

# LEAD AWARDS

## Die Gewinner der LeadAwards 2019

- **Giovanni di Lorenzo und Lars Haider gewinnen in der Zeitungskategorie**
- **Michael Ebert, Timm Klotzek, Sinja Schütte und Sabine Ingwersen holen Gold in den Magazin-Kategorien**
- **Sabine Rückert und Andreas Sentker sowie Matze Hielscher und Pierre Türkowsky werden zu Digitalleader des Jahres gekürt**
- **Oliver Wurm gewinnt mit „Grundgesetz als Magazin“ im Bereich Independent**

Am 9. Dezember 2019 wurden im Hamburger Curio-Haus die 26. LeadAwards verliehen. Gekürt wurden die besten Chefredakteure und Online-Macher in acht Kategorien. „Am Ende eines schwierigen Jahres für die Verlage und die Medienbranche, einem Jahr im Zeichen von Stellenabbau, Strukturwandel und Relotius, würdigt die LeadAcademy die Medienmacher, die der Glaubwürdigkeitskrise etwas entgegenhalten, Brücken zu den Lesern schlagen, Impulse setzen und ihren Beitrag zur Meinungsfreiheit leisten“, sagt der LeadAwards-Vorsitzende Markus Peichl.

Ausgezeichnet wurden die Blattmacher/innen des Jahres in den Kategorien „Zeitung regional“, „Zeitung überregional“, „Magazin Debatte“, „Magazin Lifestyle“, „Magazin Popular“ und „Magazin Independent“ sowie die Digitalleader des Jahres für das beste Online-Magazin und erstmals für den besten Podcast.

### Kategorie „Magazin Debatte“

In der Kategorie „Magazin Debatte“ geht der LeadAward in Gold an Michael Ebert und Timm Klotzek, Chefredakteure „SZ-Magazin“. „Sie zählen seit Jahren zu den Leistungsträgern des deutschen Magazinjournalismus“, urteilt die Jury. „2019 haben sie mit ebenso investigativen wie umsichtigen Berichten über breite, gesellschaftliche Problemfelder wie Rassismus, Nationalismus, Altersarmut, Wohnungsnot, aber auch Pädophilie auf vorbildliche Weise Akzente gesetzt. Sie stehen für einen differenzierten, fundierten, leidenschaftlichen und emphatischen Qualitätsjournalismus.“ Ebert und Klotzek zeigten auf eindrucksvolle Weise, dass man „Relevanz und Wirkung auch mit leisen, nuancierten Tönen erzeugen kann“. Die Jury beeindruckte insbesondere das „konsequente, einfühlsame Storytelling, mit dem Geschichten oft an Einzelschicksalen erzählt werden, ohne in Kitsch oder Parthos abzurutschen“.

Silber gewinnt Luca Caracciola, der mit seinem Magazin „t3n“ die Debatte im Bereich der Digitalisierung prägt und bestimmt. Besser, präziser, umfassender und verständlicher als jedes andere Medium in Deutschland befassen sich Caracciola und „t3n“ mit dem „Jahrhundert-Thema“ der digitalen Revolution. Von der Arbeitswelt bis zur Netzpolitik, vom Gaming bis zum Streaming, von der Meinungsfreiheit bis zur Privatsphäre - alle Aspekte werden mit großem Kenntnisreichtum behandelt und abgedeckt.

Alexander Marguier und Christoph Schwennicke erhalten einen LeadAward in Bronze. Die

beiden „Cicero“-Macher, so die Mehrheitsmeinung der Juroren, spitzen wie wenige andere Themen zu, scheuen nicht vor provokanten Thesen zurück, beziehen unmissverständlich Stellung und stoßen dadurch immer wieder Diskussionen an. Selbst wenn sie dabei anecken und ihre Haltung manchmal umstritten ist, bleiben sie damit immer „debattenfähig“ und offen für Gegenargumente.

