

DIE NR. 1

VORWORTE

»In einem Deutschland, in dem es keinen SPIEGEL gäbe, möchte ich nicht leben.«
Marcel Reich-Ranicki

»Der SPIEGEL trug dazu bei, einen Deutschen zu schaffen, den es noch nicht gab: den kritischen Staatsbürger.«
Hilmar Kopper

»Irgendwann habe ich beschlossen, den SPIEGEL für eine Art Glück zu halten.«
Jurek Becker

»Wer mit dem SPIEGEL spricht, legt seinen Kopf in den Rachen eines Tigers.«
Elisabeth Noelle

»Ein Scheißblatt.«
Willy Brandt

»Der SPIEGEL kann schreiben, was er will.«
Edmund Stoiber

»Sich der Lektüre des SPIEGEL vier Wochen zu versagen ist schlimmer, als sich das Rauchen abzugewöhnen.«
Walter Kempowski

»Der SPIEGEL hat einen ganz neuen Maßstab in der Pressearbeit gesetzt.«
Helmut Kohl



KONTINUITÄT

Eine neue Epoche? Eine neue Epoche.

Die Erfolgsgeschichte des SPIEGEL geht weiter.

Mehr als 55 Jahre lang stand der Name Rudolf Augstein für den SPIEGEL, war der SPIEGEL gleichbedeutend mit Rudolf Augstein, dem Gründer, Herausgeber, Geschäftsführer und Chefredakteur.

Mit dem Tod Rudolf Augsteins am 7. November 2002 ist eine Epoche zu Ende gegangen. Augstein machte aus dem SPIEGEL das »Unternehmen Aufklärung« und etablierte so den investigativen Journalismus auch in Deutschland.

Niemand wusste aber auch besser als Rudolf Augstein, dass es nur eine mögliche Blickrichtung geben kann: nach vorn.

In der Redaktion beginnt die Zukunft immer schon in der nächsten Minute. Und das Tag für Tag. Da bleibt keine Zeit, um sich zurückzulehnen. Erst recht nicht, wenn man es geschafft hat, Europas größtes Nachrichten-Magazin zu werden.

Woche für Woche muss der SPIEGEL den höchsten Ansprüchen gerecht werden: seinen eigenen und denen seiner Leser. Die publizistische Bedeutung des SPIEGEL ist zugleich eine große Verpflichtung.

»Wenn ich weg bin, bin ich weg«, hatte Rudolf Augstein in seinem letzten Interview gesagt – wissend, dass Redaktion und Verlag die Erfolgsstory des SPIEGEL fort-schreiben würden.



QUALITÄT



Die Macht des Wortes.

DER SPIEGEL: unabhängig und investigativ.

Das Thema der Woche wird am Montag bestimmt. Vom SPIEGEL. Auch deshalb wird der SPIEGEL seit Jahren von anderen Medien so häufig zitiert wie kein anderes Medium in Deutschland.

Nicht nur die akribische Recherche, auch der unverwechselbare Schreibstil machen den SPIEGEL so einzigartig. In einem hauseigenen Statut heißt es bereits 1949: »Die Geschichte muss Vorgänge in einer Art servieren, auf die der normale Laienleser sofort anspringt, die ihn fesselt und die ihn mit Vergnügen und ohne Mühe das Ganze zu Ende lesen lässt. Ein SPIEGEL-Bericht, den man zweimal lesen muss, um ihn zu verstehen, ist keine SPIEGEL-Geschichte.«

Oft arbeiten vier, fünf oder mehr Redakteure und Korrespondenten an einer solchen Geschichte und entüllen bei ihren Recherchen umfangreiche Daten und Fakten.

Geheime Terror-Protokolle, schwarze Kassen, Barschel, Flick, Co-op, Neue Heimat – Themen, die der SPIEGEL gesetzt, Skandale, die er aufgedeckt hat.

