

Rathuus

Das Politikmagazin

RATHUUS (Zürich)
Pascal Turin und
Lorenz Steinmann (r.)

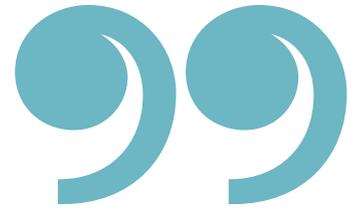
ZWISCHENBRÜCKEN
(Wien)
Bernhard Odehnal
(2. v. l.) und sein Team

WINTI (Winterthur)
Will Lücke nach
Tamedia-Rückzug
füllen

Drei Neue für drei Städte

Wer und was steckt hinter
den lokaljournalistischen
Start-ups in Winterthur,
Zürich und Wien?

TEXT: **Antje Plaikner**



*Ein Drittel Förderung,
ein Drittel Mitglied-
schaften und ein Drittel
Werbung.*

BERNHARD ODEHNAL,

„Zwischenbrücken“

„Es ist anstrengend, macht aber grossen Spass und ist erfüllend“, sagt Bernhard Odehnal. Der arrivierte Journalist will es noch einmal wissen. Seit 25 Jahren arbeitet er für Schweizer Medien, seit rund 20 Jahren für den „Tages-Anzeiger“, bei dem er zurzeit für das Investigativteam schreibt. Sein Pensum hat er inzwischen auf 40 Prozent reduziert, wie er sagt. Nun pendelt er weniger oft zwischen Zürich und seiner Heimatstadt Wien, wo er Anfang des Jahres bekannt gab, dass er das lokaljournalistische Start-up „Zwischenbrücken“ plant, mit dem er nach einem Crowdfunding Mitte März, just sechs Wochen vor den Wahlen in Wien, online ging.

Die Lücke im Lokalen füllen

Die Zweimillionenstadt ist zwar medial gut versorgt, die Versorgung betrifft aber vor allem die regionale und überregionale Ebene. Im Lokalen hingegen spielen fast nur Gratis-Anzeiger eine Rolle, und hier sieht Odehnal Potenzial. Besonders deshalb, weil vorhandene Gratis-Anzeiger nicht unabhängig seien, sondern sozialdemokratisch geprägt, und das im ohnehin sozialdemokratisch dominierten Wien.

Lokal und unabhängig soll „Zwischenbrücken“ sein: Ein mutiges Projekt, denn Wien und Österreich gelten im Vergleich zu Zürich und der Schweiz als schwieriges Pflaster für neue Onlinemedien. Das merkte auch die NZZ, als diese vor knapp zehn Jahren mit dem ambitionierten, rein digitalen Bezahlangebot nzz.at Schiffbruch erlitt.

Doch Odehnal kennt Wien, will in seinem Lebensumfeld Zwischenbrücken, das rund 200.000 Menschen zweier Wiener Bezirke (Leopoldstadt und Brigittenau) umfasst, den Umbrüchen und Entwicklungen des bunt gemischten Einzugsgebietes nachspüren und die Bewohner miteinbinden: Das geschieht mit Berichterstattung, mit Porträts, Re-

portagen, investigativem lokalem Journalismus. Das Team begann mit drei Leuten: Neben Odehnal zählen die Journalistin Naz Küçüktekin und der Fotograf Christopher Mavrič dazu, im März stiess der Journalist Ernst Schmiederer dazu und im April erlebte das Team einen weiteren Wachstumsschub. Veronika Wenninger bespielt die Social-Media-Kanäle Facebook und Instagram und produziert dafür auch Kurzvideos und der freie Journalist Philipp Wohltmann ergänzt die Gruppe. Hinzu kommt die Kooperation mit Sonja Harter und ihrem Podcast „Nord Post“.

Die beiden Bezirke Leopoldstadt und Brigittenau verändern sich, das Nordbahnhof-Areal soll künftig für 20.000 Menschen entwickelt werden. Hitzepools sollen beseitigt werden, Baumschlag verhindert werden. Die Reportagen von „Zwischenbrücken“ titeln beispielsweise „Ein Bahnhof verschwindet“, „Wien zerstört sein industrielles Erbe“ oder „Kein Platz für unseren Mist?“. Als Rubriken führt das Portal einen Eventkalender, Reportage, Menschen, Lifestyle, Geschichte und Community. „Community“ enthält auch einen Postkasten, der Themen und Tipps zu Zwischenbrücken sammelt. Kurzum: Fakten mit Nähe und Interaktivität sind angesagt.

