‚Wir leben den Digital Mindshift‘

Dieter Zirnig, Gründer des Online-Politikjournals *neuwal.com*, hat den Medien-Zukunftspreis bei den Österreichischen Medientagen gewonnen

Dieter Zirnig hat 2008 *neuwal.com* gegründet und will mit seinem Onlinemedium die politische Bildung fördern. Für die Idee hat er bereits zwei wichtige Preise verliehen bekommen. © J. Brunnbauer

HORIZONT: neuwal.com *hat den Medien-Zukunftspreis gewonnen. Wo steht die Trophäe jetzt?*

Dieter Zirnig: Die sehr coole Trophäe steht direkt neben dem Dr. Karl Renner Publizistikpreis, den wir im Vorjahr bekommen haben und motiviert täglich bei den nächsten geplanten Schritten im Medien- und Politikbereich. Die Trophäe steht nicht nur real auf der Kommode in meiner Wohnung, sondern auch virtuell für alle in unserer digitalen Onlineredaktion.

HORIZONT: neuwal.com *hat sich zum Ziel gesetzt, politische Bildung zu fördern. Wie setzt man das in der Praxis um?*

Zirnig: Wir lieben Politik und Journalismus. Der Weg zur politischen Bildung führt bei uns über Onlinejournalismus und seinen innovativen nichtlinearen Möglichkeiten, Geschichten zu erzählen. Wir leben den Digital Mindshift in der Medienbranche. Dazu entwickeln wir neue digitale Formate, die auch beide Welten – analog und digital – miteinander verbinden. Mit unseren Interviews verbinden wir Politiker, Leser und Medien. Bei „Research“ gibt es tiefergehende investigative Recherchen. Der Datenjournalismus und die Analyse widmen sich der Visualisierung von Wahlumfragen. Im Bereich Meinungsjournalismus setzen wir auf regelmäßige Kommentare. Der „Booklewal“ widmet sich politischen Büchern, um komplexe Inhalte verständlich zu machen. Der „walmanach“ beinhaltet umfangreich und vollständig alle Parteien und Kandidaten, die bei Wahlen antreten. Nach dem Motto „Der ORF hat die Großen. Wir machen die Kleinen groß“ setzen wir auf Kleinparteien. Ebenso mit der innovativen „Ameisenrunde“ oder 1:1-Konfrontationen zwischen SpitzenkandidatInnen. Alles live und gestreamt und interaktiv durch Userbeteiligung. Heuer gab es erstmals ein politisches Public Viewing in Kooperation mit der Europäischen Kommission im EU-Haus zum TV-Duell zwischen Juncker und Schulze mit anschließender Analyse.

> Ich sehe schon ein goldenes Zeitalter für neue Ideen, Talente und Formate.

HORIZONT: neuwal.com *wurde 2008 gegründet. Gibt es ein großes Vorbild, dem man nacheifert?*

Zirnig: A little bit of everything and a lot of innovation. Es gibt viele spannende bestehende und neue Medienprojekte, die inspirieren. Allerdings ist vorrangig, dass ich an den Digital Mindshift im Mediengeschäft glaube: Es anders machen und sich gemeinsam mit Talenten, neuen Organisationsformen, Herangehensweisen, Ideen und Formaten weiterentwickeln.

HORIZONT: neuwal.com *macht oft Transkripte von TV-Interviews mit Politikern. Wie gut wird das von den Lesern angenommen?*

Zirnig: Da möchte ich kurz ausholen: Oft werde ich gefragt, ob wir inhaltlich polarisieren möchten. Der Ansatz ist, das bestehende Medienspektrum und vorhandene Produkte mit neuen Ideen und neuen Formaten zu ergänzen. Mit dem Format „Transkript“ liefern wir genau diese Ergänzung und bringen gesprochenen Diskurs in Textform –angereichert mit weiterführenden Informationen – nur wenige Augenblicke nach einer Ausstrahlung im TV wieder. Dieses Format wird von unseren Lesern sehr gut aufgenommen. Neben Transkripten von TV-Interviews gibt es bei *neuwal* auch sämtliche geführten Interviews als Transkript in vollständiger geschriebener Originalfassung und als Audio/Video. Ich sehe das überhaupt als Startpunkt für viele neue Möglichkeiten.

HORIZONT: *Wie viele Leser kann* neuwal.com *pro Monat erreichen?*

Zirnig: Wir erreichen bei einigen Artikeln oft über 25.000 Unique Visits pro Tag.

HORIZONT: *Social Media gelten bei vielen Medienhäusern als immer wichtigere Quelle für Leser – auch für Ihr Onlinemedium?*

Zirnig: Social Media helfen uns in erster Linie beim Aufbau von Dialogen mit unseren Lesern. Als Medium, das im digitalen Bereich geboren wurde, ist dieser Kanal unsere erste Anlaufstelle und eröffnet uns neue Wege. Wenn Sie mich fragen, worauf wir setzen, dann ist die Antwort: Wir setzen auf gute Inhalte und auf gute Qualität. Daher inhaltlich zu 100 Prozent auf *neuwal.com* und 100 Prozent auf Dialog in Social-Media-Kanälen.

