

Gutjahr+Turi: Der Podcast ohne Namen und Konzept, Folge 1 (11. Februar 2021)

[00:00:04] SPRECHER: turi2 Podcast Menschen, Medien, Marken.

[00:00:09] MARKUS TRANTOW: Gutjahr und Turi - der Podcast ohne Namen und ohne Konzept. Gestern Abend am 11. Februar lief bei Clubhouse der erste von zehn Teilen dieses etwas anderen turi2 Clubabends. In den kommenden neun Wochen wollen der Journalist und Blogger Richard Gutjahr und turi2-Gründer Peter Turi diesen Podcast mit Leben füllen. Aber nicht alleine, sondern mithilfe vieler prominenter und schlauer Stimmen. Immer am Donnerstag um 19 Uhr läuft die Session auf Clubhouse und am Morgen danach gibt es diesen Podcast. Mehr Vorrede braucht es eigentlich nicht. Hier sind Richard und Peter. Bitteschön.

[00:00:46] PETER TURI: Richard wurde zuerst genannt. Er ist der bessere Moderator. Richard, du fängst an.

[00:00:52] RICHARD GUTJAHR: Es gibt keine Regeln. Fast wie in Fight Club oder? Außer die eine Regel irgendwie, dass man nicht über einen Fight Club spricht. Also ich weiß nicht genau, wir können wahrscheinlich... ist Ramelow da? Nee, also ihr hab es schon gesagt. Also alles... wer auch immer im zweiten Teil dieser Stunde – das ist die einzige Regel, die wir uns eigentlich verpasst haben, Peter – dass wir uns im ersten Teil sozusagen erst einmal miteinander so ein bisschen uns austauschen und im zweiten Teil, so ab der Halbzeit, steigen dann alle in den Ring, die wollen. Diejenigen, die in den Ring gehen, die also hier hochkommen auf die Bühne, die sollten einfach wissen, alles, was ihr dann sagt, kann später gegen euch verwendet werden. Peter, ihr schneidet das Ganze mit und das wird dann auch als Podcast veröffentlicht und auch transkribiert für alle Leute, die das morgen noch einmal nachhören oder -lesen möchten. Das glaube ich ist ganz wichtig zu wissen. Peter, jetzt sind wir da, wir haben das letzte Mal, als wir angefangen hatten und die Idee gehabt hatten, dass wir uns regelmäßig zu einem kleinen Sparring hier treffen, dass wir so ein bisschen über die Kommunikation der Zukunft reden wollen und dass wir so unseren Lockdown nutzen wollen, vielleicht sogar kreativ. Gemeinsam mit der Community an so ein paar Ideen zu schrauben und zu arbeiten und zu brainen, die auch nach dem Lockdown vielleicht sogar das eine oder andere Format ergeben könnten oder auch Ideen, Input für alle diejenigen, die jetzt auch zuhören und vielleicht mit uns gemeinsam ein Konzept für Medien, für die Zukunft entwickeln wollen. Und wir haben uns jetzt zehn Ausgaben vorgenommen, dass wir das in so einem kleinen Prozess uns Erarbeiten auch mal ein paar Tage sacken lassen und dann die Woche drauf wieder weitermachen. Sehr viel mehr haben wir uns eigentlich gar nicht überlegt zu diesem kleinen Echtzeit-Experiment und wir sind natürlich froh, dass ganz viele Leute – ich sehe hier unten im Auditorium sind schon ganz viele Medienkolleginnen und -kollegen mit dabei – uns dabei unterstützen wollen und vielleicht auch mit der einen oder anderen Idee oder die Ideen, die wir hier haben, vielleicht auch so ein bisschen challengen wollen.

[00:03:02] PETER TURI: Ja, ich sag mal, wer alles schon da ist. Ich sehe mal im Publikum Thorsten Zarges, Fernsehexperte; Henning Beck, mein Lieblings-Hirnforscher; Florian Schroeder, mein Lieblings-TV-Satiriker; Uwe C. Beyer, der Art Director der Herzen, der Erfinder von turi2 edition, der ganz besonderen Optik von turi2 edition und aber auch vom Konzept. Uwe, das kann ja lustig werden. Erik Kubitz ist da, der Mann, der kreativ bei turi2 die Technik managt und nebenbei eine systemische Ausbildung hat. Also es ist, glaube ich alles zusammen Psychologen, Psychopathen, Kreative, Kommerzielle vielleicht auch. Ich glaube, wir können dann langsam los legen. Wir müssen uns die Regeln aber auch noch selber definieren, Richard.

[00:03:57] RICHARD GUTJAHR: Das ist richtig. Ich wollte nur gerade sagen, weil du diese fantastischen Namen ja schon in den Raum geworfen hast bzw. die sind ja schon im Raum. Nutzt

diese nächsten zehn Wochen, Donnerstagabend 19 bis 20 Uhr auch so ein bisschen dazu, so ein bisschen weiter zu networken. Das heißt also, die Kolleginnen und Kollegen, die wir unten haben und hoffentlich dann auch in der zweiten Hälfte oben auf der Bühne, nutzt die Zeit einfach mal zu gucken, wer ist noch interessant. Wen habt ihr noch nicht in eurer, in eurer Timeline und folgt euch alle einfach schamlos gegenseitig. Also wir wollen so ein richtig kleiner Inzucht-Bubble-Verein werden, damit wir wenigstens nach der nach dem Lockdown wenn wir uns dann alle wieder von Angesicht zu Angesicht sehen können, dann sagen: Hey, ich wollte dir schon auf Clubhouse. So ja, die Regeln. Vielleicht, Peter, erarbeiten wir uns auch die Regeln so Stück für Stück. Ich glaube, wir sollten jetzt nicht anfangen, gleich irgendwie 10 Regeln irgendwie in den Raum zu werfen, sondern die werden sich schon, glaube ich, ergeben. Einen Wunsch hätte ich als Regel: Lasst uns möglichst konstruktiv bleiben. Wir sind immer oft so verleitet zu sagen: Haha, alles schlecht und die Verlage sind alle so langweilig. Und die Sender haben es nicht geblickt und so und die Zukunft des TikTok und Clubhouse. Lass uns versuchen und ich sage das an mich selber gerichtet, dass wir hier nicht so eine Lächer-Bude werden.

[00:05:18] PETER TURI: Nein, das machen wir nicht. Richard, da brauchst du keine Angst haben. Die Leser und Leserinnen, die Community von turi2, sind nicht die Lächer-Schwester und -Brüder. Schau an, was wir machen. Wir gucken immer, wir schauen: Wo ist die Zukunft? Wo sind die inspirierenden Cases? Wo sind die inspirierenden Leute in den Medien? Wir holen Inspiration von außen. Deswegen möchte ich dir auch ein bisschen widersprechen, dass wir jetzt gesagt, wir wollen hier in so einer Insider-Bubble diskutieren. Mein erster Vorschlag ist, dass wir diskutieren: Wo wollen wir überhaupt hin? Wir machen hier ein Experiment mit Folgen und ich würde mich freuen, wenn die Folgen mehr als 10 sind. Lasst uns mal diskutieren, worüber wir überhaupt diskutieren wollen. Also mein Vorschlag ist, dass wir mit uns beiden, du Richard, ich Peter, dann die 103 Leute, die jetzt schon im Raum sind, diskutieren: Was ist eigentlich die Zukunft des Journalismus in solchen aufregenden digitalen Zeiten, wo so neue Geschäftsmodelle kommen oder neue Techniken kommen, dass wir plötzlich auf dem Sofa miteinander reden können, ohne dass es uns irgendeine Anstrengung kostet und alle überrascht sind, wie gut das funktioniert über die Stimme, Verbindungen und Emotionalität aufzunehmen. Und aber: Wie sieht dann die Zukunft des Journalismus aus, der Medien und vielleicht auch ein bisschen der Kommunikationsgesellschaft? Weil was im Journalismus, in den Medien abgeht, hat ja auch Auswirkungen auf die Kommunikationsgesellschaft? Oder wie siehst du das, Richard?

[00:06:47] RICHARD GUTJAHR: Ja absolut. Eben das, was du gerade angesprochen hast... ich glaube, diese Niedrigschwelligkeit, Medien zu machen, mitzugestalten und zwar nicht nur passiv, sondern auch aktiv. Das ist ja das, was uns ja alle so geflasht hat an Clubhouse. Also das Tolle am Home-Office und an Videokonferenzen war ja schon, dass man die sogar in Jogginghosen abhalten konnte. Bei Clubhouse brauchst du noch nicht mal eine Hose. Also, da willst du auf einmal... da ist dieser Traum von – jetzt komme ich mit meinem Soziologiestudium so ein bisschen um die Ecke mit diesen – mit diesem Sender wird zum Empfänger der Radio-Theorie. Das ist jetzt wirklich da. Also jeder von uns hat es in der Hosentasche und muss sich noch nicht mal mehr eine Kamera setzen, sondern kann einfach wirklich mitmachen. Ich glaube es gab noch nie eine Plattform – korrigier mich – die so einfach zu bedienen war wie ein Telefon.

[00:07:48] PETER TURI: Das stimmt. Also es ist unfassbar einfach und es ist die einfachste Art den Podcast zu machen. Wir schneiden es einfach mit. Zwei Sachen will ich noch zu den Regeln sagen. Konstantin Neven DuMont zeigt schon auf. Wahrscheinlich hat er verpasst, dass wir gesagt haben turi2-Talks sind immer die erste Hälfte konzentriertes Gespräch derer, die auf der Bühne sitzen und die zweite Hälfte dann komplett offen für die Bühne. Konstantin, also wenn du dich nur ein bisschen geduldest, gerne dabei bleibst, kommst du gerne um halb acht auch mit auf die Bühne. Die andere Regel, die ich, die wir uns gegeben haben, Richard, nach einem ersten Vorgespräch, lautet: Zwischen den Folgen dürfen Turi und Gutjahr nicht miteinander sprechen oder schreiben. Alle Gespräche finden auf offener Bühne und mit voller Publikumsbeteiligung statt. Wobei "Publikum"

ist eigentlich das falsche Wort, Richard. Wie nennen wir das? Die Leute, die hier im Raum sind, das ist ja nicht unser Publikum, das ist ja unsere Hood, würden die jungen Leute sagen.

[00:08:44] RICHARD GUTJAHR: Ich weiß nicht mehr, wer es einmal gesagt, aber: people formerly known as audience.

[00:08:49] PETER TURI: Was sind sie jetzt? Jetzt sind sie der Club, die Community, könnte man sagen. turi2 community? Oder?

[00:08:55] RICHARD GUTJAHR: Ist das eigentlich etwas – das wollte ich dich sowieso fragen – ist das eigentlich etwas, wo du so hinsteuerst? Ich meine, uns eint nicht viel, aber wir haben beide gemeinsam die Schulbank – also nicht gemeinsam, aber mit Zeitverzug – bei der Deutschen Journalistenschule gedrückt.

[00:09:10] PETER TURI: Ich glaub du 20 Jahren nach mir. Wann warst du?

