

# PRESSE CLUB

## Magazin

Infos • Fotos • Interviews • Portraits

- Neue Trends im Mediengeschäft
- Interview: Das Regionale ist das Exklusive
- Politische Karikaturen von Dieter Hanitzsch
- Die Geschichten liegen auf der Straße
- Der Urknall des Privatfernsehens



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

Internationaler PresseClub München:  
Das Mediennetzwerk in Deutschland – seit über 60 Jahren

# Spielvielfalt mit LOTTO Bayern.

**LOTTO<sup>®</sup> 6 aus 49**

**Lose**  
VON LOTTO

**ODDSET**  
DIE SPORTWETTE

**KENO**

**SUPER 6**

**GlücksSpirale**

**TOTO**

**Spiel 77**

**EINER  
JAHRESPOT**



**LOTTO<sup>®</sup>**  
Bayern

**Ihr Spiel in guten Händen.**

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

## Inhalt



8

- 5 EDITORIAL**  
Willkommen im Club. Von Ruthart Tresselt
- 6 DREIFALTIGKEIT – ODER IDEENREICHTUM**  
Von Karl-Jörg Wohlhüter



10

- 8 PRESSECLUB GOES MEDIENTAGE**  
Von Thomas Kletschke
- 10 UNTERWEGS IN FRANKEN**  
Von Sibylla Machens
- 14 DAS REGIONALE IST DAS EXKLUSIVE**  
Ruthart Tresselt im Gespräch mit Chefredakteurin Bettina Bäumlisberger



22

- 17 REPUTATION IST DAS ZAUBERWORT**  
Von Werner Wunder
- 20 POLITISCHE KARIKATUREN**  
Von Dieter Hanitzsch

- 22 DIE GESCHICHTEN LIEGEN AUF DER STRASSE**  
Von Günther Elia Treppner
- 26 PREISVERLEIHUNG: HERWIG-WEBER-  
PREIS UND PUBLIZISTIKPREIS**  
Von Thomas Kletschke

- 30 PRESSECLUB EXKLUSIV-FÜHRUNGEN**
- 34 KUNST IM PRESSECLUB**  
Von Angelica Fuss

- 38 MEDIEN-TREFFPUNKT**  
Gäste im Internationalen PresseClub  
Empfang Ruthart Tresselt

- 46 QUALITÄTSJOURNALISMUS UND PR**  
Von Bernhard Taubenberger

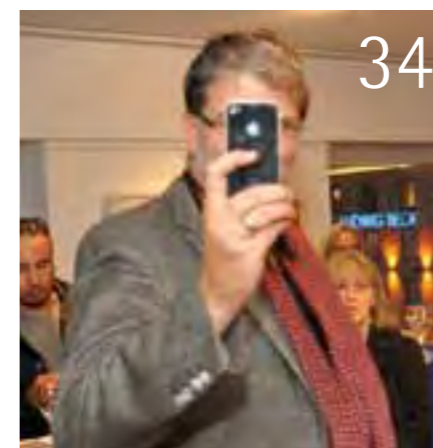
- 48 DIE STUNDE DES PRIVATFERNSEHENS**  
Von Uwe Brückner

- 52 FORUM DEUTSCHER PRESSECLUBS**  
Von Helmut Gierke

- 55 DIE KUNST DES WEIN-GENIEBENS**  
Von Konrad Kobler

- 57 MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2014  
MIT NEUWAHLEN**  
Von Eva Moser

- 58 IMPRESSUM**



34

Fotos: Robert Auerbacher (1), Johann Schwepfner (2), Elia Treppner (1)

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

# Editorial

## Willkommen im Club



RUTHART TRESSELT  
VORSITZENDER  
UND CHEFREDAKTEUR

Engagement und Teilhabe gehören zu einer lebendigen Demokratie in Staat und Gesellschaft. Doch inzwischen verkommt die Politik zum Showgeschäft und für viele Journalisten geht inzwischen Unterhaltung vor Information. Politiker und Journalisten sollten deshalb ihre Rolle hinterfragen und ihre Arbeitsweise überdenken. Viele sprechen von Volksverblödung, denn die Belanglosigkeiten dieser „Societynews“ haben inzwischen auch Tageszeitungen, Rundfunk und Fernsehen erreicht.

Was könnte es auch Schlimmeres geben, als nicht zu wissen, dass z.B. der Fußballer Thomas Hitzlsberger schwul ist. Das war immerhin mehrere Tage auf Seite 1 der Aufmacher vieler Tageszeitungen. Auch Rundfunk und Fernsehen berichteten darüber ausführlich.

Wir haben eine Medienwelt, in der oft peinliche Unterhaltung nur so brummt - die Themen aber, die alle angehen, werden einfach nicht wahrgenommen. Dabei gibt es tatsächlich Informationen und Nachrichten, die uns selbst betreffen, jeden Einzelnen von uns, ohne Ausnahme.

Da werden uns täglich Substanzen in Lebensmitteln serviert, die einer Nachfrage bedürften. Auch das Autorennen Formel 1 braucht eine Antwort auf die Klimadebatte. Wem nützt es eigentlich, wenn jemand in einer globigen Konstruktion auf 4 Rädern, in einer hässlich hergerichteten kurvigen Straße, mehr als 300 Stundenkilometer fährt, die Luft verpestet und damit dem Klima schadet? Firma und Fahrer verdienen damit Millionen und schütten sich nach dem Sieg teuersten Champagner über den Kopf; statt ihn mit Freunden zu trinken.

In welcher Welt leben wir eigentlich? Millionen Menschen hungern; auf der anderen Seite werden Millionen Euro für den Transfer eines Fußballers aus-

gegeben (moderner Menschenhandel) und die Polizei muss die Fans vor sich selber schützen – natürlich auf Steuerzahlerkosten. Leider gibt es viele weitere Beispiele...

Jetzt aber dringend etwas Positives: Der PresseClub ist auf Rekordkurs – fast 300 Veranstaltungen jährlich, 850 Journalisten und Medienschaffende nutzen das Netzwerk PresseClub. Wir unterstützen junge Journalisten, beispielsweise in unserem jährlichen Mentoringprojekt (Seite 22). Auch an den Medientagen haben wir uns wieder beteiligt (Seite 20). Höhepunkte im kulturellen Bereich sind unsere Vernissagen mit Münchner Künstlern.

Natürlich sind wir auch im Netz präsent. Die geänderte Mediennutzung stellt uns Journalisten vor große Herausforderungen. Das Internet mit seinen unfassbaren Geschwindigkeiten und den Möglichkeiten der Vernetzung, dem Zugriff auf alle Nachrichtenquellen hat uns bisher jedenfalls nicht zu besser informierten Menschen gemacht. Umso wichtiger wird professionelle Hilfe von zuverlässigen Medien. Das ist die Chance für Qualitätsjournalismus.

Der Verleger Dirk Ippen sagte bei einer Veranstaltung im Club: „Facebook ist nur ein Sozialsystem. Idealerweise bildet eine Lokalzeitung genau so ein Sozialsystem ab. Jedes Medium braucht eine Seele.“

Das gilt natürlich auch für den PresseClub. Wir diskutieren mit Neugier und kritischer Distanz vor Ort über die Zukunft der Medien und die Veränderungen im Journalismus. Der PresseClub ist ein Forum der Kommunikation, der persönlichen Begegnung von Journalisten, Fotografen, Medienmenschen und Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Wissenschaft.

In diesem Sinne wünsche ich uns allen viel Erfolg. Nach wie vor gilt deshalb: Willkommen im Club!



BayWa

## „Spannende Aufgaben und Zeit für die Familie. Das schätze ich an der BayWa.“

„Ich habe bereits meine Ausbildung bei der BayWa gemacht. Danach war ich hier in den unterschiedlichsten Bereichen aktiv. Als dann meine beiden Kinder kamen, zeigte sich, dass es der BayWa mit der Familienfreundlichkeit wirklich ernst ist. Durch flexible Arbeitszeiten lassen sich Familie und Beruf für mich prima miteinander vereinbaren. Heute kann ich sagen: Die BayWa hat mich bislang in jeder Phase meiner Karriere perfekt unterstützt.“

Sandy Kunert, Bamberg

Die BayWa ist ein auf allen Kontinenten tätiger Handels- und Dienstleistungskonzern mit rund 17.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von über 10 Milliarden Euro. Der Schwerpunkt unserer Geschäftstätigkeit liegt in den Segmenten Agrar, Energie und Bau. Der BayWa Konzern zählt zu den weltweit führenden Agrarunternehmen. Im Bereich der erneuerbaren Energien ist er europaweit einer der wichtigsten Projektentwickler in den Wachstumsmärkten Solar, Wind und Biogas. Als starker Partner vor Ort ist die BayWa ebenso in der Region verwurzelt – und das mit Tradition. Im Jahr 2013 wurde die BayWa 90 Jahre alt.

# Dreifaltigkeit – oder Ideenreichtum

Zauberformel Trimedialität – Neue Trends im Mediengeschäft

VON KARL-JÖRG WOHLHÜTER

Gerade in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten geistert zurzeit ein Begriff durch die Bürolaufbahn, der die Radiomanager wie eine Seuche angesteckt hat, den Großteil der Mitarbeiter aber enorm verunsichert. Die Rede ist von der Trimedialität. Sie bedeutet das Verknüpfen von drei Kanälen: Hörfunk, Fernsehen und Online; die bislang getrennten Welten Fernsehen, Radio und Internet verschmelzen zu einer Einheit. Trimedialität scheint der neue Freifahrtsschein zum Ausbau ihrer Radioaktivitäten im Web und für junge Zielgruppen zu werden.

**IN MANCHEN FUNKHÄUSERN** versucht man bereits bei der Ausbildung dieser Zielstellung gerecht zu werden. Journalisten befürchten jedoch, dass sie künftig zur eierlegenden Wollmilchsau werden sollen. Zunächst den Text für das laufende Internet-Angebot gestalten, dann einen Hörfunkbeitrag produzieren, die Kamera schultern und das Thema fernsehgerecht darzustellen, vielleicht auch noch Werbung zu akquirieren. Verwunderlich bei dieser Strategie ist die Tatsache, dass man praktisch gut 20 Jahre die jeweiligen Programme als Produkte organisiert hat mit formatgerechten eigenen Nachrichten und, überspitzt gesagt, zielgruppenorientierten Reinigungs Kräften für jedes Programm. Beunruhigend an dieser Strategie ist die Tatsache, dass die Vorhaben ausgesprochen schwammig sind, in keiner Weise durchkalkuliert und bereits wieder so fest baulich wie inhaltlich geplant werden für einen Gesamtmarkt, der sich immer schneller verändert und vor allem eines erfordert: Flexibilität.

Nehmen wir das praktische Beispiel für ein bestehendes trimediales Angebot, das der SWR gezielt für die Jugend entwickelt hat. Unter dem Titel DASDING, das „Jugendmultimedialmedium“ des SWR, werden Themen entwickelt, die dann direkt mittels Hörfunk-, Fernseh- und Internetbeiträgen journalistisch aufbereitet werden. Das Team von DASDING ist im gleichen Alter wie seine Zielgruppe: zwischen 18 und 29 Jahren. Die

somit jüngste professionelle Medienredaktion Deutschlands produziert ein werbe- und sponsorfreies Vollprogramm im Radio, eine eigene Fernsehsendung und die Internetseite [www.dasding.de](http://www.dasding.de) mit der DASDING Community. DASDING bringt gezielt die Musik junger, noch unbekannter Bands ins Radio. Im SWR Fernsehen läuft jede Woche samstags DASDING.tv mit Starinterviews,



DASDING gilt als Jugendmultimedialmedium des SWR

Musikspecials, „DASDING der Woche“ und Kinotipps. Spezialsendungen von Festivals runden das Angebot im Fernsehen ab. Das Internet [www.dasding.de](http://www.dasding.de) bietet neben dem vollständigen DASDING-Radioprogramm als Live-Stream, Radio- und Fernsehbeiträge zum Nachhören und Anschauen, aktuelle Hintergrundinformationen, Bildergalerien von DASDING-Events und die DASDING Community. (<http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/horfunker/74653/swr-dasding>)

Viele Journalisten müssen (dürfen?) heute schon ihren Bericht für verschiedene Medien aufbereiten

**AN DIESEM BEISPIEL** zeigt sich klar, dass es sich letztlich um ein Musikangebot handelt, das keine besonderen journalistischen Ansprüche stellt. Ob man nun die aktuellen Hits aus dem Computer sendet, im Radio wie im Internet, oder die massiv vorhandenen Clips runterspielt, ist relativ einfach. Schwieriger aber wird die Sache schon, wenn wir uns nur das Beispiel Wirtschaft herausnehmen. Im Internet konkurriert man mit inhaltlich wesentlich opulenteren Formaten, wie etwa dem Handelsblatt, das Serviceleistungen bietet, an die ein öffentlich-rechtlicher Sender allein schon aus urheberrechtlichen Gründen nicht herankommt. In den Massenprogrammen des Hörfunks, die heute ja harte Informationen nur als lästige Unterbrechung ihres Wohlfühlprogrammes sehen, hat man Wirtschaftsthemen weitgehend eliminiert. Noch problematischer wird es im Fernsehen, weil man hier vieles nicht bebildern kann. Ob es ein Hedgefonds ist oder die Welt der Derivate: Themen, die die Wirtschaftsexperten enorm interessieren, lassen sich praktisch nur als gefilmten Hörfunk aufbereiten –



Foto: Johann Schwepfänger (1)



Trimedialität bedeutet das Verknüpfen von drei Kanälen: Hörfunk, Fernsehen und Internet verschmelzen zu einer Einheit.



Mitarbeiter des Bayerischen Rundfunks diskutieren auf den Medientagen in München über neue Konzepte

siehe die Börsen-Berichterstattung vor der Tagesschau. Vergleichbare Schwierigkeiten ergeben sich in den Feldern der Politik und bedingt auch bei der Aktualität. Denn eines hat man ja bei den radikalen Programmformen der letzten Jahre gesehen: Reichweiten erzielt man nur mit einem stringenten, auf Zielgruppen ausgerichteten Programm. Versuche, Radiojournalisten als Fernsehkorrespondenten einzusetzen, sind schlicht gescheitert, weil die unterschiedlichen Medien völlig andere berufliche Qualifikationen erfordern.

**IN DER PRIVATWIRTSCHAFTLICHEN** Medienwelt käme niemand auf die Idee, Redakteure, die in einem Großkonzern in den Redaktionen für Unterhaltung bei einem Magazin arbeiten, nebenbei noch für den Programmrenner „Bauer sucht Frau“ zu beschäftigen. Sicher wird es sinnvoll sein, Synergien dort einzusetzen, wo es sich ohne Krampf anbietet. Aber gerade die Entwicklung im privatrechtlichen Internetmarkt verfolgt einen gänzlich anderen Kurs. Hier wird mit enormem Einsatz unentwegt die

Foto: Robert Auerbacher (1)

Kreativität gefördert. Man kann gleichsam als Fortsetzung des Anzeigengeschäftes mit völlig neuen Internetangeboten ordentliche Gewinne machen. Das System ist einfach, über den Kundenstamm, den man sich im Printbereich erworben hat, lassen sich ertragreiche Zusatzangebote entwickeln. So verdient nach Brancheninformationen ein Münchner Großverlag mit einer Plattform, auf der er Hunde- und Katzenfutter verkauft, mehr als mit seinem renommierten Wochenmagazin. Ein Großteil der Vergleichsportale und Serviceplattformen, wie den recht erfolgreichen Kuppel-Offerten – wurden in Garagen entwickelt und von Großverlagen aufgekauft. Vereinfacht gesagt, stehen sich zwei strategische Konzepte gegenüber: Der bürokratisch wirkende Ansatz zur Trimedialität und die Suche nach neuen Angeboten im Netz, die nur begrenzt etwas mit dem klassischen Journalismus zu tun haben. Ein Münchner Internet-Anbieter versuchte, sich rechtzeitig beim Stichwort „Valentinstag“ auf den vorderen Platz in den Suchmaschinen zu etablieren. Dafür gibt es mittlerweile eigene Techniken, die aber

ständig von Spitzenkräften optimiert werden müssen. Auf der Plattform wurde dann der Sinn des Valentins-Tags erläutert, mit dem Hinweis, dass man Blumen schenke und einige liebe Zeilen dazuschreibe. Um es den Usern nicht zu schwer zu machen, werden dann 20 kurze Rilke-Gedichte aufgeführt – und ein Link zu fleurop gesetzt. Das Unternehmen konnte im vergangenen Jahr 12000 Bestellungen verzeichnen. So rechnet sich das Internet.

**EIN DERZEIT BESONDERS BELIEBTER ANSATZ** verfolgt als Ziel, mit Spendenaktionen, neudeutsch Crowdfunding, neue Angebote zu entwickeln. So haben junge Berliner Journalisten einen sechsstelligen Spendenbetrag eingesammelt, mit dem sie eine bessere Auffindbarkeit bei Twitter entwickeln. Auch in der Medienwirtschaft wird sich künftig zeigen: Nicht die großen Tanker haben die Nase vorne, sondern die ideenreichen jungen Leute, die vor allem die rasante technische Entwicklung schneller in journalistische Produkte umsetzen können, die sich auch bezahlt machen. ■



# PresseClub München goes Medientage:

Warum ist Boulevard attraktiver als die aktuelle Tagespolitik?

VON THOMAS KLETSCHKE



AZ-Gesellschaftskolumnist Michael Graeter spricht über die Führungsrolle des Boulevards



Die Diskutanten von links: Michael Graeter, Ruthart Tresselt, Michael Anger und Christoph Fasel

**W**arum ist Boulevard attraktiver als die aktuelle Tagespolitik? Das menschliche Gehirn liebt Klatsch und Tratsch: Es speichert nach einer Studie britischer Wissenschaftler Informationen aus Klatschgeschichten über Bekannte und Freunde sehr viel präziser ab als sachliche Informationen. Ist also Boulevard statt Politik die neue Devise? Darüber diskutierten am 18. Oktober Prof. Dr. Christoph Fasel, Journalist, Journalismuslehrer, Autor und Medienwissenschaftler, der Gesellschaftskolumnist der Abendzeitung Michael Graeter, und Michael Anger, stellvertretender Vorsitzender des Deutschen Journalistenverbandes auf den Medientagen 2013 in München. Ruthart Tresselt, Vorsitzender des Internationalen Presseclubs München e.V. moderierte.

Einig war sich das Podium in einem Punkt: Boulevard ist wichtiger geworden – und wird es wohl auch noch werden. Bei der Frage, ob er der Tagespolitik schon den Rang abgenommen habe, gab es unterschiedliche Bewertungen. Für AZ-Mann Michael Graeter hat der Boulevard schon die Führungsrolle übernommen. Dafür machte er vor allem die Sprachlosigkeit der Politiker verantwortlich, beziehungsweise ihre Vorliebe für Floskeln. „Politiker faseln viel. Prominente



Blick in den Regieraum – hier werden alle Diskussionen aufgezeichnet

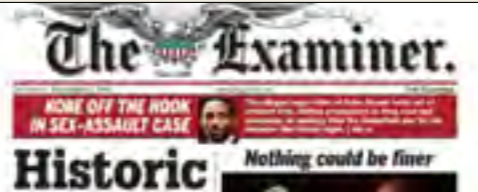
sagen etwas aus“, so Graeters These. Zudem – und da stimmte das Podium mit Graeter überein – schreibe der Boulevard oftmals deutlicher und verständlicher. Davon hätten inzwischen alle Medien profitiert.

Mit-Diskutant Prof. Dr. Christoph Fasel ging davon aus, dass sich zudem auch die Politiker in den letzten Jahren zunehmend des Boulevards bemächtigt hätten. Um dort zu glänzen und so Punkte für ihre Wahrnehmung in der Öffentlichkeit zu sammeln. Zudem hob er hervor, dass der Boulevard jede Menge nützlicher journalistischer Werkzeuge liefere. So seien Stories, die aus einer Gesetzesnovelle beispielsweise das Nutzwertige herausholten ein Vorbild, das auch in anderen Tageszeitungen und Magazinen seit einiger Zeit gewünscht wird. Und zwar nicht nur von der Chefredaktion, sondern auch von den Leserinnen und Lesern.

