

Das <Internetcafé<> am Münsterplatz

Autor(en): Ivo Bachmann
Quelle: Basler Stadtbuch
Jahr: 2008

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/stadtbuch/b849d520-7edf-40ee-8a57-ef7fd2ac71d7>

Nutzungsbedingungen

Die Online-Plattform www.baslerstadtbuch.ch ist ein Angebot der Christoph Merian Stiftung. Die auf dieser Plattform veröffentlichten Dokumente stehen für nichtkommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung gratis zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrücke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des vorherigen schriftlichen Einverständnisses der Christoph Merian Stiftung.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Online-Plattform [baslerstadtbuch.ch](http://www.baslerstadtbuch.ch) ist ein Service public der Christoph Merian Stiftung.

<http://www.cms-basel.ch>

<https://www.baslerstadtbuch.ch>

Das ‹Internetcafé› am Münsterplatz

In einem alten Haus entstehen die News von OnlineReports

Ivo Bachmann

Der Arbeitsort könnte nicht lauschiger, seine Adresse nicht interessanter sein: Im Herzen der Stadt Basel, am Münsterplatz 8, im zweiten Stock eines ehemaligen Domherrenhauses, befindet sich der Sitz von OnlineReports, das im Jahr 2008 sein zehnjähriges Bestehen feierte. Eine glückliche Fügung des Schicksals. Wer hier arbeiten darf, hat nicht nur einen herrlichen Ausblick auf Rhein, Pfalz und Münster; wer hier eintritt, taucht ein in Geschichte.

Das alte Haus gehört der altehrwürdigen, 1787 gegründeten Allgemeinen Lesegesellschaft Basel. Ihr erster Statthalter war Peter Ochs, Ratsschreiber, später auch Oberzunftmeister in Basel, ein Kämpfer für die Ideen der Aufklärung, ein Revolutionär. Ochs proklamierte 1798 die Helvetische Republik. Sie hatte ein kurzes Leben. Umso nachhaltiger wirkt der Geist der Aufklärung am Münsterplatz.

Hier unterhält die belesene Gesellschaft eine Bibliothek mit über 75 000 Bänden, und in den Lesesälen liegen 160 Zeitungen und Zeitschriften auf. Die Gründer der Gesellschaft wollten vor zwei Jahrhunderten «mit wenigen Kosten sich die Einsicht und Lesung der interessanten Journale, Zeitungen und anderer Neuigkeiten verschaffen»¹ – der Lesezirkel war sozusagen eine Art Internetcafé der Aufklärung. Und diesem Grundgedanken blieb man treu, bis heute. Die stilecht erhaltenen Räume am Münsterplatz sind eine Oase der stillen Konzentration und geistigen Weltverbundenheit.

Ausgerechnet in diesem Haus also, in einem geräumigen Büro, arbeitet seit 2004 auch Peter Knechtli, 59 Jahre alt, Journalist und Herausgeber von OnlineReports. Was zunächst befremdend wirkt, ist irgendwie ganz treffend. Da ist nichts auszumachen von der Garagenatmosphäre eines Start-up-Unternehmens und nichts von der Hängemattenkultur der Google-Welt. Man erreicht Knechtlis News-Fabrik über eine knarrende Holzterrasse im Haus der Freunde gedruckter Werke.

Angefangen hat diese digitale Basler Form der Aufklärung vor rund zehn Jahren. Peter Knechtli war damals als freier Journalist vor allem für überregionale Zeitungen und

Zeitschriften tätig. Über ein elektronisches Archiv wollte er seine Texte auch den Menschen in der Region zugänglich machen, und dafür schien ihm das junge Medium Internet das geeignete technische Vehikel. Als Vorbild diente der amerikanische Online-Verleger Matt Drudge – ein «journalistischer Abstauber» (so das deutsche Magazin «Focus»). Drudge füllte seine Website mit Nachrichtenschnipseln, vielen Links zu Zeitungsberichten, allerlei Kommentaren und Gerüchten. Den grossen Scoop landete der Amerikaner mit einer Meldung über die Seitensprünge des damaligen US-Präsidenten Bill Clinton. Es war der Beginn der Lewinsky-Affäre und für den «Drudge Report» der Durchbruch zum Erfolg.

Peter Knechtli war mit seinem Online-Archiv weniger erfolgreich. Einerseits schien die Zeit noch nicht reif; erst eine Minderheit der Schweizerinnen und Schweizer nutzte das Internet regelmässig als Informations- und Kommunikationskanal. Andererseits stiess das Archivangebot auf wenig Interesse: Wer will schon nachlesen oder gar nachdrucken, was anderswo bereits veröffentlicht ist?

Knechtli verlagerte den Schwerpunkt seiner Online-Tätigkeit. Statt das Internet als Plattform für die Transmission seiner Zeitungsartikel zu nutzen, begann er, gut recherchierte Beiträge und interessante News ausschliesslich im Web zu publizieren. Im Zentrum stand das regionale Geschehen, im Fokus ein breiteres, politisch interessiertes Publikum. Das war der Schlüssel zum Erfolg. Peter Knechtli, eigentlich ein Journalist der alten Schule, hatte als einer der ersten Schweizer Medienschaffenden die neuen Möglichkeiten der digitalen Informationsvermittlung erkannt und genutzt.

