

Dieter Golombek
Erwin Lutz

Wächteramt & Alltagsleben

Die Konzepte der besten
Lokalzeitungen Deutschlands

Themen und Ideen aus 25 Jahren Lokaljournalistenpreis
der Konrad-Adenauer-Stiftung

alt Heimat Hintergrund
haltung Verbraucher Verein
kratie Dritte Welt Ehrenam
Katastrophen Kontinuität
eramt Wahlen Wirtschaft
a Forum Foto Freizeit Ge
alität Lebenshilfe Rech
nschaft Wohnen Alltag A
ichte Gesundheit Haush
erche Schule Tests Umw
Anwalt Ausländer Büro
halt Heimat Hintergrund J
haltung Verbraucher Verein
okratie Dritte Welt Ehrenam
Katastrophen Kontinuität
teramt Wahlen Wirtschaft
pa Forum Foto Freizeit C
inalität Lebenshilfe Rech
enschaft Wohnen Alltag
chichte Gesundheit Haus
erche Schule Tests Umw
g Anwalt Ausländer Büro
shalt Heimat Hintergrund
erhaltung Verbraucher Ver
nokratie Dritte Welt Ehren
iz Katastrophen Kontinuit
chteramt Wahlen Wirtschaft
opa Forum Foto Freizeit
riminalität Lebenshilfe Rech
ssenschaft Wohnen Alltag
schichte Gesundheit Ha
cherche Schule Tests Um
tag Anwalt Ausländer Bü
ushalt Heimat Hintergrun
terhaltung Verbraucher V
emokratie Dritte Welt Ehre
stiz Katastrophen Kontinu
ächteramt Wahlen Wirtsch
ropa Forum Foto Freizeit
riminalität Lebenshilfe Rech
fissenschaft Wohnen Allta
eschichte Gesundheit H
echerche Schule Tests U
lltag Anwalt Ausländer B
haushalt Heimat Hintergru
Interhaltung Verbraucher
Demokratie Dritte Welt Eh
ustiz Katastrophen Kontir
Wächteramt Wahlen Wirts
Europa Forum Foto Freize
Kriminalität Lebenshilfe R
t a Wohnen All

Bonn 2005

Lizenzausgabe für die
Bundeszentrale für politische Bildung

© Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
Dieter Golombek/Erwin Lutz

VERLAG:

Medienfachverlag Oberauer GmbH
Fliederweg 4
A-5301 Salzburg-Eugendorf

HERAUSGEBER UND REDAKTION:

Dieter Golombek/Erwin Lutz

GESTALTUNG UND PRODUKTION:

Birgit Dralle-Bürgel, Hannover

UMSCHLAGGESTALTUNG:

Michael Rechl, Kassel

UMSCHLAGFOTO:

Rudolf Flentje/Braunschweiger Zeitung

DRUCK:

Firmengruppe Appl – aprinta Druck, Wemding

ISBN 3-89331-608-6

Dieser Preis provoziert journalistische Qualität

Von BERNHARD VOGEL

Ein Vierteljahrhundert Deutscher Lokaljournalistenpreis: Das sind insgesamt 7321 Einsendungen, 24 Dokumentationen mit 4954 Seiten und dieser Band mit seinen 456 Seiten. 197 Preisträger und 694 fast preisgekrönte Einsendungen fanden Eingang in den jährlich erscheinenden Dokumentationen. Das ist eine Menge, und es ist eine Menge Qualität.

Die preisgekrönten und fast preisgekrönten Beiträge haben in diesen 25 Jahren ins öffentliche Bewusstsein gehoben, dass die „Bedeutung des Lokaljournalismus für unser demokratisches Gemeinwesen gar nicht hoch genug eingeschätzt werden“ könne. Bruno Heck, einer meiner Vorgänger als Vorsitzender der Konrad-Adenauer-Stiftung, hat diesen Satz 1982 formuliert. In seiner Amtszeit ist der Preis ins Leben gerufen worden, er war von diesem Projekt überzeugt und hat ihm die Unabhängigkeit verschafft, die ein solcher Preis braucht.

Ohne Kommunikation ist Demokratie nicht denkbar. Weil Kommunikation auf lokaler Ebene die Menschen am meisten berührt, kommt der Lokalberichterstattung eine hohe Verantwortung zu. Die Konrad-Adenauer-Stiftung hat mit ihrem Preisprojekt öffentlich gemacht, was sonst im Verborgenen der vielen Regionen und Städte der Republik geblieben wäre: Die Leistungen vieler Lokalredaktionen im Dienste ihrer Leser und des demokratischen Gemeinwesens sind vorbildlich.

Die Würdigung der Preisträger durch die Preisverleihung und die Dokumentationen eines jeden Preisjahrgangs haben viele Debatten in den Zeitungen angestoßen. Allen Lokalredaktionen hat die Konrad-Adenauer-

Stiftung Jahr für Jahr die Dokumentationen zugesandt. In den 1500 Lokalredaktionen war also bekannt, wo herausragender Lokaljournalismus praktiziert wurde, welche ungewöhnlichen Ideen andere Redaktionen verfolgten und in die Tat umsetzten, an wem man Maß nehmen konnte. Im guten Austausch mit dem Lokaljournalistenprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung hat der Preis es geschafft, so etwas wie ein gemeinsames Bewusstsein der vielen Lokalredaktionen herzustellen. Zumindest die Besten der Zunft wussten voneinander, sie regten sich an, sie tauschten sich aus, sie profitierten von den guten Ideen der anderen.

Der Preis hat Qualitätsmaßstäbe gesetzt und ist im Bewusstsein der deutschen Tageszeitungen verankert. Er hat Ehrgeiz geweckt, er war ein Grund mehr, gute Arbeit abzuliefern und es noch besser zu machen als die Preisträger des Vorjahres.

In den Dokumentationen finden sich ab dem ersten Jahrgang nicht nur die Preisträger wieder, auch eine Vielzahl fast preisgekrönter Einsendungen hat dort ihren festen Platz. Sie alle dokumentieren die Leistungsdichte im deutschen Lokaljournalismus und veranschaulichen, wie schwer sich die Jury mit ihren Entscheidungen tun musste. Den Mitgliedern der Jury habe ich an dieser Stelle ausdrücklich zu danken. Sie waren Garant dafür, dass die Richtigen ausgezeichnet wurden, dass nie auch nur der geringste Verdacht aufkam, die Juroren seien in ihrer Unabhängigkeit beeinträchtigt. Journalistische Qualität war und bleibt der einzige Bewertungsmaßstab.

Im Urteil der Fachwelt zählt der Lokaljournalistenpreis zu den „Oscars für die schreibende Zunft“. Raue/Schneider ordnen ihn in ihrem Handbuch ein als



Bernhard Vogel (72) ist Vorsitzender der Konrad-Adenauer-Stiftung, Ministerpräsident a. D.

Es verwundert mich nicht, wenn ich in den 39 Kapiteln dieses Buches viele alte Bekannte entdecke – Lokalredaktionen, Journalisten und Journalistinnen, die ich aus den Veranstaltungen der Bundeszentrale kenne. Von ihnen weiß ich, wie gut sie der Demokratie und der Solidargemeinschaft tun. Allen Redaktionen, die in diesem Band mit ausgezeichneten Leistungen vertreten sind,

bekunde ich meinen Respekt. Allen in der politischen Bildung Tätigen empfehle ich aufmerksame Blicke in dieses Buch. Es enthält viele Belegstücke dafür, dass es mehr Berührungspunkte zwischen politischer Bildung und Journalismus gibt, als wir es zu denken gewohnt sind. Man kann voneinander lernen. **Thomas Krüger**

- ▶ Alltag
- ▶ Alter
- ▶ Anwalt
- ▶ Ausländer
- ▶ Bürokratie
- ▶ Demokratie
- ▶ Dritte Welt
- ▶ **EHRENAMT**
- ▶ Europa
- ▶ Forum
- ▶ Foto
- ▶ Freizeit
- ▶ Geschichte
allgemein
- ▶ Geschichte
1945 und danach
- ▶ Geschichte
DDR
- ▶ Gesundheit
- ▶ Haushalt
- ▶ Heimat
- ▶ Hintergrund
- ▶ Jugend
- ▶ Justiz
- ▶ Katastrophen
- ▶ Kontinuität
- ▶ Kriminalität
- ▶ Lebenshilfe
- ▶ Marketing
- ▶ Menschen
- ▶ Recherche
- ▶ Schule
- ▶ Tests
- ▶ Umwelt
- ▶ Unterhaltung
- ▶ Verbraucher
- ▶ Vereine
- ▶ Wächteramt
- ▶ Wahlen
- ▶ Wirtschaft
- ▶ Wissenschaft
- ▶ Wohnen

Gemeinsam. Was für ein Zauberwort! Eine Zeitung hat damit auf einen Nenner gebracht, was sie und ihre Leser unter ehrenamtlichem Engagement verstehen. Gemeinsam haben sie eine ihnen bisher unbekannte Welt entdeckt: Menschen fangen bei sich an mit der Frage: Was kann ich tun? Und gemeinsam mit ihren Lesern ehrt eine andere Zeitung Menschen, die sich über die Maßen engagiert haben. Alle so genannten „Ehrenamtlichen“ überschreiten freiwillig Grenzen zu städtischen und staatlichen Aufgaben. Welche Grenzüberschreitung sinnvoll ist, darüber lässt's sich sicherlich streiten. Unstrittig ist: Ein Mehr an Bürgerengagement tut Not, Zeitungen können das Ihre dafür tun.

„Gemeinsam“ heißt das Zauberwort

Gemeinsam einig: Staat muss nicht alles richten

2. Preis 2002

BRAUNSCHWEIGER
ZEITUNG

Die Braunschweiger Zeitung macht Menschen Mut zu gesellschaftlichem Engagement. Sie ist überzeugt, dass „der Staat nicht alles richten muss“, sondern dass die Bürgerinnen und Bürger selbst ihr Gemeinwesen mitgestalten können und sollen. Der Lohn für die Initiative: der 2. Preis 2002.

DIE JURY

Zeitung will Gutes – und sie tut es

Zwischen den überkommenen Begriff „Ehrenamt“ und das neue starke Wort von der Bürgergesellschaft platziert die Redaktion den attraktiven Serientitel „Gemeinsam“. Die Zeitung will Gutes und sie tut es. Sie stellt sich in den Dienst der selbstbewussten Bürger, die nicht vom Staat alles erwarten, umso mehr von sich selbst und Ihresgleichen. Die Redakteure spüren vielfältigem Engagement nach und präsentieren Beispielhaftes. Das Projekt „Gemeinsam“ tut dem Gemeinwohl gut.

DAS PROJEKT

Freiwilliges Engagement eine Säule der Demokratie

„Die Sozial-Gesellschaft wird den Sozial-Staat beerben“: Aus dieser Überzeugung heraus ruft die Braunschweiger Zeitung zur Gemeinsamkeit auf und ermutigt dazu. In ihrer Serie „Gemeinsam“ stellt sie „die geballte Macht“ des Engagements für andere Menschen vor. Die Redaktion ergreift Partei. Sie ist davon überzeugt, dass angesichts der Krise öffentlicher Haushalte der Bürger mit ehrenamtlichem Engagement dafür sorgen muss, dass Vereine und soziale Organisationen, Kulturbüros und Verbrauchervereine, Schuldnerberatungen oder Jugendarbeit weiterhin tätig sein können.

„Ehrenamt“ will die Redaktion nicht im klassischen Sinn verstanden wissen. Ihre Unterstützung gilt vor allem den „Unbekannten, Stillen, die Nachbarschaftshilfe leisten, locker organisiert sind und keine Öffentlichkeitsarbeit machen“, sagt Chefredakteur Paul-Josef Raue. Er ist erstaunt, was für eine „reiche Kultur“ sich da auftut.

Das ehrenamtliche Engagement ist nach Ansicht der Redaktion ein Grundpfeiler der Demokratie. Bestätigt sehen sich die Journalisten durch die Enquete-Kommission des Bundestags (www.kulturrat.de/themen/be.htm). Sie kommt zum gleichen Ergebnis wie sie und gibt Empfehlungen, wie Verwaltungen dieses Engagement unterstützen können.

