FLORIAN SIEBECK

DAS WIKI-PRINZIP

KOLLABORATIVE WISSENSKONSTRUKTION IM JOURNALISTISCHEN UMFELD

```
<div style="text-align:center;letter-spacing:10px;
text-transform:uppercase;">Florian Siebeck</div>

== Das Wiki-Prinzip ==

[[Datei:Coverbild.jpg|center|Cover]]

=== Kollaborative Wissenskonstruktion im
journalistischen Umfeld ===
```

© 2011 Florian Siebeck. Some rights reserved:
Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported
http://floriansiebeck.com

Typefaces: Hoefler Text, Helvetica Neue, Lane A
Paper: HPI DigiGold Icewhite

Printed and bound in Berlin, Germany
Schaare & Schaare / Buchbinderei Klünder

FSC
www.fsc.org
MIX
Paper from responsible sources
FSC® C007894

INHALT

Vorwort 9

1 Einleitung 11
1.1 Eingrenzung des Themas 11
1.2 Annahmen 12
1.4 Aufbau der Arbeit 12
1.3 Ziel und Forschungsfragen 12
2 Das Wiki-Prinzip 13
2.1 Einführung 13
2.2 Geschichte und Begriffsklärung 13
2.3 Wiki-Engines 14
2.4 Merkmale und Funktionen 14
2.5 Anwendungsfelder von Wikis 15
2.6 Wikis als sozio-technische Systeme 16
2.7 Motivation und Nutzungsmotive 17
3 Befragung 19
3.1 Einführung 19
3.2 Methodisches Vorgehen 19
3.3 Schwierigkeiten und Einschränkungen 19
4 Redaktionswikis 22
4.1 Einführng 22
4.2 Redaktionelles Wissensmanagement 22
4.3 Unternehmensinterne Wikis 23
4.4 Motivation und Nutzungsmotive 24
4.5 Verbreitung von Redaktionswikis 25
4.6 Überlegungen für ein Redaktionswiki 30
4.7 Fazit 34
5 Regiowikis 35
5.1 Einführung 35
5.2 Regionale Wikis 35
5.3 Motivation und Nutzungsmotive 36
5.4 Verbreitung von Regiowikis 36
5.5 Überlegungen für ein Regiowiki 38
5.6 Fazit 39

6 Wiki-Experimente 41
6.1 Einführung 41
6.2 Der editierbare Leitartikel (Los Angeles Times) 41
6.3 Die komplette Website (Das Magazin) 46
6.4 Das Howto-Wiki (Wired) 52
6.5 WhoRunsGov.com (Washington Post) 52
6.6 Weitere denkbare Einsatzmöglichkeiten 52
7 Exkurs 54
7.1 Einführung 54
7.2 Der Enzyklopädie (Wikipedia) 54
7.3 Die Nachrichtenwebsite (Wikinews) 55
7.4 Die Whistleblower-Plattform (WikiLeaks) 56
7.5 Wissenschaftliches Peer-Review (Guttenplag) 57
8 Perspektiven 59

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 61
Bibliographie 62
Anhang 69

EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG

Diese Diplomarbeit wurde eingereicht von

Florian Siebeck
Matrikelnummer: 712698

am Fachbereich Media der Hochschule Darmstadt
im Studiengang Online-Journalismus

Referent: Prof. Dr. Peter Schumacher
Korreferent: Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig erstellt und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel und Quellen benutzt habe. Soweit ich auf fremde Materialien, Texte oder Gedankengänge zurückgegriffen habe, enthalten meine Ausführungen vollständige und eindeutige Verweise auf die Urheber und Quellen. Alle weiteren Inhalte der vorgelegten Arbeit stammen im urheberrechtlichen Sinn von mir, soweit keine Verweise und Zitate erfolgen. Mir ist bekannt, dass ein Täuschungsversuch vorliegt, wenn die vorstehende Erklärung sich als unrichtig erweist.

Darmstadt, den 31. Mai 2011

VORWORT

Meine ersten Erfahrungen im Redaktionsalltag gaben den Ausschlag für diese Diplomarbeit. Wann immer ich auf redaktionelles Wissen angewiesen war, musste ich es zusammensammeln: Es war verteilt auf Memos, Datenbanken, Word-Dokumente, Mails, PDFs, Kalender oder Personen (die meistens Urlaub hatten). Dabei könnte man meinen, Medienunternehmen – deren Kerngeschäft von Natur aus von der Aufbereitung und Weitergabe von Informationen abhängt – hätten verstanden, dass eine zentrale Wissensverwaltung zur Effizienzsteigerung des täglichen Geschäfts unabdinglich ist. Überdies bieten sich Medienunternehmen Chancen wie kaum einer anderen Branche: indem sie das Wissen ihrer Rezipienten nutzen und in ihr journalistisches Portfolio integrieren.

Seit Mitte 2005 trage ich der Wikipedia und ihren Schwesterprojekten Wissen zu. Die „Flammenden Berge" in der nordwestchinesischen Provinz Xinjiang blieben ohne mein Zutun in der deutschen Wikipedia wohl noch unerwähnt, ebenso der französische Schauspieler Cyril Descours oder der Nickende Milchstern (ein Spargelgewächs). Auch als ich seinerzeit nach „YouTube" suchte, kam ich nicht umhin, den Artikel erst selbst anzulegen[1]. Über ein Schwesterprojekt der Wikipedia, den Wikimedia Commons, sind meine Bilder in Reiseführern erschienen, auf CDs, in einer Ausstellung im Martin-Gropius-Bau in Berlin und auf dem Cover einer brasilianischen Bauernzeitschrift.

Gleichwohl halfen mir Wikis seit jeher in der Schule[2], auf Reisen[3] und im Alltag[4]. Selbst für diese Diplomarbeit habe ich ein Wiki genutzt, um Quellentexte zu verwalten und alle Änderungen nachvollziehen zu können.[5]
In meinem ganzen Leben und all meinen Projekten hat sich die Nutzung von Wikis ausgezahlt – aber können Wikis auch großen Medienunternehmen eine Hilfe sein? Diese Arbeit will Antworten liefern und eine Handreichung sein an

1 Ursprungsfassung des Artikels, http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=YouTube&oldid=15732659

2 Wiki des Zentrale für Unterrichtsmedien im Internet e.V., http://wiki.zum.de

3 Wikitravel und Wikivoyage, http://wikitravel.org und http://wikivoyage.org

4 inspiriert von Peter Schinks Wiki http://peter-schink.de startete ich ein eigenes Wiki

5 MediaWiki samt der Erweiterungen „Cite" und „HarvardReferences", innerhalb von 86 Tagen wurde diese Arbeit 1367 mal überarbeitet

jene Journalisten und Verleger, die unter knapper werdenden Geld- und Zeit-Budgets den Nutzen von Wissensbewahrung infrage stellen. Mein Bestreben als angehender Journalist ist es dabei, diese Arbeit wissenschaftlich zu halten und gleichwohl möglichst verständlich Zusammenhänge zu verdeutlichen.

Zu herzlichem Dank bin ich Herrn Schumacher verpflichtet, der mir mit schnellem Rat stets zur Seite stand; meiner Familie für die langjährige Unterstützung; meinen Freunden, mit denen ich die Nächte durchgeackert habe; all den Journalisten, die zur Entstehung dieser Arbeit durch die Weitergabe ihrer Erfahrungen beigetragen haben; und ich entschuldige mich bei allen Wikipedianern dafür, dass ich einmal anonym einen Artikel geändert habe – weil ich sonst eine Wette verloren hätte.

Dem Grundgedanken von freiem Wissen folgend steht diese Diplomarbeit unter einer Creative-Commons-Lizenz[6] und kann beliebig bearbeitet und vervielfältigt werden. Sie wird unter *http://floriansiebeck.com/wikiprinzip* veröffentlicht und in Teilen editierbar sein, um der weiteren Entwicklung zum Thema Rechnung zu tragen.

6 CC-by-sa: http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/

1 / EINLEITUNG

Im Zuge des Wandels der Gesellschaft in hoch entwickelten Ländern zu Wissensgesellschaften sehen sich viele Unternehmen vor einer neuen Herausforderung: um wettbewerbsfähig bleiben zu können, müssen sie auf Wissensmanagement setzen. Auch im Medienbetrieb ist Wissensmanagement heute unabdinglich, wenngleich wesentlich komplexer: Durch das polare Verhältnis von publizistischer Qualität und ökonomischer Effizienz in Medienunternehmen (vgl. Meckel 1999:22) gestaltet sich die Adaption herkömmlicher marktwirtschaftlicher Managementmethoden sehr schwierig. Erschwerend wirkt sich darauf der Prozess der Medienkonvergenz aus, die insbesondere durch das Internet vorangetrieben wurde. So konkurrieren heute Medienunternehmen miteinander, die bis vor wenigen Jahren aufgrund ihrer verschiedenartigen Distributionskanäle nicht im direkten Wettbewerb zueinander standen (beispielsweise Fernsehsender und Verlage, vgl. Simons 2011:109).

Doch umfassender als in anderen Branchen fällt dem Journalismus ein wertvolles Privileg zu: Die Möglichkeit, das Wissen seiner Kunden (Leser, Nutzer) direkt in die eigene Wertschöpfungskette aufnehmen zu können. Mit dem Aufkommen sozialer Software fällt dies leichter denn je – dennoch tun sich viele Medienunternehmen schwer damit.

1.1 / EINGRENZUNG DES THEMAS

Eines der mächtigsten Werkzeuge zur kollaborativen Wissenskonstruktion stellen Wikis dar. Diese Arbeit befasst sich mit dem Einsatz von Wikis aus zwei Perspektiven: innerredaktionell (Wikis zur Verbesserung der redaktionellen Zusammenarbeit) und außerredaktionell (Wikis als Mittel der Leserbeteiligung). Da viele Redaktionen sich noch schwer tun mit dem Einsatz sozialer Software, soll besonderes Augenmerk auf Beispiele praktischer Implementierung gelegt werden, anhand derer sich der Einsatz von Wikis im journalistischen Umfeld aufzeigen und analysieren lässt. In einem Exkurs wird zusätzlich der Einfluss von autarken Wikis auf die journalistische Berichterstattung an ausgewählten Beispielen dargestellt.

1.2 / ANNAHMEN

Diese Arbeit basiert auf der Annahme, dass vereinzelt Redaktions- und Regiowikis in deutschen Medienunternehmen existieren. Organisationales Wissensmanagement innerhalb der Redaktionen geschieht nur rudimentär, auf Leserbasis ist der Einsatz von Wikis verhalten. Insgesamt sind die Redaktionen technisch nicht auf moderne Wissensarbeit ausgelegt, kollaborative Wissenskonstruktion mit Wikis bildet die Ausnahme.

1.3 / AUFBAU DER ARBEIT

Zunächst werden Wikis vorgestellt und die Nutzungsmotive erörtert. Im folgenden Abschnitt gehen wir genauer auf die innerredaktionelle Wiki-Nutzung ein, zeigen Best-Practice-Modelle und Risiken der Nutzung. Eine Studie widmet sich der Verbreitung von Wikis in deutschen Redaktionen und zeigt Chancen und Probleme auf. Im dritten Abschnitt befassen wir uns mit Wikis als Mittel der Leserbeteiligung, mit einem Schwerpunkt auf dem lokalen Einsatz von Regiowikis. Auch hier werden Best-Practice-Modelle vorgestellt und gescheiterte Wiki-Experimente analysiert. Zuletzt diskutieren wir in einem kleinen Exkurs den Einfluss unabhängiger Wikis auf die journalistische Berichterstattung. Jedem Kapitel schließen sich Handlungsempfehlungen dafür an, das Potenzial von Wikis zu nutzen und in besseren Journalismus zu kanalisieren.

1.4 / ZIEL UND FORSCHUNGSFRAGEN

Die zentrale Fragestellung ist, wie Wikis als Komponente sozialer Interaktivität zur Steigerung der notwendigen „produktiven Effizienz“ (Meckel 1999) genutzt werden können: Im redaktionellen Wissensmanagement als auch darüber hinaus, hinein in den Bereich des User Generated Content (UGC). Es werden erfolgreiche und gescheiterte Nutzungskonzepte von Wikis analysiert und evaluiert, in welchem Umfeld Wikis zur gemeinsamen Wissenskonstruktion und -kommunikation genutzt werden können. Dabei dienen Literaturstudien und eine Vollbefragung unter Redakteuren der 150 größten Tageszeitungen Deutschlands als Quellen.

2 / DAS WIKI-PRINZIP

2.1 / EINFÜHRUNG

Wikis sind Hypertextsysteme für Webseiten, deren Inhalt von jedem Nutzer gelesen und direkt im Browser bearbeitet werden kann. (vgl. Wikipedia 2011) Sie folgen somit den Prinzipien des von Tim Berners-Lee geprägten Begriffs des „Read-Write-Web“ (vgl. Lawson 2005). Wikis basieren auf einem vereinfachten Content-Management-System (der sogenannten Wiki-Engine) und verarbeiten vereinfachte Auszeichnungssprache (Wiki-Syntax). Da Wikis sich durch ihre flache Hierarchie auszeichnen, funktionieren sie nicht linear, sondern assoziativ – und ähneln somit dem menschlichen Denken. (vgl. Streich 2007:57) Inhalte werden inkrementell erstellt (Artikel können also auf noch fehlende Inhalte verweisen) und entwickeln sich evolutionär entsprechend der Nutzerbedürfnisse (vgl. Gronau und Müller 2009:11).

2.2 / GESCHICHTE UND BEGRIFFSKLÄRUNG

Wikis gehören zu den ältesten (wenngleich einfachen) Content-Management-Systemen. Ward Cunningham programmierte das erste „WikiWikiWeb“[7] 1995, um Muster für wiederkehrende Softwareprobleme zu dokumentieren. Er nannte es „the simplest online database that could possibly work“. Das Wort „wiki“ entstammt der Hawaiianischen Sprache und bedeutet „schnell“; „wiki-wiki“ entspricht einer im Hawaiianischen Sprachgebrauch üblichen Reduplikation, die dem Wort Nachdruck verleihen soll („sehr schnell“). Cummingham hatte die Wörter bei seinem ersten Besuch auf der Inselgruppe entdeckt.[8] Er entschied sich für „WikiWikiWeb“, um die Formulierung „Quick Web“ zu vermeiden, die er für irreführend hielt (vgl. Cunningham 2005).

