

Wohin steuert die Netzeitung?

Im Juni übernahm David Montgomerys BV Deutsche Zeitungsholding die Netzeitung. Nun spekuliert die Branche über einen radikalen Kurswechsel. Wie sehen die Pläne des neuen Eigentümers aus? Nachgefragt bei Netzeitungs-Geschäftsführer Robert Daubner.

36

INSIGHT: Vor sieben Jahren ist die Netzeitung mit dem Anspruch gestartet, die erste deutsche Tageszeitung zu sein, die nur im Internet erscheint. Wird sie diesem Anspruch auch unter Ihrer Führung treu bleiben?

Robert Daubner: Das war, wie gesagt, vor sieben Jahren. Die Internetwelt hat sich seitdem rasant entwickelt. Inzwischen muss die Netzeitung einen höheren Anspruch haben. Ich verlange von meinen Redakteuren, dass sie Agenturmeldungen nicht bloß aufbereiten, sondern veredeln können. Dass sie wissen, wo die dazugehörigen YouTube-Videos, Fotostrecken und Blogs zu finden sind. Gerade Blogs darf man nicht unterschätzen, da sie teilweise sehr gut recherchiert sind und den Journalisten vormachen, was User im Netz suchen, nämlich offene Recherche mit weiterführenden Links.

Die Abkehr vom traditionellen Konzept verwundert auch deshalb, weil die Netzeitung als vollwertiges journalistisches Angebot bereits dort angekommen schien, wo viele Internet-Konkurrenten erst hin wollen.

Der Hintergrund ist, dass wir mit der Entwicklung im Netz mitgehen müssen. Das Konzept einer aufklappbaren Zeitung ist überholt, weil der User im Internet anders zu den Artikeln kommt als bei einer Tageszeitung. Der Internetsurfer blättert die Netzeitung nicht durch, sondern sucht nach ganz bestimmten Themen. Er kommt durch alle möglichen Kanäle, etwa über Suchmaschinen oder Blogs, auf unsere Seiten und landet so womöglich auf der hintersten, vier Klicks von der Homepage entfernten Seite. Und diese darf keine Wüste voller Werbung sein, sondern soll ihn mit guten Geschichten neugierig auf den Rest der Netzeitung machen.

Sie wollen die Netzeitung also verstärkt an den Belangen des Internets ausrichten?

Richtig. Wir mussten zum Beispiel feststellen, dass die Netzeitung überhaupt nicht für Suchmaschinen optimiert ist und so ein enormes Potential einfach ungenutzt bleibt. Es kann nicht sein, dass sich ein deutschlandweites Magazin gemessen an der Anzahl der User auf dem Niveau eines Regionalportals wie berlinonline.de bewegt. Deshalb erwarte ich zukünftig von den Netzeitungs-Redakteuren, dass sie ihre Artikel so optimieren, dass man sie bei Google und anderen Suchmaschinen wiederfindet.

Heißt das im Umkehrschluss, dass Ihnen eine Steigerung der Reichweite wichtiger ist als die Qualität der Berichterstattung?

Nein, die Qualität des Inhalts ist erst die Voraussetzung für mehr Reichweite. Die Netzeitung wird an Qualität gewinnen und dadurch auch mehr User bekommen. Die Suchmaschinenoptimierung sorgt nur dafür, dass die Inhalte auch gefunden werden.

In einem *Tagesspiegel*-Interview äußerten Sie, dass das bisherige Konzept der Netzeitung überaltert sei, sie „schneller, jünger und sexier“ werden müsse. Könnten Sie das an einem Beispiel konkretisieren?

Nehmen wir den G8-Gipfel. Zu so einem Ereignis gibt es jede Menge Berichterstattung. Und wir wollen einfach diejenigen sein, die am schnellsten das Sarkozy-Video bei YouTube finden. Wir wollen diejenigen sein, die die ersten Aufnahmen der Tornados haben. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wird es in der Netzeitungs-Redaktion eine Arbeitsteilung geben. Neben dem Newsdesk wird eine Art vertiefender Recherche-Desk installiert.