DIE ORGANISATION

Themenseite am Montag gibt das Wochenthema vor

Da der Redaktion an einem Überblick aller Formen des Gemeinwohls lag, musste für die Organisation eine besondere Form gefunden werden. Henning Noske, damals Redakteur in der Regionalredaktion, war für das Projekt verantwortlich, entwickelte zusammen mit den Mantelressorts und allen sieben Lokalredaktionen das Konzept und koordinierte. Ein halbes Jahr gab montags eine Themenseite im Mantel das

Wochenthema vor – immer mit einer Service-Rubrik. Im Lauf der Woche ergänzten die Lokalredaktionen die grundsätzlichen Informationen mit Porträts und Berichten von Menschen und Gruppen aus ihrem Verbreitungsgebiet. Telefonaktionen, Podiumsdiskussionen rundeten die Aktion ab. Klar, dass das viel Arbeit macht. „Häufig zusätzlich zum Tagesgeschäft“, sagt Henning Noske. Ihm hilft dabei, dass

ihn der Bereich der ehrenamtlichen Arbeit persönlich begeistert. Er will herausbekommen, wie es um „die aktuelle Reformunfähigkeit unseres Gemeinwesens“ bestellt ist: „Sind wir nun ein reiches Land oder pleite? Da weiß, wenn wir ehrlich sind, keiner richtig Bescheid. Ich auch nicht. Also will ich mehr wissen. Ich vermute, meine Leser auch.“

Für Chefredakteur Paul-Josef Raue lautet das Fazit der Serie: „Aufwand und Nutzen stehen in einem guten Verhältnis.“ Durch die Adressenhinweise in der Zeitung „sind exzellente Kontakte entstanden, die bei der täglichen Arbeit helfen“. Außerdem fördert die „Aktion Gemeinsam“ auch den Gemeinsinn innerhalb der Redaktion. Insgesamt erschienen bei der ersten Aktion mehr als 300 Reportagen, Porträts und Berichte von mehr als 40 Redakteuren und freien Autoren in allen Teilen der Zeitung.

Vereine – mehr als Vereinsmeierei

Vereinsleben: Es dürfte keinen größeren Bereich geben, in dem sich Menschen ehrenamtlich engagieren und ihre Freizeit verbringen. Kaum ein Dorf mit nicht mindestens einem Verein. Bundesweit, so hat der Konstanzer Nonprofit Verlag für 2001 ermittelt, sind 344 701 Vereine in der Register der Amtsgerichte eingetragen. Wie zu erwarten, handelt es sich bei

mehr als einem Drittel – nämlich 39,6 Prozent – um Sportvereine. Bei nahe jeder fünften (37,4 Prozent) gilt als Freizeitverein. Es folgen karitative Gruppen (13,3),

gemein
DEUTLICH
Wie sich Bürger engagieren
Eine Serie unserer Zeitung

kulturelle Vereine (11,4), wirtschaftliche oder politische Zusammenschlüsse wie Verbände und Parteien (9,3) sowie Interessengruppen (7,8). Etwa ein Prozent widmet

sich Unwohlthemen. Das Bürgerliche Gesellschaft definiert: „Ein Verein ist eine auf Dauer angelegte Verbindung einer größeren Personenzahl zur Erreichung eines gemeinsamen Zwecks, die nach ihrer Satzung als eigenständige Institution organisiert ist, einen Gesamtzweck verfolgt und auf einen wechselnden Mitgliederbestand angelegt ist.“

Vielfalt gegen Nachwuchsmangel

Um Kinder zu halten, geht der TV Jahn mit der Zeit

Von Daniel Pankopferle

Gerade erst zwei Jahre ist die jüngste Tochterkinderkategorie, die in der Trainingsreihe des Carls Weid auf den Rufen steht, besser gesagt vielmehr. Zwei Jahre lang und vielfach befindet sie sich am Anfang einer Sportkarriere. Mitgliederzahlen stieg das kleine Mädchen auch am Anfang einer langen Vereinsgeschichte im Weidinger Sportverein TV Jahn.

Das war nicht ungewöhnlich, denn obwohl Vereine mehr und mehr über Nachwuchsangel klagten: Noch immer gibt es Menschen, die mit Initiative Karrieren nicht von den Gruppen loskommen.

Junge Einzelsportlerinnen

Carla Weid ist so ein Beispiel, und deshalb dürfte sie sich in jeder Chorgemeinschaft mit ihren kleinen Einzelsportlerinnen an sich selbst erinnern können: Wie sie als Bechsteinen mit Schicht- und Berufswelt begann, Gefallen daran fand, in die Formation kam. „Dann konnte ich meine Gruppe nicht mehr im Blick lassen“, sagt die 22-Jährige. Später begann sie, die Klassen zu trainieren, machte an Wochenenden die

Choreographie und ist nun eine von 12 Trainern im TV Jahn. Mehr als die Hälfte von ihnen ist nicht einmal 30 Jahre alt.

Von Trainer hängt viel ab

„Es mag ein Gut, 2 dafür sein, dass auch die Hälfte der 4344 Vereinsmitglieder aus Kindern und Jugendlichen besteht. Denn den Nachwuchs zu locken, ihn zu binden und zu halten, kommt nicht von ungefähr. Das weiß auch Jugendwart Jürgen Fritzsche (38), der seit mindestens 16 Jahren – „Mehrfach auch länger“ – dieses Amt inne hat. „Von der Identifikation mit dem Chorglied hängt vieles ab“, sagt er. Zum Beispiel, ob ein Junger zum Verein bleibt oder nicht.

Weiterhin: American Football, Aerobic, Cheerleading, Rock'n'Roll und Judo-Sportler finden sich fast überall in den kleinen Sportvereinen. Fußball oder Tennis im Vereinsprogramm. 26 Abschlüssen mit 40 Sportarten bietet der TV Jahn insgesamt an. Die Vielfalt habe sich kontinuierlich entwickelt, sagt der Vorsitzende Peter Hutter (38). Einen Bonus sei eine jährliche Fortbildung habe es nicht gegeben, sondern „viele kleine Quatzen“. Wie deutlich, als eine Gruppe Jugendlicher ankomme und



„Im Verein ist Sport am schönsten“, stellt der Deutsche Sportbund dar. Im Hintergrund der Vereinsarbeit stehen motivierte Eltern und engagierte Eltern.

fragt, ob sie das vereinsfreie Fußballspiel des Standard nicht ausüben können. Ohne zu zögern, gab es grünes Licht. Nur eine Bedingung: Die jungen Männer in den Verein kommen. Hier haben sie keine Wahl auf „Jugend“.

Choreografie Fortbildung: Neue Regeln seien Gilt für die Vereinsarbeit. „Man muss die Leute machen lassen“, sagt Hutter. Dies gilt für die Chorglieder, aber auch für die

standardspezifischen, die nicht in einem Verein gefahren sind.“

Wichtig sind auch die Eltern

Wenn Vereinsvorstände – zum Beispiel Jugendwart, Weidenscheidler oder Abschlussschüler – anrufen, gilt es: „Prüfung“. Der Verein, den der TV Jahn als großer Verein die Sicherheit hat: Im Hintergrund steht eine Geschicklichkeit als beispielhafte Koffer.

„Das sollte nicht aber nicht mehr“, urteilt Hutter.

Und dann sind da auch die vielen Eltern, die ihre Kinder zu Weidenscheidler begleiten und immer zur Seite sind, wenn es geht: „Ob Judo, Karate oder Cheerleading macht keinen Unterschied. Die Eltern sehen, dass es was Gutes für ihre Kinder getan wird“, erklärt Hutter. „Und das wollen sie durchsetzen. Darum engagieren sie sich.“

Wie gründe ich einen Verein?

Stichtag Vereinsgründung: Nach dem Grundgesetz (Artikel 9) haben alle Deutschen – sei es als private oder juristische Person (Verein, Körperschaft, etc.) – das Recht, einen Verein zu gründen. Die wesentlichen Vorschriften zur Vereinsgründung stehen im Bürgerlichen Gesetzbuch.

1. Die Satzung

Zunächst muss eine Satzung erarbeitet werden. Sie beschreibt u.a. Zweck, Name und Sitz des Vereins, Zielsetzung und -höhe, die Bildung des Vorstands und die Modalitäten zur Einberufung der Mitgliederversammlung. Zudem legt sie fest, ob der Verein eingetragener sein soll.

2. Gründungsversammlung

Rein rechtlich gesehen müssen die künftigen Mitglieder des Vereins die Satzung ratifizieren.

3. Eintrag im Vereinsregister

Wird der Verein ins Register eingetragen, erhält er ein Rechtsschutz. Zudem muss er allerdings den Anforderungen der Satzung (insbesondere von seinen Mitgliedern) entsprechen, ein Protokoll der Gründungsversammlung, aus dem die Annahme der Satzung und die Wahl des Vorstands hervorgeht, und die Anzahl der Vereinsmitglieder. Vereine mit wirtschaftlichen Zweck können nicht eingetragen werden. Eine Anmeldung muss in legibler Form, also über einen Notar, erfolgen.

4. Gemeinnützigkeit beantragen

Die gemeinnützigen Zwecke und die Verpflichtung zur Selbstlosigkeit, Ausschüttung und Vermögensbindung müssen in der Satzung verankert sein. Stützt die Finanzverwaltung, so kann der Verein Gewerbesteuer- und Körperschaftsteuerfrei sein.

Vorstand in der Verantwortung

Führung eines Vereins kann vor Gericht haftbar gemacht werden

Von Anika Koch

„Wir haben den Vorstand nicht haftbar gemacht, weil wir nicht abschließend Verhalten gesehen haben“, sagt Joachim Tietz, Vorsitzender des MTV Vater Jahn Peine. Inwieweit die führenden Mitglieder haftbar gemacht werden, will er nicht beurteilen. Das müsste von einem Zivilrechtsgutachter geprüft werden. Der Richter, der im Prozess gegen einen früheren Kassierer des Vorstands saß, gab dem Klub zunächst eine Mitsprache an dessen hiesigen Geschäftsführer.

Der Hintergrund: 17 Jahre lang bediente sich der Kassierer an Vereinsmitteln – allein zwischen 1995 und 1999 hat er 180 000 Mark auf sein eigenes Konto überwiesen. Ansprüche an künftige Jahn waren bereits ruhmlos. Außerdem stellte er die Vermögensseite des damaligen Vorstands (Jugend, Feldmann, um im Namen des Vereins Kasse zu unterschreiben. Der Kassierer ist mittlerweile zu zwei Jahren Haft auf Bewährung verurteilt. Von Plünderungen, Anfechtungen und Kassenprüfungen ist der Klub nun in Ruhe mit dem MTV zurück, der selbst insgesamt 1,6 Millionen Mark Schulden bei den Banken zu tilgen hat.

Mit Rechten und Pflichten

Wer einen Posten im Vorstand eines Vereins übernimmt, der ist häufig gar nicht bewusst, welche Verantwortung er dadurch trägt. „Der Vorstand kann nur in der



Der Vorsitzende des MTV Vater Jahn Peine: Joachim Tietz. Foto: H. Böde

lang genommen werden, wenn das schuldhafte Verhalten zugeworfen werden kann“, behauptet Christian Große, Rechtsanwältin im Amtsgericht Peine. Solange er ausging und geschäftlich arbeitete, könne lediglich der Verein als juristische Person belangt werden. „Denn der ist selbst Träger von Rechten und Pflichten“, erklärt Große. Rechtlich wird ein Verein mit dem Eintrag im Vereinsregister. Hat sich der

Vorstand nachweislich falsch verhalten, kann der Klub die Vereinsmittel auch in Anspruch nehmen.

Direktes Haftungsrisiko

Häufig wird die Sache bei nicht eingetragenen Vereinen. „Als hätte das Vereinsgesetz die Mitglieder direkt Haftungsrisiko“, wenn der Peiner Rechtsanwältin Beispiel Kasse (Obere Vereinsregister-Nummer) könne sich der Verein wieder in ein Grundbuch eintragen, auch als Einzelhaushalt oder beim Finanzamt registriert werden. Bei der Kasse gleich verurteilt sein, müssen alle Mitglieder aufgeführt werden, macht Große deutlich. Und die eintreten Anzeile bei einer Verurteilung nach gemeinsamem Haftungsrisiko.

