

# Haltungsfragen

Am 1. und 2. April läuft eine neue Ausgabe der DJV-Tagung „24 Stunden Zukunft“. 24 Stunden werden junge Journalisten in Potsdam-Babelsberg miteinander verbringen, um sich fit für die Zukunft zu machen. Im Zentrum steht die Diskussion darüber, wie Journalisten sich in der gegenwärtigen Erregungskultur verhalten sollen.

von Monika Lungmus

**Jetzt Haltung annehmen!** Unter diesem Motto lädt der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) den Mediennachwuchs am 1. und 2. April zu seiner Tagung „24 Stunden Zukunft“ nach Potsdam-Babelsberg ein. Es soll um Strategien für den Umgang mit Hasskommentaren und Anfeindungen gegen Journalisten gehen. Denn die Aggression im Netz oder auf der Straße verunsichert gerade junge Journalisten.

Viele fragen sich, ob Journalismus für sie noch die richtige Berufswahl ist, sagt Maurizio Gemmer, der Vorsitzende des Bundesfachausschusses Junge Journalisten. „Wir wollen deutlich machen, dass man sich durch Einschüchterungen nicht abbringen lassen sollte.“ Gerade in diesen Zeiten brauche man mutige Journalisten, die Persönlichkeit zeigen und Position beziehen. Die für eine demokratische Gesellschaft streiten. Eva Werner, beim DJV für die jungen Journalisten zuständig, sagt: „Im digitalen Zeitalter macht sich immer mehr Hass im Netz breit, der oft begründet wird mit ‚Belegen‘, die aber nicht mehr sind als ‚Fake News‘. Diese werden dann im Netz verbreitet von Social Bots, deren Zweck es ist, Einfluss auf die politische Meinungsbildung zu nehmen.“ Es sei wichtiger denn je, dass Journalisten hier eine glaubwürdige Einordnung und Einschätzung geben können.

Doch was bedeutet das eigentlich: Haltung annehmen? Wie viel Selbstbewusstsein ist nötig, um sich nicht unterkrie-

gen zu lassen? Und wenn eine klare Positionierung die Hetze gegen Journalisten erst entfacht, ist es dann vielleicht besser, sich mehr auf die nüchternen Fakten zu konzentrieren, auf tiefere Recherchen, auf mehr wertfreien Journalismus? Gibt so etwas wie wertfreien Journalismus überhaupt? Und helfen Fakten tatsächlich immer gegen Vorurteile? Wie können und sollen sich Journalisten in der gegenwärtigen Erregungskultur verhalten?

Wenn es um die Definition dessen geht, was Haltung eigentlich ist und bedeutet, hilft zunächst mal der Duden weiter: ohne Rückgrat keine Haltung. Je stabiler das Rückgrat ist, desto mehr schützt es vorm Krümmen und Verbiegen. Haltung meint auch die innere Grundeinstellung – zum Beispiel, ob man die Menschenwürde achtet, einen Sinn für Ungerechtigkeit hat.

Wer Journalisten fragt, ob ein Journalist eine Haltung braucht, bekommt die verschiedensten Antworten. So wie Stefan Niggemeier, der sich im Februar 2016 bei Kollegen umhörte, die einer Preisverleihung an NDR-Journalistin Anja Reschke beiwohnten. „Man braucht Haltung für den Beruf“, meinte etwa ARD-Talkerin Anne Will und verwies auf so etwas wie „Arbeitsethos“. Hans Leyendecker von der *Süddeutschen Zeitung* glaubt, dass „man im Leben ein Geländer braucht“, dass es „Grundsätze geben muss, an denen man festhalten muss“. Und der investigative Sportjournalist Jens Weinreich findet es wichtig, „bei Gegenwind in- und außerhalb der Redaktion nicht einzuknicken“.

