

„Copy, paste and edit“

Über das Arbeiten in einer Online-Redaktion

Bastian Sick, Hamburg

Beim Thema „Internet“ zucken immer noch viele zusammen, weil sie befürchten, mit einer Vielzahl englischer Fachausdrücke bombardiert zu werden, die sie nicht verstehen. Meistens ist das leider auch so.

Wenn ich zum Beispiel meinen Kollegen Patalong anrufe, der die Rubrik „Netzwerk“ betreut, ein wirklich kompetenter Mensch, der sich im Internet bestens auskennt, und ihn nach einem Virus oder irgendeinem technischen Kniff frage, dann bereue ich das meistens nach wenigen Sekunden. Für ihn sind Begriffe wie Proxy-Server, Update, Gateway, SMTP-Header, Portscans, Patch und Removal-Tool so selbstverständlich wie Lichtschalter und Toilettenspülung. Für mich trifft das noch immer nicht zu, obwohl ich bereits seit fünf Jahren in der Online-Branche arbeite. Sie sehen, es geht also auch ohne.

Zwar hat sich das Internet in den letzten zehn Jahren nahezu mit Lichtgeschwindigkeit ausgebreitet, dennoch ist es immer noch für zahlreiche Menschen ein Rätsel. Zum Beispiel meine Mutter. Sie kann sich bis heute noch nichts Konkretes unter meiner Arbeit vorstellen. Irgendetwas mit Computern und mit Nachrichten, das ist alles, was sie darüber sagen kann. Meine Mutter hat auch lange Zeit geglaubt, beim Fax würde das Papier verschickt.

Ich darf mich Ihnen kurz vorstellen: Mein Name ist Bastian Sick, ich bin 38 Jahre alt und von Beruf Dokumentarist, genauer gesagt Dokumentationsjournalist. Angefangen habe ich 1995 beim SPIEGEL, nachdem ich zuvor einige schöne lange Jahre Romanistik und Geschichtswissenschaft studiert habe.

Beim SPIEGEL wäre ich natürlich gerne geblieben, nur ging es nicht. Anfang der neunziger Jahre brach in das wunderbare Paradies, in dem der SPIEGEL lebte und die goldenen Kühe molk, die ihm ins Maul flogen, mit Gewalt ein anderes Magazin ein, das alles zerstörte und kaputt machte. Die Mitarbeiterbeteiligung, die die SPIEGEL-Mitarbeiter bis heute genießen, war damals aufgrund der Gewinne exorbitant. Der SPIEGEL hatte ja ein Monopol als

Nachrichtenmagazin. Er war das Nachrichtenmagazin schlechthin, und die Kunden aus der Wirtschaft standen Schlange, um ihre Anzeigen beim SPIEGEL schalten zu dürfen. Man konnte es sich also aussuchen: „Das nehmen wir, das nicht.“ Heute heißt es: „Sie wollen eine Anzeige? Bitte nehmen Sie doch Platz.“

Doch „Focus“ hatte dem SPIEGEL einen Schock versetzt und zum Umdenken gezwungen. Die Werbeeinnahmen blieben aus, Neueinstellungen wurden aufgeschoben, Verträge nicht verlängert. Das ging natürlich zu Lasten derer, die am kürzesten dabei waren. Ich konnte also aus wirtschaftlichen Gründen nicht beim SPIEGEL bleiben. 1999 heuerte ich bei SPIEGEL ONLINE an.

SPIEGEL ONLINE war damals noch eine recht kleine, überschaubare Redaktion, die pro Tag vielleicht 20 bis 30 Texte ins Netz stellte und in regelmäßigen Abständen ausgedehnte Zwangspausen machen musste, weil das System zusammengebrochen war und dann minuten-, manchmal sogar stundenlang überhaupt nichts lief.

Mitte der neunziger Jahre drängten zahllose Zeitungen und Zeitschriften ins Internet. Es herrschte Goldgräber-Stimmung, jeder hoffte auf saftige Gewinne, keiner wollte der Letzte sein, es begann ein gnadenloser Verdrängungskampf. Leidtragende waren vor allem die Mitarbeiter, die sich mit süßen Versprechungen hatten locken lassen, in einigen Fällen sogar ihren sicheren Arbeitsplatz im Printjournalismus aufgegeben hatten und sich voller Enthusiasmus ins Abenteuer Online-Redaktion stürzten. Für so manchen endete der Sprung auf hartem Beton.

Damit dieser Vortrag nicht ebenfalls mit einer harten Landung endet, sage ich zu nächst einmal, worüber ich Ihnen im Folgenden zu referieren gedenke und in welcher Reihenfolge dies geschehen soll:

1. Was unterscheidet Online-Journalismus vom Printjournalismus?
2. Was ist das Besondere an SPIEGEL ONLINE?

3. Wie sieht der Arbeitsablauf in der SPIEGEL-ONLINE-Redaktion aus?
4. Was tut ein Dokumentationsjournalist bei einem Online-Medium?

Ein paar wesentliche Unterschiede zum Printjournalismus

a) Die Zeitung, die der Online-Redakteur morgens zum Kaffee vor sich auf dem Tisch liegen hat, stammt immer von anderen. Das, woran er selbst gearbeitet hat, sieht er nie in schön gedruckter Form vor sich. Das gibt's, wenn überhaupt, nur als Computerausdruck. Dieser Umstand macht es nicht nur schwerer, anderen das eigene Tun und Wirken zu vermitteln, es versetzt auch der Eitelkeit einen Dämpfer, denn es gibt für einen Journalisten kaum eine größere Befriedigung, als das eigene Geschriebene in gedruckter Form vor sich zu sehen.