DJV-Mann Michael Anger sah ebenfalls, dass die Trennschärfe früherer Jahre so nicht mehr existiert. „Die Alleinstellung des Boulevard gibt es nicht mehr“, so seine Feststellung. Zugleich erinnerte er daran, dass nicht allein das Schildern von Details einer (öffentlichen) Person gleich schon Boulevard sei. Im Gegenteil, so Anger. Menschen, die sich etwa für ein Amt zur Verfügung stellten, müsse man auch als Privatperson schildern, damit Wählerinnen und Wähler sich ein besseres Bild des Kandidaten oder der Kandidatin machen könnten.

Einig waren sich alle Profis, dass sich Online- und Print-Journalistinnen und -Journalisten in jedem Falle an den Pressekodex zu halten hätten – egal, ob sie ihr Handwerk eher bei einem Boulevard-Medium oder einem sogenannten Qualitätsblatt ausübten. Ähnlich wie beim Thema Medienkonvergenz nimmt die Branche also derzeit eher wahr, wie sich zuvor getrennte Bereiche aneinander annähern. ■

Fotos (3): Robert Auerbacher



# Unterwegs in Franken

Eine Reise in die UNESCO-Weltkulturerbe Stadt Bamberg und zur Bayerischen Landesausstellung „Main und Meer“ in Schweinfurt

VON SIBYLLA MACHENS

**JE ARBEITSREICHER DER ALLTAG** vieler Journalisten und Pressesprecher, desto seltener reicht die Zeit, aktuelles Geschehen und Veränderungen der Medienwelt zu diskutieren oder Erfahrungen mit Kollegen auszutauschen. Auf einer Wochenendreise mit dem PresseClub bieten sich dazu viele Gelegenheiten. „Ich habe fast jede Clubreise mitgemacht,“ erinnert sich Vorstandsmitglied Anita Bauer-Duré, als sie an einem sonnigen Julisamstag mit 35 Clubmitgliedern den Bus gen Bamberg besteigt. Sie kennt die meisten Reisetilnehmer schon seit vielen Jahren. Erstmals mit von der Partie sind auch langjährige Clubmitglieder wie Pressesprecherin Claudia Scheerer, die während des Wochenendes einige Kontakte knüpft.

kulturerbestätte. Die Mitglieder des PresseClubs spazieren durch das 1387 in der Regnitz auf 2.000 Eichenpfählen errichtete Brückenrathaus. Vorbei an amerikanischen Reisegruppen und zahlreichen Antiquitätengeschäften gelangen sie auf den 386 Meter hohen Domberg. Kurz verstummen die Gespräche, um einer Freiluftmesse andächtig lauschende Motorradfahrer neben ihnen in der Sonne blitzenden Maschinen nicht zu stören, bevor die Gruppe die Alte Hofhaltung und den barocken Rosengarten bewundert. Währenddessen herrscht reges Markttreiben im Zentrum der Universitätsstadt. Einheimische erstein Obst und Gemüse aus der nahegelegenen Gärtnerstadt, erledigen ihre Besorgungen in vielen kleinen Geschäften. Studenten genießen das schöne Wetter in



Werbeplakat für die Landesausstellung (links), Bamberg ist zu jeder Jahreszeit eine Reise wert

**VOLLER VORFREUDE AUF DAS REISEZIEL** erzählt Alfred Brems: „Ich habe einen persönlichen Bezug zum Fluss Main und zu der Landschaft dort.“ Denn Brems arbeitete nach seiner Ausbildung an der Deutschen Journalistenschule bei der Mainpost. Die im Bus begonnenen lebhaften Gespräche werden in Bamberg bei „Hoffmanns Steak & Fisch“ fortgesetzt. Zwei geführte Gruppen erkunden nach dem Einchecken in das mondän wirkende Viersternehotel „Bamberger Hof Bellevue“ die mittelalterliche Altstadt mit ihren teils liebevoll restaurierten Fachwerkhäusern auf beiden Seiten des Linken Regnitzarmes.

**SCHNELL WIRD KLAR:** Das mehr als 1.000 Jahre alte Bamberg mit rund 2.400 denkmalgeschützten Gebäuden unterscheidet sich deutlich von so mancher museumshaft wirkender UNESCO-Welt-

Straßencafés, treffen sich an Brunnen und auf der Unteren Brücke. Sie scheinen jeden Winkel des beliebten Touristenziels zu bevölkern und bewahren es so vor Kulissenhaftigkeit.

„Eine Befragung in 50 deutschen Städten hat ergeben, dass sich die Menschen in Bamberg am wohlsten fühlen,“ erzählt Fremdenführer Eberhard Haar und sagt über die Größe der 70.000 Einwohner zählenden Stadt: „Hier kann man miteinander reden, aber es redet nicht jeder über jeden.“ Zudem herrsche ein vernünftiges Preis-Leistungs-Verhältnis, auch beim Bier, das von den vielen Studenten geschätzt werde.

**DIE MITGLIEDER DES PRESSECLUBS** fotografieren während einer Hafensrundfahrt mit dem Schiff „Stadt Bamberg“ die ehemalige Fischersiedlung Klein Venedig und bestaunen die

Fotos: Johann Schwepfinger (1), Franken Tourismus/Bamberg (2)



Mit dem Schiff durch "Klein-Venedig"



In Bamberg gibt es fast 2400 denkmalgeschützte Gebäude. Fußgängerzone in der Bamberger Altstadt (rechts)

nüchternen Kreuzfahrtschiffe auf dem Main-Donau-Kanal, in denen vor allem Touristen aus Übersee nächtigen. Als in einer Schleuse Wasser abgelassen wird, scherzt Vorstandsvorsitzender Ruthard Tresselt: „Das ist jetzt der Zeitpunkt unserer Reise, an dem wir unter unser Niveau sinken.“

**ZUM GEMÜTLICHEN AUSKLANG DES TAGES** stärkt sich die Gruppe in einer Dominikanerklausur mit Netzgewölbe aus dem 13. Jahrhundert. Matthias Trum, in der sechsten Generation Leiter der weltweit bekannten Gaststätte „Schlenkerla“ und der einzigen Brauerei in der Bamberger Altstadt, empfiehlt zu den fränkischen Spezialitäten das Original Bamberger Rauchbier zu probieren. Wer daran Geschmack findet, kann ganz schön ins Schlenkern geraten. Von Bamberg in Bierfranken geht es am nächsten Tag per Bus nach

Schweinfurt in Weinfranken. In einem ehemaligen Schwimmbad, der Kunsthalle Schweinfurt, erläutert Stadtführerin Claudia Helldorfer die Bayerische Landesausstellung „Main und Meer“. Der 527 Kilometer lange Fluss hat viele Gesichter, gilt als fränkische Lebensader und als Tor zu Welt, spätestens seit der Eröffnung der Main-Donau-Kanals 1992. Nach Themenbereichen gegliedert werden unter anderem der Weinanbau in Franken erklärt, Fundsachen aus dem Main gezeigt, Umweltschutz und Hochwasser erörtert. Einige Kunstinteressierte spazieren nach dem Mittagessen in der „Alten Reichsbank“, in der sich auch im ehemaligen Tresorraum speisen lässt, durch die Fußgängerzone zum renommierten Museum Georg Schäfer, in dem Werke von Wilhelm von Kobell, Lovis Corinth, Adolph Menzel und Carl Spitzweg zu sehen sind. „Es lohnt sich, im Kreis niveauvoller Kollegen eine Reise zu



Gruppenfoto vor der Kunsthalle Schweinfurt

Fotos: Johann Schwepfänger (4), Franken Tourismus/Bamberg (2)

machen," lautet das Resümee von Ingrid Käser, die beim BR unter anderem die Medienpreise Hörfunk betreut. Sie weiß nicht nur die „nette Gesellschaft“ zu schätzen, sondern auch die Möglichkeit „Networking zu betreiben“. Und damit steht sie nicht alleine. Es ist zu vermuten, dass sich einige der Mitreisenden die nächste Fahrt des PresseClubs nicht entgehen lassen werden. Aber neue Gesichter sind willkommen und werden stets herzlich aufgenommen! ■



Exponate der Landesausstellung „Main und Meer“ (links)



Gondelfahrt auf dem Main (rechts)



## VORSCHAU

### AUF REISEN MIT DEN DEUTSCHEN PRESSECLUBS

Als Mitglied eines der im Forum Deutscher PresseClubs zusammengeschlossenen PresseClubs in Deutschland ist man herzlich dazu eingeladen, die Veranstaltungen der befreundeten PresseClubs zu besuchen - einschließlich der Presse- oder Informationsreisen, die von den einzelnen Clubs als auch vom Forum selbst organisiert werden. Das Angebot ist vielfältig. Den Münchner Club zog es die letzten Jahre immer wieder zu politischen Informationsreisen nach BERLIN oder BRÜSSEL und bevorzugt auch zu den neuen EU-Staaten wie BULGARIEN oder KROATIEN. Die letzte Reise des Forums deutscher PresseClubs ging nach ZYPERN, in diesem Jahr

stehen die BALTISCHEN STAATEN auf dem Programm. Aber auch Fernreisen auf andere Kontinente gehören dazu. Der Wiesbadener Presse-Club besuchte im letzten Jahr NAMIBIA, der Frankfurter PresseClub lud zur Pressereise nach KAMBODSCHA.



Die Faszination CHINA lockt 2014 den Münchner Presse-Club vom 7.-14. JUNI nach PEKING. Die Hauptstadt des Reichs der Mitte verändert



sich in einer atemberaubenden Geschwindigkeit. Moderne Architektur und das faszinierende alte BEIJING mit seinen geschichtsträchtigen Bauwerken: Die Verbotene Stadt, der Himmelstempel, der Sommerpalast, die Große Mauer, die Ming Gräber und, und, und... Wem das zu weit und exotisch ist, kann mit dem Münchner Club im September auf der DONAU und entlang der Donau von PASSAU über LINZ und die WACHAU bis nach WIEN fahren. Fest steht

außerdem eine Reise zur Landesausstellung nach REGENSBURG, Mittwoch, 18. Juni 2014. In der Regel sind die Reisen als Informationsreisen geplant. Das bedeutet: Wer will, kann selbstverständlich über alles, was ihm begegnet schreiben, fotografieren oder auch Tonaufnahmen machen, man ist aber nicht verpflichtet, das so Eingefangene zu veröffentlichen. Informationsreisen dienen außerdem dem Kennenlernen der Mitglieder unserer Clubs.

**KOMMEN SIE ALSO MIT AUF UNSERE REISEN UND FREUEN SIE SICH AUF FREMDE LÄNDER UND KULTUREN!**

## Das Regionale ist das Exklusive

Hier identifiziert sich der Leser mit „seiner“ Zeitung.

Ruthart Tresselt im Gespräch mit Bettina Bäumlisberger, Chefredakteurin des Münchner Merkur

Sie kehren zu Ihren journalistischen Wurzeln zurück. Sie haben beim „Münchner Merkur“ angefangen, waren bei der Tageszeitung „Die Welt“ und beim Wochenmagazin „Focus“ – haben dann die Seiten gewechselt, waren Pressechefin im Bayerischen Wirtschaftsministerium – und sind jetzt Chefredakteurin des „Münchner Merkur“. Wie spannend waren diese unterschiedlichen Tätigkeiten für Sie und welchen Einfluss hat das jetzt auf Ihre journalistische Arbeit?

Jede Zeit war interessant, jede Aufgabe spannend auf ihre Art. Beim „Münchner Merkur“ habe ich von 1984 bis 1988 meine ersten journalistischen Sporen verdient. Seinen ersten Journalistenjob vergisst man nicht. Diese Zeit prägt. Als frisch diplomierte Volkswirtin landete ich in der Politikredaktion, wo ich mich von Anfang an wohl fühlte. Wie Politik gemacht wird, was und wer Politiker antreibt, fördert oder feuert – das interessierte mich. Bayern und die CSU haben mich auch bei der Tageszeitung „Die Welt“ (1989 bis 1992) als Themen nicht losgelassen. Nicht nur, dass ich Peter Schmalz hin und wieder im Münchner Korrespondentenbüro vertrat. Denn der Kollege war in jener Zeit – kurz nach dem Mauerfall – als Reporter viel in der damaligen DDR und den späteren neuen Bundesländern unterwegs. Den Draht zu Bayern habe ich nie abreißen lassen, auch nicht in der Berichterstattung. Meine Zeit bei Springers Welt war geprägt vom Mauerfall, dem Zusammenbruch der DDR,



wurde auch der Spiegel farbig, setzte die Namen der Autoren unter die Artikel und schrieb auch kürzer – einst als Häppchenjournalismus geschmäht.

In der FOCUS-Zeit prägte mich Markworts Credo: „Fakten, Fakten – und immer an die Leser denken“ – eine bis heute gültige Anleitung für Zeitungsmacher.

Die letzten drei Jahre bei dem Nachrichtenmagazin habe ich den Bayern-FOCUS mitverantwortet, ein 16-seitiges Heft im Heft, das auf regionale, auf bayerische Themen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport setzte. Eine Erfahrung, die ich für den Münchner Merkur wunderbar nutzen kann. Für den Chefredakteur nach Markwort war das Regionale nicht mehr so relevant. Deshalb ging ich und wechselte ins FDP-geführte Wirtschaftsministerium unter Martin Zeil. Auch diese Erfahrung möchte ich nicht missen. Als Leiterin der Pressestelle mit direktem Zugang zu Minister, Staatssekretärin und Amtschef bekam ich interessante Einblicke hinter die viel beschriebene Kulisse – und das in der ersten Koalitionsregierung in Bayern seit einem halben Jahrhundert. Es war streckenweise aufregend mitzuerleben, wie politische Kompromissfindung im Freistaat funktioniert – oder manchmal auch nicht. Außerdem stieg ich tiefer in die Themen des Wirtschaftsministeriums ein – für mich als diplomierte Volkswirtin ein echter Mehrwert, von dem ich in meiner neuen Funktion profitiere.

der Begeisterung für Gorbatschow. Im Frühjahr 1992 hörte ich von einem Münchner Medienprojekt – und war elektrisiert. Hubert Burda war im Begriff, mit Helmut Markwort ein zweites deutsches Nachrichtenmagazin zu gründen und dem allmächtigen „Spiegel“ Paroli zu bieten. Die beiden schrieben Mediengeschichte und ich wollte gerne dabei sein. Ich bewarb mich erfolgreich. Darauf bin ich bis heute stolz, denn ich erlebte den sensationellen Aufstieg dieses Magazins, den Neid und auch die Wut der Branche. Was war passiert? Burda und Markwort hatten es gewagt, Farbe ins Medium zu bringen, mit Charts, Tabellen, Erklärkästen schneller auf den Punkt zu kommen – das war für manche ein Kulturschock. „News to use“ bot der FOCUS an – der Leser fand's gut und griff zu, die Wirtschaft fand's gut und schaltete eifrig Anzeigen. Tag und Nacht schrieben wir die 400-Seiten-Hefte zu. Die Konkurrenz fand's offenbar ebenfalls gut, denn plötzlich kopierten sie die Machart des FOCUS. Nun

**Viel diskutiert wird derzeit ja die Medienlandschaft der Zukunft. Wie werden wir uns informieren und welche Rolle werden dabei die gedruckten Medien/ die Tageszeitungen spielen?**

Wie wir uns künftig informieren, hängt zum einen davon ab, wie viel Zeit wir uns dafür nehmen und wie intensiv wir uns informieren wollen. Ich bin fest davon überzeugt, dass wir auf Printmedien nie ganz verzichten können. Aber journalistische Inhalte suchen sich schon jetzt neue Wege. Schnelle Informationen holen wir uns vermehrt aus dem Internet und über die Online-Auftritte der Medien.

Tageszeitungen müssen künftig verstärkt in die Tiefe und Breite der Themen gehen. Sie müssen für die Leser einordnen, analysieren, kommentieren, andere, überraschende, weiterführende Ansätze für Artikel und Reportagen finden. Der Hintergrund wird in den Vordergrund rücken. Und wir müssen herausfinden und aufgreifen, was die Leser bewegt. Übersetzt für eine Heimatzeitung bedeutet dies, die Geschichten der Menschen aus ihrem lokalen Umfeld zu erzählen. Das Regionale ist das Exklusive. Ist es gut recherchiert sowie informativ und gegebenenfalls auch unterhaltsam aufgeschrieben, identifiziert sich der Leser mit „seiner“ Zeitung, weil er sich wiederfindet und im besten Fall Freude an der Lektüre hat. Das hat oberste Priorität für mich. Ich möchte, dass sich unsere Leser auf den Merkur freuen und sagen: „Das ist meine Zeitung.“

**Wie verändert das Internet den Journalismus? Stichwort u.a.: Qualitätsjournalismus...**



Zunächst einmal hilft das Internet Journalisten bei der Recherche. Und es bietet neue Vertriebswege für unsere Inhalte. Schön wäre, wenn die Gratiskultur für journalistische Inhalte im Internet durchbrochen werden könnte. Leider ist hier in den letzten zwei Jahrzehnten viel versäumt worden. Zum Thema Qualität kann ich nur sagen: Es gibt gut recherchierte Geschichten im Internet und schlecht recherchierte in Tageszeitungen. Wichtig ist, welche Ansprüche jeder Journalist an sich selbst stellt. Journalismus muss für mich immer qualitativ hochwertig sein, sonst ist es kein Journalismus.

**Die Internetnutzer, die selbst im Netz publizieren – sind das Konkurrenten oder Dialogpartner für Journalisten?**

Im besten Fall sind das Dialogpartner, die den öffentlichen Diskurs bereichern. Im schlechtesten Fall hören wir nur Stammtischparolen. Meines Erachtens bietet die digitale Welt aber viele Chancen. Von der Interaktivität mit digitalen Plattformen kann ich als Zeitungsjournalist durchaus profitieren. Was für die User von Internet und sozialen Medien interessant ist, könnte ja auch für den Zeitungsläser relevant sein. Es wird ja nicht nur Unsinn gepostet. Im Übrigen bin ich der Meinung: Konkurrenz belebt das Geschäft, auch crossmedial.

**Journalisten haben auch eine gesellschaftliche Verantwortung, z.B. Politik erklären, Politik vermitteln.**

Unabhängige Medien und Journalisten sind in einer Demokratie unverzichtbar. Sie haben nicht nur die Pflicht, politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge zu erklären. Sie haben vor allem auch die Pflicht aufzuklären, wo Politik versagt – gerade in Zeiten von Alleinregierungen und Großer Koalition.

**Welche Rolle spielen für Sie Boulevard und der regionale Bezug einer Zeitung?**

Boulevard, wenn er gut gemacht ist, ist Unterhaltung pur und trifft den Nerv der Bürger. tz, Bild und Abendzeitung gehören für mich zur Pflichtlektüre. Für mich als Chefredakteurin einer großen Heimatzeitung spielt naturgemäß der regionale Bezug eine große Rolle. Fast jede Meldung wird daraufhin abgeklopft. Habe ich die Wahl

zwischen einem gleichwertigen regionalen oder einem Aufmacher etwa aus der Bundespolitik, werde ich in der Abwägung dessen, was unsere Leser mehr interessieren könnte, oft die Regionalstory platzieren.

**Gibt es für Sie persönlich ein journalistisches Ziel?**

Wahrheit und Klarheit, Fakten und Fairness sind für mich die wichtigsten journalistischen Ziele beim Blattmachen. Der Münchner Merkur ist journalistisch und von der Auflage her sehr gut aufgestellt. Beides hoch zu halten, ist meine Ambition. Ich möchte, dass unsere Leser weiterhin davon überzeugt sind, dass wir eine relevante, ihre relevante Zeitung sind.

