



Rede anlässlich der Eröffnung von Publix

Maria Exner, Publix-Intendantin

13.09.2024

Guten Abend, sehr verehrte Gäste,
liebe Partner:innen, liebe Freund:innen, liebes Publix-Netzwerk, liebe
Nachbar:innen der Spore Initiative, liebes Team der Schöpflin Stiftung, dear
Pantha Rhea Foundation and international guests, mein liebes Publix-Team, ich
freue mich sehr, dass Sie alle und ihr alle heute Abend hier seid!

Als ich vor zwei Jahren mit der Ausarbeitung des Konzepts für Publix und damit im
Prinzip mit der Vorbereitung des heutigen Abends begonnen habe, hätte ich mir
nicht vorstellen können, wie viele Menschen ich in diesen 24 Monaten für dieses
Projekt begeistern könnte – und wie leicht das oft sein würde.

Ein Ort, an dem wir Ideen entwickeln wollen, um alle Menschen in unserem Land
mit verlässlichen Informationen zu erreichen.

Um den Journalismus und damit die Demokratie zu stärken?

In einem Gebäude, das extra nur für diesen Zweck von herausragenden
Architekt:innen im Dialog mit Redaktionen und NGOs geplant und gebaut wurde?

Unabhängig finanziert von einer Stiftung?

Mit Programmen für die Nachbarschaft – in Berlin Neukölln?

Viele meiner Gesprächspartner:innen hatten schon "Ja" gesagt, bevor ich diese
Punkte überhaupt alle im Detail ausführen konnte.

Ich bin begeistert von dem Enthusiasmus, der Offenheit, der Neugier, die so viele
von Euch diesem Projekt entgegenbringen.

Ihr seid als "Residents" in dieses Haus eingezogen und habt das Programm dieser
Eröffnungswoche mit uns gestaltet.

Ihr arbeitet mit uns – an unserer Technik, unserer Kommunikation, unserer
Sicherheit.

Ihr entwickelt inhaltliche Ideen mit uns, fördert unsere Programme, empfiehlt uns
weiter.

Ich bin schon viele Jahre Journalistin, aber zum ersten Mal Intendantin. Was mich
wirklich begeistert an dieser Rolle: Teil zu sein eines großen Netzwerks von
Menschen, die mit Mut und Tatkraft an den gleichen Themen arbeiten, Teil zu sein
eines Prozesses mit offenem Ausgang.

Danke, dass ihr heute Abend da seid und diesen Moment, in dem aus der

Vorbereitungszeit eine Spielzeit wird, mit uns feiert.

Ich könnte nicht froher sein, dass es nach sieben Jahren Planungs- und Bauzeit, nach dem Abschluss der Bauarbeiten im April, dem Einzug der Organisationen im Mai, der Eröffnung unserer Publix Kantine im Juni, in dieser Woche mit der gestrigen ersten Publix-Konferenz, der heutigen Eröffnungsfeier und dem Tag der offenen Tür am Sonntag endlich losgeht.

Und ich möchte stellvertretend für all jene, die sich nach Ermutigung sehnen, Ihnen lieber Herr Schöpflin, und Dir, lieber Tim und damit der ganzen Schöpflin Stiftung, danke sagen dafür, dass ihr den Mut hattet, dieses Haus zu bauen.

Alle, die erwarten, dass ich jetzt noch einmal ausführlich erzähle in welcher Krise sich Journalismus und Öffentlichkeit befinden, muss ich leider enttäuschen, denn: Für mich ist Publix „Ein Haus der Zuversicht“.

Warum?_Warum nicht: Ein Haus der Wahrheit, schließlich ist Journalismus ja der Wahrheit verpflichtet.

Warum nicht "Ein Haus der Demokratie"? Journalismus, sagt der Politikwissenschaftler Jan-Werner Müller, ist eine kritische Infrastruktur der Demokratie. Wir brauchen eine funktionierende, von verlässlicher Information geprägte Öffentlichkeit so dringend, wie funktionierende Schulen, Stromnetze, Autobahnen und Krankenhäuser._Darum, diese kritische Infrastruktur der Demokratie zu stärken, geht es ab sofort in diesem Haus.

Und dennoch finde ich: Publix ist in allererster Linie ein Haus der Zuversicht. Weil von allen Herausforderungen unserer Zeit wohl die Größte ist, dass wir kaum noch den Mut und den Optimismus finden, sie anzupacken.

Wir lassen uns lähmen von dem Gefühl, wenig an den Krisen der Gegenwart ändern zu können, schieben einander die Schuld in die Schuhe oder streiten die Krisen einfach ab.

