

Liebe Leserin, lieber Leser,

es wäre gelogen, würden wir behaupten, es sei wieder alles so wie früher. Obwohl wir gerade einen wunderbaren Abend bei der Verleihung des Eberhard-Woll-Preises erlebt haben, obwohl unser Programm wieder so dicht ist wie gewohnt, schwingt bei den Veranstaltungen unseres Clubs immer noch ein kleines Stück Ver-

unsicherung mit. Zweieinhalb Jahre »Corona« haben ihre Spuren hinterlassen. Die unbeschwerte »Verlängerung« der Diskussionsabende an unserer Bar etwa findet noch nicht wieder statt. Dabei ist auch das für unser Club-Leben sehr wichtig.

Nein, die Pandemie ist eben noch nicht vorbei, wenn auch persönliche Treffen fast ohne Einschränkungen wieder möglich sind. Aber das, was wir in den vergangenen zweieinhalb Jahren erlebt haben, kriegen wir eben nicht so leicht aus dem Kopf. Es wird wohl noch dauern.

Im Umfeld des Woll-Preises geben wir immer dieses Heft heraus, das jetzt Presseclub-Magazin heißt. Es gibt kompetente Beiträge zur Lage und Zukunft unseres Berufs, unserer Branche. Und es gibt jede Menge Infos, Erinnerungen und Vorhaben in Bezug auf das Angebot unseres Clubs. Jeder »Verein« ist nur so gut wie die Summe seiner Mitglieder. Daher unsere Bitte: Kommt in den Club, füllt ihn mit Leben, beteiligt Euch an Diskussionen, Gesprächen und besonders auch am »gemütlichen Teil«. Denn nur so entsteht das Gefühl des Dazugehörens – und das können wir alle mehr als gebrauchen.

Viel Spaß beim Lesen

Manfred Sauerer Vorsitzender



»Unsere Bitte:

Kommt in den Club, füllt ihn mit Leben, beteiligt Euch an Diskussionen, Gesprächen und besonders auch am gemütlichen Teil. Denn nur so entsteht das Gefühl des Dazugehörens – und das können wir alle mehr als gebrauchen.«



Die feierliche Übergabe des Eberhard-Woll-Preises 2022. BILD: TINO LEX

DER EBERHARD-WOLL-PREIS WIRD UNTERSTÜTZT VON





Reportagen

14 Alles fast ein bisschen viel auf einmal

Manfred Sauerer über die Unabhängigkeit des Journalismus

18 Die Intrapreneure ran?

Meinolf Ellers zur digitalen Transformation in den Verlagen

24 Wahrheitsliebe und Sinn für Gerechtigkeit

Zukunft ihres Berufs

Christine Schröpf befragt Ausbildungsbeauftragte in ostbayerischen Medienhäusern

32 Spaß an multimedialer Berichterstattung

von Christine Schröpf, Anja Stubba und Hanna Gibbs Zehn junge Menschen machen sich Gedanken zu Inhalten, Ausprägungen und der

INHALT

Eberhard-Woll-Preis 2022

06 Neues, Anregendes und Bereicherndes entdecken

Ehrung für Angelika Sauerer und Sabine Franzl

10 Spannende Geschichten aus Ostbayern

Preis seit 1999 zehnmal vergeben

12 Einstimmiges Votum

Mammutaufgabe für die Jury

Ist Journalismus für junge Menschen noch attraktiv?
BILD: ISABEL POGNER



Forum Deutscher PresseClubs

- 38 Der Blick in die Augen des Anderen Ergebnisse der Jahrestagung in Nürnberg
- 41 Mitglieder des Forums Deutscher PresseClubs



Immer nah dran am Geschehen.

BILD: ALTROFOTO UWE MOOSBURGER

PresseClub Regensburg intern

42 Präsenz bleibt im Fokus

Jahreshauptversammlung mit positiven Aussichten für die Zukunft

43 Der Club-Vorstand

Die verantwortlichen Köpfe

Schriftführer Uli Böken verabschiedet

44 Rückblick

2020 bis 2022, ein buntes Programm trotz oder wegen Corona

52 Tolle Location mitten in der Altstadt

Vermietung der Club-Räume

- 53 Neues Serviceteam
- 54 Mitglied werden ist ganz einfach

Immer nah dran am Geschehen



zur 10. Verleihung des Eberhard-Woll-Preises



Die feierliche Übergabe des Eberhard-Woll-Preises 2022: (Von links) Laudator Peter Küspert, Sabine Franzl, Dr. Sigrid Woll, Angelika und Manfred Sauerer.

Die Festgäste im Ausstellungssaal des Kunst- und Gewerbevereins.





Dr. Sigrid Woll im Gespräch mit Kurt Rümmele und Gerd Otto (von links).

Neues, Anregendes und Bereicherndes entdecken

Der Eberhard-Woll-Preis 2022 wurde an Angelika Sauerer und Sabine Franzl verliehen. Der Presse-Club Regensburg würdigt mit der Auszeichnung 125 Porträts in der Serie Nahaufnahme.

Von Christine Schröpf

er PresseClub Regensburg hat Angelika Sauerer und Sabine Franzl mit dem Eberhard-Woll-Preis geehrt. Die Redakteurin der Mittelbayerischen Zeitung und die Bildjournalistin haben in den vergangenen zehn Jahren in 125 Reportagen Menschen der Region porträtiert – vom Schiffskapitän auf der Donau bis zur Galloway-Züchterin aus Kolmberg, vom Seenotretter aus Regensburg bis zur Geigenbauerin aus Weiden. Die Serie mit dem Titel »Nahaufnahme« war im Wochenendmagazin der Mittelbayerischen Zeitung erschienen.

Der frühere Präsident des Bayerischen Verfassungsgerichtshofes, Peter Küspert, würdigte als Laudator die Arbeit des Teams. Den Reportagen gelinge, was »man sich als Leser von Zeitungen außerhalb des reinen Nachrichtenteils vor allem wünscht: Behutsam an die Hand genommen und dorthin geführt (...) zu werden, wo man Neues und Anregendes und Bereicherndes entdecken kann«. Als wohltuend beschrieb

»Die Nahaufnahmen zeigen durchweg Lebensgeschichten, die – zumindest in dem Moment, den wir miterlebt haben – trotz Widerständen und Brüchen am Ende positiv ausgehen.«

- ANGELIKA SAUERER

er, dass bei der Auswahl der Porträtierten selbst bei bekannteren Namen nicht die Prominenz entscheidend gewesen sei, »sondern das Besondere und Interessante an der jeweiligen Persönlichkeit und dem, was er oder sie macht und denkt«.



EINGANG

Der festlich geschmückte PresseClub war ein angenehmer Rahmen für Unterhaltung und Gedankenaustausch.

Small Talk in kleiner und großer Runde: Karl Birkenseer mit dem Ehepaar Scherrer und Christine Schröpf mit Andrea Rieder.





Der Gitarrist Jörg Lichtinger gab den Takt vor.

BILD: TINO LE



AUS MITTELBAYERISCHE ZEITUNG VOM 27./28. MÄRZ 2021

»Ich habe es als Privileg empfunden, Monat für Monat in persönliche Berufsund eigentlich immer auch Lebensgeschichten einzutauchen und daraus besonderes Wissen und Inspiration für mich zu gewinnen.«

SABINE FRANZL

Der nach dem Gründer des Regensburger Presse-Clubs benannte Preis ist mit 1500 Euro dotiert. Er wurde heuer nach längerer Corona-Pause zum zehnten Mal verliehen. Der Jury hatten zwölf Journalisten und Journalistinnen aus verschiedensten Medienhäusern der Region angehört.

Sorgfältiger, transparenter und faktentreuer Journalismus sei nicht nur unabdingbar für die Demokratie, sagte der PresseClub-Vorsitzende Manfred Sauerer. »Journalismus ist auch Anlass dafür, dass wir Interesse aneinander haben, dass wir Empathie füreinander entwickeln, dass wir unser Selbstbewusstsein stärken und uns nach der Lektüre ein Stück besser fühlen als vorher.«

Angelika Sauerer dankte den Menschen, die ihr und Sabine Franzl Einblick in ihr Leben gewährt hatten. »Jede und jeder Einzelne hat uns beeindruckt.« Die Nahaufnahmen zeigten »durchweg Lebensgeschichten, die – zumindest in dem Moment, den wir miterlebt haben – trotz Widerständen und Brüchen am Ende positiv ausgehen«. Franzl ergänzte: »Ich

habe es als Privileg empfunden, Monat für Monat in persönliche Berufs- und eigentlich immer auch Lebensgeschichten einzutauchen und daraus besonderes Wissen und Inspiration für mich zu gewinnen.«

Langer, unterhaltsamer Abend

Nach der feierlichen Übergabe des Eberhard-Woll-Preises gab es für die Gäste reichlich Gelegenheit, sich zu unterhalten und kennenzulernen. Der PresseClub hat seit vielen Jahren sein festes Quartier neben den Ausstellungsräumen des Kunst- und Gewerbevereins, wo die Festlichkeit bei gutem Essen und Trinken ihre Fortsetzung nahm. Ingrid Wessel, Inhaberin des GourmetService Le MARMITON, hat mit ihrem Team ein Festmahl bereitet, Natalie Kokartis und das Serviceteam des PresseClubs reichten die Getränke dazu. Unter den Klängen des Gitarristen Jörg Lichtinger, der bereits den Festakt musikalisch umrahmt hatte, wurde es für viele Gäste ein langer und unterhaltsamer Abend.



Spannende Geschichten aus Ostbayern

Seit 1999 wurde der Eberhard-Woll-Preis zehnmal vergeben Von Ludwig Faust

äglich erstellen Journalisten Beiträge zu Themen, die den ostbayerischen Raum betreffen. Reportagen, Geschichten, Serien, Essays – gedruckt, online, per Videos, Podcasts, im Radio oder im Fernsehen. Der Eberhard-Woll-Preis, den der PresseClub Regensburg 1999 erstmals ausgeschrieben hat, würdigt herausragende journalistische und publizistische Leistungen zu Themen aus Ostbayern und zollt den Autorinnen und Autoren die oft fehlende Anerkennung für ihre Arbeit. Der Preis ist mit 1500 Euro dotiert und wurde am 30. September 2022 zum zehnten

Mal verliehen. Diese Jubiläumsauflage war eigentlich schon für das Jahr 2020 geplant, doch musste die Preisverleihung wegen der Pandemie eine zweijährige Pause einlegen.

Der am 22. Juni 1940 geborene Eberhard Woll, Lokalchef bei der Mittelbayerischen Zeitung und Namensgeber des Journalistenpreises, machte den PresseClub zu einem Zentrum des gesellschaftlichen Lebens in Regensburg.

Die bisherigen Preisträger



Christine Schröpf *Mittelbayerische Zeitung*

»Der Fall Lorie« handelt von der Suche des 80-jährigen, polnischstämmigen Juden Henry Lorie nach seiner seit 60 Jahren vermissten Schwester. Die Übergabe erfolgte bei der 30-Jahr-Feier des Clubs im Regensburger Reichssaal.

1999



Mittelbayerische Zeitung

Edition des Buches »Schabbat Schalom« mit Geschichten und Bildern aus dem Alltag der Jüdischen Gemeinde in Regensburg

2001

2003



Thomas Muggenthaler
Bayerischer Rundfunk
Dokumentation über Zwangsarbeit
und Zwangsarbeiter in Bayern.



2005

Christine Krämer

Neuer Tag Weiden

Der Lokführer Johann Grünwald und sein Heizer Georg Dietl opferten in den letzten Kriegstagen ihr Leben, um ihre Heimatstadt vor einer Katastrophe zu bewahren.



2009

Volontäre der Mittelbayerischen Zeitung

Die Volontärsjahrgänge 2007 bis 2009 – insgesamt zwölf junge Journalist/innen – zeichnen sich für Konzept und Umsetzung der Artikelreihe »Was kostet das Glück« verantwortlich.



2014

Andreas Wenderoth,

Journalist aus Berlin

Für das Feature »Wege der Hoffnung« über das Spannungsverhältnis zwischen überforderten Eltern sowie Jugend- und Sozialämtern hat der Journalist in Regensburg recherchiert. Einen Sonderpreis erhielt Thomas Muggenthaler, BR (rechts)

2007



Ruth Stellmann

Bayerischer Rundfunk

»Schlimmes Erwachen – der Regensburger CSU droht die Übernahme durch eine schwarz-braune Clique« wurde in der Reihe »Nahaufnahme« im BR veröffentlicht.

2011



Autorenquartett der Mittelbayerischen Zeitung mit Thomas Rieke, Claudia Böken, Marianne Sperb und Josef Pöllmann

Das Team aus der Lokalredaktion Regensburg überzeugte die Jury mit einer überraschenden und facettenreichen Halbzeitbilanz zur Regensburger Stadtpolitik.

2017



Isolde Stöcker-Gietl

MZ Regensburg

Der Investor Schober wollte die Mehrheit an der SSV Jahn Regensburg GmbH und Co. KGaA sichern, was die Journalistin letztlich mit verhindert hat.



Einstimmiges und eindeutiges Votum

Die Jury hatte durch die über 50 Einsendungen für den Eberhard-Woll-Preis 2022 eine schwierige Aufgabe zu meistern. BILD: LUDWIG FAUST

31 Autorinnen und Autoren haben sich mit 69 Beiträgen um den Eberhard-Woll-Preis 2022 beworben. Ein Rekordergebnis – und eine Herausforderung für die Jury. Tagelanges Lesen, Hören und Sehen waren angesagt, um bei der entscheidenden Sitzung die richtige Auswahl zu treffen. Von Ludwig Faust

er Lichtung Verlag aus Viechtach hat eine neue Marke gesetzt: 32 Beiträge haben die Autorinnen und Autoren eingeschickt, die allesamt in dem Magazin Lichtung erschienen sind. Spannende Geschichten von »10 Jahre Rauchverbot« oder dem »Räuber Heigl«, vor allem aber Porträts von Menschen, die Großartiges, Außergewöhnliches oder gar Skurriles leisten oder geleistet haben und im allgemeinen Pressemainstream so nicht vorkommen.