[00:09:12] RICHARD GUTJAHR: Ja, mindestens gestern. Gestern habe ich meinen Abschluss gemacht. Nein.

[00:09:17] PETER TURI: Wann warst du da, im Ernst Richard, wann warst du auf der Journalistenschule?

[00:09:20] RICHARD GUTJAHR: Das weiß ich gar nicht mehr. Ich glaube, '99 war ich bei meinem Auslandspraktikum. Also '98 war ich, glaube ich, fertig.

[00:09:26] PETER TURI: Okay, dann warst du 14 Jahre hinterher.

[00:09:27] RICHARD GUTJAHR: Aber du warst kompakt. Und ich habe also diese ganze vier Jahre dort abgesehen. Hab zwischendrin auch nochmal lustig studiert und...

[00:09:34] PETER TURI: Ich bin immer etwas kompakter als du, Richard. Du bist immer ein bisschen länglich und ich kompakter.

[00:09:39] RICHARD GUTJAHR: Dafür machst du jetzt Bücher.

[00:09:40] PETER TURI: Ja, aber die sind nicht vollgepackt. Wir machen nicht so viele Worte. Wir wollen ja auch ein bisschen über Fotos, über Bilder, über Bildsprache.

[00:09:48] RICHARD GUTJAHR: Wie kam das eigentlich, Peter, dazu, dass einer der digitalsten Menschen, die ich im Medien-Business kenne, ausgerechnet ein Buch herausgibt?

[00:09:59] PETER TURI: Soll ich dir das erste Buch mal schicken? Da steht's drin. Und zwar sagen wir: Wenn Digitalität zum Alltag wird, ja, dann steigt die Sehnsucht nach analoger Qualität. Also: Wenn du jeden Tag Fast Food zu dir nimmst, wirfst du trotzdem nicht dein Koch-Besteck weg und gehst trotzdem nochmal zum Feinschmecker. Also turi2 edition ist dieses Jahr dreimal, nächstes Jahr viermal im Jahr – Feinschmecker at its best – hoffentlich. Also wir legen alles rein, Uwe ist da, er weiß es, wie viel Gedanken wir uns machen, wie viel Mühe wir uns geben, damit das einfach irgendwie so das geilste Magazin der Welt ist, das wir uns vorstellen. Also jedenfalls das Beste, was wir hinkriegen.

[00:10:35] RICHARD GUTJAHR: Und du hast jetzt keine Angst davor, dass das so richtig gewaltig floppt?

[00:10:39] PETER TURI: Richard, wie kannst du irgendwas anfangen, wenn du an das Nicht-Gelingen glaubst, dann sind wir schon mittendrin im Thema Innovation. Also wir suchen nach der Medien-Zukunft. Wir reden über Innovation, würde ich sagen. Das ist der Inhalt dieses Podcasts. Aber ich würde sagen, wir reden nicht nur theoretisch drüber, sondern wenn wir gemeinsam eine Idee haben, ein Konzept, ich hätte schon eine oder zwei, dann machen wir das. Das wäre mir wichtig, dass wir nicht nur reden über die Zukunft, sondern dass wir sie machen. Wir sind da so viele Leute, die Medien haben, die Fähigkeiten haben. Vielleicht tun sich am Ende zwei, drei, vier verschiedene Gruppen in einen Seitenraum – kann man auch super aufmachen – zusammen und es passiert was. Also mein Anspruch wäre absolut nicht zehn Folgen in der Bubble reden über die Zukunft, sondern wie so ein Workshop, wo du was machen musst. Das hab ich immer furchtbar genossen, früher an der Uni oder aber auch so als junger Journalist, einen Workshop, wo du nicht nur hören musst wie an der Scheiß-Uni – hat mir nie Spaß gemacht – wo du was machen kannst. Das fand ich auch geil an der Journalistenschule: Zack wurde die Übungszeitung gemacht usw.. Aber, ich glaube gar nicht, dass es eine Übungszeitung sein muss, weil wir sind ja hier im Verlag turi2 inzwischen knappe Millionen Umsatz, 15 Mitarbeiter wir haben, wir machen Gewinn, also keiner buttert mehr was rein. Also wenn wir eine gute Idee haben, wir haben die Audience, wir haben die 10 000 wichtigsten Meinungsmacher in Deutschland, eben in der Datenbank. Denen schicken wir die Edition. Wenn wir jetzt eine Idee haben, dann machen wir das! Das fänd ich geil.

[00:12:10] RICHARD GUTJAHR: Es gibt einen Grund, warum ich dich nach deinem Buch gefragt habe, weil: das ist ja nicht geradethe obvious choice. Gerade wenn alle sagen, wir müssen digitaler werden. Wir müssen irgendwie mehr online machen. Und so gehst du daher und sagst Ich mache jetzt ein Buch.

[00:12:31] PETER TURI: Aber Richard, das ist doch die Grundregel der Innovation. Es ist doch nicht innovativ, wenn du als 27. Verlag zu TikTok gehst. Das ist das Gegenteil. Oder wenn du sagst: Wir digitalisieren jetzt, wir bauen Print ab und machen Digitalisierung. Das ist dann meistens ein Sparprogramm und sonst gar nichts. Also Innovation heißt niemals das machen, was alle machen. Ich suche, ich gucke mir immer an, wo laufen alle hin. Und dann sage ich: Wo könnte das Gegenteil liegen. Schau dir an, alle machen Paid Content, weil sie denken: Ja, da kann man ja super... Alle schreiben davon. Kress Report macht ganze Sonderausgaben. Da gibt's auch ein paar Anzeigen in der Richtung. Alle machen Paid Content. Und ich sage Paid Content hasse ich vom tiefsten Herzen. Schon als ich 1996 den Kress Report frisch gekauft hatte, ich 50 Prozent hatte, hat der Kaufmann im Laden unter Günther Kress gesagt... Günther Kress sagte immer: "Ich habe nie etwas in meinem Leben verschenkt." Und ich war der Journalist und hab gesagt: "Das ist doch geil, wenn das geht. Wir wollen doch Leute erreichen, dann müssen wir doch keinen Preis draus machen und schau, wohin wir gekommen sind. Die turi2 Edition wirst du gar nicht mehr kaufen können in Zukunft. Wir nehmen sie vom Markt als Kauf-Stück. Wir machen sie zum Club Magazin. Wenn du sie kriegst gedruckt, dann hast du Glück. Dann bist du von uns zu den 10.000 wichtigsten Meinungsmachern gewählt. Wenn du sie nicht kriegst, dann kannst du sie immer noch kostenlos als E-Paper voll online lesen.

[00:13:50] RICHARD GUTJAHR: Ist die Zukunft werbefrei? Glaubst du da wirklich dran?

[00:13:53] PETER TURI: Werbefrei nein. Werbefrei nicht? Nein, nein, werbefrei nicht. Wir finanzieren das ja genauso wie Google und viele andere finanzieren wir das ganze ja über Werbung.

[00:14:05] RICHARD GUTJAHR: Ich meinte glaubst du daran, dass die Menschen... Es gibt ja gerade diesen Kampf. Wir haben schon so ein bisschen diese ersten Vorgeplänkel zwischen Apple und zwischen Facebook gelernt. Da geht es vor allem um das Datensammeln. Apple wird also im Frühjahr quasi die diese Warnhinweise machen, dass Facebook einen übers ganze Netz verfolgt, wenn man die App laufen hat. Glaubst du, das ist die Schlacht, die uns jetzt tatsächlich in den nächsten Jahren im Mediengeschäft auf uns zukommt? Ich frage das deshalb, weil wir wollen ja,

wenn wir jetzt hier an Konzepten feilen und uns überlegen, wie es weitergeht mit den Medien, müssen wir uns natürlich fragen, wo die Kohle herkommt. Glaubst du, dass dieser dieser Kampf der Titanen zwischen Apple und Facebook, dass das etwas werden kann, was die Medienlandschaft verändern wird?

[00:14:54] PETER TURI: Also ich, ich weiß es nicht. Richard, du bist der Experte. Ich kann dir nur sagen, du fragst: Woher kommt die Kohle? Ich glaube, das ist die entscheidende Frage. Und ich sage bei uns immer: Wir müssen eine Sache machen, die so geil ist, dass sich jemand findet, problemlos, der sie finanziert. Und das haben wir jetzt bei der Edition geschafft. Das haben wir auch mit dem Newsletter geschafft. Mehr brauchen wir nicht. Wir haben Super-Einnahmen. Das ist ein richtig dickes Geschäft inzwischen. Die Edition hat sich dahin gekämpft und online ist auch auch positiv. Und es geht nach dem Motto: Mache etwas Tolles, was der Menschheit etwas bringt, was ein Problem löst für deinen Kunden und dann wirst du jemanden finden, der es finanziert. Unter einer Bedingung: Unter deinen Kunden müssen natürlich Leute sein, die Geld haben. Also stell dir vor, wir würden einen Journalisten-Dienst machen von Journalisten für Journalisten und dann würden wir jemanden suchen, der das finanziert. Dann würden wir wahrscheinlich keinen finden, weil Journalisten sind per se an sich arme Schlucker. Und du musst dann schon Geist und Geld zusammenbringen. Aber wir machen es unter dem Banner des Geistes. Aber es müssen Leute dabei sein, die tatsächlich auch Geld haben, die es finanzieren, verstehst du das?

[00:16:06] RICHARD GUTJAHR: Das wollte ich grad auch fragen, dann ist dein Produkt also nicht die Inhalte, die du produzierst, sondern die Community, die du vercheckst. Du verkaufst den Zugang zu einer Community.

[00:16:16] PETER TURI: Also gut, wenn wir jetzt drüber reden, was könnte in Zeiten von Clubhouse ein Geschäftsmodell sein für die Medien? Dann würde ich sagen: Also schon mal nicht das alte Modell. Also warum sollte irgendjemand eine Fachzeitschrift für Geld kaufen, in der ich dann den Kommentar eines Chefredakteurs habe. Also ich muss Geld dafür bezahlen, dass ich einen Kommentar von einem Journalisten habe. Das wird in Zukunft keiner mehr machen, wenn es doch möglich ist hier im Clubhouse oder bei turi2. Wir sind mal wieder der Disruptor. Tut mir leid für die, die nicht mitmachen, aber es ist so. Wenn du hier kostenlos mitdiskutieren kannst, warum solltest du an einer anderen Stelle dafür Geld bezahlen, dass du dich von oben belehren lässt? Das wird keiner machen auf Dauer. Ich seh es jetzt mache so idealtypisch. Das heißt, du musst eine Community organisieren. Und dann, wenn das, wenn die Community so ein geiles Programm hat, dass die Leute dabei sein wollen, dann wird sich die Finanzierung von alleine finden. Das heißt, um zu finanzieren, musst du 99 Prozent deiner Energie aufs geile Produkt legen und nicht der halbe Verlag rennt dem Geld hinterher und schüttelt den Anzeigenkunden und sagt: Wenn du das nicht hergibst, dann berichte ich nicht mehr über dich oder dann kriegst du nichts mehr. Das ist der falsche Ansatz der Verlage meiner Meinung nach.

