griechenland (SZ) 24-02-2015



(General-Anzeiger)









UNSERE HÖRT GANZ BAYERN



Fotos: Johann Schwepfänger

Reinhard Marx, Erzbischof/Kardinal von München und Freising



Heinrich Bedford-Strohm, evangelischer Landesbischof

Zwei Highlights in München

Kardinal Marx und Landesbischof Bedford-Strohm kommen zum Jahresende und zum Jahresanfang in den Club

VON RUTHART TRESSELT

Es ist eine seit Jahrzehnten gepflegte Tradition im Internationalen PresseClub München, das Veranstaltungsjahr mit dem Erzbischof/Kardinal von München und Freising, Reinhard Marx, ausklingen zu lassen. Ebenso traditionell beginnen die Veranstaltungen im neuen Jahr mit dem evangelischen Landesbischof Heinrich Bedford-Strohm. Und nun sind auch noch beide Wahlmünchner zu den höchsten Repräsentanten ihrer Kirche in Deutschland gewählt worden: Seit dem Jahr 2014 ist Reinhard Marx Vorsitzender der deutschen Bischofskonferenz und Heinrich Bedford-Strohm Ratsvorsitzender der Evangelischen Kirche Deutschlands (EKD). Umso dankbarer sind wir, dass trotz noch voller werdender Terminkalender beide Kirchenmänner diese Tradition beibehalten wollen.

Beide sind kommunikativ und sozialetisch engagiert und blicken bei ihren Besuchen im Club auf das vergangene Jahr zurück, geben aber auch einen Ausblick auf die anstehenden Themen – oft mit Blick auf die globalen Probleme. So verdeutlicht Bedford-Strohm die Auswirkungen des Klimawandels und des internationalen Waffenhandels. Mit Verweis auf die aktuellen Unruhen in Kambodscha plädiert er auch für einen fairen Handel besonders im Textilbereich, wo in den produzierenden Staaten die Arbeiter ausgebeutet werden.

In einem so reichen Land wie Deutschland müsse jeder in Würde altern können, betonen Marx wie Bedford-Strohm. Weitere Schwerpunkte im immer voll besetzten Club sind die Themen Gerechtigkeit, Rente, Energiewende, die europäische Flüchtlingspolitik und die Christenverfolgung in der Welt – besonders in den islamischen Ländern. Überhaupt: Was bedeutet Toleranz gegenüber anderen Religionen? Gesprächsthema ist natürlich auch der innerkirchliche Diskurs; welche Auswirkungen hat z.B. die scharfe Kritik von Papst Franziskus an der Römischen Kurie?

Beim Blick auf die Vorbereitungen zum 500jährigen Reformationsjubiläum 2017 stellt sich auch die Frage: Welchen Fortschritt macht die Ökumene? Wird es nicht nur ein großes internationales Glaubensfest, sondern auch ein ökumenisches? Reinhard Marx hat sinngemäß immerhin schon gesagt: „Auch die Katholiken können von Luther lernen ...“

VERHÄLTNIS ZUM ISLAM

Immer wieder Thema ist das Verhältnis von Kirche und Gesellschaft zum Islam. Millionen Muslime haben in Deutschland ihre Heimat gefunden und leben hier in Frieden mit ihren Nachbarn und grenzen sich von den extremistischen Strömungen ihrer Religion ab.

In den Diskussionen wird allerdings immer wieder den muslimischen Verbänden vorgeworfen, Gewalt im Namen des Islam nicht entschieden genug zu verurteilen. Toleranz gegenüber anderen Religionen gebe es im Islam nicht. So besitzen Muslime nicht das Recht, zu einer anderen Religion zu konvertieren – nach der Scharia werde der Abfall vom Islam sogar mit der Todesstrafe geahndet. Insofern sind auch nicht alle Diskutanten mit Heinrich Bedford-Strohm der Meinung, dass der „mensenrechtsverbundene Islam zu Deutschland gehört“.