Einen weiteren LeadAward in Bronze erhält Andreas Lebert, Chefredakteur „Zeit Wissen“. Er macht ein Magazin, das sich wirklich abhebt, durch Originalität und Relevanz. Er gewinnt der Wissenschaft immer einen augenzwinkernden und nicht selten einen humorvollen Aspekt ab. Spannende Fragen werden fundiert beantwortet, auf der anderen Seite findet man einen wirklich lustvollen Umgang mit der Optik. Lebert bezieht wissenschaftliche Erkenntnisse auf das Individuum, den Leser, und spricht ihn damit direkt an.

Die Auszeichnungen in der Kategorie „Magazin Debatte“ gehen an Gabriele Fischer, Chefredakteurin „brand eins“, und Thomas Vašek, Chefredakteur „Hohe Luft“.

### **Kategorie „Zeitung überregional“**

Der LeadAward in Gold geht in der Kategorie „Zeitung überregional“ an Giovanni di Lorenzo, Chefredakteur „Die Zeit“. Di Lorenzo hat mit der „Zeit“ bereits Mitte der 2000er Jahre den Prototyp der zeitgemäßen, modernen Zeitung geschaffen, an der sich alle orientiert haben. Eindrucksvoll stellte er nun 2019 unter Beweis, dass man als Blattmacher nie stehenbleiben, sondern auf gesellschaftliche und politische Veränderungen auch mit publizistischen, blattermacherischen Mitteln reagieren muss. So führte er beispielsweise das neue Ressort „Streit“ ein, in dem offene, ehrliche Debatten geführt werden, um einen Beitrag zum Zusammenhalt der Gesellschaft zu leisten. Gleichzeitig erweiterte er das Ressort „Wissen“ und schuf den Philosophie-Teil „Sinn und Verstand“, um tiefgreifenden, umfassenden Analysen und Beiträgen mehr Raum zu geben. Außerdem bestimmte „Die Zeit“ weiterhin den Diskurs in ihren Kompetenzfeldern Politik und Gesellschaft. „Besser, entschlossener, kann man ein Blatt nicht machen“, urteilte die Jury.

Georg Löwisch, Chefredakteur der „taz“, gewinnt einen silbernen LeadAward. Er stellt mit jeder Ausgabe blattmacherische Fähigkeiten unter Beweis, die man in Deutschlands Zeitungslandschaft viel zu selten findet: Originalität, Lässigkeit, Selbstironie und Witz, das alles verbunden mit Haltung, Engagement und klaren Positionen.

Sven Afhüppe hat das „Handelsblatt“ als Chefredakteur nach schwieriger Umbruchphase mit Entschlossenheit und Geschick wieder auf Linie und Erfolgskurs gebracht. Dafür erhält er den LeadAward 2019 in Bronze in der Kategorie „Zeitung überregional“. „Das ‚Handelsblatt‘ ist unter Afhüppe weniger aufgeregt, gerade deshalb aber wieder fundierter, differenzierter und relevanter. Mit großen investigativen Stories und vielfältigen Meinungsbeiträgen war das „Handelsblatt“ im Spannungsfeld von Politik und Wirtschaft 2019 wieder tonanführend.“

Ausgezeichnet in der Kategorie „Zeitungen überregional“ wurden: Gerald Braunberger, Werner D'Inka, Jürgen Kaube und Berthold Kohler, Herausgeber „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ und „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“; Detlef David Kauschke, Chefredakteur der „Jüdischen Allgemeine“ sowie Kurt Kister und Wolfgang Krach, Chefredakteure „Süddeutsche Zeitung“.

