

Sigmund Gottlieb, Manuela Pietraß (Hg.)

# MEDIEN AUF DEM PRÜFSTAND

Spitzen-Journalisten berichten  
Ein Interviewbuch



WOCHEN  
SCHAU  
VERLAG

Sigmund Gottlieb,  
Manuela Pietraß (Hg.)

# Medien auf dem Prüfstand

Spitzen-Journalisten berichten  
Ein Interviewbuch



**WOCHEN  
SCHAU  
VERLAG**

Copyright Wochenschau Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

## Bitte beachten: Für Sie die Filme zum Buch

Dieses Buch ist mit einem Online-Angebot verknüpft. Dort stehen Ihnen die Filme der Interviews zum Streaming und Download zur Verfügung. Der Zugang erfolgt über ein Login unter:

[video.wochenschau-verlag.de](http://video.wochenschau-verlag.de)

Für das Login benötigen Sie einen Zugangscode.

© Filme: Medienzentrum der Universität der Bundeswehr München. Für Zitate gilt bei textlichen Abweichungen zwischen Film und Buch das gedruckte Wort.

© WOCHENSCHAU Verlag  
Dr. Kurt Debus GmbH  
Frankfurt/M. 2019

[www.wochenschau-verlag.de](http://www.wochenschau-verlag.de)

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieses Buches darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Umschlagbilder: dpa – Fotoreport (Augstein), dpa (Diekmann), picture alliance/Eventpress (Prantl), picture alliance/ZUMA Press (Gutjahr), picture alliance/Sven Simon (Markwort), picture alliance/Eventpress (Mikich), dpa (Deppendorf), picture alliance/Eventpress (Riekel)

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier

Gesamtherstellung: Wochenschau Verlag

ISBN 978-3-7344-0697-3 (Buch)

**E-Book** ISBN 978-3-7344-0698-0 (PDF)

# Inhalt

Vorwort des ehemaligen Bundespräsidenten Roman Herzog . . . . .	5
Vorwort der Herausgeber . . . . .	6
„Ein hoher Anspruch ist stets schwer durchsetzbar“ Interview mit Dr. Franziska Augstein – Süddeutsche Zeitung . . . . .	8
„Wir haben immer noch zu viele Talkshows“ Interview mit Ulrich Deppendorf – Ehemaliger Chefredakteur und Leiter des ARD-Hauptstadtstudios . . . . .	24
„Wir müssen uns rasend schnell verändern“ Interview mit Kai Diekmann – Herausgeber der BILD Zeitung . . . . .	44
„Nur Journalismus kann ich mir nicht leisten“ Interview mit Richard Gutjahr – Netzjournalist des Jahres (DIE ZEIT), freier Mitarbeiter ARD . . . . .	62
„Der Journalismus ist mutiger geworden“ Interview mit Helmut Markwort – Herausgeber Focus . . . . .	82
„Quotendruck ist da, auch von der Politik“ Interview mit Sonia Seymour Mikich – Chefredakteurin WDR . . . . .	98
„Bei Wulff hatte man Maß und Ziel verloren“ Interview mit Prof. Dr. Heribert Prantl – Mitglied der Chefredaktion und Chef des Ressorts Innenpolitik Süddeutsche Zeitung . . . . .	114
„Nicht richten, sondern berichten“ Interview mit Patricia Riekel – Chefredakteurin BUNTE . . . . .	132
Qualität als Publikumssache. Anmerkungen zu einer kompetenten Mediennutzung. Von Manuela Pietraß . . . . .	148
Nachwort der Präsidentin der Universität der Bundeswehr München, Merith Niehuss: Der universitäre Campus als Raum für aktuelle gesellschaftliche Auseinandersetzungen . . . . .	161
Biografische Hinweise . . . . .	163

**INTERVIEW MIT RICHARD GUTJAHR**  
NETZJOURNALIST DES JAHRES (DIE ZEIT),  
FREIER MITARBEITER ARD



**GOTTLIEB:** Lieber Richard Gutjahr, wie Ihnen kann man auch mir auf Twitter folgen. In einigen Jahren habe ich es jetzt auf 2.700 Follower gebracht. Das ist vergleichsweise bescheiden, im Schnitt meiner Chefredakteurskollegen jedoch durchaus respektabel. Aber wenn ich mir dann Ihre Follower-Zahlen anschau, die ich mir heute Nachmittag nochmals vor Augen führte, dann ist das natürlich nichts. Sie haben eine Gemeinde von inzwischen 77.000 Followern, vielleicht sind es jetzt, einige Stunden später, schon wieder mehr. Der Richard Gutjahr ist ein ganz außergewöhnliches Geschöpf. Ich kann das sagen, weil er lange in meinem Bereich arbeitete. Wenn ich ihn beschreibe, dann ist er kein *nerd* und kein Digitaler, er ist ein *Multimedialer*. Er nutzt, nach meiner Beobachtung, für seine journalistischen Produkte alle Möglichkeiten der Plattformen und der Ausspielwege. Sie sagten vor Kurzem: „Es ist die beste Zeit für Journalisten“ und fügten dann hinzu: „Wenn sie auch die Besten sind“. Wie haben wir das zu verstehen, wo finden wir in der digitalen Welt die Besten und wie verändert sich der Journalismus aus Ihrer Sicht?

**GUTJAHR:** Zunächst vielen Dank an die Universität und auch an Sie, dass Sie heute gekommen sind, Herr Gottlieb, dass Sie mich heute hier „grillen“ wollen. Es ist schwer, in die Glaskugel zu gucken. Ich bin ja selber eine weiße Maus in diesem großen soziologischen Experiment, in dem wir uns alle miteinander gerade befinden und ...

**GOTTLIEB:** ... eine weiße Maus, die zur Marke wurde. Das haben Sie auch gut betrieben.

**GUTJAHR:** Ja, durch *trial and error*. Man muss da ab und zu mal über die Stränge schlagen. Sie wissen selbst am besten, dass ich das in Ihrem Haus oft genug tat und Sie mich dann, wie soll ich sagen, auch wieder auf den rechten Pfad der Tugend brachten.

**GOTTLIEB:** Ich habe immer gesagt, man muss wissen, wie weit man gehen darf.

**GUTJAHR:** Das ist richtig. Sie haben immer beide Augen zugeedrückt, wenn ich einen Schritt oder zwei zu weit ging. Das Ganze ist tatsächlich eine Form von „wir müssen uns rantasten“. Wenn ich Vorlesungen halte, versuche ich das

meinen Studenten so zu erklären, dass wir uns in einer Zeit befinden, in der der Beton noch flüssig ist. Wir müssen diese neue Welt selbst mitformen. Das ist übrigens nicht nur eine passive Rolle. Ich höre uns Journalisten immer jammern, dass es so schlimm sei, dass nicht mehr gelesen und zugeschaut werde, dass nur noch getwittert werde und jetzt komme noch Snapchat hinzu. Ja, man kann darüber klagen oder versuchen, es mitzubeeinflussen, mitzugestalten. Die einzige Chance, etwas mitzuverändern, seine eigene Note reinzubringen, ist die, dass man sich selbst mit diesen neuen Kommunikationstechniken auseinandersetzt.