Kardinal wie Landesbischof wollen aber an einer positiven Vision des Zusammenlebens arbeiten. Fundamentalismus in jeder Form wird dabei allerdings eine Absage erteilt. ■

Highlights
im PresseClub

Medien-Treffpunkt

Gäste im Internationalen PresseClub München



Ministerpräsident Horst Seehofer ist immer wieder gern zu Gast im PresseClub



Der ehemalige Oberbürgermeister Christian Ude ist schon vor Jahrzehnten – als Journalist der SZ – dem PresseClub beigetreten



Viel Medieninteresse auch für den „neuen“ Oberbürgermeister Dieter Reiter



Innenminister Joachim Herrmann mit seinem Pressesprecher Oliver Platzer



Der Vorstand des PresseClubs hat Christian Ude zum Ehrenmitglied ernannt. Die Laudatio hielt Peter Gauweiler (rechts). Mit dabei die Ehrenmitglieder Georg Kronawitter und Hans Jochen Vogel



Der Evangelische Landesbischof Dr. Heinrich Bedford-Strohm



Ruthart Tresselt begrüßt den Bayerischen Justizminister Dr. Winfried Bausback



Junge Künstler im PresseClub



Um die Zukunft der Medien ging es im Gespräch mit Verleger Dr. Dirk Ippen und Martin Kunz, dem Direktor der Akademie der bayerischen Presse



Charlotte Knobloch und der EU-Abgeordnete Markus Ferber



Mediengespräch der Evangelischen Akademie Tutzing: Edmund Stoiber, Udo Hahn und Bernd Lenze (von links)



Prof. Stephan Götzl, Vorstandsvorsitzender des Genossenschaftsverbandes Bayern.

Staatsminister Markus Söder erläutert seine Vorstellungen als Finanz- und Heimatminister



Der ukrainische Generalkonsul Vadym Kostiuk im Club



Die Landtagsabgeordnete und stellvertretende CSU-Fraktionsvorsitzende Reserl Sem



Kabarettist Wolfgang Krebs, Verleger Klaus G. Förg, Gabriele Weishäupl (nicht im Bild) und Staatsministerin Ilse Aigner stellen das Krebs-Buch „Nur Bayern im Kopf“ vor



Eine Journalisten-Aktion für die Pressefreiheit in der Türkei



Der Chinesische Botschafter Shi Mingde im Gespräch mit Peter Schmalz



Wolfgang Ischinger, Vorsitzender der Münchner Sicherheitskonferenz, stellt Teilnehmer und Themenschwerpunkte vor



Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, im Gespräch mit dem PresseClub-Vorsitzenden



Der russische Generalkonsul Andrej Grozow sowie Eva Moser und Peter Schmalz vom PresseClub



Veranstaltung anlässlich des Simon Snopkowski-Preises: im Vordergrund die kanadische Musikgruppe „Kletztory“



Immer kurz vor Weihnachten kommt Kardinal Reinhard Marx in den PresseClub



Medien-Treffpunkt



Staatsministerin Ulrike Scharf (3. von rechts) diskutiert in großer Runde die Themen Umwelt und Verbraucherschutz

Hans Jochen Vogel stellt sein neues Buch vor – rechts Anita Bauer-Duré



Zum „Tag der Pressefreiheit“: Bayran Aydin (Türkische Zeitung „Zaman“), Christiane Schlötzer (SZ-Korrespondentin) und Alexander Poel (ZdF/PresseClub)



In den Blogger-Seminaren und Blogger-Stammtischen vernetzt der PresseClub Blogger und Journalisten



PresseClubforum zum NSA- Abhörskandal: Detlef Esslinger, Dr. Hansjörg Geiger, Arne Schönbohm und Peter Schmalz (von links)



Die Quetschenweiber spielen bei der Vernissage von Andrea Hillen auf



Wolfgang Roucka wurde zum Ehrenvorstands-Mitglied gewählt – Überreichung der Urkunde



Ministerpräsident Rainer Haseloff lädt die Mitglieder des PresseClubs nach Sachsen-Anhalt ein



Staatskanzleichef Dr. Marcel Huber



Landtagspräsidentin Barbara Stamm und der ehemalige stellv. Ministerpräsident Martin Zeil (FDP) im Gespräch mit Franziska und Ruthart Tresselt.