### **Kategorie „Zeitung regional“**

Der Sieger und damit Gewinner des LeadAwards in Gold in der Kategorie „Zeitung regional“ heißt Lars Haider, Chefredakteur „Hamburger Abendblatt“. Haider macht mit dem „Hamburger Abendblatt“ die vielseitigste, umfassendste, zeitgemäßeste Regionalzeitung Deutschlands. Er erhebt nicht nur den Anspruch mit überregionalen Blättern mithalten zu können, er schafft es auch auf eindrucksvolle Weise. Wie kein anderer erfindet er laufend neue Rubriken, neue Serien, neue Spezials, neue Sonderbeilagen, neue Elemente. Mit Kreativität, Fantasie, Mut und Innovationsgeist spielt er auf der Klaviatur des modernen Blattmachens. Große, opulente Stories, ausführliche, investigative Dossiers, originelle, überraschende Aufmacher – all das ist das „Hamburger Abendblatt“ unter Lars Haider.

Einen LeadAward in Silber erhält Gregor Peter Schmitz, Chefredakteur „Augsburger Allgemeine“. Er hat das Blatt mit Entschlossenheit, mit viel Verve und mit großem Aufwand erneuert und zeitgemäßer gemacht, sowohl in der Aufmachung als auch in der Sprache. Bei der Recherche und beim Titeln zeigt Schmitz, wie man heute Regional-Zeitung macht.

Hannah Suppa, Chefredakteurin „Märkische Allgemeine“, erhält einen LeadAward in Bronze, weil es ihr gelungen ist, eine regionale Zeitung in den verschiedensten Ausprägungen aufzustellen und den unterschiedlichsten Erfordernissen in Brandenburg gerecht zu werden.

Ausgezeichnet wurden Torsten Kleditzsch, Chefredakteur „Freie Presse“; Sabine Schicketanz, Chefredakteurin „Potsdamer Neueste Nachrichten“, und Uwe Vetterick, Chefredakteur Sächsische.de und „Sächsische Zeitung“.

### **Kategorie „Magazin Lifestyle“**

Goldgewinner in der Kategorie „Magazin Lifestyle“ ist Sinja Schütte, Chefredakteurin „Flow“, „Living at Home“, „Hygge“ und „Holly“. Sie macht Magazine nicht nur für den Lifestyle, sondern für ein Lebensgefühl. Mit großer Intuition, Entschlossenheit und perfektem blattmacherischen Handwerk hat sie in Deutschland das Genre der „Mindstyle-Magazine“ durchgesetzt. Sie hat damit einen neuen Markt für die Printbranche geöffnet und nachhaltige Impulse gesetzt.

Einen LeadAward in Silber bekommt Jan Spielhagen, Publisher, Editorial Director und Chefredakteur „Beef!“, „B-Eat“ und „Essen & Trinken“, Publisher und Editorial Director „Salon“, „Chefkoch Magazin“ und „Essen & Trinken für jeden Tag“. „Beef“, sein erster großer Scoop, war ein Magazin, an das niemand glaubte, ein Magazin, von dem alle dachten, dass es niemand braucht. Ein Magazin, das aber so erfolgreich wurde, wie kaum ein anderer Foodtitel. Fokus und Konzentration auf Fleisch, Grillen und Männer. Spielhagen hat darüber hinaus den Traditionstanker von Gruner + Jahr, „Essen & Trinken“, der in schwere Wasser geraten war, wieder auf Kurs gebracht, und mit „B-Eat“ ein herausragendes neues Magazin für Gourmets und gehobene Küche geschaffen.

Markus Wolff, Redaktionsleiter „Geo Saison“, „Geo Special“ und „Walden“ (letzteres zusammen mit Harald Willenbrock) gewinnt Bronze. Wolff hat dem Genre des Reisemagazins neue, zeitgemäße Aspekte hinzugefügt, die man weder im Storytelling noch in der Themenauswahl bisher kannte.

Eine Auszeichnung in der Kategorie „Magazin Lifestyle“ erhält Thomas Tuma, Chefredakteur „Handelsblatt Magazin“.