Worin liegt der tief greifende Wandel durch die multimediale Welt? Was hat das Internet, nicht zuletzt im Redaktionsalltag, entscheidend verändert? Zunächst: Die Informationsvermittlung, die «Verlagstätigkeit», hat sich demokratisiert, globalisiert und beschleunigt. Wer gedruckte Medien verlegen, wer Fernsehen oder Radio machen will, muss über finanzielle Mittel in Millionenhöhe verfügen. Wer eine Website einrichtet, kann mit einem Bruchteil der Kosten alles gleichzeitig tun: Texte verbreiten, Tonbeiträge zugänglich machen, Filme anbieten. Und er kann damit theoretisch jeden Nutzer zu jeder Zeit an jedem Punkt der Erde erreichen.

Zum Zweiten: Die Internetöffentlichkeit gestaltet sich interaktiv und dialogisch. Aus der reinen Informationsvermittlung ist ein Informationsaustausch geworden. Jeder, der Zugang zum Internet hat, kann dort Fakten recherchieren und überprüfen; er kann selbst Informationen verbreiten und zu jedem beliebigen Thema im Online-Forum einer Website seine Meinung bekunden. Die klassischen Massenmedien funktionierten lange Zeit viel monologischer: Die Redaktorinnen und Redaktoren arbeiteten primär quellen-, nicht kundenorientiert; sie wählten und gewichteten aus der Fülle täglicher Information jene paar Themen, von denen sie annahmen, dass sie auch für ihre Leserschaft von Relevanz und Interesse seien. Ein ernsthafter Austausch mit Lesern und Nutzern fand selten statt.

In der heutigen digitalisierten Welt entsteht Beachtliches – zum Beispiel die freie Enzyklopädie Wikipedia, die das Fachwissen von Usern auf der ganzen Welt versammelt. Es verbreitet sich aber auch viel Nonsense, viel heisse Luft. Dazu zählen manche Blogs (oder Weblogs), in denen häufig anonyme Schreiber über Gott und die Welt und den Brustumfang von Paris Hilton sinnieren. Sie finden aber oft nur ein kleines Publikum und werden in ihrer Bedeutung gerne überschätzt. Klar ist jedoch, wohin der weltweite Trend bei der Mediennutzung führt: weg von den klassischen Massenmedien wie der gedruckten Tageszeitung, soweit sich diese auf das Nachbeten der Nachrichten von gestern konzentriert. Hin zum interaktiven Informationsaustausch und zur selektiven Informationsbeschaffung über Online-Medien.

Für die 160 Zeitungen und Zeitschriften in den Sälen der Allgemeinen Lesegesellschaft Basel verheisst das vordergründig nichts Gutes. Die meisten werden Leser verlieren, manche werden sogar verschwinden. Für den Geist der Aufklärung sieht es besser aus. Denn die verbleibenden traditionellen Medien werden sich wegbewegen von der Masse zur Klasse; Hintergrund, Einordnung, Service, exklusive Leistungen sind gefragt. Gleichzeitig hat jeder neue Peter Ochs, jeder kleine oder grosse Revolutionär die Möglichkeit, seine Ideen von heute auf morgen online zu schalten. Er braucht keinen Verleger zu fragen, er muss keine Druckmaschinen kaufen. Er benötigt geistiges Format und technisches Geschick.

Peter Knechtli ist zwar kein Peter Ochs. Revolutionäres ist ihm fremd. Auch der Begriff «Internetpionier» wird ihm nicht wirklich gerecht. Knechtli wollte und will ganz einfach guten, spannenden, redlichen Journalismus machen. Früher in der Zeitung, heute im Internet. Das ist seine Stärke: die verlässlich recherchierte, schnell publizierte, zuweilen auch exklusive Information über das Geschehen in der Nordwestschweiz. Er erreicht damit rund 50 000 Nutzerinnen und Nutzer pro Monat, darunter manche Meinungsmacher der Region.

Eine Nische, gewiss. Wie klein, wie gross? Umsatzzahlen gibt Peter Knechtli nicht bekannt. Allein die Personalkosten sind überschaubar: Auf der Lohnliste steht nur der Herausgeber, auf der Honorarliste befinden sich die Namen von zehn regelmässigen freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Einige Kolumnisten verzichten auf ein Honorar oder verlangen nur eine symbolische Entschädigung. Finanziert wird alles durch Werbeeinnahmen und über die Spendenerträge eines Recherchier- und eines Projektfonds. Das reicht aus, um ein wirtschaftlich funktionierendes, von der politischen Klasse respektiertes und als publizistische Alternative wichtiges kleines Medienunternehmen zu begründen. Eines mit knarrendem Aufgang. Aber ganz im Geist der Aufklärung.

Anmerkung

1 <http://www lesegesellschaft-basel.ch/ueber/geschichte.htm>