

Publizistische Verfassung

Publizistische Verfassung
Präambel

Über den Erfolg einer Idee entscheidet nicht die Größe eines Unternehmens, sondern sein innovativer Geist. Das gilt besonders in der Welt der Medien, in der Wachstum nur aus dem kontinuierlichen Zusammenspiel von Kreativität und tiefem Verständnis von Technologie entsteht. So wie wir im letzten Jahrhundert die Kunst des Druckens perfektioniert haben, müssen wir heute die digitalen Medienkanäle beherrschen und unsere Geschäftsmodelle kontinuierlich weiterentwickeln.

Die Transformation dessen, was wir innerhalb unserer Familie an verlegerischen Geschäften von Generation zu Generation weitergeben, beginnt bei der Nähe zu den Menschen, die wir mit unseren Medien erreichen, und verlangt eine klare publizistische Haltung.

Sie setzt aber auch unternehmerischen Mut und eine journalistische Neugier voraus: neugierig zu sein auf den nächsten Schub der Veränderung, den die technologische Evolution uns bringen wird. So entsteht auf dem gesunden Fundament der Vergangenheit und geleitet von dem klaren Bewusstsein verlegerischer Verantwortung immer wieder Zukunft.

Deshalb ist es uns als Familie wichtig, für den verlegerischen Teil der vielfältigen Geschäfte unseres Konzerns diese Haltung niedergeschrieben zu wissen. Eine publizistische Verfassung beschreibt auch, wie wir als Familie und als Unternehmen auf die Welt schauen: respektvoll, achtsam, aber immer konstruktiv und optimistisch in die Zukunft blickend.



Dr. Hubert Burda

Unsere verlegerische Überzeugung

Hubert Burda Media ist ein innovatives Medienunternehmen, das über Jahrzehnte aus einem Verlag heraus entstanden ist. Burda versteht sich als Teil der weltweit einzigartigen Vielfalt der Verlagswelt, die sich seit 1949 in Deutschland auf der Basis des Art. 5 des Grundgesetzes entwickelt hat.

Mit seinen journalistischen Medienmarken ist das Familienunternehmen Burda heute Teil der **Lebenswelt von Millionen von Menschen** und steht damit für die kulturelle Vielfalt in den pluralistischen Gesellschaften Europas.

Es gibt ein unlösbares Band zwischen der Situation der freien Presse in einem Staat und dem Zustand der Freiheit in der Gesellschaft dieses Staates.

Als unabhängiges Medienunternehmen ist Burda sich der gesellschaftlichen und politischen **Verantwortung der freien Presse** bewusst – und die sich daraus ergebende Verpflichtung nehmen das Unternehmen und seine Gesellschafter jetzt und für die Zukunft an.

Publizistische Verfassung
Unsere verlegerische Überzeugung

Die hohe Wertschätzung der Arbeit der Redaktionen gilt unverändert in der jetzt vierten Generation der Verlegerfamilie Burda. Gerade in kritischen Phasen dieser Republik, in der der gesellschaftliche Konsens und damit die Stabilität der Gesellschaft aus der Balance gerät, sieht Burda die Verantwortung der freien, unabhängigen Presse darin, für die Freiheit von Gesellschaft und Staat, für die **Freiheit der Meinungen** und die Vielfalt der Lebensentwürfe der Menschen einzutreten.

Es ist der sich aus der Verfassung ergebende Auftrag der freien Presse, tiefer werdenden Brüchen in der Gesellschaft entgegenzuwirken – mit verlässlicher Information, mit gutem Journalismus.

In der Tradition der Verlegerfamilie Burda sieht das Unternehmen optimistisch, neugierig und lösungsorientiert in die Zukunft.

Aus diesem konstruktiven Denken heraus hat Burda als eines der ersten Verlagsunternehmen in Europa Anfang der 90er Jahre die **digitale Transformation der Medienindustrie** als publizistische Chance begriffen und diese unternehmerisch innovativ genutzt. Die Digitalisierung ermöglicht es Hubert Burda Media, neue Medienprodukte zu entwickeln und neue Beziehungen zu Konsumenten aufzubauen. Heute publiziert Burda seine Inhalte medien- und technologieutral, wodurch eine besondere Nähe zu Lesern, Nutzern und Kunden entsteht, die heute und in Zukunft wichtiges Fundament des unternehmerischen Erfolgs von Burda ist.

Ungeachtet der technologischen Veränderungen ist der **journalistische Inhalt der Beginn der Wertschöpfung** des wesentlichen Teils der Geschäfte von Hubert Burda Media.

Die Verlegerfamilie Burda hat es sich zum Auftrag gemacht, die Menschen in Deutschland und in Teilen Europas mit verlässlichen Informationen darin zu unterstützen, die für sie richtigen Entscheidungen zu treffen – in politischen, gesellschaftlichen, beruflichen und auch rein privaten Zusammenhängen. Dabei gilt für Burda das publizistische Credo der Neutralität: Burda informiert Menschen über seine Redaktionen unabhängig, ohne politische oder ökonomische Agenda.

Verlegerisches Selbstverständnis des Konzerns war und ist ein tiefer Respekt vor den Menschen, weshalb Burda mit seinen informierenden wie seinen unterhaltenden Inhalten und seinen Marken **nah an den Menschen** ist.