Dass in einer Online-Redaktion kein oder nur wenig Papier verbraucht würde, ist ein gründlicher Irrtum. Vermutlich wird in einer Online-Redaktion sogar mehr Papier verbraucht als in einer Print-Redaktion. Texte werden ständig geändert, selbst wenn sie längst schon online sind, und jede aktualisierte Fassung wird mehrfach ausgedruckt.

b) Online-Journalismus ist noch schneller als Tagesjournalismus einer gedruckten Zeitung. Hier ist nicht erst das Geschriebene von gestern kalter Kaffee, sondern mitunter schon das Geschriebene von vor zwei Stunden. Sofern es sich um Nachrichten handelt. Feuilletonistisches genießt auch im Online-Journalismus einen anderen Stellenwert.

c) Es gibt keinen Redaktionsschluss. Während bei einer normalen Tageszeitung irgendwann Feierabend ist und der Chef vom Dienst verkündet: Okay, das war's für heute, wird im Online-Journalismus ständig weitergearbeitet. Theoretisch ist im Internet ein 24-Stunden-Betrieb denkbar, und das an sieben Tagen in der Woche, an 365 Tagen im Jahr. Denn die Leser draußen wollen das. Die rufen uns auch in der Nacht noch auf. Arbeiten im Schichtdienst ist daher bei SPIEGEL ONLINE keine Seltenheit.

d) Vorteil: Es gibt keine Zeilenvorgaben – höchstens ungefähre Längenvorgaben

von ca. drei oder vier Absätzen. Doch der Zwang, seinen Text für ein bestimmtes Format genau anzupassen, so lange zu strecken oder zu kürzen, bis es endlich passt, dieser Zwang existiert nicht. Das ist freilich nicht immer segensreich. Manche Redakteure, denen es grundsätzlich schwer fällt, sich kurz zu fassen und auf das Wesentliche zu konzentrieren, geraten im Online-Journalismus immer wieder in Versuchung, abzuschweifen und sich in nebensächlichen Details zu verlieren.

e) Vorteil: Die Konkurrenzsituation ist sehr viel entspannter als bei einer Tageszeitung, wo die Redakteure ständig ihre Geschichte fürs Blatt gefährdet sehen. Noch schlimmer ist es bei einem Wochenmagazin: Da werden mit Herzblut geschriebene Geschichten oft so lange „geschoben“, bis sie auch noch den letzten Rest Aktualität eingebüßt haben und nur noch für die Senkrechtablege taugen.

f) Vorteil: Fehler, die man macht, lassen sich ausbügeln. Im Online-Journalismus passieren Fehler sogar zuhauf. Das liegt daran, dass nicht jeder, der dort arbeitet, eine profunde Ausbildung hat: ein womöglich geisteswissenschaftliches Studium, in dem man den Umgang mit deutscher Sprache, mit deutscher Rechtschreibung, womöglich mit deutscher Grammatik intensiv erlernt. Glücklicherweise lassen sich alle Fehler nachträglich berichtigen. Man muss also nicht befürchten, dass einem noch nach Tagen oder gar Wochen ein orthographischer Fehler, eine falsche Behauptung oder eine Stilblüte um die Ohren geschlagen wird. Der Beweis der eigenen Schlamperei lässt sich ganz schnell und für viele unmerklich vernichten.

g) Der Kontakt zum Leser ist sehr viel enger und unmittelbarer. Jeder Autor kann über die so genannte Klick-Statistik sofort erkennen, wie viele Leser sich seinen Text angesehen haben. Dank der Möglichkeiten des E-Mail-Verkehrs ist die Hemmschwelle für die Leser wesentlich niedriger, auf einen Artikel hin einen Kommentar zu verfassen.

Wir laden ja auch förmlich dazu ein. Unter jedem Artikel gibt es einen Button, um eine Leser-Mail zu senden. Und davon machen auch viele Gebrauch; zum Beispiel in der Mittagspause. Ich habe inzwischen fünf Aktenordner mit ausgedruckten Leser-Mails, manche davon über vier Seiten lang. Es kommt vor, dass ein Artikel um 11:00 Uhr online geht und um 13:00 Uhr kommt dann schon eine Antwort, an der ein Leser bestimmt anderthalb Stunden gearbeitet hat. Und dann sieht man den Absender „otto.de“ oder „siemens.de“, und dann weiß man: Deutschland schafft.

Ein weiterer Vorteil: Jeder Redakteur kann sofort feststellen, ob sein Artikel gelesen wird, ob der die Leute interessiert. Wir können eine Klick-Statistik aufrufen, die von einer Firma erstellt wird, die die Klicks in Form von Visits und Page-Impressions zählt. Zu jeder vollen Stunde werden diese Zahlen aktualisiert und sind dann für den Online-Redakteur einsehbar. Online-Redakteure erfreuen sich somit eines sehr viel größeren Feedbacks als ihre Kollegen vom Print. Auch das hat bisweilen seine Nachteile. Beim SPIEGEL werden alle Leserzuschriften in einem speziellen Sekretariat bearbeitet, weitergeleitet, bearbeitet und sehr genau in einer Statistik erfasst. Bei SPIEGEL ONLINE ist das allein aufgrund der Menge an Leserpost gar nicht mehr möglich.

h) Ein gutes Internet-Produkt hat viel mehr mit Emotionen zu tun, als die nüchterne Darbietung errahnen lässt. Eine Online-Seite kann der Leser nicht aufblättern, aufgeregt zu seinem Kollegen tragen oder wütend in die Ecke pfeffern. Sie riecht nicht nach Druckfarbe, vermittelt nicht

i) Ein letzter Unterschied zum Print-Journalismus besteht in den technischen Möglichkeiten:

- Foren, in denen die Leser miteinander diskutieren können
- Bilder – nicht nur eins, sondern mehrere pro Artikel, die auf Wunsch vergrößert angezeigt werden
- Video-Filmchen, die zwar noch ruckeln und wackeln, aber schon sehr viel besser laufen als vor fünf Jahren
- Sound-Files
- Bildergalerien – sehr populär, weil sehr klick-trächtig: Wann immer eine Modenschau ist, legt unsere Bildredaktion eine Galerie mit den neun bis zwölf schönsten Bildern dazu an, und die werden dann auch erfahrungsgemäß wie verrückt geklickt.
- interaktive Landkarten – z. B. zur Tour de France oder zum Irak-Krieg
- Verlinkung zu verwandten Texten; auf diese Weise kann man ganze Themenpakete und Dossiers zusammenstellen, die es dann gegen Gebühr zu lesen gibt



Abbildung 1: Homepage von SPIEGEL ONLINE

das sinnliche Gefühl der Berührung von Papier, und im Unterschied zum Fernsehen und zum Rundfunk bewegt sich die Online-Seite kaum und ist eine eher tonlose Veranstaltung. Den Computer, eine Kiste mit dem Charme einer Tiefkühltruhe, zum Vibrieren zu bringen, den Leser in den Bildschirm zu saugen, ist eine Kunst. Frank Schirrmacher, Mitherausgeber der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“, beschrieb es einmal so: „Ich habe das Gefühl, dass eure Seite ein lebendes Wesen ist.“ Damit meinte er SPIEGEL ONLINE.

SPIEGEL ONLINE

SPIEGEL ONLINE wurde Mitte der neunziger Jahre ins Leben gerufen. Ab Oktober 1994 gab es die URL www.spiegel.de, der richtige „Launch“ erfolgte zur Buchmesse 1995. Die Macher des Wochenmagazins DER SPIEGEL waren im Grunde sehr konservativ und nicht sehr experimentierfreudig, vor allem dann nicht, wenn der wirtschaftliche Erfolg eines Abenteuers schwer zu kalkulieren war. Zwar hatte man bereits gute Erfahrungen mit dem Medium Fernsehen gemacht – SPIEGEL TV wurde zu einem großen Erfolg mit ständig wachsender Quote – doch das Internet war für alle beim SPIEGEL unbekanntes Land, dort hatte man noch keinerlei Erfahrungen gemacht, und es gab so gut wie keine verlässlichen Messwerte. Es bedurfte folglich einiger Männer (sic!) mit Visionen, die in der Lage waren, die Verlagsleitung davon zu überzeugen, dass ein Internetauftritt eine lohnende Sache sei.

Der erste Chefredakteur von SPIEGEL ONLINE hieß Hans-Dieter Degler, das war ein Mann, den es nach neuen Herausforderungen düsterte. Er pflegte immer zu sagen: „Ein Online-Jahr ist so viel wie sechs Jahre im normalen Lauf der Welt“. Seine Mitarbeiter durften darüber rätseln, ob er damit den rasanten technischen Fortschritt und die ebenso rasante Ausbreitung des Internets meinte, oder ob er sagen wollte, dass man nach einem Jahr in einer Online-Redaktion um sechs reale Jahre gealtert war. Ein anderer Spruch von

ihm, den er für alle neu eingestellten Mitarbeiter parat hielt, lautete: „Willkommen auf der Galeere.“

Das Bild von der Galeere ist leider Gottes nur allzu zutreffend. Als in den späten Neunzigern ein wahrer Internet-Boom einsetzte, galt es unter Jungjournalisten plötzlich als schick, in einer Online-Redaktion zu arbeiten, und mit einigem Erstaunen nahmen diejenigen, die bereits ein paar Jahre dabei waren, zur Kenntnis, dass immer mehr Abiturienten und Studenten „Arbeiten in einer Online-Redaktion“ als Traumberuf angaben. Das rangierte bald gleichauf mit dem Wunsch vom Arbeiten in einer Werbeagentur.

Insofern konnte sich SPIEGEL ONLINE über mangelnde Bewerbungen nicht beklagen. Während die älteren Mitarbeiter immer ein wenig darunter litten, dass Online-Journalismus als nicht wirklich seriös, sondern eher als Spielerei und Larifari galt, hatten junge Berufsanfänger keinerlei Vorurteile und Vorbehalte gegen das Medium Internet. Diese mussten sie sich erst mühsam erarbeiten.

Es gibt, was das Ansehen des Online-Journalismus betrifft, ein sehr hübsches Zitat von meinem Kollegen Markus Deggerich: Bildungsministerin Edelgard Bulmahn hat das Internet unterschätzt. Online-Medien gebe sie grundsätzlich keine Interviews, ließ sie SPIEGEL-ONLINE-Reporter Markus Deggerich wissen. Der stellte die Absage der Ministerin ins Netz – und hatte eine halbe Stunde später sein Interview. »Die meisten Minister sind inzwischen dafür sensibilisiert, aber die Fraktionen kapieren immer noch nicht, worum es geht«, sagt Deggerich, Deutschlands erster parlamentarischer Online-Korrespondent in Berlin.“

SPIEGEL ONLINE hat es geschafft, binnen weniger Jahre zum Marktführer zu werden. Ein erstaunliches Ergebnis, wenn man bedenkt, dass die kleine Tochter vom dicken Mutterschiff immer an der kurzen Leine gehalten und mit viel Misstrauen behäutet wurde. Ich erinnere mich recht gut, als bei uns in der Redaktion die Korken knallten, nachdem wir zum ersten Mal in einem Monat die magische Marke von einer Million Besuche durchbrachen. Inzwischen erreicht SPIEGEL ONLINE die Zahl täglich, an guten Tagen sind es 1,3 Millionen so genannte Visits. Diese „Besuche“ entsprechen der Auflage einer Tageszeitung.