So ähnlich sieht es auch Anja Reschke, die sich in einem viel diskutierten *Tagesschau*-Kommentar zur Flüchtlingspolitik klar positioniert hat. Haltung annehmen hat in ihren Augen etwas mit aushalten zu tun. Und Reschke hat einiges ausgehalten nach ihrem Kommentar vom August 2015. In

Eine Tagung – 24 Stunden lang. Der DJV-Kongress für junge Journalisten findet in diesem Jahr in Potsdam statt, am 1. und 2. April. Es geht um Haltung. Mit dabei sind unter anderem: Daniel Drepper, Isa Sonnenfeld und Dominik Grau.

# „Wir wollen mit unseren Inhalten dort sein, wo die Leser sind“

Dominik Grau wird bei der DJV-Tagung „24 Stunden Zukunft“ zu der Frage referieren: Wie werden wir künftig arbeiten? Der *journalist* hat mit dem gelernten Journalisten gesprochen, der seit 2015 als Chief Innovation Officer für den Ebner Verlag arbeitet.

Interview von Monika Lungmus

*journalist*: Sie sind beim Ebner Verlag verantwortlich für den digitalen Wandel des Medienhauses. Mit 36 Jahren haben Sie also bereits eine steile Karriere gemacht. Was haben Sie, was andere nicht haben?

Dominik Grau: Die Frage nach der äußeren Perspektive müssen andere beantworten. Ich kann nur sagen, dass ich mich schon als Kind viel mit Computern, Trends und Medien beschäftigt habe. Als Jugendlicher war ich ein begeisterter Gamer, arbeitete bei einem großem IT- und Technikhändler. Während des Studiums habe ich im Bereich Netzwerk und IT-Struktur geforscht und im Journalismus erste Schritte getan als Autor für *chip.de* und das Printmagazin *Chip*.

Sie sind also mit dem Computer groß geworden.

In unserem sprichwörtlich bayerischen Kuhdorf – ich bin zwischen München und den Bergen aufgewachsen – hatte man im Grunde nur folgende Möglichkeiten: Entweder man geht in den Sportverein, den Schützenverein und den Trachtenverein. Oder man bleibt zu Hause und arbeitet sich in die Computertechnik ein.

Und jetzt sind Sie Chief Innovation Officer. Was macht man als CIO?

Gemeinsam mit dem Team Sorge ich dafür, dass die neuesten Trends, Medienformen, Technologien und Arbeitsweisen im Verlag umgesetzt werden. Wir wollen mit allen Kollegen und all



FOTO: MAGDALENA MUELLER

## Dominik Grau (36)

ist seit 2015 Chief Innovation Officer des Ebner Verlags. Er hat beim Computermagazin *Chip* volontiert und wurde danach mit 25 Jahren Chefredakteur bei *Burda Yukom*, bereits zwei Jahre später Director Online der deutschen Tochter des amerikanischen IDG-Verlags, bevor er 2011 für Ebner als Managing Director nach New York wechselte. Von 2004 bis 2009 war er Vorsitzender der Fachgruppe Junge beim Bayerischen Journalisten-Verband und in dieser Zeit auch Mitglied im Bundesfachausschuss Junge Journalisten sowie aktives Mitglied von *jungejournalisten.de*.

unseren Medien und Inhalten da sein, wo die Leser sind. Ich kümmere mich um alles, was mit Websites, Social Media, E-Commerce, Video, Apps, Zukunft zu tun hat. Wir arbeiten eng mit Universitäten zusammen, pflegen den Austausch mit der Forschung, internationalen Verlagen, großen Firmen, kleinen Start-ups und erfahren deshalb früh, wohin die Reise geht.

Der Ebner Verlag ist ja ein Fachverlag... Genau. Und ein Familienunternehmen. 2017 feiert Ebner 200-jähriges Jubiläum. Wir sind breit aufgestellt, geben beispielsweise eine Designzeitschrift heraus. Wir publizieren Luxusuhrenmagazine, ein Feuerwehrmagazin. Wir besitzen einen von Deutschlands größten Musikfachverlagen. Insgesamt verlegen wir derzeit 88 Zeitschriften und 40 Websites in elf Ländern.