---

7 http://c2.com/cgi/wiki?FrontPage

8 Der „Wiki Wiki Express“ verbindet verschiedene Terminals auf dem Flughafen von Honolulu, http://hawaii.gov/dot/airports/faqs

Das größte und heute wohl bekannteste Wiki ist die Wikipedia, mit der der Begriff „Wiki“ fälschlicherweise oft gleichgesetzt wird. So veröffentlicht etwa der Berliner Kurier seit Oktober 2010 in unregelmäßigen Abständen ein „Kurier-Wiki“ in der Zeitung: eine Infobox mit wenigen Zeilen, die Hintergrundinformationen zu einem Bericht enthält (siehe Berliner Kurier vom 28. Oktober 2010). Um Missverständnissen vorzubeugen, sei an dieser Stelle eine Begriffsklärung gegeben: Wikipedia ist der Name eines enzyklopädischen Wikis, das von der gemeinnützigen Organisation Wikimedia betrieben wird. Wikimedia betreut außerdem diverse Schwesterprojekte der Wikipedia (zum Beispiel Wikinews für Nachrichten, Wiktionary als Wörterbuch, etc.). Alle Wikimedia-Projekte fußen technisch auf der Open-Source-Software MediaWiki.

2.3 / WIKI-ENGINES

Mittlerweile existieren sehr viele kommerzielle und freie Wiki-Engines, die auf verschiedene Anwendungsbereiche und Arbeitsumgebungen konfektioniert sind. In Tabelle 1 werden die gängigsten Wiki-Engines kurz vorgestellt. Sie unterscheiden sich im Wesentlichen in ihren Systemanforderungen (Datenbanken, Betriebssysteme) und ihrer Rechteverwaltung (geschlossen bis offen). Aktuell verzeichnet die Seite WikiMatrix über 130 verschiedene Wiki-Systeme[10], dazu haben sich einige Wikihoster etabliert, die teils eigene Systeme anbieten.

2.4 / MERKMALE UND FUNKTIONEN

Wikis nutzen eine eigene (simple) Auszeichnungssprache, die vom System in HTML umgewandelt wird – ein Standard für die Syntax existiert allerdings nicht. Je nach Software unterscheiden sich Wikis in ihren Funktionen. Grundlegende Funktionen sind in vielen Wikis aber gleich:

› die Seiten verweisen aufeinander
› jede Seite kann bearbeitet werden
› alle Bearbeitungen sind in einer Versionshistorie nachvollziehbar

9 deutsche Sprachversion unter http://de.wikipedia.org

10 wikimatrix.org, dort befindet sich ebenfalls ein Konfigurator für die dem jeweiligen Anwendungsbereich optimal angepasste Engine

Software	Lizenz	Anmerkungen
MediaWiki	frei	MediaWiki wurde als CMS für die Wikipedia entwickelt und gilt als Wiki mit der besten Performance und Skalierbarkeit
Dokuwiki	frei	schlanke Installation, keine Datenbank, dedizierte Rechteverwaltung
Twiki	kommerziell	eignet sich zum Dokumentenmanagement, oft in Intranets genutzt
Confluence	kommerziell	gute Anbindung an bestehende Infrastruktur durch Plugins und Importer
Socialtext	kommerziell	Engine mit Schwerpunkt auf soziale Elemente, z.B. Activitystream
MindTouch Deki	kommerziell	ursprünglich komfortableres Softwarederivat von MediaWiki, jetzt eigenständig

Tabelle 1: Die bekanntesten Wiki-Engines

Die populäre Software MediaWiki, die auch von der Wikipedia genutzt wird, verfügt zudem über zusätzliche Features:

› die letzten Änderungen verfolgen
› eigene Beiträge anzeigen
› Änderungen über einen RSS-Feed abonnieren
› Änderungen an ausgewählten Artikeln auf einer Beobachtungsliste verfolgen
› Artikel haben eine Diskussionsseite
› Benutzer können sich auf ihrer Benutzerseite vorstellen
› eine umfangreiche Suchfunktion ermöglicht das Durchsuchen des Wikis

2.5 / ANWENDUNGSFELDER VON WIKIS

Wikis werden heute in vielen Bereichen eingesetzt: Zum E-Learning, in Unternehmen, als private Gedächtnisstütze oder öffentliche Wissensbasis. Dabei sind Wikis sind nicht per se offen. Johannes Moskaliuk spricht von selbst- und fremdgesteuerten Wikis. Dabei existiert ein Kontinuum zwischen der umfangreichen Umsetzung des Prinzips und ihrem vollständigen Fehlen (vgl. Moskaliuk 2008:22).

	Wikipedia		internes Redaktionswiki
Steuerung	selbstgesteuert	⟷	fremdgesteuert
Zugänglichkeit	offen	⟷	geschlossen
Inhalte	allgemein interessant	⟷	vertraulich
Hierarchie	flach	⟷	ausgeprägt
Beteiligung	freiwillig	⟷	aus Pflicht
Expertise	heterogen	⟷	homogen

Tabelle 2: Eigenschaften selbstgesteuerter und fremdgesteuerter Wikis (nach: Moskaliuk 2008)

2.6 / WIKIS ALS SOZIO-TECHNISCHE SYSTEME

Wikis heben die Grenzen zwischen Produzenten und Rezipienten, Leser und Autoren, Frontend und Backend auf (vgl. Moskaliuk 2008:19). Der Wert von Wikis (und anderen sozialen Software-Systemen) bemisst sich nicht an der Software, sondern aus den Inhalten, die mit Hilfe der Software generiert werden. In Wikis existieren in der Regel keine vorgegebenen Rollen und Regeln. Sie werden gemeinsam erarbeitet, was die Grundlage für deren Einhaltung bildet. Je größer ein Wiki ist, umso stärkere Kontrolle ist erforderlich. Dafür ist die Expertise aus einem größeren Wiki höher, weil die Gruppe der Beitragenden heterogener ist (vgl. Moskaliuk 2008).

Wikipedia wird als Beispiel für erfolgreiche Wikis hergezeigt. Allerdings ist Wikipedia durch ihre Größe und die sich über die Zeit etablierten Regeln ein weitaus komplexeres System. Auch wenn die Wikipedia nach außen hin als pseudo-anarchisches System auftritt, herrschen innerhalb des Systems meritokratische, demokratische, autokratische und technokratische Elemente (vgl. Komus und Wauch 2008:66): jeder User kann sich durch seine Beiträge Vertrauen und Reputation aufbauen (Meritokratie); Administratoren werden gewählt und Konsensfindung angestrebt (Demokratie); die damalige Alleinherrschaft des Wikipedia-Gründers Jimmy Wales, die mittlerweile an die Wikimedia Foundation übergeben wurde (Autokratie); und die Abhängigkeit von den Entwicklern, die einen großen Einfluss auf die Umsetzung der Wünsche der Community haben (Technokratie).

Schon in der frühen Phase des Internets zeigten sich Entwicklungen, die Analogien zur Kommunikation in öffentlichen Wikis aufweisen. So beschrieb Norman N. Holland im Jahre 1996, dass der Mensch bei der Kommunikation im Internet eine rückläufige Entwicklung vollzieht, die er am „primitiven Verhalten“ festmacht: Dazu zählt er Flaming, sexuelle Belästigung und Großzü-

gigkeit. Gliedern wir die sexuelle Belästigung (die bei der Kommunikation in Wikis mitunter auch auftreten kann) aus, bleiben Flaming und Großzügigkeit, die sich auf Wikis übertragen lässt. Die Großzügigkeit, mit der Menschen ihr Wissen und intime Gedanken teilen, führt Holland auf die Emotionen gegenüber dem Computer zurück. Der Mensch nimmt den Computer als Gegenüber wahr (dabei führt Holland auf, dass Computer eher männlich wahrgenommen werden, Laufwerke weiblich). Der Mensch öffnet sich dem Rechner gegenüber, weil der Rechner vermeintlich offen zum Menschen ist. Gleichwohl fühlt er sich sicher, unsachliche Kritik zu äußern oder Vandalismus zu betreiben, weil das direkte Feedback entfällt und er vom Computer keine Verurteilung oder Kritik zu fürchten hat. Weder in der Generosität noch im Flaming erfährt der User in der Regel also menschliche Reaktionen (kleine Gesten, Zurechtweisung, Augenrollen, Dankbarkeit), weshalb er diese ambivalenten Emotionen gegenüber dem Computer uneingeschränkt auslebt (vgl. Holland 1996).

2.7 / MOTIVATION UND NUTZUNGSMOTIVE

Die Motivation zur Partizipation an einem Wiki ist nach Kimmerle (2008:69) auf motivationspsychologische Ursachen (auf Ebene des Individuums) und auf sozialpsychologische Ursachen (auf Ebene der Gruppe) zurückzuführen: Die Mitarbeit an einem Wiki fördert die intrinsische Motivation[11] des Einzelnen, der sich in der Situation als kompetent erleben kann und ohne große Einschränkung weitreichende Änderungen vorzunehmen erlaubt ist. Gleichwohl muss er dabei die Gedanken und existenten Strukturen anderer Nutzer berücksichtigen und in der Lage sein, diese kritisch zu reflektieren. Ein Artikel in einem Wiki ist somit ein Geflecht von Gedanken einzelner Autoren, das im Laufe der Zeit durch einen permanenten Prozess des Austauschs und Aushandelns entstand.

Die Beteiligung ist nicht auf Altruismus zurückzuführen (vgl. Gronau und Müller 2009:16), sondern befriedigt das Bedürfnis nach selbstbestimmtem Handeln, autonomer Entscheidungsfindung und persönlicher Entwicklung des Einzelnen. Dennoch scheint das soziale Dilemma zwischen den Interessen des Individuums (z.B. Zeit sparen, eigenes Wissen für sich behalten) und den Interessen der Gruppe (z.B. möglichst große gemeinsame Informationsbasis aufbauen) zugusten der Interessen der Gruppe gelöst (vgl. Moskaliuk 2008:13).

Die Beteiligung ist auch durch das „Cognitive Surplus“, die „überschüssige Geistesenergie“, zu erklären, das von Clay Shirky benannt wurde. Er schätzt

11 intrinsische Motivation ist das Bestreben, etwas um seiner selbst Willen zu tun

die gesamte Arbeit hinter Wikipedia als Gesamtprojekt auf 100 Millionen Stunden „überschüssigen“ menschlichen Denkens. Zum Vergleich: Allein in den USA werden 200 Milliarden Stunden jährlich ferngeschaut, und weltweit pro Jahr 1,2 Milliarden Stunden „Angry Birds“ gespielt (vgl. Benton 2010).

Die Beweggründe für die Mitarbeit an einem Wiki hängen allerdings auch von der Beziehung des Users zum Subjekt ab: Bei einem offenen Wiki etwa spielt persönliches Interesse (ausgelöst durch ein Hobby o.ä.) eine große Rolle, in einem Firmenwiki die persönliche Betroffenheit (Berufsfeld o.ä., vgl. Kimmerle 2008). Natürlich spielt auch in einem offenen Wiki persönliche Betroffenheit eine Rolle, ebenso in einem Firmenwiki persönliches Interesse.

In den nachfolgenden Kapiteln wird die Motivation zur Mitarbeit an inner- und außerredaktionellen Wikis näher betrachtet.

3 / BEFRAGUNG

3.1 / EINFÜHRUNG

Im Rahmen dieser Diplomarbeit wurden in einer Vollbefragung die 150 größten Tageszeitungen Deutschlands untersucht. Dabei sollte geklärt werden, ob ein Redaktionswiki oder ein Regiowiki existiert bzw. ob es Überlegungen gegeben hat, etwas derartiges einzuführen. *Eine detailliertere Beschreibung der Ausgangslage, des Vorgehens, etc. findet sich im Anhang auf Seite 70.*

3.2 / METHODISCHES VORGEHEN

Um die Nutzung von Wikis in deutschen Redaktionen zu untersuchen, wurden in einer Erhebung im Zeitraum vom 1. April 2011 bis 24. Mai 2011 die 150 größten deutschsprachigen Tageszeitungen in Deutschland untersucht. Diese Zeitungen haben gemein, dass ihre verkaufte Auflage (Mo-Sa, IVW I/11) 25 000 Exemplare überschreitet. Es existieren keine Studien über die Verbreitung von Wikis in deutschen Redaktionen. Die Ergebnisse der Befragung sollen daher zeigen, wie verbreitet die Arbeit mit Wikis in deutschen Redaktionen ist und ob sie als hilfreich angesehen wird. Die Befragung wurde per Gespräch, via Telefon und E-Mail durchgeführt

3.3 / SCHWIERIGKEITEN UND EINSCHRÄNKUNGEN

Die Ergebnisse der Befragung sollen ein ganzheitliches Bild der redaktionellen Wiki-Nutzung in Deutschland zeigen. Aufgrund der im Folgenden genannten Faktoren kann allerdings nicht ausgeschlossen werden, dass die tatsächliche Zahl wiki-nutzender Redaktionen höher ausfällt, da die Untersuchung sich schwierig gestaltete.

3.3.1 / VERGLEICH DER IVW-ZAHLEN

Die Zeitungen wurden nach verkaufter Auflage von Montag bis Samstag ausgewählt. Titel, die diesen IVW-Wert nicht auswiesen, wurden zum Vergleich des Durchschnitswerts nach der verkauften Auflage Montag bis Sonntag ausgewählt und Titel, die auch diese Ausweisung nicht vorwiesen von Montag bis Samstag/Sonntag oder Montag bis Sonntag. Börsentäglich erscheinende Zeitungen wurden von Montag bis Freitag gemessen.

3.3.2 / KOMPETENTE MITARBEITER FINDEN

Alle Redaktionen sind unterschiedlich aufgebaut. In manchen Unternehmen weiß der Chefredakteur über alle Vorgänge Bescheid, in anderen Redaktionen war die Existenz eines Wikis den leitenden Redakteuren gänzlich unbekannt. Mancherorts existieren Newsdesks, anderenorts sitzen Online-Verantwortliche, ausgegliedert in Subunternehmen an anderen Standorten. Hinzu kommt ein komplexes Geflecht aus Verstrickungen zwischen einzelnen Redaktionen (bezüglich Mantelproduktion, Austausch von Inhalten, Online-Auftritt, etc.) – denn verschiedene Titel bedeuten nicht zwingend, dass die Redaktionen jeweils autark arbeiten. Dennoch wurden Redaktionskooperationen oder gemeinsame Infrastruktur hier nicht gesondert ausgewiesen, da sie in diesem Kontext irrelevant erscheinen. Es existiert ein Kontinuum zwischen gemeinsamer und getrennter Redaktionsarbeit, das eine Einordnung in der Regel unmöglich macht. Um dennoch eine größtmögliche Genauigkeit zu erzielen, wurden in jeder Redaktion Print- und Onlineredakteure befragt, sofern die Existenz eines Wikis zunächst verneint wurde oder unklar war, auch Redaktionsleiter und/oder Chefredakteure. In der Regel konnten Onlineredakteure aufgrund ihrer Nähe zur Materie am besten Auskunft geben. Für Nachfragen wurden Namen, Telefonnummern und/oder E-Mail-Adressen vermerkt.

3.3.3 / AUFKLÄRUNG LEISTEN

Der Großteil aller Befragten wusste zunächst nicht, was ein Wiki ist. Oft wurde angenommen, die Befragung ziele auf die Nutzung von Wikipedia ab (was von einigen Redakteuren sogleich abgestritten wurde), ergründe eine etwaige geheime Kooperation mit WikiLeaks oder verlange die Offenlegung sämtlicher Redaktionsdaten in Wikipedia.

