

Demokratie für Azubis

MEDIENARBEIT Ein beispielhaftes Projekt von Schmitt + Sohn mit Journalisten des VNP.

VON HANS BÖLLER

NÜRNBERG – Ob gesellschaftlich engagierte, politisch interessierte junge Menschen die besseren Azubis sind? Anna von Hinüber lächelt. „Sie sind die besseren Bürger“, sagt sie – und man kann auf den Gedanken kommen, dass dieses Land seine Bürger so dringend braucht wie schon lange nicht mehr. Der Begriff der Zivilgesellschaft ist erst gut 30 Jahre alt, heute – da Antidemokraten, Populisten und Verschwörungstheoretiker immer mehr Zulauf erfahren – ist es vor allem diese Zivilgesellschaft, auf der die Hoffnungen ruhen.

Anna von Hinüber, geborene Schmitt, ist geschäftsführende Gesellschafterin des mittlerweile in sechster Generation geführten Familienunternehmens Schmitt + Sohn, die Nürnberger Aufzugsbauer sind ein internationaler Branchenführer – aber nicht nur deshalb ein besonderes Unternehmen. Von vielen Auszeichnungen ist der Firma der von der Stadt Nürnberg verliehene Preis für eine diskriminierungsfreie Unternehmenskultur besonders wichtig.

Gute Noten, sagt Anna von Hinüber, sind nur das eine, „wir suchen vor allem Menschen, die zu uns passen, die Verantwortung übernehmen“ – nicht nur in der Firma, auch im Alltag, in der Zivilgesellschaft. Darin sieht Schmitt + Sohn einen Auftrag, und deshalb versammeln sich an diesem Tag 100 Auszubildende

des Unternehmens aus ganz Deutschland im Nürnberger Museum für Kommunikation.

Das Thema ist die Sprache, die Nachricht – und darüber die Frage, wie wichtig Qualitätsjournalismus für die Werte der Gesellschaft, für Demokratie und Freiheit ist. Schmitt + Sohn hat den Verlag Nürnberger Presse darum gebeten, den Tag mitzugestalten, „ein riesengroßes Geschenk“ nennt Anna von Hinüber diese Zusammenarbeit, und wer sie nur ein bisschen kennt, weiß, dass sie das genau so meint.

„Mit Fake News bombardiert“

Das Engagement ist beispielhaft und auf seine Weise einzigartig in der Metropolregion, es hat eine erstaunlich lange Tradition. Schon vor 20 Jahren hat der damalige Firmenchef Johannes Schmidt Lesestunden für Azubis eingeführt, Medienkunde war da noch ein sehr junges Fach. „Lernen, über den Tellerrand hinauszublicken“, sollen die jungen Leute, erklärt Marina Sippel, dafür gibt es auch Projekttag und, gemeinsam mit der Geschäftsleitung, Bildungsfahrten – „damit“, sagt die Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Schmitt + Sohn, „würden wir gerne auch andere inspirieren“.

Medienkompetenz ist zu einer Schlüsselqualifikation geworden, Anabelle Hornung, die Leiterin des Kommunikationsmuseum, erlebt, wie sie sagt, „nur sehr wenige junge

Menschen, die daran nicht interessiert wären“. Mit anderen Worten: Es lohnt – man sieht und hört es an diesem Tag, an dem Azubis mit Azubis diskutieren; vom Verlag Nürnberger Presse hat die Ausbildungsleiterin Ella Schindler vier Volontärinnen und Volontäre mitgebracht.

Bei solchen Gelegenheiten an die eigene Verantwortung erinnert zu werden, ist auch für ältere Journalisten nicht schädlich, die Fragen der jungen Menschen zielen auf wesentliche Aspekte des Berufs: Was ist guter Journalismus? Wie wichtig ist Kritik? Sind Journalisten voreingenommen? Wie gehen sie mit Fehlern um? Wann ist eine Recherche fundiert genug? Und: Wie schnell muss ein Text publiziert werden, welche Informationen reichen dafür?

„Hunderttausende Menschen erreichen zu können, bedeutet Verantwortung“, erklärt der Volontär Anton Dietzfelbinger, „Sicherheit im Handwerk, Genauigkeit, die Basics“ nennt er als Voraussetzung dafür. Journalisten, sagt Ella Schindler, machen manchmal Fehler, leider – „aber wir verbreiten nicht bewusst falsche Nachrichten“, das unterscheidet Journalismus von den Fake-News-Fabriken. Ja, sagt ein junger Mann, „wir werden ständig mit Fake News bombardiert“.

Eine „tolle Möglichkeit zu erfahren, was Journalismus bedeutet“, sagt Angelina Katusic, sei es gewesen, „ich habe ein ganz neues Bild



Foto: Hans-Joachim Winckler

Was ist guter Journalismus? VNP-Volontärin Carolin Heilig (rechts) im Gespräch mit Azubis von Schmitt + Sohn (ganz links Angelina Katusic).

gewonnen“. Die Sorgfalt, mit der „von so vielen Menschen gemeinsam an Texten gearbeitet“ wird, hat die angehende Industriekauffrau beeindruckt. Wie alle Auszubildenden der Firma nutzt sie die tägliche Gelegenheit zur Zeitungslektüre bei Schmitt + Sohn – wobei die in der jungen Lebenswelt rar gewordene gedruckte Zeitung dabei sogar ein besonderer Anreiz sei. „Wir diskutieren dann oft gemeinsam über die Inhalte“, erzählt Angelina Katusic.

„Demokratie ist nicht einfach da“, sagt Anna von Hinüber, und Ausbil-

dungsjahrgänge sehen heute anders aus als noch vor 30 Jahren. Sie spiegeln auch die Migration wider, nicht alle Azubis sind in der Freiheit einer Demokratie aufgewachsen.

Eine tägliche halbe Stunde verpflichtende Medienarbeit für die insgesamt 120 Azubis, das bedeutet für Schmitt + Sohn 300 bezahlte Arbeitsstunden pro Woche – aber die Frage, ob sich diese Investition auszahlt, muss man Anna von Hinüber am Ende des Tages gar nicht mehr stellen. „Was ich sehe“, sagt sie, „ist Neugier und Energie.“