Burda steht für publizistische und kulturelle Vielfalt – in der Gesellschaft und in seinen Medien. Mit seinem umfangreichen Medienangebot deckt Burda alle Bereiche des Lebens ab: von Gesellschaft und Politik, über Finanzen und Wirtschaft, Garten und Wohnen, Unterhaltung, Mode, Gesundheit, Beauty, Technik, bis hin zu Kulinarik und Magazinen für Kinder. Dieses vielfältige Angebot spiegelt gesellschaftliche Diversität und die Vielfalt der Interessen der Leserinnen und Leser wider.

Publizistische Verfassung
Unsere verlegerische Überzeugung

Die Redakteurinnen und Redakteure kennen die Bedürfnisse, die Wünsche, Hoffnungen und Sorgen ihrer jeweiligen Zielgruppen, und ihr journalistischer Anspruch ist es, diesen **vielfältigen Bedürfnissen** gerecht zu werden – nicht dozierend, belehrend oder aktivistisch, sondern auf Augenhöhe, verständlich, sachlich und mit kreativem Spaß und Leidenschaft für die Sache.

Medienangebote von Burda fügen sich als Alltagsbegleiter intuitiv in das Leben der Menschen ein und informieren über das, was für sie relevant ist. Die Redaktionen geben Orientierung in einer Welt, in der die individuelle Unsicherheit mit der Menge an Information, aber eben auch durch die Masse an manipulativen und manipulierten Inhalten in den sozialen Netzwerken wächst. Das zeichnet die journalistische Arbeit und das publizistische Selbstverständnis von Burda aus.

Unsere redaktionellen Leitlinien

I. Unabhängigkeit

Die Freiheit des journalistischen Arbeitens beginnt bei der inneren Unabhängigkeit der Redaktionen von politischer und wirtschaftlicher Einflussnahme.

Um einen freien gesellschaftlichen Diskurs zu ermöglichen, berichten diese neutral und mit einer unvoreingenommenen, konstruktiven Weltsicht.

II. Sorgfalt

Burda steht für objektive Berichterstattung und sorgfältig recherchierten Journalismus.

Im Rahmen der Recherchearbeit werden sämtliche Informationen auf ihren Wahrheitsgehalt geprüft und unverfälscht veröffentlicht. Alle Redakteurinnen und Redakteure des Hauses Burda sind in ihrer täglichen redaktionellen Arbeit dem Pressekodex verpflichtet.

III. Respekt

Burda ist tolerant und weltoffen und respektiert die Vielfalt der Lebensentwürfe in modernen Gesellschaften.

Niemand wird aufgrund seiner Herkunft, seines Geschlechts, der Hautfarbe, Religion oder sexueller Orientierung diskriminiert. In der Berichterstattung werden Protagonisten ebenso wie Quellen kompromisslos respektvoll behandelt.

IV. Konstruktivität

Burda blickt in seinen Medien konstruktiv und optimistisch in die Zukunft.

Journalistinnen und Journalisten adressieren Probleme und Herausforderungen nicht nur – sie ergänzen den kritischen Blick um positive Impulse, neue Perspektiven und Lösungsansätze, die für die Gesellschaft wegweisend sein können.

V. Vertrauen

Die wichtigste Währung für Burda ist das Vertrauen der Menschen in die Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit der Medienmarken.

Um diesem Vertrauen gerecht zu werden, ist die verantwortliche redaktionelle Instanz immer ein Mensch, keine Technologie.

VI. Nachhaltigkeit

Mit dem Klimawandel steht Burda als journalistisches und produzierendes Unternehmen in doppelter Verantwortung und setzt sich leidenschaftlich ein für den Schutz von Umwelt und Klima.

Mit fundierten Informationen tragen die Redaktionen bei zu einem geschärften Bewusstsein der Gesellschaft für die ökologischen Herausforderungen der Menschheit. Burda geht mit gutem Beispiel voran und handelt nachhaltig und ressourcenschonend.

VII. Innovation

Burda steht für innovatives Unternehmertum, verantwortungsvollen Fortschritt, und ein Arbeitsumfeld, in dem Experimentierfreude gelebt wird.

Redakteurinnen und Redakteure bringen eigene Ideen für journalistische Formate ein, machen sich mit neuen Technologien vertraut, und erschließen kontinuierlich neue Kanäle zu ihren Zielgruppen. Technologie zu verstehen und zu beherrschen ist in der DNA des Unternehmens verankert.

VIII. Nähe

Guter Journalismus ist die Leistung kreativer Menschen, und Burda ist auch in seinem Innenleben von menschlicher Nähe und familiären Werten geprägt.

Das bedeutet, aufeinander zu achten, sich zu helfen, Eigenverantwortung sowie Selbstentfaltung zu fördern. Burda investiert in die Entwicklung und die Förderung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und ihrer Talente als dem wichtigsten Kapital des Unternehmens und bildet journalistischen Nachwuchs im Sinne eines Familienunternehmens an der Burda Journalistenschule selbst aus.

Verantwortlich im Namen des Vorstands:
Philipp Welte

Hubert Burda Media
Arabellastraße 23, 81925 München

© 2024
Alle Rechte vorbehalten