Tietz hat nach dem Festgangskasse für das MTV Vater Jahn Peine keine Konsequenzen gezogen. „Wir haben den Verein neu strukturiert.“ Statt bisher bis zu 20 Vorstände im Vorstand seien nun sieben Tietz noch fünf Stellvertreter die Geschäftsführer. „So ist der Vorstand besser kontrollierbar“, erklären der Kassierer und ergänzt den Sportverein mit einem Wirtschaftsprüfer.

„Bei 1700 Mitgliedern werden wir einige hunderttausend Mark.“ Und über diese Verantwortung sind sich in der neuen Vereinsstruktur dieselbe Meinung.

NEIN: Weitere Informationen zur Serie „Gemein“ im Netz: www.wesselsch.de/serie

SERVICE

• **Internetportal**
Einen Überblick über das Vereinsrecht geben die Internetseiten www.nonprofit-management.de/vereine/ und www.vereinsrecht.de. Dort finden Sie auch Informationen zum Thema Gründung eines Vereins.

• **Buchtipps**
Bauer, Eugen und Schwager, Gerhard: **Der eingetragene Verein**. Eine gemeinnützige Erklärung des Vereinsrechts unter besonderer Berücksichtigung der neuen Rechtsprechung. C.H.BECK'sche Verlagsbuchhandlung, München, 2001, (ISBN: 3-423-44784-4).
Vogel, Alfred: **Die Vereinsstatut**. Recht und Wirtschaft 2001, November 2001, 31. Seiten, (ISBN: 3-409-41794-5, Heftbinder: Hardcover, 12,90 €).

• **Online**
Ob, Siehe: Die Vereinsstatut (München) 1998, (ISBN: 3-409-41784-1, Buchliche Monatsverträge Band 1).

• **Anspruchsberechtigung**
Bauer, Eugen: **Gründungsrecht der Buchführung**. Klausur, 2000, (ISBN: 3-423-44784-4, Hardcover, 12,90 €).

• **Anspruchsberechtigung**
Bauer, Eugen: **Gründungsrecht der Buchführung**. Klausur, 2000, (ISBN: 3-423-44784-4, Hardcover, 12,90 €).

DER TIPP DES MACHERS

Fahrplan muss stehen – Kollegen suchen sich Lieblingsthemen

► **PLANUNG:** Es empfiehlt sich eine Arbeitsgruppe „Planung“ auf Zeit, in der alle beteiligten Ressorts vertreten sind. Sie legt von vornherein für den gesamten Zeitraum der Serie die Struktur, die Themen und inhaltlichen Facetten fest. Und sie setzt Termine. So können sich die Kolleginnen und Kollegen eine günstige Zeit für ihren Beitrag aussuchen und in die Tagesarbeit eingliedern. Der Fahrplan für die Themen muss dann auch durchgezogen werden.

► **THEMEN:** Über Pflichtthemen innerhalb der Serie muss die Planungsgruppe gemeinsam entscheiden. Weitere Themen sollten auf freiwilliger Basis von den einzelnen Kollegen und Kolleginnen angeboten werden. Sie suchen sich aus, was sie persönlich am meisten interessiert, was sie schon immer mal tiefgreifend recherchieren wollten. Das motiviert.

► **SERVICE:** Die Adressen der einzelnen Gruppen müssen

gepflegt werden. Das ehrgeizige Ziel, alle Adressen in einer Datenbank ständig zu aktualisieren, hat sich als unrealistische Sisyphe-Arbeit erwiesen. Zu schnell ändern sich die Namen und Anlaufstellen. Hilfreich sind dagegen Links im Internet-Auftritt auf die Verbände, die je nach Aufgabengebiet eher auf dem Laufenden sind. Und sobald die Redaktion von einer Änderung bei den handelnden Personen erfährt – hier muss sie wachsam sein – muss das aktuell berichtet werden.

► **AUFWAND:** Aus der Idee, die Leserinnen und Leser bei der Entscheidung über die zu Ehrenden zu beteiligen, lässt sich redaktionell wieder eine Menge Neues machen: Lesenswerte Porträts und die Gesichter von aktiven Menschen machen die Zeitung interessant – und regen zum Nachmachen an.

► **EIGENWERBUNG:** Die Zeitung bleibt im Gespräch und wird zum Motor der guten Tat.

POSITIVE BEISPIELE

Lehrer retten Ausstellung zur Stadtgeschichte

„Mut zur Bürgergesellschaft“ war die erste Seite der Serie überschrieben: Die Redaktion stellte in einem Interview die Arbeit der Enquete-Kommission des Bundestages „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ vor. Weitere Themenseiten aus der Serie:

► Vereine – mehr als Vereinsmeierei: Vielfalt gegen Nachwuchsmangel, Aufgaben eines Vereinsvorstandes.

► Schuftens für eine gute Sache: Ehrenamtliche bauen umweltpädagogische Einrichtungen.

► Bürgerengagement mit Zukunft: „Mütterzentrum“ nennt sich ein Haus mitten in einem Stadtteil, das offen für alle Altersgruppen ist. Es soll das gelebte Modell der Großfamilie sein.

► Telefonaktion Versicherungsschutz: Tipps für Ehrenamtliche.

► Bürgergesellschaft und Internet: Wie sich Vereine,

Selbsthilfegruppen und Bürgerinitiativen im Internet engagieren.

► Von den Börsen guter Taten: Tauschring für Dienstleistungen, Freiwilligen-Agentur.

Was die Redaktion thematisch an Vorleistungen erbrachte, reicherten Leserinnen und Leser bald mit neuen Ideen an. Einige Beispiele:

► Als die Kommune eine Ausstellung zur Stadtgeschichte aus finanziellen Gründen schloss, fanden sich über den Bericht in der Zeitung mehr als 100 Geschichtslehrer und kundige Bürger zusammen, organisierten Führungen im Schichtbetrieb. Die Ausstellung ist wieder zugänglich.

► Eine andere Gruppe hält den Betrieb eines Freibades aufrecht, das geschlossen werden sollte.

► In einer Goslarer Schule stellten Eltern fest, dass am Montagmorgen Unterricht keinen Sinn macht. Die Kinder

waren vom Wochenende her noch zappelig und unkonzentriert. Außerdem hatten viele nicht gefrühstückt. Jetzt sorgen Eltern dafür, dass in der ersten Unterrichtsstunde montags nur „Frühstück“ auf dem Stundenplan steht. Es ist ein Riesenerfolg geworden.

► Übernommen wurden auch Ideen aus den USA:

gemeinsames Essen in der Nachbarschaft oder gegenseitige Hilfe bei Reparaturen am Haus.

► Eltern geben unentgeltlich Turn- oder Musikunterricht an Schulen, weil diese Stunden wegen Lehrermangels sonst ausfallen müssten.

Henning Noske

WIE ES WEITERGEHT

Aus dem Preis für die Redaktion wird ein Preis für die Leser

Als hätten die Leserinnen und Leser nur darauf gewartet, dass ihnen die Zeitung erzählt, „wie sich Bürger engagieren“ (Untertitel der Serie „Gemeinsam“): Die Berichte lösten einen wahren Dammbbruch aus. Immer neue Gruppen meldeten sich, viele Beispiele wurden nachgeahmt. Die Aktion wird fortgesetzt. Wie lange, muss sich zeigen. „Noch sind die Themen nicht abgegrast, melden sich immer neue Initiativen“, sagt der Chefredakteur.

Die Redaktion hat inzwischen den „Gemeinsam-Preis“ der Braunschweiger Zeitung ins Leben gerufen. Für den ersten stiftete sie 4000 Euro – die Summe dessen, was ihr an Auszeichnungen vom Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung und vom Journalistenpreis der Robert-Bosch-Stiftung zuteil geworden war. Ein Bürger legte noch einmal 4000 Euro drauf. Bei der Verleihung war der Braunschweiger Dom „voll wie sonst nur am Heiligen Abend“, sagt Chefredakteur Paul-Josef Raue. Eine solche Veranstaltung passe in den Dom, zitiert er den Dompfarrer, der Jury-Mitglied ist. Erst am Abend selbst gab die Braunschweiger Zeitung bekannt, wer den Preis gewonnen hat.

Für den Preis schlagen Leser Initiativen vor. Die Redaktion wählt 50 davon aus und stellt sie in einer Serie vor. Eine

Jury sucht davon zehn Initiativen aus, deren ehrenamtliches Engagement noch mal kompakt auf einer Seite vorgestellt wird. Nun sind die Leser wieder am Zug: In einer TED-Abstimmung entscheiden sie per Telefon (zehn Nummern sind geschaltet), wer preisgekrönt werden soll. Beim ersten Mal wurden 2600 Stimmen abgegeben. Der Hauptpreis ging an eine Jugendgruppe, die im Ort etwas für junge Leute organisierte und gegen Gewalt antrat. Der zweite Preis war für eine Hospizarbeit, der dritte für eine Gruppe, dank der ein geschlossenes Schwimmbad wieder eröffnet und betrieben werden konnte.

Weitere Nachwirkungen der preisgekrönten Aktion der Redaktion: In der Broschüre „BZ Spezial“ werden alle 50 Porträts der Initiativen vorgestellt. Und mit vergrößerten Zeitungsseiten gestaltete die Braunschweiger Zeitung eine Ausstellung im Braunschweigischen Landesmuseum, die dann auch in der Region zu sehen sein wird.

Der Gemeinsam-Preis wird nun jährlich verliehen, immer am Montag vor Pfingsten, mittlerweile lobt der Verlag dafür 4000 Euro aus. Für 2005 hat ein Geschäftsmann erneut weitere 4000 Euro zugesagt.

NOCH FRAGEN?

Henning Noske, Redakteur in der Zentralredaktion, Telefon: (05 31) 3 90 03 76, E-Mail: Henning.Noske@bzv.de

Ein Preis für Bürger, die ihn mehr als verdient haben

Die Mitteldeutsche Zeitung begnügt sich nicht damit, über ehrenamtlich tätige oder anderweitig engagierte Menschen nur zu berichten. Gerade in den neuen Bundesländern, wo private Initiativen noch längst nicht selbstverständlich sind, möchte die Zeitung solche Menschen auch fördern. Deshalb vergibt sie seit 2003 selbst einen Preis an Bürger, die es verdient haben. Dafür hätte sie 2004 einen Preis verdient, sie hat ihn nur ganz knapp verfehlt.

DAS PROJEKT

Zu Beginn des Jahres machen die Leser Vorschläge

„Wenn es einen Menschen gibt, der eine gute Tat vollbracht hat oder vollbringt, wenn er dafür keinen Dank forderte und ihn auch nicht erhielt, wenn er nicht gleich nach einer Spendenquittung geschrien hat, dann sollte er endlich doch geehrt werden.“ Besser als der Schauspieler Peter Sodann es beschrieben hat, lässt sich das Anliegen der Mitteldeutschen Zeitung nicht formulieren. Seit 2002 ruft sie Anfang des Jahres ihre Leser auf, Vorschläge einzureichen, wer den Bürgerpreis verdient hat. Und sie berichtet ausführlich über die Kandidaten: von der Rentnerin, die in einem kleinen Dorf liebevoll ein Heimatmuseum aufgebaut hat, über den Verein zur Unterstützung ausländischer Studenten bis zu dem beherzten Bürger, der nachts einen Mann festhielt, der Autos demolierte. Durch die ausführliche und liebevolle Vorstellung der Kandidaten werden nicht nur viele engagierte Menschen geehrt, sondern in oft sehr interessanten Geschichten erzählt, dass sich Bürgersinn und Hilfe für Notleidende lohnen.

DIE ORGANISATION

Jedes Jahr aufs Neue den „Esel“ erklären

Gemeinsam mit einer Sparkassenstiftung und dem „neues Theater“ Halle verleiht die Mitteldeutsche Zeitung den Bürgerpreis „Der Esel, der auf Rosen geht“ einmal im Jahr. Die Leser können die Vorschläge direkt an die Lokalredaktion der Stadt Halle und des Saalekreises richten. Aus den Einsendungen wählen die Journalisten Menschen oder Initiativen aus, die sie mehrmals wöchentlich vorstellen. Wechselnde Autoren schreiben über einen Zeitraum von zwei Monaten Porträts, ein großes Foto und ein Logo gehören dazu. Am Ende wählt eine siebenköpfige Jury die Preisträger aus. Die Zeitung berichtet ausführlich über die Preisverleihung und muss dabei jedes Jahr aufs Neue erklären, warum der Bürgerpreis den ungewöhnlichen Namen trägt, „Der Esel, der auf Rosen geht“. Obwohl der Esel, der auf Rosen geht, ein Wahrzeichen von Halle ist.