### **Kategorie „Magazin Popular“**

Sabine Ingwersen, Chefredakteurin „Tina“, „Bella“, „Laura“, „Alles für die Frau“ und „Meins“, wird mit einem LeadAward in Gold geehrt. Sie hat die Frauenvertriebstitel des Bauer Verlags nicht bloß renoviert, sondern mit Konsequenz und Power ins Heute geführt. Ob „Tina“, „Bella“ oder „Laura“ – Ingwersen zeigt, dass populäre Massentitel und ein neues, selbstbewusstes Frauenbild kein Widerspruch sein müssen, sondern – im Gegenteil – einander bedingen. Soziales Engagement, ökologisches Bewusstsein, den Kampf für die Gleichberechtigung hat sie systematisch zu einem Anliegen ihrer Titel gemacht. Damit erreicht sie mit wichtigen, gesellschaftlich relevanten Themen ein Publikum, das andere oft nicht erreichen und hat eine wichtige Brückenfunktion in einer sich spaltenden Gesellschaft.

Einen LeadAward in Silber erhält Stefan Kobus, Chefredakteur „Super Illu“ und „Guter Rat“. Alle reden über den Osten, er spricht mit ihm. Er spricht zum Osten und er spricht für den Osten. Kobus nimmt die Menschen im Osten ernst und bringt ihnen die Wertschätzung entgegen, die dort oft vermisst wird.

Der LeadAward in Bronze in der Kategorie „Magazin Popular“ geht an Tom Drechsler, Chefredakteur „Auto Bild“. Er hat das Magazin gekonnt renoviert, dem Blatt ein neues Gesicht und Image gegeben. Er geht das Thema „Auto“ in seiner gesamten Breite, seinem gesamten Spektrum an. Sein Anspruch: als erster über den Automarkt berichten, das erste Foto, die erste Information und natürlich die Faszination Auto mit Spaß, mit Freude an der Leistung, mit Lust am Design.

Ausgezeichnet in der Kategorie „Magazin Popular“ wurden: Christian Hellmann, Chefredakteur „TV Digital“, „Hörzu“, „TV Direkt“, „Gong“, „Bild+Funk“, „Nur TV“, „Hörzu Wissen“ und „Hörzu Gesundheit“, Heinz Landwehr, Chefredakteur „Finanztest“, und Anita Stocker, Chefredakteurin „Test“.

### **Kategorie „Magazin Independent“ – Porsche Award**

Gold in der Kategorie „Magazin Independent“ geht an Oliver Wurm, Herausgeber und Chefredakteur „Das Grundgesetz als Magazin“, „Fußballgold“ und „Schwarz Rot Gold“. Wurm ist aus der deutschen Indie-Szene nicht mehr wegzudenken. Einer, der immer wieder mit neuen ungewöhnlichen Heftkonzepten überrascht und den Magazinmarkt bereichert. Insbesondere mit dem „Grundgesetz“ als Magazin hat er einen echten Scoop gelandet. Ein ungewöhnliches, mutiges Konzept, das publizistisch für Aufsehen sorgte und sich zu einem echten Bestseller entwickelte.

Joerg Koch, Publisher „032c“, beweist, welche Kraft und Power, welches Potential die deutsche Independent-Szene hat. Er hat „032c“ zu einer internationalen Erfolgsstory gemacht. Dafür wird er mit einem LeadAward in Silber ausgezeichnet.

Benjamin Fredrich, Publisher „Katapult“, gewinnt einen bronzenen LeadAward. Er erklärt die Welt mit Statistiken, Zahlen und Infografiken, macht anschaulich, was sonst verborgen bleibt. Friedrich kommt der Wahrheit durch pure Fakten nahe. Lügen und Fälschungen entlarvt er durch nüchterne Tatsachen.

Ausgezeichnet wurden Christoph Blumberg und Jan Zühlke, Publisher „Craftrad“; Sascha Ehlert, Publisher „Das Wetter“, und Ali Kepenek, Publisher „King Kong“ und „King Kong Garçon“.

