

Wir werden darauf aufmerksam gemacht, dass der „Tagesspiegel“ den entsprechenden Auszug von Franziska Augsteins Rede im Wortlaut schon gedruckt hat.

Man kann von dem Chefredakteur des „Spiegel“ halten, was man will. Die Berufsbeschreibung des Chefredakteurs und die des Heiligen decken sich nicht. Ein objektiver Befund ist aber, dass unter der Ägide des jetzigen „Spiegel“-Chefredakteurs das Blatt seinen Platz als Leitmedium verloren hat. (...) Der Akzent auf Wirtschaftsthemen, die Vernachlässigung politischer Entwicklungen und Probleme zugunsten der Personalisierung, die Verlagerung auf die so genannten weichen Themen: All dies kennzeichnet heutzutage den „Spiegel“ und hat das Magazin zu einem geschwätzigem Blatt unter anderen gemacht. Der Fisch stinkt vom Kopf. Sie kennen das Sprichwort. Wenn das Blatt, das bisher Standards setzte, diese Standards freiwillig aufgibt, haben andere Zeitungen und Magazine keinen Grund, sich mehr um Ernsthaftigkeit, Ausführlichkeit und Problemdurchdringung zu bemühen. Der Aufwand an Zeit und Geld lohnt sich nicht: Die Konkurrenz ist ja weggefallen. (...)

Lesen dazu auch unseren [Beitrag von 11:38 Uhr](#).