[00:17:28] RICHARD GUTJAHR: Ist es das, was dich jetzt gerade so an Clubhouse kickt, dass du im Grunde genommen auch fast täglich hier auf Sendung gehst?

[00:17:37] RICHARD GUTJAHR: Also ich verspreche, ab heute Abend gibt's ne Pause. Am Montag die Sendung macht die Chefredaktion von turi2. Ich bin dann erst am Mittwoch wieder dabei beim "Chef, wir müssen reden oder Chefin, wir müssen reden". Also ich brauche schon mal wieder eine Pause, weil du darfst ja nicht verbrennen. Ich weiß nicht, wie du das machst... jeden Tag, immer die ganze Zeit da drin. Das wäre mir zu viel. Am Wochenende gehen wir an die frische Luft.

[00:18:03] RICHARD GUTJAHR: Trotzdem hat dich ja irgendetwas... du hast ein sehr feines Gespür. Wir kennen uns schon ein paar Jährchen und verfolgen natürlich auch gegenseitig, was wir so tun. Und du erscheinst mir immer als jemand. Du hast es ja vorhin schon gesagt: Du musst

immer machen und du willst immer gleich etwas ausprobieren als jetzt irgendwie zehn Studien einzuholen. Aber bei Clubhouse muss ich ganz ehrlich sagen da treibt du es gerade auf die Spitze. Also ich kenne niemanden, der so auf diesen Zug gesprungen ist so schnell und so umfassend, so entschlossen, ja entschlossen und so voller Tatendrang. Und dieser Raum ist im Grunde genommen ja fast schon ein Zeugnis dafür. Ohne jetzt genau zu wissen, wo das am Ende hinführt. Ich möchte da jetzt nicht loslassen. Warum hat Clubhouse dich jetzt mehr getriggert als sagen wir jetzt mal TikTok oder Instagram Stories.

[00:19:07] PETER TURI: Da hab ich dann stelle ich jetzt die Frage an dich, Richard. Sonst wird hier ein Interview von dir mit mir. Wir wollen ja auch bald öffnen und da brauchen wir ein bisschen mehr. Siehst du das denn anders? Setzt du auf Paid Content? Du hast in einer Diskussion, wo ich mich dann eingeschaltet habe, hast du gesagt: Ja, wir müssen nur ein smarteres System machen, damit man so leicht wie ein Café seine sechs Euro bezahlen kann. Damit die – Pain Points sagt man heute glaub ich unter jungen Leuten – damit die Pain Points weg sind? Und da hab ich die These gehabt: Zahlen ist immer ein Pain Point.

[00:19:36] RICHARD GUTJAHR: Es geht gar nicht so sehr darum, einen Kaffee zu bezahlen. Da hattest du mich falsch verstanden. Es geht nur darum so schnell bezahlen zu können, wie ich eben an der Kaffee-Theke darauf warte, dass ich bedient werde. Nur für alle diejenigen, die nicht dabei waren bei diesem Talk: ich hab eine These. Ich wundere mich... ich meine das mit dem Bezahlen, Bezahlmodelle, das gibt es ja inzwischen fast in jedem Verlag... nur ich wundere mich, dass im Jahr 2021 oder 2020, da stand ich das letzte Mal an der Kaffeekasse in der Schlange, dass wenn ich also auf meinen Kaffee warte, dass ich immer noch nicht schaffe, wenn zwei Leute oder drei Leute von mir sind, innerhalb dieser 90 Sekunden Zeit, ein Abo abzuschließen und das sagt mir einfach, dass das diese ganzen Pay Modelle nicht alltagstauglich sind. Und da glaube ich ginge noch sehr viel mehr, wenn man eben smartere Pay-Schranken macht als als diese ganzen Dinger und jedes Haus natürlich einzeln für sich. Ich kann mir meine Passworte eh alle nicht mehr merken und ich bin noch nicht bereit irgendwie fünf oder sechs Abos abzuschließen, so gerne das jeder Verlag halt hat, sondern ich wünschte mir einfach tatsächlich eine verlagsübergreifende Kennung, weil dann könnte ich mein Geld wenigstens gleich verteilen und muss nicht jedes Mal gleich das gesamte Verlags Angebot kaufen, wenn ich doch eigentlich nur einen Artikel lesen will. Das war sozusagen die Idee, die da eine Einschränkung als das Payment trifft.

[00:21:23] PETER TURI: Ich sehe dich einfach auf dem falschen Dampfer bei deinem Bild mit dem Kaffee. Du kaufst dir deshalb ein Kaffee, weil es nebenan auch 5 Euro kostet oder 4 Euro, weil du ihn nicht nebenbei geschenkt kriegst. Aber du musst einfach sehen: Durch die unfassbare Verringerung der Kosten, der Inhalte-Produktion, es kostet ja überhaupt nichts. Hier ein Podcast was wir machen, das ist ein ganz klein bisschen Mühe, es mitzuschneiden und hochzustellen. Durch den unfassbaren Fall der Entstehungskosten wirst du immer relativ gute Angebote kostenlos haben am Stand nebendran und du wirst deinen Kaffee auch nicht kaufen, wenn es ihn nebendran kostenlos gibt.

[00:22:06] RICHARD GUTJAHR: Wir reden aneinander vorbei, mach dich nicht am Kaffee fest. Mit Kaffee wollte ich eigentlich nur einen Zeitintervall beschreiben. Das heißt also eine Alltagssituation, in der ich mir beinahe mal ein "Spiegel"-Abo geleistet hätte, in der ich beinahe mal bei der "FAZ" tatsächlich mal so eine Schnupper-Abo gemacht hätte. Und ich scheiterte einfach am Payment-Prozess. Ich hätte auch dann mein Karstadt in der Schlange stehen können oder irgendwie an der Wursttheke. Es ging mir nur um die Bequemlichkeit und jetzt kommt der Punkt und Peter, da bin ich mit dir glaube ich nicht einer Meinung. Ich glaube nämlich nicht, dass es am Geld oder am Mangel des Geldes liegt. Ich glaube, es war nie ein Problem der Menschen, für Journalismus nicht zahlen zu wollen oder zu zahlen. Ich glaube, das Geld ist der nachgeordnete Faktor. Der Hauptfaktor, der bis heute nicht wirklich gelöst ist, ist die Bequemlichkeit; ist, dass es einfach nicht in den Alltagssituationen eines beschäftigten Menschen passt, dass du erst mal eine E-Mail

bestätigen musst und ein Passwort mit sieben Sonderzeichen. Also deswegen nur zu deiner These, dass alles irgendwie gratis sein kann...

[00:23:26] PETER TURI: Ich habe eine andere These, Richard. Ich hab gesagt, du musst eine Sache so geil machen, du musst eine so nützliche, hilfreiche, gesellschaftlich nützliche, inspirierende, kreative Sache machen, dann wird sich die Finanzierung von alleine finden. Du musst aufs Herz zielen, wenn du den Geldbeutel treffen willst. Wenn du auf den Geldbeutel zielt, dann schießt du ins Knie und das merkst du doch überall. Du bist online, dann siehst du: das ist ein Teaser. Also jede Geschichte ist, wenn du drauf klickst, nur halb so wichtig, wie sie aussieht. Ob es der Spiegel ist oder Bild. Und wenn du dann zahlst... Ja, also das ist für mich... Ich finde es durch die geringen Kosten, selbst für Print sind, die Kosten gefallen durch die digitale Produktion, es gibt keine Festangestellten bei uns. Das Buch ist... Natürlich ist es teuer, aber es ist. Es ist machbar und das, was wir hier machen im Clubhouse, das kostet doch gar nichts. Warum sollen wir da eine riesen Rechnung dahinter machen?

[00:24:24] RICHARD GUTJAHR: Ich bin hier parallel gerade auf Ebay. Die Preise für die Clubhouse-Invites sind gerade auf 25 Euro gestiegen. Nein...

[00:24:35] PETER TURI: Obwohl jetzt Twitter den Klon gestartet hat, hast du es heute gesehen?

[00:24:37] RICHARD GUTJAHR: Da wollte ich auch mal mit dir drüber reden. Also Twitter, Facebook, Firesight ist das Ding, was Mark Cuban noch mit in den Ring wirft, soll auch in diesem Jahr noch kommen. Und das sind jetzt alles Audio-Plattformen. Nachdem du ja jetzt sofort darauf angesprungen bist, glaubst du das ist vielleicht – Zukunft ist übertrieben – aber ist das eine Zukunft für die nächsten Jahre, auf alle Fälle, diese Form von Audio-Plattformen?

[00:25:07] PETER TURI: Genau das würde ich jetzt sagen. Das ist noch eine Voraussetzung für diesen Podcast. Wenn wir jetzt zehn Abende lang darüber reden wollen, wie sowas wie Clubhouse, die Digitalisierung, die extreme Verringerung der Gestehungskosten, wie das die Medienlandschaft verändert, die Kommunikationslandschaft und am Ende unsere Gesellschaft, die ja über Kommunikation funktioniert, dann müssen wir von einer Annahme ausgehen. Und ich glaube, die meisten, die hier in dem Raum sind, teilen diese Annahme. Dass nämlich das Prinzip Hörer – vielleicht ist es nicht Clubhouse, vielleicht ist es Twitter, wobei Twitter ist für mich so ein bisschen toxisches Gebiet inzwischen, da bin ich gar nicht mehr so gern – aber vielleicht ist es Facebook... gut, da bin ich auch, da bin ich auch nicht gern... also im Moment ist meine Hoffnung, dass es tatsächlich Clubhouse wird. Aber wir müssen uns darüber einig sein, dass das Prinzip, das Tool, dass ich für wenig Geld, weil wahrscheinlich wird es dann demnächst bequemer sein, den Podcast mitzuschneiden, dann muss das nicht der Markus von Hand machen, sondern ich zahl 50 Euro im Monat, dann kann ich meine Podcasts hier produzieren. Ich glaube, in die Richtung hat sich auch der eine Konkurrent geäußert, von dem du berichtet hast, Richard, oder? Also gehst du auch davon aus, Richard, die Frage an dich, und ich glaube nur dann macht das Gespräch richtig Sinn, dass diese App, die wir hier haben, dass die die Medien verändern wird?

[00:26:20] RICHARD GUTJAHR: Ja, definitiv. Wir alle wissen noch nicht, ob das in Zukunft Clubhouse sein wird oder dann doch ein Facebook-Klon oder Twitter oder ganz was anderes, aber da bin ich fest davon überzeugt, dass das Prinzip Clubhouse hier ist, um zu bleiben. Das wird ein weiterer Kuchen-Anteil, glaube ich, in unserer Medienlandschaft sein, der auch ein Teil von anderen Medien-Zeitbudgets abklammern wird...

[00:26:52] Peter: Aber mächtig, auf Twitter ist doch nichts mehr los in letzter Zeit.

