

- > Internetportal der WAZ-Gruppe [derwesten.de](http://derwesten.de) mit wachsender Akzeptanz bei Usern und Werbekunden
- > Investitionen in Online vom Restrukturierungsprogramm der Mediengruppe nicht betroffen
- > Kooperation mit dem WDR über Video-Zulieferung entwickelt sich positiv

## „Wir sind uns einig, dass wir online deutlich mehr machen möchten“

> Interview mit Katharina Borchert, Chefredakteurin [derwesten.de](http://derwesten.de)



> Katharina Borchert

Geboren: 1972

Studium der Rechtswissenschaft

1996 redaktionelle Mitarbeit an einem monatlichen Printmagazin über das Internet

2002 entstand ihr erster Blog

Ihr Blog „Lyssas Lounge“ wurde mehrfach ausgezeichnet.

Freie Autorin unter anderem für die FAS und WamS

Seit dem 1. August 2006 Online-Chefredakteurin bei der WAZ-Mediengruppe und verantwortlich für den Aufbau des Online-Portals [derwesten.de](http://derwesten.de).

**Die WAZ-Mediengruppe startete im Oktober 2007 ihre Internetseite [derwesten.de](http://derwesten.de). Das Portal vereinigt die Internetangebote der fünf Zeitungstitel „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ (WAZ), „Westfälische Rundschau“ (WR), „Neue Ruhr / Neue Rhein Zeitung“ (NRZ), „Westfalenpost“ (WP) und „Iserlohner Kreisanzeiger“ (IKZ). Bis heute ist ein solches Regionalportal, das sich auf mehrere Zeitungstitel stützt, einmalig in Deutschland. [derwesten.de](http://derwesten.de) enthält Nachrichten aus 140 Städten des Ruhrgebiets, Rheinlands, Niederrheins, Sauerlands und Siegerlands, dazu aus Deutschland und der Welt. Ergänzt wird der Online-Journalismus durch Videobeiträge, Weblogs und Games. Insgesamt hatte die WAZ-Mediengruppe für das Online-Angebot 20 neue Stellen geschaffen, den überwiegenden Teil im redaktionellen Bereich. Das gegenwärtig bei der WAZ-Gruppe laufende Restrukturierungsprogramm soll keine negativen Auswirkungen auf das Online-Engagement haben. In einem [promedia](http://promedia.de)-Gespräch zieht [derwesten.de](http://derwesten.de)-Chefredakteurin Katharina Borchert eine Bilanz nach einem Jahr.**

**promedia:** Frau Borchert, vor einem Jahr wurde [derwesten.de](http://derwesten.de) gestartet. Ist das heute das Portal für den Westen oder ist es inzwischen bereits ein NRW-Portal geworden?

**Borchert:** Wir orientieren uns an den Grenzen des Verbreitungsgebiets unserer Tageszeitungen, die viel, aber nicht ganz NRW abdecken. Aber wir schicken z.B. auch jemanden nach Köln oder Münster, wenn es aus unserer Sicht Interessantes zu berichten gibt. Insofern werden wir langsam eher ein Portal für ganz NRW.

**promedia:** Was waren in den letzten Monaten „Sternstunden“ für Sie?

**Borchert:** Es gab manche Sternstunden, in denen durch User sehr lebhaft Diskussionen zu Artikeln geführt wurden, wir binnen kürzester Zeit mehr als 100 Kommentare erhielten, sich auch der Autor zurückgemeldet und mitdiskutiert hat und wir also genau das erlebt haben, was wir langfristig erreichen wollten. Aber wir haben auch Neues ausprobiert. Vor einigen Wochen gab es z. B. eine große NPD-Demo in Dortmund. Wir hatten einen Kollegen vor Ort, der nicht nur unseren News-Desk auf dem Laufenden gehalten und ständig für aktuelle Zwischenmeldungen via Twitter gesorgt hat, sondern mit einem kleinen Kamera-Han-

dy zwischenzeitlich mitten aus der Demo live Video ins Internet gestreamt hat. Er konnte spontan den Oberbürgermeister ebenso vor die Kamera bekommen wie Demonstranten und Anwohner. Trotz der Anwesenheit von WDR und ZDF waren wir die Einzigen, die Live-Bilder und eine aktuelle, detaillierte Berichterstattung bieten konnten. Es macht Spaß, wenn man sich abseits des journalistischen Alltags bewegen kann und Kollegen hat, die den gleichen Experimentier- und Entdeckergeist leben, die auch Lust haben, etwas zu wagen und auszuprobieren. Zu den Sternstunden gehört auch zu erleben, wie aus einer bunt zusammengewürfelten Anzahl Redakteure – viele Printler, die zu uns gewechselt sind und ein paar externe Onliner – peu à peu eine richtige Redaktion zusammenwächst, die gut miteinander interagiert, in der das Arbeiten Spaß macht, die Atmosphäre und die Leistung stimmen und man das Gefühl hat, alle kommen gern zu Arbeit.