Das wohl wichtigste Ereignis in der Geschichte des Blattes war die »SPIEGEL-Affäre« im Jahr 1962 – die in Wahrheit eine Affäre des jungen Staates Bundesrepublik Deutschland war: Unter dem Vorwand, der SPIEGEL habe mit seiner Titelgeschichte »Bedingt abwehrbereit« über das Nato-Manöver »Fallex« Landesverrat begangen – »systematisch, um Geld zu verdienen«, wie Bundeskanzler Konrad Adenauer im Bundestag erklärte –, besetzte die Polizei in einer Oktober-Nacht die Redaktions- und Verlagsräume. Der Herausgeber Rudolf Augstein, der Verlagsdirektor und mehrere Redakteure wurden festgenommen und bis zu 103 Tage in Untersuchungshaft gehalten. Eine Protestwelle schwappte über das Land, die Behauptungen der Staatsmacht erwiesen sich als haltlos. Verteidigungsminister Franz Josef Strauß, tief in die Affäre verstrickt, musste zurücktreten, die Ära Adenauer neigte sich ihrem Ende zu.

Der SPIEGEL setzte seine Linie entschlossen fort. Auch über ein halbes Jahrhundert nach seiner Gründung macht er Affären ohne Rücksicht auf deren Verursacher und ohne Rücksicht auf die politischen und wirtschaftlichen Folgen publik.

JOURNALISTEN

Entscheidungen mit Weitblick.

Die Chefredaktion.

Ganz oben, im elften Stock des Redaktionsgebäudes an der Hamburger Brandstwierte, werden die wichtigsten redaktionellen Beschlüsse gefasst. Der Chefredakteur und seine beiden Stellvertreter entscheiden darüber, mit welchem Titelbild und welcher Titelgeschichte der nächste SPIEGEL erscheint, welche Meldungen, welche Artikel, welche Interviews ins Blatt gelangen. Jeden Montag wird das nächste Heft in der Redaktionskonferenz geplant.



Stefan Aust
seit Dezember 1994
SPIEGEL-Chefredakteur



Dr. Martin Doerry
seit August 1998
stellvertretender SPIEGEL-Chefredakteur



Joachim Preuß
seit September 1994
stellvertretender SPIEGEL-Chefredakteur



STRUKTUR

Die Welt im Visier.

Hinter den Kulissen des SPIEGEL.

In den Redaktionsräumen des SPIEGEL-Hochhauses hat man nicht nur die Hamburger Innenstadt und den Hafen im Blick, sondern auch die ganze Welt: Die 20 ausländischen Büros, von Brüssel bis Tokio, sowie die acht Büros im Inland liefern der Hamburger Redaktion Informationen über die wichtigsten Entwicklungen vor Ort.

Die Ressorts:

- Deutsche Politik
- Deutschland
- Wirtschaft
- Ausland
- Wissenschaft und Technik
- Kultur
- Gesellschaft
- Sport
- Sonderthemen
- Personalien

Unterstützt werden die Ressorts von der Dokumentation, dem legendären SPIEGEL-Archiv, in dem auf Mikrofilm und in Papierform mehr als 35 Millionen Textdokumente und vier Millionen Bilder abgelegt sind. Damit ist die SPIEGEL-Dokumentation eines der größten Pressearchive der Welt.

Über 70 hoch spezialisierte Dokumentationsjournalisten recherchieren für die Redaktion im SPIEGEL-Archiv, im Internet und in den Informationsdatenbanken der Welt. Im SPIEGEL-Statut von 1949 waren diese Ansprüche bereits verankert: »Alle im SPIEGEL verarbeiteten und verzeichneten Nachrichten, Informationen, Tatsachen müssen unbedingt zutreffen. Jede Nachricht und jede Tatsache ist ... peinlichst genau nachzuprüfen.«



ERFOLG

Wo Werbung wirkt.

Der SPIEGEL bietet den optimalen Rahmen für Anzeigen.

»Eine Anzeige im SPIEGEL«, urteilt André Kemper vom Art Directors Club Deutschland, »ist eine wichtigere, glaubwürdigere Anzeige, weil das Papier, auf dem sie gedruckt ist, wichtiger und glaubwürdiger ist.« Diese Glaubwürdigkeit färbt nicht nur auf Marken ab, sondern zieht auch eine äußerst attraktive Leserschaft an.

First-Class-Zielgruppen

Wer in Deutschland etwas zu sagen hat, liest den SPIEGEL. Wie keine andere Publikumszeitschrift erreicht das Nachrichten-Magazin Entscheidungsträger in Unternehmen, Politik und Gesellschaft, Meinungsbildner, die junge Bildungselite sowie die besonders kaufkräftigen Schichten der Bevölkerung.