3.3.4 / AUSKUNFT ERHALTEN

Problematisch war die falsche Auffassung von Wikis in Fällen, in denen Redakteure sich nicht befugt sahen, über diese Form der Redaktionsarbeit Auskunft erteilen zu dürfen, selbst wenn ihnen der Begriff „Wiki“ vertraut war. In Folge wurden schriftliche Anfragen an Redaktionsleiter oder Chefredakteure gerichtet, die nur in seltenen Fällen beantwortet wurden. Mehrere Anrufe bei verschiedenen Redakteuren brachten oft Klarheit, wobei ein Teil der Journalisten darum bat, anonym zu bleiben. Ein weiteres Problem bei Journalistenbefragungen ist, dass es allgemein schwierig ist, Befragungen durchzuführen, da sie unter Zeitdruck leiden (vgl. Hohlfeld 2003:246). Durch die extreme Nachrichtenlage im März und April 2011 (Aufruhr und NATO-Einsatz in Libyen; Erdbeben-, Tsunami- und Atomkatastrophe in Japan; historische Landtagswahl in Baden-Württemnberg) war es zeitweise schwierig, Aussagen zu bekommen. Teilweise ergaben sich Wartezeiten von bis zu zwei Monaten.

3.3.5 / EINGRENZUNG AUF REDAKTIONS- UND REGIOWIKIS

Die Befragung bezieht sich lediglich auf redaktionsinterne Wikis und Wiki-Angebote für Nutzer. Nicht berücksichtigt wurden Wikis in anderen Verlagsbereichen (IT, Buchhaltung, Verlagsgeschäftsführung), da sie für die redaktionelle Arbeit geringe bis keine Relevanz aufweisen. Auch redaktionsübergreifende Wikis werden in dieser Befragung nicht aufgegriffen, da ihre Existenz den befragten Redakteuren oft nur ansatzweise bewusst war und Verantwortliche oder Initiatoren der Wikis nicht benannt werden konnten. Vielmehr sollen in der Arbeit beispielhafte Verlagswikis kurz erläutert werden. Desweiteren wurde die Nutzung von Wikipedia, Wikileaks und anderen Angeboten nicht untersucht, da die Grundgesamtheit zu gering ausfällt, um ein dezidierdes Bild der einzelnen Redaktionen zum Umgang mit diesen Quellen zeichnen zu können.

Die gesamte Ergebnisliste der Studie findet sich im Anhang auf Seite 73. In den folgenden Kapiteln werden die Erkenntnisse kurz vorgestellt und ausgewertet.

4 / REDAKTIONSWIKIS

4.1 / EINFÜHRUNG

Die Zahl der festangestellten Journalisten wird in Zukunft weiter sinken, die Fluktuation wird durch die Situation auf dem Medienmarkt vorangetrieben werden (vgl. Simons 2011:204,164). Mit jedem Redakteurswechsel verschwindet auch Redaktionswissen – oft unwiederbringlich. Der Einsatz von innerredaktionellen Wikis kann helfen, einen Wissenspool in der Redaktion aufzubauen. Und auch die crossmediale und interredaktionelle Zusammenarbeit kann mit Wikis unterstützt werden. Allerdings ist vielen Redaktionen das nicht bewusst; durch die naturgemäße Geschlossenheit redaktioneller Wikis ist nicht die Möglichkeit gegeben, sich Beispiele der Konkurrenz anzusehen.

4.2 / REDAKTIONELLES WISSENSMANAGEMENT

Wissensmanagement verfolgt die Aufgabe, Arbeitsprozesse so zu gestalten, dass unternehmenswichtiges Wissen in einem zum primären Wertschöpfungsprozess parallel verlaufenden Ablauf kumuliert wird (vgl. Simons 2007:85). Im Medienbetrieb ist es heute allerdings eher üblich, den Zugriff auf erworbenes Wissen zu verhindern denn zu fördern. Es wird „entsprechend eifersüchtig gehütet und nur in strategisch günstigen Momenten angedeutet" (Hallerberg 2010:169). Wissen wird in Unternehmen zudem als „Machtfaktor" verstanden (Götz 2004:38). Bislang fand redaktionelles Wissensmanagement in deutschen Redaktionen allenfalls halbherzig statt.

Dies ist auf mehrere Ursachen zurückzuführen: Da die Journalismuskultur in Deutschland nicht von Gründlichkeit oder Exklusivität geprägt ist, sehen sich gerade jüngere Journalisten oft als „Medienproduzenten" mit geringem Anspruch an Qualitätsjournalismus. Die Verlagsgeschäftsführung mancher Häuser betrachten Journalismus als ein „flüchtiges Geschäft" und ergreifen keine Maßnahmen zur langfristigen Wissenssicherung. Hinzu kommt, dass viele Journalisten „betriebswirtschaftlich geprägten Management-Methoden abwehrend oder zumindest skeptisch" gegenüberstehen (Hallerberg 2010:169). Dabei ist Wissen im Journalismus „Rohstoff und schließlich auch Endprodukt" (Simons 2007:142).

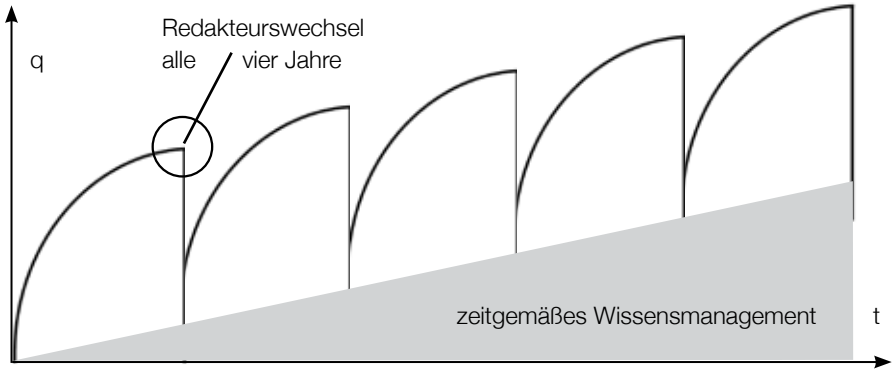


Abb. 1: Alleinredaktion, die Wissensmanagementtools nutzt, nach Simons (2007:149)

In der idealisierten Umgebung einer Alleinredaktion geht der Großteil des redaktionellen Wissens verloren, wenn ein Redakteurswechsel vollzogen wird. Dies ist praktisch natürlich nie der Fall, da in den meisten Redaktionen zumindest rudimentäre Strukturen redaktioneller Wissensbewahrung existieren (Adresskartei, Sekretärin, elektronisches Archiv; vgl. Simons 2007:147). Allerdings ist der Wissensfundus in Medienbetrieben „so enorm, dass er nicht ‚en passant' weitergegeben werden kann" (Toegel 2008:15).

Eine zeitgemäße, ganzheitliche Wissensmanagement-Strategie kann helfen, redaktionelles Wissen langfristig zu sichern und verfügbar zu machen. Dabei sind soziale Software-Systeme wie Wikis optimal, um Aufwand und Kosten dieser Maßnahmen minimal zu halten. Sie sind als Teil des Wissensmanagements ideal für kollaborative Wissenskonstruktion geeignet.

4.3 / UNTERNEHMENSINTERNE WIKIS

Zum unternehmensinternen Wissensaustausch haben sich Unternehmenswikis („Enterprise Wikis") etabliert. Sie werden zunehmend genutzt, um – je nach Unternehmensart und -größe – herkömmliche zentrale Wissensmanagementsysteme zu ersetzen oder zu ergänzen. Da Wissen in Prozessen, die wissensintensiv sind, nicht linear sondern dynamisch und sozial eingebettet vorliegt, eignen sich Wikis im Gegensatz zu herkömmlichen Wissensmanagementsystemen besser, weil das „statische Systemdilemma" herkömmlicher Systeme nicht existiert. Informationen können geteilt oder zusammengeführt, neu geordnet und angepasst werden (vgl. Gronau und Müller 2009:13).

Enterprise Wikis haben klare Vorteile (vgl. Wikipedia 2011a):

› sie können die „Tür zum System“ sein und als Portal auf alle weiteren relevanten Programme verweisen (Adressdatenbank, unternehmensspezifische Anwendungen, etc.)
› sie können das E-Mail-Aufkommen verringern
› sie bieten die Möglichkeit, bestehende Inhalte neu zu strukturieren
› sie sorgen für Konsens
› sie können zugangsspezifisch angepasst werden

In einigen Redaktionen haben sich bereits Redaktionswikis etabliert. Gronau und Müller (2009:14) sprechen von den sieben Wiki-Gestaltungsprinzipien, die erfolgreiches Wissensmanagement bedingen: Offenheit (Wissen frei verfügbar), Inkrement (Strukturen entwickeln sich abhängig von Bedürfnissen), Organik (dynamischer Kontext), Einfachheit (geringe Nutzungsbarrieren), Präzision (Objektivität durch permanente Qualitätskontrolle), Nachvollziehbarkeit (Versionierung der Seiten) und Konvergenz (Zusammenführung redundanten Wissens).

4.4 / MOTIVATION UND NUTZUNGSMOTIVE

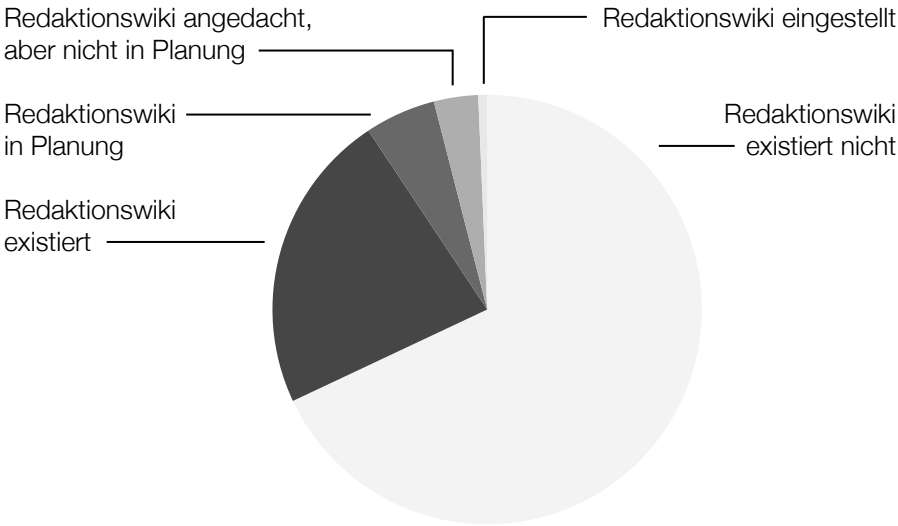
Mehr noch als bei der Mitarbeit an einem öffentlichen Wiki wie der Wikipedia stellt die Mitarbeit an einem Unternehmens- oder Redaktionswiki (die ja in der Regel während der Arbeitszeit geschieht) viele Menschen vor eine Interdependenzsituation[12], ein „soziales Dilemma“ (Kimmerle 2008). Dabei steht die Frage im Vordergrund, ob sich Zeitverbrauch und Nutzen einer Tätigkeit die Waage halten: Denn je mehr Wissen geteilt wird, umso mehr Zeit und Anstrengung muss investiert werden, um es für andere verständlich niederzuschreiben. Wenn alle Mitarbeiter sich am Wiki beteiligen, ist die Gruppe besser gestellt, als wenn jeder Mitarbeiter sein Wissen für sich behält. Dennoch ist der Einzelne theoretisch besser gestellt, wenn er sein Wissen für sich behält. Behalten allerdings alle Mitarbeiter ihr Wissen für sich, enthält das Wiki keine oder nur wenige Informationen, und jeder muss sich die Inhalte selbst erarbeiten, wodurch er wiederum schlechter gestellt ist, als würden alle Mitarbeiter ihr Wissen teilen (vgl. ebd.). Viele Mitarbeiter glauben zunächst, sich durch das Teilen von Wissen ersetzbar zu machen. Thoeny (2010) hält dem entgegen, dass man sich im Informationszeitalter mit dem Teilen von Wissen eher einen Status als „Guru“ etablieren kann.

12 wechselseitige Abhängigkeit

4.5 / VERBREITUNG VON REDAKTIONSWIKIS

Die Befragung ergab, dass 23% der untersuchten Redaktionen ein Redaktionswiki nutzen, 3% ein Redaktionswiki andenken und 5% es konkret planen. Alle anderen Redaktionen nutzen kein Wiki, in einer Redaktion (0,6%) wurde es aufgrund mangelnder Aktivität wieder eingestellt.

Abb. 2: Nutzung von Wikis in deutschen Redaktionen



In der Praxis werden Wikis in deutschen Medienunternehmen unterschiedlich genutzt: Die Financial Times Deutschland nutzt schon seit 2001 ein Wiki, das mittlerweile einen fester Bestandteil der redaktionellen Arbeit in der Onlineredaktion eingenommen hat. Jetzt werden die Print-Kollegen ins Boot geholt und das Wiki auf eine kommerzielle Software umgezogen, über die Verzeichnisbäume simuliert werden können und weniger internet-affine Kollegen in Word-Dokumente schreiben können, die mit den Wiki-Seiten synchronisiert werden. Die Hannoversche Allgemeine Zeitung nutzt seit 2005 ein Wiki in der Printredaktion: Auf mehr als 5600 Seiten werden dort

Themen geplant und Termine verwaltet. Partnerredaktionen können auf die Inhalte zugreifen und sich so mit dem Blatt abstimmen. Auch die Redaktion der Rhein-Zeitung nutzt intensiv ein Wiki zur Blattplanung, für Dienstpläne und mehr. In der taz gibt es sogar eigene Wikis für jede Abteilung, beim Münchner Merkur dient ein Wiki lediglich zum Finden geeigneter Fotostrecken. In vielen Fällen aber wird das Wiki nur als Datei- und Dokumentenablage verstanden, in manchen Redaktionen ist es eingeschlafen.

Details zu Redaktionswikis vieler Redaktionen finden sich im Anhang auf Seite 89.

Die aus den Gespräche mit Journalisten der befragten Redaktionen gewonnenen Erkenntnisse über Redaktionswikis werden an dieser Stelle dargelegt.

4.5.1 / MANGEL AN PERSONAL UND INNOVATION

Vielen Redaktionen mangelt es an Personal und Kapital: „Unser Wissensmanagement findet im Kopf eines jeden Einzelnen statt", „Unser Verlag hat nichtmal Geld für eine ordentliche Website", „Wir haben jetzt schon zu wenig Kapazitäten" waren häufig entgegnete Aussagen.

Keine der untersuchten Redaktionen hatte Mitarbeiter, deren Hauptaufgabe das Koordinieren von Wissen ist. Der von Simons (2011:197) angeführte „Knowledge Desk" ist in deutschen Redaktionen noch inexistent. Dabei war es vollkommen irrelevant, wie groß die Redaktion war. Wikis sind relativ regelmäßig über deutsche Redaktionen – von groß bis klein – verteilt.