HORIZONT: *Auf der Webseite gibt es immer wieder Statistiken zu Wahlumfragen. Woher nehmen Sie diese Daten?*

Zirnig: Im Bereich Datenjournalismus sammelt und analysiert *neuwal* seit 2008 sämtliche publizierten Wahlumfragen aus Österreich und den Bundesländern. In den letzten Jahren habe ich ein gutes Netzwerk zwischen Medien und Medieninstituten aufbauen können. Daten bekommen wir von Medieninstituten, den Medien selbst und von unseren Lesern. Vor allem der direkte gute Kontakt zu Medieninstituten hilft uns dabei, die Daten zu hinterfragen und um letztlich die Qualität gewährleisten zu können.

HORIZONT: *Wie ist das Verhältnis zwischen selbst generierten und aggregierten Informationen auf* neuwal.com*?*

Zirnig: *neuwal* produziert, recherchiert, analysiert und schreibt seine Inhalte zu 100 Prozent selbst.

HORIZONT: *Zwischen sechs und acht Personen arbeiten redaktionell für* neuwal.com. *Wie werden die finanziert?*

Zirnig: Gutes Thema. Die Branche ist neu, es gibt viel Chancen und viele Hoffnungen. Wir finanzieren uns – noch minimalst – aus der Crowd, aus Spenden oder Förderungen. Da jeder von uns in der Medien-, Politik- oder Journalismusbranche tätig ist, möchten wir von diesen Ideen auch leben. Haupteinnahmequellen sind derzeit jedoch Jobs, Selbstständigkeit, Artikelschreiben, Vorlesungen oder Workshops. Wir arbeiten daran, dass neue Arbeitsplätze generiert werden.

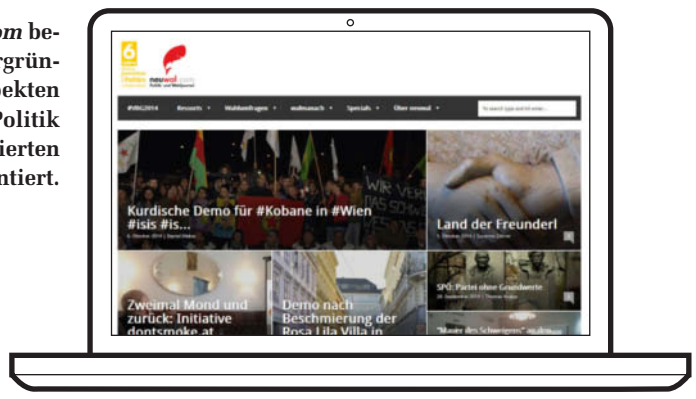
HORIZONT: *Auf* neuwal.com *gibt es keine Werbung. Denkt man darüber nach, künftig auf Paid Content zu setzen?*

Zirnig: Eines der Hauptziele ist die Generierung neuer Arbeitsplätze. Wir wissen, dass der Aufwand bei digitaler Aufbereitung von Informationen enorm ist: Auf der einen Seite gilt es, neben Generierung von qualitativ hochwertigen Inhalten, das neue digitale Handwerkszeug und all seine Möglichkeiten zu beherrschen. Gleichzeitig werden Journalisten im digitalen Bereich zu vernetzenden und ständig kommunizierenden Facilitatoren ihrer Themenbereiche. Auf der anderen Seite shiftet sich das Media-Business: Marktanteile im Print sinken, digitale Zugriffszahlen steigen und der Bedarf an Qualitätsmedien steigt. All diese Veränderungen sind eine große Chance, auf Qualität im Onlinejournalismus zu setzen, neuen Talenten Chancen zu geben und das eigentliche Hauptziel, Generierung neuer Arbeitsplätze, durch innovative und faire Monetarisierungsmodelle zu erreichen.

HORIZONT: *Arianna Huffington sagte in Wien kürzlich ein „goldenes Zeitalter“ für den Journalismus voraus. Andere sind da hinsichtlich der Abhängigkeit von Wirtschaft und Politik pessimistischer. Ihre Meinung?*

Zirnig: Da sehe ich schon ein „goldenes Zeitalter“ für neue Ideen und Talente, neue Arten und Formate im Journalismus. Die Chance besteht, dass aus Ideen und Versuchen – die es derzeit in diesem Bereich gibt – innovative Start-ups und künftige Player entstehen. Ein wichtiger Punkt dabei ist der scheinbare Widerspruch von Kooperation und Konkurrenz. Dabei halte ich es mit der Devise von Roland Jabkowski (CEO BRZ): „Was früher die Dampfmaschine war, ist heute die Kooperation in digitalen Netzen.“ Ich sehe es sehr optimistisch, denn: Es geht nur gemeinsam. Ja, die Medienbranche leidet. Doch es gibt viele gute Ideen, die man gemeinsam realisieren kann, damit sich alle weiterentwickeln. Hilfreich dabei sind sicherlich neue Organisationsformen, offene Innovationsansätze und Strukturen, die etablierten Medienunternehmen die Starre nehmen und eine Zusammenarbeit zu innovativen Projekten – wie wir es sind – aufnehmen.

Interview: Jakob Steinschaden



Auf *neuwal.com* bekommen Leser Hintergründiges zu vielen Aspekten österreichischer Politik von einem ambitionierten Team präsentiert.

Persönliches Exemplar von dieter@sugarmelon.com, alle Rechte vorbehalten. Nutzungsbedingungen unter www.kiosk.at