**promedia:** Haben die User das Live-Streaming honoriert?

**Borchert:** Ja, diese Live-Streams wurden ca. 50.000-mal abgerufen, was deutlich mehr ist als sonst bei Lokal-Videos. Es war ein heißes Thema, das im Vorfeld viel diskutiert wurde. Es kamen über externe Systeme wie Twitter Hinweise von anderen Dortmundern, die z. B. darüber berichtet haben, welche Straßen gesperrt und welche offen sind. Hier haben auch die Printkollegen mit an einem Strang gezogen und zeitnah Fotos und Analysen geliefert.

**promedia:** Sie werden so zu einem „operativen Mediums“, wie es in der Kombination nicht das Fernsehen oder Radio schaffen...

**Borchert:** Diese Vorteile haben sich auf Grund der technologischen Entwicklung und der vielen Breitbandanschlüsse auf Nutzerseite erst in den letzten zwei Jahren zusätzlich ergeben, wes-

halb man jetzt viel ausprobieren kann. Es existieren noch keine Standards und man muss testen, wozu es sich eignet und wo sich der Einsatz lohnt.

**promedia:** Mit welchen Schwierigkeiten hatten Sie in den letzten Monaten zu kämpfen?

**Borchert:** Wie bei vielen Redaktionen bewegt auch uns die Frage, wie wir Print und Online langfristig besser verzahnen können. Online ist ein schnelleres Medium, hat ganz andere Bedürfnisse. Die Nutzer stellen ganz andere Ansprüche als an Print, nicht nur an Geschwindigkeit, also an Aktualität, sondern auch an die Aufbereitung der Geschichten. Da reicht es nicht mehr, einen Text 1:1 online zu stellen. Gleichzeitig muss man sich fragen, wie viele Aufgaben ein Redakteur schafft und ob jeder alles können muss.

**promedia:** Was hat sich in einem Jahr bei derwesten.de verändert?

**Borchert:** Die Technologie ist stabiler geworden. Wir haben neue Produkte eingeführt, Features weiterentwickelt, neue Funktionalitäten im Portal eingebaut, neue Darstellungsformen gefunden, die Community erweitert. Zudem bauen wir auch redaktionell immer wieder um, lernen dazu und setzen Schwerpunkte anders. Mit dem Games-Bereich können wir unsern Nutzern zudem ein neues Angebot präsentieren.

**promedia:** Inwieweit ist derwesten.de noch ein Abbild der Printtitel?

**Borchert:** derwesten.de ist schon lange kein reines Abbild der Printtitel mehr, vor allem bei der Aktualität. Wenn morgens z. B. die neuen Arbeitslosenzahlen veröffentlicht werden, können wir nicht bis zum Print-Redaktionsschluss warten, bis der Kommentar bzw. die Analyse der Zeitung vorliegt. Das heißt, wir behandeln dasselbe Thema wie Print, aber wir haben schneller einen eigenen Bericht ins Netz gestellt oder erst einmal eine Agenturmeldung verarbeitet. Wir sehen auch, dass wir online eine andere Nutzergruppe erreichen, dass andere Themen ankommen als im Print. Deshalb schreiben die Kollegen der Online-Redaktion auch eigene Artikel oder führen eigene Recherchen durch. Oft setzen wir auch auf andere Themen als im Print. So werden Themen, die im Print gar nicht aufgegriffen werden, wie z. B. das Thema „Games“ oder manche Sportarten, die weniger populär sind, online stärker nachgefragt. Bei der Berichterstattung im Lokalen werden wir allerdings auch weiterhin printlastig im positiven Sinne bleiben, denn das ist die Basis unserer Online-Aktivitäten.

**promedia:** Zu den „spektakulären“ Ereignissen gehörte Anfang des Jahres die Kooperation

mit dem WDR. Wie hat sich die Zulieferung dieser Videos entwickelt?

**Borchert:** Sehr positiv, denn die Zulieferung erfolgt unkompliziert und das Angebot ist relativ vielfältig. Es ist eine Mischung aus aktuellen Themen aus der Region, bunten Geschichten und Hintergrundinformationen. Uns werden pro Tag acht bis zehn Beiträge angeboten und wir kaufen durchschnittlich vier bis fünf ein. Die Entscheidung fällt an unserem News-Desk und hängt ausschließlich von der redaktionellen Gewichtung ab. Wenn uns der WDR z. B. abends ein Video zu einem Thema anbietet, das wir morgens schon abgearbeitet haben und das Thema kein großes Echo gefunden hat, werden wir dieses Video nicht einkaufen. Wenn es sich hingegen um ein immer noch topaktuelles Thema handelt, bei dem sich die Geschichte weiterdreht und viel nachgefragt wird, werden wir das Bewegtbild in unseren Artikel einbinden. Ganz oft greift der WDR aber auch Themen auf, die wir nicht hatten – charmante kleine bunte Geschichten, die wir dann gerne nehmen.