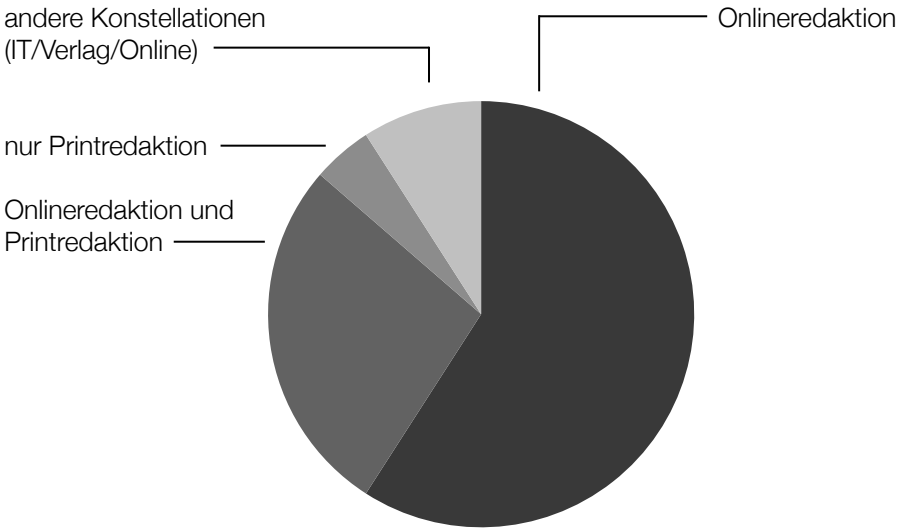
Ein Problem ist eher die Kommunikation: Selbst wenn Wikis in der Redaktion existierten, wussten manche Redakteure nicht einmal davon. In manchen Häusern wird das Wiki auch nur zur Verwaltung von Dokumenten und Abläufen genutzt oder liegt brach.

In Redaktionen ohne redaktionelles Wiki war zu beobachten, dass oftmals aber die Finanz- oder IT-Abteilung (bzw. EDV) ein Wiki nutzt. Ein Austausch über die Möglichkeiten dieses Tools findet allerdings nicht statt, weil IT und Redaktion oft nebeneinanderher arbeiten. Diese Trennung von Redaktion und Technik ist auch noch heute symptomatisch für (Online-)Redaktionen (vgl. Alkan 2007:116).

4.5.2 / NUTZUNG HAUPTSÄCHLICH IN DER ONLINEREDAKTION

Nur knapp 5 Prozent aller wiki-nutzenden Redaktionen arbeiten im Print. Dagegen werden mehr als 60 Prozent der Wikis ausschließlich in Onlineredaktionen verwendet, fast 30 Prozent kombiniert in Print- und Onlineredaktion. Als Grund für diese Korrelation kann die thematische Nähe der Onlineredakteure zu sozialen Softwaresystemen oder einer größeren Offenheit gegenüber neuartigen technischen Werkzeugen, gesehen werden.

Abb. 3: Nutzung von Wikis in deutschen Redaktionen nach Abteilung



Werte ermittelt auf Basis von 22 Rückmeldungen aus 30 Redaktionen.
Für weitere Redakionen lagen bis Druckunterlagenschluss keine Daten vor.

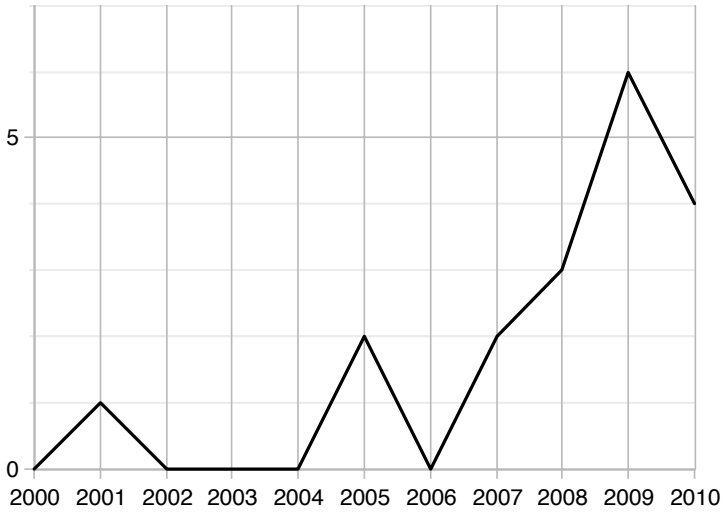
4.5.3 / DIE ZAHL DER REDAKTIONSWIKIS STEIGT

Die Zahl der neu etablierten Redaktionswikis ist in den vergangenen Jahren bis 2009 stetig gestiegen und verzeichnete ihren bisherigen Höhepunkt mit sechs Neugründungen in einem Jahr.

Das erste Wiki der Financial Times Deutschland im Jahr 2001, dem gleichen Zeitraum in dem die Wikipedia online ging, war bis 2005 unangefochtener Einzelkämpfer. 2005 dann wurden kamen zwei Wikis dazu. Der Anstieg ab 2007 kann aus der zunehmenden Popularität von Wikis geschlossen werden, aber auch aus Redakteurswechseln, wobei das Wissen um ein Wiki von Redaktion zu Redaktion weitergetragen wurde.

Im Jahr 2010 ist ein leichter Abstieg zu verzeichnen, der Wert wird sich aber voraussichtlich im Bereich von zwei bis drei Neugründungen festigen.

Abb. 4: Gründung neuer Redaktionswikis nach Jahr

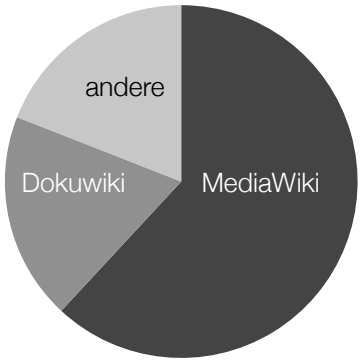


Werte ermittelt auf Basis von 20 Rückmeldungen aus 30 Redaktionen.
Für weitere Redakionen lagen bis Druckunterlagenschluss keine Daten vor.

4.5.4 / MEDIAWIKI BELIEBT

Der Großteil der befragten Redaktionen (62%) nutzt MediaWiki als System für das Redaktionswiki. Teilweise wurde es gewählt, weil Redakteure bereits in der Wikipedia geabeitet haben und demnach mit Funktionen und Syntax vertraut waren. Verbreitet ist außerdem das System Dokuwiki, andere genutzte Wikis sind Redmine, Confluence, JWiki und WackoWiki. In fast jeder Redaktion sind die Wikis passwortgeschützt, zum Bearbeiten muss man in den meisten Fällen angemeldet sein.

Software der Redaktionswikis



4.5.5 / VIELE WIKIS, WENIGE SEITEN

Der Großteil der Redaktionswikis hat nur sehr wenige Seiten, was daran liegt, dass viele Redaktionen ihr Wiki lediglich als Dokumentenablage oder zur Dokumentation technischer Abläufe nutzen. Im mittleren Bereich finden sich keine Wikis, erst wieder mit mehr als 1000 Seiten, was sich in der Regel aus der Nutzung als Terminkalender ergibt.

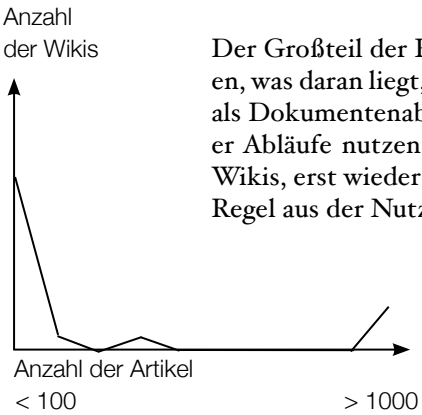


Abb. 5 und Abb. 6: Werte ermittelt auf Basis von 21 Rückmeldungen aus 30 Redaktionen. Für weitere Redakionen lagen bis Druckunterlagenschluss keine Daten vor.

4.6 / ÜBERLEGUNGEN FÜR EIN REDAKTIONSWIKI

Ein Wiki kann ein vollwertiges Intranetangebot darstellen. Alkan (2007:244) nennt folgende Erfolgsfaktoren für ein Intranet: Im Idealfall gibt es eine Redaktion, die relevante Inhalte bereitstellt, Aktualität gewährleistet, Vorteile neuer Technologien ausschöpft, den Nutzen des Intranets transparent macht, die Zusammenarbeit mit der IT verbessert, eine Plattform in Einklang mit der Unternehmensstrategie bietet, eine Wissensplattform aufbaut, klare Kompetenzverteilung vornimmt und sich auf wertbringende Inhalte konzentriert. All diese Faktoren können mit einem Redaktionswiki verwirklicht werden.

Ein Redaktionswiki kann auch ganz anders genutzt werden: als Wissensdatenbank für die Berichterstattung beispielsweise. Als Wissensbasis für Freie und Korrespondenten. Ein Wissensstamm geprüfter Informationen. Dies kann besonders bei großen Zeitungen von Vorteil sein, die über ein breites Netz an Freien und Korrespondenten verfügen. Diese könnten ihr Wissen einpflegen, das nach einer Sichtung durch Dokumentare freigegeben wird. Das bringt Zeitersparnis bei der Recherche und langfristig eine wertvolle Wissensbasis. Die kann später auch Geschäftskunden zugänglich gemacht werden und als zusätzliche Erlösquelle dienen.

Im Folgenden widmen wir uns aber dem Aufbau eines „klassischen" Redaktionswikis. In den Prozess der Entwicklung sollten alle Mitarbeiter eingebunden werden, um ein für alle Seiten optimales Intranet aufzubauen.

4.6.1 / ZIELE DEFINIEREN

Vor dem Aufbau eines Wikis sollten klare Ziele definiert werden. Wikis sollten als Mittel eines ganzheitlichen Wissensmanagement-Ansatzes dienen. Deshalb muss gefragt werden: Mit welchen Mitteln, Wiki inklusive, kann und soll etwas erreicht werden?

4.6.2 / ABRÜCKEN VOM VORBILD WIKIPEDIA

Oft wird der Fehlschluss gezogen, was bei Wikipedia funktioniere, funktioniere in jedem Wiki. Dabei sind Wikis keine Allheilmittel: Es ist nicht möglich, im Vorhinein zu prognostizieren, ob diese Form des Wissensdialogs im jeweiligen Umfeld funktioniert oder nicht. Insbesondere die Umkehrung des Content Lifecycle (erst publizieren, dann kontrollieren) ist zunächst ungewohnt für Journalisten. Wichtig sind im Vorhinein ein offenes Betriebsklima, und das Okay der Geschäftsführung, die dem Vorhaben nicht im Wege stehen darf.

4.6.3 / ABGRENZEN ZWISCHEN WIKI UND ANDEREN DIENSTEN

Wikis zeigen einen klaren Vorteil gegenüber herkömmlichen Intranet-Anwendungen: Ihre Struktur kann bestenfalls von jedem Mitarbeiter angepasst und optimiert werden. Sie verringern außerdem den Mailverkehr. Doch im Vergleich zu Mailverteilern sind Wikis ein Pull-Medium: Der Rezipient muss sich die gewünschten Informationen selbst holen. Es muss geklärt werden, welche Dokumente und Inhalte im Wiki gesammelt werden, um nicht redundant zu sein oder vergessen zu werden.

4.6.4 / SOFTWARE UND FINANZIERUNG

Am Beispiel der Financial Times Deutschland ist erkennbar, dass ein auf die Bedürfnisse der Redaktion zugeschnittenes Wiki sehr praktisch ist – allerdings kann auch mit freier Software viel erreicht werden, da viele Medienunternehmen ihre Hände unter finanziellen Sparmaßnahmen gebunden sehen. Wer offene Software nutzt, kann das Geld an anderer Stelle investieren. (Idealerweise auch etwas in die Unterstützung der Entwicklern.) Es muss auch nicht immer MediaWiki sein: Andere Systeme können dem Zweck eines Redaktionswikis viel dienlicher sein. Sollte es aber doch der „Klassiker" unter den Wikis sein, empfehlen sich viele Erweiterungen, die es mittlerweile gibt, um die Usability zu verbessern. Beispielsweise die Extension „WikEd", die bereits in die Wikipedia implementiert wurde und sowohl ein optimiertes Design als auch einen simpleren Bearbeitungsmodus bietet. Seit Januar 2011 gibt es außerdem „Bluespice", eine Erweiterung für MediaWiki im unternehmensinternen Einsatz.

4.6.5 / WER RICHTET ES EIN?

Oftmals ist die IT-Abteilung mit der Wartung bestehender Systeme schon genug belastet. Christof Barths Untersuchung zweier Online-Redaktionen zeigte, dass die Zusammenarbeit von Redaktion A mit einem externen Dienstleister bessere Resultate hervorbrachte als Redaktion B mit der hauseigenen IT. (vgl. Barth 2004:212). Das liegt in erster Linie an der besseren Abstimmung der externen Dienstleister mit den Anforderungen der Redaktion, während IT-Abteilungen in der Regel unterbesetzt sind. Die Zusammenarbeit von IT und Online-Redaktion ist in der Regel eine intensivere als die der IT mit anderen Abteilungen, und die Klärung der Zuständigkeiten, des Zeitaufwands und der Verzahnung ist unabdinglich (vgl. Alkan 2007:117). Idealerweise kann natürlich auch ein technisch affiner Redakteur das System installieren – sofern die Zeit es erlaubt.

4.6.6 / WIE SOLL ES HEIßEN?

Geben Sie Ihrem Wiki am besten einen eigenen Namen, statt es nur „Redaktionswiki“ zu nennen. DIE TAGESZEITUNG hat zum Beispiel das TAZWIKI, in der Redaktion der HANNOVERSCHEN ALLGEMEINEN ZEITUNG heißt es NEWSROOM. Ein Name sorgt für eine klare Identifikation mit dem Intranet.

4.6.7 / WELCHE INHALTE SOLL ES BIETEN?

Ein Redaktionswiki kann alle Inhalte bieten, die Sie ihm anvertrauen. Dabei sollte im Rahmen einer Konferenz darüber diskutiert werden, welche Inhalte ins Wiki gestellt werden sollen/dürfen und welche nicht. Das ist einerseits im Interesse des Unternehmens, wenn es um sensible Daten geht, und im Interesse jedes Einzelnen – denn rechtlich zählen Intranets nicht als geschlossene Netzwerke. Dennoch sollte kein zu verkrampfter Umgang mit Inhalten im Wiki gewählt werden, wenn bedacht wird, dass sogar die US-Geheimdienste ein internes MediaWiki betreiben (die „Intellipedia“), in dem höchst vertrauliche Dokumente zur gemeinsamen Bearbeitung freigegeben sind.