[00:26:55] RICHARD GUTJAHR: Ja gut. Die Frage ist nur tatsächlich, wie wird das sein nach der Pandemie? Aber ich würde die These auf alle Fälle aufstellen wollen, dass Clubhouse auch nach der

Pandemie, also das Prinzip Clubhouse zumindest, nach der Pandemie... Es wird wieder zurückfallen, ganz klar. Und wenn wir mehr paar Partymachen können, abends irgendwie After Work oder so etwas, dann wird das auch wieder Zeitbudget für Clubhouse bedeuten, das weggeht, aber es wird auf einem auf einem ordentlichen Niveau im Medien-Mix der Leute stattfinden. Davon bin ich fest überzeugt.

[00:27:30] PETER TURI: Also für turi2 kann ich das voll unterschreiben. Ist mir auch egal, wenn 90 Prozent der Leute wieder rausgehen, wenn der Hype abebbt. Ist ja egal. Ich hab ja meine 20.000 Leser, die täglich turi2, den Newsletter und die Website lesen und für die organisiere ich diese Gespräche hier. Und es ist einfach eine unfassbare Vereinfachung, hier so ein Gespräch zu führen gegenüber. Wir haben ja physische Events gemacht. Meine Frau hat sie organisiert. Wir haben für 15 Leute in der Pandemie in Berlin, für eine kleine Launch-Party, haben wir vier Wochen organisiert und es war genau dieselbe Zahl von Leuten da wie mit dem Chef-Gespräch mit Alexander Birken, was ich spontan als Idee morgens angestoßen habe und abends um 19 Uhr waren wir online. Also der große Unterschied, ich komme ja noch aus einer anderen Zeit, wo man als Branchendienst den Fakten hinterher telefoniert hat. Das kann sich ja keiner mehr vorstellen von euch jungen Leuten. Also wenn man so viele Chancen wie ich gesehen hat und früh dabei war und verpasst hat, würde ich von mir behaupten, ich erkenne inzwischen eine Chance, wenn sie kommt. Und ich war relativ schnell angefixt vom Clubhouse, weil ich gesehen habe: Das Prinzip erspart so viel Arbeit und Umstände. Und es gibt, da hast du recht, es gibt keinen größeren Treiber im Internet stärker als Sex und sonst was ist die Bequemlichkeit. Und die Bequemlichkeit, mit denen wir hier zusammenkommen, das ist für mich die neue Qualität. Dadurch entstehen total neue Chancen wie dieser Podcast, weil wir wollen diesen Podcast, ja, ich sage es nochmal es ist der Podcast noch ohne Namen und Konzept, ein Experiment mit Folgen würde ich sagen, mindestens 10. Wir wollen in diesem offenen Live Podcast ja fragen was, wenn wir hier jetzt nicht nur wird die Intelligenz von uns zwei im Raum haben, sondern inzwischen die Intelligenz von 125 Leuten – Thomas Knüwer, Henning Beck, Markus Schwarze Indra Zemzoum, so viele Leute, Justus Demmer, es hört gar nicht auf, Georg Streiter, Daniel Bouhs. Wenn wir so viel Kompetenz jetzt in dem Raum haben, da müssen wir was mit machen. Was machen wir raus, Richard?

[00:29:24] RICHARD GUTJAHR: Also ich würde auch fast sagen, also wir nähern uns jetzt quasi der Phase, wo wir es aufmachen wollen. Ich will aber mit dir natürlich deine Ansichten teilen. Wenn es da eine Plattform gibt, in der sich Elon Musk und wer noch... Matthias Döpfner und DJ Ötzi, irgendwie die, die die Klinke oder das Mikrofon in die Hand geben... Wenn so viele Alphas auf einer Beta-Plattform schon unterwegs sind, dann ist da Musik drin und irgendwas schlummert hier. Und das wollen wir gemeinsam rausfräsen, sozusagen. Was das für die Medienlandschaft bedeuten kann und was wir ganz konkret am Ende der zehn Folgen will ich eigentlich so zwei oder drei Format Ideen haben, die, und jetzt kommt's und dann würde ich sagen lass uns das Auditorium erscheinen, die auch sich monetarisieren lassen, weil wir alle wissen: Es ist immer alles schön irgendwie am Anfang eines Hypes, einer Begeisterung sozusagen. Da schaut man mir nicht so aufs Geld, aber irgendwann mal will man ja davon auch fressen können. Und deswegen wäre es für mich ganz wichtig, dass wir uns dann aber auch wirklich irgendwann mal bei Folge 7, 8 oder 9 auch über die Finanzierung dann Gedanken machen und dann uns Wege überlegen, wie man das Ganze kommerzialisieren kann. Gut. Und jetzt haben wir schon ein paar andere schon paar hochgeholt, sehe ich hier.

[00:30:41] PETER TURI: Wir haben auf der Bühne, aber noch haben sie nicht das Wort, weil ich will noch ein bisschen die Richtung lenken. Wir haben auf der Bühne jetzt den Thomas Knüwer und wir haben auf der Bühne den Konstantin Neven DuMont. Wenn noch jemand aufzeigen will, dann hole ich ihn auch noch auf die Bühne.

[00:30:59] RICHARD GUTJAHR: Es sind noch Frauen... nicht wenn sich alte weiße Männer irgendwie gegenseitig die Welt erklären. Das ist so ein bisschen komisch.

[00:31:04] PETER TURI: Oh ja, das ist ein ganz wichtiger Punkt. Wir müssen eigentlich sofort, das hatte ich mir sogar notiert, wir müssen sofort diskutieren, dass wir eigentlich in der Besetzung so gar nicht weiter diskutieren können, dass wir sofort aufrufen müssen und auch überlegen müssen, wen können wir dazuholen. Also bitte, Frauen, zeigt auf, denn euch sollte die Hälfte der Bühne, die Hälfte der Redezeit und die Hälfte des Himmels gehören, da sehe ich: Jemand zeigt auf, ich schau, wer es ist. Es ist doch Carola Ferstl, wunderbar. Die holen wir hoch. Richard, was haben wir für Regeln, wenn wir jetzt gleich das Wort freigeben.

[00:31:37] RICHARD GUTJAHR: Es gibt ganz unterschiedliche Clubhouse-Regeln. Die finde ich immer super. Wenn ihr eine neue wisst, bitte unbedingt mit uns teilen. Und zwar die eine ist irgendwie nicht länger als 60 Sekunden. Also jeder darf nur noch 60 Sekunden. Ja genau, die habe ich bei euch geklaut. Dann hab ich in einer anderen im amerikanischen Raum gehört. Die fand ich auch ganz gut. Nur solange reden, wie der Atem reicht.

[00:31:58] PETER TURI: Manche Leute schaffen das stundenlang.

[00:32:04] RICHARD GUTJAHR: Und genau. Also lass uns doch einfach mal versuchen, auf die eine Minute zu zählen, damit wir möglichst viel Input kriegen heute.

[00:32:12] PETER TURI: Okay und dann würde ich noch vorschlagen, da wir Männer jetzt so viel geredet haben und da wir alle Gentlemen sind, Thomas, Constantin, ihr seid bestimmt einverstanden, dass wir zuerst Carola das Wort geben und von Carola würden wir wissen wollen wie von allen anderen. Was erwartet ihr euch von diesem Podcast? In welche Richtung sollen wir gehen?

[00:32:33] CAROLA: Danke, dass ihr mich hochgeholt habt. Auf die Bühne und danke auch, dass ich jetzt natürlich als erstes sprechen darf. Also, ich halte mich in meinen Räumen nicht so sehr an die Regeln. Also, wir reden ja über Börse und Aktien in den ganzen Talks. Ich weiß, man pitcht hier auch nicht, das ist übrigens auch eine Regel, die ich gelernt habe bei Clubhouse. Du darfst keine Werbung machen für deine eigenen Räume. Was ich jetzt gerade getan habe. Also schon mal ein großer Fauxpas. Was ich mir von euch erwarte? Du hattest es ja gerade schon angesprochen – ich weiß, wer von euch beiden –, dass ihr am Ende des Tages mit Projekten rauskommen wollt aus diesen zehn Wochen. Und ich bin jetzt auch seit drei Wochen glaube ich dabei. Bei Clubhouse und schau mir hier die verschiedenen Formate natürlich an, probiere auch selber Formate aus. Ich habe gerade einer Freundin empfohlen, eine Märchenstunde zu machen. Das finde ich ganz toll und ich glaube, irgendwann wird es natürlich Monetarisierungsmöglichkeiten geben, in dem du Tickets verkaufst. Ich hab eben gerade gesehen, Alexandra Kamp, Schauspielerin, mit Ralf Bauer, die verkaufen jetzt hier schon Tickets für den Valentinstag für ein Theaterstück, was sie zusammen spielen, "Gut gegen Nordwind". Das ist glaube ich auch so eine E-Mail-Geschichte, die kann man wahrscheinlich gut über Zoom machen. Also ich hab das Gefühl hier wird viel Neues ausprobiert. Ich würde mir wirklich wünschen, dass ihr nach zehn Wochen ein paar neue Formate habt und ich höre mir das gerne an. Ich schaue mir das gerne auch an, was es für Formate sind und probiere sowas auch aus. Also das wäre mein Anspruch an euch und ich bin bei Clubhouse ein großer Fan.

[00:34:01] PETER TURI: Hättest du, Carola, wenn ich das nachfragen darf, hättest du denn schon eine Idee? Jetzt kommt Aris von Harpe, der Verleger der Hamburger Morgenpost, noch rein. Also wir haben ein prominentes Publikum. Nein, Publikum wollten wir nicht sagen, Richard. Die Community, weil sie mitgestaltet. Also das, was ich von dir noch wissen wollte, Carola. Gibt es eine Lieblings-Sache oder eine Idee schon von vornherein, wo du sagst: Das könnte super funktionieren bei Clubhouse, hast du eine konkrete Idee?

[00:34:31] CAROLA: Naja, also das was du jetzt heute am machst. Ich glaube das Mitzeichnen für den Podcast finde ich schon mal eine gute Idee, auch natürlich um eine mehrfache Verwertung zu haben. Und das was ich bei mir feststelle – ich mache nochmal Werbung. Wir hatten bei uns früher in der Telebörse bei NTV immer am Freitagabend eine Mitmachsendung, eine Call-in-Sendung. Das war die beliebteste Sendung von der ganzen Tele-Börsen-Woche und ich erlebe das hier, dass die Menschen eben gerade dieses Mitmachen – das ist ja auch der Erfolg von der ganzen Clubhouse-App, dass wir alle mitmachen können und dass es so einfach ist mit dem gesprochenen Wort – und insofern also meine Idee ist jetzt tatsächlich... hatte auch schon jemand von meinen Zuhörern mit angesprochen: Also warum nicht eine Fernsehsendung, Radiosendung, Podcast verbinden eben mit Clubhouse und dann zu bestimmten Spezialthemen wird es wahrscheinlich sein wie bei mir zu Aktien. Die Zuhörer können meine Experten, die ich einlade, Fragen zu Einzelwerten, zu allem was was ihnen einfällt. Und das kommt wieder auch hier bei Clubhouse wahnsinnig gut an. Also ich denke, in dem Bereich wird sich das natürlich abspielen, weil wir hier alle gerne miteinander diskutieren.