DER TIPP DES MACHERS

Bevor sich Leser melden, sollten Sie Kandidaten suchen

In Halle gibt es einen weiteren ähnlichen Preis, den die Stadt stiftet. Darüber berichten wir immer ausführlich, um nicht in den Verdacht zu geraten, nur unseren eigenen Preis zu fördern.

Eigentlich ist es selbstverständlich – aber man sollte wirklich in jedem Serienteil neu erklären, was die Serie will, wie sich Leser beteiligen können. Also nicht davon ausgehen, dass sich die Leser an den vorher erschienenen Teil erinnern.

Wenn es um Kandidaten für den Preis geht, die von Lesern gewählt werden, sollte man die ersten drei bis fünf „organisieren“, damit kein Leerlauf entsteht, bis die ersten Leservorschläge eintreffen. Und falls man für die Preisverleihung einen Esel braucht, sollte man auf tosenden Applaus und Blitzlichtgewitter verzichten. Sonst bockt er und kommt nicht auf die Bühne.

Lutz Würbach,
Leiter der Lokalredaktion Halle/Saalekreis

Ein Gutachten, das hilft, die richtigen Fragen zu stellen

Von BIRGIT BUCHNER

Es ist ein Glücksfall, dass Journalisten bei diesem Thema als Basis für Recherchen das Gutachten der Enquete-Kommission des Bundestags „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements“ (www.kulturrat.de/themen/be.htm) heranziehen können. Dieses sagt aus, dass der Staat auf die Ehrenamtlichen angewiesen ist.

So weit, so gut. Noch besser die Empfehlungen an Staat, Kommunen, Verbände und Kirchen: Sie sollen die ehrenamtliche Arbeit in Form von wenig Bürokratie, Schulungen und Vergünstigungen unterstützen. Es lohnt, der Frage nachzugehen, ob dies tatsächlich geschieht. Auch ansonsten hilft das Gutachten, die richtigen und die wichtigen Fragen zu stellen. Sie werden unsere öffentlichen Debatten in den nächsten Jahren bestimmen. Es geht um die Zukunft des Sozialstaates, seiner Möglichkeiten und seiner Grenzen. Es geht um den Gemeinsinn, die Fähigkeit und die Bereitschaft der Bürger, mitzumachen und sich einzumischen. Gerade Demokratie braucht mehr als nur Zuschauer. Die Zeitung darf alle diese Fragen nicht aus den Augen verlieren, auch sie muss sich einmischen und sich dennoch vor vorschneller Parteinahme hüten. Denn auch hier steckt der Teufel im Grundsätzlichen ebenso wie in vielen Details.

**Menschen ab 50 taugen
nicht mehr für den Job –
aber für ein Ehrenamt?**

Die erste Frage drängt sich direkt auf: Befolgen Staat, Kommunen, Verbände, Kirchen die an sie gerichteten Empfehlungen und unterstützen die ehrenamtliche Arbeit mit wenig Bürokratie, Schulungen, Vergünstigungen?

Bürgerschaftliches Engagement hat viele Facetten. Die Braunschweiger Zeitung hat sich dafür entschieden,

das Positive aufzuzeigen. Eine weitere Möglichkeit ist, Streitfragen herauszuarbeiten:

Staat, Kommunen, Wohlfahrtsverbände, Kirchen streichen oder kürzen gewohnte und lieb gewordene Leistungen. Gleichzeitig zeigt sich, dass die Bereitschaft zu ehrenamtlichem Engagement steigt.

Entledigt sich die öffentliche Hand hiermit ihrer ureigenen Aufgaben? Oder hat der Bürger sich bisher verwöhnen lassen und zu viel auf den Staat und auf Organisationen abgeladen?

Für welche Aufgaben gibt die Kommune Geld aus und was davon will sie streichen? Macht sie es sich beim Streichen zu leicht? Wo liegen die Grenzen? Wo soll mit Sicherheit nicht gespart werden?

Was spart eine Kommune wirklich, wenn sie eine soziale Einrichtung schließt, die fortan von Ehrenamtlichen übernommen wird? Ein Rechenbeispiel wäre aufschlussreich. Streicht das Stadtparlament bestimmte Aufgaben lieber als andere, weil es weiß, dass dafür Freiwillige einspringen werden?

Für welche Bereiche findet ein Gemeinwesen am ehesten Freiwillige? Was motiviert diese?

Nehmen die Ehrenamtlichen Arbeitsplätze weg?

Wie ist es miteinander vereinbar, dass Menschen von 50 Jahren an angeblich nicht mehr für einen Arbeitsplatz taugen, sich dann aber mit voller Kraft in einem aufreibenden Ehrenamt einsetzen? Was ergibt sich gesellschaftspolitisch daraus in Bezug auf Rente, Arbeitslosengeld, Sozialhilfe? Ist das erwünscht? Wie gehen andere Länder mit Ehrenämtern um?

- ▶ Alltag
- ▶ Alter
- ▶ Anwalt
- ▶ Ausländer
- ▶ Bürokratie
- ▶ Demokratie
- ▶ Dritte Welt
- ▶ Ehrenamt
- ▶ Europa
- ▶ Forum
- ▶ Foto
- ▶ Freizeit
- ▶ Geschichte
allgemein
- ▶ Geschichte
1945 und danach
- ▶ Geschichte
DDR
- ▶ Gesundheit
- ▶ Haushalt
- ▶ Heimat
- ▶ Hintergrund
- ▶ Jugend
- ▶ Justiz
- ▶ Katastrophen
- ▶ Kontinuität
- ▶ Kriminalität
- ▶ Lebenshilfe
- ▶ Marketing
- ▶ Menschen
- ▶ Recherche
- ▶ Schule
- ▶ Tests
- ▶ Umwelt
- ▶ Unterhaltung
- ▶ Verbraucher
- ▶ Vereine
- ▶ Wächteramt
- ▶ **WAHLEN**
- ▶ Wirtschaft
- ▶ Wissenschaft
- ▶ Wohnen

Entscheidungshilfe mit Rückgrat und Pfiff

Wahlkämpfe in der Bundesrepublik locken nicht mehr Zehntausende zum direkten Kontakt mit den Kandidaten. Die großen Duelle finden zudem auf dem Bildschirm statt. Die Aufgabe für die Lokalzeitung bleibt groß. Sachlich oder pfiffig Orientierungs- und Entscheidungshilfen zu geben, ohne ihre Leser zu bevormunden. Sie muss dabei Rückgrat zeigen, um dem Druck zu widerstehen, der gerade in Vorwahlzeiten so groß wie selten ist.

Nach der Selbsterkenntnis ein Konzept mit Folgen

1. Preis 1993
Oberhessische
Presse

Am Anfang stand die Selbsterkenntnis: Die Entfernung vieler Politiker von ihren Wählern entspricht der Entfernung vieler Lokalredakteure von ihren Lesern. Als Konsequenz erarbeitete die Oberhessische Presse ein Konzept mit dem Kernsatz: „Wir machen die Wahl zu einem Ereignis“. Dafür erhielt die Zeitung 1993 den 1. Preis.

DIE JURY

Die Zeitung moderiert

Die Zeitung als Mittler zwischen denen, die wählen, und denen, die gewählt werden wollen: Die Oberhessische Presse moderiert das Gespräch. Sie macht die Wahl zu dem Ereignis, das sie in einer lebendigen Demokratie sein soll.

DAS PROJEKT

Politikverdrossene Leser an die Urne geführt

Die Zeitung setzt sich ein großes Ziel: Ausbrechen aus dem Teufelskreis von Politik-Verdrossenheit und -Verweigerung. Wähler und Politiker in eigenen Veranstaltungen immer wieder zusammenbringen und den Lesern mehr über die Wahlkandidaten verraten, als diese freiwillig auf den Tisch legen. Sie provoziert die Diskussion unter den Lesern und macht die Wahl mit einer großen Wahlparty und einer eigenen Zeitungsausgabe zum Ereignis.

Eine frühzeitige, genaue und detaillierte Planung ermöglichte es der Redaktion, zu agieren, statt auf Politikerdruck zu reagieren, außerdem die Wähler ausreichend auf ihre Wahlentscheidung vorzubereiten, orientiert an den Leitsätzen: sachlich, aber kritisch; unterhaltsam, aber informativ; lebendig, aber konstruktiv.

DAS KONZEPT IM DETAIL

Wahl ins Gespräch bringen — im Blatt und in der Stadt

Prinzip 1

- ▶ Wir organisieren und moderieren das Gespräch zwischen Wählern und Politikern!
- ▶ Wir wollen den direkten Kontakt zwischen Wählern und Gewählten wieder ermöglichen, der weitgehend ersetzt wurde durch die Medien – zum Schaden der Demokratie. Selbst spektakuläre Wahlveranstaltungen locken nicht einmal alle Parteimitglieder an, zumal die Politiker nur Sätze aus der „Tagesschau“ wiederholen. Aber wie kommen die Politiker wieder zum Volk? Wir bringen Gruppen unserer Gesellschaft mit den Politikern zusammen, zum Beispiel Frauen zum Wahl-Kaffeeklatsch oder Schüler zum Politiker-Treff in ihren Klassen, Uni-Professoren zum Rundgespräch, ebenso Unternehmer und Geschäftsleute; in Talkshows befragen wir die Kandidaten für die Bürgermeisterwahl; wir führen die kompetenten Leute zusammen in Kultur- oder Sport-Debatten.

Prinzip 2

- ▶ Wir sorgen für einen unterhaltsamen Wahlkampf!
- ▶ Wir wollen den Menschen Lust auf Politik machen, und wir verstehen Unterhaltung im besten Sinne als Stoff für die Gespräche im Ort: So entwickelt die Redaktion einen eigenen, auf Personen und Stadt zugeschnittenen Fragebogen für Politiker, in dem sie mehr von sich verraten müssen als ihr Hobby oder Lieblingsessen.

Prinzip 3

- ▶ Wir informieren umfassend!
- ▶ Aber wir informieren nicht mit lieblosem Abdruck von Presse-Erklärungen, sondern in vergleichenden Übersichten, welche die Aussagen der Politiker gegenüberstellen, mit Reportagen und mit der Vorstellung der Kandidaten.

Prinzip 4

- Wir ermutigen zu Debatten!
- Leserbriefe werden nicht unterdrückt, sondern sind ausdrücklich erwünscht; die Leser beteiligen sich an den Diskus-

sionen oder bestreiten sie sogar allein – wie bei den Foren mit Schülern oder Unternehmern; vor den Talkshows schreiben die Leser der Redaktion, welche Fragen sie den Politikern stellen würden.

Aus dem Bewerbungstext

NOCH FRAGEN?

Paul-Josef Raue, heute Braunschweiger Zeitung, Telefon: (05 31) 3 90 03 00, E-Mail: Paul-Josef.Raue@bzbv.de

WAS JOURNALISTEN JOURNALISTEN RATEN

Wahlzeiten sind Hochzeiten

Von HARTWIG HOCHSTEIN

Eine repräsentative Demokratie deutschen Zuschnitts bezieht Kraft und Legitimation daraus, dass hinter denen, die ein Amt ausüben, möglichst viele stehen, die es ihnen übertragen haben. Hier beginnt die journalistische Aufgabe und der journalistische Reiz, so über den Wahlkampf zu schreiben, dass möglichst viele Leserinnen und Leser zur Stimmabgabe gehen. Eine Kunst, die nichts gemein haben darf mit der Sprücheklopfer aus den Parteizentralen und der Schönfärber aus Werbeagenturen.

Gelungene und spannende Wahlkampfberichterstattung muss zeigen, dass hinter den Programmen und Parolen Personen stecken. Sie darf aber nicht der Versuchung erliegen, die politischen Aussagen hinter der Personality-Story verschwinden zu lassen.