Journalismus und Finanzierung

Finanziell fusst das neue Onlinemedium auf rund 25.000 Schweizer Franken, welche das Crowdfunding einbrachte, und auf 9.300 CHF der Wiener Medieninitiative als Startförderung. Odehnals vorrangiges Ziel ist nun, zu überleben, sich zu etablieren und dann langsam zu wachsen. Der neue Lokaljournalist schätzt, dass er erst einmal „über den Sommer kommt“. Er agiert sparsam, lebt vom Tagi-Gehalt: „Ich zahle mir selbst für ‚Zwischenbrücken‘ nichts aus. Ich bezahle aber meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

auf Honorarbasis.“ Denn, so ergänzt Odehnal: „Anstellungen kann ich mir noch keine leisten.“ Die Fixkosten betreffen Provider und Abodienst Steady HQ. Ein Redaktionsbüro gibt es noch keines.

„Zwischenbrücken“ setzt keine Bezahlschranke, ist gratis und setzt zur Finanzierung auf ein Drittel-Modell. Das heisst: „Ein Drittel Förderung, ein Drittel Mitgliedschaften und ein Drittel Werbung.“ Eine Ziel-Zahl für freiwillige Mitgliedschaften nennt Odehnal nicht. Die freiwilligen Zahler können drei Unterstützungsmodelle wählen: Mitgliedschaften zu 4,50 Euro (4,20 CHF), 9 Euro (8,40 CHF) oder 14 Euro (13 CHF) monatlich. Als Dank erhalten Mitglieder beispielsweise eine besondere Postkarte oder können am vierteljährlichen Community-Treff teilnehmen. Einen Monat nach dem Start zählte „Zwischenbrücken“ 43 Mitglieder, die das Onlinemedium mit 320 Euro (300 CHF) im Monat unterstützen.

Fördermöglichkeiten sind auch Spenden oder beispielsweise die Projektförderung der Wiener Medieninitiative oder der neue DACH-Fonds Media Forward Fund. Wie das Start-up gelingen kann, dazu hat sich Odehnal intensiv und besonders mit Schweizer Onlinemedien wie „Tsüri“, „Bajour“, „Hauptstadt“ und dem Infrastruktur-Anbieter WePublish ausgetauscht. Reichweite und Kontakte werden über Social Media aufgebaut, der wöchentliche Newsletter zählt einen Monat nach Start etwa 700 Abonnenten und erste Werbung ist bereits online.

Odehnal fühlt sich als typischer Start-up-Journalist. Er brennt für das Projekt, ist nicht nur Journalist, sondern auch Geschäftsführer und Herausgeber. Täglich zu publizieren, ist das Ziel, allein es fehlen noch Finanzen und Kapazitäten. „Wir haben jetzt einen Wochenrhythmus“, sagt er. Jeden Tag wird ein anderes Rubriken-Format ausgespielt. Die Reportage der Woche oder das Porträt der Woche werden laufend online publiziert. Dazu gesellt sich der wöchentliche Newsletter. Da das Team bisher über kein gemeinsames Redaktionsbüro verfügt, tauscht es sich ständig über den Messenger Signal und Telefon aus und trifft sich ein- bis zweimal im Monat im „Zwischenbrückenwirt“, um die Themen zu planen.

„Wnti“ brieft seit 14. April

Wie „Zwischenbrücken“ publiziert auch das neue Onlinemedium „Wnti“ (wnti.ch) für etwa 200.000

Menschen ein Angebot ohne Bezahlschranke in und um Winterthur. Als im vergangenen Jahr Tamedia die Winterthurer Redaktion des „Landboten“ schloss, war das Mass voll. Ein öffentlicher Brief und Aufruf, der bis November 1.200 Unterschriften gegen diesen Einschnitt in den täglichen Qualitätsjournalismus für die Region sammelte, führte zu einem Verbund des Vereins für Winterthurer Medienvielfalt und von „Tsüri“. Diese gründeten die GmbH Verlag Achtvier und launchten im April ihr neues Digitalmedium wnti.ch. Ein Crowdfunding erzielte 153.258 CHF. Die Zusammenarbeit mit „Tsüri“ und der Know-how-Transfer ermöglichten den schnellen Start und Tizian Schöni sagt: „Das Crowdfunding war für uns eine Art Vorsondierung des Marktes.“ Am 14. April publizierte „Wnti“ den ersten Newsletter „Wintibrief“.