Viele Beiträge haben einen nachhaltigen Eindruck bei der Jury hinterlassen. Katarina Häringer hat im Bayerischen Rundfunk zum Thema »Abtreibung übers Internet – müssen Berliner Ärzte die bayerische Versorgungslücke schließen?« recherchiert und das BR-Duo Wenleder/Grosser ist weit in die

Korruptionsaffäre in der Regensburger Lokalpolitik eingedrungen. Ihre Erkenntnis zu Tirschenreuth, wo zu Beginn der Corona-Pandemie viele Menschen sterben mussten, hat Luisa Hommerich in der Wochenzeitung Die Zeit aufgearbeitet.

Die Beiträge auch aus der Süddeutschen Zeitung, der Mittelbayerischen Zeitung, dem Straubinger Tagblatt, der Passauer Neuen Presse und anderen ostbayerischen Medienhäusern zeigen, dass die Presselandschaft lebt und täglich eine Fülle von interessanten und bestens recherchierten Beiträgen erscheint.

Trotzdem: Das Votum der Jury für Angelika Sauerer und Sabine Franzl war wie in den Jahren zuvor am Ende einstimmig und eindeutig.

DIE JURY

Vorstand des PresseClub Regensburg

Manfred Sauerer (Vorsitzender, nicht stimmberechtigt), Harry Landauer, Ludwig Faust, Christine Schröpf (Stellvertreter/in), Stefan Mirbeth (Schatzmeister), Angelika Schüdel (Schriftführerin) sowie die Vorstandsmitglieder Gerhard Schiechel, Anja Stubba, Hanna Gibbs und Rolf Bau (Justitiar)

Hinzubestimmte Mitglieder

Romy Ertl (BMW Regensburg), Karl Birkenseer (Passauer Neue Presse), Katja Auer (Süddeutsche Zeitung) und Rudolf Neumaier (Dozent für journalistische Aus- und Weiterbildung)



Außergewöhnliche journalistische Leistungen verdienen einen Preis. Daher unterstützt das BMW Group Werk Regensburg den Presseclub Regensburg e.V. bei der Vergabe des Eberhard Woll Preises und gratuliert den diesjährigen Preisträgerinnen Angelika Sauerer und Sabine Franzl.

Der erste Kuss im Autokino, die Anspannung auf dem Weg zur Entbindung des Kindes oder der zu vollgepackte Kofferraum für die Urlaubsreise – mit einem Auto erleben wir viele Geschichten und Momente. Wie die Portraits der nun ausgezeichneten Reportage-Reihe "Nahaufnahmen" ist jede Geschichte dabei einzigartig und besonders.

Das BMW Group Werk Regensburg hat bereits viele Automobilgeschichten geschrieben. Nun freuen wir uns auf den vollelektrischen BMW iX1 – eine neue, elektrisierende Geschichte aus Regensburg.



Alles fast ein bisschen viel auf einmal

Wie lange gibt es Medienvielfalt noch?



Manfred Sauerer

Seit 2009 Presse Club-Vorsitzender, hat viele Entwicklungen seines Berufsstandes als Chefredakteur und Geschäftsführer der Mittelbayerischen Zeitung mitgestaltet. Unabhängiger Journalismus ist das Kernprodukt der Medienhäuser und Verlage. Wird es gelingen, ihn weiter zu finanzieren? Der Weg ist weit und duldet keine Kompromisse.

ie Diskussion um die Zukunft des Produkts Zeitung läuft schon seit Jahren. Aber das Thema geht viel tiefer. Denn jenseits der gedruckten Zeitung, deren Geschäftsmodell heute schon verblasst ist angesichts veränderter Mediennutzung, exorbitanter Papierpreise und einer kaum mehr zu finanzierenden Zustellung, geht es nicht weniger als um die Zukunft des unabhängigen Journalismus überhaupt. Diese Entwicklung trifft zuerst die privatwirtschaftliche Presse, während der öffentlich-rechtliche Bereich quasi als letzte Bastion verbleiben würde – solange die Gesellschaft den Rundfunk-Beitrag akzeptiert.

Schwindende Erlöse im gedruckten Blatt können nicht dauerhaft mit jährlichen Preiserhöhungen ausgeglichen werden. Bei der Mehrheit der Zeitungsverlage in Deutschland hat sich diese Erkenntnis durchgesetzt. Das Print-Anzeigengeschäft ist ohnehin schon seit vielen Jahren unter Druck, sind doch Rubriken wie Immobilien, Fahrzeuge und Stellen längst mehrheitlich ins Internet abgewandert und auch Geschäftsanzeigen schwinden, wenn Auflagen ständig sinken.

Transformation ins digitale Geschäft

Bleibt für die Verlage also nur die konsequente Transformation ins digitale Geschäft. Dort gibt es die Möglichkeit, ein aus der alten Print-Welt kopiertes Reichweiten-Modell zu betreiben. Journalistische Inhalte werden dabei in der Regel kostenlos angeboten, während Werbungsflächen einen gewissen Vorrang in puncto Platzierung erhalten. Die Website wird dabei über die Besuche bzw. Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer vermarktet. Um dies erfolgreich zu gestalten, braucht es aber eine gewisse Größe, die nur Verlagsgruppen oder -Verbünde aufweisen. Ferner läuft man Gefahr, sich aufgrund vieler Unterbrechungen durch Anzeigen den Unmut der Leserinnen und Leser zuzuziehen.

Die Mehrheit der Verlage, zumal wenn sie unabhängig und autark bleiben möchten, werden dagegen auf ein Abo-Modell im Digitalen bauen. Dabei braucht man den Mut, trotz der beschriebenen schwierigen Rahmenbedingungen in Technologie und Know-how sowie nicht zuletzt auch in Personal zu investieren, ohne dass der sogenannte Return on Invest sofort einsetzt.

Warum soll Online nichts kosten?

Unabhängiger Journalismus ist das Kernprodukt des Verlags — was sollte es sonst anderes auch sein? Nicht nachvollziehbar also, warum dieses Kernprodukt in seiner Online-Fassung plötzlich kostenlos abgegeben werden sollte. Der Inhalt hat seinen Preis und muss bezahlt werden, im Fachjargon »Paid Content«. Wie aber überzeugt man Leserinnen und Leser, für den Zugang zu allen Inhalten auf der Nachrichtenwebsite eine Abo-Gebühr zu bezahlen? Das Modell »Wundertüte« oder »Gießkanne« wie beim Massenmedium Zeitung wird hier nicht funktionieren.

Es geht also darum, Vorlieben und Bedürfnisse der Lese-Kunden zu verstehen und die redaktionelle Qualität danach auszurichten. All das funktioniert nicht ohne die erwähnten Investitionen in Technologie und Menschen. Trotz aller Datenschutzrichtlinien muss es gelingen, aus dem Nutzungsverhalten der interessierten Website-Besucher:innen per Datenanalyse Erkenntnisse zu destillieren, die wiederum auf Themenplanungen, Ausspielzeiten und digitale Sonderformate wie Videos, Podcasts oder interaktive Grafiken Einfluss nehmen.

Angebote individualisieren

All diese Erkenntnisse führen im Idealfall zu einem beinahe personalisierten Angebot für jede Leserin und jeden Leser, die aufgrund vieler Erkenntnisse über ihr Nutzungsverhalten eben nicht nur ihre drei,



Auch der Online-Inhalt hat seinen Preis und muss bezahlt werden.

BILD: SHUTTERSTOCK

vier favorisierten Themenvorschläge erhalten, sondern auch die immer wieder erwähnten und ersehnten Überraschungseffekte. Erst dann wird das Angebot, für das man zahlen soll, als wirklich wertig betrachtet.

Um so etwas hinzubekommen, braucht es den Einsatz zahlreicher technologischer Werkzeuge, für die erhobenen riesigen Datenmengen viel Platz auf externen Speichern, den Clouds, und natürlich spezialisierte Mitarbeiter:innen. Schließlich müssen Organisationsformen eingeführt werden, die in traditi-



Der Journalismus ist für junge Menschen interessant, wenn die Rahmenbedingungen stimmen.

BILD: SEBASTIAN SITZBERGER

onellen Verlagen bisher nicht bekannt waren. Teams aus verschiedenen Bereichen wie Redaktion, Datenanalyse, Lesermarkt (Vertrieb) und Anzeigenmarkt arbeiten an ständigen Anpassungen und Verbesserungen des Angebots, unterstützt eben von einem Technologie-Paket, das in die Lage versetzt worden ist, selbstständig richtige Entscheidungen zu treffen, wenn es etwa darum geht, einer bestimmten Zielgruppe weitere inhaltliche Empfehlungen zu geben. Dadurch verlängert sich die Verweildauer der Nutzerinnen und Nutzer und erhöht sich natürlich die Zufriedenheit mit dem Produkt.

Die angesprochenen interdisziplinären Teams verfolgen eine agile Arbeitsweise, das heißt, sie setzen sich autonom Ziele und versuchen, diese durch maßgeschneiderte Prozesse und den Einsatz von Technologie zu erreichen. Ein wichtiger Fokus ist dabei stetiges Lernen und die Fähigkeit, die Arbeit an sich ändernde Rahmenbedingungen anzupassen. Hierarchie spielt dabei so gut wie keine Rolle, die Vorgehensweise aber muss bis hinauf zur Geschäftsführung anerkannt, unterstützt und vorgelebt werden.

Nachwuchsprobleme werden deutlich

Der Verlag der Zukunft hat dabei an mehreren Fronten zu kämpfen. Gute Datenanalyst:innen, Informatiker:innen, Data-Wissenschaftler:innen, aber auch souveräne Verantwortliche für das Produkt Website oder für Zusatzangebote wie etwa Newsletter sind schwer zu finden. Und solche Mitarbeiter:innen kommen dann auch nur, wenn der künftige Arbeitgeber oder die Arbeitgeberin eine transparente und gut kommunizierte Strategie hat, mit der er oder sie die Herausforderungen der Zukunft zu lösen gedenkt.

Nachwuchsprobleme machen sich bereits jetzt deutlich bemerkbar. Das Volontariat, die Ausbildung zum Redakteur oder zur Redakteurin, hat beispielsweise erkennbar an Strahlkraft verloren. 80 Prozent der Zeitungsverlage beklagen je zur Hälfte einen leichten bzw. starken Rückgang an Bewerbungen im Vergleich zu den Vorjahren. Das ist das Ergebnis einer Umfrage unter Ausbildungsredakteur:innen von Jule, der »Initiative junge Leser« des Bundesverbands der Digitalpublisher und Zeitungsverleger. Wer heute in seinen Zwanzigern ist, möchte einen Arbeitgeber oder eine Arbeitgeberin, der oder die Handlungsspielräume gibt, Vertrauen vorschießt und Anerkennung für Geleistetes zollt.

Medienhaus der Zukunft wird jünger

Keine Frage, dass es nicht zuletzt auf die jüngeren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ankommt, wenn man an das Medienhaus der Zukunft denkt. Wer sonst als diejenigen, die mit dem Internet aufgewachsen sind, die selbstverständlich die sozialen Netzwerke nutzen und bedienen und die genau wissen, wie man Inhalte für junge Menschen aufbereiten muss, wer sonst sollte den Boden dafür bereiten, dass auch künftige Alterskohorten an journalistische Produkte herangeführt werden? Wer dies nicht im Blick hat, läuft Gefahr, den Umsatzverlust durch schwindendes Print-Geschäft nicht mehr auffangen zu können. Die Folge wäre eine weitere Medienkonzentration und damit der Verlust der Vielfalt, den unser Grundgesetz in Artikel 5 eigentlich einfordert.

»Warum ist das für mich wichtig? Was hat das mit meinem Lehen zu tun?« Das fragen sich laut Leibnitz-Institut für Medienforschung in Hamburg (Hans-Bredow-Institut) rund 50 Prozent der Teenager in Deutschland. Fachleute sprechen in diesem Zusammenhang von »Nachrichtenvermeidung«, das heißt, die jungen Leute interessieren sich nicht (mehr) für das, was ihnen die professionellen Medien mitteilen möchten.

 LEIBNITZ-INSTITUT FÜR MEDIENFORSCHUNG

Ob es gelingt, den unabhängigen Journalismus im Digitalen zu finanzieren, ist bei aller Anstrengung nicht ausgemacht. »Warum ist das für mich wichtig? Was hat das mit meinem Leben zu tun?« Das fragen sich laut Leibnitz-Institut für Medienforschung in Hamburg (Hans-Bredow-Institut) rund 50 Prozent der Teenager in Deutschland. Fachleute sprechen in diesem Zusammenhang von »Nachrichtenvermeidung«, das heißt, die jungen Leute interessieren sich nicht (mehr) für das, was ihnen die professionellen Medien mitteilen möchten. Die anderen 50 Prozent sind theoretisch noch ansprechbar, erwarten jedoch eine Aufbereitung, die ihren Gewohnheiten entspricht. Denn es gibt nicht DIE junge Zielgruppe, die Nachrichtenorientierung ist zwischen, aber auch innerhalb von Altersgruppen unterschiedlich.

Initiative #UseTheNews

Es gilt also, schon da anzusetzen, wo eine gewohnte Mediennutzung noch gar nicht beginnt. Denn all das ist nicht nur für die Verlage mit ihren Abo- und Werbemärkten eine Gefahr, sondern sogar für unsere demokratische Grundordnung. Gegensteuern möchte hier die Initiative #UseTheNews, die die Deutsche Presse-Agentur zusammen mit führenden Partnern der Medien und der Forschung des erwähnten Hans-Bredow-Instituts 2020 aus der Taufe gehoben hat. Inzwischen hat #UseTheNews den Status einer gemeinnützigen GmbH mit dem dpa-Mann Meinolf Ellers als Geschäftsführer (ein Beitrag von Ellers findet sich ebenfalls in diesem Magazin), im Lenkungskreis arbeiten unter anderem Funke-Verlegerin Julia Becker und Kai Gniffke, Intendant des Südwestrundfunks SWR. #UseTheNews will Nachrichtennutzung und Nachrichtenkompetenz speziell unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen fördern. Daher ist neben Forschung (Studien, Umfragen) und Praxis (maßgeschneiderte Nachrichtenangebote für die Jungen auf Basis der Studien-Daten in Medienhäusern) auch die Bildung im Fokus.

Bei #UseTheNews heißt das ONE (Open News Education). Darin werden Bildungsangebote, Unterrichtsmaterialien und Fortbildungen für Lehrkräfte entwickelt, um die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz in den Schulen zu stärken. Es geht um sicheres Navigieren durch den Nachrichtendschungel, aber auch um konkrete Anwendungen, wenn etwa Schülerinnen und Schüler in Zusammenarbeit mit dem ansässigen Medienhaus eine lokale Tagesschau in 100 Sekunden produzieren.