Sie muss deutlich machen, wen man wofür wählt, wer für was verantwortlich war, ist oder wird. Dass etwa für ein kommunales Amt Verwaltungserfahrung wichtiger sein mag als die Parteizugehörigkeit, dass diese aber für den Bundestag das entscheidende Kriterium ist. Sie hat gerade dem politisch wenig Interessierten zu erklären,

was er mit seinem Wahlzettel anstellen kann, welches Gewicht etwa Erst- und Zweitstimme haben, welche Möglichkeiten manche Kommunalwahlregelungen bieten.

Sie sollte schließlich berücksichtigen, welche Gruppen nach demoskopischen Befunden am ehesten zur Wahlenthaltung neigen: Hierzu gehören vor allem junge Menschen, insbesondere junge Frauen, sowie mittlere Altersgruppen mit schlechten Berufs- und Lebensperspektiven. Wer denen durch eine interessante Wahlkampfberichterstattung gerecht wird, gewinnt sie vielleicht nicht nur für die Stimmabgabe, sondern bindet sie auch an sein Blatt — was der schlechteste Effekt nicht wäre.

Bei alledem gilt: Reportagen über die Wahlkampagnen, Interviews mit Kandidaten, Glossen und Features sollten sich nicht selbst zu Kampagnen verdichten, schon gar nicht für die eine oder andere Partei, für das eine oder andere Lager, für den Lieblingspolitiker oder die Lieblingspolitikerin. Meinungen, wenn's denn sein muss oder soll, gehören in die Kommentarspalte. Gute Berichterstattung zeichnet sich durch Ausgewogenheit aus. Was nicht heißt, jenen Funktionären recht- und nachzugeben, die sie in Zeilenzahlen messen.



Hartwig Hochstein (62) ist stellvertretender Vorsitzender der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig. Er war bis Ende 2003 13 Jahre lang Chefredakteur der Leipziger Volkszeitung, zuvor zwölf Jahre lang mit Erwin Lutz in gleicher Funktion bei der Neuen Presse in Hannover.

Müder Wahlkampf – bis die Zeitung eingreift

2. Preis 1992
Berliner
Morgenpost

Die Berliner Morgenpost nimmt in einem müden Wahlkampf das Heft in die Hand und leistet, was eigentlich Sache der Politik ist: Den Lesern/Wählern die Bedeutung der Kommunalwahlen und die möglichen Auswirkungen für ihren Kiez vor Augen zu führen. Dafür gab es 1992 den 2. Preis.

DIE JURY

Mobil gemacht

Ein historisches Ereignis: Erste gemeinsame Kommunalwahl zu den 23 Berliner Bezirksverordneten-Versammlungen seit 1946. Und deprimierende Prognosen für die Wahlbeteiligung noch wenige Wochen davor: 45 Prozent. Dagegen setzt die Berliner Morgenpost ihr Wahlkampfkonzzept. Sie bietet Entscheidungshilfen über Personen, Parteien und Programme. Sie präsentiert einen exzellenten Leserservice von „Briefwahl bis Wahlkampfkosten“ – alles wird erklärt, Analysen, Interviews, Kommentare, Hintergrundberichte – die Mischung stimmt. Die Wahlbeteiligung betrug schließlich 61,2 Prozent. Die Frage muss erlaubt sein, ob nicht die Zeitung mit ihrer im wahrsten Sinne des Wortes „mobilmachenden“ Berichterstattung zu diesem Erfolg beigetragen hat.

DAS PROJEKT

Zauberformel vor der Stimmabgabe: $31 \times 40 = 23$

In 31 Serienteilen auf mehr als 40 Zeitungsseiten werden alle 23 Berliner Bezirke vorgestellt – täglich einer.

Seine Besonderheiten, seine Probleme, die Bewerber um die politischen Ämter und ihre Programme. Ferner die Wünsche der Menschen, Tipps und Termine. Hintergrundberichte, Analysen, Interviews und Kommentare stellen den Wählern die verantwortlichen „Manager“ des täglichen Lebens in den Rathäusern vor; geben ihnen Gelegenheit, deren Ziele kennen zu lernen, ohne bevormundet zu werden; und schildern alles über die Auswirkungen der Wahl, von der Stimmabgabe bis zum Mandat.

DIE ORGANISATION

Gemeinschaftsleistung der Redakteure und der freien Mitarbeiter

Die Serie entsteht als Gemeinschaftsleistung der 15 Redakteure und etwa 25 freien Mitarbeiter der Redaktion „Berlin und seine Bezirke“. Täglich eine Seite Informationen, Hintergrundberichte, Reportagen, Features und Kommentare über Parteiprogramme und Wähleransprüche in den Wochen vor der Wahl erfordern von der Redaktion Engagement oft bis spät in die Nacht. Eine Konferenz mit allen Redaktionsmitgliedern legt das Arbeitsprogramm für jeden einzelnen fest. Die meisten Reporter in der Bezirksredaktion sind freie Journalisten, die nach Zeile bezahlt werden. Um sie zu motivieren, werden Pauschalhonorare vereinbart.

Zwei Wochen vor Serienstart beginnen die Autoren, die Materialsammlung in konkrete Beiträge umzusetzen. Auf einer zweiten großen Konferenz wird vereinbart, wie die einzelnen Teile „in einem Guss“ zu veröffentlichen sind. Von nun an sind täglich zwei Redakteure pro Serienseite einen Tag lang im Einsatz. Mehr als 300 Texte müssen bearbeitet werden.

DAS KONZEPT IM DETAIL

Plakate unter der Lupe und viele Tipps

Täglich reißt eine Meldung auf Seite 1 den aktuellen Serienteil an. Das recherchierte Material wird in 31 Teilen auf mehr als 40 Zeitungsseiten veröffentlicht. Das scheint viel, ist es aber nicht. Denn es gilt nicht nur, die 23 Bezirke samt kommunalpolitischer „Welt“ vorzustellen. Neben einem Serviceteil werden Themen rund um die Wahlen beschrieben. So soll den Lesern die Bedeutung des Gangs zur Urne vor Augen geführt und die damit verbundenen schwierigen Vorgänge wie das Zählverfahren erklärt werden. Begleitend zur Vorstellung der Bezirke erscheinen weitere Themen:

- Welche Aussagen treffen die Parteien auf ihren Wahlplakaten? Beziehen sie sich auf die Probleme im Bezirk oder werden bundesweite Floskeln wiederholt?
- Wie viel kosten die Wahlen?
- Was hat die Bonner Partei-Prominenz auf der kommunalen Plattform zu suchen?

Eine weitere ständige Rubrik werden die sogenannten Wahlsplitter – Veranstaltungstipps über Wahlveranstaltungen. So erhält eine wesentlich breitere Wählerschaft die Möglichkeit, sich bei den Parteien über deren Ziele zu informieren, vielleicht auch mal nachzufragen. Denn die üblicherweise an Straßenständen verteilten Einladungen erreichen wesentlich weniger Menschen.



NOCH FRAGEN?

Barbara Dötsch, Telefon: (030) 2 59 17 38 78, E-Mail: barbara.doetsch@morgenpost.de

- ▶ Alltag
- ▶ Alter
- ▶ Anwalt
- ▶ Ausländer
- ▶ Bürokratie
- ▶ Demokratie
- ▶ Dritte Welt
- ▶ Ehrenamt
- ▶ Europa
- ▶ Forum
- ▶ Foto
- ▶ Freizeit
- ▶ Geschichte
allgemein
- ▶ Geschichte
1945 und danach
- ▶ Geschichte
DDR
- ▶ Gesundheit
- ▶ Haushalt
- ▶ Heimat
- ▶ Hintergrund
- ▶ Jugend
- ▶ Justiz
- ▶ Katastrophen
- ▶ Kontinuität
- ▶ Kriminalität
- ▶ Lebenshilfe
- ▶ Marketing
- ▶ Menschen
- ▶ Recherche
- ▶ Schule
- ▶ Tests
- ▶ Umwelt
- ▶ Unterhaltung
- ▶ Verbraucher
- ▶ Vereine
- ▶ Wächteramt
- ▶ Wahlen
- ▶ **WIRTSCHAFT**
- ▶ Wissenschaft
- ▶ Wohnen

Wirtschaft – ist das nicht nur ein Thema für Börsenfreaks und Globalisierungsgegner, für Manager und Gewerkschaftsfunktionäre? Wer so denkt, vergibt eine Chance. Denn persönlich erfahrbar wird Wirtschaft für jeden in der eigenen Stadt oder Region. Dort sitzt der Arbeitgeber, dort ist das zuständige Finanzamt, dort kauft man ein. Wirtschaftliche Vorgänge sind für die Menschen alltäglich und manchmal sogar existenziell: Wenn sie um ihren Arbeitsplatz bangen, ihn vielleicht sogar verloren haben – immer geht es um ökonomische Fragen. Die Welt der Wirtschaft ist eine komplizierte Welt – erklärender Journalismus tut ebenso Not wie die Bereitschaft der Zeitung, selbst Akzente zu setzen und Initiativen zu starten, die der Region weiterhelfen.

Mitmischen, wenn es um Geld und Jobs geht

Eimer als Symbol für ein Ruckbündnis im Stauferkreis

1. Preis 2004



Jammern auf hohem Niveau, Mutlosigkeit und Vogel-Strauß-Verhalten. Der Lokalredaktion der Neuen Württembergischen Zeitung (NWZ) in Göppingen reichte es nicht, dagegen nur anzuschreiben. Sie schmiedete ein Ruckbündnis im Stauferkreis. Für ihre Aktion „Mir schafftet’s“ erhielt sie 2004 den 1. Preis.

DIE JURY

Schwäbisch und selbstbewusst

Eine Zeitung sucht das Positive und wird fündig. Eine Initiative des gesamten Verlages, die sich umsetzt in mehr als 500 redaktionellen Beiträgen, in Beilagen und Veranstaltungen. In den Mittelpunkt stellt die Zeitung positive Beispiele und Initiativen, die demonstrieren, dass Engagement gut tut – den anderen und einem selbst, der Gemeinschaft, der Wirtschaft, den Schulen und den Vereinen. Eimer und Eimerkette stehen für Zusammenhalt und Anpacken. „Mir schafftet’s“, der Slogan ist schwäbisch – selbstbewusst. Ex-Bundespräsident Roman Herzog freut sich über den Ruck in der Region und begrüßt, dass sich die Menschen, angeregt durch die Zeitung, auf ihre engste Umgebung besinnen, um „dort in Ordnung zu bringen, was in Ordnung zu bringen ist“.

DAS PROJEKT

Mir schafftet’s! 500 redaktionelle Beiträge sollen das Göppinger Land verändern

Die schlechte Stimmung in Deutschland und die Mutlosigkeit vieler Menschen angesichts der schlechten wirtschaftlichen Lage hat uns ermuntert, eine Aktion zu starten, mit der wir nachhaltig das Klima wenigstens in unserem Verbreitungsgebiet verbessern wollten. Pate stand dabei die legendäre Ruckrede des Altbundespräsidenten Roman Herzog. Am 4. Februar 2004 starteten wir zusammen mit unserer Partnerzeitung Geislinger Zeitung (Geislingen/Steige) die Aktion „Mir schafftet’s – Aufbruch im Stauferkreis“. Als Schirmherrn konnten wir Arbeitgeberpräsident Dr. Dieter Hundt gewinnen, die Rede bei der Auftaktveranstaltung hielt Roman Herzog („Diese Aktion kann unser Land verändern“).

Mit unserer Aktion wollten wir deutlich machen, dass die Menschen keinen Grund haben, den Kopf in den Sand zu stecken. Mit einer Vielzahl von Beispielen wollten wir Mut machen und zeigen, dass es sich in heutiger Zeit durchaus lohnt, Engagement zu zeigen. In der eigenen Firma genauso wie ehrenamtlich in Vereinen.