**GOTTLIEB:** Ich frage mich, Herr Gutjahr, wo stehen wir in Deutschland eigentlich in dieser Entwicklung? Sie schauen sich international intensiv um. Sie waren vor Kurzem in den USA bei einer dieser großen digitalen Konferenzen mit begrenzter deutscher Beteiligung. Ich habe das Weltwirtschaftsforum besucht in Davos im Januar; und dann bin ich nach einer Woche in leichter bis schwerer Depression zurückgekommen, weil ich mir dachte, was die Amerikaner und auch andere machen, ist im Vergleich zu dem, wo wir stehen, um Lichtjahre weiter. Werden wir diesen Abstand jemals einholen? Wo ist unser besonderes Alleinstellungsmerkmal für Qualität, das die Angelsachsen so nicht haben? Wie schätzen Sie uns in der digitalen Entwicklung im internationalen Vergleich ein?

**GUTJAHR:** Ich glaube, wir haben hier in Deutschland ein großes Problem. Wir sind zu erfolgreich. Sehen Sie die Wirtschaftskrise, Griechenland. Wir sind mit unserer Wirtschaftskraft, unserem Ingenieurwesen, unserer Automobilindustrie so stark, dass wir es als nicht nötig empfinden, uns in dieser digitalen Welt umzusehen. Unsere Auftragsbücher sind voll, die Maschinen laufen. „Made in Germany“ ist nach wie vor ein Prädikatsmerkmal. Das Problem ist nur, wenn man so erfolgreich ist, dann verpasst man leicht den Moment, wo auf sieben gute sieben schlechte Jahre folgen. Solange die sieben guten Jahre sind, muss man schon für die sieben schlechten vorsorgen. Das haben wir in der digitalen Welt verpasst. Deshalb schauen wir den anderen immer hinterher.

**GOTTLIEB:** Jetzt haben Sie den Bogen schon weiter geschlagen, über die Medienwelt hinaus, in die Wirtschaftswelt hinein. Im Grunde ist das, was Sie beschreiben, die „Industrie 4.0“. Wie weit kann eigentlich die deutsche Wirtschaft, zu der auch die Medien gehören, überhaupt diesen Anschluss an die digitale

Revolution noch gestalten? Da gibt es ja ganz unterschiedliche Diskussionen. Ich leitete kürzlich eine Diskussion an der TU München, wo viele Spitzenmanager, auch die Maschinenbauindustrie und die Autoindustrie, versammelt waren, da kam dann die Frage: „Wie gut seid Ihr vorbereitet? Wie weit seid Ihr bereit, diese Entwicklung disruptiv, also zerstörerisch im positiven Sinne, anzugehen?“ Die Antworten waren sehr unterschiedlich. Die Medien sind Teil dieser Entwicklung. Ich will jetzt nicht Cassandra spielen, doch schaffen wir das noch? Sie sind in Amerika viel unterwegs, Sie sehen, was da los ist im Silicon Valley. Wo stehen wir?

**GUTJAHR:** Wir stehen in der Tat ziemlich weit hinten. Doch muss ich umgekehrt auch wieder sagen, dass tatsächlich ein neuer Prozess eintritt: der trimediale Wandel. Das sehe ich bei vielen Verlagen, bei denen ich zu Gast bin, und demnächst vielleicht beim BR. Er kommt tatsächlich zehn Jahre zu spät, und es ist ein riesiger Tanker, der gesteuert werden muss. Man kann ja nicht auf der grünen Wiese anfangen, wie ein Start-up, das nichts zu verlieren hat und etwas ausprobieren kann. Bei uns würde das Arbeitsplätze gefährden. Wir müssen quasi bei voller Fahrt die Reifen wechseln. Ich bin gespannt, ob wir diesen *turn around* schaffen. Auch wenn ich nicht zu sehr schwarz malen möchte, die Einschläge kommen nicht nur näher, sie sind schon mitten in unserem Vorgarten ...

**GOTTLIEB:** ... was meinen Sie mit „Einschlag“?

**GUTJAHR:** ... ein Beispiel. Ich saß mit Jochen Wegner, Chefredakteur für die ZEIT Online auf einem großen Panel bei den Medientagen. Er ließ sich dafür feiern, dass er jetzt als eine der ersten Redaktionen Facebook instantartig benutzt. Das ist diese beschleunigte Art, schneller Artikel an den Mann, an die Frau zu bringen, aber innerhalb des geschlossenen Facebook-Systems. Alle Verlage machen dabei mit. Sie können es sich nicht mehr leisten, nicht mitzumachen, denn dann geraten sie ins Abseits. Was hier bereits passiert ist, ist bemerkenswert. Zuerst fingen wir an unsere Seiten mit Facebook zu verlinken. Dann stellten wir dort Fotos oder Videos ein. Jetzt stellen wir schon ganze Inhalte ein und – darüber spricht niemand – wir gaben auch die Vermarktung, das gesamte Anzeigengeschäft an Facebook ab. Das ist ein Aderlass, wie es ihn noch nie vorher gab, im Grunde genommen gaben wir alle unsere Kronjuwelen gratis aus



unserer Kontrolle. Vor diesem Hintergrund fürchte ich fast, dass wir nicht mehr zurückkönnen, denn man kann es sich nicht mehr leisten, nicht auf Facebook zu sein.

**GOTTLIEB:** Zu Ihrer persönlichen Arbeit. Für welches Publikum sind Sie eigentlich tätig? Kann man den Begriff Publikum, als eine größere Einheit von Rezipienten, überhaupt noch verwenden? Gibt es das noch, das Publikum? Oder sind wir inzwischen in einer zerfaserten Welt der kleineren spezifischen Publika, die sich für bestimmte Interessengebiete bedienen lassen? Für wen sind Sie, der Megablogger und multimediale Auspieler, als Journalist da? Wen haben Sie für Ihre Produkte im Auge und im Sinn?

**GUTJAHR:** Was ich jetzt sage, wird Sie vielleicht überraschen: für das Individuum. Wir beide sind groß geworden in einem System der Massenmedien. Wir mussten immer für den kleinsten gemeinsamen Nenner sorgen, damit verstanden wird, was wir kommunizieren, und wir niemanden ausschließen aus unserer Kommunikation und möglichst alle mitnehmen bei dem, was wir abends senden, schreiben, kommunizieren.

**GOTTLIEB:** Das wollen wir heute auch noch.

**GUTJAHR:** Richtig, doch ist das genau die Crux. In einer Zeit, in der sich die Massenmedien auflösen, bist Du nicht mehr der Gewinner, wenn Du allen sozusagen das gleiche Produkt mit dem gleichen Schwerpunkt und der gleichen, wie soll man sagen, Tiefe lieferst. Sondern heute muss man jeden Einzelnen individuell bedienen. Wir sehen dies schon bei Phänomenen wie der Samstagabend-Show, dass es kein *Wetten, dass ...*? mehr gibt. Ich bin damit noch groß geworden. Das zeigt schon, was gerade passiert. Es gibt nicht mehr das große Lagerfeuer, vor dem drei Generationen vereint sitzen, sondern es gibt mittlerweile fünf, sechs, sieben Lagerfeuer, in Form all dieser Bildschirme in allen Größen.

**GOTTLIEB:** Aber es gibt noch ein paar schöne, große, wärmende Lagerfeuer, Bayern gegen Atlético ist ein solches. Die *Tagesschau* ist es immer noch. Sie ist immer noch ein großes Lagerfeuer, das einen Überblick über Information zu

einer bestimmten Zeit geben will und sich inzwischen auch auf eine neue Ebene begibt, indem sie auch für unser jüngeres und mittelaltes Publikum mobil zu jeder Zeit im Netz abrufbar ist.

**GUTJAHR:** Und das auch sehr erfolgreich.

**GOTTLIEB:** Es gibt diese großen Lagerfeuer mit kleinen Feuerchen drum herum in der digitalen Welt – vermutlich ist es das beides!