**Journalismus und PR – bei sinkenden Auflagen (und sinkenden Einnahmen für den Verlag) besteht da eine erhöhte Gefahr der Vermischung von Journalismus und bezahlter Werbung?**

Kann schon sein. Ich trenne da strikt. Ich bin davon überzeugt, dass attraktiv gemachte journalistische Produkte auch für Anzeigenkunden attraktiv sind.

**Im Netz geht es ja – bei Facebook, Xing, Twitter u.ä. – vielfach um gefühlte Zugehörigkeit. Wer diese Netzwerke organisiert und kontrolliert, kann damit auch Macht und Einfluss ausüben – eine weitere Gefahr?**

In der Tat sind das riesige Datensammelstellen. Jeder muss für sich selbst entscheiden, wie viel er von seinem Privatleben preis gibt. Shitstorms und Cybermobbing sind ja zwei Stichworte, die die Problematik eines freizügigen Umgangs mit eigenen Daten aufzeigen. Allerdings hat etwa der jüngste Hype um online-Petitionen demonstriert, dass sich das Netz auch selbst kontrolliert und korrigiert. Jede Bewegung kann eine Gegenbewegung auslösen. Trotzdem ist Vorsicht besser als Nachsicht.

**Wie informieren Sie sich persönlich? Was sind Ihre Lieblingsmedien?**

Alle Münchner Zeitungen, FOCUS, Spiegel, Welt und all ihre Online-Ableger und zur Entspannung die Bunte und Cicero. Außerdem bin ich ein Nachrichten-Freak. Ich schaue mir abends nacheinander die „Rundschau“, „heute“ und „Tagesschau“ an. ■



# Echte Spießer genießen ihr eigenes Zuhause.

Jetzt mit der LBS so günstig wie nie finanzieren!



**Wohn-Riester hat jetzt noch mehr Vorteile! Fragen Sie uns.**



Mit den günstigsten LBS-Zinsen aller Zeiten können Sie sich mehr Eigenheim leisten, als Sie denken. Und Wohn-Riester bietet jetzt noch mehr Möglichkeiten, auch wenn Sie bereits in Ihren eigenen vier Wänden wohnen. Fragen Sie danach – in Ihrer LBS oder Sparkasse.

www.lbs-bayern.de

**Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.**

Sparkassen-Finanzgruppe

## Reputation ist das Zauberwort... Wie kann ich als freier Journalist einen guten Ruf bekommen?

VON WERNER WUNDER

**JOURNALISTEN** werden in Zukunft neben ihren journalistischen Begabungen auch kaufmännische Fähigkeiten mitbringen müssen. Verlage dünne ihre Redaktionen aus, Redaktionsleiter kaufen die Ware 'journalistisches Produkt' bei Presseagenturen und freien Journalisten. Dabei müssen sie wirtschaftlich agieren, das heißt, bei solchen Berichterstattern kaufen, deren Beiträge kostengünstig zu haben sind und sich dennoch durch hohe Qualität auszeichnen.

**UM ALS 'FREIER'** in das Blickfeld von Redakteuren zu kommen, die Aufträge vergeben, muss man auf sich aufmerksam machen. Das versuchen jedoch andere Kollegen und Kolleginnen auch. Und wenn Aufmerksamkeit hergestellt ist, muss sie gepflegt werden. Aber zunächst sollte sich in den Köpfen potentieller Auftraggeber ein Bild festsetzen, das einen selbst von den vielen anderen abhebt. Es sind Images aufzubauen, welche besondere Eigenschaften hervorheben wie zum Beispiel: ist besonders termintreu, Spezialist für bestimmte Themen, beliebt bei Lesern, Hörern oder Sehern, hart und intensiv bei seinen Recherchen, begabt für die Vermittlung komplexer Sachverhalte. Dieser Imageaufbau kann jedoch nur gelingen, wenn diese Eigenschaften auch 'geliefert' werden.

Man hat als freier Journalist also einen Ruf zu erwerben, welcher der erwünschten Wahrnehmung entspricht. Denn das Bild, das Auftraggeber in den Verlagen von Freien Journalisten haben, bestimmt in hohem Maße deren Entscheidungen bei Vergabe von Aufträgen. Das gleiche gilt auch für Rezipienten von Medienprodukten (Print, Blog, Foto, Film, etc.), die Freie als Eigenverleger herausgeben. Die Reputation der Publikation bzw. des Autors motiviert wesentlich die Entscheidung, ob gekauft oder abonniert wird.

**'FREIE' MÜSSEN SICH ZU MARKEN** entwickeln. Marken zeichnen sich dadurch aus, dass sie funktionale Werte wie Leistung, Qualität und Inhalte sowie emotionale Werte wie Integrität, Vertrauen und Glaubwürdigkeit versprechen. Da heute durch aktuelle Hilfsmittel wie Suchmaschinen, PCs, Internet u.v.m. sich zum Beispiel die Recherchequalität bei den meisten Journalisten immer weniger unterscheidet, wird es auch schwieriger, sich auf diesem Feld zu profilieren. Dann spielt eigentlich nur der Preis für die 'Ware' noch eine Rolle. Weil aber Endverbraucher (Leser, Hörer und Seher) die Berichterstattung über Ereignisse oder Sachverhalte auch unter Berücksichtigung der Reputation von Autoren bewertet, ist es insbesondere für seriöse Publikationen wichtig, eben Autoren mit hoher Reputation einzusetzen. Und die können ihren marktgerechten Preis verlangen.

**WAS NUN IST REPUTATION?** Image? Bekanntheit? Berühmtheit? Es ist die Summe aller Images, aller Wahrnehmungen von Bezugsgruppen, also von Kunden (Redaktionen, Lesern, Hörern, Sehern), von Medien, die aus Veröffentlichungen zitieren, von Institutionen, die Journalisten zu Tagungen oder Talkshows einladen und von Einrichtungen oder Personen, die Journalis-

ten mit Informationen versorgen. Wie wir auftreten, reden, uns bewegen oder kleiden, so werden wir von der Umwelt wahrgenommen. Wir senden Signale aus, die in den Köpfen unserer Bezugsgruppen (Auftraggeber, Rezipienten, Informanten, etc.) Bilder, Images festlegen. Hier bestätigt sich die These von Wazlawik: 'Man kann nicht nicht kommunizieren!'. Es gibt also keine Person ohne Image. Es haben auch keine zwei Personen das gleiche Image.

**REPUTATION** ist also die Summe aller Werte, die wir darstellen: Vertrauen, Integrität, Zuverlässigkeit, Fähigkeit, Authentizität, Verantwortung – also langfristige Eigenschaften. Wir müssen uns klar darüber werden, welcher Art journalistischer Dienstleister wir sein wollen, was uns definiert: wollen wir den schnellen Schuss mit der Kamera, dazu eine eiligst gestrickte Geschichte oder den wohl recherchierten, seriösen Bericht liefern, oder wollen wir der sensationsheischende Reporter oder der investigativ forschende Berichterstatter sein.

**DER JAHRELANGE AUFBAU** einer positiven und gefestigten Reputation kann in kürzester Zeit zunichte gemacht werden. Gerüchte sind z. B. eine große Gefahr >

### Stimmen zum PresseClub München

CHRISTIAN UDE  
OBERBÜRGERMEISTER DER LANDESHAUPTSTADT MÜNCHEN



Der Presseclub sammelt und repräsentiert die journalistische Erfahrung vieler Jahrzehnte des vergangenen Jahrhunderts. Kein Wunder, dass er sich für diesen Erfahrungsschatz einen Standort gesucht hat, von dem aus man buchstäblich auf das Rathaus herunterblicken kann. //

für die eigene Reputation. Gefährlich ist es auch, falschen Informationen aufzusitzen, modischen Trends nachzulaufen oder sich für Themen oder Organisationen durch Entgelte materieller oder emotionaler Art gewinnen zu lassen. Wer engen Kontakt mit seinen Auftraggebern pflegt, wer seine ‚Kunden‘ kennt, ist gegenüber Mitbewerbern im Vorteil, denn so ist es möglich, die Wahrnehmung über sich direkt zu beeinflussen.

**DAS NETZ** und die mit immer mehr Features ausgestatteten elektronischen Kommunikationsinstrumente ermöglichen es jedem, Nachrichten in großem Umfang zu verbreiten und zu empfangen und es mag auch viele Leserreporter geben, die für den Lohn der Veröffentlichung, Medien mit ‚journalistischem‘ Material beliefern. Wirklich journalistische Leistungen sind das nicht. Qualitätsjournalismus hat Zukunft, denn Berichterstattung, das Sortieren, Einordnen und Bewerten von Informationen und das Hinweisen auf Entwicklungen

## Stimmen zum PresseClub München

DIETER HANITZSCH  
KARIKATURIST, JOURNALIST, BUCHAUTOR

„Zu loben ist vor allem die Kontinuität dieser Münchner Institution, die bayerische Liberalität für den Journalismus hochhält. Der PresseClub München ist eine anerkannte Plattform für die profiliertesten Journalisten nicht nur Münchens und bietet zugleich den offenen Austausch mit ebenso profilierten Vertretern der Politik – eben das Mediennetzwerk nicht nur in Bayern, sondern darüber hinaus in Deutschland und Europa, wie der PresseClub München sich selbst sieht.“



Foto: Ruthart Tresselt

auf allen relevanten Feldern wie Politik, Wirtschaft, Kunst, Sport usw. ist für jede freie Gesellschaft unerlässlich. Diese Zukunft wird aber nicht mehr als Angestellter in der gemütlichen Redaktionsstube in den Verlagshäusern stattfinden, sondern zunehmend als freier Journalist am Arbeitsplatz zu Hause und unterwegs mit dem Laptop und anderen

elektronischen Werkzeugen. Deshalb werden Journalisten, wie eingangs erwähnt, ihre kaufmännischen Talente voll einsetzen müssen, um gut ins Geschäft zu kommen und zu bleiben. Wer ein gutes Reputationsmanagement betreibt, wird die Nase vorn haben, denn auch für Journalisten gilt: nichts ist wertvoller als ein guter Ruf! ■

## Nutzen Sie meine Erfahrung.

Versichern, vorsorgen, Vermögen bilden. Dafür bin ich als Partner des Verbands der Nachwuchsjournalisten in Bayern e.V. und des Versorgungswerks der Presse der richtige Berater für Sie. Ich informiere Sie umfassend und ausführlich über die besonders günstigen Konditionen bei der Alters-, Hinterbliebenen- und Berufsunfähigkeitsvorsorge für Angehörige der Kommunikations- und Medienbranche. Kommen Sie doch 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-andreamayrmuenchen.de](http://www.allianz-andreamayrmuenchen.de)



Allianz

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

# Netze für neue Energien.

Der Anteil der regenerativ erzeugten Energie im Netz des Bayernwerks liegt bei nahezu 50 Prozent. Bis heute haben wir über 230.000 Photovoltaikanlagen in unser Netz integriert. Damit betreiben wir eines der ökologischsten Netze in Deutschland.

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

**bayernwerk**





"Sonntags-Stammtisch", Bayerisches Fernsehen, 2013

## Politische Karikaturen von Dieter Hanitzsch Welche hätten Sie eingereicht zum Deutschen Karikaturenpreis "Mit spitzer Feder"?

Seit 1995 schreibt die "Akademie für Kommunikation", Stuttgart, den "Deutschen Preis für die politische Karikatur" aus. "Keine Tageszeitung ohne politische Karikatur! Preise und Auszeichnungen für die schreibende Zunft und die Bildjournalisten gibt es in Fülle, aber kaum eine Würdigung für Karikaturisten."

So begründet die Stuttgarter "Akademie für Kommunikation" diesen Preis, und fügt hinzu: "Mit diesem Preis soll nicht nur eine Form der politischen Kommunikation gewürdigt werden, er soll auch die künstlerische Darstellung betonen und der Öffentlichkeit zuführen." Auch dieses Jahr wurde ich wieder zur Teilnahme eingeladen und bin ihr auch gefolgt.

Zu den Teilnahmebedingungen gehört, dass die eingereichten politischen Karikaturen im Jahr vor der Preisverleihung, also im Kalenderjahr 2013, erst-

mals in der deutsch-sprachigen Presse veröffentlicht worden sind, und je Teilnehmer können nur drei Vorschläge eingereicht werden. Nun sind im Lauf eines Jahres zig politische Karikaturen von mir veröffentlicht worden, in der "Süddeutschen Zeitung", im "Hauptstadt-Brief" und auch am "Sonntags-Stammtisch" des Bayerischen Fernsehens (den ich natürlich zur Presse zähle). Nach einer ersten kritischen Auswahl blieben die zehn Cartoons übrig, die Sie hier sehen. Aber maximal drei durfte ich zum Wettbewerb einreichen, natür-



Foto: Ruthart Tresselt

lich wie alle anderen Kollegen in der Hoffnung, einen Preis zu gewinnen. Mich würde nun sehr interessieren, welche drei Cartoons Sie an meiner Stelle eingereicht hätten und bitte Sie (mit Einverständnis des Chefredakteurs Ruthart Tresselt) Ihre Auswahl an diese E-mail-Adresse zu schreiben :

@ [info@presseclub-muenchen.de](mailto:info@presseclub-muenchen.de)

Nach Vergabe des "Deutschen Preises für die politische Karikatur 2014" wird im nächsten Presseclub-Magazin veröffentlicht, ob ich leer ausgegangen bin, oder erfolgreich war.



"Sonntags-Stammtisch", Bayerisches Fernsehen, 03.11.2013



"Sonntags-Stammtisch", Bayerisches Fernsehen, 29.09.2013



"Sonntags-Stammtisch", Bayerisches Fernsehen, 29.09.2013



"Störsender.tv"



Asylanten, "Süddeutsche Zeitung", 24.12.2013



60 Jahre deutsch-französische Freundschaft "Süddeutsche Zeitung" u. "Le Monde", Paris, 22.01.2013



NSA an der Leine, Sonntags-Stammtisch", Bayerisches Fernsehen 09.01.2013



"Sonntags-Stammtisch", Bayerisches Fernsehen 07.07.2013



"Hauptstadtbrief", Berlin 30.01.2013



Redaktionsbesuch zur Liveaufzeichnung des Politmagazin „Kontrovers“ (Bayerischen Fernsehen) auf Einladung von Redaktionsleiter Andreas Bachmann



Bettina Dobe (Bild mitte) führt durch den Improvisationstheater-Workshop



Wie wirken Bewerbungsfotos? Beilage der SZ



Wolfgang Sabisch (Programmleiter m94,5) überreicht Teilnahmeurkunde an Mentee Daniela Miketta (oben) Thomas Kießling vom BR (unten links) gibt letzte Instruktionen an der Kamera



Mentee Moritz Geier beim Training vor der Kamera

Fotos: Elia Treppner (6), Marc Hofmann (2)

## Die Geschichten liegen auf der Straße

*Worauf kommt es bei einer gelungenen Reportage an?*

Im Fortbildungsprogramm des Mentoringprojekts von Presseclub und NJB experimentieren die Mentees des PresseClubs und NJB mit journalistischen Darstellungsformen.

VON GÜNTHER ELIA TREPPNER



**„MAN MUSS SICH DEN LESER ALS JUNGEN HUND VORSTELLEN. DER WILL LIEBER RUMSPRINGEN, FACEBOOK-GAMES SPIELEN, RUMTWITTERN ODER YOUTUBE GUCKEN, ALS SICH AUF EINEN LANGEN TEXT ZU KONZENTRIEREN“**, erklärt Cordt Schnibben, Ressortleiter beim SPIEGEL, bei seinen Reportage-Workshops. (Medium-Magazin 7+8/2012, Seite 53). Verleger Dirk Ippen stellte beim Akademie-Gespräch im PresseClub fest: „Für junge Leute ist die Zeitung heutzutage einfach nicht mehr sexy.“

Die Aufmerksamkeit des Lesers zu wecken und zu halten, wird also immer wichtiger angesichts der Flut und der Schnelllebigkeit von Informationen sowie dem sprunghaften Verhalten der Konsumenten. Dem Recherchierten muss eine dramaturgische Struktur gegeben werden, Spannungskurven und Emotionsbögen müssen gespannt werden, um den Leser bei der Stange zu halten. Journalisten müssen wieder lernen, Geschichten zu erzählen. „Storytelling“ ist ein Begriff, der im Journalismus und PR Mode geworden ist. „Der Leser sei ein schlauer Hund“, meint Cordt Schnibben. Der kenne bereits viele der dramaturgischen Kniffe der Journalisten, ist deshalb auch schnell gelangweilt. Man müsse ihn mit „kleinen Würstchen“ locken, ihn überraschen mit z.B. unerwarteten Wendepunkten. „Brich die Regeln (auch diese hier): Schlaue Hunde kennen längst alle Reporter-Tricks“, ist deshalb eine von Schnibbens Tricks für eine intelligente Dramaturgie (Medium-Magazin 7+8/2012, Seite 53)

**DRAMATURGIE-EXPERTIN** beim Mentoringprojekt des PresseClubs ist Bettina Dobe.

Sie schärft den Blick für unkonventionelle Lösungen bei ihren Improvisationstheater-Workshops: „Impro-Theater fördert die Kreativität, blitzschnell Figuren, Räume und Erzählstränge zu erschaffen, ganz ohne Hilfsmittel. Alles entsteht spontan und aus dem Moment heraus.“ Mit der Zeit bekomme man ein Gespür, nach welchen Regeln Geschichten erzählen funktioniert. Für die Journalistin ist Improvisationstheater aber auch ein ideales Medientraining. „Auf der Bühne übt man, den Körper in Einklang mit dem Gesagten zu bringen. Das bewirkt ein besseres und sicheres Auftreten – egal ob auf der Bühne, vor Gruppen oder vor der Kamera.“

**„DIE GEDANKEN SIND ZWAR FREI, ABER GELD SCHIESST SCHÄRFER!“** Manche Sätze misslingen scheinbar in den improvisierten Szenen. Es gehört Mut dazu, sich auf unbekannte Situationen einzulassen. „Viele Menschen fürchten sich davor, etwas ‚falsch‘ zu machen, aber im Impro-Theater gibt es kein ‚richtig‘ oder ‚falsch‘. Impro-Theater stärkt das Selbstbewusstsein, man verliert die Angst, etwas vermeintlich Peinliches zu tun“, so Bettina Dobe.



Marion Danneboom, Leiterin der Unternehmenskommunikation der BayWa AG über mögliche Karriere-chancen als Pressesprecher. Geschichten von der Straße: Unsere Mentees beim Reportageseminar (rechts)





Mentees und Mentoren des „Jahrgangs“ 2013/2014 begegnen sich zum ersten Mal bei der Auftaktveranstaltung am 18.04.2013

Oben links: Silvia Bommies beim Moderationstraining  
Mitte: Elisabeth Hauser vom Bio-Hotel Stanglwirt\*\*\*\*\* im Interview mit den Mentees

Lernen im Luxushotel – Zu Gast im Bio-Hotel Stanglwirt\*\*\*\*\* in Going, Partner des Mentoringprojekts

Journalist und Personalberater Gunther Schnatmann zeigt Beispiele für misslungene Bewerbungsmappen



Beim Bewerbungstraining vor der Kamera mit Gunther Schnatmann waren die Erfahrungen aus dem Impro-Theater hilfreich. Auch wenn die simulierten Befragungen durch Personalberater Schnatmann in einem geschützten Rahmen stattfanden, stellte sich sichtlich Nervosität ein, wenn es darum ging, sich selbst zu „verkaufen“. Eintrittskarte für ein Bewerbungsgespräch sind jedoch gelungene Bewerbungsunterlagen. „Besonders im Anschreiben kann man zeigen und unter Beweis stellen, ob man als Journalist Aufmerksamkeit erzeugen und Geschichten erzählen kann.“ Der Journalist und Personalberater sichtet die Bewerbungsunterlagen der Mentees und zeigte im konkreten Fall, wie man sich von den üblichen Bewerbungsphrasen positiv abheben kann. Einige Mentees konnten von erstaunlich positiven Rückmeldungen auf die von Gunther Schnatmann inspirierten Anschreiben berichten.