Wie Andreas Reckwitz kürzlich in einem Spiegel-Essay schrieb, breitet sich die Logik von Gewinnern vs. Verlierern immer weiter in unserer Gesellschaft aus. Es ist die Logik der Null-Summen-Gesellschaft: Damit ich recht habe, muss jemand anderes unrecht haben. Damit ich moralisch richtig stehe, muss jemand anderes falsch stehen. Negativität wird zum vorherrschenden Gefühl. Wut und Neid machen uns pessimistisch.

Demokratie aber braucht Optimismus.

In längeren Zeithorizonten betrachtet, so weiß es auch die Wirtschaftsgeschichte,

sind Phasen der Prosperität und Phasen des Niedergangs letztlich immer Phasen der Neugier und Phasen der Trägheit. Investitionen gäbe es immer dort, wo es Mut zum Risiko und Optimismus für die Zukunft gäbe.

Nun ist Neugier das Kerngefühl des Journalismus.

Ich persönlich habe mich vor 20 Jahre dafür entschieden Journalistin zu werden, weil ich mich rasend für sehr unterschiedliche Dinge interessiere und nur im Journalismus kann man Neugier zum Beruf machen.

Journalismus muss – und er kann, davon bin ich überzeugt – Lust auf Zukunft machen. Nur wenn es uns gelingt, den Menschen wieder das Gefühl zu geben, dass wir den Krisen der Gegenwart etwas entgegenzusetzen haben, können wir uns aus der Negativität befreien.

Und um daran mitzuwirken, braucht der Journalismus selbst eine gute Zukunft. Es darf nicht weiterhin so sein, dass nur dort in Medien investiert wird, wo jeder eingesetzte Euro sofort zwei in die Kassen zurückspült.

Es muss dort investiert werden, wo die Grundlagenarbeit guter Information gemacht wird, in der Recherche, in kritische Politik- und Wirtschaftsberichterstattung, in guten Lokaljournalismus, in gute Wissenschafts- und Bildungsberichterstattung.

Es muss auch dort investiert werden, wo Rechte von Journalist:innen verteidigt und dort, wo das Publikum für die Relevanz und Prinzipien unserer Arbeit gewonnen wird – nur so kann es eine gute Zukunft für Journalismus und Öffentlichkeit geben.

Für die Arbeit an dieser guten Zukunft gibt es jetzt dieses Haus.

Unter den knapp 30 Organisationen, die jetzt bereits unter seinem Dach arbeiten, ist nicht eine dabei, die sich allein damit begnügt den Status-Quo zu bejammern – wie es, diese Kritik sei mir erlaubt – viele Journalist:innen-Kolleg:innen allzu oft tun.

Unter diesem Dach und im stetig wachsenden Publix-Netzwerk wird viel kluge Kritik formuliert, das schon – aber vor allem findet man reihenweise Ideen, wie man es besser machen kann!

Junge Menschen wenden sich ab? Finden Nachrichten nur noch auf Social Media und können den Wahrheitsgehalt dessen, was sie dort lesen, nicht gut einordnen?

Bei Publix sind mit Journalismus macht Schule, der Reporter-Fabrik und den Lie Detector die wohl wichtigsten Akteure für Medienbildung in Deutschland zu Hause. Gemeinsam erreichen sie mehr als hunderttausend Schülerinnen und Schüler im Jahr – und es müssen noch viel mehr werden!

Die Menschen verlieren den Überblick, Nachrichtenmüdigkeit greift um sich? Na dann: Es gibt eine Redaktion in diesem Haus, die machen verlässlich Faktenchecks: Correctiv. Sie sind nicht die Einzigen, aber sie machen es sehr gut. Die Redaktion von "Good news" veröffentlicht Geschichten, die Mut machen. Berlin Health Media bringt gute Gesundheitsinformationen an den Arbeitsplatz und mit Tactical Tech und Forensic Architecture haben wir zwei Organisationen im Netzwerk, die mit ihren Geschichten in Museen und in Galerien gehen – dort wo die Menschen sich viel intensiver mit Recherchen auseinandersetzen können.

Lokalredaktionen sterben aus und damit eine wichtige Quelle von Identifikation in ländlichen Regionen? Wir hatten das Glück, den Media Forward Fund mit auf den Weg zu bringen – und eine Initiative, die in diesem Herbst einige Hunderttausend, vielleicht sogar mehr als eine Millionen Euro ausschütten wird, u.a. auf guten und zukunftsweisenden Lokaljournalismus.

Polarisierung, ja! Der Think Tank More in Common berät Redaktionen und Zivilgesellschaft, wie ihre Arbeit weniger Spaltung in der Gesellschaft verursachen könnte.