Es sind große Aufgaben, die dem unabhängigen Journalismus und damit den Medienhäusern und Verlagen bevorstehen. Fast ein bisschen viel auf einmal. Aber am Ende entscheiden die Leserinnen und Leser, ob sie den kostenpflichtigen Medien weiter eine Existenz ermöglichen. Der Weg ist beschwerlich, aber wer sich aufmacht, ihn zu beschreiten, sollte sich an den Rat aus dem Haus Schibsted halten. Der Medienriese mit Sitz in Oslo ist im digitalen Geschäftsmodell ziemlich erfolgreich unterwegs und weiß aus Erfahrung: »Don't compromise« – keine Kompromisse!



Handwerkszeug der digitalen Transformation auch in traditionellen Medienhäusern: eine experimentierfreudige Startup-Mentalität, flache Team-Hierarchien, agile Projektmethoden von Scrum bis Design Thinking oder das Führen über flexible Zielkonzepte.

BILD: UNSPLASH



Meinolf Ellers

Lead Strategic Business

Development, dpa

© BILD FOTO - LIA

Die Notwendigkeit zur digitalen Transformation steht in deutschen Verlagen nicht mehr zur Diskussion. Doch vielen Verantwortlichen geht der Umbau zu langsam voran. Sie beklagen die Schwerfälligkeit der Organisation, kulturelle Widerstände und fehlende Dynamik. Können Intrapreneure – Unternehmertypen mit Angestelltenvertrag – den digitalen Wandel beschleunigen?

nternehmer sind die Posterhelden des digitalen Zeitalters.
Jeff Bezos und Elon Musk, Steve Jobs und Bill Gates oder
Marc Zuckerberg und die Google-Gründer Larry Page und
Sergey Brin haben es verstanden, die Potentiale von Internet und Web-Technologien so konsequent zu nutzen, dass
globale Giganten von kaum fassbarer Marktmacht entstanden sind.

Als kreative und manchmal rücksichtlos zupackende Macher stehen sie in der Tradition der großen Industriepioniere von Henry Ford und Thomas Alva Edison bis zu Robert Bosch oder Werner von Siemens. Doch dank neuer Phänomene wie der Exponentialität, der sich ungebremst steigernden Beschleunigung, in der sich die schiere Leistungskraft der Rechner in immer kürzeren Zyklen vervielfacht, und

der Disruption, der Möglichkeit, durch konsequenten Technologie-Einsatz auch festgefügte Märkte mit erfahrenen Platzhirschen über Nacht zu überrollen, haben die Digital-Magnaten ihre Milliardenkonzerne in kürzester Zeit und praktisch aus dem Nichts schaffen können.

Die Wucht von Exponentialität und Disruption hat auch die Medienbranche massiv getroffen. Der den kostenlosen Inhalteangeboten im Web geschuldete Verlust von Aboerlösen, der Siegeszug von Social Media, vor allem in den nachwachsenden jungen Zielgruppen, oder die Übernahme traditioneller Anzeigenmärkte durch die großen Digital-Plattformen stehen stellvertretend für die heftigen Verwerfungen, denen vor allem die Verlage seit der Jahrtausendwende ausgesetzt sind.

Während mancher noch auf eine Atempause hofft, nehmen die Herausforderungen aktuell eher noch zu. Steigende Papier- und Zustellkosten erhöhen nicht nur den Druck auf das klassische Printgeschäft, sondern zwingen zu noch mehr digitaler Dynamik.

Zweifeln, Zaudern, Zögern

Dass kein Weg am digitalen Umbau vorbeiführt, ist akzeptiert. Doch wenn es um Konsequenz und Geschwindigkeit geht, bestimmen vielerorts Zweifeln, Zaudern und Zögern die Debatte.

Die gängigen Argumente lauten etwa:

- Zuviel Innovation überfordert Organisation und Mitarbeiter:innen.
- Das digitale Neue vergrault die alten Stammkund:innen.
- Wir sind im Relaunch-Stress oder führen ein neues System ein und haben aktuell keinen Kopf für andere Themen und null Ressourcen.
- Wer garantiert uns, dass die digitalen Experimente gelingen?
- Wie sicher sind der Erfolg und künftige Erlöse?
- Wir setzen lieber auf Evolution statt Revolution.
- Wir müssen alle mitnehmen.



TikTok: For Business

Solutions

Inspirati

Das Handwerkszeug der digitalen Transformation ist auch in traditionellen Medienhäusern hierzulande längst bekannt und vielfach im Einsatz: eine experimentierfreudige Startup-Mentalität, flache Team-Hierarchien, agile Projektmethoden von Scrum bis Design Thinking oder

das Führen über flexible

Zielkonzepte wie OKRs

(Objectives and Key Results).

Einwände haben ihre Berechtigung. Angesichts der existenziellen Herausforderungen und der Energie der Plattformen lähmen sie aber eher den fälligen Kraftakt. Halbgar, lauwarm und mit angezogener Handbremse, so das Urteil von Transformations-Experten, ist erfolgreicher Wandel nicht zu haben. Selbst zu seinen Lebzeiten wurde die Einsicht des österreichisch-amerikanischen Management-Lehrers Peter Drucker (1909-2005), wonach die Kultur die Strategie zum Frühstück verspeist, nicht so regelmäßig zitiert wie heute. Klarer lässt es sich nicht auf den Punkt bringen: Erfolgreicher Wandel ist eine Sache von Mentalität und Einstellung.

Staunend sehen auch erfahrene Topmanager, wie ein Elon Musk in Rekordzeit eine gewaltige Tesla-Autofabrik in die brandenburgische Heide setzt, nur 25 Kilometer vom Pannen-Flughafen Berlin-Brandenburg entfernt, und nebenbei mit seinem UnternehDie nächste große Disruption auf dem Medienmarkt ist bereits in vollem Gange: Während der Aktienkurs von »Meta« dramatisch einbricht, wächst kein Medienunternehmen so rasant wie die chinesische Video-Plattform »TikTok«.

BILD: ADOBE STOCK

men Space X der legendären NASA mit wiederverwertbaren Raketen aus der Verlegenheit hilft.

Apple-Mitarbeiter:innen schwärmen bei der Erinnerung an Steve Jobs noch heute vom »Reality Distortion Field«, der angeblichen Fähigkeit ihres Chefs, durch Genie und Willen Naturgesetze außer Kraft setzen zu können und damit auch seine Teams zu Höchstleistungen anzutreiben. Sein Biograph Walter Isaacson berichtet aber auch von Projektsitzungen, in denen Jobs seine Mitarbeiter:innen mit einem trotzigen Weinkrampf in Verlegenheit bringen konnte, wenn sie das Unmögliche nicht möglich gemacht hatten.

Musk und Jobs mögen Extreme sein, aber ihre ebenso visionäre wie zupackende Kraft treibt ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenso wie ihre Unternehmen und zieht junge Talente geradezu magisch an.

Dabei ist das Handwerkszeug der digitalen Transformation auch in traditionellen Medienhäusern hierzulande längst bekannt und vielfach im Einsatz: eine experimentierfreudige Startup-Mentalität, flache Team-Hierarchien, agile Projektmethoden von Scrum bis Design Thinking oder das Führen über flexible Zielkonzepte wie OKRs (Objectives and Key Results).

Mit Nemawashi in die zweite Reihe

Was dabei oft zu kurz kommt, sind die Aspekte Entscheiden und Verantworten. Japan, noch in den neunziger Jahren die führende Industrienation in der Elektronik, ist im digitalen Zeitalter nicht nur hinter das Silicon Valley, sondern auch hinter China, Europa oder Israel zurückgefallen. Bis heute schwören japanische Konzerne auf den althergebrachten Ent-

scheidungsprozess des Nemawashi. Dabei werden strittige Fragen solange in endlosen Konsens-Meetings wie Kieselsteine rundgeschliffen, bis alle Beteiligten endlich zustimmen können. In der digitalen Highspeed-Ökonomie kosten solche Prozesse genauso wie der Mehltau der Bürokratie entscheidende Zeit und Dynamik. Und so steht Apple heute da, wo vor 30 Jahren noch Sony stand.

Der Wunsch, alle mitzunehmen und Veränderung im größtmöglichen Konsens zu organisieren, ist verständlich. Selbst junge Startups, oft von Freunden gegründet, beschwören in der Gründungsphase das lebenslange Gebot von Einmütigkeit und Gemeinsamkeit. Doch wenn Investoren an Bord kommen, wenn entscheidende Weichen mit vielleicht lebenslang wirkenden Konsequenzen zu stellen sind, ist es mit der Einigkeit und vielfach auch mit der Freundschaft vorbei. Entscheiden und verantworten heißt Risiken tragen.

Der Chef der weltweit führenden Consumer Electronics Show in Las Vegas, Gary Shapiro, verweist in seinem Buch »Ninja Innovation« auf den von Startup-Kultur und digitaler Technologie beflügelten wirtschaftlichen Aufstieg Israels. Das wahre Geheimnis der »Startup-Nation« Israel sei die Risikokultur des Landes, mit der angesichts der ständigen regionalen Bedrohung schon der Kindergarten vertraut mache.

In Deutschland werten Ökonomen die Rekordumsätze der großen Beratungsunternehmen als einen Beleg für das notorische Delegieren und Verschieben ungewollter Verantwortung. Die Frage, wer denn am Ende den Kopf hinhält, lädt Regierungen und Verwaltungen, aber eben auch Unternehmen dazu ein, Risiken wo immer möglich auszulagern.

Was aber, wenn die Umstände kurzfristig mutige und riskante Entscheidungen verlangen, ohne Umwege und Zeitverlust? Befürworter der Intrapreneurship-Philosophie verweisen darauf, dass auch Steve Jobs bei aller Egomanie letztlich ein überzeugte Teamplayer war. Doch in Schlüsselmomenten, wenn das Team alle Argumente abgewogen hat und vor der schlichten Entscheidung des »hop oder top« steht, braucht es oftmals die vertrauenswürdigen und respektierten Führungsfiguren, die den Ausschlag geben, ohne das Team mit einem ignoranten »Basta!« zu überfahren.

Apple-Kenner verweisen gern darauf, dass das Unternehmen seit dem Tod seines Gründers 2011 das technologische Erbe glänzend verwaltet und ge-



sichert hat. Bahnbrechende Innovationen vom Rang eines iPhones hat es seitdem aber keine mehr hervorgebracht. Mögen es auch nur 0,1 Prozent gewesen sein, die Jobs mit einer Kombination aus Genie und Starrsinn zum Unternehmenserfolg beitrug – sie machten offenbar einen entscheidenden Unterschied und fehlen.

Das Konzept des Intrapreneurs schafft keine Jahrhundert-Persönlichkeiten vom Schlage eines Steve Jobs, aber es nutzt sie als Leitbilder, um auch in der mittleren Ebene mehr Anreize für unternehmerische Führung und die Übernahme von Verantwortung und Riskobereitschaft im Interesse des Neuen und des strategischen Wandels zu schaffen.

Was ist ein Intrapreneur? In ihrem bereits 1985 erschienenen Buch »Intrapreneuring« nennen der frühere IBM-Manager Gifford Pinchot und seine Frau Elizabeth vier Eigenschaften:

- Intrapreneure sind Angestellte, die für Innovation und Entwicklung im Unternehmen das leisten, was ein Unternehmer für die eigene Firma oder sein Startup leistet.
- Intrapreneure sind »Träumer, die machen«.
- Intrapreneure sind selbsternannte Geschäftsführer einer neuen Idee.
- Intrapreneure sind für das Unternehmen die Antreiber eines Wandels zum Besseren.

Im Verhältnis zu Vorständen und Geschäftsführern basiert Intrapreneurship auf einem weitreichenden Handschlag. Was dem Intrapreneur an unternehmerischen Freiräumen und Vertrauensvorschuss eingeräumt wird, muss er mit verbindlicher Leistung und Loyalität zur Unternehmensspitze honorieren.

Je konsequenter Innovatoren das Neue durchsetzen, desto mehr riskieren sie Widerstände und Konflikte. Ohne die volle Rückendeckung der Chefetage ist das Scheitern vorprogrammiert. Der Managementberater Patrick Bosteels charakterisierte Intrapreneure sogar als jene, »die die Regeln kennen und sie brechen«. Deshalb sind erfolgreiche Intrapreneure fast nie unerfahrene Neuzugänge von außen, sondern zumeist erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die nicht nur die Strukturen kennen, sondern auch über Reputation, Rückendeckung und Netzwerke im Unternehmen verfügen.

Um dem Neuen zum Durchbruch zu verhelfen, sind ihnen - zumindest auf Zeit - Abkürzungen und

»Nicht die Idee entscheidet über den Erfolg einer Innovation. Energie, Herzblut, Durchsetzung, eine glückliche Hand, ein tolles Gründerteam, verständnisvolle Investoren, Geduld – das sind die Faktoren, auf die es ankommt.«

- PROF. GUNTER DUECK

Alleingänge gestattet, die für die Organisation im Normalfall tabu sind. Klar ist aber auch: Werden vereinbarte Ziele verfehlt, bleiben die erhofften Erfolge aus, droht der Entzug von Freiheit und Vertrauen.

Für regelmäßige Besucher des BDZV-Kongresses beBETA und seines Vorläufer-Formats Zeitung digital ist das Thema Intrapreneurship so neu übrigens nicht. Bereits in Stuttgart 2012 fesselte der ehemalige IBM-Innovationschef und Gifford Pinchot-Schüler Prof. Gunter »Wild« Dueck die Teilnehmer mit seinem Plädoyer für die angestellten Unternehmer.

»Nicht die Idee entscheidet über den Erfolg einer Innovation. Energie, Herzblut, Durchsetzung, eine glückliche Hand, ein tolles Gründerteam, verständnisvolle Investoren, Geduld – das sind die Faktoren, auf die es ankommt«, beschreibt Dueck in seinem Buch »Das Neue...« die Voraussetzungen für erfolgreiches Intrapreneurtum.