#### GESCHICHTEN LIEGEN AUF DER STRASSE

Eine Geschichte in einer Reportage für das Fernsehen zu erzählen, ist eine große Herausforderung und war fast eine Überforderung für die noch nicht ausgebildeten Mentees. Unter der Führung von Thomas Kießling, Christian Daubner und Kameramann Klaus Schubert wurde das bei einem Wochenendseminar auf Kloster Banz in Kooperation mit der Hanns-Seidel-Stiftung möglich: „Eine gute Reportage lebt von vielen situativen Elementen – damit lässt sich



Silvia Bommies und Anne Hinder (BR) beim Moderationstraining

Fotos: Elia Treppner (7), Bettina Dobe (1)

der Film spannend und authentisch erzählen“, so die Fernseh-Profis des BR. Bei ihrer Reportage begleiteten die Mentees einen Gemüsehändler in Bamberg einen halben Tag in seinem Alltag auf dem Wochenmarkt. Geschichten liegen schließlich auf der Straße, so die journalistische Weisheit. Bis spät in die Nacht saßen die Nachwuchs-Kollegen im Schneiderraum, um für das scheinbar Unspektakuläre eine funktionierende Dramaturgie zu entwickeln.

Für die Mentees ist das Print-Reportage-Seminar des Mentoringprojekts sicherlich noch bedeutsamer, schließlich ist die Reportage wichtiger Bestandteil für die Bewerbungsverfahren z.B. der Deutschen Journalistenschule. Gunther Schnatmann zeigte in einem theoretischen Teil, worauf es bei einer gelungenen Reportage ankommt. Für den zweiten Teil des Seminars wurden die bis dahin angefertigten Reportagen analysiert. Eine Gruppe recherchierte z.B., was aus der Villa des Saif Al-Arab Gaddafi im Münchner Bogenhausen geworden ist. Der inzwischen getötete Sohn des ehemaligen libyschen Diktators sorgte für einige Skandale in München. Das Thema über das leerstehende Anwesen wurde sogar von der Süddeutschen Zeitung aufgegriffen, der Artikel von Mentee Franziska Dürmeier abgedruckt.

#### VORBEREITUNG AUF EIN VOLONTARIAT

„Storytelling“ ist also ein Schwerpunkt beim Begleitprogramm des Mentoringprojekts von PresseClub und Nachwuchsjournalisten in Bayern aus insgesamt 15 – 20 Veranstaltungen/ Jahr. Das Projekt wendet sich gezielt an angehende junge Kolleginnen und Kollegen und versteht sich als Vorbereitung auf ein eventuelles Volontariat. Mit dieser Zielgruppe deckt das Mentoringprojekt eine Lücke zwischen den verschiedenen Förderprogrammen für Nachwuchsjournalisten ab.

Erst eine fundierte Ausbildung im Journalismus versetzt in die Lage, wie Cordt Schnibben mit den journalistischen Darstellungsformen zu spielen. Denn um die Regeln gekonnt brechen zu können, wie der preisgekrönte SPIEGEL-Journalist es fordert, muss man sie erst einmal kennen.

#### „Schlusszene“ beim Improvisationstheater-Workshop mit Bettina Dobe



DER PRESSECLUB MÜNCHEN DANKT ALLEN, DIE DAS MENTORINGPROJEKT UNTERSTÜTZEN, BESONDERS DER BAYERISCHEN HAUSBAU, HAUPTSPONSOR DES PROJEKTS. FESTER PARTNER DES PROGRAMMS SIND AUCH DAS BIO-HOTEL STANGLWIRT BEI KITZBÜHEL, HANNSMANN-PR UND DIE HANNS-SEIDEL-STIFTUNG.



2014

## Journalistenpreise der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken

**Preise:** Auch 2014 vergeben die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken Journalistenpreise. Dabei loben sie den **Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Preis** für einen Beitrag zum Thema wirtschaftliche Bildung (8.000 Euro), den **Hermann-Schulze-Delitzsch-Preis** für einen Beitrag zum Verbraucherschutz (8.000 Euro) sowie den **Volontärspreis** für einen Beitrag zum Themenfeld Nachhaltigkeit (4.000 Euro) aus. Ausgezeichnet werden herausragende publizistische Arbeiten aus Print, TV, Hörfunk sowie online.

**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. Es werden Beiträge berücksichtigt, die zwischen 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013 erschienen sind.

Die Bewerbungen müssen bis **30. April 2014** vorliegen. Sie können auch online auf [www.gv-bayern.de](http://www.gv-bayern.de) eingereicht werden. Dort finden sich weitere Informationen zu den Preisen und Bewerbungsmodalitäten.

**Preisverleihung:** Die Preisträger werden am **8. November 2014** um 10:00 Uhr im »museum mobile« im Audi Forum Ingolstadt bekannt gegeben. Zur Festveranstaltung laden wir herzlich ein.

Preisgelder  
gesamt  
20.000 Euro!



## Preisverleihung Herwig-Weber-Preis und Publizistikpreis der Landeshauptstadt München

Zum Herwig-Weber-Preis wurden 62 Beiträge eingereicht - zwei TV- und zwei Print-Beiträge wurden ausgezeichnet.

VON THOMAS KLETSCHKE



Den Publizistikpreis der Landeshauptstadt überreicht OB Christian Ude an den leitenden SZ-Journalisten Heribert Prantl (links). Martin Gebrande, Geschäftsführer der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, Petra Wieggers



Der PresseClub München e.V. und der Oberbürgermeister der Landeshauptstadt München haben am Montag, 14. Oktober 2013 den **HERWIG-WEBER-PREIS 2013** des PresseClub München und den **PUBLIZISTIKPREIS 2013** der Landeshauptstadt München an **HERIBERT PRANTL** verliehen. In diesem Jahr fand die Preisverleihung im Saal des Alten Rathauses statt.

Auch dieses Mal hatte die Jury des Internationalen PresseClubs eine Reihe von guten und sehr guten Arbeiten aus allen Mediengattungen vorliegen. Jury-Vorsitzender Dietmar Schmidt und seine acht Kolleginnen und Kollegen sichteten insgesamt 62 Einreichungen, wie er bei der Verleihung berichtete. Da Qualität und Quantität der Beiträge es nahe legten, hatte man sich entschieden,

den Herwig-Weber-Preis in diesem Jahr aufzuteilen. Verliehen wurde ein erster Preis, zwei zweite Preise sowie – erstmals – ein eigener Nachwuchspreis. Die Preisgelder setzen sich aus Mitteln des PresseClubs zusammen sowie vor allem den Spenden der Förderer, zu denen inzwischen nicht mehr der Verlag der Süddeutschen Zeitung zählt, was Ruthart Tresselt bedauerte. Förderer des Preises sind der Bayerische Journalistenverband (BJV), die Informationszentrale der Bayerischen Wirtschaft, die Bayerische Staatskanzlei, die Bayerische Landeszentrale für Neue Medien (BLM), die Landeshauptstadt München, der Münchner Zeitungsverlag (tz/ Münchner Merkur) sowie der St. Michaelsbund und der evangelische Presseverband Bayern.



Gruppenbild mit den Preisträgern

Fotos: Robert Auerbacher (4)

Der mit insgesamt 10.000 Euro dotierte Preis, der nach dem ehemaligen FAZ-Journalisten und München-Korrespondenten Herwig Weber benannt ist, ging in diesem Jahr an jeweils zwei TV- und Print-Beiträge. Mit dem ersten Preis wurden **EVA KÖNIG** und **MICHAEL KRAWCZYK** ausgezeichnet, die in ihrem Film „Das zerrissene Leben – Zwischen Heimat und Emigration“ die Schicksale jüdischer Emigranten nachzeichneten. Für den im TV-Programm des BR ausgestrahlten Film waren insgesamt 250 Stunden Material und lange Drehzeiten in den USA notwendig. Man habe bei der Dokumentation tolle Menschen kennengelernt, die durch ihre Flucht der Stadt für immer verloren gegangen seien, so Krawczyk bei der Verleihung. Wie Eva König skizzierte, gab es von den überlebenden Zeitzeugen viele und positive Reaktionen nach Ausstrahlung des Films. König und Krawczyk erhielten für ihren zunächst auf eigene Rechnung produzierten TV-Film ein Preisgeld in Höhe von 4.000 Euro.

**CHRISTIAN ROST** von der Süddeutschen Zeitung wurde mit einem der beiden zweiten Preise geehrt. Sein Artikel über den eine Zeitlang in München lebenden Sohn Gaddafis und vor allem den Umgang der hiesigen Behörden mit diesem wurde mit 2.000 Euro gewürdigt. Das investigative Stück war nach langer Recherche und in Folge von merkwürdigen Zeugenaussagen in einem Gerichtsverfahren am Landgericht München entstanden. Im Zuge der Recherche kam etwa heraus, dass der damalige Polizeipräsident sich mit dem hier häufiger straffällig gewordenen Diktatorensohn getroffen



Auch die drei Brüder im Rollstuhl – mit der Glasknochenkrankheit – waren zur Preisverleihung in den großen Saal des Alten Rathauses gekommen

hatte, sich von diesem zum Essen hatte einladen lassen, um fern der Öffentlichkeit mögliche Vergehen des Sohns in der Landeshauptstadt „geräuschlos“ zu behandeln.

Für ihren Film „Knochen aus Glas – Oswald und seine Brüder“, der im BR und in einer weiteren Fassung in der ARD gesendet wurde, wurde **PETRA WIEGERS** als zweite Preisträgerin des zweiten Preises ausgezeichnet. In dem Portrait stellt sie drei Brüder vor, die mit Osteogenesis imperfecta, umgangssprachlich: Glasknochenkrankheit, geboren wurden. Der Film zeigt den Alltag der drei Protagonisten, die ebenfalls zur Preisverleihung gekommen waren. Und dieser Alltag ist so spannend, wie der von Menschen ohne Behinderung: Partnerschaften schließen, arbeiten, Sport treiben – und Kinder kriegen. Letzteres sei der Auslöser gewesen, den Film zu drehen, sagte Wieggers. Denn in Leser-Reaktionen auf vorherige Presseberichte hatten verschiedene Menschen ihren Ressentiments freien Lauf gelassen. >

### Ein Preuße in München und Afrika – Herwig Weber

Angefangen hat alles mit dem Krieg: Herwig Weber, Jahrgang 1913, gerät als Offizier von Rommels Armee in US-Kriegsgefangenschaft. Dort absolviert der promovierte Jurist einen Kurs in Journalismus und lernt den Beruf kennen und lieben. Ab 1945 schreibt Weber als Berlin-Korrespondent für die Allgemeine Zeitung aus Mainz. Im Jahr 1949 wechselt er in die bayerische Landeshauptstadt. Hier arbeitet er als FAZ-Korrespondent bis zu seinem Tod 1969. Zeitgenossen beschreiben Herwig Weber als einen mit trockenem Humor ausgestatteten Mann von kräftiger Statur. Der im damaligen Stettin geborene Weber berichtet aus München über Wirtschaftsthemen und Politik ebenso, wie über den sprichwörtlichen Mann von der Straße. So begleitet er 1968 die letzte Fahrt der damaligen Trambahnlinie 19 über den Marienplatz, bevor dort der Bau des S- und U-Bahn-Netzes begann und die Kaufinger Straße zur Fußgängerzone umgestaltet wird.



Dr. Herwig Weber  
1961–1969 Vorsitzender  
des Internationalen  
PresseClubs München

Doch Weber zieht es auch immer wieder nach Afrika: In seiner letzten Reportage beschreibt er den Drang zum Wissen. Weber berichtet über Studentinnen und Studenten im Kongo, die Ende der 60er Jahre in immer größerer Zahl an die wenigen Universitäten des Landes drängen. Kurz darauf erkrankt Herwig Weber in Afrika an einer Infektion. Zurück in München können auch Tropenmediziner nicht mehr helfen; am 11. Februar 1969 verstirbt Weber. Seit 1961 war Weber Vorsitzender des PresseClub München. Der nach Herwig Weber benannte Preis wird seit 1973 alle drei Jahre verliehen.

**MiE**  
1996 – 2013

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

Tenor: „Wie kann ein Behinderter auch noch ein Kind bekommen.“ Diese Äußerungen gingen bis hin zu rechtsextremen Äußerungen, was ein Ansporn gewesen sei, einen positiven Film zu zeigen, der Ausgrenzungsversuchen etwas entgegensetzt.

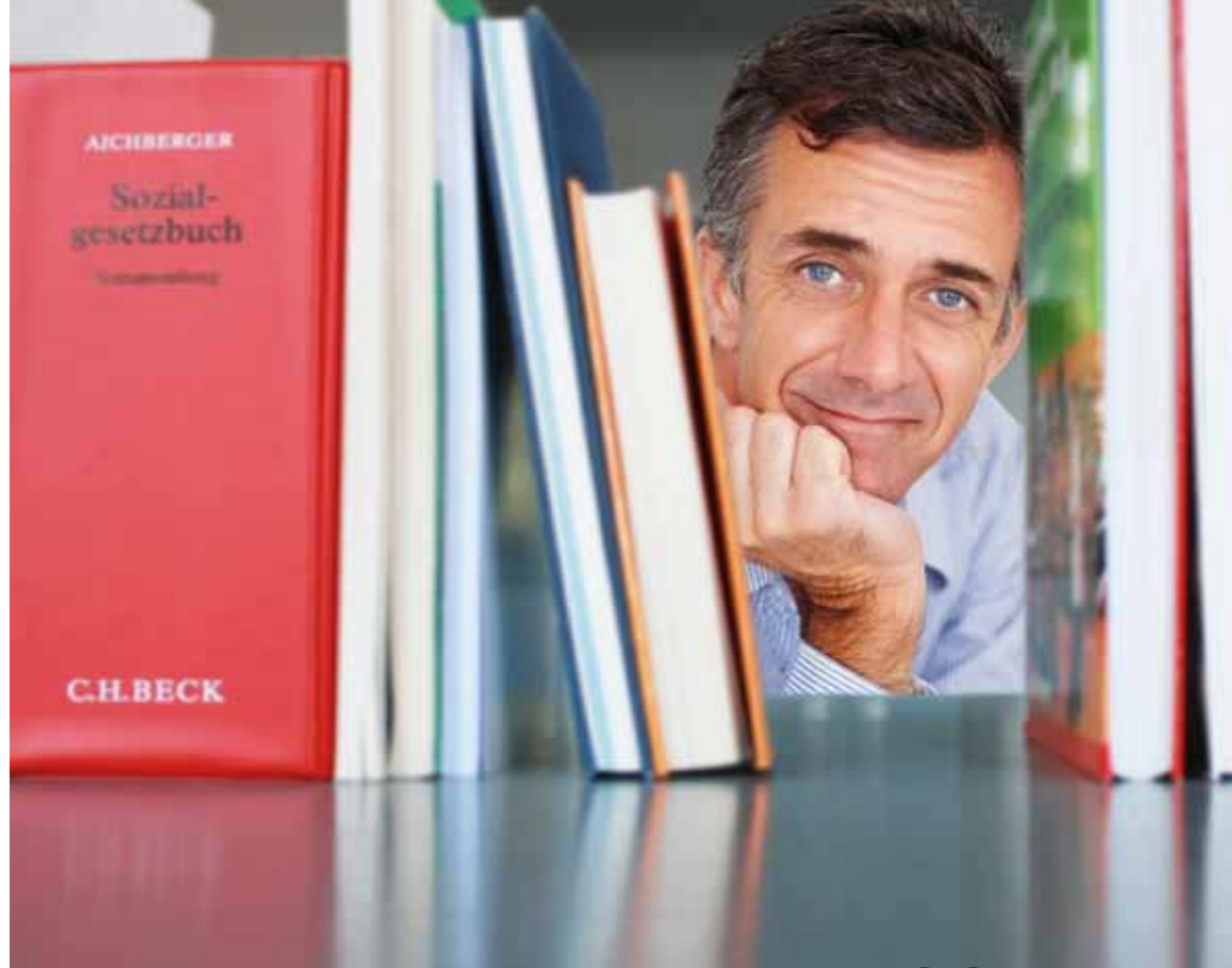
Ebenfalls mit Ausgrenzungen beschäftigte sich die Lehrredaktion der Klasse 51K der Deutschen Journalistenschule. Für ihre Abschlusszeitung „Mehmet“ wurden die Journalistinnen und Journalisten ausgezeichnet. **MARTINA KIX UND TEHERESA AUTHALER** nahmen den mit 2.000 Euro dotierten Preis von Ruthart Tresselt stellvertretend für die gesamte Klasse auf der Bühne entgegen. Das Gemeinschaftsprojekt, das vom DJS-Dozenten Chris Bleher begleitet wurde, nahm den Fall „Mehmet“ auf. 15 Jahre nach Erscheinen der Artikel über den Münchner Jungen, der im Jahr 1998 in die Türkei abgeschoben wurde, sprachen die DJS-Schüler mit dem als Chiffre für gewaltbereite Migranten gehandelten Mehmet und mit dem vormaligen bayerischen Innenminister Günther Beckstein. Allerdings war das Printprojekt so angelegt, das aktuelle Bezüge zum Diskurs über Fremd und Nicht-Fremd aufgenommen wurde. Recherchiert wurde vor Ort: in Neuperlach etwa, wo sich noch heute Lehrer, Jugendclubs und Sozialarbeiter äußerst ungern auf Gespräche mit Journalisten einlassen. Das Zeitungs-Projekt zeigt zudem, wie sich Ende der 1990er Jahre die Politik anhand eines „Falls“ aufmachte, eine Law-and-Order-Agenda zu verwirklichen – und wo auch der damalige Wahlkampf eine große Rolle spielte.

Kein Wahlkampf, aber Politik und Recht: Das sind die Themen von **HERIBERT PRANTL**. Der leitende SZ-Journalist erhielt in diesem Jahr den Publizistikpreis 2013 der Landeshauptstadt München, der ihm von Oberbürgermeister Christian Ude verliehen wurde. Die Laudatio auf Heribert Prantl hielt der Kabarettist Georg Schramm. Dessen Rede zeigte, dass eine Lobrede auf einen Journalisten auch die Form einer polemischen Anklage haben kann. Schramm ging dabei mit der Politik ins Gericht, mit den Konsumenten- also: uns allen, den Medien. An Beispielen wie Lampedusa, der EU-Agrarpolitik oder den Aktivitäten der europäischen Grenzagentur FRONTEX zeigte Schramm, dass EU und die Bundesrepublik eine Politik verfolgen, die verheerende Folgen in den Ländern hatte und hat, aus denen Flüchtlinge versuchen, nach Europa zu kommen. Eine Menge Baustellen – auch für Journalisten.



Dieter Hanitzsch gratuliert seinem Freund Heribert Prantl

„In diesem Sinne, Prantl: Orden entgegen nehmen und weitermachen!“, endete Schramms Rede, die mit großem Applaus und stehenden Ovationen bedacht wurde. Heribert Prantl entgegnete in seiner kurzen Dankesrede, dass er sich weiterhin auch der Themen Asyl und Flüchtlingspolitik annehmen werde. Gerechtes Handeln etwa durch gerechten Handel wäre eines der Ziele, die umgesetzt werden müssten, so Prantl. Französisches Geflügel subventioniert im Niger, solche Entwicklungen gelte es weiter zu geißeln, so der Journalist und Jurist.



# Recht schaffen.

**Der VdK bietet kompetente Sozialberatung bei Rechtsfragen zu Rente, Behinderung und Pflege.**

Profitieren Sie von mehr als 65 Jahren Erfahrung.  
Allein in Bayern vertrauen über 620.000 Menschen dem VdK.

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



Zukunft braucht Menschlichkeit.