### **Kategorie „Webmagazin national“**

Über einen LeadAward in Gold in der Kategorie „Webmagazin national“ können sich Matze Hielscher und Pierre Türkowsky, Chefredakteure „Mit Vergnügen“, freuen. Sie bereichern die deutsche Weblandschaft mit dem smartesten, originellsten, verlässlichsten und sympathischsten Navigator durch deutsche Großstädte - von München bis Berlin.

Felix Dachsel, Chefredakteur „Vice“, wird mit einem LeadAward in Silber ausgezeichnet. „Vice“ zeigt eindrucksvoll, wie man ein Webmagazin von Politik bis Pop für die junge Zielgruppe macht - und dabei wie sonst keiner in Deutschland Video und Bewegtbild integriert.

Carsten Knop macht mit faz.net aus Sicht der Jury derzeit das beste, schnellste, differenzierteste, unaufgeregteste und gerade deshalb besonders zeitgemäße Webmagazin im Bereich der General-Interest-Anbieter. Dafür vergibt die LeadAcademy einen bronzenen LeadAward.

Die Auszeichnungen in der Kategorie „Webmagazin national“ erhalten Alexandra Bondi de Antoni, Chefredakteurin Vogue.de; Sebastian Esser, Herausgeber „Krautreporter“; Andreas Gebauer, Chefredakteur test.de und Daniel Völzke, Redaktionsleiter „Monopol Online“.

### **Kategorie „Podcast national“**

Den ersten LeadAward in Gold in der Kategorie „Podcast national“ erhalten Sabine Rückert, stellvertretende „Zeit“-Chefredakteurin, und Andreas Sentker, Leiter des Wissensressorts der „Zeit“, für ihren Podcast „Zeit Verbrechen“. Das Konzept: große Kriminalfälle, packende Prozesse, menschliche Abgründe, tief sinnig ausgeleuchtet, immer spannend und fundiert, sodass einem der Atem stockt. Trotzdem nie übertrieben, sondern sachlich seziert. Ein Faszinosum gesellschaftlicher Realitäten und Abgründe.

Christoph Amend, Chefredakteur „Zeit magazin“, und Jochen Wegner, Chefredakteur „Zeit Online“, erhalten für ihren Podcast „Alles gesagt?“ einen LeadAward in Silber. Gespräche mit Open End, Prominente und interessante Persönlichkeiten sprechen solange, bis der Gast ein Code-Wort sagt und damit den Talk beendet. Die Länge des Gesprächs liegt in der Hand der Gäste, die Führung bei Amend und Wegner. Der Rekord: über acht Stunden dauerte es bis der YouTuber Rezo das Code-Wort sagt und das Gespräch zu Ende ist.

Einen LeadAward in Bronze erhalten das Ehepaar Martin Keß-Roche, Ex-Fernsehproduzent, und Charlotte Roche, TV-Moderatorin, für ihren Podcast „Paardiologie“. Charlotte und Martin sprechen über alles, was in einer Ehe und Familie normalerweise hinter verschlossenen Türen bleibt – originell, witzig, schonungslos ehrlich. Die neue Definition der offenen Beziehung: Paartherapie und Szenen einer Ehe vor offenen Mikrofonen.

Ausgezeichnet wurden in der Kategorie „Podcast national“: Samira El Ouassil und Christiane Stenger, Podcast „Sag Niemals Nietzsche“; Frank Helmschrott und Max-Jacob Ost, Podcast

„Rasenfunk“, sowie Sarah Kuttner und Stefan Niggemeier, Podcast „Das kleine Fernsehballer“.

Die LeadAwards werden unterstützt von der Kulturbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg und Porsche.

Rückfragen:

Eva Wienke

Mobil 0171/60 22 019

E-Mail [eva.wienke@t-online.de](mailto:eva.wienke@t-online.de)

Beatrice Monington West

Mobil 0175/416 72 23

E-Mail [BeatriceMoningtonWest@t-online.de](mailto:BeatriceMoningtonWest@t-online.de)