Dueck benennt aber auch die raue Wirklichkeit, der die Macher des Neuen im Ringen mit dem Alten und den klassischen Macht- und Kontrollstrukturen ausgesetzt sind: »Die Bewahrer des Systems wollen ein möglichst starkes Immunsystem, das gegen Einwirkungen von außen resistent ist. Die Innovatoren wollen das System hingegen ändern oder weiterentwickeln, im Extremfall sogar neu konzipieren.«

Um der Innovation trotzdem zum Durchbruch zu verhelfen, empfiehlt Dueck die von Geoffrey A. Moore in seinem gleichnamigen Buch entwickelte Theorie vom »Chasm«, den der Intrapreneur überwinden muss, indem er die richtigen Unterstützer ins Boot holt und frühzeitig Mehrheiten organisiert. Moore unterscheidet dabei die Protagonisten, die generell offen für das Neue sind und die ersten Verbündeten des Intrapreneurs sind.

Mit den begeisterungsfähigen Protagonisten allein ist aber noch nichts gewonnen. Erst wenn auch die »Open Minds« Zustimmung signalisieren, entsteht genügend Rückenwind um den »Chasm« zu überwinden und die Innovation umzusetzen. Aber auch dann noch muss der Innovator die grundsätzlich skeptischen »Closed Minds« oder die destruktivablehnenden Antagonisten im Blick behalten, die nur auf die passende Gelegenheit warten, das ungeliebte Innovationsprojekt und seinen Kopf abzuschießen.

Für die Macherinnen und Macher des Wandels in deutschen Medienhäusern sind das Evangelisieren für das Neue, die Widerstände entlang des »Chasm« und das Ringen um die Innovations-Mehrheiten gelebter Alltag. Einen besonders anschaulichen Einblick bekamen die Teilnehmer der BeBeta 2016 in Berlin. Johann Jungwirth, damals Chief Digital Officer von Volkswagen und frisch von Apple abgeworben, um den Wolfsburger Konzern auf Elektromobilität umzupolen, beschrieb eindrücklich, was es

bedeutet, in aller Welt bewunderten Triebwerks-Ingenieuren beizubringen, dass ein Volkswagen zukünftig nicht mehr um ihre Hochleistungsmotoren herum konzipiert wird, sondern nur noch ein fahrender Computer mit Akku und Hochleistungs-Software ist. Für viele Ingenieure sei diese Botschaft ein kaum zu verkraftender Schock gewesen, beschrieb Jungwirth.

Um gegen einen solchen Block von Closed Minds und Antagonisten trotzdem möglichst schnell den Rückstand auf den E-Auto-Pionier Telsa zu verkürzen, konnte der Intrapreneur Jungwirth zeitweise mit einem eigenen Entwicklungsteam außerhalb aller Konzernstrukturen und ohne Rücksicht auf das schwerfällige Regelwerk des Autobauers vorgehen.

In der Verlagswelt ließ 2014 die New York Times aufhorchen. Der von einem kleinen Team produzierte und veröffentlichte Innovation Report erwies sich als provokantes Manifest gegen die Vorrangstellung von Print und als Programm des digitalen Umbaus. Der Intrapreneur, der in diesem Fall die Gruppe der Erneuerer anführte, war ausgerechnet Verlegersohn Arthur Gregg Sulzberger, der kurz darauf die Nachfolge seines Vaters an der Spitze des Flaggschiffs antrat und seitdem als Unternehmer und Verleger den digitalen Erfolgskurs vorantreibt.

Besser beraten. Seit über 50 Jahren.



Genießen Sie das Leben.

Den Rest arrangieren wir.

Unsere Leistungen

- > Bilanzen, Steuererklärungen
- > Finanzbuchhaltung
- > Lohnbuchhaltung

Wir beraten Sie

- > in steuerlichen und betriebswirtschaftlichen Fragen
- bei Unternehmensgründung und -veränderung
- > bei Erbschaftsangelegenheiten
- > bei Investitionsvorhaben

Thomas und Gerhard Haberkorn Steuerberatersozietät Cranachweg 6 93051 Regensburg Telefon: +49 941 92076-0 Fax: +49 941 92076-10 steuerberater@haberkorn.de



»Wahrheitsliebe und Sinn für Gerechtigkeit«

Christine Schröpf
Leitende Redakteurin
Mittelbayerische Zeitung

Ein breites Interessensspektrum, Neugierde, Freude am Kontakt mit unterschiedlichsten Menschen, Sensibilität und Konfliktbereitschaft sind zentrale Eigenschaften, die sich sechs Verantwortliche für die Volontärsausbildung in ostbayerischen Verlagen und Sendern vom journalistischen Nachwuchs wünschen.

iriam Graf, Anja Stubba, Eva Hinterberger, Martin Wanninger, Clemens Finzer und Matthias Feuerer sind lange genug im Geschäft, um die Voraussetzungen für den Beruf präzise zu benennen. Einen höheren Schulabschluss halten sie für notwendig, ein Studium für wünschenswert, wenn auch nicht für verpflichtend - wobei die Fachrichtung dabei nicht so entscheidend ist.

Unverzichtbar sind für Verlage und Sender allerdings die »Begeisterung für Ostbayern und seine Menschen« und die hohe Affinität zu digitalen For-

maten und Technologien. Es braucht im Job zudem eine gewisse Robustheit. Denn Journalisten erleben in Zeiten gesellschaftlicher Polarisierungen immer häufiger Anfeindungen. In sozialen Netzwerken wird anonym gelästert, beleidigt oder sogar gedroht.

Nichtsdestotrotz ist und bleibt es auch für die Ausbildungsbeauftragten ein Traumberuf, der mit dem Privileg verknüpft ist, immer am Puls der Zeit zu sein, sich mit einer Vielfalt von Themen beschäftigen zu können und letztlich soziale Verantwortung zu übernehmen.

Eva Hinterberger

Neugier auf verschiedenste Themen, Lust auf den Umgang mit Menschen sowie Spaß am Recherchieren und Vermitteln von Fakten und am Erzählen von Geschichten. Das journalistische Handwerkszeug müssen die Bewerber:innen nicht unbedingt schon mitbringen, das lernen sie dank einer intensiven Ausbildung dann bei uns bzw. im dualen Studium zusätzlich im Studiengang Ressortjournalismus an der Hochschule Ansbach.

Martin Wanninger

Auch wenn's ein bisschen platt und pauschal ist: Erstens: ein breites Interessensfeld und die Lust, sich mit immer neuen Themen auseinanderzusetzen. Zweitens: Freude daran, mit Menschen zu interagieren, sie zu unterhalten. Drittens – ganz pathetisch: Wahrheitsliebe und Sinn für Gerechtigkeit.

Was sind die drei wichtigsten Eigenschaften, die Volontär:innen

grundsätzlich mitbringen müssen?

Anja Stubba

Eine gute = radiotaugliche Stimme, ein hohes Maß an Kreativität und ein sehr breites Allgemeinwissen. Das Funkhaus Regensburg bietet Volontariate in den Bereichen Moderation und Nachrichtenredaktion an. Je nach Ausbildungs-Richtung setzen wir auf verschiedene Skills. Ein angehender Newsredakteur oder eine Newsredakteurin müssen eine sehr gute Allgemeinbildung und viel Verständnis unter anderem für Politik und Wirtschaft mitbringen, ein angehender Moderator oder eine Moderatorin müssen dagegen eher viel Ahnung von Musik und ein hohes Maß an Kreativität mitbringen. Volontär:innen müssen abgesehen von diesen Skills ein erfolgreich abgeschlossenes Rundfunk-Praktikum haben, um in ein Volontariat starten zu können.

Miriam Graf

Neugier, Sensibilität und Konfliktbereitschaft. Die richtigen Fragen zu stellen, ist das A und O für Journalist:innen.

Gleichzeitig ist ein Gespür für Menschen wichtig, gerade im Lokaljournalismus, um zu wissen, wie und wann die Fragen gestellt werden.
Nicht zuletzt brauchen junge Menschen, die Journalist:innen werden wollen, die Bereitschaft, auch mal schwierige Fragen zu stellen, und die Stärke, es auszuhalten, wenn dann jemand sauer wird.

Clemens Finzer

Neugierde, Interesse an Menschen und ein hohes Maß an Flexibilität – ich würde diese Kriterien aber gerne erweitern um Organisationstalent und im Fall des BR noch eine gewisse Technikaffinität.

Matthias Feuerer

Erstens: gutes Allgemeinwissen.
Zweitens: Kommunikationsfähigkeit.
Drittens: Neugier. Natürlich gibt
es hier noch zahlreiche weitere
Attribute, die in unserem Sender
gerne gesehen sind. Darunter
Eigeninitiative, Flexibilität, Kreativität und
Selbstbewusstsein.

»Ein angehender Newsredakteur oder Newsredakteurin muss eine sehr gute Allgemeinbildung und viel Verständnis unter anderem für Politik und Wirtschaft mitbringen.«

— ANJA STUBBA



Miriam Graf
Volontärsbeauftragte beim
Straubinger Tagblatt



Matthias Feuerer
Volontärsbeauftragter bei
TVA Ostbayern

© RIJD BAINER ELEISCHMANN



Clemens Finzer

Ausbildungsbeauftragter
beim Bayerischen Rundfunk

BILD LEON BAATZ



Eva HinterbergerVolontärsbeauftragte beim
Neuen Tag

© BILD THOMAS JÄGER

Die Befragten



Martin Wanninger
stellvertretender Chefredakteur der Passauer
Neuen Presse und
Volontärsbeauftragter der Mediengruppe Bayern, zu der auch
die Mittelbayerische gehört.



Anja Stubba
Chefredakteurin und
Ausbildungsbeauftragte bei
Radio Charivari.

© BILD FUNKHAUS

Clemens Finzer

Wir suchen junge Menschen, mit denen wir die journalistische Zukunft des BR gestalten wollen – und dafür bilden wir sie zwei Jahre lang aus. Konkret: Wer sich bei uns bewerben möchte, muss mindestens 18 Jahre alt sein, einen Schulabschluss haben und erste Erfahrung im Journalismus vorweisen können. Und natürlich sollten sie oder er Bayern und seine Menschen mögen – denn für und über diese Menschen berichten wir ja beim BR. Wer zudem eine Ausbildung und/oder ein Studium vorweisen kann – umso besser.

Matthias Feuerer

Voraussetzung für die Aufnahme eines Volontariats bei TVA ist das Abitur. Es kann sich hier natürlich auch um ein Fachabitur handeln. Ein abgeschlossenes Studium bringt Vorteile, es muss aber kein Medienstudiengang sein. In unserem Sender arbeiten zahlreiche Kolleginnen und Kollegen mit unterschiedlichsten Hintergründen: z. B. Germanistik, Lehramt oder Medienproduktion- und Technik.

Was ist das spezielle Anforderungsprofil in Ihrem Haus?

Anja Stubba

Der Beruf des Radio-Journalisten oder der Radio-Journalistin kann kein Eight-to-five-Job sein, weil Dinge passieren, wann sie passieren. Das heißt: Wir erwarten auch und gerade von jungen Kolleg:innen hohe Einsatzbereitschaft auch außerhalb »normaler Arbeitszeiten«, zum Beispiel an Feiertagen wie Weihnachten und Ostern, aber auch Frühschicht- und Spätschicht-Bereitschaft. Außerdem erwarten wir die Bereitschaft, sich über den eigenen Spartenbereich hinaus, wie zum Beispiel die News-Redaktion, notwendige, auch technische Skills anzueignen. Newsredakteure und -redakteurinnen müssen in der Lage sein, auch den Wetter-Bericht charmant live on Air zu präsentieren. Moderator:innen sollten auch Nachrichtenmeldungen verfassen können - der Tellerrand soll also extrem breit sein.

Eva Hinterberger

Wir sind im Vergleich zu anderen Medienhäusern sehr stark digital unterwegs, deshalb sollten Bewerber:innen vor allem ein Grundverständnis und Begeisterung für digitale Ausspielformen, Audio, Video und Social-Media-Formate mitbringen. Außerdem schadet ein gewisses Maß an Eigeninitiative nicht. Wer vor allem »Artikel für die Zeitung« schreiben und vorgegebene Aufgaben abarbeiten möchte, ist bei uns falsch. Außerdem konzentrieren wir uns in unseren Eigenbeiträgen auf lokale und regionale Themen - wer seine berufliche Zukunft in Leitartikeln zur Bundespolitik sieht, ist also ebenfalls anderswo besser aufgehoben. Es schadet auch nichts, wenn die Bewerber:innen Spaß daran haben, vor der Kamera oder am Podcast-Mikrofon zu stehen, das ist aber keine Voraussetzung.

Martin Wanninger

Formal ein Abiturabschluss, idealerweise (aber nicht verpflichtend) gefolgt von einem Studium egal welcher Fachrichtung. Die Bewerber:innen sollten zudem z. B. per Praktikum in den Beruf hineingeschnuppert haben. Als Regionalverlag ist uns nicht zuletzt die Bereitschaft wichtig, sich auf die jeweilige Region und ihre Menschen einzulassen. Zumindest grundsätzlich muss man die Menschen mögen, für die man schreibt.

Miriam Graf

Wir suchen nach jungen Menschen, die sich für Ostbayern begeistern und die Lust darauf haben, auch aus einer Vereinssitzung oder dem Dorffest eine spannende Geschichte herauszuziehen. Ein Führerschein ist bei uns Voraussetzung. Im Volontariat lernen die angehenden Redakteur:innen ihr Handwerk in unterschiedlichen Redaktionen – das kann mal in Straubing, mal in Cham, mal in Landshut sein. Deswegen erwarten wir während des Volontariats Mobilität.



Martin Wanninger

Natürlich ändert sich das Arbeitsumfeld, weil sich die Techniken wandeln und die Publikationskanäle mehr werden – die Bereitschaft zum lebenslangen Lernen braucht man aber auch in anderen Berufen. Eine besondere Herausforderung für unser Berufsbild selbst erscheint mir, dass es gerade durch Social Media, aber auch durch Tracking-Tools eine viel direktere Rückkopplung gibt, grundsätzlich die Rolle der Journalist:innen mehr denn je hinterfragt wird und das eigene Tun intern wie extern stärker gerechtfertigt werden muss. Das ist o.k., aber nicht immer angenehm.

Eva Hinterberger

Das Berufsbild wird sich auch in Zukunft weiter wandeln, es werden neue Kanäle und Formate dazu kommen, die wir uns jetzt noch gar nicht vorstellen können. Die einzige Konstante sind die Grundlagen des journalistischen Handwerkszeugs: Gespür für Themen aus Leser:innen-/Nutzer:innen-Perspektive, saubere Recherche, verständliche und korrekte Sprache. Wer sich dafür in der Ausbildung eine gute Basis schafft, und gleichzeitig offen bleibt für neue Formate und neue Technik, ist für alle Herausforderungen auch in Zukunft bestens gewappnet. Bedarf an gutem Journalismus wird es auch in 50 Jahren noch geben.