## PresseClub Exklusiv-Führungen

Der Presseclub bietet – exklusiv für seine Mitglieder – bereits seit mehreren Jahren eine breit gefächerte Palette an Führungen an. Diese Besuche gewähren Einblicke, die dem normalen Besucher oft verschlossen bleiben. Im letzten und in diesem Jahr waren wir unter anderem beim Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks und beim bayerischen Trachtenkulturzentrum zu Gast, reisten ins Mangfalltal, um den Weg des Münchner Trinkwassers zu verfolgen, und diskutierten auf dem Nockherberg über die Zukunft des Stadtteils Au.



Foto: Johann Schwepfing

Orchesterprobe im Gasteig

### DAS SYMPHONIEORCHESTER DES BAYERISCHEN RUNDFUNKS: AUF DER SUCHE NACH EINEM NEUEN KONZERTSAAL

Ob der neue Konzertsaal für das Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks im Landwirtschaftsministerium eine neue Heimat findet oder beim Deutschen Museum oder vielleicht doch im alten Marstallgebäude an der Maximilianstraße seinen zukünftigen Platz in München findet, darüber sprachen Mitglieder des Presseclub Münchens mit Pressechef Weiler im Gasteig. Dies geschah anlässlich eines Besuches der Probenarbeit von Chor und Orchester des Bayerischen Rundfunks, zusätzlichem Kammer-orchester, dem Tölzer Knabenchor und Gesangssolisten unter Chefdirigent Mariss Janson zur Aufführung von Benjamin Brittnans Werk „War Requiem“. Die Probenarbeit des atonalen Werkes live vom Balkon oberhalb des Orchesters über mehrere Stunden hinweg von Takt zu Takt mit mehrmals vom Dirigenten veränderter Moderation in Klangvolumen und Tempi, war ein unvergessliches Erlebnis!

Dieter Felgentreu

### WO DIE TRACHT „DAHOAM IS“ – MEDIENVERTRETER AUS BAYERN INFORMIEREN SICH IM TRACHTENKULTUR-ZENTRUM HOLZHAUSEN

Im Hinterland von Landshut – fernab der Touristenströme – verbirgt sich ein Kleinod des bayerischen Brauchtums: Das Trachtenkulturzentrum Holzhausen. Der Bayerische Trachtenverband lud gemeinsam mit dem PresseClub zur Pressereise ein.

Medienvertreter aus ganz Bayern schauten sich einen Tag lang im Trachtenland Bayern um. Überrascht und beeindruckt zeigten sich die Berichterstatter über das Trachtenkulturzentrum, das von Landesvorsitzendem Max Bertl, von Archivar Wolfgang Gensberger sowie weiteren Vorstandsmitgliedern erläutert wurde. Seit 2005 wird an dem denkmalgeschützten Vierseithof-Ensemble gearbeitet. Bislang wurden rund 20.000 ehrenamtliche Arbeitsstunden in das ehrgeizige Projekt mit einem Gesamt-Kostenaufwand von ca. 4.5 Millionen Euro eingebracht. Bis 2015 sollen die verschiedenen Häuser fertig sein. Bereits jetzt in Betrieb ist das Museum, der Jugendzeltlagerplatz, das Archiv und das historische Backhäusl. Beim traditionellen gesamt-bayerischen Tanzfest in Hinterskirchen klang der Tag aus. Von Leopardendirndl und Oktoberfesttracht bleibt der Besucher dort verschont. Stattdessen drehten sich die feschen Dirndl und schneidigen Buben zu Live-Klängen der regionalen Volksmusikgruppen in historischen Trachten um die Wette.



Trachtenkultur-Zentrum Holzhausen



Tanzfest in Hinterskirchen

Fotos: Johann Schwepfing

### PRESSEFAHRT INS MANGFALLTAL: SWM WASSERGEWINNUNG IM VORALPENLAND

Das Münchner Trinkwasser ist eines der besten in Europa. Quellfrisch und vollkommen unbehandelt fließt es aus dem Mangfalltal in die Münchner Haushalte und versorgt 1,5 Millionen Menschen mit täglich rund 290.000 Litern Wasser. 25 Journalistinnen und Journalisten des PresseClubs waren bei der Trinkwassergewinnung hautnah dabei – in der Grundwasserfassung Reisach und in einem Spiralschacht. Um die Trinkwasserqualität nachhaltig zu gewährleisten, kauft die SWM seit Jahrzehnten Grundstücke im Umfeld der Gewinnungsanlagen und bewirtschaftet diese Grundwasser schonend. So ist durch

die SWM-Initiative „Öko-Bauern“ zwischenzeitlich das größte zusammenhängende ökologisch bewirtschaftete Gebiet Deutschlands entstanden. Die Bio-Produkte der Region wurden nach der Führung im Berggasthof auf dem Taubenberg verkostet.

Angelica Fuss



Fotos: Johann Schwepfing

Der Presseclub auf dem Taubenberg – hoch über dem Mangfalltal





### MÜNCHNER GLASKUNST IN ALLER WELT – DIE MAYERSCHE HOFKUNSTANSTALT

Der Schein trügt: Das unauffällige Gründerzeithaus in der Münchner Seidlstraße beherbergt mit der Mayer'schen Hofkunstanstalt eine der international führenden Werkstätten für Glasgestaltung und Mosaik in der Architektur. Seit 1847 schafft die Glaskunstanstalt höchste Qualität in handwerklichem und künstlerischem Sinne. Künstler und Architekten aus aller Welt kommen hierher um ihre Visionen umzusetzen. Überraschend neu und zeitgenössisch sind die Anwendungen, in denen heute Glasgestaltung und Mosaik zum Einsatz kommen. Neben Flughäfen und U-Bahnstationen gehören Kunstereignisse im öffentlichen Raum, Fenster und Fassaden zu den internationalen Großaufträgen.

Die PresseClub Mitglieder staunten über die vielfältigen technischen Möglichkeiten der Glas- und Mosaikkunst: Die handgefertigten Materialien, wie Glas-Smalten, Glaskuchen, Natursteine, Mund geblasene Echtantik- und Überfanggläser bieten einen wahren Schatz an Möglichkeiten.

Angelica Fuss

### DAS KLÄRWERK GROSSLAPPEN- PREISGEKRÖNTE TÜRME AM RANDE MÜNCHENS

Nach den erfolgreichen Führungen in der Münchner Kanalisation und auf den Spuren des Münchner Trinkwassers bildete der Besuch im Klärwerk Großlappen den Abschluss des „Triple“. Man riecht es kaum: Hier werden jährlich 100 Millionen Kubikmeter Münchner

Auch Restaurierung von Kirchenfenstern gehört zu den Aufgaben der Mayerschen Hofkunstanstalt

Abwasser gereinigt. 97% des Münchner Abwassers werden geklärt. Das Klärwerk Großlappen ist seit 1926 in Betrieb und wurde seit 1957 kontinuierlich modernisiert und den jeweiligen Regeln der Technik angepasst. Die Vorbehalte gegen den Standort Großlappen - in unmittelbarer Nähe zur Allianz Arena - waren groß. Inzwischen, witzelte Betriebsleiter Dr. Bernhard Böhm, haben die Faultürme des Klärwerks schon einen Architekturpreis bekommen, die Allianz Arena hingegen nicht. Wissenswertes rund um das kostbare Nass und welcher technische Aufwand für die Abwasserreinigung notwendig ist, erfuhren die Journalisten beim Informationsbesuch.

Angelica Fuss



Die Faultürme des Klärwerkes Großlappen sind ein architektonisches Meisterwerk

### „TRAUE NUR DER STATISTIK, DIE DU SELBST GEFÄLSCHT HAST“ DAS LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG ÖFFNET SEINE PFORTEN

Die amtliche Statistik geht oftmals in der Routine der täglichen Berichterstattung unter. Dabei hat Statistik mehr zu bieten als „Erbsen- und Schäfchenzählen“. Das Bayerische Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung ist einer der größten Informationsdienstleister im Freistaat und stellt der Öffentlichkeit und den Medien Fakten aus nahezu allen Lebensbereichen zur Verfügung.

Karlheinz Anding, 2013 noch Präsident, begrüßte den Presseclub und stellte Organisation und Aufgaben der Behörde vor. Die Statistiker präsentierten den Teilnehmern eine Vielzahl von Feststellungen und Berechnungen zu Themen wie demografischer Wandel in Bayern, die ersten Ergebnisse des Zensus 2011, Landwirtschaft und Tourismus und die bayerische Energiewende in Zahlen.

Helmut Gierke



Auswirkungen des demografischen Wandels: Die Bevölkerung im Norden Bayerns wird bis 2031 abnehmen, die im Süden dagegen zunehmen – im Landkreis München sogar um knapp 11 Prozent. Hätten Sie's gewusst? 49 Prozent Bayerns sind Landwirtschaftsfläche, weitere 35 Prozent Waldfläche. Der Verbrauch für Gebäude- und Freiflächen sowie Verkehrsflächen macht zusammen 11 Prozent aus

Foto: Robert Auerbacher



Eine Ahnung von der Qualität der Verarbeitung vermittelt dieser Blick auf Armaturenbrett und Fahrersitz eines der aus aller Herren Länder zusammengetragenen luxuriösen Exponate. Hildegard Tröger, BMW-Mitarbeiterin und Presseclub-Mitglied, hat die Führung organisiert

Foto: Johann Schwepfänger

### ROLLS ROYCE – STRIVE FOR PERFECTION

Unter diesem Titel präsentiert sich die erste Rolls-Royce-Ausstellung weltweit im Münchner BMW-Museum mit einer einzigartigen Sammlung von 15 originalen RR-Automobilen aus den Jahren 1907 bis 2012. In einer Exklusivführung durch Museums-Kurator Braun für den PresseClub sich die Teilnehmer ein Bild von der großartigen britischen Manufakturgeschichte machen. Und von dem Titel gebend „Streben nach Perfektion“, das von Karosserie- und Fahrzeugbau über die Lederausstattung (nur Felle von Rindern, die sich das Fell nicht an Zäunen verletzen konnten) bis zur Kühlerfigur Spirit of Ecstasy und in die kleinsten Ausstattungsdetails reichte und aus jedem Fahrzeug atmete- die übrigens allesamt noch fahrbereit sind. Die Ausstellung, die vom historischen Treffen der Gründer Sir Henry Royce und Charles Rolls im Jahr 1904 bis in die aktuelle Gegenwart reicht, ist inzwischen bis September 2014 verlängert.

Helmut Gierke

### NACHWUCHSJOURNALISTEN FÜHLEN UNCLE SAM AUF DEN ZAHN: HINTERGRUNDGESPRÄCH MIT US-GENERALKONSUL BILL MOELLER

Am 21. November besuchte eine zwölköpfige Delegation des PresseClubs München unter der Leitung von Vorstandsmitglied Johann Schwepfänger den amerikanischen Generalkonsul Bill Moeller und sein Presse-Team im denkmalgeschützten US-Konsulat an der Königinstraße. Im Rahmen eines Hintergrundgesprächs bei Brownies und Bayrischer Creme führten Nachwuchsjournalisten sowie erfahrene PR-Profis und Medienvertreter einen offenen und lebhaften Dialog mit dem Generalkonsul.

Die Themenpalette reichte von den Aufgaben des Konsulats über NSA bis zur zukunftsweisenden Transatlantischen Handels- und Investitionspartnerschaft. Nicht zuletzt thematisierte Bill Moeller die herausragende Bedeutung der Jugend als Eckpfeiler für die Völkerverständigung.

Thomas Schaller



Foto: Thomas Schaller

PresseClub Vorstand Hans Schwepfänger überreicht Generalkonsul Bill Moeller das PresseClubMagazin. US-Präsident Barack Obama schaut wohlwollend zu

### VON DER BRAUEREI ZUM STADTQUARTIER EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN DES NOCKERBERGS

Die Paulaner Brauerei platzt an ihrem über 375 Jahre alten Standort aus allen Nähten – daher wird sie diesen bis Ende 2015 in den Westen nach München-Langwied verlagern. Das Paulaner Bier bleibt so gut wie es ist, doch das Gesicht der Au wird sich verändern: Statt LKWs und Malzduft werden auf dem rund neun Hektar großen Areal in noch ferner Zukunft öffentliche Parks, Spielplätze, neues Gewerbe und vor allem Wohnungen zu finden sein. Wie das neue Quartier genau aussehen soll, war in diesem Jahr nicht nur Frage der Architekten und des Bauherrn Bayerische Hausbau, sondern auch der Anwohnerinnen und Anwohner in der Au. Bernhard Taubenberger, Clubmitglied und Leiter Kommunikation & Marketing der Schörghuber Unternehmensgruppe (Hauptsponsor des PresseClubs), lud unsere Mitglieder zu einem exklusiven Gespräch auf dem Brauereigelände ein, um mehr über die Zukunft des Nockherbergs und den Umzug der Paulaner Brauerei zu erfahren.

Blick ins Sudhaus der Paulaner Brauerei



Foto: Johann Schwepfänger

## 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 feiern wir "5 Jahr Kunst im PresseClub" – lassen Sie sich von unserer Jubiläumsausstellung überraschen!

### 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.



### Anna Kiiskinen, Der Traum vom Wasser 22. Mai 2013 bis 13. September 2013

Wasser ist das Bildthema der finnischen Künstlerin, die 1971 im Land der vielen Seen geboren wurde. Anna Kiiskinen fotografiert Wasseroberflächen. Sie interessiert sich für Bewegungen und Spiegelungen: Wasser ist ständig in Bewegung und ändert sich je nach Wetter, Licht, Tages- und Jahreszeit. Diesen Prozess hält sie als Momentaufnahme fest und setzt ihn malerisch um. Wasser hat für Kiiskinen schon immer eine große Bedeutung gehabt – sie ist in Tampere, Finnland, aufgewachsen – in einer Stadt, die direkt zwischen zwei großen Seen liegt. Als Vorlagen für die Bilder dienen Fotos. Im Malprozess reduziert Kiiskinen die Wasseroberfläche zu einfachen, amorphen Formen. Das führt zu abstrakten Bildergebnissen, die grafisch und flächenhaft sind, aber trotzdem als Wasser erkennbar bleiben. Anna Kiiskinens Bilder laden zum Verweilen ein. Sie vermitteln das Gefühl von etwas Flüchtigem, Vergangenen und nicht wieder Erreichbarem. Ihre aktuellen "Wasserwelten" findet sie an den bayerischen Seen und in München an der Isar.



Wasser und seine Spiegelungen ist Anna Kiiskinens Thema



Kurator Markus Sattler und Anna Kiiskinen

Fotos: Johannes Schwepfinger (3)



Christoph Drexler mit Vernissagengästen



### Christoph Drexler, Räume 19. September 2013 bis 17. Januar 2013

Die Eindrücke, die Christoph Drexler zum Malen bringen, sind Erlebnisse aus der Kindheit: Die Schotterebenen rings um München, die liebliche und karge Landschaft des Altmühltals, Streifen von Rasen, die sich scharf gegen den Himmel abgrenzen und sich mit dem Sonnenlauf in immer neue Bilder verwandeln.

Ein Sofa, ein Feld, ein Haus, ein Baum: Die Dinge in Drexlers Bildern sind lakonisch. Sie erzählen keine Geschichten von der weiten Welt oder vergangenen Zeiten, geschweige denn von Übermorgen. Gerade weil die Räume menschenleer sind, wirken sie auf den Betrachter. Wer hinter die Bilder blickt, dem zeigen sich innere verborgene Welten. Die Statik und Distanziertheit der Landschaftsbilder verhindert, dass sie sich zu arkadischen Wunschbildern verklären. Wie in der klassischen Mythologie existieren in diesen Bildern zwei Arten von Arkadien: ein rauhes und ein sanftes, ein dunkles und ein helles, ein Ort des Vergnügens und einer der Urängste. Der Präsident des Genossenschaftsverbandes, Prof. Dr. h.c. Stephan Götzl, hielt die Laudatio bei der Vernissage am 18. September.



Drexlers menschenleere Bilder evozieren innere Welten





"Das verlorene Paradies". Parkansichten der Künstlerin Anne Pincus

### Anne Pincus: The Alchemist's Garden 22. Januar bis 23. Mai 2014

Der Garten als verlorenes Paradies: Diese Thema beschäftigt die australische, in München lebende Künstlerin Anne Pincus in ihrer aktuellen Werkreihe. Dass jeder Garten auch ein jeweils spezifisches Zeichensystem ist, ist hierzulande im Unterschied etwa zu Frankreich wenig präsent. Die Überblendung beider Zeichensysteme in den neuen Werken der gebürtigen Melbournierin lässt Bild- und Symbolwelten entstehen, die, obwohl im Detail durchaus geläufig, in ihrer Gesamtbedeutung für die Betrachter rätselhaft sind und auch geheimnisvoll und unscharf bleiben. In der christlichen Welt verweist der Garten auf das Paradies. Aber er ist auch ein Ort der Entspannung und Muße. "Müßiggang ist aller Laster Anfang" - diese Worte stelle Laudator Markus Sattler (Gründer und Leiter der UnigalerieLMU) dann auch als Motto über seine Rede, mit der er am 22. Mai in das Werk der Künstlerin einführt.



Anne Pincus präsentiert ihren neuen Katalog

Foto: Johannes Schweppfinger



### VORSCHAU

IN UNSERER NÄCHSTEN AUSSTELLUNG IM MAI 2014 PRÄSENTIEREN WIR DIE MÜNCHNER KÜNSTLERIN ANDREA HILLEN, DIE UNS MIT IHREN FARBENFROHEN BILDER IN DIE WELT ASIENS ENTFÜHRT.



... auch der mehrfache Biathlon Weltmeister und Weltcupsieger Andi Birnbacher schöpft neue Kraft aus den heilenden Fluten der Rottal Terme®!

## DIE BIRNBACHER THERAPIE PRÄVENTION GANZ PRIVAT

Alle reden von der Rente mit 67. Doch wie macht man das? Was muss man tun, um auch im höheren Alter noch jeden Tag seine Leistung zu bringen? Und - das Allerwichtigste: Wie kommt man gesund in die Rente mit 67?

Nun, darauf bietet die neue Birnbacher Therapie im Rahmen einer ambulanten Vorsorgemaßnahme viele Antworten. Diese finden Sie in unserem detaillierten Gesamtkatalog. Fordern Sie ihn gleich an!

Erfahren Sie alles über Bad Birnbach, das ländliche Bad im Südosten Bayerns, und lernen Sie die Vielfalt und Attraktivität der einzigartigen Rottal Terme kennen, wie z. B. Salzwasser-Lagune, Gradierwerk, Regensauna, Thermenbach, Aktivgarten usw.!

**SOMMERFRISCHE-AKTION IN DER ROTTAL TERME VOM 23.07. BIS 31.08.2014:**  
Baden von morgens bis abends ab 9,90 Euro! In diesem Zeitraum werden alle regulären 3,5- und 5-Stunden-Eintrittskarten automatisch zur Tageskarte verlängert!