Besorgniserregende Zeiten für Fernsehschaffende – die Gesprächsrunde wurde von Uwe Brückner (Bildmitte) moderiert



Am 100. Geburtstag von Sigi Sommer erinnern sich u.a.: Prof. Dr. Helmut Zöpfl, Luise Pallauf (Lebensgefährtin von Sigi Sommer), Udo Flade (ehem. AZ-Chefredakteur) und Gabriele Weishäupl



BR-Hörfunkdirektor Martin Wagner (links) zur Zukunft des Radios



Der bayerische SPD-Chef und MdB Florian Pronold diskutiert mit Ruthart Tresselt



Staatsministerin Melanie Huml (Mitte) in der Diskussionsrunde zum Thema „Bündnis für gesunde Mitarbeiter“



Feier im PresseClub: 30 Jahre Nachwuchsjournalisten in Bayern



„Wohin steuert die bayerische Asylpolitik?“ Diskussionsteilnehmer: Staatsministerin Emilia Müller, Max Götz (OB von Erding), Leonhard Stark (BRK), Marianne Ermann (ehrenamtliche Helferin) und Alexander Poel (ZDF/PresseClub)

Folge dem Ruf der Natur!

FREIZEITAPP!



www.mvv-muenchen.de/freizeitapp

Die beste Kombination: Mit dem MVV zu Wanderwegen und Radltouren rund um München.



Schon vormittags sind die Wiesenzelte gerammelt voll

„Für die Presse nur das Beste“

mit Herz und „Pressewagerl“ rund um die Welt und auf die Wiesn

VON GABRIELE WEISHÄUPL

Im Stall meiner beruflichen Steckenpferde stand so manches stolze Ross. Besonders gehegt aber wurde das Rösslein „Pressearbeit“ aus Überzeugung und voller Enthusiasmus. Journalistinnen und Journalisten jeglicher Provenienz waren meine ständigen Wegbegleiter, meine „Kunden“ in der beruflichen Kommunikation und wichtige Zielgruppen bei meinen Werbeabsichten für die Stadt München und ihr größtes Fest. Eigentlich fühlte ich mich dieser Berufsgruppe immer zugehörig, von meiner ersten „Position“ als Schülerzeitungsredakteurin über die Seitenwechsel bis zu meiner jüngsten Premiere als Autorin. Den Medien gute Arbeitsbedingungen zu schaffen war mir ein echtes Anliegen, das ich mit Eifer und von Herzen verfolgte. Neben den strategischen Absichten war es für mich auch eine Herzensangelegenheit.

Ich war selbst Lokalreporterin gewesen und hatte „Zeitungswissenschaft“ studiert, bis ich die Seiten wechselte, zuerst als Pressereferentin und Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit der Münchner Messegesellschaft, dann 27 Jahre lang als Tourismus- und Volksfestchefin der Landeshauptstadt München. Spot on Munich - hieß es da und ohne mediale Vermittlung des schönen

Produkts rund um den Globus hätte München nicht seine großartige Position im internationalen Tourismus erlangt. Das Image einer Stadt wird selbstverständlich und gerade auch im Spiegel von Print, TV, Radio, Foto und Online vermittelt und gepflegt. Ich hatte von der Messe grundlegende Erkenntnisse über Informationspolitik und hochwertige Dienstleistung mitgebracht, und zwar für Medien auf allen Ebenen, lokal, national und international und in allen Sparten von Lokal- über Wirtschafts- bis Fachpresse. Ich hatte sowohl meinen Magister als auch meine Promotion über das damals neue Thema Öffentlichkeitsarbeit gemacht und entdeckte sofort gewisse Defizite bei der ehrenwerten Stadtverwaltung.

Mit Feuereifer stürzte ich mich auf „meine“ Dienststelle, das Münchner Fremdenverkehrsamt und seine einzige Planstelle „Werbeassistentin“ sowie die Gruppe der früheren Olympiahilfeschwestern, die in Medienbetreuung ausgebildet waren. „Für die Presse nur das Beste“ gab ich als Losung aus und geriet sofort mit dem damaligen Presseamt in Konflikt, dem nach der Geschäftsordnung die alleinige Pressearbeit in der Stadtverwaltung zustand. Einige Jahre später hatte ich dann eine angemessene

Abteilung Öffentlichkeitsarbeit inklusive internationaler Medien- und Fachbesucherbetreuung und Pressestelle mit drei Pressereferentinnen. Hunderte von Presstexten, auch in Fremdsprachen, Interviews, Newsletters, Roundtables, Einzelbetreuungen mit Fachthemen in jeweiliger Sprache, Hintergrundgespräche, Exklusivführungen, Film- und Fotoservice, Sonderbeilagen, Pressereisen, Fototermine, Presseanfragen, jährlich rund 30 Pressekonferenzen. Medienarbeit später online und mit Social Media, die gesamte Klaviatur einer qualifizierten Medienarbeit wurde betrieben. Dies nicht nur in München, sondern weltweit über die neu eingerichteten touristischen Auslandsvertretungen. Neben den klassischen Marketingaktivitäten baute ich eine eigene Medienstrategie auf, um die Tourismusdestination München übrigens im Verbund mit Bayern und dem Imageträger Oberbayern angemessen zu promoten.

