

# Auf ins Internet!

Schweizer Journalisten suchen und finden im World Wide Web ein neues Tätigkeitsfeld

Der Journalismus im Internet erhält Auftrieb. In jüngster Zeit haben Schweizer Journalisten gleich mehrere Informationsplattformen geschaffen.

Rainer Stadler

Der Gründergeist erfasst den hiesigen Journalismus. Das überrascht einigermaßen nach einem Jahrzehnt zahlloser deprimierender Nachrichten über Stellenabbau und Budgetkürzungen. Der Einbruch bei den Werbeeinnahmen, eine schrumpfende Käuferschaft und der generelle Preisdruck mussten die Einsicht bestärken, dass die Grenzen des medialen Wachstums gerade auf einem kleinen Markt wie der Schweiz längst erreicht sind.

Die jüngsten Gründungen von Informationsplattformen im Internet wirken unter diesem Blickwinkel wie eine Trotzreaktion auf den Holzschlag im Blätterwald. Die Neulinge heissen «Infosperber», «Neuland», «Journal 21», «Medienwoche», «Literatur und Kunst», «Clack», «Finews» und «Brander». Die Aufzählung erfolgt mit dem Vorbehalt, möglicherweise den einen oder andern Initianten übersehen zu haben. Denn selbst professionelle Beobachter haben manchmal Mühe, im Internet-Dschungel den Überblick zu bewahren.

## Organisierter als Weblogs

Gemeinsam ist den genannten Plattformen, dass ihre Ressourcen beschränkter sind als jene der etablierten Medien. Im Gegensatz zu den ersten einsamen Pfadfindern der Internet-Publizistik, den zahllosen Ich-Buden bzw. Weblogs, verfügt die neue Generation aber über einen gewissen Organisationsgrad, der ihre Produkte unabhängiger macht von der Befindlichkeit eines Einzelnen. Wenn also einer beispielsweise wegen Krankheit ausfällt, läuft der Betrieb dennoch weiter. Arbeitsteilung nennt sich das – eine so banale wie effiziente Erfindung, welche in der Online-Anfangseuphorie der individualistischen Selbstüberschätzung aus dem Blickfeld geraten war.

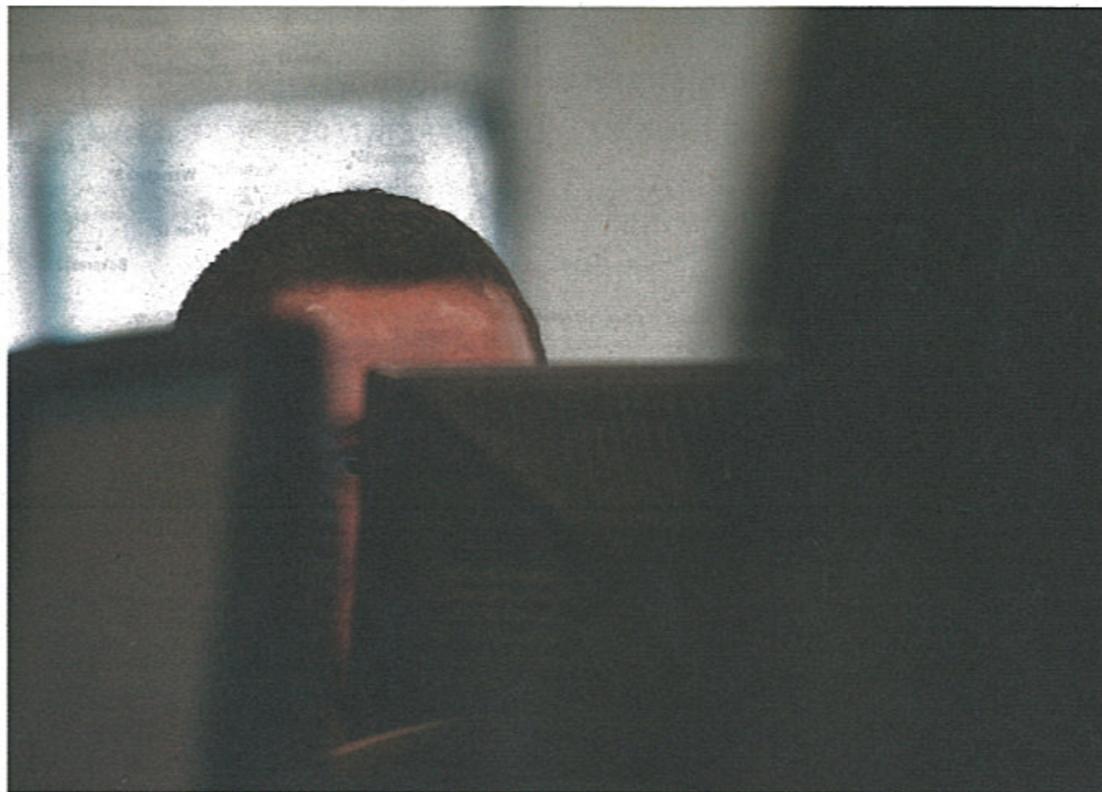
Gemeinsam ist den Websites im Weiteren, dass erfahrene Journalisten für sie arbeiten. In mehreren Fällen gehören sie zudem zu den Gründervätern. Und die dritte Gemeinsamkeit: Die Finanzierungsbasis ist knapp. Die Freude an der Publizistik ist das stärkere Motiv als die Hoffnung auf Gewinn.