Wichtig ist, dem Wiki eine Grundstruktur zu geben, denn ein leeres Wiki kann hinderlich sein, um Nutzer zur Beteiligung anzuregen. Erste Inhalte verdeutlichen dem User das Potenzial des Wikis (vgl. Nielsen 2009). Dazu sollten vor allem Inhalte aus bestehenden Strukturen integriert werden.

Folgende Bereiche können Anhaltspunkte beim Aufbau des Wikis sein:

Aktuelles: Nachrichten oder Blog (ein Blog im Wiki heißt „Bliki“) von einzelnen Mitarbeitern oder Abteilungen; Neuerungen im Team (Vorstellung von Praktikanten und Volontären), Änderungen am Redaktionssystem, Beschlüsse aus Konferenzen, Verweise auf nützliche Webinhalte, Betriebsratsbeschlüsse

Human Ressources: Willkommensbereich für neue Mitarbeiter mit Hinweisen und Handreichungen; „Wissenslandkarte“ (jeder Mitarbeiter stellt sich auf einer Benutzerseite mit Kontaktdaten, Interessen und Fachgebiet vor); Kürzelliste; Organigramme; Dienstpläne; Verzeichnis freier Mitarbeiter (Fotografen, Illustratoren, Autoren); Veranstaltungshinweise

Blattplanung: Themenideen; Themenplanung; Termine; Dossiers; Leserfeedback; Interviewpartnerverzeichnis; Brainstormingergebnisse

Routinen: redaktionelle Abläufe; technische Abläufe; Best-Practice-Modelle

Technik: IT-Wunschliste, Bugs, Hilfestellung

Dokumentation: wichtige Dateien; Redaktionsstatut; Informationen zum Verbreitungsgebiet (gerade bei regionalen und lokalen Titeln); Stilfibel (Namensschreibweisen, spezifische Formalia); Glossar, Fehlerdokumentation

Kollaboratives Schreiben („Collaborative Authoring"): langzeitige Beobachtung von umstrittenen lokalen Projekten (z.B. Flughafen BBI, Stuttgart21)

Projekt- und Changemanagement: Entwicklung von Projekten (SEO, mobile Apps, Optimierung von Arbeitsabläufen, Organisation von Redaktionsfeiern, ...); Archiv für abgeschlossene Projekte; längerfristige Veränderungen

FAQ: Presse- und Medienrecht, Community Management, Firmengeschichte

4.6.8 / MENSCH UND SYSTEM ZUSAMMENBRINGEN

Viele Mitarbeiter haben anfangs Berührungsängste mit Wikis. Werden diese nicht abgebaut, kann sich eine langfristige Abneigung gegen die Software entwickeln. Es empfiehlt sich daher, Schulungen zu geben, in denen die Funktionsweise kurz erläutert wird. Unbedingt sollte eine Seite als so genannte „Sandbox" angeboten werden, in der sich alle User am Wiki ausprobieren können.

Es können Anreizsysteme geschaffen werden, um die Mitarbeit zu fördern, allerdings sollten diese Anreize nicht der Hauptgrund zur Mithilfe sein. Neue Nutzer der oben genannten „Intellipedia" bekommen beispielsweise eine Gartenschaufel geschenkt. Sie trägt die Aufschrift „I dig Intellipedia. It's wiki, wiki, Baby!" In der Wikipedia werden virtuelle Sterne („Barnstars") an herausragende Nutzer vergeben.

4.6.9 / WER KÜMMERT SICH?

Die bloße Existenz eines Wikis reicht nicht aus, um Wissensbewahrungsstrukturen in der Redaktion aufzubauen. Idealerweise sollte ein Wikiguardian abgestellt werden (oder eben ein „Knowledge Desk" etabliert). In vielen Redaktionen gestaltet sich dies aufgrund fehlender Ressourcen aber schwierig. Zumindest sollte versucht werden, so das Wiki im redaktionellen Alltag aktiv zu nutzen, in einer der täglichen Redaktionskonferenzen aktuelle Entwicklungen im Wiki kurz anzusprechen und auf Inhalte dort hinweisen.

4.7 / FAZIT

Fast ein Viertel der deutschen Redaktionen nutzt Wikis in der Produktion. Hauptsächlich Onlineredaktionen nutzen diese Art der kollaborativen Wissenskonstruktion, meist auf MediaWiki. Die Zahl der Redaktionswikis ist in den vergangenen Jahren angestiegen.

Der Aufbau eines Redaktionswikis ist mit vielen Hürden versehen und kostet zunächst personelle Kapazitäten. Damit sich ein Redaktionswiki etablieren kann, muss es einen Mehrwert haben, der die Redakteure dazu bringt, es täglich (oder zumindest häufig) zu frequentieren. Nur dann kann das Wiki erfolgreich einen Beitrag zum redaktionellen Wissensmanagement leisten.

5 / REGIOWIKIS

5.1 / EINFÜHRUNG

Die Aufgabe von Nachrichtendienstleistern in Zukunft müsse nicht nur sein, informative und unterhaltsame Inhalte zur Verfügung stellen, sondern auch „attraktive Aktionsräume, auf denen die Nutzer interagieren und Informationen austauschen können", beschreibt Simons (2011:11). Diese Aktionsräume können beispielsweise Wikis sein, deren Inhalt idealerweise in den journalistischen Wertschöpfungsprozess eingebunden wird. Wikis sind hierbei ein Mittel der Transparenz und Mitbestimmung. Im folgenden soll auf eine Form dieser Aktionsräume eingegangen werden: Regiowikis.

5.2 / REGIONALE WIKIS

Regiowikis sind lokale oder hyperlokale Wikis, die sich einem begrenzten geografischen gebiet zuordnen lassen. Es existieren ca. 100 Regionalwikis weltweit, davon etwa ein Drittel in Europa (vgl. Simons 2011:65). Sie enthalten Informationen zu lokalen Persönlichkeiten, Vereinen, Institutionen, Bauwerken, zur Flora und Fauna oder für die Region bedeutenden Ereignissen.[13]

Simons (2011) teilt die Träger von Regionalwikis in vier Gruppen ein:

› unabhängige Träger
› gewerbliche Dienstleister (als Referenz)
› Kommunen und Gemeinden
› Regionalverlage

Die meisten Regionalwikis sind nichtkommerziell, werbefrei selbstverwaltet und unabhängig (vgl. Simons 2007:229).

13 Der wissenschaftliche Sammelband „Die Faszination des Lokalen: Regiowikis als Wissensspeicher im Web 2.0" von Prof. Dr. Stefan Selke, erscheint im August 2011.

Das erste Wiki dieser Art – es startete 2004 – und bis heute das größte ist das Stadtwiki Karlsruhe[14], das von einem unabhängigen Verein getragen wird. Das erste deutsche von einem Medienhaus betreute Regiowiki stammt von der Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen aus Kassel, es wurde im Januar 2006 ins Leben gerufen[15]. Mittlerweile gibt es acht Regiowikis in Deutschland, die von Medienunternehmen betrieben werden.

5.3 / MOTIVATION UND NUTZUNGSMOTIVE

Regionalwikis richten sich an Zugezogene wie alt Eingesessene, an junge und an alte Menschen. Die Mitarbeit an einem Regiowiki dient in der Regel zur Stärkung der lokalen Identität. Ähnlich der Wikipedia kann bei Autoren an einem Regiowiki darauf geschlossen werden, dass sie davon motiviert werden, an einem „großen Ganzen" mitzuwirken, einem Projekt mit Bestand – für die Region.

Ein wichtiger Faktor in diesem Zusammenhang ist auch das so genannte „Flow-Erleben", das von Csíkszentmiháli beschrieben wurde. Das Flow-Erleben, also die vollkommene Aufgabe in einer Tätigkeit, sorgt dafür, dass Nutzer auch längerfristig aktiv bleiben. Die Arbeit wird nicht als anstrengend empfunden, sondern ausschließlich als interessant und befriedigend (vgl. Kimmerle 2008).

5.4 / VERBREITUNG VON REGIOWIKIS

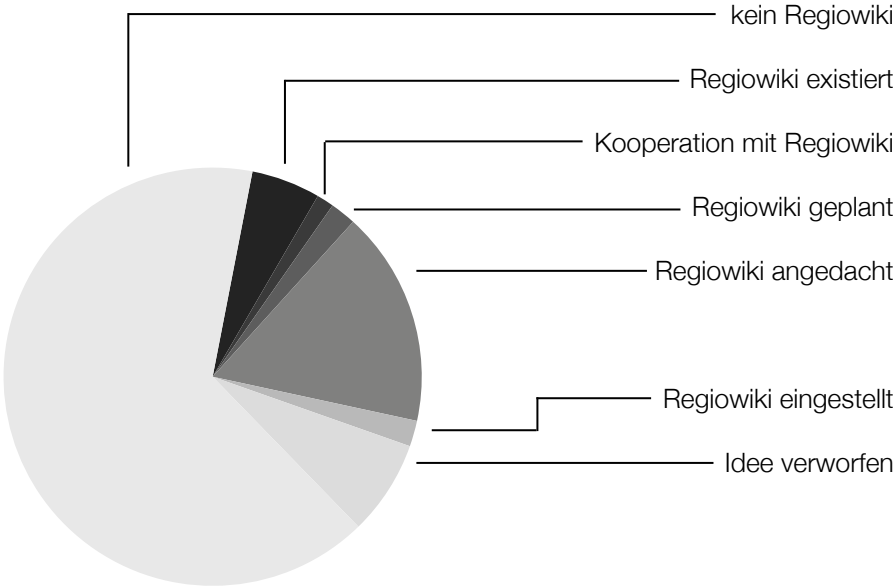
Die Befragung ergab, dass 5% der untersuchten Redaktionen ein Regiowiki betreiben, 1% eine Kooperation mit unabhängigen Regiowikis eingegangen ist, 17% ein Redaktionswiki andenken und 2% es konkret planen. 7% haben die Idee verworfen, und 2% ihr einstiges Wiki wieder eingestellt.

Details zu den verschiedenen Regiowikis und Interviews mit den Projektverantwortlichen finden sich im Anhang auf Seite 89.

14 http://ka.stadtwiki.net

15 http://regiowiki.hna.de

Abb. 7: Nutzung von Regio-Wikis



Die aus den Gespräche mit Journalisten der befragten Redaktionen gewonnenen Erkenntnisse über Regiowikis werden an dieser Stelle dargelegt.

5.4.1 / GRÜNDE GEGEN EIN REGIOWIKI

Einige Redaktionen schrecken vor dem Aufbau eines Regiowikis zurück, weil es bereits ähnliche Angebote in der Region gibt. Eine Kooperation ist oft nicht gewünscht, stattdessen wird die Idee verworfen. Einige Journalisten äußern Bedenken, dass man den Vandalismus in Regiowikis nicht in den Griff bekommen kann. Sie setzen lieber auf Systeme mit weniger Rechten für den User (Fotocommunity o.ä.). Der am häufigsten genannte Grund gegen ein Regiowiki waren fehlende Personalkapazitäten und nicht vorhandenes Budget.

5.4.2 / GRÜNDE FÜR EIN REGIOWIKI

Als Gründe für den Aufbau eines Regiowikis werden der Erfolg von Wikis und Wikipedia genannt; das steigende Renommee der Zeitung durch das Wiki-Angebot; die Stärkung der regionalen Kompetenz; das Erreichen von Menschen, die bislang keine Leser der Zeitung waren; ein Wiki ohne lästige Relevanzdiskussion und die Möglichkeit, das Wiki als Contentquelle zu verwenden.

5.4.3 / KONZENTRATION DER REGIOWIKI-ANGEBOTE

Es ist zu beobachten, dass sich eine eine Konzentration von Verlags-Regiowikis in Mittel- und Süddeutschland ergibt. Besonders in Hessen und Niedersachsen existieren viele Angebote auf engem Raum miteinander.

5.4.4 / WIKI-SOFTWARE

Alle existierenden Regiowikis setzen auf die Software MediaWiki.

5.5 / ÜBERLEGUNGEN FÜR EIN REGIOWIKI

Wenn die Überlegung im Raum steht, ein Regiowiki aufzubauen, tut man sich am besten daran, die „Konkurrenz“ anzusehen oder nachzufragen. Momentan gibt es noch sehr wenige verlagseigene Regiowikis in Deutschland – da kann jeder von jedem noch etwas dazulernen. Ein wichtiger Punkt ist die Glaubwürdigkeit und Transparenz: So sollte überlegt werden, ob es sich anbietet, das Wiki in offener Trägerschaft (Verein o.ä.) aufzubauen.

5.5.1 / INHALTE SCHAFFEN

Bevor das Regiowiki groß beworben wird, müssen Inhalte geschaffen werden. Mindestens 1000 vollwertige Artikel sollte der Wissensstamm haben, um Anreize zur Mitarbeit zu schaffen. Alle Redakteure sollten aus ihrem Fachgebiet einige Artikel beitragen, im Zeitungsarchiv sollte nach Serien oder Beiträgen geforscht werden, die sich importieren lassen. Im Stadtarchiv kann weiteres Material oder eine Kooperation angefragt werden. Auch mit anderen Institutionen oder Verbänden können Kooperationen angestrebt werden.

5.5.2 / DAS REGIOWIKI BEWERBEN

Im Print und auf der Website sollte das Regiowiki beworben werden. In thematisch passenden Artikeln der Zeitung sollte ein Hinweis zum Wiki nicht fehlen.

5.5.3 / HILFESTELLUNG LEISTEN

Idealerweise sollte sich ein Redakteur in Vollzeit oder in Teilzeit um das Wiki und seine Autoren kümmern. Über einen Autorenstammtisch kann der persönliche Kontakt aufgenommen werden, Schulungsangebote gegeben werden. Auch in der Zeitung oder online kann Hilfe gegeben werden, beispielsweise mit Tipps zu ersten Schritten im Wiki.

5.5.4 / VERNETZUNG VORANTREIBEN

Vernetzen Sie sich mit anderen Zeitungen im Einzugsbereich des Wikis oder mit anderen Wikis im Verbreitungsgebiet Ihrer Zeitung. Aber vernetzen Sie sich auch mit anderen Systemen, indem Sie zum Beispiel die Integration von Bildern der Wikimedia Commons (einem Schwesterprojekt der Wikipedia) erlauben oder eine Authentifikation via Facebook anbieten.

5.5.5 / KEINE MONETARISIERUNG ANSTREBEN

Regiowikis sollten Herzensprojekte sein, die der Zeitung als Gesamtprodukt dienen – durch einen positiven Imagetransfer oder eine verstärkte Leser-Blatt-Bindung. Dementsprechend sollte die Lizenzierung der Inhalte, soweit möglich, offen sein, um ein transparentes und für den User vollwertiges Angebot zu schaffen.

5.6 / FAZIT

Regiowikis benötigen gründliche Pflege, und das tatsächliche Außmaß ihres Erfolgs zeigt sich erst nach einigen Monaten. Für regionale und lokale Verlagen bieten sich mit Regiowikis kostengünstige Möglichkeiten, das Verlagsportfolio um ein wertvolles und beständiges Angebot zu erweitern, das nicht nur der Zeitung, sondern auch den Lesern zugute kommt.