Bei allen Fachpräsentationen (Workshops, Roadshows, Münchenwochen, etc.) gab es als besonderen Service eine Pressekonferenz, einen „Pressetisch“ oder vorab Redaktionsbesuche. Ich trat persönlich mit Pressekonferenzen auf fünf Kontinenten auf und freute mich über die Medienkontakte, die sich dann häufig auch in Münchenbesuchen und wunderbaren Berichten über unsere Stadt niederschlugen. Eine besonders liebenswerte Aktion war der „Journalistenaustausch“ (u.a. Zürich, Petersburg, Kapstadt, Madrid, Helsinki, Budapest) bei dem wir mit Münchner Journalisten in die jeweilige Stadt reisten und die wiederum ihre Journaille zu uns schickte.

Wir gelangten so mit unserer Message about Munich in die auflagenstärksten Blätter der Welt. Zum Beispiel berichtete die größte japanische Zeitung Yomiuri Shinbun über unseren Auftritt „Lady turning the world into a barrel of fun.“ Das war allerdings meiner Doppelfunktion auch als Leiterin des Oktoberfestes geschuldet, das die von uns promoteten Themen häufig überlagerte. Diese waren unter dem von mir 1985 eingeführten Slogan „Munich is more“ zu 90 Prozent Kulturthemen von der Museumsmetropole München bis zur Musikstadt. Aber das ist ein anderes Thema.

DAS PRESSEWAGERL

Als Wiesnchefin stürzte ich mich nun auch voller Enthusiasmus auf das Thema Pressebetreuung und musste feststellen, dass es keine gab. Zumindest nicht das, was an meinem vorherigen Arbeitsplatz bei der Messegesellschaft üblich war: Pressezentrum mit Hostessen, Fotoservice, Pressemappen, gut strukturierte Pressekonferenzen, ständige Ansprechpartner und als Geste der Gastfreundschaft Getränkeservice, Kaffee(!) etc.

Man hatte vor 1985 im alten Behördenhof auf der Theresienwiese den wenigen Journalisten einen grauen „Waschzettel“ auf Löschblattpapier mit wesentlichen Ergebnissen des Festes ausgehändigt. Die Darreichung erfolgte durch ein kleines Fenster, das sich öffnete, wenn man daran klopfte oder auf eine alttümliche Klingel mit Schnarrton drückte. Ansonsten war das Etablissement der Festleitung verschlossen, jedoch stand ein weißlackiertes „Arme-Sünder-Bänkchen“ für müde Berichterstatter oder sonstige Bittsteller davor, direkt gegenüber von dem

Fensterchen, auf dass man gut beobachtet werden konnte. Auf Grund meiner lauten Klagen über diese armselige Ausstattung des größten Volksfestes der Welt übergaben mir die Schaustellerverbände 1986 für die Pressebetreuung ein Wägelchen, das schnell einen legendären Ruf erlangte.

Das Schaustellerwagerl stammte aus den Vierzigerjahren des vorigen Jahrhunderts und hatte Küche, Wohnzimmer und – oh, Entzücken – ein Schlafzimmer mit weiß-blau kariertem Bettzeug. Auch äußerlich bot das Gefährt einen anheimelnden Eindruck, nostalgisch und einladend. Ich ließ die wackelige Treppe befestigen, schmückte die kleine Eingangstür mit Blumentöpfen und fortan signalisierte ein freundlich bemaltes Schild: „Wiesn-Pressestelle“. Es gab ab sofort Kaffee, gebrannte Mandeln und Magenbrot für die Wiesnberichterstatter, natürlich auch ein Telefon und Informationen aus erster Hand. Die berühmten Kaffeestunden im Pressewagerl sind bereits Legende bei Generationen von Wiesnreportern und -reporterinnen unvergessen in stimmungsvoller Atmosphäre eines alten Schaustellerwagens. Achtzehn Jahre sorgte das Pressewagerl für Furore, bis es 2004 durch moderne Einrichtungen im neuen Servicezentrum der Festleitung ersetzt wurde. Das Wagerl war ein Symbol und nur der Anfang, ein Steinchen in einem Mosaik von Serviceeinrichtungen unter dem Motto „Das Beste für die Presse“, die den journalistischen Weggefährten die Arbeit erleichtern sollten. Pressekonferenzen, die erste bereits im Juli als Vorschau – eine ständige Wiesn-Pressestelle, professionelle Betreuung und Akkreditierung, Arbeitsplätze mit WLAN und DSL-Anschluss für Laptops, alles in allem wurde ein angemessener Arbeitsplatz auf Zeit auf dem größten Volksfest der Welt geschaffen.