## Das «Journal 21»

Beginnen wir mit den Traditionellen; auch solche gibt es inzwischen im Internet. Zu ihnen zählt das «Journal 21», das vom ehemaligen SRG-Mitarbeiter Heiner Hug gegründet wurde. Die Liste der Mitarbeiter ist beeindruckend lang: Es handelt sich vornehmlich um pensionierte Journalisten, welche zuvor im Dienste führender Schweizer Medien standen; das Internet hat die einstigen Konkurrenten friedlich vereint. Aber wie so oft, wenn es um Ehrenamtliches geht, bleibt der Kreis der Aktiven klein.

Das «Journal 21» pflegt die klassischen Ressorts Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Die Hauptaktivität ist allerdings im politischen Bereich zu beobachten, und das vor allem bei der Auslandberichterstattung. Renommiertere Köpfe wie der ehemalige NZZ-Korrespondent Arnold Hottinger sind hier hochaktiv – die derzeitigen Umbrüche im muslimischen Raum bieten ihm die Steilvorlage.

Das «Journal 21» setzt den klassischen textorientierten Journalismus mit den Mitteln des Internets fort. Kommentarfunktionen fürs Publikum gibt es. Reaktionen sind allerdings rar. Darüber hinaus nutzt das «Journal» die einschlägigen im Internet entwickelten Kommunikationstechniken wenig: kaum Links, keine Rubriken wie «Meistgelesen» oder «Meistzitiert». Es herrscht der auktoriale Buchstabe.



Auch die ältere Journalistengeneration entdeckt die Lust am digitalen Publizieren.

GREGOR PINKHASSOV / MAGNUM

Verschafft «Journal 21» Mehrwert in der hiesigen Medienlandschaft, wie es das Ziel der Plattform ist? Teilweise. Wenn sich die gesamte Welt wandelt, gewinnt jener an singulärer Statur, der wie das «Journal» einfach am Bewährten festhält. Während die Medien insbesondere die Mittel für Auslandberichte abbauen, versammelt sich beim «Journal» ein hohes Mass an Erfahrung und Urteilskraft. Darüber hinaus bekommt der Leser indessen kaum Überraschendes zu lesen ([www.journal21.ch](http://www.journal21.ch)).

## Der «Infosperber»

Ein breites Spektrum will auch der seit Ende März aktive «Infosperber» abdecken. Er erweitert die klassischen Ressorts um Sektionen wie Umwelt, Gesundheit, Bildung, Recht und Medien und präsentiert sich etwas Internet-affiner als das «Journal 21». Aber auch hier dominiert der dem Text verpflichtete Journalismus. Schweizer Themen haben bedeutend mehr Gewicht, wobei ein konsumkritischer, umweltpolitischer Ansatz zu erkennen ist. Die Angriffslust ist grösser. Da spiegelt sich die Handschrift des Initiators Urs P. Gasche, der einst für den «Kassensturz» des Schweizer Fernsehens arbeitete. Auch er versammelte bekannte Namen aus dem Journalismus um sich, etwa den Energiespezialisten Hanspeter Guggenbühl, den ehemaligen SRG-Mann Robert Ruoff oder den einstigen Chefredaktor und Verlagsmanager Christian Müller.

Die Ziele des «Infosperbers» sind ambitiös. Hier sollen Themen zur Sprache kommen, die anderswo übersehen, verdrängt oder gar aus Rücksicht auf Wirtschaftsinteressen unterdrückt werden. Den Anspruch auf Exklusivität und Alternativität erhebt allerdings jedes Hintergrundmedium. Der «Infosperber» löst ihn bis anhin nicht mehr ein, als dies die bisherigen Kanäle auch tun. So tauchte ein migrationskritischer Kommentar des SP-Manns Rudolf Strahm, der beim «Tages-Anzeiger» erschien, gekürzt beim «Infosperber» ebenfalls auf.

Im Weiteren fällt auf, wie selten die Leser bisher Kommentare hinterliessen. Vielleicht hängt das auch damit zusammen, dass die Websites der grossen Schweizer Medien dem Mitteilungsbedürfnis des Publikums bereits viel Raum geben. Alternative Plattformen müssten also darum kämpfen, einen kleinen, aber feinen Zirkel von Debatteuren um sich zu scharen.

Beim «Infosperber» arbeiten die Schreiber ebenfalls für Gotteslohn. Das Stiftungskapital von 150 000 Franken und die allfälligen Werbeeinnahmen

dienen in erster Linie zur Aufrechterhaltung der Infrastruktur ([www.infosperber.ch](http://www.infosperber.ch)).