Aus der Initiative heraus entstanden weitere Aktionen und Projekte, die auch nach der Schlussveranstaltung am 28. September 2004 in der Stadthalle Göppingen weitergingen. Mit mehr als 500 redaktionellen Beiträgen, Sonderseiten und Sonderbeilagen haben wir „Mir schafftet’s“ begleitet, darüber hinaus mit Plakaten, Autoaufklebern sowie mit Veranstaltungen unterschiedlichster Art auf die Aktion aufmerksam gemacht. Schließlich sollte der Ruck durch den Stauferkreis gehen. Symbol unserer Aktion war der Eimer, mit dem man Schutt wegtragen oder Brandherde löschen kann. Er lässt sich aber auch mühelos von einer Hand zur nächsten reichen.

Aus dem Bewerbungstext

DIE ORGANISATION I (PLANUNG)

24 Querdenker produzieren eine Menge guter Ideen

Redaktionsleiter Rüdiger Gramsch und Verlagsleiter Michael Wirkner entwickeln das Konzept für „Mir schafftet’s“ im Mai/Juni 2003, Sondierungsgespräche bei gesellschaftlich relevanten Gruppen zwecks Unterstützung der Initiative folgen. Im November 2003 tritt ein Initiativkreis von 24 „Querdenkern“ zusammen, die alle Aktionen begleiten. Zu den „Querdenkern“ gehören Personen, die mit Ideen oder Initiativen Akzente gesetzt haben: ein Berufsschullehrer, der hochkarätige Vortragsveranstaltungen zum Thema Qualifikation, Weiterbildung, Eigeninitiative oder Mut organisiert, ein katholischer Dekanatsreferent, der sich für soziale Projekte engagiert, der Vereinsgeschäftsführer, der über seinen Vereins-Tellerrand hinausblickt, der Bauunternehmer, der auch

die Verpflichtung der Wirtschaft sieht, ihren Teil am Aufbruch zu leisten, die pensionierte Kindergartenleiterin, die sich auch im Ruhestand Erziehungsfragen widmet, der Krankenkassen-Mitarbeiter, der durch vielfältiges Engagement in Schulen und Betrieben die Menschen bewegen will, gesund zu leben, der Bürgermeister, der mit ungewöhnlichen Ideen die Stadtfinanzen neu ordnen will.

Ein freier Journalist wird engagiert, der die Zeitungsredaktion unterstützt. Die NWZ ist nicht nur Initiator und Motor, sie berichtet kontinuierlich und sorgt für die öffentliche Aufmerksamkeit, die auch andere Medien zur Berichterstattung bewegt.

DIE ORGANISATION II (ABLAUF)

Roman Herzog zum Auftakt, dann geht es Schlag auf Schlag

- ▶ 24. Januar: Die Aktion wird in der Zeitung vorgestellt.
- ▶ 27. Januar: Start der Anzeigenserie „Mir schafftet’s – Ich mache mit, weil...“
- ▶ 4. Februar: Auftaktveranstaltung mit Altbundespräsident Roman Herzog in Göppingen mit über 400 Repräsentanten des öffentlichen Lebens, der Wirtschaft und Zeitungslesern.
- ▶ 7. Februar: Start des Wettbewerbs „Der Goldene Eimer“. Gesucht: Projekte in den Kategorien Politik/Gesellschaft, Bildung, Wirtschaft, Soziales, Sport und Kultur.
- ▶ 13. Februar: Start der Reihe „Mutige Vorbilder im Landkreis Göppingen“.
- ▶ 28. Februar: Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises konzipiert mit der NWZ die neue Regionalmesse „Göppinger Genuss“ für im Landkreis ansässige Lebensmittel-Produzenten. Sie findet vom 5. bis 7. November statt. Rund 40 Aussteller locken mehr als 3000 Besucher.
- ▶ 13. März: Auf NWZ-Initiative wird mit der Volkshochschule Göppingen und dem Staatlichen Schulamt die „Kinderakademie“ ins Leben gerufen. Idee: Senioren sollen Kindern ihr Wissen, ihre Fähigkeiten und ihre Kenntnisse vermitteln. Auf den Aufruf in NWZ und Geislinger Zeitung melden sich 30 Senioren-Dozenten.
- ▶ 23. März: Mir schafftet’s – Existenzgründertag mit IHK u.a. (über 100 Teilnehmer).
- ▶ 31. März: Anzeigenserie: Vorbildliche Unternehmer sagen, warum sie es schaffen, die Krise zu bewältigen.
- ▶ 14. April: Dreiteiliges Existenzgründerseminar von „Mir schafftet’s“ in Kooperation mit der Kreissparkasse.
- ▶ Mitte April: Start der Lehrstellen-Aktion „Chance 2004“ mit IHK, Kreishandwerkerschaft, Arbeitsamt. Gesucht werden Lehrstellen. Ende September stehen 181 zusätzliche Ausbildungsplätze bereit.
- ▶ 26. April: Podiumsdiskussion zum Thema „Auskommen mit dem Einkommen“ – Hilfen für sozial Schwache und Geringverdienende, Telefonaktion am 28. April 2004.
- ▶ 28. April: Chancen für Unternehmen aus dem Landkreis in China: Vortragsveranstaltung, zu der 80 interessierte Mittelständler kommen.
- ▶ 21. Mai: Start der täglichen Rubrik „Was macht Mut?“. Leser sagen in einem Satz, was ihnen Mut macht.
- ▶ 29. Mai: Leser bringen „Mir schafftet’s“-Aufkleber am Auto an. Wer damit entdeckt wird, kann sich eine Geschichte in der Zeitung wünschen.
- ▶ 30. Juni: Einsendeschluss des Wettbewerbs „Goldener Eimer“. Mehr als 80 Vorschläge liegen vor.
- ▶ 4. Juli: Start der Wahl „Wer gewinnt den Goldenen Eimer“. 4000 Leser stimmen ab.
- ▶ 27./28. September: Beispiele vorbildlicher Projekte im ZDF-Mittagsmagazin und einer Sendung von SWR4.
- ▶ 29. September: Abschlussveranstaltung in der Stadthalle Göppingen mit Verleihung der sechs Goldenen Eimer, über 800 Besucher. Ausgezeichnet werden u.a. in der Kategorie Wirtschaft die Initiative „Senioren-Manager helfen Junioren“ und in der Kategorie Pädagogik die Initiative „Es geht auch ohne Gewalt“. „Ein Gewinn für alle“, lobt Arbeitgeberpräsident Dr. Dieter Hundt als Festredner die Aktion.



mir schaffet's
Aufbruch im Staufferkreis



Eine Aktion der
NWZ Göppingen und
der Geislinger Zeitung

AKTION / Das Ehepaar Kauderer hat jetzt im Badhotel Staufferland das Sagen: „Mir schaffet's“

Mit Zuversicht an eine große Aufgabe

Schick ausgehen in Zeiten knapper Kassen? Die Gastronomie spürt das Sparen der Menschen ganz besonders. Trotzdem stellen sich Helke und Hans-Ulrich Kauderer mutig der Herausforderung, denn seit verganginem Jahr sind die Eheleute die neuen Inhaber des Badhotels Staufferland in Bad Boll und meinen zuversichtlich: „Mir schaffet's.“

ULRIKE LUTHER-LECHNER

BOLL ■ „Es war eine emotionale Entscheidung“, erinnert sich Helke Gehring-Kauderer. Per Zufall kam die Restaurant-Meisterin aus ihrem Ehemann in das Badhotel Staufferland. „Wir haben es sehr gemocht und davon geträumt, selbst hier arbeiten und leben zu können.“ Das 36-Betten Hotel, samt seinem 120 Restaurant-Plätzen tramt ein zauberhafter Natur gelegen, ging beiden nicht mehr aus dem Kopf. Das



„Mir schaffet's“: Helke Gehring-Kauderer und Hans-Ulrich Kauderer mit ihren Töchtern sorgen jetzt im Badhotel Staufferland in Bad Boll für neuen Schärp.

Foto: Staufferpress



mir schaffet's
Aufbruch im Staufferkreis

Eine Aktion der
NWZ Göppingen und
Geislinger Zeitung

Schicksal war auf ihrer Seite, denn nach mehr als 30 Jahren zogen sich die bisherigen Inhaber zurück. Der Weg für eine neue Herausforderung war frei. Die Eheleute Kauderer, bereits in der achten Generation Inhaber des Hotel-Restaurants „Lamm“ in Schwanau, zögerten nicht lange, griffen zu und seit Januar vergangenen Jahres steuern sie sich nun der doppelten Aufgabe mit zwei Hotel-Restaurants. „Wir wollen etwas bewegen“, sagt die 57-jährige Chefin. Größten Wert legt sie auf qualifiziertes Fachpersonal und genau das sei schwer zu finden. Also wurde aus

der Not eine Tugend gemacht, nach diesem Motto bilden die Kauderers junge, engagierte Menschen aus. Schon bei den Vorstellungsgesprächen der vier neuen, aus der Region stammenden Auszubildenden prüfte Helke Kauderer die persönliche Einstellung, sprich die Lust auf Erfolg. In den Letztstufen des Hauses steht Schwarz auf Weiß, was verlangt wird. „Wir fördern die überdurchschnittliche Ausbildung und fordern überdurchschnittliches Engagement. Wer da nicht mitziehen will, ist fehl am Platz.“

Auf dem Prüfstand

Einmal im Monat werden Meetings für den Nachwuchs durchgeführt. Dabei werden etwa das Flambieren und Tranchieren geübt und die Weinkunde vertieft. Außerdem wird die Kreativität der Azubis bei zweijährlich stattfindenden Projekten auf den Prüfstand gestellt. An-

lässlich der internen Personalbeiratsfeier sowie dem Sommerfest für Gäste obliegt die komplette Organisation von der Menükarte, über Speisen und Getränke bis hin zur Deko einschließlich der Kalkulation den Auszubildenden. „Wir können den jungen Leuten viel Wissen mit auf den beruflichen Weg geben“, so Helke Kauderer – „vorausgesetzt, die Motivation stimmt.“

Denn das meiste der Fall ist, zeigen zahlreiche Auszeichnungen. Charlene Neumann (drittes Lehrjahr) und Robert Fohl (zweites Lehrjahr) holten jeweils den Tagessieger beim Wettbewerb „Cuvée D'Or“ (zu deutsch: „der gedeckte Tisch“) im Rahmen der Intergastra in Stuttgart nach Bad Boll und verwiesen damit ihre Kollegen aus den führenden Top-Hotels im Lande auf die Plätze.

„Der Gast muss mehr als nur zufrieden sein“, so der Anspruch des Inhabers. Innovation in der Dienst-

leistung muss sein, allerdings geht der Zeitgeist weg vom dienenden Gedanken beim König Kunde, sondern er wurde viel mehr als Freund gesehen. Die rührige Chefin und Mutter zweier Töchter, achtet streng darauf, dass in der Küche umweltbewusst gearbeitet wird und vorwiegend regionale Produkte verwendet werden, außerdem setzt sie ganzjährig auf saisonale Küche. „Ob Erdbeeren, Spargel, Pfefferlinge, Kürbis oder Wild, unsere schwäbische Vielfalt ist riesengroß, aber alles zu seiner Zeit.“

Vorbildlich

Im Rahmen der Aktion „Mir schaffet's – Aufbruch im Staufferkreis“ stellen NWZ und Geislinger Zeitung verschiedene Beispiele für außergewöhnliches soziales Engagement vor.

DIE WIRKUNG

In den Köpfen bewegt sich was, viele Projekte laufen weiter

Redaktionsleiter Rüdiger Gramsch registriert auch sieben Monate nach der Aktion, dass sich in den Köpfen der Menschen etwas bewegt hat. Beispiel: Weil die Stadt Göppingen eine sanierungsbedürftige Hauptschule schließen will, um Geld zu sparen, ergreifen Eltern die Initiative. Sie wollen das Schulgebäude renovieren. In Leserbriefen steht: „Wie heißt das doch bei uns in Göppingen? Mir schaffet's!“

Zahlreiche Projekte, durch die Aktion angestoßen, laufen weiter. Zum Beispiel eine Kirchturmsanierung durch einen neu gegründeten Förderverein, eine Kinderakademie in kreisweiter Kooperation von NWZ mit Schulamt und Volkshochschule, in der Senioren ihr Wissen an Kinder weitergeben, der Ausbau des Leistungszentrums Radsport durch eine private

Initiative, das Netzwerk zur Gründung einer Naturheilakademie unter Federführung der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises.