**promedia:** Welche Rolle spielen Videos als Treiber für die Nutzung dieser Seite?

**Borchert:** Video ist sehr wichtig und entwickelt sich derzeit rapide weiter. Wir stecken alle noch in einer Findungsphase um zu lernen, wie Web-Videos aussehen. Es muss eigene Formen, Formate, eine eigene Sprache finden. Wir produzieren etwa Beiträge, in deren Text fünf kurze Videos eingebaut sind und man die komplette Geschichte nur durch den Zusammenhang von Video und Text erfährt, wo sich also beide Formate sehr gut ergänzen und stützen. Der Einsatz von Videos wird zunehmend von den Nutzern honoriert, auch wenn sie sicherlich nicht der große Traffic-Treiber sind. Wenn man um jeden Preis Traffic hochhalten will, eignet sich die Fotostrecke immer noch besser. Wir werden hoffentlich allmählich davon wegkommen, die Page-Impressions für das Maß aller Dinge zu halten, weil diese „Währung“ zu leicht manipulierbar ist. Wenn man dazu noch ein paar Zwischenseiten einbaut, kann man diese Werte um mindestens 20 Prozent hochtreiben. Solche Methoden haben nichts mit journalistischer Qualität zu tun.

Videos hingegen sorgen für eine deutlich höhere Verweildauer auf der Seite. Diese Option wird besonders dort interessant, wo man nicht mit Agenturmaterial arbeitet, sondern mit eigenen Videos aus dem Lokalen, wo sonst keiner über Bewegtbild verfügt. Das mag man belächeln, aber gerade eine Video-Berichterstattung von Regionalliga-Spielen o. ä. ist etwas, das sonst nicht gezeigt wird, aber sehr viele interessiert. Die User honorieren solche Angebote, weil es ein wichtiger Teil ihres Lebens ist, den sie

sonst höchstens in einem Zehnzeiler mit einem Ergebnis in der Zeitung wiederfinden. Vor allem diesen Anteil an Videos hoffen wir ausbauen zu können.

**promedia:** Wird jetzt in allen Lokalredaktionen bereits mit Videokameras gearbeitet?

**Borchert:** Nein, davon sind wir noch weit entfernt. Ich glaube auch nicht, dass ein solches Vorgehen sinnvoll ist. Video ist zeitaufwendig und lässt sich kaum noch nebenbei erledigen. Bei einem Pilotprojekt mit fünf Redaktionen haben wir sehr unterschiedliche Ergebnisse, aber eben auch sehr gute und vielversprechende, erzielt. Die weitere Zulieferung der Lokalredaktionen für das Online-Angebot hängt natürlich auch mit dem generellen Restrukturierungsprozess der WAZ-Gruppe zusammen. Wenn über Restrukturierung von Lokalredaktionen und über ein neues Lokalkonzept geredet wird, diskutieren wir dabei auch immer darüber, wie wir den zusätzlichen Online-Anforderungen gerecht werden können, was künftig gefragt sein wird und wie wir uns aufstellen müssen. Wir sind uns alle einig, dass wir online deutlich mehr machen möchten.

**promedia:** Das heißt, dieses Restrukturierungsprogramm wird keine negativen Auswirkungen auf Ihr Online-Angebot haben?

**Borchert:** Nein, ich hoffe sehr auf eine Stärkung dieses Bereiches. Im letzten Jahr wurde versucht Online zusätzlich mitzuproduzieren, ohne über die Workflows nachzudenken. Wir haben jetzt im Rahmen der Restrukturierung die große Chance, darüber zu reden, welche Aufgaben die Redaktionen haben und wie sie arbeiten. In diese Diskussion ist die weitere Entwicklung des Online-Angebotes überall einbezogen.

**promedia:** Entwickeln sich die Werbeumsätze online so, wie Sie es erwartet haben?

**Borchert:** Ja, da liegen wir bis jetzt voll im Plan. Wir machen uns aber natürlich auch Gedanken darüber, wie es im nächsten Jahr sein wird. Der Online-Bereich wird sicherlich nicht so wachsen wie bisher. Besonders gelassen können wir daher nicht sein.

**promedia:** Ist es vorstellbar, dass bei Ihnen auch bald fiktionale Angebote laufen werden?

**Borchert:** Im Moment steht das nicht auf dem Plan, wenngleich wir uns die Entwicklung interessiert ansehen. Die „Thüringer Allgemeine“ hat sich hierin kürzlich ausprobiert, aber auch Portale wie „My Space“ beobachten wir sehr genau. Wir wollen uns aber zunächst auf den Kern unseres Engagements konzentrieren, nämlich die Lokalberichterstattung, und diese so gut wie möglich Online wiederspiegeln. (LZ)