

## Hausmitteilung

Betr.: DER SPIEGEL

Am vergangenen Mittwoch um 12.05 Uhr verbreitete die Nachrichtenagentur Reuters eine Eilmeldung: Bei einer Schießerei in der Redaktion der französischen Satirezeitschrift „Charlie Hebdo“ seien zehn Menschen getötet worden. Die Schießerei war ein Anschlag islamistischer Terroristen, bis zum Abend stieg die Zahl der Toten auf zwölf. In der Titelgeschichte beschreibt der SPIEGEL, wie es zu der Tat kam, was über die Mörder bekannt ist, was der Anschlag für das französische Selbstverständnis bedeutet. Zugleich analysiert er, inwiefern der Anschlag ein Angriff auf die Pressefreiheit ist, auf die Werte Europas, auf unsere Freiheit überhaupt.

Information und Einordnung, das ist der Kerngedanke des SPIEGEL. Künftig will das Blatt, mehr noch als bisher, Kompass und Filter sein: Was hier steht, soll dem Leser helfen, die Welt besser zu verstehen. Von dieser Woche an erscheint der gedruckte SPIEGEL schon am Samstag, die Digitalausgabe lässt sich bereits am Freitagabend ab 18 Uhr herunterladen. Zum einen rücken damit Redaktionsschluss und Verkaufsstart enger zusammen – das Heft wird aktueller, frischer. Zum anderen haben sich die Lesegewohnheiten in den vergangenen Jahren gewandelt. Wer einordnen will, braucht Zeit, und am Wochenende haben die meisten mehr Zeit als unter der Woche. Der Wechsel auf den Samstag ist ein Bekenntnis: Wir glauben an die Zukunft des Lesens, wir glauben daran, dass es wichtig ist, sich Zeit für das Wesentliche zu nehmen.

Mehr als 40 Jahre lang hat der SPIEGEL mit dem Satz „SPIEGEL-Leser wissen mehr“ für sich geworben. Heute kommt es weniger als früher darauf an, mehr zu wissen; die Leser wollen wissen, was all die Daten und Tatsachen bedeuten. Das Internet erleichtert es zwar enorm, an Informationen zu kommen, Google und YouTube haben alle zu Experten gemacht. Aber mit Suchmaschinen allein lässt sich die Wahrheit kaum herausfinden. Im Internet ist es schwer, Fakten von Gerüchten zu trennen, zwischen Meinungen, „Breaking News“ und Nachrichtensplintern das Entscheidende zu erkennen. Religiöse Fanatiker, aber auch Regierungen und Geheimdienste, Parteien oder Konzerne versuchen die Wahrnehmung der Wirklichkeit zu beeinflussen. Demokratische Gesellschaften brauchen, mehr denn je, unabhängige Medien. Der SPIEGEL hat deshalb von jetzt an eine neue Markenbotschaft: „Keine Angst vor der Wahrheit“. Die Werbekampagne und der Slogan formulieren unseren Anspruch an uns selbst. Und unser Versprechen an unsere Leser.