Miriam Graf

Leserinnen und Leser werden nicht mit allem einverstanden sein, was Journalistinnen und Journalisten schreiben. Diese Kritik wird nicht immer sachlich geäußert, vor allem nicht im Internet. Wir sehen besser als je zuvor, was unsere Leser:innen wie lange lesen – das kann frustrierend sein, wenn eine Geschichte, die die Redaktion für wichtig hält, nicht geklickt wird. Klicks sind zwar nicht alles, aber um zu verstehen, wofür Leser:innen bereit sind, Geld auszugeben, sind diese Zahlen wichtiger als je zuvor.

Matthias Feuerer

Journalist:innen sind nicht nur im TV-Journalismus viel unterwegs. Nacht- und Wochenendarbeit sind ebenfalls keine Seltenheit. Wenn in der Region etwas passiert, dann nicht immer innerhalb normaler Arbeitszeiten

Der Beruf ist im Wandel. Die Branche ist unter Druck. Wofür müssen sich junge Journalist:innen wappnen?

Anja Stubba

Der Druck, so schnell (!) wie möglich über Ereignisse, Entwicklungen und Katastrophen zu berichten, on Air und online, ist enorm groß geworden. Junge Journalist:innen müssen lernen, trotz des hohen Arbeitstempos sehr sauber zu recherchieren und nur das zu veröffentlichen, was sie verlässlich als Fakt haben bzw. zu kennzeichnen, was Vermutungen und Spekulationen sind. Gleichzeitig geraten Journalist:innen (alte wie junge) immer öfter mit (Wut-)Bürgern aneinander, werden beschimpft, attackiert, beleidigt und bedroht. Damit muss Mann und Frau umgehen können.

Clemens Finzer

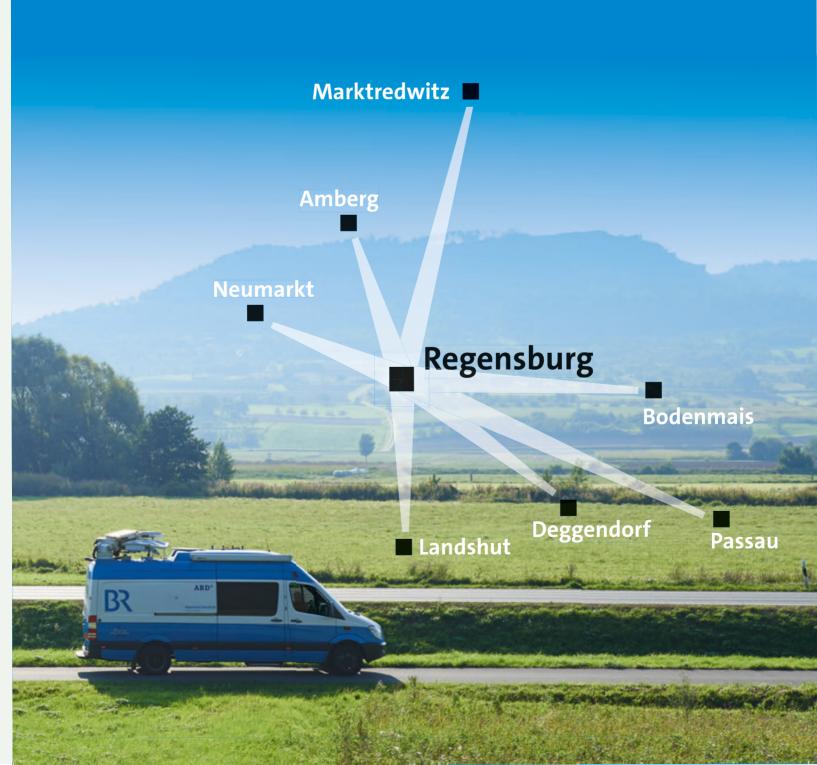
Dass Journalist:innen nicht mehr immer und überall willkommen sind und in gewissen Kreisen mit
Anfeindungen und Ablehnung rechnen müssen.
Das ist eine unschöne Entwicklung, gehört aber heute leider zur Realität. Wir bereiten die jungen Nachwuchskräfte aber mit unseren Schulungen auch darauf vor und die erfahrenen Kolleg:innen aus den Redaktionen stehen mit Rat und Tat zur Seite. Ferner müsse sie bereit sein, ein Leben lang lernen zu wollen. Die Tatsache, dass wir den Menschen Informationen, Unterhaltung oder Bildungsinhalte anbieten, verändert sich zwar nicht – dafür aber die Art und Weise, wie diese Inhalte zu den Menschen kommen. Gerade mit Blick auf die neuen digitalen Kanäle ist hier vieles im Wandel.

»Wir sehen besser als je zuvor, was unsere Leser:innen wie lange lesen – das kann frustrierend sein, wenn eine Geschichte, die die Redaktion für wichtig hält, nicht geklickt wird.«



Nah dran

Für die Oberpfalz und Niederbayern Alle BR-Studios in der Region



»Menschen zu begleiten auf dem Weg in den Beruf und ihnen dabei mit Rat und Tat zur Seite zu stehen, ist unglaublich erfüllend.«

- CLEMENS FINZER

Martin Wanninger

Das Gefühl, am Puls der Zeit zu sein. Dinge aus erster Hand zu erfahren oder relativ exklusiv erklärt zu bekommen. Und die Möglichkeit, auf Probleme hinzuweisen bzw. Zusammenhänge zu erklären. All das empfinde ich nach wie vor als Privileg.

Clemens Finzer

Die Arbeit mit (den) Menschen ist unglaublich faszinierend. Zuzuhören und dabei zu erleben, wie sich Menschen öffnen und ihre Geschichte erzählen, ist großartig. Dazu immer wieder Neues zu erfahren, eine unerschöpfliche Themenvielfalt zu haben, ist ebenfalls eine begeisternde Sache. Und zu guter Letzt: Menschen zu begleiten auf dem Weg in den Beruf und ihnen dabei mit Rat und Tat zur Seite zu stehen, ist unglaublich erfüllend.

Miriam Graf

Die Freiheit, Fragen stellen zu dürfen. Die Gespräche mit Menschen, die sich einem vertrauensvoll öffnen. Der Ärger, wenn der richtige erste Satz für eine Reportage im Kopf herumgeistert, aber nicht aufs Papier will, und der Stolz, wenn man ihn dann doch findet und wenig später im Netz oder in der Zeitung liest.

Eva Hinterberger

Anfangs hat mich vor allem fasziniert, dass ich die Möglichkeit habe, so viele verschiedene Menschen und ihre Geschichten kennenzulernen. Mittlerweile ist es das »Gesamtpaket«: eben diese Geschichten, aber auch, dass ich dabei selbst ständig Neues lernen kann. Der Austausch mit Leser:innen, dass ich manchmal morgens nicht weiß, was mich an diesem Tag erwartet, diese ganz spezielle Stimmung in der Redaktion bei besonderen Ereignissen ...

Was fasziniert Sie nach vielen Jahren im Beruf bis heute am Journalismus?

Anja Stubba

Der Beruf der Radio-Journalistin oder des Radio-Jounalisten ist einfach großartig. Wir zeichnen mit unseren Stimmen, mit Soundeffekten und Musik Bilder im Kopf, brauchen vergleichsweise wenig technische Ausrüstung, um berichten zu können. Radio gilt immer noch als das schnellste Massenmedium überhaupt. Wir sind ganz nah dran am Hörer, den wir in allen Lebenslagen antreffen (im Bett, am Esstisch, im Auto, im Büro). Diese soziale Verantwortung und die Nähe zu Menschen schätze ich sehr. Außerdem ist das ein Beruf mit Anti-Langeweile-Garantie. Die Mischung aus: Ich weiß nicht, was morgen alles passiert, aber ich freue mich, dass ich als Berichterstatter dabei sein werde.

Matthias Feuerer

Es ist ein sehr vielfältiger Beruf, der viel Abwechslung mit sich bringt. Er beinhaltet auch selbstständiges Arbeiten, sowohl vor als auch hinter der Kamera. Ob man es will oder nicht, man hat Berührungspunkte mit der Technik, mit der klassischen Newsdesk-Tätigkeit, mit Online, Social-Media und so weiter. Kein Tag ist in diesem Beruf wie der zurückliegende Tag, es gibt immer neue Herausforderungen.

Unter welcher **Mailadresse** können sich Volontärinnen und Volontäre bei Ihnen bewerben?

Mediengruppe Bayern

volontariat@mgbayern.de

BR

Ausbildungsredaktion@br.de oder clemens.finzer@br.de

Straubinger Tagblatt

karriere-redaktion@straubinger-tagblatt.de

Neuer Tag

Alle Informationen zum Volontariat und zum dualen Studium bei uns, inklusive der direkten Links zum Bewerbungsportal, gibt es unter www.onetz.de/volontariat.



Charivari

anja.stubba@charivari.com

TVA

Direkt bei der Geschäftsführung rpollinger@tvaktuell.com



Mit uns neues Entdecken.

Lernen Sie die Regensburger Zeitung kennen!

Alle aktuellen Nachrichten aus Ihrer Region – von Lokalpolitik, Sport, Wirtschaft bis hin zu den kleinen und großen Ereignissen in Deutschland und der Welt.

Lesen Sie jetzt das ePaper 2 Wochen kostenlos und unverbindlich!

Im Anschluss lesen Sie zum Preis von mtl. 25.50€ weiter.











Spaß an multimedialer Berichterstattung

Zahn junge Menschen machen sich Gedanken zu Inhalten, Ausprägungen und der Zukunft ihres Berufs. GRAFIK: SHUTTERSTOCK

Christine Schröpf

Leitende Redakteurin Mittelbayerische Zeitung

Anja Stubba
Funkhaus Regensburg

Hanna Gibbs
Regensburger Zeitung

er junge Journalistinnen und Journalisten befragt, warum sie gerne gerade diesen Beruf ausgewählt haben, sieht eine Parallele zu den Statements der Verantwortlichen für die Ausbildung ein paar Seiten vorher. Der Spaß, mit Texten und Bildern zu experimentieren, viele Leute kennenzulernen, sich modernster Technologie zu bedienen und das alles in einem multimedialen Haus ausüben zu können, sind Vorstellungen junger Menschen, wenn sie auf ihre Entscheidung angesprochen werden.

Natürlich spielen beim Nachwuchs die digitalen Varianten und deren spezifische Anforderungen eine große Rolle. Und: Sie haben relativ früh ihren Wunsch zu schreiben, zu reden und zu senden entdeckt. Sie sind sozusagen »Überzeugungstäter:innen«, die sich freiwillig und bewusst auch den mögli-

chen Widrigkeiten des Journalismus aussetzen. Dass sie sich von diesen nicht abhalten lassen, macht hoffnungsfroh. Sie können sich »keinen schöneren Beruf vorstellen«, begeistern sich für die »unterschiedlichen Formen medialer Berichterstattung« und empfinden es als Freude, sich »jeden Tag mit allen möglichen unterschiedlichen Menschen und Thematiken« auseinandersetzen zu müssen.

Ihnen ist aber klar, dass sich ihr Beruf in den kommenden Jahren weiter verändern wird, dass Online-Angebote noch stärker in den Mittelpunkt rücken und »just-in-time« bedeutender wird. Sie sind sich der Verantwortung bewusst, dass es bei der Arbeit nie an der Genauigkeit fehlen darf und fühlen sich der Wahrheit verpflichtet.

Die Antworten der jungen Journalist:innen haben wir auf den folgenden Seiten zusammengefasst.



Daniel Pfeifer, 28 Volontär, Mittelbayerische Zeitung



Max Moser, 25 Praktikant, Radio charivari Regensburg



Matthias Keck, 20 Landkreisreporter, Landshuter Zeitung



Marie Kristin Nebel, 28 Volontärin, Mittelbayerische Zeitung

© BILD MAXIMILIAN RÜSSELER

Aileena Hauptmann, 25 Volontärin, Nachrichtenredaktion im Funkhaus Regensburg



Annabel Gruber, 20 Volontärin, Viechtacher Anzeiger



Lena Michalowski, 27 Volontärin, Mittelbayerische Zeitung © BILD ROBIN LAUBSCH



Alexandra Wissinger, 23 Volontärin, Donau-Post in Wörth an der Donau



Hans Reimann, 33 Redakteur, Landkreisredaktion Straubing-Bogen



Johannes Hartl, 27 Volontär, Mittelbayerische Zeitung

Daniel Pfeifer

Es gibt in meinen Augen wohl kaum einen interessanteren Beruf als den des Journalisten, denn man befasst sich unweigerlich nur mit Themen, die auch für viele Menschen relevant und wichtig sind. Außerdem macht es mir Spaß, mich in völlig unbekannte Spezialgebiete einzuarbeiten und sie so herunterzubrechen, dass sie jeder verstehen kann. Mindestens genauso viel Spaß macht es mir, zu diesen Texten dann emotional packende Fotos zu entwerfen. Daher ist es mir auch wichtig, in einem multimedialen Verlagshaus arbeiten zu können, das junge Menschen auf vielfältige und moderne Weisen anspricht und

nicht allein auf eine schwindende Leserschaft gedruckter Zeitungsprodukte setzt.

Marie Kristin Nebel

Schon zu Schulzeiten wollte ich Journalistin werden. Tief in Themen eintauchen, Menschen mit den unterschiedlichsten Hintergründen treffen und

Geschichten erzählen – das hat mich an dem Beruf fasziniert. Wo sonst hat man dazu die Chance, so viel zu erleben und zu erfahren? Für ein multimediales Verlagshaus habe ich mich entschieden, weil ich mich auf diese Weise mit unterschiedlichen Formen medialer Berichterstattung beschäftigen und umso mehr lernen kann.

Lena Michalowski

Weil mir das Schreiben einfach unglaublich viel Spaß macht. Dazu kommt die Vielfältigkeit der Themen, Fragen und Menschen, mit denen man sich als Journalistin beschäftigt. Für mich persönlich liegen die Grundlagen des Journalismus bei Tageszeitungen und die wollte ich lernen. Die Möglichkeit, sich an Video- und Podcast-Produktionen zu beteiligen, gefällt mir zusätzlich aber ziemlich gut.

