

Marcus Niehaves: „Wir sind zu einer Art Qualitätssiegel geworden!“

Happy Birthday, „WISO“! Das Wissensmagazin des ZDF wird 40
INTERVIEW MIT MARCUS NIEHAVES

Anmoderation

Neues Jahr, neues Glück – viele von uns nehmen den Jahreswechsel gerne zum Anlass für neue Ziele und Entwicklungen. Das gilt auch für das Fernsehen. Altes wird aussortiert, neues ausprobiert. Es gibt aber auch Ausnahmen. Große Konstanten, die einfach unersetzbar sind – so wie „WISO“ im ZDF. Seitdem das Magazin für Wirtschaft und Soziales am 03. Januar 1984 erstmals über den Bildschirm flimmerte, bietet es uns im Wochenrhythmus wichtige Informationen und Hintergründe zu allen relevanten Lebensbereichen. Wer möchte auf so etwas schon gerne verzichten? Folgerichtig geht „WISO“ also zum Start des neuen Jahres weiter. Und das sogar mit einem großen Jubiläum: Die Marke feiert 40. Geburtstag. Ein Anlass, um wenige Tage nach Silvester direkt wieder groß zu feiern, findet auch WISO-Moderator und Redaktionsleiter Marcus Niehaves...

1. Herr Niehaves, „WISO“ wird 40. Wenn das mal kein Grund zu feiern ist...

Das ist ein total schöner Grund zu feiern, weil wir auch stolz sind auf diese Marke, auf diese vier Buchstaben, die wirklich auch nach 40 Jahren immer noch so bekannt sind. Wir haben viele treue Zuschauerinnen und Zuschauer, sind im Netz gut aufgestellt, haben neue Menschen dazugewonnen, die sich für die Themen interessieren, die mit der Marke „WISO“ mittlerweile wirklich etwas anfangen können. Das Ziel, ein täglicher Begleiter zu sein, den Menschen das Leben einfacher zu machen, das haben wir erreicht – auch im Netz. Und deshalb feiern wir auch ordentlich. (0'33)

2. Was erwartet die Zuschauerinnen und Zuschauer zur Feier des Formats?

Am 8. senden wir eine Dokumentation mit dem spannenden Thema: Wäre es nicht sinnvoll, wenn jeder Bundesbürger, jede Bundesbürgerin 20.000 Euro einfach mal vom Staat bekommt? Also Thema Grundrente. Das wird in einer sehr anschaulichen und verständlichen Form erzählt. Und es wird diskutiert, ob es Sinn macht oder ob es keinen Sinn macht. Das ist so typisch WISO, dass wir nicht nur ganz praktische Tipps geben, sondern, dass wir auch Einordnungen, Hintergrundinformationen liefern, damit man bei den wichtigen Themen der Zeit einfach auch mitreden kann. (0'36)

3. „WISO“ steht dann vom Alter her in der Mitte des Lebens. Was zeichnet die Marke in ihren "besten Jahren" aus?

Ich glaube, dass ich nicht übertreibe, wenn ich sage, dass wir schon so eine Art Qualitätssiegel geworden sind nach 40 Jahren. Also, wenn WISO draufsteht, dann wissen wirklich viele Menschen, was sie bekommen. Dann wissen sie, dass das unabhängiger Journalismus ist, dass das Verbraucherjournalismus ist, der den Menschen das Leben und den Alltag einfacher macht. Und das, glaube ich, steht uns sehr gut so in der Mitte des Lebens, dass wir seriös daherkommen, aber den Spaß und die Verständlichkeit, Unterhaltsamkeit auch nicht vergessen. Also, WISO soll auch Spaß machen, anzuschauen. (0'33)

4. Sie sind seit 2016 sowohl Moderator als auch Redaktionsleiter – also gleichermaßen Gesicht und Kopf von „WISO“. Wie hat sich die Marke unter Ihnen inhaltlich verändert?

Ich glaube, dass wir mit unseren Themen versuchen, mehr und mehr die Leute auch wirklich im Alltag zu treffen. Also, wirklich die Fragen zu stellen, die am Frühstückstisch, am Arbeitsplatz oder in der Freizeit aufgeworfen werden. Wenn wir diese Fragen beantworten können, dann haben wir alles richtig gemacht. Und das war immer mein Ziel, dass wir auch vom Image her ein bisschen wegkommen vom: Ja, das sind alles superspannende Themen, aber es ist halt schon auch anstrengend. Mein Ziel war es, zu sagen: Ja, das sind alles superspannende Themen, aber es macht auch Spaß anzuschauen. Und dieses Ziel haben wir, glaube ich, erreicht, dass wir kein Grundwissen voraussetzen, sondern, dass wir sagen: Wir holen euch da ab, wo ihr seid. Und die Informationen, die wir bearbeiten, sind für euer Leben echt wichtig. (0'43)

