

Tot@ lok@

Das Startup 2324.ch will für jede Gemeinde der Schweiz eine Plattform aufbauen, auf der sich Behörden, Vereine und Bewohnende austauschen können. Kommt es damit lokalen und regionalen Medien in die Quere?

VON BETTINA BÜSSER

In der Schweiz gibt es 2324 Gemeinden (Stand 2015). So wählten Amanda Sauter und Mauro Bieg den Namen 2324.ch für ihr Projekt. Gleichzeitig sagt dieser etwas über das Ziel des Projekts aus: Allen Gemeinden der Schweiz soll eine Austauschplattform angeboten werden. Bieg definiert sie als «lokale Online-Newsplattform, einerseits inspiriert durch die Funktion einer lokalen Online-Zeitung, andererseits durch soziale Netzwerke wie Facebook».

Die lokalen Informationen, so Bieg, sollen von Behörden, Vereinen «und allen, die informieren» wollen, kommen. Facebook sei insofern Vorbild, als man auf der Plattform «sehr einfache Dinge publizieren, aber auch kommentieren» können soll: «So können sich Gemeindeverwaltungen etwa mit den Bewohnern austauschen, bevor irgendwelche Entscheidungen getroffen werden. Wir wollen Diskussion und Dialog in den Gemeinden fördern.»

Bieg, 27, Informatiker, und Sauter, 25, Kommunikationsdesignerin, sind von ihrem Ziel allerdings noch ein grosses Stück entfernt. Immerhin gibt es auf 2324.ch bereits eine Beta-Version, immerhin ist mit Winterthur eine erste Pilotgemeinde für die Kommunikationsplattform gefunden. Und Sauter und Bieg haben Ende 2015 mit ihrem Projekt die «Impact Hub Fellowship ICT4Good», einen Wettbewerb für Startups im Informations- und Kommunikationsbereich von Impact Hub Zürich und der Swisscom, gewonnen.

Bei den künftigen Gemeindeplattformen von 2324.ch soll es, so Sauter, keinen journalistischen Anspruch geben: «Wir bieten den Leuten die Möglichkeit, ihre Texte zu veröffentlichen, ohne dass sie überarbeitet werden.» Einziges Kriterium für die Aufschaltung eines Beitrags ist der Bezug zur jeweiligen Gemeinde. Die beiden Initianten hoffen auf Beiträge von unterschiedlichen Organisationen und Personen: «Auch der Anlass eines Kaninchenzüchtervereins soll Platz haben. Damit die Nutzer den noch eine Übersicht haben, können sie bestimmte Themen oder Vereine abonnieren. Dann erhalten

sie einen E-Mail-Newsletter zu den Themen, die sie in der Gemeinde interessieren. Denkbar wäre auch eine App, mit der man Push-Nachrichten zu den abonnierten Themen direkt aufs Handy verschickt», sagt Bieg.

Pilotgemeinde Winterthur. Vorläufig gibt es auf 2324.ch ausschliesslich Medienmitteilungen der Stadt Winterthur zu sehen. Der Kontakt zwischen den 2324.ch-Betreibern und der Winterthurer Verwaltung kam via ein Mitglied des Bewohnervereins Winterthur zustande. «Weil wir etwas Neues machen, war es fast unmöglich, es jemandem schriftlich zu schildern oder am Telefon zu erklären», sagt Sauter: «Mit Winterthur hatten wir Glück.» Für sie ist die Beteiligung einer Gemeinde eine Grundvoraussetzung für einen Auftritt auf 2324.ch: «Wenn sich die Gemeinde beteiligt, haben wir einen Grundstock an Mitteilungen, der dazu führt, dass die Seite auch angeschaut wird.»

Ausser der Winterthurer Kommunikationsabteilung wissen laut Bieg noch «sehr wenige Leute» überhaupt von 2324.ch, entsprechend gibt es auch noch keine repräsentativen Nutzerzahlen: «Wir wollen die Plattform von der Software und vom Design her so einrichten, dass sie wirklich extrem einfach zu bedienen ist. Es dauert sicher noch einige Monate, bis wir in Winterthur so weit sind, dass wir eine zweite und dritte Pilotgemeinde angehen können.»

Konkurrenz im lokalen Werbemarkt. Lokale Informationen, lokale Werbung – ein Terrain, das eigentlich die Lokal- und Regionalmedien, vielerorts Zeitungen mit Onlineauftritten, belegen. Kann 2324.ch eine Konkurrenz für sie werden? «Ich habe mir 2324.ch angeschaut, da ja Winterthur die Pilotgemeinde ist. Bisher ist es ein Verlautbarungsorgan der Stadt Winterthur, man kann noch nicht sagen, wie es sich weiterentwickelt», sagt Benjamin Geiger, Chefredaktor Zürcher Regionalzeitungen, darunter «Der Landbote» in Winterthur.