Johannes Hartl

Weil mich Lokaljournalismus fasziniert, seit ich mein erstes Praktikum gemacht habe. Nirgendwo sonst kann man so nah dran sein an den Menschen oder an wichtigen Entscheidungen, die unmittelbare Auswirkungen haben. So unabhängig wie möglich darüber zu berichten, ist in einer Demokratie von großer Bedeutung. Genau deshalb habe ich mich bewusst für ein multimediales Haus entschieden: um Geschichten aus der Region für die Menschen in der Region so flexibel und vielfältig wie möglich erzählen zu können, ohne auf ein starres Format festgelegt zu sein.

Warum hast Du Dich für den Beruf des Journalisten/der Journalistin entschieden –

und warum in einem multimedialen Verlagshaus?

Aileena Hauptmann

Ich war immer schon sehr neugierig und habe mich für alle möglichen Themen und Bereiche interessiert. Sich beruflich auf nur EIN Gebiet zu beschränken, kam also für mich nicht in Frage. Im Journalismus ist das ganz anders, da hat man jeden Tag mit allen möglichen unterschiedlichen Thematiken und Menschen zu tun. Im Radio kann ich gleichzeitig meine Kreativität entfalten und mit meiner Stimme arbeiten.

Max Moser

Ich habe schon seit meiner Kindheit fürs Radio gebrannt, meine erste »Sendung« habe ich auf einem (schon damals veralteten) Kassettenrekorder aufgenommen. Ein Schülerpraktikum und einige Zeit später kann ich jetzt hier bei charivari in Regensburg dieser Begeisterung nachgehen. Das Radio ist für mich auch nach wie vor ein sehr präsentes Medium, das Wachwerden mit dem Radiowecker gehört so fest zu meiner Morgenroutine wie das Zähneputzen. Jeder Tag hier ist anders. Die große Gemeinsamkeit ist, dass alles Spaß macht.

Annabel Gruber

Ich wollte schon immer einen Beruf haben, bei dem ich jeden Tag aufs Neue nicht weiß, was mich erwartet. Jeder Tag ist anders und das macht den Beruf spannend. Außerdem lerne ich täglich neue Menschen und deren Geschichten und Hintergründe kennen. Journalistin zu sein ist mein Traumberuf.

Matthias Keck

In den Zeitungsjournalismus bin ich reingewachsen. Hinschauen, zuhören, aufschreiben – schon als Achtjähriger habe ich mich als Nachwuchsreporter geübt, als ich mich mit Zettel und Stift zu meinen Großeltern an den Tisch setzte, um deren Weltkriegs-Erinnerungen festzuhalten. Im Lauf der Jahre ist die Leidenschaft fürs Nachforschen immer gewachsen. Zu Schulzeiten wurde ich freier Mitarbeiter, später Volontär und mittlerweile bin ich Jungredakteur bei der Lokalzeitung.

Hans Reimann

Weil die Arbeit viele kreative Möglichkeiten bietet und inhaltlich abwechslungsreich ist – kein Tag ist wie der andere, keine Geschichte wie die vorherige. Ich kann mir nicht vorstellen, dass der Beruf jemals langweilig sein wird oder sich in reiner Wiederholung erschöpft.

Alexandra Wissinger

Als ich in der Pandemie meinen Job als Visagistin verloren habe, arbeitete ich zunächst in der Anzeigenabteilung. Nach einiger Zeit wurde es mir zu eintönig, den ganzen Tag im Büro zu sitzen. Ich hab gesehen, wie die Kollegen aus der Redaktion immer unterwegs waren, und von ihren Terminen in der Zeitung gelesen. Als dann durch Zufall ein Redakteur in Rente ging und eine Stelle als Volo frei war, hab ich einfach mal nachgefragt, und schon war ich Volontärin. Das habe ich seitdem auch nicht bereut.

Weil es auf die Extras ankommt

Jede und jeder Versicherte hat andere Bedürfnisse. Genau dafür gibt es den AOK-Gesundheitsvorteil. Jetzt Vorteile sichern!

Mehr erfahren auf aok.de/bayern/gesundheitsvo<u>rteil</u>

Gesundheit nehmen wir persönlich. AOK Bayern. Die Gesundheitskasse.



Daniel Pfeifer

Ich glaube, dass der Beruf eines Journalisten wohl einer der letzten sein wird, der automatisiert oder wegrationalisiert werden kann. Dass er wichtig für eine demokratische Gesellschaft ist und eine große Verantwortung beinhaltet, sollte nie vergessen werden. Das gilt auch für Lokaljournalismus, selbst wenn in Teilen der Gesellschaft das Interesse für regionales Geschehen zu schwinden scheint. Leider wird einem dieser enorme Wert eines freien, gut recherchierten und vielfältigen Journalismus scheinbar oft erst in großen Krisen so richtig bewusst. Wie hier die Zukunft aussieht, mag ich mir nicht ausmalen.

Marie Kristin Nebel

Ich glaube, dass sich unser Beruf verändern wird. Die jüngeren Generationen nutzen Medien anders als es die Stammleserschaft von Tageszeitungen derzeit tut. Es wird spannend sein, diese Veränderungen in den kommenden Jahren und Jahrzehnten mitzuerleben beziehungsweise im Kleinen selbst mitzugestalten. Die mit dem Beruf einhergehende große Verantwortung bleibt jedoch bestehen: In Zeiten zunehmender Desinformationen und Falschmeldungen ist die Arbeit von Journalist:innen sogar wichtiger denn je.

Lena Michalowski

Ich wünsche mir für meine Zukunft in erster
Linie, dass mich der Beruf – so wie er es
aktuell tut – weiterhin erfüllt. Ich möchte
mich unterschiedlichen journalistischen
Herausforderungen stellen, verschiedenste
Projekte angehen und Erfahrungen sammeln. Dabei
möchte ich mich weiterentwickeln und meine
Begabungen stärken. Arbeit sollte sich so oft wie
möglich nicht wie Arbeit anfühlen – das ist mein
Wunsch.

Johannes Hartl

Für den Journalismus ist es eine Zeit der großen Veränderungen, die Branche steht vor vielen Umbrüchen. Aber bei allen Wandlungen, die wir erleben werden: Gut recherchierte Beiträge, die erklären und einordnen, werden gerade im Lokalen immer gefragt sein. Und für diese Aufgabe braucht es unabhängige Journalist:innen, die genau hinschauen, die kritisch sind. Auch wenn sich die Kanäle, über die wir unsere Geschichten ausspielen, vielleicht ändern. Deswegen sehe ich meine Zukunft auch in einer Lokalredaktion.

Wie stellst Du Dir die Zukunft in Deinem Beruf vor?

Aileena Hauptmann

Ich sehe die Zukunft des Radios im verstärkten Ausbau der Mediatheken. Der Trend geht ganz klar in Richtung »Online-Angebote«, bei denen Hörer selbst entscheiden können, was sie wann und wie oft hören wollen. Ich kann mir zum Beispiel vorstellen, im Bereich Radio vermehrt auf Podcast-Produktionen zu setzen, die dann auch im Programm verwertet werden. So ist der Content gleich mehrmals verfügbar und bleibt auch für junge Hörer:innen attraktiv.

Max Moser

Kurzfristig wird es mit Sicherheit so wie bei vielen Berufen sein, dass die Grenzen zwischen Aufgabenfeldern aufgelockert werden. Eine Redakteur:in konzentriert sich nicht mehr nur auf einzelne Themen oder Rubriken, sondern auf viele gleichzeitig. Sicher wird auch mehr Homeoffice dazukommen, wir sehen es jetzt schon. Aber der Journalismus lebt von Menschen und dem Kontakt mit Menschen und die werden nicht zu ersetzen sein. Und das ist gut so, weil genau das diesen Beruf so vielfältig und spaßig macht.

Annabel Gruber

Ich möchte gerne langfristig als Redakteurin arbeiten und erfolgreich sein. In Zukunft freue ich mich darauf, auch weiterhin interessante und vielseitige Artikel schreiben zu dürfen. Und vielleicht darf ich mich auch eines Tages über einen Preis oder eine Auszeichnung freuen.

Matthias Keck

Wer mich fragt, was die Lösung der Medienkrise ist, bekommt von mir die Antwort: welche Krise? Nie hatten wir Journalisten so einfachen Zugang zu Gesprächspartner:innen fast überall auf der Welt wie im Social-Media-Zeitalter, nie waren Informationen so leicht zugänglich wie heute. Das gibt uns Medienmacher:innen unerschöpfliche Möglichkeiten, lasst sie uns nutzen!

Hans Reimann

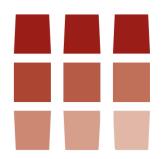
Ich bin fest davon überzeugt, dass lokale
Berichterstattung an Bedeutung gewinnt,
gerade wenn es um die Themen vor der Haustür
der Leser:innen geht, um Lebenswege und
Schicksale, Vereine und Ehrenamt. Dabei wird
es für uns Journalist:innen immer wichtiger, in
den sozialen Netzwerken den direkten Kontakt
mit den Leser:innen zu suchen, um das eigene
Produkt besser auszurichten und neue, spannende
Geschichten zu finden.

Alexandra Wissinger

Da mir die organisatorische Arbeit am Newsdesk, auch das Redigieren und Seitenbauen, sehr gefällt, möchte ich gerne weiter dabei bleiben. Ab und zu schreibe ich auch gern, aber zukünftig sehe ich meinen Platz eher am Desk. Ob ich für immer im Lokalen bleiben werde, weiß ich nicht. Erstmal möchte ich mein Volontariat beenden, und was danach kommt, lasse ich offen.







Der Blick in die Augen des Anderen

»Präsenz ist durch nichts zu ersetzen« ist eine wichtige Erkenntnis aus der Jahrestagung des »Forums deutscher Presseclubs« vom 27. bis 29. Mai 2022 in Nürnberg

Von Ludwig Faust

s war in Berlin im Jahr 2004, wo sich erstmals die deutschen Presseclubs zu einem Netzwerk zusammengeschlossen haben. Unter dem Namen »Forum Deutscher Presseclubs« vereinigten sich damals bundesweit 16 Clubs mit insgesamt über 3000 Mitgliedern.

Ziel ist, in den Clubs die Grundsätze des Journalismus zu pflegen, den Erfahrungsaustausch zu intensivieren sowie Kontakte unter den Mitgliedern zu knüpfen und zu vertiefen. Im Mai diesen Jahres war es wieder soweit: 30 Repräsentant:innen von 15 deutschen Presseclubs waren nach Nürnberg gereist, um sich auszutauschen, sich informieren zu lassen und auch jenseits der Tagungsrunden Spaß zu haben.

Die Freude unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern war nach zwei pandemiebedingten Ausfäl-

len groß. »Es ist wichtig, dass wir wieder mehr Kontakt untereinander halten und unsere Erfahrungen austauschen können«, bemerkte Dr. Siegfried Zelnhefer, Vorsitzender des Nürnberger Presseclubs, bei der Begrüßung. Corona hat den direkten Austausch in den Clubs und damit ein grundlegendes Element verhindert. Fast alle Clubs haben sich zwar mit Gesprächen via Live-Streams beholfen. Aber »das Treffen hat gezeigt, dass unsere Clubs genau davon leben. Zwar kann man vieles digital über- und vermitteln, das persönliche Gespräch und der Blick in die Augen des anderen sind jedoch durch nichts zu ersetzen«, hat der Vorsitzende des Forums Dieter Barth trefflich formuliert.

Die Vertreterinnen und Vertreter der einzelnen Clubs haben sich deshalb viel Zeit genommen, aus ihrem Alltag zu berichten. Das Problem, junge Men-

Der Schöne Brunnen und die Frauenkirche am Hauptmarkt von Nürnberg sind eine angemessene Kulisse für ein Erinnerungsfoto.





Der PresseClub Nürnberg war heuer Gastgeber für die Tagung des Forums Deutscher Presseclubs.

BILD: JÖRG DORN

schen für die Clubs zu gewinnen, zieht sich seit Gründung des Forums 2004 regelmäßig durch alle Treffen. Existenzielle Nöte sind durch die Pandemie dazugekommen, die Schatzmeister schlagen Alarm, selbst die großen Clubs stöhnen mittlerweile vernehmlich.

Ein Schwerpunkt der Tagung waren die Vorträge. Steuerberater Gerhard Gammel legte mit einem Parforceritt durch den Paragrafen- und Verordnungsdschungel dar, was Gemeinnützigkeit für Clubs und deren Führung bedeutet.

Der Chefredakteur der Nürnberger Zeitung, Stephan Sohr, berichtete am Beispiel der Nürnberger Nachrichten/Nürnberger Zeitung über »Veränderungen und Zukunft in den Verlagen«. »Mit der klassischen Zeitung, ob gedruckt oder als digitales E-Papier, ist der Aktualisierungswettbewerb im Zeitalter der Internetmedien nicht zu gewinnen«, ist seine Erkenntnis. In der Folge referierte Kerstin Dornbach, stv. Leiterin Studio Franken/Bayerischer Rundfunk und Vorstandsmitglied des PCN, über den »Transformationsprozess beim Bayerischen Rundfunk«.

Neue Wege in puncto Presse gehen in Nürnberg die »Relevanzreporter«. Weil sie den klassischen Lokaljournalismus auf einem absteigenden Ast sehen und die Verleger häufiger denn je Lokalredaktionen »Mit der klassischen Zeitung, ob gedruckt oder als digitales E-Papier, ist der Aktualisierungswettbewerb im Zeitalter der Internetmedien nicht zu gewinnen.«

— Stephan Sohr

personell ausdünnen oder gar komplett schließen, so Relevanzreporter Thomas Geiger in seinem Vortrag, habe man ein neues Format entwickelt und umgesetzt.

Den Bericht von der Tagung können alle Interessierten unter **presseclub-regensburg.de** nachlesen.

Die Mitglieder im

Forum Deutscher PresseClubs

Presseclub Augsburg e. V.

presseclub-augsburg.de

Berliner Presse Club

berliner-presse-club.de

PresseClub Baden-Baden e. V.

presseclub-baden-baden.de

Bonner Medien-Club

bonner-medienclub.de

Bremer Presse-Club e. V.

bremerpresseclub.de

Presseklub Bremerhaven

Unterweser e. V. presseklub-bremerhaven.de

Presseclub Darmstadt

presseclub-da.de

.....