Die Regionalmesse „Göppinger Genuss“ wird im November 2005 mit dem Schwerpunkt Bioprodukte zum zweiten Mal stattfinden, die Lehrstellenaktion „Chance 2004“ wird 2005 neu aufgelegt, der Aufbau einer Börse geht voran. Hier können Firmen, die Produkte oder Dienstleistungen brauchen, erfahren, ob es innerhalb des Landkreises Anbieter gibt. Und das Netzwerk zum Strukturwandel im Landkreis Göppingen arbeitet an folgendem Thema: In welchen Branchen haben wir im Landkreis Zukunft, wo müssen Akzente gesetzt werden, damit neue Arbeitsplätze entstehen?



NOCH FRAGEN?

Rüdiger Gramsch, Redaktionsleiter NWZ, Telefon: (0 71 61) 20 41 40, E-Mail: r.gramsch@swp.de

Veränderungen sind Chancen — Serie liefert die Beweise

3. Preis 1996

MAIN-POST

Wirtschaftliche Veränderungen werden häufig als Bedrohung aufgefasst. Die Main-Post wollte zeigen, dass in solchen Veränderungen auch Chancen liegen. Deshalb präsentierte sie in einer umfangreichen Serie Firmen und Menschen, die sich erfolgreich auf neue Bedingungen eingestellt haben. Dafür erhielt die Zeitung 1996 den 3. Preis.

DIE JURY

Zeitung als Faktor für Integration

Mantel- und Lokalredaktionen wirken zusammen, werfen ihre Recherchen und Beiträge in einen gemeinsamen redaktionellen Topf. Die Ergebnisse präsentiert die Main-Post auf den Mantelseiten – die Zeitung als Integrationsfaktor für die Region. Eine große Koordinationsleistung und ein konstruktiver Beitrag für den Wirtschaftsstandort Deutschland.

DAS PROJEKT

Signal gegen die Angst vor neuen Konkurrenten und Strukturen

Mitte der neunziger Jahre vollzog sich in der Arbeitswelt ein tief greifender Wandel. Die Globalisierung der Märkte, der Aufstieg junger Industrienationen, die Öffnung des Ostens – bestehende Strukturen wurden aufgebrochen. Viele bislang als sicher geltende Arbeitsplätze fielen weg. Neue Wege, Mut zum Anpacken, das Heft in die eigene Hand nehmen – dieser Ansatz stand hinter der Idee zu „Chancen in Franken“. Die Zeitungsgruppe Main-Post wollte ein Signal setzen, nach vorne zu sehen – und dokumentierte dies vom 30. September bis 7. Dezember 1996 in einer großen Serie.

An 58 Tagen zu 58 Themen erschienen 125 Artikel, 49 Fotos und sechs Grafiken. Berichtet wurde über Menschen, die auf ungewöhnlichem Weg beruflich erfolgreich waren und über Firmen, die durch Innovationen und außergewöhnliche Maßnahmen ihre Chancen nutzten. Nichtalltägliche Ausbildungsmöglichkeiten und Karrieretipps wurden aufgezeigt, immer mit dem Blick auf die konkreten Gegebenheiten in der Region. Journalistische Service-Teile und Telefon-Aktionen rundeten das Angebot ab. Alle Beiträge erschienen in der Hauptausgabe, allerdings in verschiedenen Ressorts wie Wirtschaft, Hintergrund, Journal oder auf der Jugendseite.

DIE ORGANISATION

Kompetenzen bündeln: Ein „Kümmerer“ koordiniert

Thematische Tiefe und Vielfalt – nur durch das Bündeln der Kompetenz in einer Redaktion lässt sich eine Serie wie „Chancen in Franken“ überhaupt realisieren. Ohne das intensive Mitwirken der einzelnen Lokalredaktionen ist der unverzichtbare lokale Bezug nicht möglich. Auch die Mantelredaktionen sind gefordert, ihr Know-How einzubringen.

Diese Arbeitsweise – nämlich ein Thema von möglichst vielen Redaktionen in einer Gesamtedition bearbeiten zu

lassen – hat die Zeitungsgruppe Main-Post seitdem viele Male wiederholt. Der Organisationsaufwand ist im Vergleich zum Ergebnis bescheiden. Wichtigstes Bindeglied ist ein „Kümmerer“, der die von den Redaktionen vorgeschlagenen Themen steuert. So wird vermieden, dass mehrere Teams am selben Stoff arbeiten, und man kann Schwerpunkte bei der Auswahl setzen. Diese Koordinationsaufgabe liegt meistens bei der Chefredaktion oder bei einem Kollegen, der einen engen Bezug zum jeweiligen Thema hat. **Peter Krones**

Im Kitzinger „Bauernladen“ gibt es Produkte frisch vom Bauernhof

Von der Bäuerin zur Unternehmerin

KITZINGER

Vor fünf Jahren startete der „Bauernladen“ in Kitzingen. Heute sind die Geschäftsräume schon zu klein.

■ VON TORSTEN SCHLEICHER

Milchkannen, die sich auf Baumstämme ergießen; Leinwand-Lösungen von Zuckerbäckern, die von Münsterlauer-Türmen laichen; Traktoren, die Demonstrationsfahrten vorführen: Die deutschen Bauern haben sich immer häufiger von der Politik im Blick gelassen. Sie sehen ihre Höhe sterben, die von Generationen aufgebaut wurden. Das Bauernhandwerk vom Aussterben bedroht?

Hildegard Schlegel aus Grottelheim (Lkr. Kitzingen) ist immer noch Bienen mit Leib und Seele, obwohl auch sie die Zukunft der deutschen Landwirtschaft alles andere als rosig sieht. Dennoch hat sie vor fünf Jahren ihre Nische gefunden. Seit September 1991 betreibt sie gemeinsam mit zwei anderen Bäuerinnen den „Bauernladen“ in Kitzingen. Dort

„zusamm“ es inzwischen Wochen für Wochen, wenn vielen Kunden in Kitzingen und Umgebung ist der Bauernladen längst mehr als ein Geheiss.

Am Anfang stand ein Seminar über „Neue Märkte für die Landwirtschaft“. Als der Referent auch über das Thema Bauernladen sprach, dachte ich mir: Eigentlich hat es mich schon interessiert. Und noch am selben Tag wusste sie, dass der Bauernladen ihre Chance war.

Mitbestimmern waren schnell gefunden, auch wenn die Idee bei vielen Bauern-Kollegen auf reichliche Skepsis stieß. Zum heutigen Team gehören neben Hildegard Schlegel noch Elfriede Düll aus Hottelshausen und Christa Zimmermann aus Unterzellheim.



Denn musste ein Konzept her, passend zur Kitzinger Region und zu den potenziellen Kunden. „Ich habe mir einen Zettel gemacht und auf

geschrieben: Mit welchen Ideologien wollen wir welche Produkte verkaufen?“, erinnert Hildegard Schlegel. Bald war sich das Team einig: Der typische „Oma-Laden“ sollte es auf keinen Fall sein. Produkte, die direkt vom Bauern kommen, die frisch sind und keinen langen Transport hinter sich haben – das war's, und das ist es, was das Erfolgsgeheimnis des Bauernladens ausmacht.

Der Erfolg der Bauernladen-Idee war keineswegs vorprogrammiert. 1991, als Hildegard Schlegel und ihre Mitbestimmern das Geschäft eröffneten, gab es kein vergleichbares Projekt in Bayern. Der Schritt zum unternehmerischen Handeln war in jedem Fall ein Wagnis. Ein Unternehmensberater hatte eine Prognose aufgestellt, über die Hildegard Schlegel heute nur noch lachend berichten kann: „Wenn's danach gegangen wäre, hätten wir bald wieder zusehen können.“

Förderung vom Freistaat gab's auch keine. Im Ministerium war der Bauernladen „damals noch in der Kiste“. Zwar wurde der Verkauf auf dem Bauernhof gefördert, aber für einen Bauernladen gab es keine Förderstellen – also auch kein Geld.

Hildegard Schlegel ließ sich nicht abschrecken. Am 23. August 1991 war es soweit: „Die Laden-Gründung“ steht vor der Tür. Hildegard Schlegel erinnert sie sich. Heute ist das Team eingeregelt. Abwechselnd steht jede der drei Frauen für einen Tag im Geschäft.

Beliefert wird der Laden von über 20 Bauernhöfen aus der Region. Selbst Fleischi gibt es im Bauernladen zu reichlich allen, was die regionale Landwirtschaft herstellt. Ob Nudeln oder Getreidebrot, ob Gemüse oder Milch und Käse, die Angebotspalette ist breit. So breit, dass das Geschäft am Kitzinger „Schwalbentisch“ schon lange nicht mehr ausreicht. Ein größeres Geschäft in üblicher guter Lage ist bislang nicht gefunden. Aber auch dieses Unfallschicksal werden Hildegard Schlegel und ihre Kolleginnen wohl über kurz oder lang lösen.



FOTO SCHLEICHER

Freud und erfolgreich: Elfriede Düll, Christa Zimmermann und Hildegard Schlegel vom Bauernladen Kitzingen.

Zwei Lohrer Jungunternehmer machen Pfiffiges rund um den VW-Käfer

Das Hobby zum Beruf gemacht

LOHR

Der Käfer „rollt und rollt und rollt...“ – selbst nach seinem 60. Geburtstag. Ein Umstand, den sich zwei Männer für ihren Lebensunterhalt zunutze machen.

■ VON HANS WAGNER

Das Hobby zum Beruf machen ist Thema vieler. Die Leidenschaft dazu aber in die Realität umzusetzen, bleibt für die meisten nur ein Traum. Nicht so für Georg Hübner (38) aus Erlich bei Neustadt am Main und bei Michael Hausmann (37) aus dem schwäbischen Göttingen. Mit einer „Käfer-Workshop“ in Lohr (Lkr.

Main-Spessart) machen sie ihren Traum vom Hobby zur Selbstständigkeit wahr.

Bereits waren schon vor der Firmengründung im Jahr 1994 mit der „Käfer-Leidenschaft“ beauftragt. Sie sammelten, jeder für sich, bei den zahlreichen „Käfer-Clubtreffen“ in Deutschland diverse Ersatzteile für ihr Hobby.

Bei einem Treffen in Göttingen lernten sich die beiden Jungunternehmer kennen. Mit Fachwissen und viel altem Wissen. Die Bekanntschaft vertiefte sich bei weiteren Treffen.

Hausmann ist gelernter Kaufmann, Hübner schloss eine Ausbildung als Karosseriebauer und Lackierer ab. Die berufliche Unabhängigkeit beider war Nebenbei für die Idee einer eigenen „Käfer-Workshop“. „Wir haben eine gemeinsame Vision“, erinnern sich die beiden heute.

Der Zufall kam ihnen zu Hilfe. „Bei meinem Friseur habe ich erfahren, dass in Lohr eine Werkstatt am vorgesehen ist, weil Hübner zu be-

richten. Im Juni 1994 fiel der Startschuss. Das erste Kundentermin waren Bekannte und Freunde aus dem Kreis der „Käfer-Liebhaber“. Damit gewannen die Werkstattbesitzer auch das finanzielle Risiko ein.



„In den Sommermonaten haben wir kaum einen Tag frei“, erinnert Georg zur Arbeitsebene. Unter der Woche wird täglich zwischen zwölf und 14 Stunden gearbeitet. Die Wochentage stehen nach wie vor im Zeichen der Clubtreffen. Dort gehen die beiden auf die Suche nach Ersatzteilen, Firmen- oder Wagnisverpflichtungen, vervollständigen ihr Ersatzteilager.

Neben dem Service zum Käfer

haben die Käfer-Mechaniker ein Zulieferprogramm von schenken Lackiermaterial zur Chrompolitur an. Besonders Schwachpunkte sind Blechteile mit prächtigen Alufarbe-Bildnissen. „Wir machen mit dem Käfer alles, maßgebend ist der Wunsch der Kunden“, heißt die Devise der Jungunternehmer.