## «Neuland»

Aus dem Geist des Magazinjournalismus herausgewachsen ist das «Neuland», das von Anita Hug, Judith Stofer und Daniel Hitzig herausgegeben wird. Hier spürt man bedeutend stärker den Willen, zwar nicht interaktiv, aber multimediale zu arbeiten. Videos, Dokumentarfilme, Foto-Strecken und Texte finden zusammen. Bei den Artikeln – etwa über Migration, Muslime, Regenwürmer oder Gleichberechtigung – handelt es sich allerdings weniger um Reportagen als um Stücke mit einem betrachtenden, essayistischen Stil. Seit dem vergangenen Dezember sind bisher sechs einzeln abrufbare Ausgaben erschienen. Wer will, kann zu jeder Nummer Musik abspielen, die je ein Musiker auswählt.

Auch das «Neuland» lebt von der Gratisarbeit der Journalisten. Auf Werbung wird verzichtet. Das Publikum wird ermuntert, ein Abonnement zu kaufen (40 Franken für 6 Ausgaben) oder einen Beitrag zu spenden ([www.neuland-mag.net](http://www.neuland-mag.net)).

## «The Brander»

Ein Kontrastprogramm bietet «The Brander». Im Gegensatz zur eher spröden, ersten Aufmachung von «Neuland» taucht der «Brander» den Besucher in die warme Welt des Genusses. Das Layout ist gefällig-zeitgemäss. In der Anmutung gleicht es den anspruchsvolleren Lifestyle-Beilagen, mit denen die Presse derzeit gutes Geld verdient.

Ideelle und finanzielle Basis des Magazins ist die Agentur Brander, die ihr Geld mit Markenkommunikation verdient. In diesem Sinn überträgt sie Marke in den Journalismus und reflektiert auf ihrer Website den Wert von Gütern, Metiers und Menschen. Die Plattform funktioniert dabei wie ein beliebig dehnbarer Warenkorb, welchen die Redaktion laufend mit neuen Artikeln füllt. Die hier tätigen Journalisten erhalten Honorare. Das Publikum kann Vorschläge für Beiträge einreichen ([www.thebrander.com](http://www.thebrander.com)).

## «Medienwoche»

Branchenspezifischer als die bisher genannten Websites operiert die «Medienwoche». Herausgegeben wird sie von Thomas Paszti, der im Internet eine Stellenbörse für die Kommunikationsbranche betreibt. In der «Medienwoche» reflektieren hauptsächlich drei Journalisten kontinuierlich die Aktuali-

täten in der Branche. Das tun sie vor allem in Form von kommentierenden Artikeln. Web-Links werden gesetzt, aber auch hier überwiegt der klassische Textjournalismus. Im Vergleich zum Blog «Medienspiegel» kann die neue Website noch keine Debatten unter ihren Lesern auslösen. Sie bereichert aber den hiesigen Journalismus und kompensiert Defizite der Deutschschweizer Presse. Denn nur noch der «Sonntag» und die NZZ behandeln regelmässig Medienthemen. Die drei Schreiber erhalten Löhne, allerdings vergleichsweise bescheidene (<http://medienwoche.ch>).

## «Finews» und «Clacks»

An eine lukrative Branche, die Finanzindustrie, hat sich «Finews» angeschlossen. Die Website produziert entsprechende Informationen für Finanzleute – und hat eine ökonomische Perspektive. Denn eine solche Zielgruppe lässt sich leichter auf dem Werbemarkt verkaufen. Ralph Pöhner, neben Claude Baumann und Peter Bohnenblust einer der Initianten, sagte auf Anfrage, dass für «Finews» etwa 200 Stellenprozent eingesetzt werden. Man zahle marktgerechte Löhne. Die Aussichten seien gut. Wenn der Trend anhalte, werde man im laufenden Jahr «schönes Geld» verdienen ([www.finews.ch](http://www.finews.ch)).

Pöhner engagierte sich mit anderen Journalisten bei einer weiteren Website: bei «Clack». Diese zielt hauptsächlich auf ein weibliches Publikum. Alles dreht sich hier um Leben, Liebe und Lust, und das im einschlägigen Stil des spekulativen Trendjournalismus. Die Artikel beruhen öfters auf einem Recycling von Online-Infos. Pöhner sagt, man sei noch nicht voll gestartet, dies auch wegen mehrerer personeller Wechsel. Finanzieren will man sich durch Werbung und durch Vermittlung von Verkaufsgeschäften ([www.clack.ch](http://www.clack.ch)).

## «Literatur und Kunst»

Anfang März startete ferner eine Kultur-Website. Zwei Nummern der von Ingrid Isermann betriebenen «Literatur und Kunst» sind bis anhin erschienen. Das digitale Magazin orientiert sich an einem klassisch-modernen Kulturbegriff und kooperiert mit der alteingesessenen Zeitschrift «Du». Auch hier trifft man auf bekannte Journalisten und Autoren. Teilweise wurden die Artikel bereits anderswo publiziert. Die Textsorte ist breit. Das Spektrum reicht von Rezensionen über konventionelle Reiseberichte bis zu Stéphane Hessels Streitschrift «Empört Euch» ([www.literaturundkunst.net](http://www.literaturundkunst.net)).