**GUTJAHR:** Jein. Ich habe mir auch oft und lange eingeredet, dass so ein Schlachtschiff wie die *Tagesschau* unsinkbar sei. Doch machte ich in den letzten ein, zwei Jahren eine erstaunliche Beobachtung. Sogar die treuesten unserer Zuschauer, also die, die diese gigantischen Quoten immer noch hervorrufen, die 60plus-Zuschauer, dass sogar sie anfangen, uns abspenstig zu werden. Man sieht das noch nicht in diesen zusammengefassten Statistiken, weil die Demographie diesen Faktor ein bisschen vernebelt.

**GOTTLIEB:** Warum werden sie abspenstig? Sind wir zu langweilig, setzen wir die falschen Themen? Wollen sie moderner sein oder sind sie jetzt technikaffiner? Warum gehen sie weg?

**GUTJAHR:** Mittlerweile hat auch mein Vater ein iPad, und vieles, was er am Abend in der *Tagesschau* sehen könnte, sieht er schon tagsüber unterwegs oder auf dem Sofa. Das heißt, auch er hat sich schon über den Tag hinweg informiert, und sei es auch nur, dass er die Schlagzeilen bei SPIEGEL Online, bei der Süddeutschen oder FAZ.net oder ZEIT Online ansah, und am Abend erfährt er in der Regel dann nichts Neues mehr. Das ist ja auch nicht die Aufgabe der *Tagesschau*, sie soll den Tag zusammenfassen. Aber dadurch bietet sie eben keine Weiterführung.

Ein anderes Beispiel, das mir immer häufiger begegnet, sehe ich bei meiner Maskenbildnerin beim Westdeutschen Rundfunk. Sie steht kurz vor der Pensionierungsgrenze und meinte, dass sie seit einem Jahr Netflix gucke und eigentlich kaum mehr lineares Fernsehen, weil sie in diversen Serien involviert ist. Dieses selbstbestimmte Konsumieren von Medien, dieses Entbündeln, also sich nicht mehr vorsetzen zu lassen, was habe ich wann zu schauen, das setzt sehr

langsam ein und wird vermutlich noch ein Prozess von zehn bis fünfzehn Jahren sein. Auch die Alten werden nicht mehr alt sein, denn sie sind heute schon ganz anders alt, als sie es vor zehn oder vor zwanzig Jahren waren. Dieser Prozess wird weitergehen. Ich glaube nicht, dass ein Mensch, der sich einmal selbstbestimmt sein Programm zusammenstellte, sei es über iTunes, Netflix oder Amazon TV, je wieder zurückkommt. Er will sich nicht mehr vorschreiben lassen, wann was zu kommen habe. Sie würden auch, Herr Gottlieb, Ihr Smartphone wahrscheinlich nie wieder hergeben, obwohl Sie vielleicht vor zehn oder fünfzehn Jahren sagten: „Brauche ich das?“

**GOTTLIEB:** Ja, klar.

**GUTJAHR:** Und Entwicklung, egal ob Sie sie gut oder schlecht finden, wird passieren.

**GOTTLIEB:** Ja, sie ist auch technikgetrieben, das war immer so und das jeweils Positive koppelte sich vom Negativen ab und entwickelte eine neue Dynamik. Weil Sie gerade unseren Sender, für den Sie ja nach wie vor in unserer Nacht- ausgabe tätig sind – worüber wir sehr froh sind! –, erwähnten: Auch die Nacht- ausgabe soll ja ein starkes Netzformat werden. Wir machen eine lineare Sen- dung, und eine *Rundschau Nacht*, die einmal für das Lineare gedacht war, wandeln wir um in *online first*. Für uns ist wichtig, dass diese Sendung am späten Abend im Netz läuft. Für uns ist auch wichtig, dass sie linear läuft, aber gemacht ist sie für *online first*. Also wir sind da auf gutem Weg!

**GUTJAHR:** Wie Springer mit WELT, die diesen Prozess auch machte.

**GOTTLIEB:** Was Döpfner damals sagte, war: „*online first*“. Das ist genau derselbe Gedanke. Trotzdem können wir vermutlich eine Entwicklung nicht aufhalten, die mich zu der Frage führt: Wo sind die Inhalte eines öffentlich-rechtlichen Senders in fünf oder zehn Jahren in diesem digitalen Meer überhaupt noch zu finden? Was müssen wir tun, um sie auffindbar zu machen? Das ist ja unsere Existenzfrage.

**GUTJAHR:** Ich möchte die Schlagzahl noch ein bisschen erhöhen, obwohl Sie jetzt schon ein sehr düsteres Szenario zeichnen ...

**GOTTLIEB:** ... realistisch ...

**GUTJAHR:** ... realistisch ist richtig. Ich möchte es aber noch ein wenig würzen, wenn ich darf.

**GOTTLIEB:** Nur zu!

**GUTJAHR:** Ich gebe sehr selten einen Zeithorizont und sage voraus, dass etwas im Jahr 2015 oder 2018 passieren wird. Da habe ich mich schon oft getäuscht. Worin ich mich aber noch nie getäuscht habe, ist, dass die Voraussage eintraf. Meine düsteren Visionen, die ich Ihnen vor fünf oder zehn Jahren in Ihrem Büro an die Wand malte, wurden bei weitem von der Realität überholt. Zum ersten Mal wage ich nun, ein Datum zu setzen, wieviel Zeit wir noch haben, um diesen *turn around* zu schaffen: Das wird das Jahr 2020 sein, spätestens 2021. Wenn wir es bis dahin nicht geschafft haben, uns auffindbar zu machen, dann, glaube ich, werden wir diesen ganzen Tec-Unternehmen nichts mehr entgegensetzen.

**GOTTLIEB:** Warum dieses Datum?

**GUTJAHR:** Ich traf vor ein paar Wochen auf einem Kongress in Hamburg einen Entwickler oder Chefentwickler von der deutschen Telekom. Das Thema was der neue Mobilfunkstandard, der LTE oder das 4G-Netzwerk ablösen wird. Wir haben im Moment einen Datendurchsatz von max. 375 MBit pro Sekunde im Netz. Das heißt, wenn Sie Glasfaser zu Hause haben, dann ist das die schnellste Geschwindigkeit, mit der Sie etwas durchs Netz jagen können. Mit 5G werden sie das 20-fache an Daten durchjagen können. Dann sind Sie mit einem Mobiltelefon so schnell wie das derzeit schnellste Internet auf einem stationären PC, zwanzigmal schneller als mit Glasfaser. Doch selbst wenn das so nicht von der Telekom zur Verfügung gestellt würde, sondern nur eine verfünffachte Geschwindigkeit, wenn Sie also ein so schnelles Internet auf Ihrem Mobiltelefon haben, dass es nicht mehr schneller geht, weil Sie es nicht mehr wahrnehmen, dann gehen alle Schleusen auf. Dann herrscht wirklich wilder Westen auf diesen

Plattformen, dann kämpft jeder gegen jeden. Dann kämpfen Sie mit Ihrem *Brennpunkt*, mit Ihrer *Münchener Runde* gegen jeden Teenager mit seinen Katzenvideos um Aufmerksamkeit. Wir sind jetzt noch abgeschirmt, weil Fernsehen und Video noch sehr datenlastig sind.

**GOTTLIEB:** Aber könnte das, Herr Gutjahr, nicht auch die große Chance für Qualitätsmedien sein? Weil sich auch die Schleusen öffnen für den Unrat, der in diesem digitalen Meer herumtreibt? Was man in einer solchen Wild-West-Zeit, wie mein Kollege Ernst Elitz sagte, besonders braucht, sind „Anker der Verlässlichkeit“.