5. Wie gehen Sie an die Themensuche ran? Nimmt Ihr eigener Alltag Einfluss darauf?

Also, das versuche ich zu vermeiden, dass, wenn ein Thema mich in meinem Alltag betrifft, dass das dann zu einem WISO-Thema wird. Wir versuchen schon, zu gucken, was sind die Themen, die wirklich in der Gesellschaft eine große Rolle spielen, die bei Menschen eine große Rolle spielen, die eine ganz andere Lebenssituation haben, alleinerziehend sind, die möglicherweise erst anfangen mit dem Berufsleben. Also, da gibt es ja ganz unterschiedliche Perspektiven. Was aber natürlich oft passiert, ist, dass ein Thema, was ganz oben steht, wie zum Beispiel Thema Inflation, dass ich merke: Wow, das betrifft ja auch mein Leben massiv. Und dann wird es natürlich spannend, also, dass man dann wirklich sieht: Okay, das ist nicht nur eine journalistische Arbeit, die wir machen, sondern das hat sogar im eigenen privaten Bereich massive Auswirkungen. (0'48)

6. Inflation, Energie- und Klimakrise, Kriege in Europa: Die aktuelle Nachrichtenlage führt bei vielen Leuten zu Müdigkeit bis hin zur Realitätsflucht. Haben es Verbraucher- und Wirtschaftsmagazine wie „WISO“ dadurch schwerer, die Leute abzuholen?

Die Krisen erschlagen uns natürlich auch. Und es wird wirklich schwer sozusagen auszuhalten, was da um uns herum passiert. Da geht es uns genauso wie allen anderen auch. Ich glaube, dass wir darin aber auch wirklich eine Chance haben, denn die Fragen werden echt drängend. Also, man muss sich einfach Gedanken machen, wie man die nächste Stromrechnung noch zahlen kann. Man muss sich einfach Gedanken machen, was diese Klimakatastrophe für Auswirkungen auf uns hat. Je komplizierter es um uns herum wird, desto mehr werden wir gebraucht. (0'33)

7. Als Sie anlässlich des 35. Geburtstages gefragt wurden, wo sich „WISO“ noch verbessern könne, sagten Sie: „Im Netz“. Ist das seitdem geglückt?

Also, unser Aushängeschild ist sicherlich der WISO-Instagramkanal. Der ist sehr stark gewachsen, den haben wir mit einem wirklich großartigen Team aufgebaut in den letzten Jahren und der hat sich qualitativ und quantitativ wirklich stark nach vorne entwickelt. Klar, TikTok, YouTube, da müssten wir eigentlich noch mehr machen. Was wir geschafft haben, ist ein zweiter Instagramkanal: WISO-Finzen - auch typisch WISO. Das ist ein Thema, das zu uns gehört, was wichtig ist, da

auch wirklich ohne Vorkenntnisse die Menschen aufzuklären, sie an die Hand zu nehmen auf ihrer Reise der persönlichen Finanzen. Also diese zwei Kanäle, mit denen bin ich wirklich total happy und bin stolz drauf. (0'41)

8. Welche Herausforderungen kommen in Zukunft auf die Marke zu?

Klar, wir sind sehr, sehr bekannt. Aber gerade in den jungen Zielgruppen müssen wir natürlich gesehen werden und gefunden werden. Und da, glaube ich, ist es ganz klug, sich Gedanken darüber zu machen, wie man so eine Marke aufsetzt in Zukunft. Also, auf welchen Kanälen man was macht, wie die Ansprache ist, was auch die Bedürfnisse der Zielgruppen sind. Damit beschäftigen wir uns wirklich sehr. Also, ich glaube, die größte Herausforderung ist die Aufmerksamkeit, weil es natürlich unfassbar viele Angebote gibt, die nicht seriös sind, die einfach nur mit falschen Fakten hantieren, die werblich sind. Und wenn wir es schaffen, möglichst vielen Menschen klarzumachen, dass es da ein Angebot gibt, was unabhängig ist und was von Journalistinnen und Journalisten betrieben wird, die nur ein Interesse haben: die Leute zu informieren, dann haben wir da eine große Chance. (0'48)

9. Schlüpfen Sie auch außerhalb des TV-Studios häufig in die Rolle eines Ratgebers?

Ich werde natürlich schon privat um Rat gefragt – auch auf der Straße, wenn die Menschen mich ansprechen und sagen: Ach, das ist doch der von WISO. Aber ich bin da ganz ehrlich. Wir haben so ein breites Themenspektrum, dass ich nicht bei jedem Thema ein guter oder der beste Ratgeber wäre. Ich freue mich, dass die meisten Menschen auch gar keine Frage dann an mich direkt richten, sondern, dass sie eher sagen: Es ist toll, dass es diese Sendung gibt, es ist toll, dass ihr im Internet so präsent seid. Das passiert mir eigentlich öfter, als, dass jemand wissen will: Wie soll ich denn mein Geld anlegen? (0'31)

Abmoderation:

Marcus Niehaves im Interview. Am Montag, den 08. Januar 2024 um 19 Uhr 25 sendet das ZDF zum runden Jubiläum der Marke „WISO“ die Doku "Ein Erbe vom Staat? – 20.000 Euro für Jeden". Eine Woche später folgt die erste "WISO"-Magazinausgabe des neuen Jahres.

Ansprechpartner:

all4radio: Steffen Frey, Dominic Wölfel, 0711 327 77 59 0