Ende Juli haben Sie mit Ihrem Team in einem Workshop über die zukünftige Strategie der Netzeitung beraten – mit welchem Ergebnis?

9/07 **INSIGHT**

Nachgefragt:

Robert Daubner ist seit Juli 2007 Geschäftsführer der Netzeitung. In gleicher Position leitet er seit 2002 das Stadtportal berlinonline.de.



Wir waren uns einig, dass die Netzeitung nicht durch neue Themenbereiche ausgefranst werden soll, auch wenn vielleicht einige Bereiche wie Reisen, Wellness, Technik und Lifestyle die klassischen Ressorts ergänzen. Wir wollen eine Boutique werden, in der der User Sachen findet, die er auf anderen Seiten nicht findet. So werden wir unsere Nachrichten um Dossiers, biografische Daten und Monografien erweitern. Der Vorwurf, wir würden in Zukunft kein journalistisches Angebot mehr machen, ist insofern totaler Quatsch.

Wann soll die neue Netzeitung an den Start gehen?

Spätestens bis zum Jahreswechsel soll sowohl der inhaltliche als auch der äußerliche Refresh über die Bühne gegangen sein.

Wird es auch Kooperationen mit anderen, von Ihnen verantworteten Internetprojekten wie berlinonline.de oder berlin.de geben?

Wenn die Netzeitung interessante Formate und Inhalte hat, die für ein Regionalportal wie **berlin.de** gut sind, dann werden wir sicherlich auch zusammenarbeiten. Vorstellen könnte ich mir, dass wir in Zukunft bei der Netzeitung mit einem Redaktionssystem arbeiten, das so gut oder so übergreifend ist, dass es auch die Onlineredaktionen der *Berliner Zeitung*, des *Berliner Kuriers* und des *Tips* nutzen könnten. Mit der Netzeitung wollen wir innerhalb des Hauses Vorbild sein und zeigen, was online möglich ist.

Man hörte auch von regionalen Netzeitungsablegern.

Ja, das ist natürlich ein interessantes Thema. Um das umzusetzen, braucht man aber Partner vor Ort. Die hat die Netzeitung derzeit noch nicht. Eine Option von vielen ist, dass wir unabhängige Journalisten in einzelnen

Regionen ansprechen und denen die Möglichkeit geben, so etwas wie das Netzeitungs-Format regional zu franchisen. Aber das ist noch ganz weit weg, bloße Zukunftsmusik. Dafür müssen wir erst mal unsere Hausaufgaben machen und die Reichweite der Netzeitung steigern, um sie so wirtschaftlich erfolgreich zu machen.

Aufgrund eben solcher wirtschaftlicher Zwänge fürchtet die bisherige Belegschaft um ihren Arbeitsplatz. Sind diese Ängste berechtigt?

Stellenabbau, in einer Form wie man es sich klassischerweise vorstellt, dass man aus Rentabilitätsgründen ganze Einheiten schließt, wird es nicht geben. Die Netzeitungs-Belegschaft bleibt uns im Prinzip erhalten. Was ich nicht verhindern kann, ist allerdings, dass einige, die eben seit Jahren dabei sind und tatsächlich die Netzeitung wie eine klassische Zeitung machen wollen, sich vielleicht nicht in dieser neuen, jungen, dynamischen Truppe wiederfinden und von sich aus gehen. Reisende will ich nicht aufhalten.

Steht in diesem Zusammenhang auch der Abschied der bisherigen Chefredakteure Michael Angele und Matthias Ehlert?

Ja, die beiden sind aus persönlichen Gründen gegangen, zu denen ich mich nicht äußern möchte. Sie sind auf mich zugekommen und haben mir gesagt, sie fänden es gut, wenn sie die Netzeitung erhobenen Haupts verlassen könnten. Allerdings ist angedacht, ihre Köpfe und Ideen weiterhin in irgendeiner Form der Beratung oder der Formatezulieferung für den Konzern zu erhalten. Für die Zukunft der Netzeitung setzen wir nun auf Domenika Ahlrichs als neue Chefredakteurin.

● Interview: SVEN RINDFLEISCH