Die Redaktion umfasst nun fünf Journalistinnen und Journalisten mit „knapp 200 Stellenprozenten“, wie Schöni ergänzt. Ausser Schöni wirken Nina Schneider, Sebastian Galli, Maria Wyler und Gioia Jöhri mit. Fünfmal pro Woche schreiben sie abwechselnd einen Morgenbrief. Schöni ist der Anker: „Ich arbeite in Vollzeit, die anderen arbeiten noch nebenher.“ Er selbst ist eingeschworener Lokaljournalist und arbeitete davor für die traditionsreiche „Andelfinger Zeitung“. Die „Wintibriefe“ geben einen täglichen Überblick, dazu wird eine Story geliefert. Zu den Themen sagt Schöni: „Das können aus meiner Sicht auch Nischen- oder vernachlässigte Themen sein.“ Dazu zählen beispielsweise die Probleme kleiner Sportvereine, die um Wahrnehmung ringen.

Zum Start brachte der „Wintibrief“ eine erste Unfall-Bilanz der Radfahrer, die mit einer kleinen Strassenumfrage kombiniert wurde. Der tägliche Tipp der Redaktion heisst „Wärmstens empfohlen“. Andere Elemente wie „Winti weiss“ oder „Wegbegleiter“ ergänzen mitunter den Brief. Zu den Ratsitzungen gibt es seit Mai einen Stadtparlamentbrief, und wenn es die Finanzen zulassen, werde ausgebaut, beispielsweise mit einem vertieften Briefing zur Stadtpolitik. Etablierung heisst das Schlagwort fürs erste Jahr, das betrifft laut Schöni auch das Team, das zu einer Redaktion zusammenwachsen soll. Wenn das passt, werde neben den Briefings die Website entwickelt, die bisher vor allem als Archiv für die Briefings funktioniert.

Innovationen aus Schaffhausen

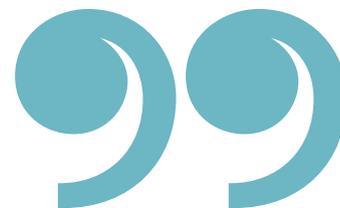
Ihre Ansprechpartner: Beat Römer / Franciska Janzon

Telefon: +41 79 290 04 00 / +358 40 192 1653

E-Mail: media@georgfischer.com

www.georgfischer.com

+GF+



Das Crowdfunding war für uns eine Art Vorsondierung des Marktes.

TIZIAN SCHÖNI,
„Wnti“

Mehr Geld – mehr täglicher Inhalt: Neben den über 150.000 CHF des Crowdfundings bringt die Winterthurer Volkart Stiftung auf drei Jahre 150.000 CHF ein und die Basler Stiftung für Medienvielfalt gibt 20.000 CHF als Starthilfe. Das Geschäftsmodell des Gratis-Onlinemediums beruht, wie bei „Zwischenbrücken“, auf drei Säulen: Werbung, freiwillige Mitgliedschaften und Förderungen.

Im Gegensatz zu „Zwischenbrücken“, das mit viel weniger Geld startet, verfügt „Wnti“ bereits über ein zentral gelegenes, ebenerdiges Redaktionslokal. Die Zwischennutzung des einstigen Ladenlokals erfolgt bis Juni. Anschliessend will „Wnti“ ins Volkart-Haus ziehen. Unterdessen sammelt das Team Input der Bevölkerung, lädt zur offenen Blattkritik ein oder fordert zum Aufkleben von Postings auf die Fensterscheibe auf. Da fragen Menschen u. a.: „Was mach’ ich nach der Matur?“ oder: „Warum steckt d’ Medienbranche so krass in der Krise?!“ „Wnti“ will eine offene Plattform sein, mitten im Geschehen der Stadt und im Austausch mit ihren Menschen. Nebenbei will man nach drei Jahren „den Stiftungen zeigen, dass wir uns langfristig hoffentlich selber finanzieren können“.

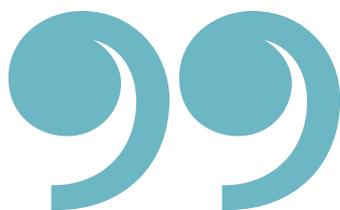
„Rathuus“ setzt auf Paywall mit Podcast

Wie die Teams von „Zwischenbrücken“ und „Wnti“ begründen auch die Lokaljournalisten Lorenz Steinmann und Pascal Turin ihr digitales Online-medium „Rathuus“ mit einer Lücke im Lokalen. Ende des Jahres verloren Steinmann und Turin ihr Berichtsgebiet bei der „Lokalinfo“, welche vier ihrer Gratis-Quartierzeitungen, „Zürich 2“, „Zürberg“, „Zürich Nord“ und „Zürich West“, einstellte. Seitdem arbeiten die beiden zwar immer noch für die „Lokalinfo“, aber nicht mehr voll, sondern in einem 80-Prozent-Pensum. Turin ist Redakti-