Ob der Wagen selbst oder dessen Dach tiefer gelagert werden soll, ob Fahrwerksoptimierung oder Karosserieverbesserung – die Vielfalt der Angebote der beiden „Käfer-Spezialisten“ ist fast nicht zu überschauen. Ein Schmeißer haben beide für Frischluftanlagen parat – neben Käfer-Cabrios stellen sie auch „Trikes“ her. „Die Technik der Trikes besteht zu 80 Prozent aus VW-Käfer-Technik.“ Der Erfolg des Teams lässt sich auch an den Umsatzzahlen ablesen: Von 1994 auf 90 000 Mark im zweiten Halbjahr 1995, das kann sich sehen lassen – Tendenz steigend. „Die Beifahrer des Käfers ist nach wie vor unerschöpflich“, stellen sie fest: „Gerade bei der Jugend steht der Bucklige wieder hoch im Kurs.“

NOCH FRAGEN?

Peter Krones, Leitender Redakteur, Telefon: (09 31) 6 00 13 43, E-Mail: red.chefredaktion@mainpost.de

Wenn der Handel kriselt, stottert das Herz der City

3. Preis 1998
ERLANGER
Nachrichten

City gegen grüne Wiese, Geiz ist geil und Umsatz fehlt. Die Erlanger Nachrichten gingen der Krise des Einzelhandels in ihrer Stadt gründlich auf den Grund – und bekamen 1998 den 3. Preis.

DIE JURY

Saubere Analyse

Das Herz der Städte pocht nicht mehr so wie früher“, konstatiert der Lokalchef. Folgen einer verfehlten Innenstadtpolitik, eines Handels, der nicht die richtigen Antworten findet auf den Wandel, auf veränderte Kaufkraftströme? Ohne Ermittlungen, mit Fleiß und Sachverstand durchgeführt, gibt es keine Antworten auf die vielen Fragen, die damit zusammenhängen. Die Erlanger Nachrichten leisten ihrer Stadt einen großen Dienst – nicht mit Schönfärberei, sondern mit gründlicher Recherche. Die Serie „Handel braucht Wandel“ besticht nicht mit heldenhaften Kommentaren, sondern mit sauberer Analyse. Der beste Weg, um etwas zu bewegen.

DAS PROJEKT

Händler, Kunden, Politiker – jeder darf und muss etwas sagen

Warum ist in der Stadt nicht mehr so viel los wie früher? Warum herrscht in nicht wenigen Geschäften gähnende Kundenleere? Warum geben manche Erlanger ihr Geld lieber in anderen Städten aus? Der Einzelhandel ist in der Krise – diese Feststellung ist vielerorts zu hören. Die Erlanger Nachrichten gehen den Ursachen der Krise in ihrer Stadt auf den Grund. In einer groß angelegten Serie

recherchiert die Redaktion die Situation des Einzelhandels in ihrer Stadt in allen Einzelheiten. Händler und Kunden erhalten reichlich Gelegenheit sich zu äußern, verantwortliche Kommunalpolitiker und Gewerkschaftsvertreter stehen Rede und Antwort. Sowohl die Frage, was Händler verbessern können, als auch die Frage, welche Rahmenbedingungen Politik und Verwaltung setzen müssen, spielen eine Rolle. Fragen der Verkehrsplanung und des Denkmalschutzes werden ebenso angesprochen.

Das Herzstück der Serie sind die vielen umfangreich recherchierten Berichte. Aber die Redaktion nutzt auch andere Möglichkeiten: Mit einer Telefonaktion zum Beispiel bindet sie die Leser direkt in die Serie ein. Es gibt eine Sonderseite mit Anregungen und Verbesserungsvorschlägen für alle Beteiligten. Und die Stadt Erlangen und das City-Management bringen die Serie gemeinsam mit der Zeitung als 68-seitige Broschüre heraus.



NOCH FRAGEN?

Udo B. Greiner,
Redaktionsleiter Erlangen,
Telefon: (0 91 31) 9 77 93 50,
E-Mail:
udo.b.greiner@pressenetz.de

Wirtschaftliche Rollen der Leser zum Aufhänger machen

Von KRISTOV HOGEL

Wer im Lokalen über Wirtschaft schreibt, sollte das aus dem Blickwinkel der Leser tun.

Der Leser als Verbraucher: Im besten Fall macht die Wirtschaftsberichterstattung die Leser zu dem, was ihr Ideal auch in der Wirtschaftstheorie ist: zu souveränen Konsumenten. Sie haben den Überblick über Angebote. Sie kennen die Preise. Sie wissen um die Folgen einer Kaufentscheidung. Sie kalkulieren die Zukunft mit ein. Sie kennen die Gefahren, die für sie und die Umwelt mit bestimmten Produkten verbunden sind. Wirtschaftsberichterstattung hat dann einen konkreten, in Euro und Cent bestimmbar Nutzwert.

Der Leser als Bürger: Wirtschaft ist immer auch Politik, Politik bestimmt und begrenzt die Wirtschaft. Berichterstattung über Fragen der Wirtschaft ist deshalb politischer Journalismus – und zielt auf die mündigen Leser. Diese Berichterstattung müsste die Folgen und Zusammenhänge wirtschaftlicher Entwicklungen und wirtschaftspolitischer Entscheidungen aufzeigen, dürfte nicht die Tendenz unterstützen, die Wirtschaft den „Wirtschaftlern“ zu überlassen. Kurz: Es ist nötig, Zusammenhänge zu erklären.

Der Leser als Erwerbstätiger: Jeder Leser arbeitet oder sucht Arbeit. Oder ist wirtschaftlich von jemandem abhängig, der arbeitet. Das Thema Arbeit interessiert am stärksten. Die Zukunft der Arbeit, die Zukunft im eigenen Beruf, die Rechte und Pflichten am Arbeitsplatz und

bei einer Kündigung, die Aufstiegschancen, die Verdienstmöglichkeiten – das alles sind Facetten.

Das Thema „Arbeit“ weist aber weit über die Grenzen der eigenen Region, auch über Berlin und Brüssel hinaus auf die großen Änderungen in der weltweiten Arbeitsteilung hin, die unter dem Schlagwort „Globalisierung“ zusammengefasst werden. Globalisierung geht auch das Lokale an: „Fertigung in Ungarn, Buchhaltung in Indien, Einkauf in Thailand, Finanzierung in Tokio, Firmensitz in Köln“, beschrieb der Wirtschaftswissenschaftler Wolfram Engels die Globalisierung der Unternehmen sehr plastisch.

Wie international verflochten sind die heimischen Firmen?
Die Zeitung beobachtet und schreibt.

Für Wirtschaftsjournalisten im Lokalen heißt das, die internationalen Verflechtungen der heimischen Unternehmen zu beschreiben, die Lohndifferenzen und Qualitätsunterschiede zur direkten Konkurrenz deutlich zu machen, die Arbeitsbedingungen hier und dort zu vergleichen – kurz: auch die weltweite Entwicklung der in der Heimat vertretenen Branchen zu beobachten.

Wirtschaftsjournalismus in der Tageszeitung hat verstärkt auf den lokalen und regionalen Bezug zu achten, muss mehr Service, Rat und Lebenshilfe bieten und vor allem mehr Erklärungen, mehr Hintergrund und Angebote, die helfen, Nachrichten in einen Zusammenhang einzuordnen.



Kristov Hogel hat 1993 für die Dresdner Morgenpost mit der Serie „25 goldene Regeln – Der Weg zum Erfolg“ den 2. Preis errungen. Er starb 1997 im Alter von 27 Jahren.

- ▶ Alltag
- ▶ Alter
- ▶ Anwalt
- ▶ Ausländer
- ▶ Bürokratie
- ▶ Demokratie
- ▶ Dritte Welt
- ▶ Ehrenamt
- ▶ Europa
- ▶ Forum
- ▶ Foto
- ▶ Freizeit
- ▶ Geschichte
allgemein
- ▶ Geschichte
1945 und danach
- ▶ Geschichte
DDR
- ▶ Gesundheit
- ▶ Haushalt
- ▶ Heimat
- ▶ Hintergrund
- ▶ Jugend
- ▶ Justiz
- ▶ Katastrophen
- ▶ Kontinuität
- ▶ Kriminalität
- ▶ Lebenshilfe
- ▶ Marketing
- ▶ Menschen
- ▶ Recherche
- ▶ Schule
- ▶ Tests
- ▶ Umwelt
- ▶ Unterhaltung
- ▶ Verbraucher
- ▶ Vereine
- ▶ Wächteramt
- ▶ Wahlen
- ▶ Wirtschaft
- ▶ **WISSENSCHAFT**
- ▶ Wohnen

Leser wollen verstehen und beurteilen können, welche Chancen und Risiken sich mit wissenschaftlichen Erkenntnissen verbinden. Sie wollen wissen, wohin die Reise geht, auf die Forscher sich begeben. Deshalb sind Wissenschaftsberichte in allen Mediensparten auf dem Vormarsch. Ganz besonders interessiert die Wissenschaft, die in der Nachbarschaft gemacht wird. Ob die Forscher sich in ihrem Elfenbeinturm gestört fühlen oder Öffentlichkeit begrüßen, weil sie hilfreich sein kann, ist für die Lokalzeitung eine nachrangige Frage. Ihre Leser wollen wissen, was es mit der Welt der Wissenschaft auf sich hat.

Die große Welt der Forscher im Lokalen

Einblick in die Teeküche der Forscher und Denker

Sonderpreis 2003

**Märkische
Allgemeine**

Potsdam ist eine Stadt der Wissenschaften, sie beherbergt Institute mit weltweitem Renommee. Wissenschaftliche Einrichtungen an prominenter Stelle im Lokalteil porträtiert – so etwas gibt es viel zu selten. Die Märkische Allgemeine machte es, gab einen Einblick in die Teeküche der Forscher und Denker, Sonderpreis 2003.

DIE JURY

Eine besondere Art von Heimatkunde

Eine Variante von Heimatkunde, wie sie nur die Zeitung leisten kann: Die Lokalredaktion präsentiert Wissenschaft, holt die vielen Institute und Disziplinen aus ihren elfenbeinernen Türmen heraus, übersetzt Fachsprachen und bietet einen aktuellen Überblick. Potsdam leuchtet als Stadt der Wissenschaft – die Bürger wissen es nach dieser Serie: ein Verdienst der Zeitung.

DAS PROJEKT

41-mal Wissenschaft am Stück

Eine lange Serie mit einem markanten Signet: „Potsdam 2003 – Jahr der Wissenschaft“. Über das gesamte Jahr werden auf einer vorderen Seite des Lokalteils 41 in Potsdam ansässige Institute und andere wissenschaftliche Einrichtungen vorgestellt. Aufmacher der Seite ist jeweils ein Überblick über die Einrichtung, sie wird flankiert durch Beiträge über bekannte Persönlichkeiten, ein herausragendes Forschungsprojekt oder eine kleine Randbegebenheit. Ein Interview mit der Leiterin oder dem Leiter der Forschungseinrichtung rundet die Präsentation ab.

Die Serie ist eingebettet in die Gesamtberichterstattung über das Jahr der Wissenschaften in Potsdam. Sie bringt Berichte über die Veranstaltungen der Institute. Mit Hilfe der Zeitung wird bei öffentlichen Veranstaltungen auch „Wissenschaft zum Anfassen“ präsentiert. Die Platzierung im Lokalteil und nicht auf der Wissenschaftsseite zeigt Wirkung. Viele Bürger nehmen zum ersten Mal wahr, in welcher bedeutenden Stadt der Wissenschaft sie leben. Die Wissenschaftler richten ihre Öffentlichkeitsarbeit neu aus, es entsteht ein Science-Center in der Stadtmitte, die Serie der Zeitung erscheint als Broschüre, sie ist ein Führer durch die Wissenschaftswelt in Potsdam.

TIPP

Durch beharrliches Fragen auf den Boden der Verstehbarkeit holen

Die Angst des Redakteurs bei der Recherche vor ‚schlauem Wissenschaftlern‘ ist zu verstehen, aber nicht gerechtfertigt. Auch Professoren sind bei richtiger Ansprache bereit, Auskunft zu geben. Wissenschaftler müssen allerdings durch den Rechercheur immer wieder auf den Boden der Verstehbarkeit zurückgeholt werden. Beharrliches Nachfragen wird damit zur Grundvoraussetzung für gute Recherche – so lange, bis der Redakteur versteht, was der Wissenschaftler sagen will.

(Seminardokumentation „Recherche am Beispiel Umweltschutz“, Berlin 1983)

