

# Presse

---

Fünf Schlagzeilen

## I. Mitleid mit Klick-Journalisten

---

Einige Jahre ist es bereits her als ich während einer guten Stunde in der Redaktion der Pendlerzeitung *20 Minuten* verweilen konnte. Eindrücklich: Der weitläufige Raum am Hauptsitz des Zürcher *Tamedia*-Verlags erinnerte mich stark an die *Trading*-Räume während meiner Zeit als Bankier. Im *Open Space* sassen die Journalisten vor ihren Bildschirmen und schrieben an ihren *Stories*. War der letzte Buchstabe gesetzt, wurde das Geschriebene sofort auf der digitalen Plattform *20min.ch* publiziert. Die Zeitspanne zwischen Recherche und Publikation ist im digitalen Zeitalter gegen Null gedrückt – wo früher zur medialen Verbreitung von Informationen Druckmaschinen, Vertriebswege, Postzustellung oder Kioske notwendig waren, genügt heute ein einziger Knopfdruck und ein Artikel ist überall auf dem Globus einsehbar.

Damit nicht genug der Information: Auf der Redaktion war die Webseite der Zeitung auf *XXL*-Bildschirmen projiziert und in Echtzeit mit zusätzlichen Informationen angereichert. Etwa der Anzahl der *Klicks*, jener Währung im Online-Marketing, die aufzeigt, wie oft ein Artikel von einem Leser heruntergeladen wird. Andere Angaben betrafen etwa die Form der benutzten Endgeräte – Mobile, Laptop, PC- oder neuerdings lässt sich so auch die Lesedauer der *User* eruieren. *Big Brother* auf der digital gesteuerten Redaktion. Da gab es dann auch diese Kurven-Diagramme über die Klickzahlen einzelner Artikel zu bestaunen, die im besten Falle nach oben schossen als wären es Börsenkurse von angesagten Unternehmen der *New Economy* nach einem erfolgreichen Börsengang.

Ich habe allerdings sehen können: Die Währung im digital gesteuerten Newsroom einer Gratiszeitung wie *20min.ch* sind Schlagzeilen. Und Schlagworte. Sind beide, Schlagworte und Schlagzeilen, gut gesetzt, bringt das *Klicks*, die *Klick*-Rate steigt und der Artikel kommt zum Fliegen. Wenn nicht, verschwindet dieser in den Tiefen des Internets, meist ungelesen und ungesehen. Es ist wirklich nicht schwer zu verstehen, um was es hier geht: *Stories* müssen her, schnell geschriebene, die sofort Spuren erzeugen in Form von rasant in den Himmel wachsenden Beachtungs-Diagrammen auf den