# Medien-Treffpunkt

## Gäste im Internationalen PresseClub München



Abschied vom amerikanischen Botschafter Philip Murphy mit Frau; rechts der Münchner Generalkonsul Moeller



Vorstandsmitglied Kerstin Tschuck mit dem ehemaligen Wirtschaftsminister Martin Zeil



Der Evangelische Landesbischof Dr. Heinrich Bedford-Strohm zusammen mit Akademiendirektor Udo Hahn und Verleger Dr. Dirk Ippen



"Die EU ein Sanierungsfall?" lautete das Thema von EU-Kommissar Günther Oettinger - umrahmt von Dorle Strobel und Daniela Stradinger (links)



Die ehemaligen Fraktionsvorsitzenden Christa Stewens (CSU) und Franz Maget (SPD)



Gerda Hasselfeld erläutert die Politik der CSU in Berlin



Charlotte Knobloch und der Europaabgeordnete Markus Ferber



Kardinal Reinhard Marx und sein Pressesprecher Bernhard Kellner



Auch die "Affäre Mollath" war Thema im Club - auf dem Podium Rechtsanwälte und Journalisten



"Bayern weg, alles weg" lautet der Buchtitel von Ulrich Berls (Leiter ZDF-Landesstudio Bayern) - links Moderator Wolfram Weimer



Junge Gäste mit dem PresseClubmagazin



Der japanische Generalkonsul Akira Mizutami und Peter Schmalz



Botschafter Wolfgang Ischinger (Mitte) informierte über die Themen der Sicherheitskonferenzen (links Pressesprecher Oliver Rolofs, rechts Helmut Gierke vom Club)



Ministerpräsident Horst Seehofer umringt von Journalisten



Frankenspekt gab es beim Gespräch mit Münchner Boulevardjournalisten



Wenn prominente Gesprächspartner kommen, ist das Haus voll. Geraldine Knudsen, die neue Frau an der Spitze von München Tourismus, vor der Fernsehkamera



Dieter Reiter zu den Themen Stadtentwicklung, Nachverdichtung und Gartenstädte



Eine Besuchergruppe aus Asien wollte unbedingt in den PresseClub

# Medien-Treffpunkt

## Gäste im Internationalen PresseClub München



Stirbt mit den Zeitungen die Vielfalt? - Der BJV zum Tag der Pressefreiheit



Zukunftsforscher Erik Händeler (rechts) mit Kerstin Tschuck und Helmut Gierke (PresseClub)



Der Medientreff der Evangelischen Akademie, diesmal mit Edmund Stoiber und Bernd Lenze - in der Mitte Moderator Udo Hahn



Das neue EU-Land Kroatien ist Diskussionsthema mit Bernd Posselt (EU-Parlamentarier), Prof. Thomas Bremer und prominenten Persönlichkeiten aus Kroatien



Prof. Dr. Wolfgang Heckl, Generaldirektor des Deutschen Museums, spricht über "Die Kultur der Reparatur"



Der Deutsch-Amerikanische FrauenClub feiert sein 65. Jubiläum im Club



Der Jesuit und Prof. für Philosophie Prof. Dr. Godehard Brüntrup und Dr. phil. h.c.Erich Lejeune informieren über "Ist Motivation eine Wissenschaft?"



Fast täglich volles Haus im PresseClub



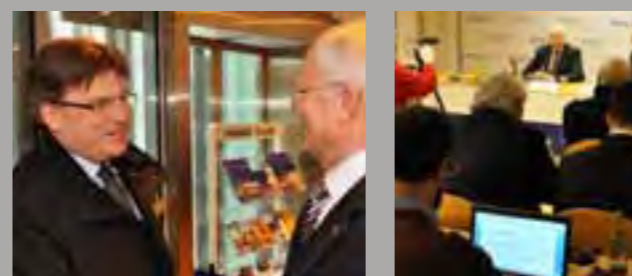
Beim Ramadan Fastenbrechen im PresseClub steht der türkische Journalist Bayram Aydin ( Zeitung ""Zaman Avrupa") neben Geschäftsführerin Angelica Fuss. Foto oben: Musikalische Umrahmung des Ramadanabends



Der Galerist Wolfgang Roucka in seinem Faschings-Element



Dr. Andrea Fischer (FDP), Margarete Bause (Grüne) und Hubert Aiwanger (Freie Wähler)



Nach 100 Tagen im Amt - Der neue Justizminister Prof. Dr. Winfried Bausback



Der russische Generalkonsul Andrej Gorzow im Gespräch mit Peter Schmalz



SPD-Fraktionsvorsitzender Markus Rinderspacher stellt das neue Buch von Gabriele Pauli "Die rote Rebellen - Fortschritt braucht Provokation" vor



Für Polizeipräsident Hubertus Andrä ist München die sicherste Großstadt. Links Pressesprecher Wolfgang Wenger - in der Mitte Moderatorin Kerstin Tschuck



Dr. Richard Loibl (Mitte), Leiter des Hauses der Bayerischen Geschichte, stellt das Programm der neuen Landesausstellung in Regensburg vor



Christoph Wunschuh (links) eräutert das neue Programm von münchen.tv



Mit dem Cafe am Marienplatz gibt es eine sehr gute Zusammenarbeit. Karl-Heinz Wildmoser (rechts), Dominik Knoll (links) und Ruthart Tresselt (Mitte)

Pater und Manager Anselm Bilgri (links) warb für mehr Muße im Leben



Geschäftsführerin Angelica Fuss und stellv. Geschäftsführer Günther Elia Treppner sind die guten Geister im Büro

## Medien-Treffpunkt

# PresseClub München Empfang für Ruthart Tresselt



Bei strahlendem Sonnenschein kamen am 18. Juni 2013 weit mehr als 100 Gäste zum Empfang des PresseClub München. Anlässlich des 75. Geburtstags des PresseClub-Vorsitzenden Ruthart Tresselt traf sich politische und journalistische Prominenz am Marienplatz.

Politik und Wahlkampf pausierten für eine kurze Zeitspanne: Bayerns Landtagspräsidentin Barbara Stamm (CSU) gratulierte ebenso wie Staatsminister Martin Zeil (FDP) sowie Abgeordnete aus allen Parteien.

Wirtschaftsminister Zeil war extra von einer laufenden Kabinettsitzung in die Räumlichkeiten des PresseClub am Marienplatz geeilt, um Glückwünsche zu überbringen. In seiner humorvollen Rede gratulierte er Tresselt im Namen von Ministerpräsident

Horst Seehofer und der gesamten Staatsregierung. „Sie machen es dem FC Bayern gleich – Sie spielen in der Champions League“, bescheinigte Zeil dem langjährigen BR-Journalisten. Damit spielte er auf Tresselts Engagement als Moderator, Berichterstatter und Chef des PresseClubs an. Auch Oberbürgermeister Christian Ude hatte einen Platz im Terminkalender reserviert. Er lobte besonders Ruthart Tresselts Einsatz für ein monopol-befreites Landshuter TV-Programm.

Tresselt, der am 15. Juni 2013 sein 75. Lebensjahr vollendet hatte und bereits an diesem Tag in Bad Birnbach viele Gäste empfing, freute sich über die vielen Besucher aus dem Club und der Stadt. Beim Empfang widmete er sich dem, was ihm besonders am Herzen liegt: dem Netzwerken und persönlichen Gesprächen in der Offline-Welt. Das Networking im Web 2.0 musste da für einige Stunden warten.



Martin Zeil (Wirtschaftsminister/Stellvertreter des Ministerpräsidenten) und Barbara Stamm (Landtagspräsidentin) zusammen mit Franziska und Ruthart Tresselt



Peter Schmalz (PresseClub), OB Christian Ude, MdL Reserl Sem, Ruthart Tresselt und Bürgermeister Josef Hasenberger (Bad Birnbach)



Oberbürgermeister Christian Ude bei seiner Laudatio für Ruthart Tresselt



Weit mehr als 100 Gäste – darunter viele Journalisten-Kolleginnen und -Kollegen



Unter der Polit-Prominenz auch Charlotte Knobloch und die amtierende CSU-Fraktionsvorsitzende Christa Stewens

Fotos: Johann Schwepfing (2), Wolfgang Roucka (1)



## Werte für die Zukunft bewahren.

Generationen- und Stiftungsmanagement der Stadtparkasse München – professionelles Vermögensmanagement für Stiftungen, Stiftungsberatung, Stiftungerrichtung, Stiftungsbetreuung.

 Stadtparkasse  
München

Telefon 089 2167-13930  
[www.sskm.de/goto/stiftungsmanagement](http://www.sskm.de/goto/stiftungsmanagement)

Die Bank unserer Stadt.

# Medien-Treffpunkt

## Gäste im Internationalen PresseClub München



Bei Großereignissen auf dem Münchener Marienplatz – wie hier der Meisterfeier des FC Bayern – steht der PresseClub den Journalisten und Fotografen offen und wird als ideale Fotoposition geschätzt

Ottfried Fischer informiert über das neue "Bulle von Tölz"-Museum und das "Hochwasser-Museum" in Passau



Über die Vorteile des betrieblichen Gesundheitsmanagement diskutieren auf Einladung unseres Mitglieds Dr. Johannes Zwick, Rolf von Hohenhau (Präsident Bund der Steuerzahler), Dr. Ingo Friedrich (jahrzehntelanger Europa-Parlamentarier) und Dr. Barbara Lang



Die Münchner OB-Kandidaten im Club: Michael Mattar (FDP), Dieter Reiter (SPD), Josef Schmid (CSU), Sabina Nallinger (Die Grünen) und Moderator Peter Schmalz



Foto-Collage: Armin Baumgartner, Fotos: Johann Schwepfänger, Robert Auerbacher



Chats

Suche Werbeplätze in



Daaanke!

Gerne! Ganz Bayern aus einer !!!

# Qualitätsjournalismus und PR in einem Boot ...und wie der *PresseClub* es auf Kurs hält.

VON BERNHARD TAUBENBERGER

Der – vermeintliche – Antagonismus zwischen Journalismus und PR ist vielbeschrieben und vielbesprochen. Und hat vor allem in den letzten Jahren durch das exponentielle Wachstum der Informationsgesellschaft reiche Nahrung gefunden. Vor gerade einmal einem Vierteljahrhundert herrschte noch die mediale Dreifaltigkeit: Zeitung, Radio, Fernsehgerät. Dagmar Berghoff war im Wohnzimmer so selbstverständlich Abendgast wie an Sylvester Freddie Frinton mit „Dinner for one“. Sehr verlässlich alles. Und vor allem: übersichtlich.

Heute haben wir ein Vielfaches an Informationskanälen. Eine unbegrenzte Menge an Daten steht uns zur Verfügung. Nach Berechnungen wird die weltweit verfügbare Speicherkapazität bis in drei Jahren auf über sieben Exabyte steigen – sieben Trilliarden Byte, 21 Nullen! Zum Vergleich: Die Gesamtheit aller gedruckten Werke auf der Welt liegt bei 0,2 Exabyte. Unser Informationszuwachs erfolgt exponentiell. Veralterungszyklen werden immer kürzer. Up to date sein heißt heute online sein. Alles schön und gut. Stellt sich nur die Frage: Wer bündelt diese Fülle für uns? Wer gibt uns Orientierung? Wer macht die Information für uns zu Wissen? Vielleicht sogar zu Kompetenz?

Die Antwort liegt auf der Hand: Mit jedem neuen Bit Informationsrohstoff wird der PresseClub ein Stück wichtiger. Er ist unverzichtbarer denn je. Und zwar nicht nur für die Mitglieder. Für die Gesellschaft als Ganzes.

Der PresseClub bündelt Information. Und er deutet Information. Das Ergebnis ist Meinung – und zwar nicht nur eine Meinung, sondern alle Meinungen, die wir als pluralistisches und demokratisches Gemeinwesen abbilden können und wollen.

Der Treibstoff von alledem ist die Diskussion: kontrovers und kenntnisreich. Kaum ein Ort in unserer Gesellschaft, an dem die Diskussion so sehr zu Hause ist wie im PresseClub.



Der Schriftsteller Stefano Guazzo (1530-1593) hat einmal gesagt: „Die Diskussion ist das Sieb der Wahrheit.“ Guazzo ist längst tot. Es tut ihm daher nicht mehr weh, wenn man in bester jüngerer Bajuwarentradition ein klein wenig plagiiert und feststellt: Der PresseClub ist das Sieb der Wahrheit.

## VERSCHWEIGEN UND UNTERSTELLEN: JOURNALISTEN UND PR

Sieb der Wahrheit sein: Was der PresseClub vermag, ist dem normalen Journalisten, zumal dem Printjournalisten, im Alltag unmöglich. Kostendruck, Zeitdruck und Stellenabbau bestimmen seine Arbeit. Agenturmeldungen fressen seine Eigenrecherche auf. Die Zeitungspublik Deutschland erlebt das Straucheln, manchmal den Fall

von Tageszeitungen. Diese existenzielle Krise kommt leider immer wieder auch in den Artikeln an, die wir lesen – als Harmlosigkeit oder, schlimmer, als Halbwahrheit. Dem stehen die Unternehmen gegenüber. Bis an die Zähne bewaffnet mit blütenweißer Hochglanz-Information. Sekundiert von zwei apokalyptischen Reitern – dem Juristen und dem Kommunikationsexperten. Eine undurchdringliche Phalanx, fest geschlossen um des Pudels Kern. Unternehmen leisten sich heute immer mehr PR, weil sie den Wert von Image und die Kosten eines Imageschadens längst erkannt haben. Das Ergebnis: Heerscharen an PR-Leuten erdrücken den Journalisten. Diese Asymmetrie vertieft das Misstrauen zwischen der PR und dem Journalismus.

Foto: 123 rf

Richard Gaul, langjähriger Kommunikationschef bei BMW, hat dieses Misstrauen so ausgedrückt: „Als Journalist habe ich mich immer gefragt, was will mir der Pressesprecher verschweigen. Als Pressesprecher frage ich mich, was will mir der Journalist unterstellen.“

## IN EINEM BOOT: PLÄDOYER FÜR DIE REDLICHKEIT

Richard Gaul ist ein Säulenheiliger der PR in Deutschland. Trotzdem liegt er mit seinem launigen Statement falsch: Argwohn ist die falsche Währung für das Verhältnis zwischen PR und Journalismus. Die Währung muss vielmehr sein: Redlichkeit. Beide Seiten müssen vertrauen können: Das Gegenüber verfolgt zwar Interessen. Aber es verfolgt diese Interessen redlich. Beide Seiten müssen wissen: Täuschen lohnt sich nicht.

Und doch gibt es sie, die Unredlichkeiten im Pressegeschäft. Die verdeckte PR etwa, Beispiel Wikipedia: Hat längst den Status des seriösen Nachschlagewerks, viele Jüngere kennen gar keine klassische Enzyklopädie mehr. Aber: Jeder kann sich heute bei Agenturen die Fälschung seines Wikipedia-Eintrags bestellen. Ein Mitarbeiter reicht. Der eröffnet 30, 40 Accounts und diskutiert dann auf der Ziel-Seite bei Wikipedia so lange mit sich selbst, bis die gewünschten Änderungen durchgeführt sind. Und sollte sich ein unerwünschter User einmischen: kein Problem. Dann werden so viele Accounts aktiviert, bis die echte Einzelmeinung der fingierten Mehrheitsmeinung unterliegt. Und fertig ist der neue Eintrag. Mancher mag das raffiniert nennen. Ich nenne es schlicht die Öffentlichkeit aufs Kreuz legen.

Umgekehrtes Beispiel: Presseberichterstattung bei sensiblen, auch ideologisch besetzten Themen. Beispiel: die Esso-Häuser in Hamburg, ein Gebäudekomplex an der Reeperbahn mit Wohnungen und Gewerbe. Plattenbau von 1961, baufällig, marode Stahlbetonkonstruktion. Alles seit Jahren von Gutachtern nachgewiesen. Die Bayerische Hausbau hat das Objekt 2009 mit dem

Vorsatz erworben: Abbruch und Neubau, ein Drittel Sozialwohnungen, dort, wo heute im Übrigen nicht eine einzige öffentlich-geförderte Wohnung ist.

Das Bezirksamt Hamburg-Mitte hat im Februar letztes Jahr die Balkone sperren müssen. Ein paar Monate später auch die Tiefgarage. Alles baufällig. In der Nacht zum 15. Dezember mussten schließlich die Gebäude wegen akuter Einsturzgefahr evakuiert werden. Das alles begleitet von Demonstrationen.

Nun kann man zu einer Wahrheit immer mehrere Geschichten erzählen. Die eine lautet: Die Bayerische Hausbau hat die Esso-Häuser gekauft, weil sie wie jedes Unternehmen Geld verdienen will. Sie macht dies mit einer Verantwortung, die über das rechtlich geforderte hinausgeht: Sozialwohnungen, absolute Offenheit gegenüber allen Betroffenen, umfangreiche Hilfen für die Mieterinnen und Mieter. Aber: Diese Geschichte ist sterbenslangweilig.

Ein guter PR-Mann bewegt sich innerhalb jenes Korridors, den man früher einmal Anstand genannt hat. Er spinnt ein Netz zwischen sich und der Presse aus vielen einzelnen Fäden des Vertrauens.

Viel spannender dagegen ist die Geschichte vom Raubtierkapitalisten aus den bayerischen Bergen. Von David, dem alle Welt seit 2000 Jahren die Daumen drückt, gegen Goliath. Vom hanseatischen Rotkäppchen und dem schwarzen, bösen Wolf, der das Rotkäppchen frisst. Diese Geschichte ist deswegen so viel erfolgreicher, weil sie einen Archetypus in uns bedient. Und gegen die Macht von Archetypen können wir uns nicht wehren – sie funktionieren unterbewusst.

In dieser Situation hat der Qualitätsjournalismus eine immense Verantwortung, weil er mit der kleinsten Falschinformation einen riesigen Imageschaden verursachen kann. Das kostet die Unternehmen bares Geld – und, wenn die Marke kaputt ist, auch die Existenz.

Aber die Verantwortung liegt nicht nur beim Journalisten. Er muss sich in Zeiten des informationellen Overflow und der Ausdünnung seiner Redaktionsstube auf die Redlichkeit des Unternehmenssprechers verlassen können. Der wird ihm weiß Gott nicht alle Fehler seines Unternehmens auf dem Silbertablett präsentieren. Aber ein guter PR-Mann bewegt sich innerhalb jenes Korridors, den man früher einmal Anstand genannt hat. Er spinnt ein Netz zwischen sich und der Presse aus vielen einzelnen Fäden des Vertrauens.

Dieses Netz ist unglaublich brüchig. Ist das Vertrauen einmal weg, bewegen sich beide Seiten ins Extrem: Die PR lügt das Blaue vom Himmel und der Journalist behauptet von diesem Blauen das pure Gegenteil. Verlierer gibt es dabei drei: das Unternehmen, den Journalismus und die Öffentlichkeit. PR und Qualitätsjournalismus sitzen also in einem Boot. Und dieses Boot schwimmt nicht besser oder schlechter durch mehr oder weniger Manpower. Es schwimmt ganz einfach durch das gemeinsame Vertrauen.

Und hier kommt noch einmal der PresseClub ins Spiel. Dieser ist nämlich nicht nur das bereits beschriebene Sieb der Wahrheit. Er ist auch ein neutraler Boden für den Austausch zwischen Journalisten und Unternehmenssprechern, ein einzigartiges Forum für die Bildung von gegenseitigem Verständnis. Der PresseClub ist damit eine gigantische vertrauensbildende Maßnahme. Er ist nicht weniger als ein Garant für seriöse Kommunikation in unserer Gesellschaft. ■

*Bernhard Taubenberger ist Mitglied im PresseClub und seit 2008 Leiter Kommunikation & Marketing der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG, München.*



# 50 Gäste und 12 TV Pioniere der allerersten Stunde des Privatfernsehens in Deutschland:

Der „Urknall des Privatfernsehens“ und seine Überlebenden im PresseClub  
Das Forum zum 30-jährigen Jubiläum der „Tele-Zeitung München“ war facettenreich und unterhaltsam.

VON UWE BRÜCKNER

**DAS DEUTSCHE PRIVATFERNSEHEN** wurde von Zeitungsverlegern auf den Weg gebracht. 48 bayerische Verlage gründeten die „Tele-Zeitung München“, die am 01. April 1984 ins Münchner Kabelnetz der Post eingespeist wurde. Schon der Bindestrich im Logo machte klar, dass es sich zunächst um eine „Zeitung“ handeln sollte. Auch im Kommerz-Fernsehen wollten die Verleger die Zügel nicht aus der Hand geben. Auch wenn Kritiker meinten, die Zeitungsbarone hätten beim neuen Konkurrenzmedium viel eher das Bremsseil im Blick. Zwar waren zum Sendestart, wie sich später herausstellte, nur wenige hundert Haushalte angeschlossen, dennoch erfüllte das Programm den Tatbestand eines öffentlich verbreiteten Rundfunkprogramms. Als rechtliche Basis wurde Monate nach Sendestart das Bayerische Medienerprobungs- und Entwicklungsgesetz nachgeschoben.