Bei einer grossen Gemeinde wie Winterthur, gibt Geiger zu bedenken, liefere die Verwaltung viele Informationen, doch in einer kleinen Gemeinde komme nicht so viel Input von Behördenseite: «Reicht das für eine Plattform? Natürlich kommen dann auch Vereine dazu, aber in diesem Bereich bieten ja auch die Medien viel an. Ausserdem hat heute jeder Verein seine eigene Website.» Geiger fragt sich, ob es möglich ist, mit einer Plattform wie 2324.ch genügend Traffic zu generieren, «ohne ein journalistisches Grundgerüst wie etwa eine Newsplattform anzubieten». Im lokalen Werbemarkt könne eine solche Plattform schon eine Konkurrenz werden: «Sie müsste allerdings entsprechende Klickzahlen erreichen, online zählt schlicht die Reichweite.»

Andere lokale und regionale Medienhäuser haben schon länger «Meine Gemeinde»-Angebote entwickelt, die dem 2324.ch-Konzept ähneln. Beim

«Landboten» ist man laut Geiger «skeptisch», was die Einrichtung einer entsprechenden Plattform auf landbote.ch angeht: «Offenbar sind solche Angebote nicht gerade die grössten Klick-Treiber. Ich sehe hier keine Marktlücke.»

Bei der AZ Zeitungen AG, die unter anderem aargauerzeitung.ch verantwortet, gibt es seit 2012 ein solches Portal. «Wir bieten für jede Gemeinde eine Plattform, auf der Gemeindebehörden, Vereine und die Leserinnen und Leser ihre Inhalte und Veranstaltungshinweise in Wort und Bild hochladen können. Früher wurden diese Hinweise auch noch in den Zeitungen abgedruckt, heute erscheinen sie nur noch in der «Solothurner Zeitung» und der «Limmataler Zeitung» auch in gedruckter Form», sagt Marcel Siegrist, Leiter des Portals. Wer Inhalte online stellen will, muss sich registrieren, das Angebot ist kostenlos. Laut Siegrist wird es vor allem von Vereinen genutzt, aber auch von Gemeindebehörden, etwa um Bewohnerinnen und Bewohnern zu besonderen Geburtstagen zu gratulieren.

Permanente Baustelle. «Pro Tag kommen etwa 40 bis 50 Beiträge herein. Ich schaue sie durch, auf Schreibfehler, aber auch, damit nicht irgendwelche Sachen, die wir nicht auf unseren Seiten haben wollen, erscheinen. Kommerzielle Beiträge schalten wir nicht auf», sagt Siegrist. Die Plattform habe gegen 30 000 Klicks pro Monat erreicht: «Im Moment ist sie, durch die Neugestaltung der Website, leider etwas weniger zugänglich, deshalb hat auch die Klickzahl etwas abgenommen. Wir arbeiten aber laufend daran, sie benutzerfreundlicher zu machen.»

Auch das «Meine Gemeinde»-Angebot der «Südostschweiz» wird nachgefragt: «Gut 10 Prozent des Traffic auf suedostschweiz.ch geht zu «Meine Gemeinde», sagt Lukas Joos, Leiter Digital Somedia, und betont die Wichtigkeit dieser Plattform: ««Meine

Gemeinde» ist so etwas wie die erste Meile: Es sind die ganz lokalen Inhalte; sie waren schon immer wichtig für die Medienhäuser und als USP der lokalen Medien werden sie immer wichtiger.»

Vereine nutzen Plattform. Die «Südostschweiz» hat ihr Angebot vor rund drei Jahren gestartet; der Bereich wird laut Joos nun weiter ausgebaut und gestärkt. Die Inhalte wurden bis vor kurzem direkt freigeschaltet, nun wird alles gegengelesen. Input kommt vor allem von Vereinen: «Wir haben alle Vereine auf das Angebot hingewiesen, mehrere Hundert von ihnen haben sich bereits registriert. Nun werden wir auch Behörden, Schulen, Politik auf die Möglichkeiten von «Meine Gemeinde» hinweisen», sagt Joos. Ein Teil des Inputs werde auch in den «Südostschweiz»-Tageszeitungen abgedruckt. Künftig sollten solche Inhalte auch in Lokalzeitungen und E-Papers erscheinen.

«Ausserdem soll auch die Möglichkeit geschaffen werden, gezielt Werbung in «Meine Gemeinde» zu schalten», sagt Joos. Das «Südostschweiz»-Angebot habe im Gegensatz zu einer reinen Gemeindeplattform wie 2324.ch ein Gesamtangebot mit News-Socket, Agenda und anderem mehr zu bieten. Dennoch wäre eine solche neue Plattform «ein weiterer Mitbewerber, der uns Traffic wegnehmen könnte. Man müsste sich also zusammensetzen, um eine sinnvolle Lösung zu finden.»

«Noch zu früh für uns». Falls 2324.ch dereinst ins «Südostschweiz»-Gebiet kommt, wäre so ein Gespräch durchaus denkbar: «Es wäre spannend, mit Lokalzeitungen Erfahrungen auszutauschen, es ist einfach noch etwas zu früh für uns. Es gibt sicher Bereiche, in denen man voneinander lernen und vielleicht auch zusammenarbeiten kann», sagt Mauro Bieg.



«Auch der Anlass eines Kaninchenzüchtervereins soll Platz haben.»



Amanda Sauter und Mauro Bieg von 2324.ch