**GUTJAHR:** Doch lassen Sie noch immer anklingen, dass nur wir Qualität können. Was ich durch das Bloggen als erstes schmerzlich lernte, war, dass plötzlich jeder mitreden kann. Unter all den Idioten, Trollen, *batern*, gibt es immer auch ...

**GOTTLIEB:** ... drei Kluge ...

**GUTJAHR:** Lassen Sie es nur einen sein. Unter Tausend meiner Leser ist einer, der ist passionierter Fliegenfischer und Experte auf seinem Gebiet. Selbst wenn ein Journalist sich schon zehn Jahre für das Fliegenfischen interessiert, ist er ihm mit seinem Wissen unterlegen. So jemand kann sehr schnell und genau durchschauen, wo mein Wissen endet. Wenn er mir gut gesonnen ist, weist er mich in einer Mail auf meinen Fehler hin. Wenn er mich aber an die Wand nageln möchte, dann macht er das öffentlich so, dass es möglichst viele Leute erfahren. Dann bin ich als Journalist auf einmal „Lügenpresse“, so ist dieses übrigens Wort entstanden.

**GOTTLIEB:** Um in dem Bild zu bleiben: Muss man dem Unrat Einhalt gebieten, damit er gar nicht erst in dieses große digitale Meer hineinkommt? Oder würden Sie sagen: „Keine Grenzen, es gibt ja die Macht derer, die das Positive, Weise und Kluge dort platzieren, und diese Kraft ist so groß, dass sie das andere verdrängt“? Das ist fast eine Kulturfrage.

**GUTJAHR:** Ja.

**GOTTLIEB:** Also ich neige zu der These: Baue Deine Firewalls auf, damit Beleidigungen, Anwürfe, infame Behauptungen nicht den Weg ins Medium finden. Das ist eine Frage, die wir intensiv diskutieren. Wie kontrollieren wir die bei uns etablierten sozialen Netze und wie kontrollieren wir das, was hineingeht? Also die Frage lautet: Wie viel Kontrolle möchte man zulassen?

**GUTJAHR:** Sie haben gerade einen sehr wichtigen Begriff verwendet, nämlich dass es eine Kulturfrage sei. Auch ich nenne das eine Form von Kulturtechnik, die wir als klassische Medienanbieter lernen müssen. Mein persönlicher Werdegang war der, dass ich am Anfang genau diesem Versuch einer Kontrolle erlag und eben solche Wände baute. Abschotten, das ist immer unsere erste Antwort. Viel besser wäre es allerdings, doch dazu braucht man eine Weile, sich eine Kultur in seinen Räumen zu *erschaffen*. So dass man gar keine Verbote mehr braucht, weil sich die Community selbst in Schach hält. Dann muss man keine Kommentare mehr löschen, weil die anderen Community-Mitglieder etwas „Verbotenes“ sanktionieren und abstrafen und sagen: „Pass mal auf, wir wollen vernünftig diskutieren, Dein Argument oder Deinen Dreck kannst du woanders auskübeln.“

**GOTTLIEB:** Also ein Selbstreinigungsprozess!

**GUTJAHR:** Ja. Den muss man natürlich begleiten. Man muss schon hin und wieder mal ermahrend eingreifen. Bei allen erfolgreichen Bloggerinnen und Bloggern klappt das, und die arbeiten auch nicht mit harschen Verboten oder spielen die Anstandspolizei. Sie schaffen es dennoch, ihre Plattform so hinzutrimmen, dass Hass schon im Keim erstickt wird, und dies geschieht am elegantesten durch die Leute selbst. Das ist ein langer Prozess. Mittlerweile sind um die achtzig Prozent der Deutschen online und bekamen damit sozusagen ein Megaphon in die Hand gedrückt. Vorher mussten sie immer passiv alles schlucken, was ihnen Herr Gottlieb am Abend in den *Tagesthemen* sagte, und jetzt auf einmal dürfen sie selber den *Tagesthemen*-Kommentar sprechen. Jetzt packen sie dieses Megaphon namens Internet aus und brüllen etwas hinein. Sie merken, dass schon ein *tweet* reichen kann, dass andere ihren Job verlieren. Sie merken auf einmal, dass sie in ihrer eigenen Community von ihren Freunden und Bekannten abgestraft werden, wenn sie es zu toll treiben. Ich versuche das immer mit einem

Pendel zu vergleichen. Am Anfang war das Publikum zur Passivität verdonnert und jetzt merkt es: Ich kann alles, was mir gerade einfällt, rausplärren.

**GOTTLIEB:** Das Pendel schlägt in die andere Richtung.

**GUTJAHR:** Ja, jetzt merken sie, dass genau das auch zum Nachteil gereichen kann. Wenn man sich dann oft genug verbrannt hat, fasst man nicht mehr auf die Herdplatte, sondern reiht sich wieder ein. Ich nenne dies *digitale Empathie*, dadurch entsteht so etwas wie eine Form ...

**GOTTLIEB:** ... also, Sie glauben, es pendelt sich ein?

**GUTJAHR:** Ja. Aber man darf das nicht komplett unkontrolliert lassen, man muss eingreifen.

**GOTTLIEB:** Wie kontrollieren Sie Ihre eigenen Blogger-Produkte gegen Angriffe und wüste Beschimpfungen?

**GUTJAHR:** Mit drei Dingen. Erstens muss ich auf diesen Plattformen sein, wo mir solche Angriffe begegnen können. Ich kann es mir nicht leisten, erst nach einer Woche mitzubekommen, dass da jemand Dreck gegen mich wirft. Sondern ich muss im Prinzip fast schon der Erste sein, der mitbekommt, wenn sich irgendwo so ein „Shitsturmchen“ aufbaut.

Dann muss ich ganz schnell entscheiden: Habe ich einen Fehler gemacht bzw. hat, egal wie frech der Mensch da ist, wie sehr ich ihn persönlich nicht mag, vielleicht auch ein Sandkörnchen recht? Wenn ich das erkenne, dann versuche ich, ihm den Wind aus den Segeln zu nehmen und zu sagen: Du hast in der Sache recht, aber bitte nicht so, in diesem Ton. Ich versuche also, das abzufedern und auch sofort zuzugeben, dass ich mich geirrt habe, danke für den Hinweis und korrigiere das.

Wenn ich aber merke, dass ich recht habe, dann wird es ungefähr zehn Minuten dauern, dann wird der Erste anfangen gegen den zu *trollen*. Dann setze ich mich zurück, sage meinen Termin ab, weil ich das dann auch schön finde, und warte einfach ab, was passiert. Meistens werden diese Angriffe aus der Community zertrümmert, vor meinen eigenen Augen. Am elegantesten ist es, wenn man



selbst gar nichts machen muss. Und dann kann man ihn nachher sogar noch gegen die anderen beschützen und sagen, dass er das bestimmt nicht so gemeint habe.

**GOTTLIEB:** Das ist die höchste Form des Zynismus.

**GUTJAHR:** Das funktioniert manchmal auch mit einer AfD-Vorsitzenden.



**GOTTLIEB:** Herr Gutjahr, Sie sind kein Journalist der üblichen Art, das habe ich vorhin schon beschrieben, doch was sind Sie eigentlich? Ich frage mich immer, wieviel Ihrer Arbeit eigentlich unternehmerisches Tun ist. Sie sind für verschiedene Arbeitgeber tätig, Sie sind aber auch selbstständig und bieten Ihre Produkte an. Wie führt man diese beiden Existenzgrundlagen in der täglichen Arbeit zusammen, ohne dass der journalistische Inhalt darunter leidet? Wie organisieren Sie sich da – auch im Kopf?