[00:35:36] RICHARD GUTJAHR: Eine Frage hätte ich noch vielleicht an dich, Carola. Weil wir wahrscheinlich nicht mehr so viele Börsen-Expertinnen hier in der Runde haben werden. Gerade im Wirtschaftsjournalismus hat sich ja eigentlich nur ein Modell herauskristallisiert, das einigermaßen trägt. Man verkauft einfach Wirtschafts-News, sei es als Börsen-Brief für teuer Geld an einen sehr solventes Klientel, dahin geht ja auch so ein bisschen die Gabor-Steingart-Idee, dass man sagt: Wir verkaufen Abos für Leute, die es sich leisten können gegen sehr viel Geld oder auch Beteiligungen sogar. Glaubst du ist das die Richtung, in der die Medien laufen? Oder ist das wirklich nur der Großfinanz und den entsprechenden Kunnt in den Vorbehalt hat?

[00:36:25] PETER TURI: Wen fragst du jetzt, die Carola? Also ich würde einen anderen Weg vorschlagen, Carola. Danke, dass du mich gemeldet hast. Du kannst vielleicht auch nachher nochmal oder nächste Woche. Ich würde die erste Runde wirklich machen und den Thomas fragen und den Konstantin danach. Habt ihr hier schon eine Idee gehabt? Carola hat jetzt mehrere Sachen vorgeschlagen Tickets verkaufen, Podcasts aufzeichnen. Call-In-Sendungen verbinden mit anderen Formaten mit Fernsehen z.B.. Thomas, hast du hier schon irgendetwas gesehen, wo du sagst, das ist so ein zukünftiges Format? In die Richtung sollten wir vielleicht gemeinsam arbeiten.

[00:37:00] THOMAS: So konkret nicht. Aber wenn ich das aktuell höre ehrlich gesagt, ich bin da kurz vor dem Rant. Weil, mit Verlaub, ich werde euren Podcast nicht hören und das hat nichts mit euch zu tun, sondern wenn man hier aufzeichnet ist die Sound-Qualität einfach nicht gut. Wenn man ein Podcast machen möchte wo Leute Call-Innen können, da gibt's Super-Tools wie z.B. Riverside FM, wo ich halt auch hinterher die Spuren nachbearbeiten kann. Hier ist mir definitiv die Soundqualität zu schlecht. Und was ich sehe ist, dass ihr versucht Dinge zu machen, die es anderswo schon gibt, weil sie gelernt sind. Das heißt das, was du hier machst, Peter, ist eigentlich nichts anderes als so eine Talkrunde, die man auch auf einer Bühne abhalten könnte. Der einzige Unterschied ist wenn sonst Fragen kommen, dann holt man die Leute halt mit auf die Bühne. Und ich glaube, man muss viel weiterdenken. Ich habe in dieser Woche ein Interview geführt für unseren Podcast "Völlerei und Leberschmerz", da geht's um Essen.

[00:37:57] PETER TURI: Thomas Ich muss mich an die 60-Sekunden-Regel erinnern. Du sagst jetzt hier Ihr seid alle doof und ihr wisst gar nicht wie das geht. Und ich habe das so gemacht. Also so kommen wir nicht weiter. Entweder du trägst zur Diskussion bei oder ich entferne dich von der Runde.

[00:38:11] THOMAS: Ich möchte ein Zitat von Marie Anne Wild aus diesem Interview nennen. Die hat gesagt, wir haben unser Versandgeschäft im Restaurant erst richtig machen können, als wir begriffen haben: Das ist jetzt unser Geschäft und nicht mehr das Restaurant. Und was nötig ist, sind Ideen, die nicht versuchen, etwas, was schon in der physischen Welt existiert oder auch in der

digitalen Welt schon existiert, jetzt hier nur auf Clubhouse zu übertragen.

[00:38:42] PETER TURI: Ja, Thomas. Dann erklären es doch nicht die Welt, sondern sagt, was deine Ideen sind. Also du hast einfach mal behauptet, wir machen hier nur, was anderswo gemacht wird. Du weißt ja gar nicht, was für Ideen wir noch haben. Also sag doch noch zum Abschluss mal, wo du konkret was machen würdest. Wir wollen jetzt nicht hier diskutieren, was alles nicht geht und was du oder irgendein anderes Tool besser macht, sondern wir sind eigentlich da, um mal die Dinge zu diskutieren, die gehen.

[00:39:11] THOMAS: Hören ist für mich auch immer eine Art des Mitnehmens. Derzeit, und das betrifft Podcast genauso, werden Menschen viel zu wenig mitgenommen. Das heißt, ich habe hier ein Tool, wo ich höre akustisch irgendwo hin mitnehmen kann. Was kann man damit machen? Ich kann sie in eine Welt mitnehmen und ich kann jetzt eine Live-Reportage machen von einem Ort, indem ich auch höre, dass derjenige da ist.

[00:39:39] PETER TURI: Gut, Thomas, dann notieren wir mal als eine Idee.

[00:39:44] CAROLA: Superidee muss ich mal gerade einwerfen.

[00:39:47] PETER TURI: Live-Reportage ist als vierter Punkt notiert und jetzt möchte ich bitte das Wort dem Konstantin Neven DuMont geben. Konstantin, du stammst ja aus einer Familie, die über Jahrhunderte mit Print ihre Geschäfte gemacht hat. Jetzt stehst du vor dieser Situation, bist selber nicht mehr aktiv im Verlag. Wie empfindest du Clubhouse? Wie lange bist du schon dabei? Was für Ideen sind dir schon gekommen? Unten rechts, oder kann ich dich auch freigeben? Wir wissen das. Richard. Kennst du dich aus?

[00:40:23] RICHARD GUTJAHR: Nein, nein, man kann in Mikrofone Gott sei Dank von Leuten nicht anschalten. Man kann sie nur ausschalten.

[00:40:28] KONSTANTIN: Hallo. ja, vielen Dank, dass ich jetzt was sagen darf. Also ich finde der Thomas, wenn es darum geht, wie man sich irgendwie präsentieren kann. Oder mehr Audience kriegen kann, ist er ja sehr gut. Also was mich jetzt grad so stört ist: Ich meine, ich bin ja auch gelernter Journalist und hab ja versucht da meine Familie auch entsprechend zu ernähren. Jetzt hab ich zehn Kinder. Also ganz ehrlich, wenn ich jetzt noch Journalist wär, dann würde ich das einfach nicht mehr schaffen. Aber trotzdem mache ich mir natürlich immer noch viele Gedanken und mir kommen so die Themen soziale Gerechtigkeit und auch Umwelt jetzt grad so ein bisschen zu kurz. Also auch wenn ich dann die Titelseiten der Zeitungen oder die Fernsehsender sehe. Ähm, ich bin jetzt grad an so einem Projekt dran mit Günter Wallraff. Wir wollen hier einen Verein gründen in Köln zur Förderung der Obdachlosen, weil selbst jetzt bei Minus so und so viel Grad sitzen immer noch welche auf der Straße.

[00:41:34] PETER TURI: Aber Konstantin, du hast doch so viele Immobilien da kannst du doch sicher direkt was tun.

[00:41:40] KONSTANTIN: Nee, weil die sind jetzt alle voll. Und ich meine, zu viele Leute in einem Zimmer ist dann auch nicht gut, dann kann es auch Stress geben. Da sind wir auch gleich beim Thema Umwelt. Weil das kommt mir nämlich auch grad zu kurz. Und zwar: Man muss sich mal Elon Musk angucken, der so tut: Hier, ich hab hier eine Autofirma. Ich mache was auf Nachhaltigkeit, fahre mal mit Strom-Autos rum.

[00:42:05] PETER TURI: Konstantin, du kennst das Thema von der Sendung, ne? Wir sind hier zusammen, um zu sagen: Wie kann man Clubhouse als Verleger oder als Medienschaffender nutzen, um um Projekte voranzubringen? Hast du denn diese Projekte, die du da schilderst... Machst du da

was im Clubhouse? Hast du da Pläne? Hast du irgendwas gesehen im Clubhouse, was dich inspiriert? Dass du sagst: Mensch, jetzt will ich doch wieder Verleger sein.

[00:42:26] KONSTANTIN: Also mich inspiriert jede Menge. Also ich fände es zum Beispiel gut, dass wir mal ein Medium schaffen, was sich dann auch um die wirklich wichtigen Themen dreht, wie z.B. soziale Gerechtigkeit oder auch Umwelt. Weil nur mal ein Beispiel: Elon Musk, der reichste Mann der Welt. Der wird jetzt hier gepriesen als der tolle Mann. Und in Wahrheit kauft er sich da 1,5 Millionen Dollar Bitcoin. Ja, Bitcoin verbraucht so viel Strom wie die Schweiz, Österreich oder Argentinien. Aber sowas steht halt nicht auf der Titelseite. Das ist eine Medienkritik. Verstehst du das?

[00:43:06] RICHARD GUTJAHR: Ja, natürlich verstehe ich das. Aber wir wollen doch hier jetzt nicht über Elon Musk reden, sondern wir wollen über Gefäße reden, die es ermöglichen, solche Debatten vielleicht auch zu führen. Also wir wollen jetzt nicht in die Inhalte selber herangehen, sondern wir wollen uns überlegen, wie könnte man Kommunikation anders organisieren, dass die Leute Bock drauf haben und ob es dann bezahlt ist oder nicht, ob da Werbung ist oder nicht. All das wollen wir, wollen wir in den nächsten 10 Wochen hier klären. Und die Debatte, die du jetzt gerade führen möchtest, die soll dann in einer dieser Plattformen, in einem dieser Formate dann auch geführt werden.

[00:43:39] CAROLA: Richard, ich muss da jetzt grade mal dazwischengehen. Wir sind ja Journalisten, es waren anderthalb Milliarden. Also das sind bei Elon Musk macht das alles keinen Unterschied, wie viele Milliarden es sind, aber... Es waren anderthalb Milliarden in Bitcoin, also ist okay.

[00:43:52] PETER TURI: Ich hab den Konstantin nochmal ins Audiene gesetzt, da kann er nochmal überlegen, welches konkrete Projekt er hätte für für Clubhouse. Und dann hole ich ihn gerne auch wieder hoch.