Bevor Sie im Juli 2015 den CIO-Posten übernommen haben, haben Sie vier Jahre lang in New York gearbeitet. Was haben Sie dort gemacht?

In New York war ich verantwortlich für das dortige Büro und für ein Luxusuhrenmagazin. Es heißt *Watchtime*. Das haben wir ausgebaut von einem vormals lokalen Printtitel zu einer der weltweit größten englischsprachigen Luxusuhren-Medienplattformen auf nun vier Kontinenten gemacht.

Und was haben Sie dann mit nach Deutschland gebracht?

Zum Beispiel die Strategie für automa-

tisierte Online-Newsletter. Ich hätte nicht gedacht, dass Newsletter so wichtig werden. Wir haben für fast alle Marken einen täglichen Newsletter und wöchentliche Updates implementiert. Man steigert die Reichweite. Man steigert die Bindung mit dem Leser. Und man steigert die Verkäufe im Bereich E-Commerce sowie die Abos.

Sie befassen sich schon länger mit der Frage, wie sich Verlage fit für die Zukunft machen. Wie denn?

Die wichtigste Erkenntnis ist, dass gute Inhalte immer gelesen werden. Egal auf welchem Kanal, egal in welchem Format, egal zu welcher Tageszeit. Gute Inhalte finden ihre Leser. Es geht also darum, die besten Inhalte zu erstellen, sie gut aufzubereiten und in der richtigen Struktur an die Leser zu bringen, in dem Format und in der Sprache, die die Leser erwarten. Der Kanal mag sich ändern, nicht aber das Wissensbedürfnis der Leser.

Wie kann man das auf den Journalismus übertragen?

Es geht um exzellentes Wissen, um Fakten, um Beratung und Information. Aufgabe von Journalisten ist es meiner Auffassung nach aber auch, sich intensive Gedanken über die derzeitige und künftige Verbreitung zu machen. Also schon bei der Recherche mitzudenken, was die Leser konkret erwarten und welche Verbreitungsform sich eignet. ■

einem Interview mit dem NDR-Medienmagazin *Zapp* sagte sie: „Ich weiß nicht, ob Journalismus Haltung braucht. Aber wenn man sie hat, dann muss man das auch deutlich machen.“

Müssen Journalisten also schlicht ehrlicher sein? Mehr offenlegen, warum sie meinen, dass die Welt so ist, wie sie sie darstellen? Und hieße Haltung annehmen dann auch, mehr Respekt für das Publikum zu zeigen? Die zweite Journalistin, die man in diesem Zusammenhang unbedingt erwähnen muss, ist die ZDF-Moderatorin Dunja Hayali. Sie wurde im vergangenen Jahr als „Journalistin mit Haltung“ mit der Sonderehrung des Robert-Geisendörfer-Preises ausgezeichnet. Die Jury hatte sie mit ihrer Beharrlichkeit beeindruckt, in der sie sich mit Menschen auseinandersetzt, die zuvor ihre Arbeit oder sie persönlich verunglimpft haben. Sie habe somit in einer schwierigen Lage Haltung gezeigt.

Bei der DJV-Tagung „24 Stunden Zukunft“ wird sich Daniel Drepper vom Recherchezentrum *Correctiv* mit Handlungsfragen befassen. Seine Grundüberzeugung lautet: Journalisten sollten sich weniger als politische Akteure aufstellen, sondern mehr recherchieren und aus der Recherche eine Haltung entwickeln. Die Diskussion könnte spannend werden. ■

Anmeldung: [www.djv-24stunden.de](http://www.djv-24stunden.de).

ANZEIGE



## Das Presse-Familienkonzept

**Top Konditionen:  
Für Sie, Ihren Partner  
und Ihre Kinder !**



**Presse-Versorgung**

Beratung: 0711 2056 244  
[info@presse-versorgung.de](mailto:info@presse-versorgung.de)

Individuelles Angebot unter:

[www.presse-versorgung.de/familie](http://www.presse-versorgung.de/familie)