**GUTJAHR:** Da gab und gibt es nach wie vor keinen Masterplan. Ich habe es gelernt, mich





**WOCHENSCHAU  
VERLAG**

... ein Begriff für politische Bildung

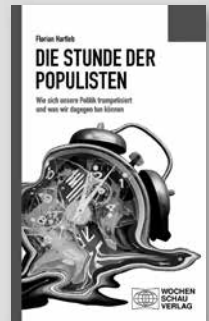
# Politisches Sachbuch



K. Bourcarde, K. Herzmann  
**Die Scheinkrise**  
Warum es uns besser geht als je zuvor und wir dennoch das Gefühl haben zu scheitern  
ISBN 978-3-7344-0701-7,  
168 S., € 14,90



Johannes Varwick  
**NATO in (Un-)Ordnung**  
Wie transatlantische Sicherheit neu verhandelt wird  
ISBN 978-3-7344-0488-7,  
224 S., € 24,90



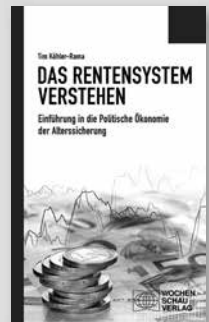
Florian Hartleb  
**Die Stunde der Populisten**  
Wie sich unsere Politik trumpetisiert und was wir dagegen tun können  
ISBN 978-3-7344-0464-1,  
240 S., € 16,90



Anke Knopp  
**Das neue digitale Landleben**  
Smart und innovativ statt abgehängt und analog  
ISBN 978-3-7344-0732-1,  
184 S., € 14,90



Kerstin Lahl, Johannes Varwick  
**Sicherheitspolitik verstehen**  
Handlungsfelder, Kontroversen und Lösungsansätze  
ISBN 978-3-7344-0735-2,  
224 S., € 20,00



Tim Köhler-Rama  
**Das Rentensystem verstehen**  
Einführung in die Politische Ökonomie der Alterssicherung  
ISBN 978-3-7344-0691-1,  
192 S., € 16,90

alle Bücher auch als PDF erhältlich

[www.wochenschau-verlag.de](http://www.wochenschau-verlag.de)



[www.facebook.com/  
wochenschau.verlag](https://www.facebook.com/wochenschau.verlag)



[@wochenschau-ver](https://twitter.com/wochenschau-ver)

Eschborner Landstraße 42-50, 60489 Frankfurt am Main, Tel.: 0715/41327-30, [info@wochenschau-verlag.de](mailto:info@wochenschau-verlag.de)

Copyright Wochenschau Verlag

selber in einem permanenten Beta-Status zu begreifen. Alle sechs Monate, das ist noch ein Horizont, den ich so einigermaßen abschätzen und kontrollieren kann, muss ich mir selbst wie ein Smartphone ein neues Update verpassen. Immerhin gibt es derzeit sehr viele Entlassungen, wie bei der New York Times. Das Unternehmerische habe ich so nie gesucht, ich bin gezwungen worden, mein Spielbein, das fast schon mein Standbein wurde, ebenfalls zu suchen. Den Journalismus leiste ich mir sozusagen noch, weil er das ist, was ich ursprünglich machen wollte und immer noch will. Aber reinen Journalismus, also Recherche, eine schöne Geschichte schreiben oder einen schönen Film machen, das kann ich mir nicht mehr leisten. Das bedauere ich.

**GOTTLIEB:** Jetzt gehen wir trotzdem mal auf diesen Bereich, den Sie so gerne machen, auf den Journalismus, die Publizistik, die Erklärkompetenz. Das Motto dieser Veranstaltung lautet „Qualitätssache – Medien auf dem Prüfstand“. Was ist für Sie in Ihrer Arbeit journalistische Qualität?

**GUTJAHR:** Journalistische Qualität ist für mich, wenn man gewissen Prinzipien folgt bei der journalistischen Arbeit. Für mich ist auch ein Blogger ein Journalist, wenn er journalistisch arbeitet, nach journalistischen Kriterien, auch wenn er das nie gelernt hat. Dazu gehört die Recherche, die Ausgewogenheit, dass man eben auch eine andere Meinung akzeptiert oder zumindest miterklärt, dass man fair ist in der Berichterstattung, man auch auf die Menschenwürde achtet, ausgedrückt im Pressekodex, der übrigens genauso auch für das Internet gelten könnte. Wir brauchen keinen eigenen Internetpressekodex, machen wir aus dem Presse- einfach einen Medienkodex. Insofern glaube ich nicht, dass es da zu große Unterschiede gibt hinsichtlich der Qualität. Qualitätsjournalismus könnte zum Beispiel, ich nehme nochmals den Fliegenfischer, auch ein toller Bericht über einen Fischer sein, den ein Blogger porträtiert. Wenn in der *Sportschau* früher irgendwie Waldi Hartmann Sepp Meier niederduzte, fragte ich mich: „Ist das eigentlich ein Journalist?“ Das ist ja schon fast Unterhaltung. Deswegen würde ich den Begriff Qualitätsjournalismus nicht so zementieren. Für den Sportfan mag Qualitätsjournalismus das Waldi-Hartmann-Interview sein, für andere eher *Titel, Thesen, Temperamente*.

**GOTTLIEB:** Bleiben wir dennoch bei dem Begriff, weil er ganz zentral für die

Zukunft sein wird. Wie viel hat Qualitätsjournalismus mit Geld zu tun? Wir finden es sehr gut, dass wir in Deutschland eine regional vielfältige Medienlandschaft haben. Aber kann da nicht ein anderes Problem entstehen, dass wir Qualität nur noch dort finden werden, wo man sie sich leisten kann, dort, wo eben dieses Geld nicht mehr vorhanden ist, bestenfalls Qualitätsprodukte der Großen wiedergegeben werden in einer Kopie, was wir ja im Journalismus zur Genüge kennen? Wir sind ja ein Kopierhandwerk, wie es kein anderes in diesem Ausmaß gibt. Wie gefährlich ist diese voranschreitende Mittellosigkeit eines Teils der Medien für die Qualität?

**GUTJAHR:** Das ist etwas, was ich wirklich fast tagtäglich erlebe. Das Geld ist so eine Sache. Es wird immer so getan, als hätte Journalismus sich früher aus sich heraus finanziert. Doch das stimmt nicht. Wir haben immer werbefinanziert gearbeitet und es gab immer einen Transfer zwischen den Produktqualitäten. Das ist ein bisschen so, wie ich heute arbeite, Herr Gottlieb. Ich bin sozusagen mein eigenes kleines Bündel geworden. Ich habe mir selbst eine Beilage gemacht, wo man die Vierfarb-Anzeigen teuer verkaufen kann. Damit hole ich mir sozusagen das Geld dafür, dass ich z.B. nach Utah fliegen kann zur NSA und dort die riesen Serveranlagen abfotografiere. Dafür wird mir niemand etwas zahlen, aber es ist eine Geschichte, die mir am Herzen liegt. Oder ich flog vor drei Jahren nach Syrien, an die jordanische Grenze, und sah mir dort die Flüchtlingslager an. Da haben wir hier noch über EHEC berichtet und irgendwelche anderen Dinge wie die Vogelgrippe, das Thema hatte noch niemand im Bewusstsein. Diese Reise hätte mir damals niemand bezahlt, denn Flüchtlinge, das interessierte in Deutschland nicht.

**GOTTLIEB:** Er war ja schon immer ein Verrückter! Deshalb hatte ich ihn auch so gerne in der Chefredaktion, ich erinnere mich ...