[00:44:03] RICHARD GUTJAHR: Genau. Bitte nochmal melden. Wer Lust hat, hier auf die Bühne zu kommen. Und ich möchte etwas aufgreifen, was der Thomas gesagt hat und zwar mir ist auch ein wirklich sehr klasse Geschäftsmodell begegnet in der Pandemie. Und zwar von einem lokalen Weinhändler. Der hat hier immer physisch in München seine Wein Abende organisiert und dort dann natürlich auch die entsprechenden Tropfen verkauft. Und der hat seinen kompletten Handel, den er vorher nicht online hatte, digitalisiert. Er macht dann auch immer etwa einmal im Monat eine digitale Verkostung, das heißt man kriegt ein Paket mit den fünf Weinen, die der gerade irgendwie verchecken will oder empfiehlt. Und dann schaltet man sich per Zoom-Konferenz zusammen und gibt sich die Hacke. Der hat gesagt, er hat zwar vielleicht nicht mehr so viele Kunden aus seinem alten Bestand, aber er verkauft jetzt in die ganze Welt, weil sich das irgendwie rumgesprochen hat. Und er hat jetzt einen viel größeren Kundenkreis, aber jetzt eben den viel weiter fassend, als er das mit seiner Bude hier in München hatte. Und das ist tatsächlich etwas, wo man eben nicht ein PDF einfach online gestellt hat, sondern wo man sich Gedanken gemacht hat: Was ist denn mein eigentliches Produkt? Und vielleicht kommen wir da weiter, dass wir einfach wirklich schauen, dass wir Medien einfach nicht mehr eins zu eins auf die nächste Plattform, die gerade gehypt wird, überführen, sondern uns die Stärken dieser Plattform einfach auch zu Eigen machen und nicht yet another Talkshow moderieren.

[00:45:29] PETER TURI: Richard, ich hätte gerne noch ein paar Anregungen mehr. Ich hätte gerne noch aus dem Publikum Leute, die sich Gedanken gemacht haben darüber, was im Clubhaus so stattfindet. Wir haben z.B. im Publikum Florian Schröder, den würde ich ganz gern, wenn er aufzeigt, mal hochholen auf die Bühne, was er sagt, wie er, so als kritischer Begleiter, als Satiriker... was er hier entdeckt hat. Ob das für ihn eine Bühne sein kann? Ich würde gerne nach oben holen, wenn er mal aufzeigt. Henning Beck, den wir vor einer Weile interviewt haben, der uns vielleicht

erklären kann, was passiert eigentlich in unserem Gehirn, wenn wir so nah beisammen sitzen, akustisch, ohne dass wir wirklich zusammensitzen? Also also jetzt hat aufgezeigt... so, jetzt ist der Henning Beck oben. Henning, Ich gebe dir das Wort. Möchte der Florian Schröder auch nach oben? Ich schau unten. Nein, das ist Konstantin. Ich wollte im Moment Florian Schröder. Florian, wenn du nicht willst, ist auch okay. Dann fragen wir mal Henning Beck: Was passiert in unserem Hirn, wenn wir so eng beisammen sitzen, obwohl wir eigentlich... also akustisch eng beisammen sind, obwohl wir eigentlich so weit getrennt sind.

[00:46:43] HENNING: Das würde man in der Psychologie den IKEA-Effekt nennen. Dadurch, dass wir alle so nah beisammen sind zu einem Thema und uns aktiv daran auch selber beteiligen können, wird das, wie soll ich sagen, zu unserem Ding. Ja, also es ist nicht so, dass du passiv einfach nur etwas konsumierst, sondern schon die reine Möglichkeit, dass du dich beteiligst – und ich bin ja jetzt hier dankenswerterweise dabei, danke, dass ich ja, dass ich dabei sein darf – werden die Infos und die Diskussion sehr viel persönlicher und sehr viel nachhaltiger verarbeitet. Dasselbe Prinzip kennt man von Schoko-Brotaufstrichen, wo man seinen Namen drauf drucken kann oder irgendwelche Schokoriegel mit seinem eigenen Namen. Und ein bisschen ist das Konzept hier ähnlich. Denn es ist nicht einfach so, dass du wie vor einem Bildschirm sitzt, sondern du bist auf einmal aktiver Teil des Geschehens. Du kannst die Hand heben, du kannst dich beteiligen in kleineren, größeren Runden. Und auf einmal hat es ein ganz anderes, ein ganz anderes Engagement, eine ganz andere Aktivierung unseres Denkens.

[00:47:43] RICHARD GUTJAHR: Dazu übrigens: Es gibt einen fantastischen Newsletter, der heißt Quartz Obsession und er beschäftigt sich heute mit dem Thema Para Social Relationship. Ich glaub das fällt in den Bereich auch rein, Henning, oder?.

[00:47:57] HENNING: Parasoziales Verhalten das geht so in diese Richtung. Es ist nämlich nicht mehr so, dass das Medium, wie es früher war, quasi von A nach B Informationen transportiert hat. Heute ist Wissen und Informationen, die wir aufnehmen. Das ist nicht wie ein Sack Reis, den ich von A nach B stellen kann. Sondern wir leben ja in einer Welt, wo sich jeder ganz individuell Medien zusammenstellen kann, Inhalte zusammenstellen kann, mit allen Vor- und Nachteilen. Also wir kennen alle die Probleme, die das wie das in der Politik haben kann, in der Gesellschaft haben kann, aber auch mit den Vorteilen. Ich hab eine sehr viel größere... Ich kann mein Interesse sehr viel intensiver ausleben und ich denke, das ist eine große Stärke dieser App oder dieser dieser Plattform hier. Es geht hier sehr viel mehr um Content als in anderen Plattformen. Alles ist sonst immer visuell gestaltet. Das Visuelle, ist ein sehr starker Sinn. Also ein Drittel unseres Gehirns ist nur mit Bildverarbeitung beschäftigt und deswegen können Bilder sehr leicht Inhalte überdecken. Und das wissen wir ja. Das funktioniert den Medien ja super. Das geht auf Clubhouse hier nicht. Hier ist, sollte eigentlich der Inhalt im Vordergrund stehen. Und deswegen bin ich sehr zuversichtlich, dass so ein Format, ob hier oder wo auch immer dazu beiträgt, dass auch so eine inhaltliche Tiefe in die Gespräche reinkommt, was man ja sonst manchmal in so einer sehr bilderlastigen Medienwelt vermissen kann.

[00:49:16] RICHARD GUTJAHR: Wenn du sagst, das eignet sich vor allem auch für Informationen an. Meinst du, das könnte auch ein veritables Vehikel für für Bildung sein, das man hier vielleicht mehr so in Richtung Barcamp-Modelle denken sollte, wenn man sich als Medium hier engagiert. Das heißt man lernt und miteinander, gemeinsam, voneinander auch und das muss nicht immer Top-Down heißen, wie das in einer früheren Sender- und Verlagswelt war.

[00:49:44] HENNING: Ja absolut, also Bildung und Wissen aneignen, das ist ja ne Top-Down. Also wie gesagt, Wissen ist ja nicht wie ein Sack Reis, den ich von A nach B stellen kann, sondern Wissen entsteht, wenn die Leute aktiv an diesem Wissenserwerb selber beteiligt sind. Und ich denke da vor allem in zwei Richtungen. Genau das, was du sagst. Zum einen zum einen Bildung. Ich denke jetzt nicht unbedingt an Schulbildung, aber eine andere Form von Weiterbildung und

auch Veranstaltungen, bei denen es sehr stark um Content geht, wo Leute sehr viel direkter daran beteiligt werden können und diese Lebendigkeit, die wir ja haben in so einem Gespräch hier, dadurch sehr viel besser umsetzen können. Und das ist in anderen Formaten ja nicht so leicht möglich. Also wenn ich vor dem Fernseher sitze, dann schaue ich mir das an, aber ich bin nicht aktiv dabei, auch im Internet. Das ist nicht so interaktiv und vor allem hat es nicht diese Geschwindigkeit. Und der letzte Punkt, das, was wir alle im Moment vermissen. Dieser Austausch mit anderen, dass wir, dass wir zu Veranstaltungen gehen, dass wir live mit anderen Menschen im Gespräch sind und auch ganz andere Menschen treffen. Ich treffe ja Menschen, die würde ich ja auf der Straße hier bei mir in Frankfurt niemals treffen. Das wird in Clubhouse umgesetzt, wann immer ich etwas schreiben muss, etwas texten muss in der Message, ob das bei WhatsApp ist oder Instagram oder Facebook, das ist immer zeitverzögert. Und diese Unmittelbarkeit, diese Lebendigkeit... unser Gehirn ist komplett gefordert. Wir müssen zuhören, das verdauen und neues Wort daraus formulieren. Das setzt so ein Format wie jetzt hier in Clubhouse natürlich super um.

[00:51:07] PETER TURI: Henning, du bist noch gar nicht so lange dabei. Sehe ich, glaube ich anhand deiner Follower. Aber du hast dir schon die Meinung fest gebildet, dass Clubhouse kein Hype ist, sondern dass es eine neue Dimension ist?

[00:51:20] HENNING: Also ich weiß ja auch nicht, was sich in dieser schnelllebigen Welt in vielen Jahren tut. Ich habe den Eindruck, diese App passt wunderbar zu mir. Ich bin sehr dankbar dafür, dass es so eine Möglichkeit gibt, so direkten Austausch zu finden. Und ich denke also, ob das jetzt Clubhouse ist oder ob das von einer anderen Plattform, soll ich sagen, usurpiert und übernommen wird, das steht noch ein bisschen in den Sternen. Aber ich denke, dieses Format, diese Unmittelbarkeit in den sozialen Medien, den digitalen Medien, das ist auf jeden Fall was, was was sich langfristig durchsetzen wird, unbedingt. Das ist unser unser ur-menschliches Bedürfnis, mit anderen in Kontakt zu treten. Direkt. Und das wird hier ja umgesetzt.

[00:51:59] RICHARD GUTJAHR: Peter Lass mich bitte die Anne fortziehen, bevor der Yorck dann rankommt. Anne, Medien-Frau, Fotografin und auch mit sehr vielen Politikern in Berlin-Mitte immer beschäftigt. Macht großartige Fotos dort. Erzähl uns kurz deine Gedanken. Wie könnte man Medien mit Hilfe von Clubhouse auf das nächste Level heben?

[00:52:23] ANNE: Ja, hi ihr Lieben. Danke, dass ihr mich mit hochgeholt habt. Ich muss zugeben, ich war zwischendurch eine kurze Zeit jetzt mal nicht beim Zuhören hier bei euch, deswegen weiß ich nicht, was ich eventuell zwischendurch schon verpasst habe. Ich bin selber eigentlich immer noch so ein bisschen neugierig am rumgucken, wie alle Clubhouse nutzen und kann dir deswegen auch noch gar nicht so richtig viel dazu sagen, was hier so das Potenzial ist. Also meine momentane Einschätzung ist, ich sehe es als Zusatz Tool. Es ist etwas spannendes, aber jetzt hier so komplett eigene Formate, die dann nur auf Clubhouse funktionieren, weiß ich gar nicht, ob das so sein wird und ob man es überhaupt braucht. Also so wie ihr es jetzt macht, dass man, dass man das einfach nutzt, um eben auch eine Podcast-Produktion mitlaufen zu lassen. So Sachen sind natürlich super. Darüber hinaus bin ich noch total unschlüssig, wofür das dann wirklich funktionieren wird. Und das wird auch sehr daran liegen, was was die Leute dann hier auch nutzen. Das sieht man ja an der Art der Response dann auch letztendlich: Wie viel Zuhörer hat was. Und das finde ich momentan noch völlig erratisch. Also klar, wenn irgendwo ein Thomas Gottschalk auftaucht, dann sind da auf einmal dann gleich irgendwie 4.000 - 5.000 Leute. Das finde ich aber z.B. total langweilig.

