

ABENTEUER JOURNALISMUS

Ansgar Mayer
Ist das noch Journalismus?
Publizistischer Wandel
und Reibungshitze

Ansgar Mayer (40) ist seit Dezember 2012 Chief Product Officer (CPO) der Computer-Bild-Gruppe in Hamburg (Axel Springer AG). Journalismus hat er vor 20 Jahren studiert und seither in vielen Redaktionen und Verlagen gearbeitet.



Vor ein paar Tagen kam mein alter Freund, Chefredakteur Axel Telzerow in mein Büro und legte mir grinsend Fotos aus unseren Studententagen vor. Damals hatten wir für einen Artikel in Erfurt recherchiert. Ich blickte in sehr junge, ambitionierte Gesichter. „Journalist werden“ war für uns gesetzt. Inzwischen weiß ich: „Journalist bleiben“ ist die Herausforderung.

Nach dem Studium habe ich lange im Hörfunk gearbeitet. Prägend wurde für mich die Zeit bei FAZ Electronic Media. Bis zum Sendeschluss Ende 2001 hatte ich das FAZ-Business Radio in München redaktionell geleitet, die Mannschaft mit aufgebaut – und schließlich wieder abgewickelt. Das harte Ende – entgegen vieler Zusagen – wurde für mich zu einer Zäsur. In der Folge gründete ich das MedienRat-Institut für Qualität im Journalismus (www.medienrat-institut.de), um mit dieser privaten Denkfabrik die Krisenjahre des Journalismus zu dokumentieren.

2004 durfte ich den Ausbildungsbereich Elektronische Medien an der katholischen Journalistenschule ifp übernehmen und schließlich den ifp-Standort Ludwigshafen leiten. Gemein-

sam mit meinem Kollegen Bernhard Rude machte ich mir damals Gedanken über die Volontärsausbildung. Und eines Tages meinte Bernhard zu mir: „Wir reden die ganze Zeit von unserer ‚crossmedialen Ausbildung‘. Aber was soll das eigentlich sein, wissen wir das denn selbst?“

Ich habe das Bernhard nie so deutlich gesagt (dafür wird er es jetzt lesen) – aber dieser Satz hat die nächste Weiche meines Berufslebens gestellt. Mich faszinierte die neue, multimediale, interaktive Entwicklung des (digitalen) Journalismus. Wir etablierten erste crossmediale Ausbildungsmodule für das ifp und 2007 durfte ich die Axel Springer Akademie (ASA) in Berlin mit aufbauen, als Crossmedia-Leiter von „Deutschlands modernster Journalistenschule“, wie wir uns selbstbewusst nannten.

In meiner ASA-Zeit haben wir viele Projekte auf den Weg gebracht, die sich mit der Zukunft des Journalismus befassen (z.B. <http://www.zukunft-journalismus.de/>). Auch in der Praxis gingen wir neue Wege, wie beim Social-Media-Projekt „This is South Africa“, das für den Grimme Online Award nominiert worden ist. Oder beim Katholikentag 2008, bei dem wir in Os-

nabrück einen mobilen Newsroom errichteten und von dort aus katholikentag.de live und multimedial inszenierten. (Übrigens verstehe ich bis heute nicht, warum den Journalistenschülern der Katholische Medienpreis verwehrt geblieben ist!)

An der Akademie konnte ich vor allem mit meinem Kollegen Frank Diering vom Workflow-Management der WELT-Gruppe viele Denkpapiere auf den Weg bringen. Immer wieder wälzten wir die Frage, ob der Journalist der Zukunft nicht viel stärker ein technisch versierter Koordinator und Aggregator sein wird, der auch unternehmerisch denken muss. (Unser aktuelles Denkpapier ist online abrufbar: <http://kURL.de/medienkosmos>)

Worin besteht also nun mein persönliches „Abenteuer Journalismus“? In der täglichen Herausforderung, bei allem Wandel journalistische Leidenschaft zu bewahren. Aber auch darin, gegen Windmühlen zu kämpfen und Reibungshitze auszuhalten. Wie Robert Thompson, Geschäftsführer des Wallstreet Journal formulierte: „Journalisten müssen mehr darüber nachdenken, was, warum und wie sie etwas tun. Wir alle müssen uns umstellen.“