Die Tele-Zeitung sendete täglich 30 Minuten: Lokalnachrichten, Kultur, Sport und Politik. 10 Kameraleute, Cutter und Techniker sowie 10 Redakteure. Eine Person kümmerte sich um den Werbezeitenverkauf. Über die Programmqualität schrieb die „ZEIT“ (Autor Rainer Frenkel am 28. Juni 1985):

„Das Konzept dieses lokalen Programms hebt es heraus aus dem Einheitsbrei, den privater Rundfunk ansonsten zusammenrührt. Anders gesagt: Die Telezeitung erfüllt als einzige die Verheißungen, die die Privaten so gerne machen: Sie ist frisch, informativ, anders. Der Redaktion und damit ja auch den Verlegern ist es gelungen nachzuweisen, dass „privat“ und „flach“ nicht gleichgesetzt werden müssen.“

**DERLEI AUFMUNTERUNG** konnte dennoch nicht verhindern, dass nach dem Anfangsverlust in Höhe von 11,5 Mio. den bayerischen Verlegern unter Horst Uhlemann die Lust aufs Weitermachen verging. Etwaige Anstrengungen, die Vermarktung zu forcieren, blieben unbemerkt.

**DIE TELE-ZEITUNG** beendete ihren Sendebetrieb nach nicht einmal zwei Jahren. Vor allem die Post hatte es nicht vermocht, die Verbreitung wie versprochen rasch zu erhöhen. Am Ende waren es etwa 10.000 angeschlossene Haushalte. Der treffende Kommentar dazu in der ZEIT liest sich auch heute noch frappierend aktuell:

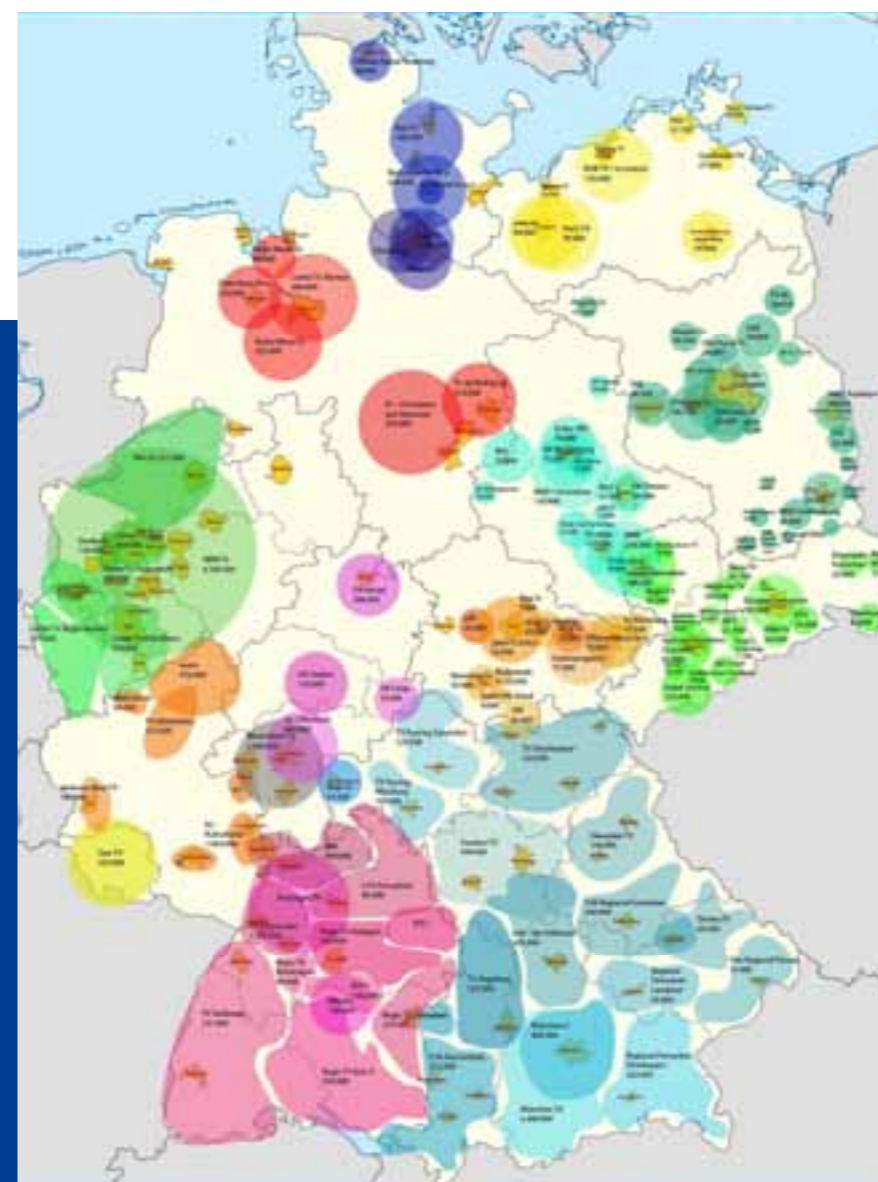
Fotos: Johann Schwepfänger

Zu verstehen wäre dies (Beendigung des Sendebetriebs wegen geringer Reichweite, Anm.d.V.), doch es wäre falsch. Schließlich ist die Bevorzugung der Zeitungsverleger bei der Lizenzvergabe für den Privatfunk nicht unumstritten. Kartellrechtliche und ordnungspolitische Bedenken haben Gewicht. Da sollten die Verleger mit der Telezeitung nicht den bisher einzigen Beleg dafür aus der Hand geben, dass ihr Engagement in den Rundfunk nicht allein kommerzielle, sondern auch publizistische Antriebe hat.

**IM PRESSECLUB TRAFEN SICH DIE MACHER** der Tele-Zeitung und blickten zurück über 30 Jahre Privatfernsehen. Ihre persönlichen Lebensläufe und Statements, ihre Analysen und Anamnesen zum derzeitigen Status des „Patienten Privatfernsehen“ ergaben kurzweilige und überraschende zwei Stunden. „Wir hatten die totale Freiheit“ konstatierte Uli Krenn, der später als Chefredakteur namhafter TV-Programme und ehemaliger Chefredakteur des Branchenblattes wëtV auch erkannte: Das war die prägende Zeit in meiner Karriere. Dagmar Werther, die TV-Innovatorin, die später mit „Leo's“ und „How Much“ preisgekrönte neue Formate entwickelte, pflichtete bei: das Rüstzeug von damals war fürs spätere Fernsehleben „unverzichtbar“. Heutzutage fehlten Risi-

ko und Leidenschaft. Sundo Ganser, der als Kameramann und Regisseur mittlerweile Industrie-Events und Mega-Live-Produktionen realisiert, ergänzt die Diskussion um eine nüchterne, wie bedenkliche Note: „Damals hatte ein Kameramann mehr verdient als heute, 30 Jahre später“. Für Beate Schmitt-Aschmann war die damalige Bürgernähe mit vielen Vor-Ort-Formaten beispielhaft für eine neue TV-Zukunft. Das ist eine Farbe, die gerade heute neues Fernsehen wieder interessant machen kann. Obwohl von der Politik gefördert, habe die Tele-Zeitung München keinen politischen Druck verspürt. Dete Klein, Cutter und Musiker, der nach der Tele-Zeitung große Stoffe für die öffentlich-rechtlichen Sender zu erfolgreichen Dokus verarbeitet, meinte: „damals musste man aus nichts Gold machen“ und „der Wagemut und die Gewissheit fehlen, dass man auch heute ein gutes Stück auch aus mäßigem Material schöpfen kann.“

**ZUR ÜBERRASCHUNG DER REDAKTION** „schneite“ mit Verspätung der ehemalige Kameramann, später Technik-Chef von tv.münchen und Gründer der Bayerischen Akademie für Fernsehen/BAF, Thomas Zecher vorbei. Der legendäre Visionär kam trotz Schneefall aus Metzingen noch rechtzeitig mit seinem überraschenden Statement ins Forum: „Der Urknall im Fernsehen kommt jetzt erst“: die User und Zuschauer machten dank neuester Technik längst ihr eigenes Programm, kreativ und engagiert, professionell und vollkommen unabhängig. Der Beginn eines erfolgreichen Fernsehprogramms liege in den Händen der Zuschauer. „Wer braucht denn heute noch Fernsehsender?“ An dieser Stelle erntete Zecher nach kurzer Schrecksekunde langen Beifall im Forum. Auch Zecher betreibt mit Ermstal-TV einen eigenen TV-Sender mit



## Regional-TV in Deutschland

Technische Reichweiten basieren auf Senderangaben oder der Veröffentlichung der zuständigen Landesmedienanstalten. Die Redaktion gibt keine Gewähr auf Vollständigkeit, bzw. Richtigkeit dieser Angaben

Grafik: Leo Preisinger; Redaktion: Uwe Brückner, Serviceredaktion münchen.tv



Im PresseClub trafen sich die Macher der Telezeitung und blickten zurück auf über 30 Jahre Privatfernsehen



TV-Workshops an Schulen und Vereinen. Sein ehemaliger Kamerakollege Michael Preushler pflichtete bei. Er hatte schon vor Jahren einen eigenen TV-Kanal im Web etabliert: „EBE-tv“ zeigt freie Nachrichten für den Landkreis Ebersberg. Außerdem wurden unter den zahlreichen Gästen im Forum gesehen: Norbert Kiefer, Tele-Zeitungs-Kameramann und TV-Produzent, Herbert Schnaudt, der als Geschäftsführer der mbt die Tele-Zeitung abwickelte, Karl Wohlhüter, BR-Legende und Gründungsvater des privaten Hörfunks in Bayern, Chris Beyersdörfer, die den Business-Channel CBCTV.de gründete, Dr. Helmut Kolitzus, einer der ersten HFF-Studenten, der später Mediziner wurde, Susanne Tidow, ehemals BLM, jetzt Literatur-Expertin sowie Michael Märzheuser, ein Hörfunkpionier und späterer Pressesprecher des Bundestages. Moderiert wurde der Abend von der renommierten Medienjournalistin Sissi Pitzer, die schon vor 30 Jahren über die „Tele-Zeitung München“ schrieb. Viele Videobeispiele trugen zur Authentik des Abends bei - präsentiert und zusammengetragen von Vorstandsmitglied Uwe Brückner, ebenfalls Redakteur der „Tele-Zeitung“ und Organisator der Veranstaltung. Eine Zustandsbeschreibung, die den Abend lange überdauern dürfte, kam von Dieter Mudrak, Mitglied der „Tele-Zeitung“ und versierter TV-Autor. Seiner Meinung nach liege das aktuelle TV-Dilemma in der Struktur der Sender selbst:

## Stimmen zum PresseClub München

UDO HAHN  
DIREKTOR DER EVANGELISCHEN AKADEMIE TUTZING

Der Internationale PresseClub gehört für mich zu den Wahrzeichen des Medienstandorts München. Neben Pressekonferenzen zu aktuellen Themen bietet er seit Jahren ein vielfältiges Bildungsprogramm, das sich sehen lassen kann. Ein wertvoller Service für Journalisten, die den komplexen Fragen von Politik, Wirtschaft, Bildung, Kultur, Kirche und Medien auf den Grund gehen wollen und verstehen möchten, was wirklich Sache ist. //



Foto: Johann Schwepfänger

„Oben regieren Investoren, im Management Controller und im Programm Juristen“. Die Schlüsselqualifikation sei dabei das Dirigat eines Verwaltungsapparates und Programmentscheidungen seien geprägt von der eigenen Daseinsfürsorge.

**NACH 30 JAHREN HABEN** sich die nationalen Privatsender vor allem wirtschaftlich profiliert. Private Lokalsender kämpfen bei hoher Beliebtheit vor allem mit sinkenden Werbeeinnahmen. Heute gibt es in Deutschland etwa 200 lokale und regionale TV-Anbieter. In Bayern leisten 16 TV-Stationen regionale Grundversorgung. Ihr Marktanteil beträgt in der Kernzeit beachtliche 19,7 % (Bayerische Funkanalyse 2012, 18:00 Uhr-18:30 Uhr). ■



MÜNCHEN  
**AU-SGEZEICHNET!**  
GOLD PRÄMIERTE BÜROS



➤ RegerHof

MEHR LEBEN.  
MEHR WOHLFÜHLEN.  
MEHR ERFOLG.

- **Mehr Raum:** flexibel aufteilbare Büroflächen im Neubau (Erstbezug)
- **Mehr Zeit:** alles im Haus – Supermarkt, Drogeriemarkt, Bäckerei, Kindertagesstätte
- **Mehr Nähe:** gute Anbindung durch Trambahn, U-/S-Bahn und Mittleren Ring
- **Mehr übrig:** faire Mietpreise und Kostenersparnis durch energieeffiziente Bauweise (DGNB-Zertifikat in Gold)
- **Mehr Erholung:** begrünter Innenhof, Nockherberg, Isar
- **Mehr Vorfreude:** provisionsfrei, Bezug kurzfristig möglich

**Musterbüro:**  
Besuchen Sie uns in der Welfenstraße 22, 1. OG,  
nach telefonischer Terminvereinbarung

Telefon **089 9238-238**  
[www.welfenhoefe.de](http://www.welfenhoefe.de)

Hier steckt noch mehr für Sie drin.



NEU: HANDYTICKET!

HANDY-FAHRPLAN!



MVV-Companion:  
Die App für Android und iPhone, jetzt auch mit HandyTicket.

S-Bahn | U-Bahn | Bus | Tram  
[www.mvv-muenchen.de](http://www.mvv-muenchen.de)



Foto: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

## „Forum Deutscher Presseclubs“ zu Gast in Regensburg

In überaus historischer Umgebung fand vom 9. bis 11. Mai 2013 die Jahrestagung des „Forums Deutscher Presseclubs“ statt. Die Mitglieder dieser bundesweiten Vereinigung kamen auf Einladung des PresseClubs Regensburg in dessen neugestaltete Tagungsräume im Stadtzentrum. Der Zusammenschluss von 23 deutschen Presseclubs mit dem Ziel einer überregionalen Zusammenarbeit besteht seit 2002.

VON HELMUT GIERKE

### AKTIVITÄTEN UND KOOPERATIONEN

Die Vorsitzenden und Verantwortlichen der 12 auf der Tagung vertretenen Presseclubs berichteten über Aktivitäten, Veränderungen und Pläne der im Wesentlichen als Vereine organisierten Clubs. Die Teilnehmer verabredeten dabei auch verstärkte Aktivitäten zum Internationalen Tag der Pressefreiheit am 3. Mai 2013 mit Schwerpunkt auf der nationalen Situation. Der Frankfurter PresseClub als Koordinierungsstelle des Forums wird Themen und Termine gesammelt ins Netz stellen.

Zum Thema Zusammenarbeit wurden außerdem allgemeiner Informationsfluss und Programmaustausch diskutiert, die sich auch auf den Austausch von Referenten beziehen sollen. Weitere Diskussionspunkte waren Preisverleihung durch die Clubs sowie Mitgliederstruktur (Gewinnung junger Mitglieder) und Finanzierung (Spenden- und Sponsorengelder)

**Keltische Siedlung, römisches Legionslager, Sitz der Bayer. Herzöge, Stätte von Reichs- und Fürstentagen, Ort des „Immerwährenden Reichstags“, Hauptstadt der Oberpfalz – Regensburg ist über 2000 Jahre alt und Weltkulturerbe**



Arbeits-  
tagung im  
Regensburger  
PresseClub

### VERÄNDERTE REISEANGEBOTE

Die einzelnen Presseclubs führen Tages- und Kurzreisen für ihre Mitglieder durch, aber auch „große“ Reisen. Dazu zählen Tagesfahrten zu Ausstellungen (Augsburg, München), auf die Frankfurt wegen zurückgegangener Nachfrage verzichtet. München bietet anders als früher keine „großen“ Reisen mehr an. Der Presseclub Nürnberg konnte anders als geplant die Reise in die Partnerstadt Antalya 2013 nicht durchführen, Frankfurt hat 2013 eine Reise nach Kambodscha realisiert, ebenso der Bonner Medien Club, der 2013 sein 25-jähriges Bestehen feierte. Für 2014 wird voraussichtlich eine Reise nach Kuba angeboten.

**FORUM**  
Deutscher PresseClubs



Empfang bei der Stadt Regensburg im Alten Rathaus: Im Reichssaal begrüßte der Oberbürgermeister die Teilnehmer des Forumstreffens. An historischer Stätte gab Hans Schaidinger einen Abriss Regensburger Geschichte und Entwicklung und kredenzte Regensburger Wein – eine begehrte Rarität, die den Gästen mundete

### INTERNETAUFTRITT

XING, Facebook und Forumsauftritt waren Thema auch der Regensburger Arbeitstagung. Schon 2009 (in Nürnberg) und 2010 (in Wiesbaden) war Social Media Tagungsthema. 2012 (in Frankfurt) wurden Kündigung und Löschung des Forums auf der XING-Plattform beschlossen und inzwischen auch realisiert. München dagegen pflegt seine XING-Seite, in die auch externe Fachbeiträge eingestellt werden.

Die Facebook-Seite des Forums, die inzwischen über 100 Mitglieder hat, soll die Kommunikation zwischen den einzelnen Clubs und deren Mitgliedern sowie der Öffentlichkeit fördern.

Als besonders aktive Clubs zum Thema Social Media haben sich 2013 die Presseclubs Ostwestfalen-Lippe Bielefeld (Dr. Reinhard Schwarz) und München (Günther Elia Treppner, der zu diesem Punkt an der Tagung teilnahm) gezeigt. Die Verantwortung für die Forumsseite liegt nach wie vor beim Frankfurter PresseClub.

### VORTRÄGE, EMPFÄNGE, BESICHTIGUNGEN

Zum Thema „Medienwandel – Segen oder Fluch für die Medienfreiheit?“ referierte Prof. Dr. Johannes Weberling. Über diesen interessanten Vortrag des Inhabers des Berliner Lehrstuhls für Presserecht diskutierten die Tagungsteilnehmer ausführlich.

Natürlich gab es auch einen Empfang bei der Stadt Regensburg: Oberbürgermeister Hans Schaidinger ließ es sich nicht nehmen, persönlich den Forumsteilnehmern Historie, Entwicklung und die gegenwärtige Situation der Universitätsstadt Regensburg zu erläutern. Eine Stadtbesichtigung, bei der auch das Wetter mitspielte, rundete das Stadt-Programm ab.

### ENERGIEWENDE: WIND UND SOLAR

Die jährlichen Forumstreffen werden regelmäßig auch mit sozio-ökonomischen Informationen über die Region angereichert. Diesen Part übernahm Ulrich Lenz, der mit seinem vor 20 Jahren gegründeten Familienunternehmen vornehmlich in Bayern 465 Windkraftanlagen gebaut und ans Netz gebracht hat. Lenz äußerte sich kritisch zur Energiepolitik der letzten Bundesregierung und sieht die Zukunft der Energieversorgung in Wind und Solar.

### BLICK AUF 2014

Die diesjährige Tagung des Forums findet in Leipzig statt und wird vom „Mitteldeutschen Presse Club zu Leipzig“ (mpc) ausgerichtet. Geplant ist in diesem Jahr eine Diskussion, ob Presse Clubs heute noch zeitgemäß sind. Grundlage für die Behandlung dieses Themas sind Studien, die der Frankfurter Presse Club beauftragt hat. ■

Mit dem aktuellen Magazin des PresseClubs München, das Ruthart Tresselt (ganz links) als Vorsitzender überreichte, präsentierte sich OB Hans Schaidinger den Fotografen – eingerahmt von Monika Weber-Nau vom Frankfurter PresseClub und Manfred Sauerer, Vorsitzender des Regensburger PresseClubs und Chefredakteur der Mittelbayerischen Zeitung



## VORSCHAU

DIE NÄCHSTE TAGUNG DES  
"FORUMS DEUTSCHER  
PRESSECLUBS" FINDET VOM  
29. MAI BIS 31. MAI 2014 IN  
LEIPZIG STATT.