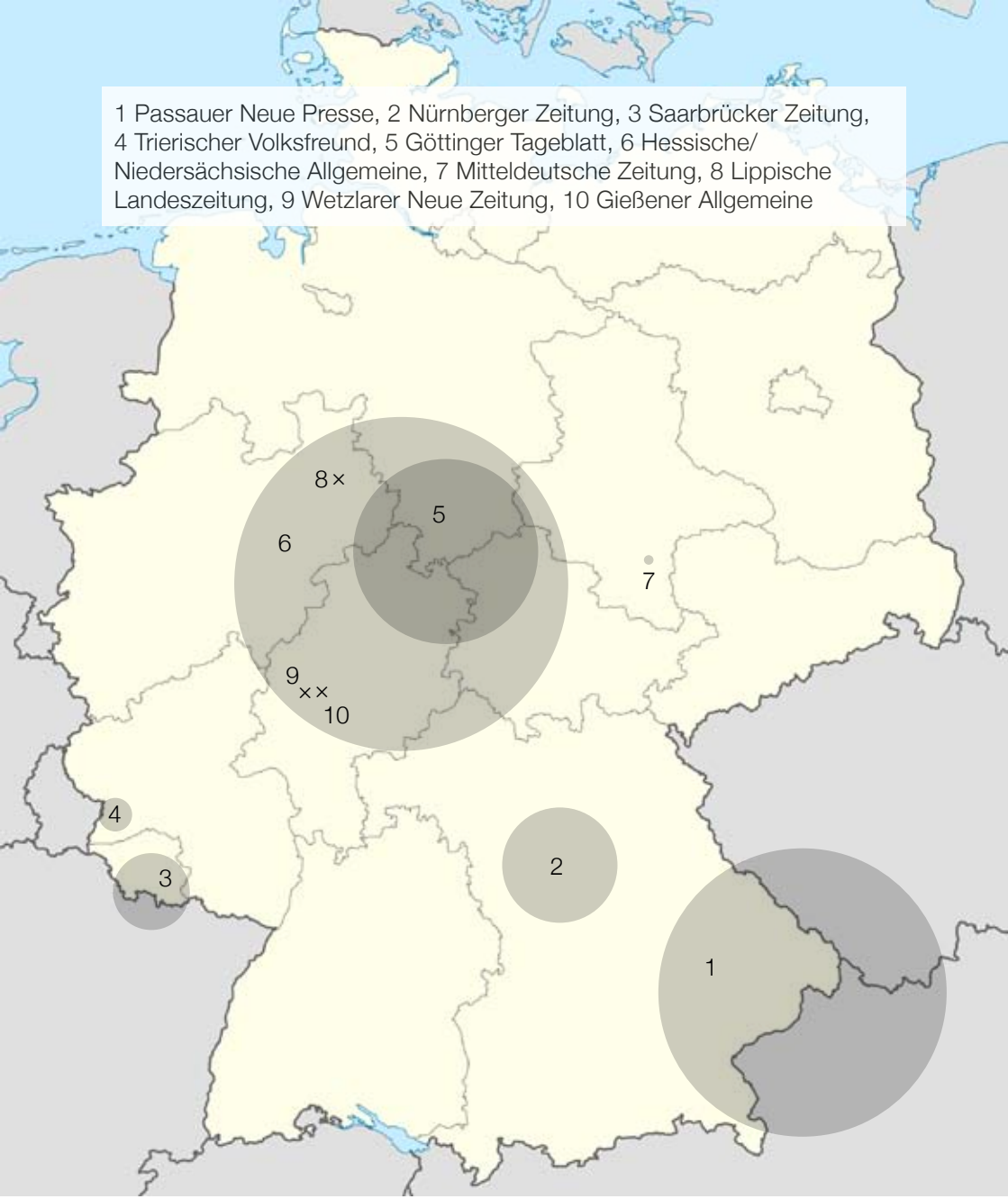


Abb. 8: Von Medienhäusern geführte Regiowikis in Deutschland, Kreisgröße entspricht Artikelzahl, × bedeutet geplante Regiowikis

6 / WIKI-EXPERIMENTE

6.1 / EINFÜHRUNG

Dem großen „Vorbild“ Wikipedia nach probierten sich schon manche Medien an Wikis aus – was oft mit einem Imageschaden endete. Geglückte und gescheiterte Ansätze werden in diesem Kapitel in einer Auswahl vorgestellt.

6.2 / DER EDITIERBARE LEITARTIKEL (LOS ANGELES TIMES)

Im Jahr 2007 unternahm die Los Angeles Times im Rahmen einer Umstrukturierung der Meinungsseiten den Versuch, „Wikitorials“[16] einzuführen. Geleitet wurde das Projekt vom politischen Kommentator und Kolumnisten Michael Kinsley (Gründer von Slate.com), der gerade Meinungs-Chef geworden war. Er bezeichnete Wikitorials als „one of those things that within six months [may] be standard. It's the ultimate in reader participation“ (vgl. Shepard 2005). Hierzu sollten nicht nur Experten und Leser gelegentlich Leitartikel schreiben dürfen, sondern auch ausgewählte Meinungsstücke zum Bearbeiten zur Verfügung gestellt werden.

Das Bestreben erntete Unmut in der Redaktion, besonders weil Kinsley die Pläne in einem Kopierer hatte liegen lassen, bevor er sie in der Redaktion kommunizierte (vgl. Seipp 2005). „I think it's absolutely crazy to have outsiders writing editorials at all. What happens to the institutional voice?“, beschwerte sich Jack Nelson, der ehemalige Washingtoner Bürochef der Los Angeles Times (vgl. Shepard 2005). „The idea of giving everyone who wants one an opportunity to express an opinion puts letters-to-the-editor to shame“, entgegnete Kinsley. Diese „Deinstitutionalisierung“ der Sichtweise der Zei-

16 Kombination aus „wiki“ und „editorial“ („Leitartikel“), ursprünglich unter http://www2.latimesinteractive.com/wiki/index.php/Wikitorial

tung wurde von Kritikern bemängelt, weil sie die Journalisten des Hauses degradiere (vgl. Seipp 2005).

Bereits vor der Einführung befürchtete Jeff Jarvis (2005), dass das Konzept scheitern würde: „Sounds like a cool idea ... but I think it goes up against the essential nature of wikis and probably won't work. Wikipedia brags about its NPOV (neutral point of view) enforced by the wisdom of the crowd and the desire to get the facts right and maintain a valuable resource. An editorial is, of course, not neutral. And so what you'll likely find is a never-ending wikiwar: yes he did, no he didn't, he did, no he didn't, yes he did, no he didn't, nya, nya, nya ...“

Im Leitartikel forderte der Journalist die US-Regierung auf, Ziele zu setzen, um US-Truppen durch Iraker zu ersetzen und die Truppen abzuziehen, auch wenn diese Ziele nicht erreicht würden[17] (vgl. Cozens 2005). Vom 17. Juni bis frühen 19. Juni war die Funktion als „public beta“ (Shepard 2005a) verfügbar, was sich als schwierig erwies, da Kriegsgegner und -befürworter aufeinander trafen. Voraussetzung war, auf latimes.com registriert zu sein und den „Terms of Service“ zuzustimmen, die Inhalte verboten, die „verunglimpfend“ / „fehlerhaft“ / „unlauter“ sind oder „grobe Übertreibung und unbelegte Behauptung“. Beinahe 1000 User haben am Experiment teilgenommen.

Abb. 9: Wikitorial der Los Angeles Times

17 http://www.latimes.com/news/opinion/la-ed-iraq17jun17,0,6259238.story?coll=la-news-comment-editorials

Der Ablauf des Wiki-Experiments lässt sich nur vage anhand Cozens (2005), Glaister (2005) und Shepard (2005a) nachzeichnen:

Freitag, 17. Juni 2005

› wenige Stunden nach Onlineschaltung gibt es leichte Änderungen am Text
› erster Fall von Vandalismus: ein User benennt die Seite in „Fuck USA“ um
› die Redaktion revidiert die Änderung und löscht dabei versehentlich andere Nutzerbeiträge, was Unmut unter den Nutzern hervorruft

Samstag, 18. Juni 2005

› am frühen Morgen verschärfen Leser den Ton des Kommentars: „The Bush administration should be publicly charged and tried for war crimes and crimes against humanity.“
› 9 Uhr morgens: ein Leser löscht den Kommentar und ersetzt ihn durch eigenen Text, der die Gesamtaussage des Textes allerdings nicht verändert
› der Kommentar wird durch ein einfaches „Fuck USA“ ersetzt
› der Kommentar wird zweigeteilt, in ein Pro und Contra
› um 20:32 Uhr wird im Forum slashdot.org auf das Wikitorial hingewiesen, der Vandalismus verstärkt sich
› anfangs wurden böswillige Änderungen von der Redaktion revidiert, dann „mussten die Redakteure ins Bett“

Sonntag, 19. Juni 2005

› im Laufe der Nacht wird die Seite mit Goatse-Bildern[18] geflutet
› kurz vor 4 Uhr morgens ruft ein User im Newsroom an und weist darauf hin, dass pornographisches Material auf der Website zu finden ist, woraufhin das komplette Wiki vom Netz genommen wird

18 Das Bild, das ursprünglich auf der Website http://goatse.cx auffindbar war, war eine der ersten „Schockseiten“ im Internet, die in der Szene Kultstatus erreichte. Es zeigt einen nackten Mann, der seinen Anus mit beiden Händen etwa auf die Größe seiner Hand ausdehnt, wobei sein Rektum sichtbar wird.

Where is the wikitorial?

Unfortunately, we have had to remove this feature, at least temporarily, because a few readers were flooding the site with inappropriate material.

Thanks and apologies to the thousands of people who logged on in the right spirit.

Abb. 10: Die geschlossene Seite

Das Projekt wurde nie wieder reaktiviert. Auf Drängen des Herausgebers Jeffrey M. Johnson verließ Kinsley das Blatt nach nur 15 Monaten (vgl. Saul 2005). Der stellvertretende Meinungsredakteur Michael Newman machte seinerzeit Slashdot verantwortlich für das Scheitern des Experiments: „Slashdot has a tech-savvy audience that, to be kind, is mischievous and to be not so kind, is malicious" (vgl. Shepard 2005a).
Der Gründer der Wikipedia, Jimbo Wales, hatte dem Blatt beim Experiment beratend zur Seite gestanden. Er war es auch, der den Artikel in Pro und Contra aufteilte: „I'm proposing this page as an alternative to what is otherwise inevitable, which is extensive editing of the original to make it neutral ... which would be fine for Wikipedia, but would not be an editorial." An anderer Stelle sagte er: „I'm not sure the LA Times wants me setting policy for their site, but it is a wiki after all, and what was there made no sense" (vgl. Jarvis 2005). Diese Ansicht teilte auch Jeff Jarvis: Es solle einen Text des Proponenten (der die Diskussion beginnt) und einen des Opponenten geben, „may the best side win". Dies sei eine softwareseitige Adaption einer Oxford-Debatte[19].

Aus dem Experiment können einige Schlüsse gezogen werden, die bei guter Überlegung im Vorhinein schon hätten klar sein können:

19 http://www.ox.ac.uk/oxford_debates

› Der Text wird nicht nur verändert, er wird auch verlängert: Der Artikel war von ursprünglich 1100 Wörtern auf 2700 angewachsen.
› Kommentare sind eine ungeeignete Textform: Da kein Konsens erreicht werden kann, eignen sich Kommentare nicht zur gemeinsamen Bearbeitung.
› Der User will ernst genommen werden: Die Beibehaltung des Originalkommentars und einer Interimsversion der User führte dazu, dass sie sich nicht ernst genommen fühlten.
› Ein solches Experiment ist mit vertretbarem Aufwand kaum umsetzbar: Den meisten Redaktionen fehlen die nötigen Ressourcen, um solch ein Wiki mit vielen Usern und Vandalen zu moderieren.

Schuld am Dilemma sind nicht die Vandalen, sondern die Verantwortlichen der LA Times, deren Vorüberlegungen mangelhaft waren. Dennoch kann ihnen kein Vorwurf gemacht werden, immerhin haben sie die Möglichkeiten sozialer Software ausgelotet. Was ist also verbesserungswürdig?

Insgesamt ist festzuhalten, dass sich nicht nur Kommentare, sondern generell fertige Texte nicht zur Bearbeitung in einem Wiki eignen, da sie vielen Lesern keinen Anreiz zur Bearbeitung verschaffen: „Finished text leads people to drop in links or short comments“ (Mayfield 2005). Besser wäre beispielsweise die Möglichkeit, in Wikis Hintergründe zu spezifischen Themen zu sammeln, zu denen die User je nach Interesse etwas beitragen können.

Die „Selbstheilungskraft“ eines Wikis von den Außmaßen der Wikipedia ist in einem solchen Projekt nicht vorhanden, weil die Community nicht organisch wächst, sondern bereits vorhanden ist. Abhilfe würden unter Umständen Spam-Filter schaffen, die entsprechende Wörter und Links nicht zulassen. Außerdem kann der Benutzerkreis der Editoren eingeschränkt werden (bspw. auf bewährte Kommentatoren), oder vor der Veröffentlichung werden die einzelnen Versionen gesichtet. Die Frage ist auch, warum überhaupt das Hochladen von Bildern zugelassen wurde, wo es um das Bearbeiten eines Textes ging.

Zuletzt empfiehlt sich, sofern es sich nicht um ein komplettes Wiki-Angebot wie ein Regiowiki handelt, eine bearbeitbare Wiki-Seite direkt in den Online-Auftritt einzubinden – auf das Layout abgestimmt.

Das nächste Kapitel wurde im April 2006 aufgeschlagen, als die Journalisten des „Argus Leader“, der größten Tageszeitung in South Dakota, in einer Redaktionsnotiz schrieben, sie würden nun auch Wikitorials anbieten. Die Bearbeitungen der Nutzer würden nicht moderiert, lediglich „Unangemessene Inhalte gelöscht“ (vgl. Ives 2006): „Post an editorial, let people rewrite it, review the submissions and then post them. Immediately, if possible, but certainly within hours. No waiting for days to get a letter to the editor published. But we manage it, as with all online features. We won't edit the editorials. Either they meet our standards -- no profanity, no libel, etc. -- or they don't. We run them or not. Editing them would defeat the purpose“ (Baldwin 2006).

6.3 / DIE KOMPLETTE WEBSITE (DAS MAGAZIN)

„Enttäuscht vom groß angekündigten Relaunch der Washington Post“ (vgl. Wittebolle 2007) präsentierte Oliver Reichenstein von der Tokyoter Agentur Information Architects in seinem Blog ein Redesign der Website in Wikiform. Dabei stand der Gedanke im Vordergrund, dass Zeitungsverlage im Zuge zunehmenden Austauschs mit ihren Lesern (gleich Nutzern) offener werden müssten und diesen im Zuge eines transparenteren Arbeitsprozesses die Möglichkeit geben sollten, Artikel sowohl vor als auch nach deren Erscheinen zu beeinflussen (vgl. Reichenstein 2007).

