

Die Welt steht Kopf

Die Berliner Tageszeitung «Die Welt» setzt auf Web first. Alle Nachrichten zuerst online

VON THOMAS MRAZEK

Radikale Umwälzungen, besonders im eigenen Haus, passen so gar nicht zum bürgerlich-konservativen Habitus der «Welle» und des Springer-Verlags. Trotzdem: «Das ist fast eine Revolution», sagt Christoph Keese, Chefredaktor der «Welt am Sonntag» und von «Welt Online», Ende Jahr in Berlin. «Alle Nachrichten werden ab sofort zuerst im Internet veröffentlicht», lautet die revolutionäre Parole – oder kurz: Web first.

Aussenselbende – sofern sie es überhaupt mitgekriegt haben – mögen wohl milde gelächelt haben. Zumindest im Internet-Zitaher die Web-first-Devise eine Selbstverständlichkeit sein sollte. Ist es aber nicht. Für Journalisten stellt diese Publikationsform eine Revolution dar. Hier zur Lande gibt es keine Zeitung, die konsequent online first praktiziert (siehe Box). Undenkbar, dass eine Sonntagszeitung ihre wohlgeleiteten Printerns bereits am Mittwoch im Internet gratis publizieren würde.

Seitenbrute auf «Welt Online» um 40 Prozent gestiegen

Im Ausland wird Web first nur von US-Zeitungen schon länger praktiziert. In Grossbritannien gehen seit letzten Sommer der «Guardian» oder die «Times» bei heissen News dem Web den Vorzug.

Das neue Credo hatte auch eine tiefgreifende Reorganisation zur Folge: Die «Welt», ihre handliche Ausgabe «Welt Kompakt», die «Welt am Sonntag» und der Kooperationspartner «Berliner Morgenpost» sowie zwei Online-Ausgaben werden neu in Deutschlands grösstem Newsroom produziert.

Ende Februar wurde dann der Vorhang für die neue «Welt Online» gelüftet. Die Seite wirkt übersichtlich und elegant. Bei den Inhalten wurde nicht gespart: Eine TV-Sendung sendet mehrmals täglich die neuesten Nachrichten als Video, dazu gibt es verschiedene Podcasts. In der Blog-Rubrik



Resortleitersitzung bei «Welt Online». Bei den Inhalten wird nicht gespart

schreiben neben Redaktoren nun auch bekannte deutsche Blogger. Alle Ressorts können als Focuss abonniert werden, alle Artikel lassen sich kommentieren.

«Wir wollen damit eine der besten und innovativsten Nachrichten im Jahr auf die wichtigsten Schlagzeilen von Mitbewerbern verfrachten und deren Logo abgedruckt. Zweifel, das Nutzer setzen Angebot abtrünnig werden könnten, hat Keese keine: «Im Internet versucht man nicht mehr, Leser auf seiner Seite zu fesseln,

sondern man motiviert sie, so oft wie möglich zurückzukommen.»

Tatsächlich scheint das Umstellen auf den Web-first-Regime bei beiden Nutzern gut anzukommen:

Im Januar stieg die «Welt Online» gegenüber dem Vormonat um 40 Prozent. Mit 49 Millionen Seitenabrufen ist man aber noch weit vom Branchenprimus Spiegel Online entfernt, der 403 Millionen aufweist. Die beiden härtesten Konkurrenten unter den Tageszeitungen, FAZ.NET und sueddeutsche.de, sind mit je 73 Millionen Seitenabrufen noch um einiges voraus. Dass die mit «Berliner» und «Geschwindigkeit»

keits» vorangetriebene Online-Offensive den Springerblättern schaden könnte, glaubt der 42-jährige nicht: «In der Wochenzeitung trennt sich nicht im Widerspruch zum Erfolg der Zeitungen, je mehr Menschen wir für uns gewinnen, desto erfreulicher entwickelt sich das Anzeigengeschäft.» Weltweit für die reine Anzeigenfinanzierung im Internet.

«Bei uns können alle ihre Stärken entfalten» Auch redaktionell wäre das neue Prinzip unproblematisch: «Niemand wird zum Multimediajournalisten, der alle Formate in allen Medien bespielt. Jeder Journalist hat Stärken und Schwächen», so Keese im Gespräch mit der Sonntagszeitung. «Bei uns können alle ihre Stärken entfalten: Wer besonders gut Reportagen schreibt, veröffentlicht vorwiegend in den Zeitungen, wer schnell gute Hintergrund- und Kommentare verfassen kann, legt seinen Schwerpunkt auf Online.» Dass jeder alles macht, sei weder erwünscht noch wünschenswert.

Bemerkenswert ist, dass die Redaktion von «Welt Online» seit Sommer 2006 von einem altgedienten Print-Redaktor geleitet wird. Oliver Michalsky war 20 Jahre lang «bei der Zeitung», wie er in einer Druckeilage zum Start des neuen Portals schreibt. Der Redaktionsleiter wandte sich an die «alten Zeitungsläser»: «Ich will vor allem auch nicht sagen: Kundigen Sie Ihr Zeitungshobby, lesen Sie nur noch im Netz, da finden Sie ohnehin viel mehr, als in der Zeitung steht – und das, was Sie finden, finden Sie viele Stunden früher als in gedruckter Form.» Ein Pflöcker für die Zukunft der Print-Ausgabe ist das nicht. Aber Revolutionen fordern nun mal Opfer.

DIE SCHWEIZER ZÖGERN NOCH

In der Deutschschweiz findet Web first erst ansatzweise statt. Medienblogger Martin Hiltz: «20 Minuten» macht das vielleicht schon (genau). Aber meist handelt es sich ja um Agenturmeldungen, und die publizieren der Tages-Anzeiger, die NZZ, der «Blick» oder die «Tageschau» ja auch sofort.» Der «Tages-Anzeiger» geht einen Schritt weiter: «Für die Berichte unserer Auslandskorrespondenten gilt: Alle Beiträge werden direkt ins Netz gestellt», sagt Chefredaktor Peter Hartmann. «Später soll entschieden werden, ob Web first auf andere Ressorts ausgedehnt wird. Die NZZ wird mit Hintergrundberichten, Analysen oder online-spezifischen Gelässen bald nachziehen. NZZ-Online-Chef Fredy Grotzer: «Hier werden wir in Zukunft vermutlich häufiger Artikel zuerst online publizieren.» Mülliger sind die Weisungen. Auf der gemeinsamen Site von «Tribüne de Genève» und «24 heures» gilt seit März: Alle News kommen aufs Netz, sobald sie fertig redigiert sind. (WSJ)