# GESUNDHEIT IST UNSERE STÄRKE

## Führend in Deutschland

Wir bieten seit 50 Jahren medizinische Höchstleistungen: Die Johannesbad Fachklinik in Bad Füssing mit Deutschlands größter Heilwasser-Therme zählt in den Bereichen Reha, Anschluss-Heilbehandlung, Kur und Prävention zu den führenden Einrichtungen.

## Unsere medizinische Fachkompetenz

- Abteilung für Orthopädie (stationäre, ambulante Reha/AHB)
- Interdisziplinäres Schmerzzentrum (stationäre Krankenhausbehandlung)
- Psychosomatische Medizin und Psychotherapie (stationäre Reha, Krankenhausbehandlung)
- Abteilung und Praxis für Urologie (stationäre Reha, AHB/ambulante Behandlung)
- Deutsches Zentrum für Osteoporose (stationäre/ambulante Behandlung)
- Deutsches Zentrum für Chinesische Medizin (stationäre/ambulante Behandlung)
- Therapiezentrum und Therme

## 1964 – 2014: 50 Jahre weiter

Mit dem 50-jährigen Jubiläum des Johannesbades feiern wir in diesem Jahr unsere langjährige Qualität und medizinische Kompetenz, denn Gesundheit ist unser Leben.

**Sie möchten mehr über das Johannesbad in Bad Füssing erfahren? Unsere Chefärzte stehen Ihnen gerne zur Verfügung.**

### Presse-Kontakt

Andrea Gerauer  
Marketingleitung Johannesbad Gruppe  
Tel. +49 (0)8531 23 28 75  
andrea.gerauer@johannesbad.de  
www.johannesbad.de/presse



## Ganzheitlich gegen Schmerz

Einer unserer Schwerpunkte liegt auf der ganzheitlichen Schmerz-Kompetenz. In unserem Schmerzzentrum für multimodale und Akut-Schmerztherapie behandeln wir Patienten mit interdisziplinären Therapiekonzepten. Auch stehen Ihnen besonders innovative Therapieangebote wie unsere Premium Rückenschmerz-Therapie „Back-on-Top“ oder die LNB Schmerztherapie nach Liebscher & Bracht zur Verfügung.



Foto: Pfälzer Residenz Weinstuben

Treffpunkt für Weinliebhaber

## Die Kunst des Wein-Genießens

In der Residenz und im Alten Hof

VON KONRAD KOBLER, WEINRICHTER DES EUROPÄISCHEN WEINRITTERORDENS

**MÜNCHEN** ist nicht nur die Bier-Hauptstadt Deutschlands – auch hinsichtlich des Weinabsatzes erfreuen sich die in der Münchner Residenz beheimateten und gegenüber der Feldherrenhalle liegenden Pfälzer Residenz Weinstuben als absatzstärkstes Weinlokal der ganzen Republik. Jährlich gehen bei den dort verweilenden Gästen über 150.000 Liter edelste Tropfen Pfälzer Weines die Kehlen runter – und das schon über 60 Jahre! Keine andere Weinregion Deutschlands kann hier mithalten!

**NUN IST DIESE ERFOLGSSTORY** schon deutlich über 10 Jahre dem fränkischen Weinbauverband und Parlamentariern der Frankenregion ein Dorn im Auge und die „Gewitterwolken“ verdichten sich stetig mit dem unverkennbaren Ziel, Franken vom Sog des rauschenden Weinumsatzes der Pfälzer

profitieren zu lassen. Beide „Lager“ – die Vertreter des Pfälzer- und des Frankenweines können natürlich für die Nutzung der exponiert gelegenen Stätte „Münchner Residenz“ reiche historische Verbindungen zu Bayern vorweisen. Für die Pfalz reicht der Hinweis – was vielen nicht mehr so bewusst ist – dass ein Teil des heutigen Bundeslandes Rheinland-Pfalz über Jahrhunderte zu Bayern gehörte und erst nach dem 2. Weltkrieg 1956 das endgültige „Aus“ für eine Eingliederung nach Bayern gefällt wurde.

Rückblickend muss der Pfälzer Residenz Weinstube testiert werden, dass sich Pfälzer Wein in den zurückliegenden Jahren immer stärker in die Herzen der Münchner bis hin zu vielen Außerbayern eroberte. Der Frankenwein – bekömmlich und begehrt – genießt demgegenüber in absatzmäßiger

Hinsicht mit ihren Domizilen im „Alten Hof“ und „Münchner Ratskeller“ ein Schatten-dasein. Es gab in den letzten Jahrzehnten zur Erhöhung von Weinproduktionsquoten, Fortentwicklung des Weinrechtes, Zulässigkeit bestimmter Keltermethoden, Kennzeichnungsvorschriften, usw. immer wieder auf deutscher und europäischer Ebene Glaubenskriege.

Nun scheint mit dem Begehren des fränkischen Weinbauverbandes sich – zumindest noch unter der Decke, aber über dem Münchner Weinhimmel – ein neuer weinwettbewerblicher Glaubens- bzw. Kleinkrieg zu entwickeln.

### SOLLS SEEHOFER RICHTEN?

Ministerpräsident Horst Seehofer hatte wohl dazu eine sehr sensible Antenne ausgefahren und signalisierte in einer wohl launig-freundschaftlichen Runde dem fränkischen Weinbauverband zu besseren Chancen an einem vermeintlich attraktiveren Platz zu verhelfen. In der Folge assistiert vom aus Franken stammenden bayerischen Finanzminister Dr. Markus Söder sah dieser als „Macher“ seine leidenden Stammesgenossen doch näher ans Ziel, sie ins „andere Zentrum“ der so gut florierenden Pfälzer Weinstuben in der Residenz zu bringen. Auch aus dem Bayer. Landtag bis hin zum Landwirtschaftsministerium flackerten seit über einem Jahrzehnt „sprühende Gedanken“ zu einer Art Gleichbehandlung und attraktiverem Zuhause des Frankenweins auf.

**HISTORISCH-FINANZIELL** gesehen ist die Pfälzer Residenz Weinstube ein Herzstück lebendiger Geschichte, aus dessen Erträgen der Landesverband der Pfälzer in Bayern eine Stiftung fördert und entsprechende Miete natürlich auch an den Eigentümer >

## Stimmen zum PresseClub

HORST SEEHOFER  
BAYERISCHER MINISTERPRÄSIDENT



Foto: Johann Schwepfing

Ich bin immer gern zu Gast im Internationalen PresseClub München, weil er ein lebendiger Treffpunkt ist. Dort erwarten mich stets ein interessanter Meinungs-austausch mit hoch qualifizierten Journalisten und eine angenehme Atmosphäre im Herzen der Landeshauptstadt. Ich wünsche dem PresseClub auch weiterhin so viel Erfolg wie in den ersten 60 Jahren. ||

Freistaat Bayern entrichtet. Die Chefin des „Landesverbandes der Pfälzer in Bayern“, Prof. Ursula Männle, ahnt bei der ganzen Sache Anrühiges bis Gefährliches. Finanzminister Dr. Söder besiegelte zumindest schon vertraglich mit dem Präsidenten des Franken-Weinbauverbandes für ab 2016 – nach einer noch erforderlichen größeren Umbau- und Renovierungsaktion – Frankenwein als erlesenes, heimisches Produkt in einer „Weinlounge“ auch unter dem Aspekt der Gleichbehandlung anzubieten. Dort sollen sich dann in unmittelbarer Nachbarschaft zu den Pfälzern Schulter an Schulter die Münchner, die Bayern und die Gäste der Welt am besonderen Bouquet des Frankenweines erfreuen können. Mc Donalds und Burger-King nebeneinander – ginge das gut? Der objektive Betrachter kann erahnen, dass so manch direkt Beteiligter zwei Seelen in der Brust hat: Die Landtagspräsidentin z.B. als Vorsitzende des „Bundes der Pfälzfreunde“ und auch kürzlich amtierende Schirmherrin zum 50. Jubiläum der Pfälzer Weinbruderschaft, aber auch als Art „Patronin“ des Frankenweins mit ihrer

Herkunft aus dem „Stamm-Gebiet“ des Frankenweines – der Stadt Würzburg.

**PFÄLZER WEIN** hat in der historischen Residenz eine Art Alleinstellungsmerkmal, geschätzt von wöchentlich tausenden Stammgästen, die auf die Bekömmlichkeit und Preiswertigkeit des Pfälzer Weins schwören. Frankenwein hatte bisher im sicher ebenso attraktiven „Alten Hof“ zwar ein vergleichsweise ebenbürtiges oder sogar noch attraktiveres Zuhause. Dort ist es aber nicht gelungen, vergleichsweise zu den Pfälzer Weinstuben Flair, Umfeld, Preiswertigkeit und Essenspalette zu entwickeln.

**FRANKENWEIN** könnte und müsste bei größerer Flexibilität und Beseitigung der Sterilität im „Alten Hof“ eine ebenso erfolgreiche Entwicklung wie die Pfälzer nehmen. Sie sind ja schließlich nur einen Steinwurf von der Welt-Bier-Metropole „Hofbräuhaus“ entfernt und damit an einem bestimmten Nabel der Welt. Es gilt auch hier der Grundsatz von getrennt marschieren und, wo es ums Ganze geht, sich gemeinsam zu stützen. Die große

Herausforderung ist heute bei der Globalisierung der Weltwirtschaft und ständiger Ausweitung der Weinanbauflächen in den Regionen Südamerikas und Südafrikas mit viel besseren Produktionsbedingungen, sich keinen Kleinkrieg zu liefern, wo es nur Verlierer gibt. In den letzten Jahren kamen als Weinbaunationen auch China und Indien dazu. Weitere stehen auf der Matte! China zählt bereits zur sechsgrößten Weinbaunation der Welt.

**ES GILT, DIE BEKÖMMLICHKEIT DER DEUTSCHEN WEINE** offensiver herauszustellen, die Standorte wettbewerbsfähig zu halten und darauf zu achten, dass im Laufe der nächsten Jahre Wein uns nicht vom Ausland her als Industrieprodukt unterjubelt wird. Deshalb sollte bayerischer Franken-Wein und Pfälzer-Wein in der Landeshauptstadt weiterhin an unterschiedlichen Standorten gepflegt und gepuscht werden. Das Ziel: vielleicht einmal jährlich im „Alten Hof“ oder im „Kaiser-Hof“ der Residenz – in alter historischer Verbundenheit – gemeinsame fränkisch-pfälzische Weinfeste zu gestalten. ■



Fotos: Johann Schwegfänger (2)

mit Neu-  
Wahlen

## Mitgliederversammlung 2014 Der PresseClub – „Garant für seriöse Kommunikation“

VON EVA MOSER

Der Vorsitzende Ruthart Tresselt konnte gleich zu Beginn seine Zufriedenheit nicht verhehlen: 2013 war ein echtes Erfolgsjahr für den Internationalen PresseClub München, der zu den mitgliederstärksten und aktivsten Clubs dieser Art in Europa gehört. Dazu passte auch, dass die Mitgliederversammlung wieder an prominenter Stelle im Großen Saal des Münchner Rathauses tagen konnte. Der Münchner Oberbürgermeister Christian Ude hatte es ermöglicht. Stellvertretend machte die Stadträtin Dr. Manuela Olhausen die Honneurs. Für sie war dieser Abend ein doppeltes „Heimspiel“. Die Lokalpolitikerin gehört seit zehn Jahren als Fachjournalistin dem PresseClub an und hatte ihre Laufbahn bei den Nachwuchsjournalisten begonnen.

**IN SEINER LEISTUNGSBILANZ** verwies Ruthart Tresselt auf die zahlreichen Veranstaltungen im PresseClub. Traditionell beendete Kardinal Reinhard Marx kurz vor Weihnachten mit einem Pressetermin in den Räumen hoch über dem Marienplatz das Veranstaltungsjahr. Im Januar eröffnete der evangelische Landesbischof Heinrich Bedford-Strohm wie schon sein Vorgänger die neue Veranstaltungssaison. Für die rund

300 Veranstaltungen jährlich ist ein leistungsstarkes Büromanagement unerlässlich. Ruthart Tresselt dankte Angelica Fuss und Günther Elia Treppner – unterstützt von Hannelore Saalmüller – für ihren großen Einsatz. Ein besonderes Dankeschön ging an die „clubeigenen“ Fotografen, allen voran Vorstandsmitglied Johann Schwegfänger. Er schickte den Diskussionsteilnehmern in Rekordzeit im Namen des PresseClubs besonders gelungene Fotos zur eigenen Verwendung. Ruthart Tresselt sparte aber auch nicht mit Dank an seine Kolleginnen und Kollegen im Vorstand

für die gute Zusammenarbeit. Zugleich machte er deutlich, dass man sich auch für den Club engagieren könne, ohne im Vorstand zu sein: „Jeder kann sich einbringen, Ideen entwickeln und sich engagieren!“

**DAS NETZWERKEN** wird beim PresseClub großgeschrieben. Er gehört zu den größten und aktivsten Clubs auf den Social Media-Plattformen Facebook und Twitter. 2013 startete er zudem erfolgreich eine Rundumerneuerung seiner Homepage. Er zählt auch zu den Gründungsmitgliedern des Forums Deutscher PresseClubs. >

Die gewählten  
Vorstands-  
mitglieder  
im Münchner  
Rathaus



# akadem!e

der bayerischen presse

**Neues Seminar-Programm 2014:  
Über 250 Workshops und Seminare**

Facebook für Redaktionen? Online-Recherche für Profis?  
Storytelling für Corporate Publishing? Kreativ schreiben?  
Stimmbildung? Lokaljournalismus 2014? Crossmedia für  
Radio und TV? Personalführung und Konfliktmanagement?  
Oder SEO als Inhouse-Schulung? **Einfach buchen im Web:**

**[www.a-b-p.de](http://www.a-b-p.de)**

**Akademie der Bayerischen Presse**  
Rosenheimer Straße 145 c · 81671 München  
Tel.: 089 4999920

Do you like it? <http://www.facebook.com/Akademie.der.Bayerischen.Presse>

**MIT BLICK IN DIE ZUKUNFT** verwies Ruthart Tresselt darauf, dass dem Presseclub Anfang 2016 für etwa anderthalb Jahre ein Umzug bevorsteht. Die Bayerische Hausbau als Hausherrin wird das Gebäude am Marienplatz 22 umbauen. Für die Übergangszeit wird sie dem PresseClub Räume im Tal zur Verfügung stellen.

**DIESE AKTIVITÄTEN** kosten richtig Geld, doch Schatzmeister Helmut Gierke zeigte sich zufrieden. Die Anhebung der Clubbeiträge bereits ab 2014 war wichtig, um allen künftigen Anforderungen zu begegnen. Die Mitglieder hätten dies honoriert, wie die geringe Zahl der Austritte zeige, so der Finanzchef. Die Firmenmitgliedschaften haben sich seit ihrer Einführung im Jahr 2010 verfünffacht und das PresseClubmagazin brachte wie immer Geld in die Clubkasse. Für ein richtig dickes Plus im Haushalt sorgen die Veranstaltungen.

**AUF DER TAGESORDNUNG** stand diesmal ein Novum, nämlich die Einrichtung eines Ehrenvorstands, für den der Vorstand besonders verdiente Mitglieder berufen kann. Die Neuerung stieß auf ungeteilte Zustimmung der Mitgliederversammlung. Außerdem konnte der Vorsitzende mitteilen, dass das jahrzehntelange Mitglied Christian Ude zum Ehrenmitglied ernannt wird. Der

### SO HAT DIE MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2014 GEWÄHLT:

Ruthart Tresselt, der bisherige Vorsitzende, bleibt mit 93,3 Prozent der abgegebenen Stimmen für die nächsten zwei Jahre im Amt. Die Mitgliederversammlung bestätigte die bisherigen Stellvertreter Anita Bauer-Duré, ehemals Bayerisches Fernsehen, und Peter Schmalz, Chefredakteur des Bayerischen Monatsspiegels. Alter und neuer Schatzmeister ist Helmut Gierke. Dr. Norbert Matern unterstützt weiterhin als Ehrenvorsitzender die Vorstandsarbeit.

Als Beisitzer wurden neu gewählt: Daniel Fürg, Alexander Poel und Kerstin Tschuck. Die bisherigen Vorstandsmitglieder Beate Brennauer, Uwe Brückner, Karl-Heinz Dix, Michael Langer, Sibylla Machens, Dr. Eva Moser, Michael Pausder, Dorle Strobel, Dietmar Schmidt, Hans Schwepfing, Dr. Gabriele Weishäupl und Karl Jörg Wohlhüter können weitermachen. Nicht mehr kandidierten: Dr. Ulrich Berls, Wolfgang Roucka und Zora Toumia.

Münchner Oberbürgermeister trat schon in seiner Zeit als Journalist der Süddeutschen Zeitung dem Presseclub bei. Die Auszeichnung wird nach den Kommunalwahlen verliehen.

„Der PresseClub ist das Sieb der Wahrheit“, meinte Bernhard Taubenberger, Leiter Zentralbereich Kommunikation und Marketing der Schörghuber Stiftung, in seinem Vortrag bei der Mitgliederversammlung. An kaum einem anderen Ort unserer Gesellschaft sei die Diskussion so zu Hause. In seinem Plädoyer für die Redlichkeit trat er unter dem Grundsatz „Täuschen lohnt sich nicht“ für ein vertrauensvolles Verhältnis zwischen PR

und Qualitätsjournalismus ein. Wie prekär sich eine fehlgeleitete öffentliche Meinung auswirken kann, zeigte er am Beispiel der maroden Esso-Häuser in Hamburg. Trotz größtmöglichem Entgegenkommen der Bayerischen Hausbau sei derzeit keine Einigung mit der Lokalbehörde in Sicht. Als neutraler Boden für den Austausch zwischen Journalisten und Unternehmenssprechern sei der PresseClub ein einzigartiges Forum für die Bildung von gegenseitigem Verständnis und eine gigantische vertrauensbildende Maßnahme. Bernhard Taubenberger: „Die Bayerische Hausbau ist stolz, den PresseClub als Mieter zu haben.“ ■

## Impressum

IMPRESSUM des PresseClubmagazins 18. Ausgabe 2014  
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: Julia Kiefner

Auflage: 8.000 Exemplare

Druck: Erhardi Druck GmbH, Regensburg

Fotos Titelblatt: Armin Baumgartner und Robert Auerbacher

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Texte: Uwe Brückner, Angelica Fuss, Dieter Felgentreu, Helmut Gierke, Thomas Kletschke, Konrad Kobler, Sibylla Machens, Eva Moser, Thomas Schaller, Bernhard Taubenberger, Günther Elia Treppner, Ruthart Tresselt, Karl-Jörg Wohlhüter, Werner Wunder.

Karikaturen: Dieter Hanitzsch.

Fotos: Robert Auerbacher, Bayern Tourismus Marketing, Armin Baumgartner, Franken Tourismus Bamberg, Bettina Dobe, Marc Hofmann, Landeszentrale für neue Medien, Münchner Stadtentwässerung, Pfälzer Residenz Weinstuben, Wolfgang Roucka, Thomas Schaller, Johann Schwepfing, Günther Elia Treppner, Ruthart Tresselt.

## Stimmen zum PresseClub

HERIBERT PRANTL  
LEITER DER REDAKTION INNENPOLITIK  
SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

Journalismus ist ein Kommunikationsberuf. Die Kommunikation unter den Journalisten selbst ist aber ziemlich notleidend. In dieser Not schafft der PresseClub München glänzende Abhilfe. Der PresseClub sorgt in einem ganz besonderen Sinn für innere Pressefreiheit. //



Foto: Johann Schwepfing

# Flughafen München: Verbindung leben

# M

Vielfalt erleben, Herzlichkeit spüren, Menschen zusammenbringen. Entdecken Sie mehr unter [www.verbindung-leben.de](http://www.verbindung-leben.de)



BMW Classic

[bmw-classic.de](http://bmw-classic.de)



Freude am Fahren



**ES GIBT KEINE ALTEN ODER  
NEUEN AUTOS. ES GIBT NUR  
GUTE ODER SCHLECHTE.**

**FREUDE HÖRT NIE AUF.**