Presseclub Dresdenpresseclub-dresden.de

Frankfurter PresseClub e. V.

frankfurterpresseclub.de

Presseclub Ingolstadt

presseclub-ingolstadt.de

PresseClub Karlsruhe e. V.

presseclub-karlsruhe.com

Presseclub Kassel e. V.

presseclub-kassel.de

Kölner Presseclub e. V.

koelner-presseclub.de

Presseclub Magdeburg e. V.

presseclub-magdeburg.de

Presseclub Mainz e. V.

presseclub-mainz.de

Märkischer Presse- und Wirtschaftsclub e. V. (Berlin)

mpwberlin.de

Mitteldeutscher Presseclub zu Leipzig e. V.

mitteldeutscher-presseclub.de

PresseClub München e. V.

presseclub-muenchen.de

Presseclub Nürnberg e. V.

presseclubnuernberg.de

Presseclub Ingolstadt

presseclub-ingolstadt.de

PresseClub Regensburg e. V.

presseclub-regensburg.de

Presseclub Saar e. V.

presseclub-saar.de

Presse&MedienClub Südbaden e. V.

presse-und-medienclub-suedbaden.de

Presseclub Wiesbaden

pcwiesbaden.de



200 Jahre Sparkasse Regensburg

Das Konto, das mehr kann. Unser Sparkassen-Girokonto.

Mobile Banking mit der ausgezeichneten Sparkassen-App |
Kontowecker: Bescheid wissen, wenn sich etwas auf dem Konto bewegt |
Finanzplaner und Vertragscheck schaffen Übersicht | Multibanking: Alle
Konten im Griff haben | An über 23.000 Sparkassen-Geldautomaten
kostenfrei Bargeld abheben

Weil's um mehr als Geld geht.







Präsenz bleibt im Fokus

Die anwesenden Mitglieder verfolgten den Bericht des Vorsitzenden Manfred Sauerer mit großer Aufmerksamkeit.

BILD: LUDWIG FAUST

Jahreshauptversammlung mit positiven Aussichten für die Zukunft

ie letzten Jahre waren ungewöhnlich und schwierig. Corona bestimmte unser soziales, ja fast gesamtes Leben. Keine Präsenzveranstaltungen und damit weder direkte Kontakte noch unmittelbare persönliche Ansprachen. »Trotzdem ist der PresseClub Regensburg gut über die Runden gekommen«, zieht Vorsitzender Manfred Sauerer bei der Jahreshauptversammlung am 12. Mai 2022 eine recht positive Bilanz.

2021 mussten die meisten Veranstaltungen online abgewickelt werden. Sehr erfreulich war, dass sich viele interessante Persönlichkeiten auf das »Streamen« eingelassen und sich via Bildschirm den Fragen gestellt haben. Im Rückblick ab Seite 44 haben wir die Veranstaltungen zusammengefasst. »Web-Meetings können einen persönlichen Austausch nicht ersetzen, von einem Club-Leben bei allem Bemühen, wenigstens am Laptop interessante Personen und ihre Themen näher kennenzulernen, kann keine Rede sein«, bedauerte der Vorsitzende bereits bei der Versammlung am 24. Juni 2021. Es sollte noch bis zum Frühjahr 2022 dauern, bis so etwas wie Normalität wiederkehrte.

Wie auch immer die nächsten Monate aussehen, »wir planen jetzt einmal pro Woche eine Veranstaltung, wobei auch der Unterhaltungscharakter stärker berücksichtigt wird, um den gegenseitigen Austausch zu fördern«. Termine außerhalb der Clubräume und Reisen werden dazu einen großen Anteil leisten. Und interessante Gäste werden ein Übriges tun, um »viele Mitglieder in die Ludwigstraße 6 zu locken«, ist der Wunsch von Manfred Sauerer.

Corona hat der Club finanziell mit einem blauen Auge überstanden, »da wir außer der Miete und Nebenkosten keine weiteren Ausgaben hatten, sind wir mit Rücklagen und der staatlichen Hilfe über die Runden gekommen«, so Schatzmeister Stefan Mirbeth.

Der Vorstand

Vorsitzender

Manfred Sauerer

Stelly. Vorsitzende

Ludwig Faust, Christine Schröpf, Harry Landauer

Schatzmeister

Stefan Mirbeth

Schriftführerin

Angelika Schüdel

Vorstandsmitglieder

Gerhard Schiechel, Hanna Gibbs, Anja Stubba

Justitiar

Rolf Bau



Manfred Sauerer



Harry Landauer



Christine Schröpf



Ludwig Faust



Stefan Mirbeth



Angelika Schüdel



Hanna Gibbs



Gerhard Schiechel



Anja Stubba



Uli Böken verabschiedet

Viele Jahre hat Uli Böken als Schriftführer die Geschicke des PresseClubs mitgestaltet. Mit der Neuwahl des Vorstandes hat er sein Amt niedergelegt. Vorsitzender Manfred Sauerer bedankte sich herzlich für sein Engagement. Uli Böken war über Jahrzehnte als Redakteur beim Bayerischen Rundfunk tätig und hat seine umfangreichen Kenntnisse im Club des Öfteren als Moderator eingebracht.

BILD: LUDWIG FAUST

Buckblick



Theaterwelt – Intendant Sebastian Ritschel.



Quo vadis CSU – Markus Söder.
BILD: ALTROFOTO UWE MOOSBURGER



Gelassener Energieexperte – Dr.-Ing. Egon Westphal, der Chef des Bayernwerks. FOTO: HANNA GIBBS

Von Ludwig Faust

Kunst-Einblicke

27. OKTOBER 2022 Sebastian Ritschel, seit wenigen Monaten Intendant des Stadttheaters Regensburg, mit aufschlussreichen Einblicken in die Welt der Kunst.

Im Kreuzfeuer

9. SEPTEMBER 2022 Ein Blitz-Besuch von Ministerpräsident Markus Söder in turbulenten Zeiten mit einer Energiekrise, einer wiederaufkeimenden Coronapandemie und bevorstehenden Landtagswahlen.

Cyberangriffe

15. SEPTEMBER 2022 Dr.-Ing. Egon Westphal, Chef des Bayernwerks, hat weniger Sorge um ausreichend Energie, sondern sieht mehr die Infrastruktur durch Cyberangriffe gefährdet.

Sinnloser Ukrainekrieg

28. JULI 2022 Brigadegeneral a. D. **Armin Staigis** hält es für möglich, dass der sinnlose Krieg militärisch gelöst werden kann.

Sport und Kultur

7. JULI 2022 Christian Sommerer, Geschäftsführer der Eisbären Regensburg, ist als neuer Intendant des Regensburger Jazz-Weekends die Klammer zwischen Sport und Kultur.

Außenpolitische Expertise

9. JUNI 2022 Manfred Weber, Fraktionschef und Vorsitzender der Europäischen Volkspartei (EVP), bekennt sich zu deutlichen Sanktionen gegen Russland.

Erinnerungskultur

28. APRIL 2022 Bernhard Löffler vom Lehrstuhl für bayerische Geschichte der Uni, und Jörg Skriebeleit, Leiter der KZ-Gedenkstätte Flossenbürg, erforschen im internationalen Vergleich, wie Zivilisationsbrüche in unserem Gedächtnis haften bleiben.

Eigene Themen im Hintergrund

7. APRIL 2022 Landrätin Tanja Schweiger muss sich viel mit den Ausprägungen der Coronapandemie oder des Ukrainekriegs beschäftigen, während landkreisspezifische Themen, die viel Positives beinhalten, etwas in den Hintergrund rücken.



Will Europa einen – Europaabgeordneter Manfred Weber.

BILD: ALTROFOTO UWE MOOSBURGER



Routinierter Umgang mit Medien – Landrätin Tanja Schweiger.

BILD: LUDWIG FAUST



Die Katholische Jugendfürsorge der Diözese Regensburg e. V. ist Träger von über 70 Einrichtungen, Diensten und Beratungsstellen der Kinder- und Jugendhilfe, beruflichen Rehabilitation und für die Teilhabe von Menschen mit Behinderung.

An Standorten in Niederbayern und der Oberpfalz bieten wir Fachkräften der Sozialen Arbeit ausgezeichnete berufliche Perspektiven.



Alle offenen Stellen unter: www.kjf-regensburg.de/karriere

Telefon: 09 41 7 98 87-1 61 E-Mail: jobs@kjf-regensburg.de Das ist bei uns selbstverständlich: Fort- und Weiterbildung, Supervision, Exerzitien, ein Gehalt, das stimmt (Tarif AVR Caritas), zusätzliche Altersversorgung, Gesundheitsförderung u.v.m.

Wir denken und handeln inklusiv – grundsätzlich kommen alle Stellenangebote für Menschen mit und ohne Behinderung sowie jeglichen Geschlechts in Betracht. Bewerber*innen unterschiedlicher Religionszugehörigkeiten sind uns willkommen.



Katholische Jugendfürsorge der Diözese Regensburg e.V.



Zuversichtlich – Oberbürgermeisterin Gertrud Maltz-Schwarzfischer.



Kurs halten – BR-Intendantin Katja Wildermuth.
BILD: CORINNA BALLWEG

Atommüll fest im Griff – Ex-Ministerpräsident Dr. Günther Beckstein (18.11.21)

BILD: ALTROFOTO UWE





Aufwind – Jahnpräsident Hans Rothammer, Trainer Mersad Selimbegović und Manager Christian Keller (von rechts).

BILD: ALTROFOTO UWE MOOSBURGER

Stadt auf Kurs halten

17. MÄRZ 2022 Viele große Themen, vom leidigen Verkehr über die Belebung der Altstadt bis zum Wohnungsbau – Oberbürgermeisterin Gertrud Maltz-Schwarzfischer hat alle Hände voll zu tun, um ihre immer noch hochbewertete Stadt auf Kurs zu halten.

Kurs halten

10. MÄRZ 2022 Katja Wildermuth, Intendantin des Bayerischen Rundfunks, muss als neue Chefin die öffentlich-rechtliche Anstalt auf Kurs halten – inhaltlich, finanziell und personell.

Soziales Engagement

16. DEZEMBER 2021 Marcus Mittermeier ist einer der aktuell profiliertesten und beliebtesten deutschen Schauspieler und in sozialen Einrichtungen stark engagiert.

Wohin mit unserem Atommüll?

18. NOVEMBER 2021 Dr. Günther Beckstein, ehemaliger bayerischer Ministerpräsident, gehört dem unabhängigen Gremium an, das nach dem sichersten Ort für den Atommüll sucht. Keine leichte Aufgabe.

Arbeitsüberlastung

14. OKTOBER 2021 Peter Küspert, Ex-Präsident des Oberlandesgerichts München und des Bayerischen Verfassungsgerichtshofes, hat sich unter anderem zur richterlichen Arbeitsüberlastung in Bayern geäußert.

Hinter den Kulissen des SSV

6. OKTOBER 2021 Vorstandsvorsitzender Hans Rothammer, Cheftrainer Mersad Selimbegović und der Geschäftsführer Profifußball Christian Keller haben über den Masterplan des Vereins, die Projekte und den angestrebten sportlichen Erfolg berichtet.



Erinnerungskultur – Bernhard Löffler und Jörg Skriebeleit.



Klare Kante - Brigadegeneral a. D. Armin Staigis. BILD: LUDWIG FAUST



Relaxed - Peter Küspert, Ex-Präsident des Oberlandesgerichts München.

FOTO: HANNA GIBBS



Auf Corona-Distanz - die Grünen Jürgen Mistol und Katharina Schulze.

Alles neu bei den Domspatzen

23. SEPTEMBER 2021 Generalsanierung rund um Chor, Gymnasium und Internat, neuer Domkapellmeister Christian Heiß, neue Studiendirektorin Christine Lohse und erstmals in der 1000-jährigen Geschichte - neue Schülerinnen.

Wahlprognosen

ONLINE

13. SEPTEMBER 2021 WDR-Programmdirektor Jörg Schönenborn wagt als der wohl profilierteste Wahlexperte Deutschlands eine Prognose zu einer Bundestagswahl, bei der die amtierende Bundeskanzlerin Angela Merkel nach 16 Jahren nicht mehr zur Verfügung steht.

Reformierbar?

ONLINE

22. JULI 2021 Stadtdekan Roman Gerl, Pfarrer von St. Emmeram und Niedermünster, äußert sich zur mangelhaften Aufklärung von Missbrauchsfällen in den Bistümern und zu den dauerhaft hohen Austrittszahlen.

Langzeitfolgen

8. JULI 2021 Prof. Berthold Langguth, Chefarzt des Zentrums für Allgemeinpsychiatrie an der Universität Regensburg, beschäftigt sich mit Langzeitauswirkungen von Covid.

Was bleibt nach Corona? ONLINE

17. JUNI 2021 Marion Santl, Referatsleiterin Suchthilfe beim Caritas-Verband Regensburg, stellt fest, dass seit Corona die Themen Sucht, Drogen, Abhängigkeit in der Presse präsenter sind und die Folgen noch deutlicher spürbar werden.

SPD-Doppelspitze

ONLINE

10. JUNI 2021 Der Münchner Landtagsabgeordnete Florian von Brunn und die Regensburger Gewerkschafterin Ronja Endres sind angetreten, um ihrer Partei zur neuen Stärke zu verhelfen.



Überfall im ICE

AUS MITTEL BAYERISCHE ZEITUNG

6. NOVEMBER 2021 Auf der Reise nach Nürnberg zum Besuch des Zukunftsmuseums wurden Mitglieder des PresseClubs unfreiwillig Beteiligte an einem möglicherweise terroristischen Gewaltakt. Kurz vor Parsberg stach ein Mann wahllos auf Mitreisende ein und verletzte sie schwer. Unsere Mitglieder blieben unverletzt, der Prozess gegen den Gewalttäter begann im Oktober 2022.

Impressum

Herausgeber: PresseClub Regensburg e. V., Ludwigstraße 6, 93047 Regensburg

Verantwortlich: Manfred Sauerer, 1. Vorsitzender Redaktion: Ludwig Faust Titelbild: Tino Lex

Grafik: Andreas Faust, Dipl.-Designer (FH) Produktion: faust I omonsky KG kommunikation Ohmstraße 1, 93055 Regensburg

Wir bedanken uns ganz herzlich bei den Autor:innen und unseren Mitgliedern, die durch ihre Anzeigen nicht nur ihre Wertschätzung gegenüber dem PresseClub Regensburg zeigen, sondern auch finanziell unser Magazin unterstützt haben.