**GUTJAHR:** ... ich war schon anstrengend, nicht? ...

**GOTTLIEB:** ... schon. Aber Ihnen konnte man um 22 Uhr abends sagen: „Herr Gutjahr, da ist ein Problem“ oder „Ich brauche morgen die und die Expertise“ oder „Ich muss das und das haben“. Dann bekam ich das um neun Uhr morgens nach elf Stunden, und ich wusste natürlich auch, dass Sie keine Stunde

dazwischen geschlafen hatten. Soviel zum Thema Arbeitsrhythmus, Arbeitsintensität, Leidenschaft, das ist für junge Leute ein ganz wichtiger Aspekt, mit dem Sie ausgezeichnet sind!

Ein Beispiel möchte ich gern noch nennen. Sie waren mal in Ihrer zweiten Heimat, Israel, wo Ihre Frau herkommt, als in Kairo Unruhen begannen, und Gott sei Dank ohne zu fragen, sind Sie von Tel Aviv nach Kairo gefahren und berichteten aus dem Zentrum dieses Ereignisses. Viel näher, als es zum Teil die etablierten Korrespondenten taten, weil die mit einem größeren Equipment unterwegs waren. Es war nicht ganz einfach, mit Ihren Produkten in die vorgeformten ARD-Wege hineinzufinden, aber wir haben es dann doch geschafft. Das waren immer diese ungewöhnlichen Wege, die Sie gingen. Letztendlich zahlte sich das im Ergebnis aus, und darüber waren wir immer sehr froh. Nun bin ich natürlich froh, dass Sie neben Ihren Ausflügen immer wieder zurückkehren zum BR. Ich weiß, was Sie jetzt vielleicht sagen werden ...

**GUTJAHR:** ... nein, mach ich nicht!

**GOTTLIEB:** Ich weiß, wo sie in jüngster Zeit hinfliegen wollten und nicht durften.

**GUTJAHR:** Ja, schade ist das.

**GOTTLIEB:** Da hätten Sie mich anrufen müssen.

**GUTJAHR:** Ich habe immer als allererstes meinen Arbeitgeber gefragt, ob ich verreisen darf. Immer wieder bin ich da gegen eine Wand gelaufen. Sogar Kairo hatte ich meiner Redaktion gemeldet und gesagt: „Da passiert was“. Das konnte keiner glauben, es hieß: „Wir haben keine dpa dazu“. Wenn man mir einmal nein sagt, dann frage ich kein zweites Mal mehr. Ich freue mich immer so, wenn Sie nein sagen, weil ich dann weiß, dass ich wieder was für meinen Blog habe, und Sie können mir dann nachher nicht mal mehr vorwerfen, dass ich es auf eigene Faust unternommen hätte.

Ich weiß natürlich auch um die Schwierigkeiten eines so großen Hauses mit vielen Entscheidungsebenen. Da mag der erste es noch großartig finden, der zweite auch noch, der dritte ist unentschlossen und auf der vierten Entschei-

dungsebene ist die Sache dann tot. Nur können wir uns das nicht mehr leisten. Die Abstände, in der Innovation heutzutage auf uns hereinprasselt, werden so kurz und eng, dass wir agil entscheiden und arbeiten müssen. Wir können nicht mehr auf das letzte Okay warten, sondern müssen uns auch einfach mal trauen, mit etwas gegen die Wand zu fahren.

**GOTTLIEB:** Auch dafür gibt es natürlich viele Beispiele, wo wir Innovatives blitzschnell umsetzten, was für einen öffentlich-rechtlichen Sender nicht selbstverständlich ist, und was Ihnen als Marke Gutjahr ja auch wieder gut tat.

**GUTJAHR:** In der Medienszene fragten die Leute dann schon, wie der Junge das denn gemacht hätte. Sie wissen natürlich alle, dass man normalerweise nicht so weit kommt. Und der muss wahrscheinlich schon fünfmal aufgestanden sein und schon zehnmal an die Wand gerannt sein, dass es jetzt einmal geklappt hat. Sie haben immer mal großzügig Dinge ausprobiert, das habe ich schon gesehen. Sie hatten immer, und das bewundere ich, wenn ich jetzt umgekehrt reden darf, einen guten Riecher für gute Stories. Sie sind wirklich ein Vollblutjournalist, und das ist etwas, was auch in der digitalen Welt nach wie vor Bestand haben wird. Ein Journalist, der einen Riecher für eine Geschichte, den Kern einer Entwicklung, eine starke Headline, eine mutige These hat, das wird nach wie vor gesucht. Jetzt muss man allerdings – und das ist eben genau das, woran es oft scheitert, gerade in großen Häusern – jetzt muss man sozusagen auf der digitalen Klaviatur diese Werkzeuge zu bedienen lernen. Wenn man das nicht kann, nutzt einem der beste Journalismus nichts. Denn wenn man nicht gehört und gefunden wird, wenn man selbst gar nicht mehr weiß, wie man sein Publikum findet und anspricht, weil es so zerfasert ist, dass der stärkste Sendeturm nicht mehr reicht, dann nutzt eine Pulitzer-Preis-verdächtige Recherche auch nichts mehr. Wer erinnert sich denn noch an die Panama Papers? Eine Kontinente überspannende, weltweite Rechercheleistung, und heute ist das schon kein Thema mehr. So groß ist heutzutage die Ablenkung, dass selbst die größte journalistische Recherche schon nach zwei Wochen niemanden mehr interessiert.

**GOTTLIEB:** Vielleicht erzeugte sie auch Abstoßreaktionen bei der Ausspielintensität, die über zwei bis zweieinhalb Wochen extrem hoch war. Hätte ich dieses Rechercheergebnis gehabt, hätte ich es genauso gemacht, aber das führt

häufig beim Publikum zu einer ungewollten Reaktion. Die Zeit verging im Fluge, wir sind am Ende. Herr Gutjahr, Sie sagten, es sei eigentlich eine der besten Zeiten für den Journalismus, sie schränkten es ein auf „für die besten“. Das ist eine mutige These, aber nehmen wir das jetzt einfach mal wörtlich. Was würden Sie heute den jungen Leuten sagen? Sollen sie sich in dieses derzeit unüberschaubare Meer des digitalen Journalismus, der sich mit dem linearen vermengt, hineinbegeben? Ist das eine gute Berufsperspektive oder was raten Sie jungen Leuten?

**GUTJAHR:** Wer sich entschließt, Journalist zu werden, der hat nicht vor, damit reich zu werden. Es gibt einige Leute, die haben es ein bisschen zu was gebracht, aber Journalismus war noch nie ein Beruf, in dem man sich einen gewissen Reichtum erarbeiten konnte. Journalismus war schon immer eine Herzenssache. Ein bisschen Missionierungsgeist steckt drin, ein bisschen Selbstdarstellung, vielleicht auch noch Liebe zum Medium, also zu Papier, zum Bild oder Ton.