Den endgültigen Durchbruch brachte – auch wenn der Anlass ein schauriger war – der 11. September 2001. Die Terroranschläge in New York und Washington fanden in den Morgenstunden statt, bei uns in Deutschland war es bereits früher Nachmittag, und die meisten Werktätigen saßen im Büro, wo sie weder Radio noch Fernsehen hatten – dafür aber Zugang zum Internet. Als bei SPIEGEL ONLINE die ersten Meldungen vom Anschlag auf das World-Trade-Center liefen, verzeichneten die Server innerhalb kürzester Zeit enorm hohe Zugriffszahlen. Die Chefredaktion reagierte schnell und veranlasste die Technik, zusätzliche Server-Kapazitäten bereitzustellen. Dadurch war SPIEGEL ONLINE an diesem Tag der einzige Nachrichten-Anbieter im Internet, dessen Server nicht unter dem Ansturm der Aufrufe zusammenbrachen. Während bei den meisten Konkurrenten die Schirme dunkel blieben, war SPIEGEL ONLINE den ganzen Tag erreichbar.

Dieser Erfolg hat SPIEGEL ONLINE eine große Zahl neuer Leser erschlossen. Leider konnte auch er nicht verhindern, dass die gesamte Branche kurze Zeit später ins Schlingern geriet. Der Internet-Boom hatte den Zenit überschritten, dem Börsen-Crash am Neuen Markt folgten reihenweise Firmenkurse und Massenentlassungen. Viele Tageszeitungen und Magazine haben die Notbremse gezogen und beschlossen, ihren Internetauftritt entweder ganz einzustellen oder sich darauf zu beschränken, nur noch das, was in ihrer Print-Ausgabe zu lesen ist, eins zu eins



SISIS-InfoGuide – Ihr lokales Bibliotheksportal



Alles unter einer Oberfläche:

- ▶ Zugriff auf den Bibliothekskatalog und beliebige externe Datenquellen
- ▶ Personalisierte Dienste und Services
- ▶ Integrierter Profildienst/Neuerwerbungen
- ▶ Intelligente Benutzerführung mit automatischer Weitersuche

Mehr Informationen zur neuen Erweiterung für Ihren SISIS-SunRise webOPAC finden Sie unter: www.sisis.de/infoguide

**Sisis – Ihr Systemhaus für
Bibliotheken und Informationsanbieter**

Sisis Informationssysteme GmbH

Grünwalder Weg 28g · D-82041 Oberhaching

FON + 49 89 / 613 08-300 · FAX + 49 89 / 613 08-399

MAIL info@sisis.de · www.sisis.de

ins Netz zu stellen. Auch SPIEGEL ONLINE wurde von der Krise erfasst. Die Redaktion, die sich während der Boom-Phase mächtig aufgebläht hatte, musste „gesund-schrumpfen“: Mittel wurden gekürzt, Gehälter eingefroren, Arbeitsverträge aufgelöst.

Die Erlöse aus Werbeeinnahmen, auf die man so gierig spekuliert und mit denen man die Zukunftsvision Internet in rosigen Farben ausgemalt hatte, entwickelten sich rückläufig und sanken auf ein lächerlich geringes Niveau. Dennoch hatte man beim SPIEGEL beschlossen, den Internet-Auftritt nicht einzustellen, sondern weiterzumachen, so schwierig sich der Markt auch gestaltete. Der SPIEGEL pumpt nach wie vor Geld in SPIEGEL ONLINE. Unsere Gehälter werden von Gewinnen bezahlt, die der SPIEGEL erwirtschaftet. Von Werbeeinnahmen konnten wir zu keinem Zeitpunkt bislang leben. Es gab einmal eine ganz kurze Phase, wo wir fast schwarze Zahlen geschrieben hätten, aber dann kam eben der Crash.

Es musste also gespart werden. Und es wurde gespart: am Mineralwasser für die Mitarbeiter, am Pfortner, am Strom (der nachts abgestellt wurde), an Zeitschriften, die plötzlich nicht mehr für alle Mitarbeiter zur Verfügung standen, am Papier, zeitweise sogar am Toilettenpapier (einlagig statt dreilagig).

Hier der Auszug aus einem Interview mit Stefan Aust in der FAZ aus diesem Jahr:

FAZ: Sie haben mit „Spiegel Online“ das erfolgreichste Internetangebot der Republik. Verdienen Sie damit Geld?

Aust: Es zieht wieder ein bisschen an, aber es wird lange dauern, bis es kostendeckend sein wird. In Zeiten des Internetbooms wurde dort ohne Verdruss Geld investiert. Seitdem ist die Kundschaft es gewohnt, das Angebot umsonst zu bekommen. Sie dazu zu bringen, dafür zu zahlen, ist außerordentlich schwierig. Mit der Werbung ist es auch kompliziert. Dennoch, unser Online-Bereich ist sehr gut geworden. Und deshalb halten wir auch daran fest, auch wenn er nach wie vor eine Menge Geld kostet. Aber er ist für den SPIEGEL auch ein Teil der Werbung. Wo immer ich hinkomme, werde ich auf das Internetangebot angesprochen.

Die großen politischen Ereignisse, die militärischen Einsätze, die dem 11. September folgten (der Afghanistan-Krieg und der Krieg im Irak) haben SPIEGEL ONLINE weiter nach vorne gebracht und bekannt gemacht. Der Grund dafür liegt nicht allein in der Aktualität. Aktuell sein kann im Internet jeder. Es geht auch nicht um die Menge der Informationen. Entscheidend ist eine Kombination aus verschiedenen Faktoren.