Für das Scheitern des Wikitorial-Ansatzes der Los Angeles Times macht Reichenstein hauptsächlich eine fehlende Rechteverwaltung verantwortlich. In seinem Konzept löst er sich vom „freien“ Wiki-Ansatz; nur mit klaren Rollenabgrenzungen sei der Einsatz von Wikis in einem journalistischen Online-Angebot realisierbar (vgl. Tabelle 3). Das Wiki sei hierbei primär ein Tool für Redakteure und Journalisten, die Leser können sich in Kommentaren oder eigenen Artikeln mitteilen, von denen allerdings nur geprüfte und fundierte veröffentlicht werden. Um die Hemmschwelle der Leserbeteiligung zu senken, soll die Wiki-Syntax weitestgehend vermieden werden, beispielsweise durch den Einsatz spezieller WYSIWYG-Editoren.

Auffällig ist auch die Sektionierung der Seite in „Gestern“, „Heute“ und „Morgen“, die zusätzlich zur Historie einen besseren Überblick über die Entwicklung der Nachrichtenlage und -platzierung geben soll.

Auch klassische Wiki-Elemente wurden beibehalten, wie

Zufälliger Artikel, Versionshistorie, Diskussionsseite, Artikel schreiben, Benutzerseite, Benutzerdiskussion, Beobachtungsliste und Eigene Beiträge.

Abb. 11: Relaunch des Headers mit Datumsnavigation

Rolle	Redakteur (etliche Zugriffsrechte)	Journalist (angestellt)	Amateur (100%ig identifizierbar)	Kommentator (nur Klarnamen)	Leser
Rechte	Bearbeiten, Storys platzieren, Löschen, Verwaltung der Diskussionen, User bannen	Nachbearbeiten eigener Artikel, Blogbeiträge entwerfen	Eigene Geschichten im eigenen Blog schreiben, Begrenzte Adminrechte für Diskussionen	Kommentieren, Bewerten, Beobachtungsliste, Einstellungen, Links vorschlagen	Lesen, Versionshistorie
Pflichten	Redakteure haben die ultimative Verantwortung, es bedarf eines trainierten Admins der Überwachung	Professionelle Journalisten haben Bearbeitungsrechte für ihre eingenen Artikel online	Erfordert Indentifikation, Einfache Identifikation für Abonnenten, Zugriff ist kein Recht, sondern ein Privileg – es kann jederzeit weggenommen werden.	Unverantwortliche Kommentare und Missbrauch der Bewertungsfunktion führen zur Degradierung auf den Status „Leser“	Voller Zugriff auf Artikel (Archiv ausgenommen)

Tabelle 3: Rechteverwaltung eines wiki-gesteurten Portals, nach: Reichenstein 2007a

Was am Beispiel der Washington Post zunächst theoretisch erdacht wurde, setzte die Agentur im gleichen Jahr für den Auftraggeber Das Magazin um, ein klassisches Autorenblatt im Stil des NYT-Magazins, das als Wochenendbeilage großen Tageszeitungen der deutschsprachigen Schweiz beiliegt. Mit einem radikalen Ansatz und viel Selbstbewusstsein („[...] this website is going to rock the Swiss newsdimension", Reichenstein 2007b) ging die Seite am 15. Mai 2007 online.

Die ehemals flashgesteurte Seite wurde von einem MediaWiki abgelöst, für das eine aufwändige Softwaremanipulation notwendig war, um „Ordnung in ein System zu bringen, das von sich aus chaotisch ist" (Reichenstein 2007c). Das Rechtemanagement fußte auf dem entwickelten Modell: Journalisten waren berechtigt, eigene Artikel und die von Kollegen einzustellen sowie Leser-Artikel zu bearbeiten. Leser konnten nur kommentieren und eigene Artikel schreiben und bearbeiten (vgl. Wittebolle 2007). Dabei wurde das Wiki als kombiniertes Front- und Backend genutzt.

Intern sollte es

› Zusammenarbeit zwischen Reporter, Redaktor, Chefredaktor, Korrektor, Grafiker, Blattmacher, Fotograf und Schlussredaktion verbessern
› Mailverkehr einsparen
› Missverständnisse (wie das Verweden veralteter Versionen) verhindern

Auch zukünftige Artikel wurden ins System gestellt (vgl. Staub 2007). Dabei gab es drei Stufen:

› 0 = nur für Redaktion
› 1 = Vorschau für Interessierte
› 2 = veröffentlicht

Das Novum der Plattform war im Wesentlichen die Klarnamenpflicht nach dem Modell von Citizendium (ein Projekt des Mitbegründers der Wikipedia, Larry Sanger: eine Wiki-Enzyklopädie, die von ihren Usern fordert, sich zu identifizieren): „Wir dulden weder anonyme Kommentare noch anonyme Schreiber" (o. Verf., 2007), ließ die Redaktion den User wissen. Offline sei es vollkommen normal, sich ausweisen zu müssen, sagt Reichenstein (vgl. Wittebolle 2007). Auch Pseudonyme wurden nicht geduldet, selbst wenn eine Bescheinigung über die wahre Identität der Redaktion vorliegt: „Wer unter seinem Namen schreibt, schreibt verantwortungsvoll, spammt nicht, trollt nicht." Ein ‚Leser-Account' musste per E-Mail beantragt werden, wobei „Journalisten, Freunde, Bekannte und Leserbriefschreiber" automatisch Zugänge bekommen haben. Eine Mitarbeiterin war für das Prüfen der Informationen und die Freischaltung zuständig.

Abb. 12: Relaunch der Website auf MediaWiki

Folgende Authentifizierungsmöglichkeiten wurden angeboten:

› über das bestehende Abonnement einer Tageszeitung des Verlags
› eine identifizierbare openID
› ein anerkanntes Ausweisdokument, beispielsweise Führerscheinkopie oder Personalausweis

Trotz der radikalen Forderung wurden die neuen Funktionen (Seiten beobachten, erstmalig vollständiges kostenloses Archiv, Volltextsuche, native Navigation, Abos) in Blogs lobend hervorgehoben, allerdings fehlende Hilfestellung im UGC-Bereich kritisiert (keine Auskunft über den weiteren Vorgang, wenn man einen Artikel verfasst und absendet, sowie Unklarheit über Verwendung on- wie offline, vgl. Bernet 2007).

Einen Monat nach der Implementierung von MediaWiki zog Reichenstein (2007d) erste Bilanz des Relaunchs, der nicht beworben worden war:

› Anzahl der Anmeldungen: 300
› Qualität der Kommentare: kein Spam, keine Regelverstöße
› Besucher pro Monat: von 9000 auf 25 000
› Page Impressions pro Monat: von 60 000 auf 200 000
› ohne Suchmaschinenoptimierung ganz oben: Google liebt MediaWiki

Interessant ist die Feststellung, dass trotz des aufwändigen Anmeldeprozesses die Kommentarzahl pro User nicht steigt. Reichenstein sieht hier drei Ursachen:

› die User wissen nicht, dass sie nach erfolgreicher Freischaltung noch ihre Logindaten aktivieren müssen
› die Annahme, dass nur ein Prozent der User aktiv Inhalte schaffen (also kommentieren) würden (vgl. Nielsen 2006) was paradox sei, da der Anmeldeprozess durch die Authentifizierung erschwert sei und angenommen werden kann, dass sich die User nur zum Kommentieren anmelden
› die Tatsache, dass Beiträge immer mit dem Klarnamen verknüpft werden, schreckt vor schnellen Kommentaren ab

Im Februar war die Funktion, die es Lesern ermöglichte, eigene Artikel zu schreiben, plötzlich entfernt worden. Reichenstein wurde daraufhin vorgeworfen, am User vorbeizuentwickeln: „[...] alle Web-2.0-Features helfen nichts, wenn der Mensch, in diesem Fall der Printredaktor, die Printredaktorin – und mögen sie sich noch so trendy und urban geben –, nicht mithalten mag“ (Hitz 2008). Er schätze die „Anpassungsfähigkeit, die Innovationsbereitschaft und nicht zuletzt das Zeitbudget einer etablierten, aber kleinen Printredaktion“ falsch ein.

Später bestätigte der Chefredakteur Finn Canonica, dass nun auch die Kommentarfunktion abgeschafft wird. Die Redaktion habe nicht genügend Personal, um die Diskussion auf der Website zu begleiten (vgl. o. Verf. 2009). Er hält den Leserbrief weiterhin als beste Methode für die Leser, mit der Redaktion Gedanken auszutauschen. „Kommentare zu Artikeln auf dem Web sind manchmal sehr ‚dahingerotzt', oft wird gar nicht auf den Artikel eingegangen. Die User nutzen die Gelegenheit, um irgendwelchen sonstigen Ballast loszuwerden. [...] Das Gerede um die Möglichkeiten des Citizen Journalism begreife ich nicht. Wir sollten uns allmählich Gedanken machen, ob es klug ist, qualitativ hochstehende Inhalte kostenlos anzubieten."

Dieser Ansatz ist konträr zur von Reichenstein vertretenen Philosophie, dass Leser für das Medium und nicht den Inhalt zahlen („Readers pay for the interface, the actual paper, not the content", Reichenstein 2007), weil Papier etwas Greifbares ist, ein Besitztum. Online sei das nicht gegeben.

Dieses Gefühl könnte mit dem iPad als Lean-Back-Medium wiederkehren, die neue Strategie der Magazin-Redaktion setzt auf iPad- und iPhone-Apps mit kostenpflichtigem Inhalt (In-App-Käufe), während die Website nach einem mehrwöchtigen Relaunch im März 2011 in eine statische Seite ohne weiterführende Inhalte umgewandelt wurde (Cover, vier Headlines, Link zum Impressum und der Facebookseite).

In diesem Fall scheiterte das Experiment wahrscheinlich nicht daran, dass am Leser, sondern an der Redaktion vorbeikonzipiert wurde. Reichenstein hält Wikis als journalistisches Angebot weiterhin für zukunftsträchtig: „Mit guter Betreuung, dem richtigen Zugriffs/Publikationsrechte-Konzept und einem besseren Frontend/Backend-Interface. Aber das ist politisch bei einer Traditions-Marke kaum möglich. Die Grundidee ist weiterhin interessant und, wie Wikipedia beweist, hocheffizient – sofern man bereit ist, sich von herkömmlichen Publikationshierarchien zu lösen" (vgl. Reichenstein 2011).

6.4 / DAS HOWTO-WIKI (WIRED)

Einen eher klassischen Ansatz verfolgt das Wiki der amerikanischen Zeitschrift WIRED: Im HowTo-Wiki[20] werden seit Januar 2008 Tutorials für das tägliche Leben kollaborativ verfasst. Die Artikel reichen von den Bereichen Computer, Essen und Trinken, Lifestyle, über Internet, Survival und Arbeit. Bislang enthält das Wiki fast 1000 Artikel und über 3000 Bilder. Einige der HowTos sind von Unternehmen gesponsert und dienen der Refinanzierung des Wikis.

Ein ähnliches Wiki betreibt die deutsche Zeitschrift PC Welt seit 2006[21]. Das Wiki ist allerdings nur auf technische Anleitungen beschränkt.

6.5 / WHORUNSGOV.COM (WASHINGTON POST)

Mit WhoRunsGov[22] betreibt die Washington Post seit Januar 2009 eine moderierte Wiki-Plattform, in der Angehörige der Regierung Obama, Militärs, Lobbyisten, Strategen, Präsidentschaftskandidaten und andere für die US-Politik relevante Personen porträtiert werden. Dabei wird das jeweilige Personenprofil in fünf Reiter gespalten: „Why He/She Matters", „Path To Power", „The Issues", „The Network" und „Footnotes". Daneben enthalten „Issue pages" verständliche Listen von Schlüsselfiguren von Regierung, Kongress, Militär und Lobbyisten. „Department profiles" enthalten Informationen zu Aufbau und Wirken von Behörden und Institutionen. Zunächst war das Erstellen neuer Profile Redakteuren vorbehalten, dann wurde die Seite für registrierte Benutzer zur Bearbeitung geöffnet.

In Deutschland existiert ein ähnliches Wiki, das allerdings unabhängig betrieben wird: die Lobbypedia[23]. Ein festes Redaktionsteam überwacht dort Lobbyisten und erstellt Chronologien zu umstrittenen Großprojekten wie Stuttgart21.

6.6 / WEITERE DENKBARE EINSATZMÖGLICHKEITEN

Anton Simons (2011: 174) spricht sich dafür aus, Archive zu „verlebendigen". Im Nachrichtenjournalismus könne alles knapp gehalten werden, auf historische Hintergründe brauche man nur zu verlinken. So verknüpften Spiegel „Themen"-

20 http://howto.wired.com

21 http://pcwelt-wiki.de

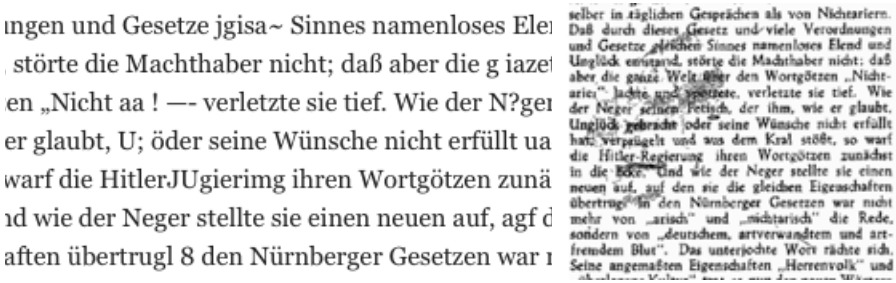
22 http://www.whorunsgov.com

23 http://lobbypedia.de

Portale aktuelle Nachrichten mit Hintergründen aus dem bis 1947 zurückreichenden Archiv, Lexikon-Artikeln und mehr.

Damit Artikel aus dem Print-Archiv online verfügbar sind, werden sie in der Regel gescannt und die Bilder dann von Schrifterkennungs-Software (OCR, Optical Character Recognition) in Text umgewandelt. Das klappt allerdings nur in 83,5 Prozent der Fälle. Mittels des technischen Verfahrens „reCAPTCHA" konnte die Texterkennung auf mehr als 99 Prozent erhöht werden. So wurde das gescannte Archiv alter Ausgaben der New York Times von zwei OCR-Readern analysiert. Bei reCaptcha wird ein Wort, das im Wörterbuch steht und bei dem beide Reader das gleiche Resultat erzielten, akzeptiert. Ein Wort, das nicht erkannt wird, wird in ein Captcha umgewandelt. (Captcha erklären.) Dabei wird das unbekannte Wort neben einem dem System bereits bekannten angezeigt. Das System geht davon aus, dass das unbekannte Wort korrekt eingetippt wird, wenn auch das bekannte korrekt eingegeben wird. Dem Ergebnis der OCR-Programme werden dabei je 0,5 Punkte gegeben, dem Menschen je ein ganzer. Wird der Wert 2,5 erreicht, gilt das Wort als erkannt und wird fortan als Kontrollwort verwendet (vgl. von Ahn et al. 2008).