Ich glaube, dass diejenigen, die wirklich exzellent sind, die eine wirkliche Liebe für diesen Beruf haben, die über das Geld oder die Karrierepläne hinaus-



Richard Gutjahr am 17. Mai 2018 in München

geht, die da einfach mit Leidenschaft hineingehen, wahrscheinlich reüssieren werden. Weil sie eben nicht auf die Uhr schauen, weil sie eben sofort erkennen, wenn Not am Mann ist, so dass nur noch eins zählt: die Story. Wenn man dann noch einen Partner oder Weggefährten an seiner Seite hat, der genauso verrückt ist, der ein bisschen Lust auf *story telling* hat und ein bisschen auf Technik, dann würde ich jedem raten: „Ja, macht das. Kämpft Euch durch. Formt Euch Euren eigenen Arbeitsplatz. Jetzt ist der Beton noch flüssig. Jetzt könnt Ihr noch Euer eigenes Berufsbild backen und zwar so, wie es Euch passt. Irgendwann wird der Beton hart, dann gibt es wieder Handwerksrollen und Qualitätsprüfungen, aber heutzutage, wenn Du gut bist bei dem, was Du machst, und einigermaßen weißt, wie man Dich in der digitalen Welt findet, dann hast Du heute mehr Chancen als je.“ Man muss eben nicht mehr den Chefredakteur fragen, ob man eine Geschichte machen darf. Man macht sie einfach! Man kann sie sofort bei Facebook neben ZEIT Online, ARD, ZDF positionieren und manchmal bekommt man auf YouTube mehr *likes* als die gesamte ARD zusammen. Mit einem solchen Lehrlingsstück kann man zu den klassischen Häusern gehen und zeigen, was man leisten kann.

Ein Problem habe ich mit unserer trimedialen Strategie. Die letzten Kolleginnen und Kollegen, die ich neben mir sitzen haben möchte, wenn ich eine gute Geschichte habe, sind die gleichen Kolleginnen und Kollegen, die das dann für Audio machen und danach in Onlinemasken reinpacken. Um kein Mittelmaß herzustellen, sondern Qualitätsjournalismus, wie wir es vorhin sagten, braucht man den Coder, der die Möglichkeiten schafft, ein Produkt in der digitalen Welt darzubieten.

**GOTTLIEB:** Dazu braucht es natürlich den Programmierer, in einem Haus wie dem BR.

**GUTJAHR:** Was ich nicht brauche, sind drei von der gleichen Sorte. Denn der Hörfunkmensch denkt genauso wie ich, der Onlinejournalist denkt genauso wie der Hörfunkmensch oder der Fernsehmann.

**GOTTLIEB:** Du brauchst die andere Ebene.

**GUTJAHR:** Nur in diesem Mix werden wir reüssieren.

**GOTTLIEB:** Wobei wir ja wissen, und damit sind wir schon am Ende unserer Diskussion, dass wir auch in einer solch trimedialen Strategie damit rechnen müssen, dass sich Dinge verändern und man dann wieder schnell reagieren können muss. Insofern glaube ich, dass wir da auf einem guten Weg sind.

Meine Damen und Herren, Herr Gutjahr sagte vor zwei bis drei Jahren zu mir: „Sagen Sie mal, Herr Gottlieb, wie schaffen Sie das eigentlich, in Ihrem Alter diese Leidenschaft für den Job bewahrt zu haben, nach einer so langen Strecke mit vielen Hochs und Tiefs, mit vielen positiven, aber auch weniger positiven Erlebnissen?“ Was ich damals antwortete, weiß ich nicht mehr, aber was ich heute zum Schluss sagen möchte: Weil es Typen gibt wie Sie. Richard Gutjahr, vielen Dank.



## Biografische Hinweise

**FRANZISKA AUGSTEIN**, Dr., stammt aus Hamburg. Sie studierte Geschichte, Philosophie und Politologie in Berlin, Bielefeld und an der University of Sussex. Am University College London wurde mit einer Arbeit über die Anfänge der Ethnologie promoviert. Von 1997 bis 2001 war sie Redakteurin im Feuilleton der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“. Seither arbeitet sie bei der „Süddeutschen Zeitung“. Von 2010 bis 2015 betreute sie die Seite „Das Politische Buch“. Derzeit ist sie Kolumnistin des Wirtschaftsressorts („Augsteins Welt“). Sie wurde mit dem Ernst-Robert-Curtius-Förderpreis und mit dem Theodor-Wolff-Preis in der Kategorie „Essayistik“ ausgezeichnet.

**ULRICH DEPPENDORF** studierte Jura an der Universität Münster. Er begann seine journalistische Karriere im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 1976 mit einem Volontariat beim WDR. Deppendorf stieg rasch auf und war in vielen politischen und tagesaktuellen Formaten sowie Sondersendungen als Redakteur und Reporter tätig (u.a. *Tagesschau*, *Tagesthemen*, *Brennpunkte*). Von 1991 bis 1998 war er Erster Chefredakteur von ARD-Aktuell (*Tagesschau* und *Tagesthemen*) in Hamburg. 1998–2002 war er Leiter und Chefredakteur Fernsehen des neu eröffneten ARD-Hauptstadtstudios in Berlin. 2002 kehrte er als WDR-Fernsehdirektor des WDR nach Köln zurück und übernahm dann 2007 erneut die Leitung und Chefredaktion des ARD-Hauptstadtstudios, die Moderation des *Berichts aus Berlin* und der *Berliner Runde* an Wahlabenden sowie der ARD-*Brennpunkte* zu wichtigen politischen Ereignissen. Für seine hervorragende publizistische Arbeit erhielt Ulrich Deppendorf 2015 den Sonderpreis des Medienpreises Politik des Deutschen Bundestages. Nach 298 Sendungen *Bericht aus Berlin* und nach 38 Jahren im Dienst des WDR und der ARD ging er am 31.5.2015 in den Ruhestand, ist aber noch weiterhin journalistisch aktiv.

**KAI DIEKMANN** ist ein deutscher Journalist. Er begann seine berufliche Tätigkeit 1985 beim Axel-Springer-Verlag als Volontär der Journalistenschule Axel Springer. Ab 1987 war er Parlamentskorrespondent für BILD und BILD am SONNTAG in Bonn. Von 1989 bis 1991 war er Chefreporter bei der im Burda-Verlag erscheinenden Illustrierten BUNTE. Nach einem kurzen Engagement als stellvertretender Chefredakteur für die B.Z. wechselte er 1992 als Politikchef zur BILD nach Hamburg. Von 1998 bis 2000 war er Chefredakteur der Welt am

Sonntag, von Januar 2001 bis Dezember 2015 Chefredakteur der Zeitung BILD. 2004 wurde er Herausgeber von BILD und BILD am SONNTAG. Seit 2004 ist Kai Diekmann Mitglied im Beirat der türkischen Tageszeitung Hürriyet. Zum 1. Januar 2016 übergab er seinen Posten als Chefredakteur der BILD Zeitung und widmete sich der Führung der Chefredakteure. Nach über 30 Jahren verließ Kai Diekmann den Springer-Verlag zum 31. Januar 2017.

**SIGMUND GOTTLIEB**, Prof., war fast 22 Jahre Chefredakteur des Bayerischen Fernsehens. Eine vergleichbar lange ‚Amtsdauer‘ im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt es nicht. Als Vizechef und Moderator des ZDF-*heute journals* erlebte er die deutsche Wiedervereinigung an verantwortlicher Stelle. Der studierte Historiker und Politologe hat als Chefredakteur des angesehenen Bayerischen Fernsehens die deutsche Medienlandschaft aus der Perspektive des journalistischen Akteurs wie aus der des gestaltenden Managers kennengelernt. In der ARD hat er seine Meinung in fast 350 Kommentaren kundgetan. Sigmund Gottlieb befasst sich seit Jahren mit dem Thema Qualitätsjournalismus, ist Mitglied des Universitätsrates der Universität Passau und Kuratoriumsmitglied des Ifo-Instituts.