Wir haben es in Deutschland mit einem eklatanten Mangel an Vielsprachigkeit und Diversität in der Berichterstattung zu tun, in einer Gesellschaft, die immer vielfältiger wird. Aber auch dagegen kann man etwas tun. Wir haben mit Amal ein Medium in unserem Netzwerk, das auf Arabisch, Ukrainisch und Dari/Farsi publiziert aus Deutschland für Menschen, die mit diesen drei Erstsprachen in Deutschland leben. Gemeinsam mit dem Projekt "Weiter schreiben" – das seit 2015 Menschen mit Fluchtgeschichte dabei unterstützt, genau das zu tun: weiter zu schreiben – entwickeln wir aktuell ein Konzept für eine "Wortwerkstatt", die Kinder und Jugendliche aus Neukölln Lust auf Medienarbeit machen soll.

Es sind diese und noch hunderte ähnliche Experimente und Prototypen, die dazu beitragen können, die Krise der öffentlichen Information zu überwinden.

Was mir wichtig ist: Publix will nicht nur diejenigen abfeiern, die hier ein Büro nutzen. Wir wollen relevantes Wissen bündeln, zugänglicher machen, und Prototypen vorstellen, die unbedingt vervielfältigt werden müssen! In der Start-Up-Sprache wird mit dem Begriff Copycat ein Unternehmen bezeichnet, das eine funktionierende Geschäftsidee aus einem anderen Markt kopiert. In der Zivilgesellschaft und in vielen Redaktionen werden ständig neue



Ideen ausprobiert, die die Zukunft der Öffentlichkeit ein Stückchen besser machen könnten.

Was häufig ausbleibt, ist der "Copycat"-Effekt, die Fortführung oder Skalierung bleibt aus. Aus guten, funktionierenden Konzepten wird kein Standard.

Dieses Haus will das ändern und dieses Haus als Schaufenster dafür nutzen, die wirksamsten Ideen für die Zukunft in die Breite zu tragen. Publix bietet dafür Veranstaltungsräume und Veranstaltungsformate, Fellowship-Programme, wunderschöne Workshop-Räume, die Coworking-Etage mit dem schönsten Blick Berlins und hochwertig ausgestatteten Podcast- und Video-Studios.

Kommen auch Sie und machen Sie sich dieses Haus zu eigen!

Publix will die Arbeit von möglichst vielen Initiativen, Redaktionen und Einzelpersonen mit seiner Infrastruktur und seinen Programmen den Rücken stärken.

Um das auch hier noch einmal klar zu sagen: Wir sind für niemanden Konkurrenz. Schon heute arbeiten sehr viele Organisationen in unserem Haus mit etablierten Redaktionen und Medienhäusern zusammen – etwa, wenn Correctiv-Recherchen zuerst in Lokalmedien erscheinen, Tactical Tech Journalist:innen zu Wahl-Beeinflussung auf Social Media schult oder die Produktionsfirma TellMeWhy für das ZDF erfolgreiche, investigative Dokumentarfilme produziert – oder der Media Forward Fund künftig mit einer Förderung ein Innovationprojekt in einem etablierten Haus ermöglicht.

Das heißt: Die Organisationen in diesem Haus unterstützen dort, wo Kompetenzen und Ressourcen fehlen, zulasten der öffentlichen Meinungsbildung.

Das ist die Vision!

Ab heute arbeiten wir daran.

Ich sprach vorhin von der Neugier, davon, wie wichtig sie ist als Treiber des Fortschritts. Hier am Standort Hermannstraße 90 ist es nun auch unsere Aufgabe als Publix-Team und Publix-Netzwerk, die Nachbarinnen und Nachbarn aus dem Bezirk aufmerksam und neugierig auf uns zu machen.

Und, was soll ich sagen, das wird eine harte Nuss. Denn es gibt für Publix kein

Vorbild. Die Nachbar:innen können sich also verständlicherweise so richtig noch nichts unter einem "Haus für Journalismus und Öffentlichkeit" vorstellen.

Wir haben einige Nachbar:innen gefragt, was sie bereits über Publix wissen – und, was sie sich von gutem Journalismus wünschen.

Unabhängig soll er sein, gründlich recherchieren, uns die Umstände erklären, unter denen wir leben, er soll Haltung beziehen, hier in Neukölln der Lokalpolitik viel gründlicher auf die Finger schauen und gegen die so weit verbreiteten rassistischen Narrative über diesen Bezirk vorgehen.

Neuköllner:innen wollen also das vom Journalismus, was die meisten Menschen, die in diesem Beruf arbeiten, die ich kenne, auch wollen.

Und von unserem Haus? Schade sei es, dass wir kein sozialer Wohnungsbau seien und keine Stadtbibliothek. Ein wenig nach "Investorenbau" sehe Publix aus, aber immerhin, ich zitiere, "mit den schönsten Toiletten Neuköllns".

Es wird unsere Aufgabe sein, ab jetzt auch dafür anzutreten, dass die Menschen in Neukölln in fünf Jahren sagen "gut, dass wir Publix haben" – und das nicht nur wegen der Toiletten.

Packen wir es also an! Danke für Ihre Aufmerksamkeit.