Bei der Wiesn 2014 zählte die Pressestelle 4.678 Journalistenkontakte aus 32 Ländern, von Australien über China bis USA. 479 Dreh- und Fotogenehmigungen an Film, TV und Online wurden erteilt. Damit ist die globale Medienwelt (schon längst) auch Bestandteil unserer Wiesn. ■

Stimmen zum PresseClub



Horst Seehofer
Bayerischer Ministerpräsident

Ich bin immer gern zu Gast im Internationalen PresseClub München, weil er ein lebendiger Treffpunkt ist. Dort erwarteten mich stets ein interessanter Meinungs-austausch mit hoch qualifizierten Journalisten und eine angenehme Atmosphäre im Herzen der Landeshauptstadt. Ich wünsche dem PresseClub auch weiterhin viel Erfolg.

Moderne Medizin und Therapien für die Gesundheit

Die Johannesbad Unternehmensgruppe setzt Schwerpunkte bei Prävention, Suchttherapien und Tele-Reha – und bietet Journalisten Einblicke



Burnout, Sucht, Schmerzen, Übergewicht – Krankheiten, die immer häufiger werden. Die Johannesbad Unternehmensgruppe nimmt sich in ihren neun Fachkliniken und Gesundheitszentren dieser Krankheiten an. Gleichzeitig spielt bei dem Gesundheitsunternehmen die Prävention eine wichtige Rolle.

Drogen und Suchtmittel verursachen in Deutschland erhebliche gesundheitliche, soziale und volkswirtschaftliche Probleme: Nach repräsentativen Studien wie dem Epidemiologischen Suchtsurvey 2012 rauchen 14,7 Millionen Menschen, 1,8 Millionen Menschen sind alkoholabhängig. Schätzungen legen nahe, dass 2,3 Millionen Menschen von Medikamenten abhängig sind. Rund 600.000 Menschen weisen einen problematischen Konsum von Cannabis und anderen illegalen Drogen auf; gut 500.000 Menschen zeigen ein problematisches oder sogar pathologisches Glücksspielverhalten. Auch eine exzessive Internetnutzung kann zu Abhängigkeit führen: Es ist davon auszugehen, dass in Deutschland etwa 560.000 Menschen internetabhängig sind.

Vier Fachkliniken für Psychosomatik und Abhängigkeit der Johannesbad Unternehmensgruppe behandeln Patienten mit spezialisierten Therapien. So finden Glücksspielsüchtige und deren Angehörige in der Fachklinik Hochsauerland in Schmallenberg-Bad Fredeburg Hilfe. Alkohol-, Medikamenten- und Mehrfachabhängige werden in der Fachklinik Fredeburg behandelt. In der Fachklinik Holthausener Mühle,

Schmallenberg-Holthausen, setzen Ärzte und Therapeuten vor allem auf die medizinische Rehabilitation Drogenabhängiger – gerade jüngere Patienten, Eltern mit Kindern und Paare. Auch in der Fachklinik Furth im Wald stehen Abhängigkeiten wie Cannabis-, Alkohol- oder Medikamentensucht sowie Glücksspiel im Mittelpunkt der ambulanten und stationären Therapien.

Die Fachkliniken der Johannesbad Unternehmensgruppe setzen aber bereits viel früher an. „Schon heute bieten wir für unsere Firmenkunden ein breites Leistungsspektrum in der Prävention“, sagt Dr. York Dhein, Vorstandsvorsitzender der Johannesbad Unternehmensgruppe. „Gesundheitstage, Burnout-Prävention für Führungskräfte, Gesundheitscheck für Manager und ein Programm für schnelle psychotherapeutische Hilfe für Mitarbeiter – all das gehört zu unserem betrieblichen Gesundheitsmanagement.“ Die Johannesbad Unternehmensgruppe setzt dieses Programm bereits im eigenen Unternehmen, aber auch bei BMW, ZF Friedrichshafen oder Ford, um und fördert so Gesundheit.