onsleiter, Steinmann Redaktor. Steinmann: „Diese Zeitungen haben schon viel über die Politik in Zürich berichtet, und das ist einer der Gründe, warum wir nun in diese Nische springen.“ Sie gingen im Januar dieses Jahres online und setzen auf eine Bezahlschranke für ihr Angebot. Das Angebot umfasst wöchentlich bis zu drei Artikel, einen Podcast – und je nach Abo-Wahl – mehrere Gastzugänge oder Community-Treffen bzw. Veranstaltungen. Ausser dem Abo-Modell, das monatlich 7, 12 und 20 CHF kostet und über Steady HQ abgewickelt wird, setzt „Rathuus“ auf Werbung. Zu Ostern sind es 46 zahlende Mitglieder, die monatlich 411 CHF einbringen. Ziel ist laut eigenen Angaben, 2.000 CHF monatlich zu erreichen, dann würde der Podcast wöchentlich produziert. Gratis sind bei den „Rathuus“-Texten nur jene, die unter der Rubrik „Wissenswert“ firmieren, und der wöchentliche Newsletter, der neben den Social-Media-Kanälen Reichweite und Abo-Abschlüsse liefern soll und als Anzeigen-Gefäss dient.

Ein kostenpflichtiges Angebot im Lokalen ist selten, doch „Rathuus“ peilt eine spitze, politikinteressierte Zielgruppe an und versteht sich als Premiumangebot. Premiumangebot, so Turin, „in dem Sinn, dass man auch nicht zur Bäckerei laufen kann und dort gratis Gipfeli kriegt“. Er ergänzt: „Unsere Überzeugung ist, dass sich die Mentalität, kostenlos zu konsumieren, ändern muss, denn Journalismus kostet Geld.“ Diese Haltung beinhaltet ihrerseits, dass sie auf die dritte Säule der Finanzierung, Fördergelder von Stiftungen, verzichten. Turin sagt überdies: „Wir wollen nicht einfach Geld vom Staat oder von Stiftungen beziehen, sondern wir wollen selbst Geld in die Hand nehmen und mit Leistung überzeugen.“ Wirtschaftlichen Druck spürt das Duo nicht, es arbeitet ja hauptbe-

Foto: Nick Eichmann (Schöni), Lorenz Steinmann (Turin)



Unsere Überzeugung ist, dass sich die Mentalität, kostenlos zu konsumieren, ändern muss, denn Journalismus kostet Geld.

PASCAL TURIN,
„Rathuus“



ruflich weiterhin bei der „Lokalinfo“. Steinmann und Turin sehen sich nur ihren zahlenden Abonnenten verpflichtet.

Mitten im Geschehen der Stadt

Wie das „Wnti“-Team ist auch das „Rathuus“-Duo mit einem kleinen, ebenerdigen Büro zentral präsent. Der ehemalige Eissalon bietet nicht nur dem Redaktionshund Waldo einen guten Ausblick, sondern Neugierigen auch die Gelegenheit, Einblicke zu gewinnen: Eintritt willkommen, Gespräche und Austausch ebenso, wie Steinmann erzählt: „Es kann auch jeder zusehen, wenn wir beispielsweise unseren Podcast aufnehmen.“ Es ist ganz offensichtlich, dass die beiden launigen Lokaljournalisten die

Nähe zum Publikum, aber auch zum historischen Rathaus geniessen. Sie wollen kritisch, aber fair informieren. Diese Information berührt verschiedenste Themen, reicht von Baumschutz und nicht gepflanzten Bäumen über Energie-Alternativen bis zu Kinderbetreuung und Recycling. Während diese als „News“ firmieren und sich als Rubrik neben „Meinung“, „Rathuus-Audio“ und „Rathuus-Briefing“ in der Menüleiste reihen, sitzt das kostenlose „Wissenswert“ in der Fussleiste der Startseite, das bisher nur die Basics zum Gemeinderat und Kantonsrat von Zürich enthält.

**FÜR
ERFRISCHENDE
ANTWORTEN
AUF BRENNENDE
FRAGEN**

media@coke.ch

Coca-Cola Schweiz
Reyn ffoulkes & Natasja Sommer