Inhaltlich:

- Aktualität, Schnelligkeit
- die richtige Mischung aus Nachrichten, Hintergrund und Unterhaltung
- Reduzierung auf das Wichtige, Wesentliche

Technisch/optisch:

- schneller Seitenaufbau
- klare, übersichtliche Struktur der Homepage (keine grellen Farben oder billig wirkende Blink-Animationen)

Wir haben auf der Homepage jeweils ca. fünf Aufmacher. Mehr sollten es in der

Regel auch nicht sein (vgl. Abbildung 1). Dann kommt eine Übersicht zur aktuellen Printausgabe des SPIEGEL, und dann geht es in die einzelnen Ressorts. SPIEGEL ONLINE ist ja als Abbild des SPIEGEL entstanden, und wie dort gibt es auch bei SPIEGEL ONLINE Ressorts:

- Politik, unterteilt in Deutschland und Ausland
- Kultur
- Wirtschaft
- Sport

IRAK/ANSCHLAG/BASRA

Polizei – Vier Iraker bei Bombenanschlag in Basra getötet

Basra, 11. Nov (Reuters) – Mindestens vier Iraker sind am Dienstag der Polizei zufolge bei einem Bombenanschlag auf ihr Auto im Süden des Landes getötet worden.

Ein an einer Straße in Basra versteckter Sprengsatz sei gezündet worden, als Autos von Zivilisten vorbeifuhren, sagten Beamte vor Ort. Ein Fahrzeug sei völlig zerstört und seine vier Insassen getötet worden. Es gebe mindestens drei Verletzte. Die Polizei barg Leichenteile.

Seit dem von den USA ausgerufenen Ende der Hauptkampfhandlungen im Irak-Krieg werden fast täglich Anschläge verübt. Die USA machen dafür Anhänger des gestürzten Präsidenten Saddam Hussein und radikale Moslems verantwortlich.

sws/brs

REUTERS

0713 11103

Irak/Konflikte/USA/

Bürgermeister von Sadr City von US-Soldaten erschossen =

Bagdad/Washington (dpa) – Der von der Besatzungsmacht eingesetzte Bürgermeister des Bagdader Vororts Sadr City, Mohammad Ghazi al Kaabi, ist von US-Soldaten erschossen worden. Wie das Zentralkommando der US-Streitkräfte am Montag mitteilte, fielen die tödlichen Schüsse nach einem Streit Kaabis mit einem US-Sicherheitsoffizier am Gebäude der Stadtteilverwaltung. Zu der Auseinandersetzung sei es gekommen, weil Kaabi sich geweigert habe, den Anweisungen des Soldaten zu folgen. Die genauen Umstände des Vorfalls würden noch untersucht, hieß es.

dpa xx fi

110612 Nov 03

Irak/USA 1.ZUS

US-Kommandeur droht mit drastischen Maßnahmen

Erste Zusammenfassung

(neu: Explosion in Basra)

Utl: Iraker sollen Anschläge gegen Besatzungstruppen eindämmen –

Explosion in Basra US-Regierung spricht von notwendigen Opfern –

Bevölkerung stellt Sinn des Krieges in Frage =

Falludscha/Washington (AP) Der Kommandeur des US-Oberkommandos Mitte und Befehlshaber der US-Truppen im Nahen Osten, General John Abizaid, hat den Irakern mit drastischen Maßnahmen gedroht, wenn sie nicht die Angriffe auf die Besatzungstruppen eindämmten. Die US-Regierung bekräftigte unterdessen ihren Kurs in Irak: „Nichts von Wert sei jemals ohne Opfer gewonnen worden“, erklärte Sicherheitsberaterin Condoleezza Rice. Von einer Wiederaufnahme der Kampfhandlungen könne keine Rede sein.

In Basra explodierte am Dienstagmorgen ein Sprengsatz an einer Straße, die häufig von britischen Soldaten benutzt wird. Das Gebiet wurde umgehend abgeriegelt. Irakische Polizisten teilten aber mit, zwei Wagen seien zerstört worden. Vermutlich seien mindestens drei Iraker bei der Explosion getötet worden.

Wie der Bürgermeister von Falludscha, Taha Bedaui, am Montag sagte, äußerte sich Abizaid vor einer Versammlung von Stammesführern und Bürgermeistern des so genannten sunnitischen Dreieck, das Zentrum des Widerstands gegen die Besatzungstruppen ist. Die USA hätten die Möglichkeiten und die Ausrüstung, um zu harten Maßnahmen zu greifen, zitierte er den General. Es war der bislang letzte Hinweis darauf, dass die USA angesichts wachsender Verluste bereit sind, härter gegen Aufständische vorgehen wollen.

Rice sagte in Washington, es handle sich in Irak um einen Aufstand in Verbindung mit Terrorismus. Dabei machten Mitglieder des alten Regimes des gestürzten Präsidenten Saddam Hussein gemeinsame Sache mit ausländischen Kämpfern. US-Außenminister Colin Powell bekräftigte in einer Rede in New York, die USA müssten an ihrem Kurs in Irak festhalten, „um der Zivilisation willen, für unsere Sicherheit“. Powell räumte ein, dafür müssten die USA „einen Preis zahlen“. Es sei „keine Frage, wir werden geprüft“, sagte Powell. Aber er sei vom Sieg überzeugt.