**RICHARD GUTJAHR** ist Absolvent der Deutschen Journalistenschule in München und hat an der Ludwig-Maximilians-Universität Politik und Kommunikationswissenschaften studiert. Er arbeitet als freier Mitarbeiter für die ARD und schreibt für div. Tageszeitungen, u.a. Rheinische Post, Berliner Tagesspiegel und Frankfurter Allgemeine Zeitung. Er ist Mitglied im Förderverein der Deutschen Journalistenschule sowie im Vorstand des Amerika Haus München e.V. Für seine Arbeit erhielt er diverse Auszeichnungen, u.a. 2006 Ernst-Schneider-Preis für herausragenden Wirtschaftsjournalismus; Netzjournalist des Jahres 2011 (ZEIT Online). Das Grimme-Institut nominierte ihn 2013 und würdigte damit zum ersten Mal in der Geschichte des Grimme Online Awards die persönliche Leistung einer Einzelperson.

**ROMAN HERZOG**, Prof. Dr., war ein deutscher Jurist und CDU-Politiker, Minister in Baden-Württemberg (1978–1983), Richter am Bundesverfassungsgericht (1983–1994) und der siebte Bundespräsident der Bundesrepublik Deutschland (1994–1999). Berühmt wurde Roman Herzogs „Ruck-Rede“ im

Berliner Hotel Adlon, in der er für mehr Reformbereitschaft in Gesellschaft und Politik warb. 2003 wurde Herzog Namensgeber des ROMAN HERZOG INSTITUT, das auf Initiative der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft und der Arbeitgeberverbände der bayerischen Metall- und Elektro-Industrie gegründet wurde, um interdisziplinär Antworten auf drängende Zukunftsfragen zu geben. Roman Herzog erhielt zahlreiche Preise und Auszeichnungen, darunter mehrere Ehrendoktorwürden, den Karlspreis der Stadt Aachen, den European Statesman Award, den Deutsche Mittelstandspreis und den Karl-Valentin-Orden. Herzog verstarb am 10. Januar 2017 in Jena im Alter von 82 Jahren.

**HELMUT MARKWORT** absolvierte sein Abitur am Ludwig-Georgs-Gymnasium in Darmstadt. Seine Karriere begann er als Lokaljournalist und später Chefredakteur bei verschiedenen Tageszeitungen in Darmstadt, Wuppertal, Nürnberg und Düsseldorf. 1964 übernahm er die Leitung der Stern-Redaktion für Nordrhein-Westfalen. Im Jahr 1966 holte ihn Hubert Burda als Chefredakteur zu BILD + FUNK. Nach vier Jahren wurde er Chefredakteur und Geschäftsführer beim Gong-Verlag. Von dort aus war er maßgeblich am Aufbau der Privatradios in Deutschland beteiligt, war Geschäftsführer bei Radio Gong und Antenne Bayern. Von 1993 bis 2010 war Markwort Gründungs-Chefredakteur und Geschäftsführer des Nachrichtenmagazins FOCUS. Danach fungierte er bis 2016 weiter als FOCUS-Herausgeber. Darüber hinaus leitet er seit 2007 die wöchentliche TV-Diskussionsrunde *Sonntags-Stammtisch*, die im Bayerischen Fernsehen ausgestrahlt wird.

**SONIA SEYMOUR MIKICH** volontierte bei der „Aachener Volkszeitung“ und studierte im Anschluss Politologie, Soziologie und Philosophie an der RWTH Aachen. Anschließend war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin der Arnold-Gehlen-Forschungsgruppe an der RWTH Aachen. Von 1982 bis 1984 volontierte sie beim Westdeutschen Rundfunk und arbeitete später als Redakteurin, Moderatorin und Reporterin in der Programmgruppe Ausland Fernsehen des WDR. Von 1992 an war Sonia Mikich Korrespondentin in Moskau und wurde als erste Frau Leiterin des dortigen ARD-Studios. Von 1998 bis 2002 leitete sie das ARD-Studio in Paris. 2002 wurde sie Redaktionsleiterin und Moderatorin von *Monitor* und 2011 Leiterin der Programmgruppe Inland. Seit Mai 2014 ist Sonia Seymour Mikich Chefredakteurin des WDR Fernsehen.

**MANUELA PIETRASS**, Prof. Dr., studierte Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Pädagogik an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Ihre Dissertation in der pädagogischen Anthropologie wurde mit einem Stipendium der LMU gefördert; mit einer empirischen Untersuchung zur Medienrezeption habilitierte sie sich dortselbst zum Dr. phil. habil. Sie erhielt 2008 einen Ruf auf die W3-Professur für Medienpädagogik an der PH Freiburg. Seit 2010 ist sie W3-Professorin für Erziehungswissenschaft mit Schwerpunkt Medienbildung an der Universität der Bundeswehr München, seit 2011 Mitglied im Vorstand des Instituts für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, seit 2016 Vorsitzende der Sektion Medienpädagogik der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft.

**HERIBERT PRANTL**, Prof. Dr. jur. Dr. theol. h.c., studierte Rechtswissenschaften, Geschichte und Philosophie. Parallel dazu absolvierte er eine journalistische Ausbildung als Stipendiat des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses der katholischen Kirche. Nach dem 2. Juristischen Staatsexamen war er als Richter an bayerischen Amts- und Landgerichten sowie als Staatsanwalt und Justizpressesprecher tätig. Im Jahr 1988 wechselte er den Beruf und wurde politischer Redakteur und Leitartikler mit Schwerpunkt Rechts- und Innenpolitik bei der „Süddeutschen Zeitung“ (SZ). Seit 1995 leitet er dort das Ressort für Innenpolitik und ist seit 2011 auch Mitglied der SZ Chefredaktion. Weiterhin ist er seit 2010 als Honorarprofessor an der Universität Bielefeld tätig; die philosophisch-theologische Fakultät der Universität Erlangen verlieh ihm 2016 die Ehrendoktorwürde für seine Leitartikel zu den Festtagen. Für seine Arbeit erhielt er eine Vielzahl weiterer Auszeichnungen (u.a. Bayerische Verfassungsmedaille in Silber 2015, Brüder-Grimm-Preis 2012, Wilhelm-Hoegner-Preis 2011, Justizmedaille des Freistaats Bayern 2009, Roman-Herzog-Medienpreis 2007, Erich-Fromm-Preis 2006, Kurt-Tucholsky-Preis 1996; Geschwister-Scholl-Preis 1994).

**PATRICIA RIEKEL** absolvierte ein Volontariat beim „Münchner Merkur“ und war anschließend als Redakteurin bei der „Augsburger Allgemeinen“, „Quick“ und „freundin“ tätig. Als freie Autorin schrieb sie für verschiedene Zeitschriften. 20 Jahre leitete sie als Chefredakteurin die BUNTE und holte 1999 InStyle nach Deutschland. Sie war langjährige Herausgeberin der BurdaStyle-Magazine und ist Vorstandsvorsitzende der TRIBUTE TO BAMBI Stiftung.

# WISSENSCHAFT FÜR DIE PRAXIS

POLITIKUM erschließt Erkenntnisse und Kontroversen der Wissenschaft einem breiten Publikum.

POLITIKUM steht für unterschiedliche wissenschaftliche Perspektiven und politische Positionen.

POLITIKUM ist leicht lesbar und verständlich.

POLITIKUM stellt das, was umstritten ist, auch kontrovers dar.

POLITIKUM lässt renommierte Autor/-innen aus Politik, Wissenschaft und Gesellschaft zu Wort kommen.



Noch lieferbar u. a.:



Pk1\_17



Pk2\_17



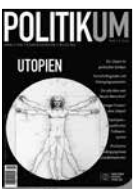
Pk3\_17



Pk4\_17



Pk1\_18



Pk2\_18

Fordern Sie jetzt Ihr  
Gratis-Probeheft an:  
[WWW.POLITIKUM.ORG](http://WWW.POLITIKUM.ORG)



WOCHENSCHAU  
VERLAG