Alle hoch spezialisierten Therapie- und Rehabilitationszentren sehen vor allem den Menschen in seiner Ganzheit. Die Therapeuten und Ärzte blicken über den Tellerrand hinaus. Schulmedizin wird durch komplementäre Therapien wie der traditionellen chinesischen Medizin oder der Akupunktur ergänzt. Modernste Technik schafft nun auch neue Möglichkeiten in der Rehabilitation. So bieten die Thera-

peuten in der Johannesbad Fachklinik den Patienten die Möglichkeit, nach der stationären Rehabilitation im niederbayerischen Bad auch zu Hause weitertherapiert zu werden – durch den erfahrenen Therapeuten aus der Johannesbad Fachklinik in Bad Füssing. Dafür steht die Tele-Rehabilitation. Dr. York Dhein sagt: „So können wir aus der Ferne die weitere Begleitung der Therapien für zu Hause anbieten!“

Die Johannesbad Unternehmensgruppe, die an drei Standorten aus- und weiterbildet, hat sich dem Leitsatz verschrieben: „Gesundheit ist unser Leben!“ Dem untersteht auch der Service für Journalisten und Redaktionen. Experten aus den verschiedensten medizinischen Bereichen stehen für Presseanfragen und Interviews schnell und kompetent zur Verfügung. Patienten berichten von ihren Erfahrungen und Journalisten können die modernen Technologien sowie die Präventions- und Rehabilitationsangebote auch im Selbstversuch testen. Die Johannesbad Unternehmensgruppe überzeugt mit Kompetenz und Fakten: knapp 1,2 Millionen Patiententage, 2.000 Mitarbeiter, 3 Ausbildungszentren und die größte Heilwassertherme Deutschlands.



Pressekontakt:

Patrick Pauli
Johannesbad Holding AG & Co. KG
Marketing & Unternehmenskommunikation
Johannesstraße 2
94072 Bad Füssing
Tel. +49 8531 23-2115
patrick.pauli@johannesbad.de
www.johannesbad.de

Mitgliederversammlung 2015

Eindrucksvolles Programm und neuer Tagungsort

VON EVA MOSER



Stadtrat Hans Podiuk überbrachte die Grüße des Oberbürgermeisters

Manchmal muss man Traditionen neu gründen. Nach ungezählten Jahren im ehrwürdigen Großen Saal des Münchner Rathauses wechselte der PresseClub für seine diesjährige Jahresversammlung den Standort. Im holzgetäfelten Wappensaal des Hofbräuhauses standen der Vorsitzende Ruthart Tresselt und sein Vorstand den Mitgliedern Rede und Antwort. Hintergrund für den Umzug waren die hohen Mieten, die die kommunale Immobilienverwaltung inzwischen für die Räume der Stadt verlangt. Davon konnte auch Stadtrat Hans Podiuk ein Lied singen, der die Grüße des Oberbürgermeisters Dieter Reiter und der Fraktionen überbrachte. Selbst die politischen Parteien im Stadtrat müssen mittlerweile für ihre Veranstaltungen im Rathaus zahlen, und das nicht zu knapp. Doch dann wurde es ernst. Podiuk wies in seinem Grußwort auf die blutigen Anschläge auf die Pariser Satirezeitschrift „Charlie Hebdo“ und in Kopenhagen hin. Er sah die Freiheit von Kunst und Presse als sehr verletzliches Gut an, das mutige Verteidiger brauche. Nach einer Untersuchung des US-Forschungsinstituts Freedom House lebe weltweit nur jeder sechste Mensch in einem Land mit freier Berichterstattung durch die Presse. Schlusslichter seien zwar bekannte Diktaturen wie Nordkorea, doch auch im Westen gebe es Defizite. Stichwort „NSA“-Affäre: Die Geheimdienste nahmen verstärkt auch Journalisten ins Visier, so Podiuk. Dankbar zeigte sich der Stadtrat dafür, dass sich bei den Antipegida-Demonstrationen zehntausende Münchner für Toleranz einsetzen. Podiuk würdigte den PresseClub als Institution, die als offenes Meinungs- und Diskussionsforum Brücken zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen schlage. Das sei nicht zuletzt bei der Clubveranstaltung „Religionen im Dialog“ deutlich geworden.