Immer mehr US-Bürger stellen unterdessen den Sinn des Krieges in Irak in Frage. In einer Anfang November durchgeführten und am Montag veröffentlichten Umfrage erklärten 49 Prozent, der Krieg sei es nicht wert gewesen. Nur 48 Prozent unterstützten ihn noch, wie aus der Befragung des Annenberg Public Policy Centers hervorging. Im Oktober hatten noch 52 Prozent erklärt, die Lage in Irak sei es wert gewesen, den Krieg geführt zu haben. 43 Prozent waren gegenteiliger Ansicht. Mit der Politik von Präsident George W. Bush in dieser Frage waren 46 Prozent zufrieden, 50 Prozent waren es nicht.

Ende

AP/104,rd/gü

110658 nov 03

Abbildung 2: Wie aus drei Agenturmeldungen ein Artikel entsteht – die Meldungen

- Auto und Reise (ein Ressort, das es so nicht beim SPIEGEL gibt), das potenzielle Werbekunden locken soll
- Netzwelt, eine Rubrik, die sich nur mit Internet-Themen beschäftigt
- Panorama, eigentlich unser wichtigster Kanal, der am häufigsten angeklickt wird.

Es gibt ein paar böse Gerüchte, wie das Profil unseres Durchschnittslesers aussieht: Der ist männlich (überwiegend), ein typischer Bürohengst, hat seinen Nine-to-five-Job, verkauft vielleicht Versicherungen oder arbeitet bei einer Bank. Sehr, sehr

viele unserer User sind Controller. Die müssen sich furchtbar langweilen, von denen bekomme ich sehr oft Leser-Mails. Die lesen dann das Politische, und nachdem sie ihr Gewissen beruhigt haben, geht's zu Panorama und zu den wirklich heißen Nachrichten.

Wie sieht der Arbeitsablauf in einer Online-Redaktion aus?

Der Redaktionsalltag bei SPIEGEL ONLINE beginnt zu nachtschlafender Zeit, um 7

Uhr. Da erscheint der erste Redakteur zum Frühdienst. Er schaltet seinen Rechner ein, fährt das System hoch und kocht sich erst mal einen starken Kaffee, um die nächsten Stunden irgendwie durchzustehen.

Als Erstes sichtet er den Agentur-Bestand. Im online abrufbaren Ticker „Newsline“ sind alle Agenturen vertreten, mit denen SPIEGEL ONLINE Verträge abgeschlossen hat: dpa, reuters, AP, New York Times, DDP, sid (Sport) und VWD (Wirtschaft). Aus diesem Bestand filtert der Redakteur die wichtigsten Meldungen heraus und bastelt drei, vier, fünf aktuelle Meldungen, die er zügig „auf die Seite stellt“. Wenn dann zwischen 8 und 9 Uhr die nächsten Kollegen und der Dienst habende Redaktionsleiter eintreffen, sieht die Seite bereits deutlich aktualisiert aus. Der Titel dieser Veranstaltung lautet „Copy, paste and edit“ – das ist ein bisschen frotzelnd, trifft aber in weiten Teilen auf den Online-Journalismus zu (vgl. Abbildung 2 und Abbildung 3).

Wenn dann die Bildredaktion besetzt ist, können die Artikel auch mit aktuellen Bildern versehen werden. Die beiden Bildredakteure fischen täglich rund 80 Bilder aus dem schier unüberschaubaren Angebot der Fotoagenturen, bearbeiten sie, komprimieren sie auf eine standardisierte Größe und legen sie als Datei im Redaktionssystem an.

Früher gab es noch eine tägliche Morgenkonferenz, inzwischen lässt sich der Chef per E-Mail über die Themenlage informieren.

Wer nicht gerade an einer Agenturmeldung „bastelt“, kann zum Beispiel über einer Übersetzung brüten. Englischsprachige Tageszeitungen wie die „Financial Times“ oder die „New York Times“ sind wichtige Quellen für nahezu alle Ressorts. Der Wissenschaftskanal wird hauptsächlich mit übersetzten Meldungen aus dem US-Magazin „Nature“ oder aus „Science“ bestückt.

Der letzte Redakteur verlässt das Gebäude eine halbe Stunde nach Mitternacht. Auch am Wochenende wird Dienst geschoben, mit kleiner Besetzung, dasselbe gilt für Feiertage, inklusive Weihnachten und Silvester.

Seit November 1999 unterhält SPIEGEL ONLINE ein Berliner Büro. Dort arbeiten inzwischen sechs Redakteure, die eigene Texte schreiben, selbstständige Recherchen betreiben. Sie führen Interviews mit Bundestagsabgeordneten, nehmen Ortstermine und Pressekonferenzen wahr. Gelegentlich wird der eine oder andere auch mal ins Ausland geschickt. So waren SPIEGEL-ONLINE-Korrespondenten im Einsatz in Afghanistan und im Irak.

Was sind die Negativ-Auswirkungen auf Online-Redakteure? Ständig verspannte

Irak

USA wollen härter gegen Aufständische vorgehen

Bislang scheint es kein Mittel gegen die Gewalt im Irak zu geben: Mindestens drei Iraker wurden am Dienstag bei einem Bombenanschlag auf ihr Auto im Süden des Landes getötet. Nun droht die Besatzungsarmee den Aufständischen mit drastischen Maßnahmen.



Droht den Aufständischen mit drastischen Maßnahmen: John Abizaid

Basra/Bagdad - Ein an einer Straße in Basra versteckter Sprengsatz sei gezündet worden, als Autos von Zivilisten vorbeifuhren, sagten Beamte vor Ort. Das Fahrzeug sei völlig zerstört und die Insassen getötet worden. In ersten Berichten war von vier Toten die Rede.