[00:53:43] PETER TURI: Es kommt ja nicht immer auf die Quantität an, sondern auf die Qualität. Anne, darf ich dich was fragen. Wir kennen uns ja vom Schiff, wo wir kürzlich zu Besuch waren. Du machst die Optik bei Gabor Steingart auf der PionierOne. Man sieht ja auch in deinem Bild hast du ein Foto in der Hand. Deswegen zwei Fragen an dich. Wie ist es für dich als Fotografin, als Mensch, der wahrscheinlich sehr optisch denkt, dass jetzt da ein Medium ohne jede Optik sozusagen auch zu einem Höhenflug ansetzt? Das wäre die erste Frage. Wenn du mir die noch

beantwortest, dann hab ich noch eine Zusatzfrage.

[00:54:14] ANNE: Klar, mache ich gerne. Ja, ganz ohne Optik funktioniert hier ja auch nicht. Also wenn wir uns jetzt hier mal die Profilbilder angucken, dann sieht man schon, jeder hat hier irgendetwas rausgesucht, was er als halbwegs vorteilhaft empfindet oder wiedererkennbar oder wie auch immer. Also der Witz ist dadurch, dass es hier wenig Bilder gibt, aber eben nicht keine Bilder, sind die Profilbilder umso wichtiger. Ich hab eine Kamera in der Hand, weil dann weiß einfach jeder, was ich mache. Aber mir muss keiner in die Biografie gucken eigentlich um zu wissen grob, wo ich mich bewege. Es ist zum Beispiel auch etwas, was ich durchaus Leuten auch schon empfohlen habe, Kunden, weil ich so ein bisschen Richtung Strategie gehe, Strategieberatung und so etwas, was ebenso bildliche Darstellung im Netz, aber eben nicht nur, sondern auch für Presse angeht. Und da würde ich tatsächlich einfach echt widersprechen, dass das hier völlig ohne Bilder abgeht, sondern ganz im Gegenteil: Es ist der Fokus auf ein einziges Bild. Und mir geht es z.B. schon so, wenn ich mir die Audience mal durchgucke bei den Talks und so. Ich klicke auf die Leute, wo ich die Bilder ansprechend finde. Das gebe ich, gebe ich ganz ohne Umschweife zu. Ich weiß nicht, ob es allen Menschen so geht. Meine Vermutung wäre aber, das so auch aus der Erfahrung als Fotografin raus, dass das schon ne Rolle spielt.

[00:55:30] CAROLA: Kann ich euch da noch ein Learning mitgeben?

[00:55:34] PETER TURI: Wir müssen in 5 Minuten noch zwei Leute, den York und den Cordt auch reinholen. Aber wenn du kurz bist gerne.

[00:55:42] CAROLA: Es geht nur um das Thema Foto. Also es gibt eigene Räume da changen die alle paar Minuten ihre Fotos und sagen sich damit auch was. Also du kannst dir hier relativ schnell dein Profilbild ändern und in manchen Räumen wird das auch wirklich genutzt, um Stimmung und ich weiß nicht Frühstücks, Bilder und sonstiges zu teilen. Also nur soviel dazu. Bilder sind hier nicht so unwichtig.

[00:56:03] RICHARD GUTJAHR: Vielen Dank dazu: Jetzt holen wir aber bitte mal den York mit dazu.

[00:56:07] PETER TURI: Wir wollen die letzten 5 Minuten glaube ich nochmal wissen: Was inspiriert euch? Was habt ihr für Ideen? York, du bist seit Jahrzehnten Manager, machst Verlagsgeschäft, hast in diesem Computer-Verlag, wo du gearbeitet hast, IDG, die ganze Digitalisierung durchgemacht. Was kommt jetzt durch das Prinzip Hörraum Neues? Welche Idee hast du? Wo würdest du nur jetzt Jungunternehmer wärst nochmal ansetzenden oder was hast du für eine Idee von Clubhouse?

[00:56:32] YORK: Naja, ich glaube der Vorteil ist ja, dass wir hier alle gemeinsam und zwar gerade heute in dem was du initiiert hast ja schon einen Vorteil sehen. Also gemeinsam lernen, gemeinsam gestalten, gemeinsam wissen und was ich ganz wichtig finde: interdisziplinärer Dialog. Und das glaube ich: aus der Blase raus und zusammen. Ich versuche seit Jahren eigentlich Wissenschaftler zusammenzubringen, die interdisziplinär diskutieren. Das scheitert oftmals an den Egos von den einzelnen Wissenschaftlern. Aber hier wäre eine Bühne, wo man dieses mit Events und Workshops relativ gut verbinden könnte. Und was noch ein gutes Thema ist, ist: Ich bin immer ein Fan von Befragen der Leute, also spontanes, spontaner Research der Leute, die da drin sind, unabhängig von dem Algorithmus oder der AI-Lösung, die da sowieso dahinter steht. Aber da glaube ich, könnte man sehr, sehr viel machen.

[00:57:41] PETER TURI: Danke, York. Das nehme ich als Anregung. Die Leute befragen... wir haben jetzt ein paar Leute auf der Bühne. Die würde ich jetzt in der letzten Runde fragen: Was sollen der Richard und ich und wen sollen wir das nächste Mal anbringen? Was wünscht ihr euch,

damit die nächste Woche noch konstruktiver nach vorne geht, gehe ich jetzt einmal durch. Richard, ist das okay? Einmal durch auf der Bühne.

[00:58:00] RICHARD GUTJAHR: Auf alle Fälle, aber lass den Cordt. Wir fangen mit Cordt an.

[00:58:06] CORDT: Ja, ich habe mir gerade vorgestellt, Bertolt Brecht und Walter Benjamin wären hier im Kreis der Zuhörer und würden sich melden. Ich glaube, die wären ziemlich begeistert, weil... Was Brecht da in den 20er Jahren mit seiner Radio-Theorie angestrebt hat war ja: Der Mensch wird zum zum Sender. Und wenn ich so die letzten Tage hier durch die Räume gegangen bin, da sind ja wahnsinnig interessante Menschen zu Sendern geworden, die vorher nie eine Stimme hatten. Und selbst wenn es ein Clanchef ist wie Arafat Abou Chaker. Und so empfinde ich auch Clubhouse als sozusagen späte Verwirklichung der Brechtschen Radio-Theorie. Wir machen hier ja quasi Radio und wir als Reporter-Fabrik haben so als gesellschaftliches Leitbild die redaktionelle Gesellschaft. Pörksen hat ein ganzes Buch draus gemacht.

[00:59:05] PETER TURI: Gut, Cordt, dafür ist keine Zeit mehr. Gib uns einen kleinen Impuls. Was wünschst du dir nächste Woche? Was oder wen auf der Bühne?

[00:59:11] CORDT: Ja, was auf der Bühne, nicht gleich Denken in Richtung Geschäftsmodell. Um Gottes willen, lass doch erst einmal entwickeln und dann kann man immer noch irgendwann über ein Geschäftsmodell nachdenken.

[00:59:26] PETER TURI: Klar, aber wir wollen die Entwicklung ein bisschen beschleunigen, indem hier die Vordenker zusammen sind, die sich Gedanken machen. Cordt, ich danke dir!

[00:59:35] RICHARD GUTJAHR: Ist aber ein wichtiger Input. Also es ist wirklich ein Learning für mich. Wir haben heute angefangen, gleich auf das Geld zu schielen. Und wie könnte man das monetarisieren? Danke, Cordt nehme ich mit, finde ich großartig. Lass uns die Geldfrage auch in den nächsten Folgen mal bitte bewusst zurückstellen. Danke Cordt.

[00:59:52] PETER TURI: Meine These kennst du, Richard? Ich habe gesagt, wenn du was inhaltlich großartig wichtiges macht, wird sich die Finanzierung von ganz alleine finden.

[00:59:59] RICHARD GUTJAHR: Bin ich bei dir? Aber wie? Am Ende müssen wir es ja dann trotzdem nennen, sonst oder ganz am Ende.

[01:00:04] PETER TURI: Henning, was wünschst du dir nächste Woche? Was oder wen auf der Bühne hier.

[01:00:10] HENNING: Wen auch immer ihr einladet, er oder sie sollte ein Buch geschrieben haben. Weil ich denke, da bin ich ganz bei dir, Peter. Weil ich denke, die inhaltliche Tiefe, die ich mit einem Buch erreiche, dieser Content, das verdient häufig gerade in jetzigen Zeiten, so eine Bühne, die klappert.

[01:00:25] PETER TURI: Dann schlag jemanden vor, Henning.

[01:00:29] HENNING: Ich würde vorschlagen aus dem Wissenschaftsbereich. Ich habe jetzt so viel, ich möchte jetzt keinen Namen nennen.

[01:00:35] PETER TURI: Darfst dich auch selber vorschlagen, Henning.

[01:00:37] HENNING: Ich komme immer gerne, aber er nimmt irgendjemand aus dem Wissenschaftsbereich, bitte.

[01:00:43] PETER TURI: Also vielleicht laden wir dich wieder ein.

[01:00:49] RICHARD GUTJAHR: Sonst noch Ideen, wen können wir noch mit dazuholen?

[01:00:52] THOMAS: Ich hätte eine Idee für ein Vorgehen. Vielleicht jetzt nicht fürs nächste Mal, aber für ein späteres Mal. Ladet Leute ein, die ihr nicht kennt. Und da ist jetzt gerade eine Idee bei mir entstanden. Geht einfach in Räume hier bei Clubhouse, die Themen haben, die euch sonst nicht beschäftigen. Also ich hab jetzt gerade mal geguckt. Aktuell läuft zum Beispiel "Valentins Weine – 2 Schwarzwald-Maedels laden ein". Oder "Comedy vom Hobby zum Beruf", hört da zu und kontaktiert den Speaker, den ihr am interessantesten findet. Ob er dazukommen will.

[01:01:24] PETER TURI: Das machen wir. Ist eine super Idee. Cool. Super. Ich habe auch nur ein Vorschlag.

[01:01:28] CAROLA: Schneller Vorschlag. Ihr könnt euch vorstellen: Ich denke natürlich immer als erstes ans Geld und insofern würde ich es gut finden, wenn ihr euch umguckt in den anderen Räumen, wo nämlich die Leute sind, die tatsächlich auch in den sozialen Kanälen viel Erfahrung haben, also sei es nun bei Insta oder wo auch immer, die dann große Gefolgschaften haben. Denn wir übersehen hier etwas als Journalisten und als sozusagen alte Leute. Wir übersehen hier etwas, was diese sozialen Netze können. Und ich bin jetzt seit ein paar Tagen wirklich dran zu lernen. Diese Vernetzung, die die jungen Leute herstellen, da sind teilweise Leute, Stunden um Stunden, um Stunden, um jetzt hier ihre Followerschaft aufzubauen. Jetzt könnt ihr sagen: Ach, das zählt ja alles nicht. Aber das wird nachher ja der Schlüssel zur Monetarisierung sein. Und deshalb sollten wir von diesen Leuten lernen. Das ist nun mal mein Vorschlag.