IN SEINER LEISTUNGSBILANZ betonte Ruthart Tresselt voll Stolz, dass die Münchner Vereinigung mit 830 Mitgliedern zu den größten PresseClubs Europas zählt. Dazu passt die ein-

Mitglieder-
versammlung



In Zukunft hat es der Vorsitzende gleich mit drei Damen im Büro zu tun: Hannelore Saalmüller, Angelica Fuss und Inge Nestler (von links)

drucksvolle Zahl an Veranstaltungen im Jahr 2014: 200 Mal lud der Club in seine Räume ein. Für den Nachwuchs im Mentoringprogramm – einmalig unter den deutschen PresseClubs – organisierte der PresseClub 19 Veranstaltungen. Seit Jahrzehnten gehört es zum guten Brauch im Presseclub, dass das Veranstaltungsjahr mit dem Münchner Kardinal ausklingt. Und ebenso traditionell beginnt die neue Saison der PresseClubtermine mit dem evangelischen Landesbischof. Zum festen Programm des PresseClubs gehört auch der Termin mit dem bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer. Darüber hinaus verzeichnete der PresseClub Gesprächs- und Diskussionsrunden mit Politikern aller Parteien, mit Wirtschaftsfachleuten und mit Vertretern aller gesellschaftlichen Schichten.

ZU DEN HÖHEPUNKTEN des Veranstaltungsjahrs rechnete Ruthart Tresselt auch drei Auftritte des Kabarettisten Wolfgang Krebs im PresseClub. Als zeitgeschichtliche Sternstunden wertete Ruthart Tresselt die Veranstaltungen mit den Politikern Theo Waigel, Hans-Jochen Vogel und Alt-OB Christian Ude, der obendrein noch mit der Ehrenmitgliedschaft des PresseClubs ausgezeichnet wurde.

Mittlerweile hat der PresseClub eine Vielzahl von Veranstaltungsformaten – in eigener Regie oder mit Kooperationspartnern – im Angebot: ein öffentliches PresseClubForum, den PR-Talk mit Perry Reisewitz, den Medientreff der Evangelischen Akademie, den Tag der Pressefreiheit, das interkulturelle Fastenbrechen mit Medienschaffenden, die Vernissagen „Kunst im PresseClub“, exklusive Führungen für Clubmitglieder und auch die von Vorstandsmitglied Dietmar Schmidt organisierte Verleihung des clubeigenen Herwig-Weber-Preises. Nach wie vor geht der Club auf Reisen, und zwar im In- und Ausland, wie Ruthart Tresselt betont. Peter Schmalz, seines Zeichens stell-



Foto: Johann Schwepfänger

Erstmals fand die Mitgliederversammlung im Wappensaal des Hofbräuhauses statt

vertretender Vorsitzender, organisiert im Juni eine Fahrt nach Sachsen-Anhalt, eine Stadtführung in Wittenberg durch den Ministerpräsidenten Reiner Haseloff inbegriffen. Und für berichtende Journalisten bietet der befreundete PresseClub Nürnberg eine Wochenreise in die Türkei an.

Grundvoraussetzung für diese Aktivitäten ist eine reibungslose und professionelle Organisation. Ruthart Tresselt dankte daher der Clubgeschäftsführerin Angelica Fuss sehr herzlich, die auch die Jahresversammlung plante. Ein weiterer Dank ging an ihren ehemaligen Stellvertreter Günther Elia Treppner, der sich mittlerweile selbständig gemacht hat. Allerdings kann der PresseClub beim Mentoringprogramm weiter auf ihn zählen. Verstärkung kommt inzwischen von Frau Hannelore Saalmüller und Frau Inge Nestler. Ein herzliches Dankeschön richtete Ruthart Tresselt an alle Vorstandskolleginnen und -kollegen und auch an die Clubfotografen und -filmemacher.

WIE IN DER TAGESPRESSE SCHON BERICHTET, lässt die Eigentümerin Bayerische Hausbau das Gebäude am Marienplatz ab März 2016 umbauen. Der PresseClub wird für anderthalb Jahre ein Ersatzdomizil im Tal 12 – bei Paulaner im Tal – beziehen und danach wieder an den angestammten Platz gegenüber dem Rathaus zurückkehren. Die Gespräche und Verhandlungen verliefen in sehr guter Atmosphäre, betonte Ruthart Tresselt.