Allerdings zeigten auch die Amerikaner Härte: Der von der Besatzungsmacht eingesetzte Bürgermeister des Bagdader Vororts Sadr City, Mohannad Ghazi al-Kaabi, wurde von US-Soldaten erschossen. Wie das Zentralkommando der US-Streitkräfte am Montag mitteilte, fielen die tödlichen Schüsse nach einem Streit Kaabis mit einem US-Sicherheitsoffizier am Gebäude der Stadtteilverwaltung. Zu der Auseinandersetzung sei es gekommen, weil Kaabi sich geweigert habe, den Anweisungen des Soldaten zu folgen. Die genauen Umstände des Vorfalls würden noch untersucht.

Unterdessen hat der Kommandeur des US-Oberkommandos Mitte und Befehlshaber der US-Truppen im Nahen Osten, General John Abizaid, den Irakern mit drastischen Maßnahmen gedroht, wenn sie nicht die Angriffe auf die Besatzungstruppen eindämmten.

Wie der Bürgermeister von Falludscha, Taha Bedauli, am Montag sagte, äußerte sich Abizaid vor einer Versammlung von Stammesführern und Bürgermeistern des so genannten sunnitischen Dreiecks, das Zentrum des Widerstands gegen die Besatzungstruppen ist. Die USA hätten die Möglichkeiten und die Ausrüstung, um zu harten Maßnahmen zu greifen, zitierte er Abizaid. Es war der bislang letzte Hinweis darauf, dass die USA angesichts wachsender Verluste bereit sind, härter gegen Aufständische vorgehen wollen.

Die US-Regierung bekräftigte derweilen ihren Kurs in Irak. „Nichts von Wert sei jemals ohne Opfer gewonnen worden“, erklärte Sicherheitsberaterin Condoleezza Rice. Von einer Wiederaufnahme der Kampfhandlungen könne keine Rede sein.



Um der Zivilisation willen müssen wir einen Preis zahlen: Abgeschossener „Chinook“-Hubschrauber im Irak

Rice sagte in Washington, es handle sich in Irak um einen Aufstand in Verbindung mit Terrorismus. Dabei machten Mitglieder des alten Regimes des gestürzten Präsidenten Saddam Hussein gemeinsame Sache mit ausländischen Kämpfern. US-Außenminister Colin Powell bekräftigte in einer Rede in New York, die USA müssten an ihrem Kurs in Irak festhalten, „um der Zivilisation willen, für unsere Sicherheit“. Powell räumte ein, dafür müssten die USA „einen Preis zahlen“. Es sei „keine Frage, wir werden geprüft“, sagte Powell. Aber er sei vom Sieg überzeugt.

Immer mehr US-Bürger stellen mittlerweile den Sinn des Krieges in Irak in Frage. In einer Anfang November durchgeführten und am Montag veröffentlichten Umfrage erklärten 49 Prozent, der Krieg sei es nicht wert gewesen. Nur 48 Prozent unterstützten ihn noch, wie aus der Befragung des Annenberg Public Policy Centers hervorging. Im Oktober hatten noch 52 Prozent erklärt, die Lage in Irak sei es wert gewesen, den Krieg geführt zu haben. 43 Prozent waren gegenteiliger Ansicht. Mit der Politik von Präsident George W. Bush in dieser Frage waren 46 Prozent zufrieden, 50 Prozent waren es nicht.



Unter Druck: US-Soldat steht Demonstranten gegenüber

© SPIEGEL ONLINE 2003
Alle Rechte vorbehalten
Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH

Abbildung 3: Wie aus drei Agenturmeldungen ein Artikel entsteht – das Ergebnis

Schulter- und Nackenpartie. Schlimmstenfalls Bandscheibenvorfall. Rasant verschlechternde Sehfähigkeit, jeder Redakteur wird zwangsläufig kurzsichtig. Stress! Die Regie für einen Kanal bedeutet ein hohes Maß an Verantwortung und Einsatz. Vorausdenkendes Handeln ist angesagt: Die Content Manager der nicht-tagesaktuellen Ressorts (Kultur/Wissenschaft/Uni/Netzwerk/Auto/Reise) müssen Texte vorproduzieren und dafür sorgen, dass ihre Kanäle auch während ihrer Urlaubszeit täglich mit neuen Texten bestückt werden.

Was tut ein Dokumentationsjournalist bei einem Online-Medium?

Der Redaktionsaufbau von SPIEGEL ONLINE entstand nach Vorbild des SPIEGEL. Dieselben Ressorts, gleiche Strukturen, alles in Anlehnung ans Mutterschiff, nur eben im Mini-Format. Die ersten Mitarbeiter stammten vom SPIEGEL selbst, wurden aus bestehenden Abteilungen abgeworben. Da der SPIEGEL sich auf eine sehr starke Dokumentation stützt, sollte auch SPIEGEL ONLINE eine solche Abteilung haben. So wurde zunächst ein Dokumentar eingestellt, zwischenzeitlich – in der Boomphase – waren es drei; heute gibt es wieder nur noch eine Stelle.

Wie sich allerdings sehr bald gezeigt hat, sind die Bedürfnisse einer Online-Redaktion andere als die eines Wochenmagazins. Viel wichtiger als eine Dokumentation war eigentlich eine Schlussredaktion. Denn in der Hektik des täglichen Online-Gefechts fühlt sich der Fehlerteufel wie zu Hause und sorgt dafür, dass viele Leser gereizte E-Mails schreiben und sich über Rechtschreibfehler beklagen.

Recherche und Verifikation, die eigentlichen Aufgaben eines Dokumentationsjournalisten, waren anfangs weniger nötig, zumal SPIEGEL ONLINE ja kaum eigene Texte veröffentlichte.