[01:02:14] PETER TURI: Okay, Carola, die Monetarisierung wollten wir ein bisschen später diskutieren. Anne, von dir möchte ich wissen. Bei dir hätte ich einen Vorschlag: Bring doch nächste Woche deinen Chef mit, den Gabor Steingart. Dann muss der nicht so einsam auf seinem Schiff sitzen in den Corona-Zeiten und kann hier mitdiskutieren und wird sehen: Was kommt raus, wenn man das ganze ein bisschen billiger produziert? Was hältst du von dem Vorschlag?

[01:02:33] ANNE: Also dazu muss ich vor allem eine Sache sagen, lieber Peter. Gabor ist nicht mein Chef, sondern ich bin Freie. Das wird in der Kommunikation, glaube ich, manchmal falsch verstanden. Aber ich bin keineswegs fest angestellt. Ich finde die Formulierung halt immer ein bisschen schwierig, weil ich bin selbstständig, auch mit allen Anstrengungen, die dabei liegt. Und da finde ich eben diese Formulierung ja "dein Chef" ganz schwierig. Und das spielt dann auch ein bisschen rein in euer Podium hier. Ich bin vorhin rausgegangen, weil es mich echt ein bisschen genervt hat, dass wir fast keine Frauen hier haben. Dass auch bei Namen, die ihr aufgezählt habt, ganz, ganz viel gesagt habt: Hier sehe ich den und dann sehe ich den. Aus der Wissenschaft würde ich dann gern den haben. Das finde ich, finde ich echt ein bisschen anstrengend. Ich finde es auch schwierig. Ich verstehe euer Konzept zu sagen, ihr möchtet euch eine halbe Stunde erstmal zu zweit unterhalten. Das strapaziert so ein bisschen dann meine meine Geduld. Ich fände es einfacher, wenn ihr dann zumindest – ich weiß. Ihr nennt diesen Podcast ohne Namen, ohne Konzept – aber ihr habt ja zumindest ein Teil Konzept, nämlich ihr wollt am Ende irgendwie was daraus mitnehmen. Welche Formate vielleicht entwickeln oder so. Und dann fände ich es einfacher, wenn man sagt, man hat zumindest ein grobes Thema. Heute hattet ihr das Thema aus Versehen, nämlich die Monetarisierung. Es wäre einfach als ZuhörerIn für mich, wenn ich mich da ein bisschen doch auf etwas Grobes einstellen könnte, weil man eben ja eine halbe Stunde auch nicht mitdiskutieren kann. Und wenn ihr dann über viele Sachen oder Themen springen würdet, macht es das schwieriger. Das heißt, da würde ich an eurer Stelle doch überlegen, ob ihr euch nicht zumindest so eine grobe Richtung pro Folge gebt und dann wirklich ja, bei der bei der Auswahl der Leute ein bisschen diverser werdet, das fände ich total toll.

[01:04:15] PETER TURI: Anne, ich mache einen Vorschlag. Wir ändern unser Konzept in drei Punkten. Also wir kündigen an, was das Thema ist. Zweitens: Wir holen jemanden dazu, eine Frau von Anfang an. Absolut richtiger Hinweis. Und das dritte ist, dass wir nicht eine halbe Stunde alleine diskutieren, sondern nur, Richard, zehn Minuten, Viertelstunde?

[01:04:40] RICHARD GUTJAHR: Ja, 20 Minuten, und wenn wir wirklich jemanden noch gleich von Anfang an mit dazu holen, dann wird das auch nicht nur Alleinunterhaltung zwischen uns beiden, Peter. Finde ich absolut richtig.

[01:04:48] CORDT: Vorschlag für die Frau habe ich, Maja Göpel.

[01:04:51] PETER TURI: Ja, kannst du sie beibringen?

[01:04:54] CORDT: Nee.

[01:04:54] PETER TURI: Ich hab keinen direkten Kontakt.

[01:04:56] CORDT: Ja nee, ich mache gerade in Hamburg dieses Institut. Das werdet ihr schon schaffen.

[01:05:04] RICHARD GUTJAHR: Ich hör mich um, alles klar.

[01:05:05] PETER TURI: Gibts noch andere Vorschläge?

[01:05:08] ??? Sham Jaff ist hier gelegentlich, ganz tolle Journalistin.

[01:05:12] PETER TURI: Ja, die hatten wir groß in der letzten Edition. Die werden wir auch notieren. Sham Jaff. Gibt's noch andere Vorschläge von dir? Anne, vielleicht, tolle Frau, die war von Anfang an dazunehmen, von dir, Carola?

[01:05:23] CORDT: Samira würde ich noch dazuholen. Samira Al... den Nachnamen kann ich mir nicht merken.

[01:05:28] PETER TURI: Ja, also die weibliche Ausgabe von Stefan Niggemeier.

[01:05:31] CORDT: Oh ha, also das würde jetzt in bestimmten Räumen zu heißen Diskussionen führen.

[01:05:35] PETER TURI: Also nur natürlich viel charmanter, viel jünger.

[01:05:35] CORDT: Also würde mich schwerstens distanzieren von dieser Bezeichnung.

[01:05:44] ANNE: Was ist für mich jetzt ein bisschen schwieriger macht euch jemanden zu empfehlen ist, dass es natürlich sehr unter dem turi2-Tag steht. Das heißt, na ja, eine Frau, die hier ihre Expertise mit reinbringt. Ich weiß, wir wollen nicht übers Geld sprechen, aber letztendlich ist das dann natürlich auch die Frage: Wer hat was davon? Weil natürlich fallen mir auch Leute ein wie Carline Mohr zum Beispiel, die ja wirklich auch auf tolle Ansichten und Einsichten hat und so aber wird. Aus vielen Gründen ist dann da eben immer die Frage, auch bei einer Maja Göpel, die ja ihre Institute haben und so weiter, können die sich unter den Schirm stellen. Das ist einfach was, wo ihr schauen müssten, wen ihr da wen ihr da bekommt. Aber ich fände es wirklich ganz ganz toll, wenn ihr da so jemand findet.

[01:06:24] PETER TURI: Gelegentlich kriegen wir auch gute Leute, Anne.

[01:06:25] ANNE: So war es gar nicht gemeint. Das ging gar nicht um gute Leute, Peter. Also ich weiß auch nicht warum, ihr seid so ein bisschen auf Krawall gebürstet bei mir. Ich weiß gar nicht warum. Sondern es ging mir einfach nur darum, dass ihr daran denkt, dass das einfach ja auch ein Kontext ist, den ihr setzt. Und das ist ja auch toll. Ich bin ja auch hier. Ich habe euch ja auch gerne zugehört. So nur das muss man dann halt bedenken bei den Vorschlägen. Ganz einfach. Und warum nicht jetzt eben auch zurückhaltend bin, da Leute zu nennen.

[01:06:53] PETER TURI: Wir haben immer das Prinzip alles kann, nichts muss. Wer nicht will, muss nicht.

[01:06:57] CORDT: Könnt ihr eigentlich noch mal in einem Satz euer Ziel formulieren? Das ist mir noch nicht klar.

[01:07:03] RICHARD GUTJAHR: Wir wollen nach zehn Folgen geile Formate haben. Wir wollen geile Formate, die um eben eine Ebene, die durch Klubhaus jetzt zumindest getriggert worden sind, dass wir nach zehn Folgen wirklich was Konkretes haben, wo wir sagen, das könnten neue Formate sein, die dann auch jeder machen kann, wo wir irgendwie das Gefühl haben, da haben wir nochmal alle unsere Ideen zusammen geschmissen und was Neues zumindest weiterentwickelt. Was ganz Neues werde wir ja nicht erfinden, aber zumindest eine neue Farbe in der Medienlandschaft irgendwie kreierte. Das fänd ich irgendwie ganz cool.

[01:07:39] PETER TURI: Cordt es soll ein Experiment mit Folgen sein. Und wenn wir eine gute Idee haben, dann machen wir das.

[01:07:46] MARKUS TANTOW: Und das ist doch ein gutes Schlusswort, oder? Denn so langsam, wir sind jetzt sieben, fast acht Minuten drüber, könnten wir für heute den Sack zu machen, oder was sagt ihr Peter und Richard?

[01:07:57] RICHARD GUTJAHR: Ja, ich hab ne Menge gelernt, den Ikea-Effekt. Ich hab die Idee aufgenommen von Thomas mit der Live-Reportage. Der Wissenserwerb ist mir hängengeblieben. Dass wir also unmittelbarer voneinander lernen können, gemeinsam lernen und eben auch dieses Interdisziplinäre. Dass wir einfach über den eigenen Tellerrand hinausschauen und eben nicht, wie ich anfangs übrigens spaßhaft gemeint habe, dass wir alle in unserer Bubble jetzt bleiben, sondern genau das eben nicht, dass wir über den Tellerrand hinausschauen. Das finde ich ein ganz tolles Ziel für die nächsten Folgen.

[01:08:35] PETER TURI: Und wir werden unser Konzept auf Anregung von Anne ändern. Wir werden ein Thema haben für die Folge. Wir werden eine Frau dabei haben, die nach kürzester Zeit mit dem Gespräch ist. Vielleicht sogar von Anfang an wahrscheinlich. Also von Anfang an, versprache hier. Beim nächsten Mal klares Thema. Eine Dritte im Bunde und. Und: Von Anfang an kein Podcast von alten weißen Männer.

[01:08:59] MARKUS TRANTOW: Und damit sagen wir Tschüss für heute Abend würde ich sagen. Das war der erste von 10 Teilen Podcast ohne Namen und jetzt mit schon ein bisschen Konzept, würde ich sagen mit Richard Gutjahr und Peter Turi. In der kommenden Woche geht's dann wieder am Donnerstag weiter. Gleiche Stelle, gleiche Welle, Teil 2. Da entwickeln wir dann diesen Podcast weiter. Stichwort Podcast: Für alle, die den Anfang oder zwischendurch was verpasst haben, gibt es diese Clubhouse-Session ab morgen früh bei turi2 als Podcast, bei turi2 TV als Video und auf den üblichen Podcast-Plattform natürlich auch. Später am Nachmittag kommt dann das Transkript der ganzen Geschichte und unser nächster Club-Abend, der ist zwar erst am Montag, aber die Schatten, die die sehen wir schon irgendwie am Horizont mit der Frage: Welches Social Network inspiriert

euch und wer ist da der krasseste Kopf? Das wird ein Social-Media-Talk. Peter Turi hat dann mal ein bisschen Pause und die Runde werden meine Co-Chefredakteurin Elisabeth Neuhaus und ich führen. So für heute: Sack zu. Schön, dass ihr, dass sie alle mit dabei waren. Einen schönen Abend wünschen wir uns bis Montag.

[01:10:10] SPRECHER: turi2 Podcast. Abonnieren Sie uns unter turi2.de/podcast sowie bei Spotify, iTunes, Deezer und AudioNow.