Urlaub dahoam — wo sonst?

20. MAI 2021 Geschäftsführer des Ostbayerischen Tourismusverbandes, Dr. Michael Braun, weiß, wo wir in unserer Region gepflegt Ferien machen können.

Erfolgsgeschichte

ONLINE

15. APRIL 2021 Franz Löffler, Bezirkstagspräsident für die Oberpfalz und Landrat von Cham, hat die Arbeitslosigkeit gesenkt, Produktionsstätten in den Bayerischen Wald gelockt und die Verkehrsinfrastruktur und Digitalisierung vorangetrieben. Die hohen Inzidenzwerte zu Beginn der Corona-Pandemie haben auch ihn überrascht.

Rettungsschirm

ONLINE

17. MÄRZ 2021 Den bayerischen Finanzminister Albert Füracker zwingt die Pandemie zu Rettungsschirmen und anderen Sonderausgaben.

Im Corona-Takt

ONLINE

3. MÄRZ 2021 Bayerns Gesundheitsminister Klaus Holetschek muss sich von der ersten Sekunde seiner Amtszeit an mit der Corona-Pandemie arrangieren.

Kultur im Lockdown

ONLINE

10.DEZEMBER 2020 Alex Bolland - Kultur- und Konzertveranstalter, Undine Schneider - Filmund Theater-Schauspielerin und ehemalige Turm-Theater-Macherin, sowie Steffi Denk, Sängerin und Schauspielerin, haben seit Corona existenzielle Sorgen, verraten sie online Moderator Harry Landauer.

BILD: AUS MITTELBAYERISCHE ZEITUNG VOM 10.12.20



Die Zukunft wird rechtzeitig fertig.

Wir sind pünktlich wie die Maurer. Und Mechatroniker. Und Zahntechniker. Und alle anderen der über 130 Handwerksberufe. Schließlich wollen wir die Zukunft genauso wenig warten lassen wie unsere Kunden. So entwickeln, bauen, installieren und arbeiten wir schon heute an morgen. Das Handwerk geht eben mit der Zeit. Und ihr manchmal sogar voraus.









Wer soll das bezahlen? – Bayerns Finanzminister Albert Füracker.

FOTO: ALTROFOTO UWE MOOSBURGER



Engagiert -Ex-Gesundheitsministerin Melanie Huml.

FOTO: ALTROFOTO UWE MOOSBURGER

Krisenbewältigung

ONLINE

18. FEBRUAR 2021 Dr. Jürgen Helmes, Hauptgeschäftsführer der IHK Oberpfalz/Kelheim, kämpft für Betriebe, die seit Monaten geschlossen haben, die Kurzarbeit angemeldet haben oder sich über Zuschüsse am Leben halten.

Entscheidung in Regensburg?

ONLINE

28. JANUAR 2021 Die Zusammenschaltung der Teilnehmer:innen aus verschiedenen Kontinenten waren ein Novum: Der US-Bürger Geoffrey Bonosevich, beschäftigt bei Vitesco Technologies/ Continental/Siemens VDO, Mike Dowling, geboren in New York und Inhaber des Lehrstuhls für Innovations- und Technologiemanagement an der Universität Regensburg, sowie Vera Pardee, geboren in Hessen, Rechtsanwältin beim Sierra Club, Amerikas größter Umweltschutzorganisation, haben sich für den US-Präsidenten Joe Biden engagiert und dafür gesorgt, dass keine Stimme verloren ging.

Ein PresseClub-Mitglied mit Leib und Seele

Gründungs- und Ehrenmitglied Monsignore Richard Völkl zu Grabe getragen



omvikar Monsignore Richard Völkl war 1978 Gründungsmitglied des Presse-Clubs, viele Jahrzehnte im Vorstand und Ehrenrat aktiv und bei den meisten Veranstaltungen im Club persönlich dabei. Vor allem aber war er eine moralische Instanz. Wenn jugendliche Herzen im Überschwang nach Veränderungen drängten, Themen zu entgleiten drohten oder Diskutanten den nötigen Respekt voreinander missen ließen, erhob er leise mahnend die Stimme, um die Dinge wieder ins Lot zu bringen. Als Leiter

der bischöflichen Pressestelle waren seine wöchentlichen Redaktionsbesuche legendär, fast immer hatte er Neuigkeiten im Gepäck und war selbst auf der Suche nach »jüngsten Gerüchten«. So blieb er stets auf der Höhe der Zeit, selbst im hohen Alter. Wenn es möglich war, hat er bis zuletzt die Veranstaltungen besucht. Corona hat die Treffen rarer werden lassen. So ist uns entgangen, dass Monsignore Richard Völkl schwer erkrankt ist. Wir vermissen das Urgestein in der Regensburger Presselandschaft sehr und werden immer an ihn denken.



Auf Distanz – Dr. Stefan Gerhardinger in Coronazeiten beim Vortrag über die Arbeitswelt der Zukunft. FOTO: ALTROFOTO UWE MOOSBURGER



Hat zu allem eine Meinung – Freie-Wähler-Chef Hubert Aiwanger.

FOTO: LUDWIG FAUST



Freund der Musen – Wolfgang Dersch kurz nach seiner Ernennung zum Kulturreferenten.

FOTO: LUDWIG FAUST

Verbrechensbekämpfung

ONLINE

3. DEZEMBER 2020 Norbert Zink, Polizeipräsident in der Oberpfalz, muss sich mit Gewalt gegen Einsatzkräfte auseinandersetzen und sich gleichzeitig um Bürgernähe und eine erfolgversprechende Verbrechensbekämpfung in unserer Region bemühen.

Grenzenlos belastbar

29.0KTOBER 2020 Der Psychologe und Psychotherapeut Dr. Stefan Gerhardinger ist Leiter des Bereichs betriebliches Gesundheitsmanagement beim Caritasverband Regensburg und macht sich Sorgen über die Arbeitswelt von morgen. Sie fordert von den Menschen, unverwüstlich, dauerkreativ und grenzenlos belastbar zu sein.

Bayerns Kampf gegen Corona

21. JULI 2020 Melanie Huml, damals bayerische Gesundheitsministerin, war optimistisch: »Wir sind auf einem guten Weg, das Coronavirus langfristig in den Griff zu bekommen.«

Grüner Weg

16. JULI 2020 Grünen-Landtagsfraktionschefin **Katharina Schulze** und der Regensburger Grünen-Landtagsabgeordnete **Jürgen Mistol** glauben, auf einem guten Weg zu sein, was ihre landespolitischen Themen betrifft.

Viel-Fronten-Kampf

02. MÄRZ 2020 Der stellvertretende bayerische Ministerpräsident, Freie-Wähler-Chef und Wirtschaftsminister **Hubert Aiwanger** kämpft an vielen Fronten, von Stromtrassen bis zu Poldern, von Brexit bis zu Corona-Folgen.

Kulturfelder beackern

05. MÄRZ 2020 Wolfgang Dersch, der Musiker und ehemalige Kulturdezernent von Amberg, gilt als Freund der freien kreativen Szene und will in Regensburg viele Baustellen bearbeiten.



Tolle Location mitten in der Altstadt

Mit einer Reihenbestuhlung finden bis zu 70 Gäste Platz im Vortragsraum.

BILD: ALTROFOTO

Von Beginn an hat der Presse-Club Regensburg mitten in der historischen Altstadt eigene Räume angemietet – für Club-Veranstaltungen, aber auch für persönliche oder geschäftliche Events von Mitgliedern und Freunden.

ressekonferenzen, Tagungen, Vorträge oder Vorführungen sind Anlässe, für die unsere Räumlichkeiten bestens gerüstet sind. Oft suchen Vereine, Firmen oder andere Organisationen nach geeigneten Locations, um sie regelmäßig oder nur zu bestimmten Anlässen zu nutzen. Auch private Feiern wie Jubiläen oder Geburtstage lassen sich problemlos organisieren. Ein schneller Internetanschluss, moderne Veranstaltungstechnik und Flexibilität bei der Bestuhlung lassen eine multifunktionale Nutzung zu. Rund 70 Gäste haben bei Reihenbestuhlung Platz. Festlich gedeckt und geschmückt, können bis zu 45 Personen eingeladen werden, für Tagungen und Pressekonfe-

renzen ist eine parlamentarische Anordnung des Mobiliars möglich.

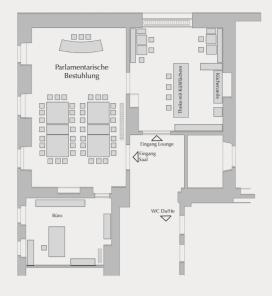
Die gemütliche Lounge mit Bar, Kühlschränken, Küche und Geschirr befindet sich gleich neben dem Vortragsraum und stellt eine problemlose Versorgung mit Essen und Getränken sicher. Alle Räume sind für Menschen mit Behinderung über einen Aufzug zu erreichen.

Auf Wunsch steht unser Serviceteam bereit, um die Räume nach Wunsch vorzubereiten, Essen und Getränke zu reichen oder auch ein externes Catering zu organisieren.

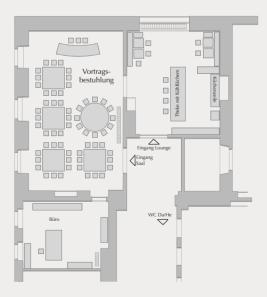
Verkehrsinfrastruktur optimal

Unsere Clubräume liegen im Herzen der historischen Altstadt von Regensburg im Haus des Kunstund Gewerbevereins in der Ludwigstraße 6. In unmittelbarer Nähe können die Gäste und Besucher des PresseClubs in den Tiefgaragen am Theater (Bismarckplatz) und am Arnulfsplatz gegen Entgelt parken. Dort sind auch die Haltestellen für die öffentlichen Verkehrsmittel und Taxis.

Wenn Sie mehr wissen wollen, senden Sie eine Nachricht an **info@presseclub-regensburg.de**







Die Möblierung erfolgt auf Wunsch – parlamentarisch, in Reihe oder für Vorträge und festliche Einladungen.

GRAFIKEN: LUDWIG FAUST



Natalie Kokartis leitet den Service im Club

Natalie Kokartis arbeitet hauptberuflich als Medizinische Fachangestellte bei den Barmherzigen Brüdern in Regensburg. Sie ist aber seit 19 Jahren in der Gastronomie aushilfsweise beschäftigt und hat einige Erfahrung vorzuweisen.

Ihr stehen Tobias Pavlicek und Christian Beyreuther zur Seite. Christian ist begeisterter Tangotänzer und mietet den Club regelmäßig für Tango-Veranstaltungen.





Unser Serviceteam

– Tobias Pavlicek,
Natalie Kokartis
(Leitung) und
Christian Beyreuther.

BILDER: TINO LEX, LUDWIG







Aktuelles erfahren und Kontakte knüpfen

Entspannte Unterhaltung mit Oberbürgermeisterin Gertrud Maltz-Schwarzfischer in der Lounge und spannende Gespräche mit Ministerpräsident Markus Söder sind zwei von vielen Optionen im Club.

BILDER: LUDWIG FAUST, ALTROFOTO UWE MOOSBURGERER

Sich in die Augen schauen und miteinander reden ist durch nichts zu ersetzen.

ie Tage der Pandemie haben es schonungslos gezeigt: Soziale Kontakte sind wichtig, wenn sie tatsächlich auf persönlicher Ebene stattfinden, also weit jenseits der Social-Media-Kanäle. Präsenz ist das Stichwort – sich in die Augen schauen und miteinander reden ist durch nichts zu ersetzen.

Das ganze Jahr lädt der Club zu exklusiven Abenden mit interessanten Gesprächspartner:innen aus den Bereichen Politik, Gesellschaft, Wirtschaft oder Kultur ein. Aktuelle Themen, Hintergründe und Fakten werden quasi frei Haus geliefert. Dabei ergeben sich Gelegenheiten, mit Meinungsführer:innen direkt in Kontakt zu treten, mit denen man sonst kaum Berührungspunkte hat. »Netzwerken« ist am leichtesten durch Präsenz und hat mit Kungelei oder Kumpanei wenig gemeinsam.

Ein Jour fixe in der angenehmen Atmosphäre unserer Clubräume bietet den Mitgliedern und Gästen eine weitere Plattform, ins Gespräch zu kommen, sich kennenzulernen und sich untereinander zu vernetzen. Auf den PresseClub-Reisen, oft im Verbund mit anderen Clubs, öffnen sich Türen zu interessanten Menschen oder wichtigen Einrichtungen und Ereignissen.

Dabeisein ist einfach

Eine Mitgliedschaft im Regensburger Presseclub hat eine Menge Vorteile und ist einfach abzuschließen: Ein Online-Formular unter

presseclub-regensburg.de/mitgliedschaft ausfüllen und absenden.

Aufnahmebedingungen

Ordentliches Mitglied kann laut Satzung werden,

- wer hauptberuflich als Journalist:in eine T\u00e4tigkeit aus\u00fcbt oder ausge\u00fcbt hat
- wer seinen Lebensunterhalt überwiegend aus journalistischer T\u00e4tigkeit bestreitet
- wer hauptberuflich für Pressestellen von Behörden, Organisationen, Unternehmen, Verbänden u. a. tätig ist oder war.

Förderndes Mitglied kann werden,

- wer Verbindung zu den Medien und ihren Vertreterinnen und Vertretern sucht sowie
- → Interesse an den Veranstaltungen im Club hat.







hohe Lebensqualität

f 0 y 0

- zukunftsfähige Arbeitsplätze
- ausgezeichnete Infrastruktur
- vielfältige Freizeitmöglichkeiten
- attraktives Baulandangebot





Steffi Birnthaler entdeckt ostbayerische Wirtshäuser und ihre kreativen Wirte. **Jeden Samstag** um 18:30 Uhr







Steffi Bauer geht Gassi und plaudert mit interessanten Frauchen oder Herrchen. Jeden 4. Donnerstag um 18:30 Uhr



Valerie Fischer präsentiert Highlights aus Kunst, Kultur und Gesellschaft. Jeden Dienstag um 18:45 Uhr



Säm Wagner stellt die bunte Welt der Oberpfälzer Popkultur vor. Jeden 2. Donnerstag um 18:30 Uhr



Wir informieren Sie täglich authentisch und echt:

TVA Journal

Das Nachrichtenmagazin für Regensburg, Kelheim und Cham.

Täglich um 18 Uhr





Martin Lindner