So sorgten sich die Dokumentare also nicht allein um die Vereinheitlichung von Schreibweisen und die Einhaltung gewisser SPIEGEL-Standards, sie griffen darüber hinaus auch selbsttätig in die Texte ein, berichtigten Orthografie und Interpunktion und nahmen, wenn es nötig war, auch stilistische Änderungen vor.

In der Funktion des SPIEGEL-ONLINE-Dokumentars überschneiden sich Rechercheur (Kannst du rauskriegen, wie viel Tonnen Öl die „Prestige“ geladen hatte? War George W. Bush schon einmal vor seiner Wahl zum Präsidenten in Israel? Wie viele Castor-Transporte nach Gorleben gab es bisher?), Schlussredakteur und Sprachwächter, auf den auch der Chefredakteur

immer wieder dankend zurückgreift. („Sagt man ›es kostet sie das Leben‹ oder ›es kostet ihnen das Leben‹?“)

Recherche- und Hilfsmittel:

Digital:

- DIGAS (Digitales Archiv System – die große Datenbank des SPIEGEL-Verlags mit elektronisch abrufbaren Texten sämtlicher deutschsprachiger Tageszeitungen, Zeitschriften und Magazine seit 1990 sowie dem kompletten SPIEGEL-Bestand von der ersten Ausgabe an)
- Gruner + Jahr-Datenbank (Vorteil: Dokumente aus den 60er und 70er Jahren / Nachteil: Recherche ist gebührenpflichtig)
- SPIEGEL-ONLINE-Archiv
- Google – und damit das gesamte Internet
- WORD-Rechtschreibhilfe (nur bedingt tauglich)

Klassisch („analog“):

- Lexika und Wörterbücher (Englisch-Wörterbuch, Wörterbücher anderer Sprachen, sämtliche Bände aus der „Duden“-Reihe, insbesondere „Rechtschreibung“, „Fremdwörter“, „Grammatik“, „Redewendungen“, „Richtiges und gutes Deutsch“)

Über meine allgemeinen Bemerkungen und Hinweise, die ich per E-Mail an alle Kollegen verschickte und stets humorvoll verpackte, damit sie auch zur Kenntnis genommen wurden, war mein Chef stets sehr erbauet, sodass er mich schließlich fragte, ob ich nicht Lust hätte, eine Kolumne zu schreiben. Er meinte, dass auch die Leser von meinen Reflexionen über die deutsche Sprache profitieren sollten. Damit könne ich einen kreativen Beitrag leisten, das Renommee von SPIEGEL ONLINE weiter zu verbessern. So wurde der „Zwiebelfisch“ geboren: <http://www.spiegel.de/zwiebelfisch>.

Mein Fall beweist, dass man es im Online-Journalismus noch nicht mit denselben starren Strukturen zu tun hat, wie man sie im Print-Journalismus findet. Mir ist kein Fall vom SPIEGEL bekannt, wo ein Dokumentar plötzlich angefangen hätte, eine eigene Kolumne zu schreiben. Darin liegt, von Redakteursseite aus gesehen, einer der wesentlichen Vorteile des Online-Journalismus.

So stellt sich am Ende die Frage: Lohnt sich das Arbeiten in einer Online-Redaktion überhaupt? Ist es ein Beruf mit Zukunft?

Ob es sich „lohnt“, lässt sich schwer sagen. Viel verdienen kann man im Online-Journalismus nicht. Noch immer liegen die Gehälter deutlich unter dem, was Kollegen bei etablierten Printmedien oder beim Fernsehen und Rundfunk verdienen.

Die Frage, ob es ein Beruf mit Zukunft ist, muss man mit Ja beantworten. Auf jeden Fall ist das Internet ein Medium mit Zukunft. Inzwischen entspannt sich auch die wirtschaftliche Lage wieder, immer mehr Werbetreibende entdecken das Netz. Mein Chef betont in seinen Präsentationen gerne, dass Online-Leser jünger, kaufkräftiger und gebildeter seien als die der gedruckten Blätter. Trotzdem wird Online-Journalismus noch für lange Zeit ein defizitäres Geschäft bleiben.

Trotz aller Unterschiede zum Print-Journalismus muss man festhalten, dass das Internet bis heute keinen brandneuen Journalismus hervorgebracht hat, wie es Online-Apostel Mitte der neunziger Jahre prophezeiten. Auch online gilt: Es gibt guten und es gibt schlechten Journalismus. Wir bei SPIEGEL ONLINE bemühen uns, im Rahmen unserer Möglichkeiten, tagtäglich aufs Neue, zu den „Guten“ zu gehören.

Zeitschrift, Redaktion, Online, Beruf

DER AUTOR

Bastian Sick



(Jhg. 1965) Abitur am Leibniz-Gymnasium in Bad Schwartau (Schleswig-Holstein), Studium der Geschichtswissenschaft und Romanistik in Hamburg; Magister

Artium; Tätigkeit als Lektor und Übersetzer; von 1995-1998 Dokumentationsjournalist beim SPIEGEL-Verlag, ab Januar 1999 Mitarbeiter der Redaktion von SPIEGEL ONLINE. Seit Mai 2003 Autor der Kolumne „Zwiebelfisch“, die im September 2004 unter dem Titel „Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod“ bei Kiepenheuer & Witsch als Taschenbuch erscheint.

Spiegel Online GmbH
Brandstwierte 19, 20457 Hamburg
Telefon: (0 40) 30 07-0
Telefax: (0 40) 30 07-22 47
E-Mail: bastian_sick@spiegel.de
www.spiegel.de

Diese Textfassung eines am 11. November 2003 auf dem 12. Hamburger Kolloquium „Medien und Information“ der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg gehaltenen Vortrags basiert auf dem Autorentypskript, dem Passagen aus der Abschrift des Tonbandmitschnitts hinzugefügt wurden.