- Von den 9,91 Millionen Deutschen mit gehobener Bildung (Abitur, Studium) sind 22,7 Prozent SPIEGEL-Leser.
- Von den 2,24 Millionen Deutschen in leitenden Berufen (größere Selbständige, Freiberufler, leitende Angestellte, höhere Beamte) sind 28,1 Prozent SPIEGEL-Leser.
- Von den 2,17 Millionen Deutschen mit einem persönlichen monatlichen Nettoeinkommen ab 2.500 Euro sind 29,3 Prozent SPIEGEL-Leser (Quelle: jeweils MA 2003 II).

Loyalität der Leser

Zu der ungewöhnlichen Zielgruppen-Affinität kommt ein hoher Anteil an Kernlesern: Über 400.000 Käufer haben den SPIEGEL abonniert. Die Loyalität seiner Leser zeigt sich daran, dass sie den SPIEGEL im Durchschnitt seit 10,4 Jahren lesen.

Sechs Richtige

Der SPIEGEL hat jede Woche durchschnittlich sechs zielgruppenrelevante Leser pro Exemplar.

Marktführer

Unter allen aktuellen Wochenmagazinen erreichte der SPIEGEL im 3. Quartal 2003 die höchste verkaufte Auflage. In den Segmenten »Einzelverkauf« und »Abonnement« lag der SPIEGEL in den ersten drei Quartalen 2003 vor seinen Wettbewerbern.



FAMILIE

Von der Monomärke zur Dachmarke.

Der SPIEGEL-Verlag weitet seine unternehmerischen Tätigkeiten kontinuierlich aus.

KulturSPIEGEL

Das größte deutsche Kulturmagazin hat dazu beigetragen, die Abonnentenaufage des SPIEGEL seit 1995 bis Ende 2003 um mehr als 100.000 Exemplare auf über 400.000 zu steigern (Quelle: IVW).

SPIEGEL Jahres-Chronik

Die SPIEGEL Jahres-Chronik erschien erstmals 1997 und ist seitdem regelmäßig mit über 350.000 verkauften Exemplaren pro Ausgabe das erfolgreichste Jahres-Sonderheft.

UniSPIEGEL

Das Magazin für den akademischen Nachwuchs wurde erstmals 1998 veröffentlicht und erscheint sechsmal im Jahr in einer verbreiteten Auflage von 210.000 Exemplaren (Jahresdurchschnitt 2002, Quelle: IVW).

SPIEGEL-Buchverlag

Seit 2002 erscheinen in Kooperation u.a. mit der Deutschen Verlags-Anstalt von namhaften Autoren geschriebene Bücher, die Schwerpunktthemen des Magazins aufgreifen.

SPIEGEL special

Mit SPIEGEL special wird seit Oktober 2001 die erfolgreiche Tradition monothematischer Hefte fortgeführt. Erschienen sind u.a. »Die Gegenwart der Vergangenheit«, »Allahs blutiges Land – Brennpunkt Nahost« sowie eine jährliche Ausgabe mit Buchrezensionen.

SPIEGEL TV

1988 wurde erstmals das SPIEGEL TV MAGAZIN ausgestrahlt. Der Erfolg der Sendung, die SPIEGEL-Journalismus fernsehgerecht umsetzt, führte 1990 zur Gründung der SPIEGEL TV GmbH. Heute gibt es fünf verschiedene SPIEGEL TV-Formate, die auf RTL, Sat. 1 und VOX gezeigt werden. Seit 2001 betreibt SPIEGEL TV gemeinsam mit der dctp GmbH das Informations-Programm XXP.

SPIEGEL ONLINE

1994 erschien der SPIEGEL mit SPIEGEL ONLINE als weltweit erstes Nachrichten-Magazin im Internet. www.spiegel.de ist die führende deutsche Nachrichtenseite. Mit einem Zuwachs von über 1,7 Millionen Nutzern auf nunmehr 5,65 Millionen (weitester Nutzerkreis, Vergleich zu 2002) konnte die Reichweite im vergangenen Jahr erheblich gesteigert werden (Quelle: ACTA 2003).