Der bevorstehende Umzug stelle auch für die Finanzen des PresseClubs eine Herausforderung dar, erläuterte Schatzmeister Helmut Gierke. Doch mit dem Jahresergebnis 2014 zeigte er sich erst einmal zufrieden. Die Firmenmitgliedschaften hätten sich bewährt und die Zahl der Austritte nach der Beitragsanhebung zum 1. Januar 2014 sei sehr gering. Einen leichten Rückgang verzeichnen aber die Einnahmen aus Veranstaltungen. Trotzdem konnte der Finanzchef des PresseClubs die „eiserne Reserve“ wieder aufstocken.

DIE PFLEGE DES NACHWUCHSES lässt sich der PresseClub etwas kosten. Mit finanzieller Unterstützung der Schörghuber-Gruppe organisiert der PresseClub ein umfangreiches Mentoringprogramm, das inzwischen 10-jähriges Jubiläum feiern konnte. Seit 2004 erhalten junge Journalisten Hilfe bei der Berufsfindung. „Überhaupt wird der PresseClub für jüngere Kol-

leginnen und Kollegen attraktiv“, so Ruthart Tresselt. Der PresseClub verfügt über eine gute Präsenz im Netz. Außerdem bietet er mittlerweile Blogger-Stammtische und -Seminare an. Gerade im Internet-Zeitalter ist jedoch die persönliche Kommunikation, die Gelegenheit zum persönlichen Gespräch mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Wissenschaft durch nichts zu ersetzen. „Der Internationale PresseClub München ist das Netzwerk für Journalisten und Repräsentanten unserer Gesellschaft“, hielt Ruthart Tresselt abschließend fest.

Dass der neue Tagungsort und das neue Format der Mitgliederversammlung mit anschließendem Jahresessen bei den „PresseClubberern“ sehr gut ankamen, zeigt die große Zahl der Teilnehmer. Bei Schweinsbraten und Schwammerl nutzten sie ausgiebig die Gelegenheit zum persönlichen Austausch. ■

Impressum

PresseClubmagazin 19. Ausgabe 2015

Herausgeber: Internationaler PresseClub München e.V.
Marienplatz 22 · 80331 München · Telefon 089/2602-4848
Telefax 2602-4850 · Web: www.PresseClubMuenchen.de
E-Mail: info@presseclub-muenchen.de

Chefredaktion: Ruthart Tresselt (verantwortlich)

Gestaltung: Birgit Schwintek

Auflage: 8.000 Exemplare

Druck: Erhardi Druck GmbH, Regensburg

Fotos Titelblatt: Johann Schwepfänger

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Texte: Uwe Brückner, Angelica Fuss, Helmut Gierke, Thomas Kletschke, Michael Langer, Karsten Lohmeyer, Eva Moser, Gaby dos Santos, Werner Siebert, Elia Treppner, Ruthart Tresselt, Gabriele Weishäupl, Karl Jörg Wohlhüter, Werner Wunder
Karikaturen: Dieter Hanitzsch.

Fotos: Robert Auerbacher, Armin Baumgartner, Bernd Lindenthaler, Andrea Roehl, Passau Tourismus, Uni Leipzig, Uni Mainz, Uni München, Uni Münster, Mhab, Johann Schwepfänger, Elia Treppner, Ruthart Tresselt.



M

/ Erleben Sie den Flughafen München:
jeden Monat neu im eMagazin.

Verbindung leben

Vielfalt erleben, Herzlichkeit spüren, Menschen zusammenbringen. Jetzt das eMagazin Motion im AppStore oder im Google PlayStore herunterladen.



Ein Arbeitsmodell mit Zukunft +++ Mensch und Maschine
gemeinsam +++ An einem Band +++ Mit Robotern +++
Die körperliche Belastung minimieren +++ Und so die
Gesundheit fördern +++ Die BMW Group +++ Vorreiter
bei der Produktion 4.0

Mehr erfahren im Film unter:

[BMWGROUP.COM/WHATSNEXT](https://www.bmwgroup.com/whatsnext)

WARUM WIR MIT ROBOTERN IM TEAM ARBEITEN? WEIL ES KEINE FOLGEN HAT.

**INNOVATIVE PRODUKTION OHNE KÖRPERLICHE BELASTUNG.
FÜR UNS DER NÄCHSTE SCHRITT.**

**BMW
GROUP**



Rolls-Royce
Motor Cars Limited