Dennoch zeigt das System Schwachstellen, gerade bei kursiven Wörtern oder schlechter Qualität des gescannten Textes. Hier bieten sich Möglichkeiten zum Einsatz einer wiki-artigen Struktur: der Kontext vereinfacht eine Klärung des Worts zumeist erheblich. Über eine Edit-Funktion könnten entsprechende Passagen zur Bearbeitung freigegeben werden. Dabei könnte eine Sichtfunktion genutzt werden, um die Richtigkeit der Änderungen zu überprüfen. Weiterhin könnte eine Verlinkung von Schlagworten zu anderen Artikeln erlaubt werden. Ein möglicher Pratner für dieses Experiment wäre DIE ZEIT: sie hat ihre Ausgaben seit 1952 online gestellt.


ıngen und Gesetze jgisa~ Sinnes namenloses Ele
störte die Machthaber nicht; daß aber die g iaze
en „Nicht aa ! —- verletzte sie tief. Wie der N?ge
er glaubt, U; öder seine Wünsche nicht erfüllt ua
warf die HitlerJUgierimg ihren Wortgötzen zunä
ıd wie der Neger stellte sie einen neuen auf, agf d
aften übertrugl 8 den Nürnberger Gesetzen war ı

selber in täglichen Gesprächen als von Nichtariern. Daß durch dieses Gesetz und viele Verordnungen und Gesetze gleichen Sinnes namenloses Elend und Unglück entstand, störte die Machthaber nicht; daß aber die ganze Welt über den Wortgötzen „Nichtarier" lachte und spottete, verletzte sie tief. Wie der Neger seinen Fetisch, der ihm, wie er glaubt, Unglück gebracht oder seine Wünsche nicht erfüllt hat, verprügelt und was dem Kral stößt, so warf die Hitler-Regierung ihren Wortgötzen zunächst in die Ecke. Und wie der Neger stellte sie einen neuen auf, auf den sie die gleichen Eigenschaften übertrug. In den Nürnberger Gesetzen war nicht mehr von „arisch" und „nichtarisch" die Rede, sondern von „deutschem, artverwandtem und artfremdem Blut". Das unterjochte Volk rächte sich. Seine angemaßten Eigenschaften „Herrenvolk" und

Abb. 13: Scan der ZEIT (rechts) und Text nach OCR-Verfahren

7 / EXKURS

7.1 / EINFÜHRUNG

Auch abseits der Medienlandschaft existieren unzählige Wikis, die journalistische Arbeit und Berichterstattung beeinflussen. Was können Medienunternehmen von Wikis lernen? In diesem kleinen Exkurs widmen wir uns Wikis, die unabhängig von Medienunternehmen betrieben werden.

7.2 / DIE ENZYKLOPÄDIE (WIKIPEDIA)

Die Wikipedia ist das größte und wohl bekannteste Wiki. Die Zugriffe auf die Online-Enzyklopädie steigen bei Naturkatastrophen oder anderen Breaking News rasant an: Dies zeigte sich schon relativ früh, beispielsweise beim Erdbeben im Indischen Ozean 2004, bei den Terroranschlägen 2005 in London oder am Amoklauf an der Virginia Tech 2007. All diese Ereignisse erhöhten während ihres Geschehens den Traffic der Seite um ein Vielfaches (vgl. Woodson 2007). Der Nachrichten-Aggregator Google News zeigt daher experimentell Links zum entsprechenden Wikipedia-Artikel bei sich über längere Zeit entwickelnden Ereignissen, wie dem Absturz einer Air-France-Maschine 2009 („Air-France-Flug 447"). Dabei geht es nicht um eine Konkurrenz zwischen Wikipedia und klassischen Medien: Ein Wikipedia-Artikel grenzt sich im Besonderen zu klassischen Medien ab, weil er in der Regel einen fundierten und sachlichen chronologischen Ablauf der Ereignisse bietet, während Nachrichtenangebote oft mit einer Vielzahl an parallel laufenden Artikeln und Bildstrecken aufwarten. Außerdem ist es unwahrscheinlich, dass sich in Wikiüedia-Artikeln zu medialen Großereignissen Fehler befinden, da sie stärker beobachtet und bearbeitet werden als andere, weniger frequentierte Artikel. (vgl. Seward 2009).

Wie beeinflusst das journalistische Angebote? Da die Inhalte der Wikipedia frei verfügbar sind, bietet sich eine Verknüpfung der Inhalte mit eigenen Artikeln an. Spiegel Online beispielsweise betreibt einen Mirror (einen Spiegelserver; Kopie von Wikipedia) auf seiner Website, auf deren Inhalte aus Ar-

tikeln verlinkt wird[24]. Das Design der Artikel ist dabei auf Spiegel Online abgestimmt, zudem können Wikipedia-Mirrors in der Regel nicht bearbeitet werden. Außerdem werden Themenseiten angeboten, die Informationen des Nachrichtenportals zu einem bestimmten Thema mit Daten aus der Wikipedia verknüpfen. Die Themenportale ähneln denen der New York Times.

Auch die Rhein-Zeitung betrieb 2004 einen Spiegelserver der Wikipedia: mit einem Doppelklick auf ein beliebiges Wort im Online-Angebot der Zeitung gelangte man zur Erklärung des Begriffs im so genannten „Rhein-Zeitung Lexikon". Auch hier existieren ähnliche Strukturen bei der New York Times.

Mirrors bieten den Nachrichtenseiten die Möglichkeit, die Verweildauer des Nutzers auf der Seite erhöhen und ihn nicht zu verlieren, wie es mit hoher Wahrscheinlichkeit der Fall wäre, wenn direkt auf Wikipedia verlinkt würde. Zudem ist es möglich, Anzeigen neben den Inhalten zu schalten.

7.3 / DIE NACHRICHTENWEBSITE (WIKINEWS)

Im Dezember 2004 startete Wikimedia die Nachrichtenplattform Wikinews[25], um der vermeintlichen Aufmerksamkeitsökonomie werbefinanzierter Medien entgegenzutreten (vgl. Patalong 2004). Allerdings blieb das Portal weiter hinter den Erwartungen zurück, die sich mancher User im Blick auf Wikipedia macht hatte. Entgegen der Wikipedia war bei Wikinews gewünscht, Originalberichte einzubringen; die Mehrheit aller Artikel aber sind Zusammenfassungen von Ereignissen. Zudem werden zu wenige Artikel geschrieben; zu Spitzenzeiten im September 2005 gab es im deutschen Wikinews ein Dutzend neuer Artikel am Tag, in manchen Monaten 2009 lediglich einer; der Wert hat sich auf zwei bis drei Artikel pro Tag im Jahr 2010 eingependelt (Wikinews 2011).

Nach Sicht von Möller (2006:201) ist auch einer der Gründe, dass die Software MediaWiki schlicht nicht für den Aufbau eines Nachrichtenangebots geschaffen wurde. Möller selbst schrieb daher viele Erweiterungen für Wikinews, z.B. Felder zum simpleren Anlegen von Artikeln oder Werkzeuge, die das Gruppieren von zusammenhängenden Artikeln ermöglichen.

Wer vom Erfolg von Wikipedia auf den Erfolg von Wikinews schloss, bedachte außerdem nicht die natürliche Verschiedenheit von Nachrichten und Lexikon: Während Nachrichten in der Regel einen Lead benötigen, eine zusammenhängende Erzählung sind und gewöhnlich einer Deadline unterliegen, sind die Artikel in Wikinews im Laufe des Geschehens nicht fertig (später

24 http://www.spiegel.de/wikipedia/Spiegelserver.html

25 deutsche Sprachversion unter http://de.wikinews.org

bekommen sie allerdings die Markierung „fertig“ mit der Bitte, bei gewünschten Änderungen einen Folgeartikel zu schreiben). Daraus ergibt sich auch eine Konkurrenz innerhalb der Wikimedia-Projekte: Während Wikipedianer – eine weitaus größere Gruppe von Usern – darauf bedacht sind, Artikel in kurzen Abständen mit aktuellen Informationen anzureichern, versuchen Wikinews-Nutzer, mit fundierten Nachrichtenartikeln gleichwertige Konkurrenten von alternativen Nachrichtenagenturen wie Indymedia oder gar traditionellen Anbietern wie der AP oder dpa zu werden (vgl. Lih 2010). Hierzu fehlen Wikinews allerdings einfach genügend Originalberichte, denen zudem eine saubere Recherche zugrunde liegt. Vielen Nutzern fehlt dafür allerdings die Zeit (vgl. Möller 2006:202).

Wie beeinflusst das journalistische Angebote? Wikinews stellt bislang keine Konkurrenz für traditionelle Medien dar, da die Plattform im Gegenzug sogar auf traditionelle Medien angewiesen ist. Erfahrungswerte zeigen, dass Wikipedia-Artikel bessere Hintergründe zur Nachrichtenlage liefern als Wikinews. Allerdings könnte das Portal helfen, eine Nachrichtenquelle in Ländern mit kontrollierten Medien oder einer unbeständigen Medienlandschaft zu etablieren; Serbien ist beispielsweise das stärkste Wikinews-Angebot.

Dennoch können aus dem Prinzip von Wikinews Ideen für etablierte Nachrichtenangebote abgeleitet werden: Beispielsweise die Möglichkeit, Bearbeitungen an einem sich entwickelnden Artikel nachzuvollziehen, oder eine Beobachtungsliste für Änderungen an ausgewählten Artikeln. Diesen Ansatz verfolgte Oliver Reichenstein von den Information Architects beim Relaunch von Das Magazin (vgl. Seite 46).

7.4 / DIE WHISTLEBLOWER-PLATTFORM (WIKILEAKS)

Entgegen des irreführenden Titels handelt es sich bei WikiLeaks[26] nicht um ein Wiki. Während der Dienst anfangs die Engine MediaWiki nutzte, besteht die Seite seit 2009 aus statischen Seiten (vgl. Münz 2011). Blogger William Beutler vermutet, der Name sei bewusst aufgrund der Konnotation zu Wikimedia-Diensten gewählt: „[...] the word ‘wiki’ has come to denote something like ‘openness’ and ‘fairness’ and ‘democracy’ to a worldwide audience of Internet users.“ (Beutler 2010) Der Ähnlichkeit des Titels erlagen auch große Tageszeitungen wie die Süddeutsche Zeitung oder die Welt[27], die Wikileaks

26 http://213.251.145.96

27 vgl. Voss, Britta (2007): Ich verrate Ihnen jetzt mal was!; Wikis jüngster Ableger sammelt angebliche Geheimdokumente, in: Süddeutsche, 20. Januar 2007
Werner, Hendrik (2007): Stoff für die nächste Verschwörungstheorie. Wikileaks, der jüngste Ableger der Online-Plattform Wikipedia, will mit angeblich konspirativen Dokumenten in der Weltpolitik mitmischen, in: Die Welt, 25. Januar 2007

seinerzeit als jüngsten Wikimedia-Ableger nannten.

Wikis scheinen in ihrer offenen Form allerdings nicht das geeignete Mittel, um den Anforderungen an eine Enthüllungsplattform gerecht zu werden: „[Sie haben sich] einstweilen als zu brisant und gefährlich erwiesen." (Münz 2011)

Wie beeinflusst das journalistische Angebote? WikiLeaks hat zu einer neuen Bewegung des investigativen Journalismus beigetragen, nicht zuletzt indem das Modell Medienunternehmen und Digital Natives zu einer Reihe von Spinoffs animiert hat. Dazu zählen „Openleaks"[28] vom ehemaligen WikiLeaks-Sprecher Daniel Domscheit-Berg, oder die im Januar 2011 vom Fernsehsender Al Jazeera gegründete Plattform „Al Jazeera Transparency"[29]. In Deutschland ist mit „DerWesten Recherche"[30] ein Angebot der WAZ für Whistleblower online gegangen. Diese Dienste haben mit Wikis allerdings nichts mehr zu tun.

7.5 / WISSENSCHAFTLICHES PEER-REVIEW (GUTTENPLAG)

Bevor wissenschaftliche Artikel veröffentlicht werden, findet in der Regel das so genannte „Peer Review" („Begutachtung durch Ebenbürtige") statt, in dessen Rahmen andere Wissenschaftler den Inhalt des Artikels auf Richtigkeit überprüfen. Prinzipiell bauen Wiki-Systeme auf das Peer-Review-Modell, auch wenn die Artikel nicht wissenschaftlicher Natur sind.

Dass Wikis auch zum wissenschaftlichen Peer-Review geeignet sind, zeigte sich, als in der Süddeutschen Zeitung im Februar 2011 ein Artikel erschien, in dem der Bremer Juraprofessor Andreas Fischer-Lescano dem ehemaligen Bundesverteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg vorwirft, Teile seiner Dissertation abgeschrieben zu haben (vgl. Preuß und Schultz 2011). Nachdem der Artikel große Wellen in der Blogosphäre schlug, wurden weite Teile der Arbeit von Freiwilligen zunächst in einem Dokument auf Google Docs aufgedeckt[31].
Aufgrund anfänglicher Überlastung zog das Angebot schließlich auf ein Wiki um[32] – das „Guttenplag Wiki". Das Wiki erfuhr große Aufmerksamkeit in

28 http://www.openleaks.org
29 http://transparency.aljazeera.net
30 https://www.derwesten-recherche.org
31 https://docs.google.com/document/d/1uUhufTGbHSpPVFbpka4OreOIGqfJ6kS22RVrXL-CNR8/edit?authkey=CLy78YQO
32 http://de.guttenplag.wikia.com

den Medien, weil innerhalb weniger Stunden dutzende weitere Plagiatsstellen gefunden wurden. Diesen Aufwand hätten Journalisten in dieser kurzen Zeit niemals bewältigen können. Der netzpolitische Aktivist Marcus Beckedahl nannte „politische Motive, Gruppengefühl, Training, [...] Spiel und Spaß“ als Hauptmotivation der Nutzer (vgl. Leo und Leinkauf 2011).

Auch nach dem Abklang des medialen Echos ging das Projekt weiter: Die Arbeit wurde einer Zweitsichtung unterzogen, um die Ergebnisse abzusichern. Minister Guttenberg wurde indes von der Universität die Doktorwürde aberkannt. Eines der bekanntesten Nachfolgeprojekte ist VroniPlag[33]. Dort werden die Dissertationen von Veronica Saß (der Tochter von Edmund Stoiber), Matthias Pröfrock, Georgios Chatzimarkakis und Silvana Koch-Mehrin auf Plagiate untersucht. Veronica Saß wurde der Doktortitel mittlerweile aberkannt, Silvana Koch-Mehrin hat mehrere ihrer Ämter aufgegeben.

Wie beeinflusst das journalistische Angebote? Die Plagiatsjäger nehmen den Journalisten viel Arbeit ab und liefern gute Schlagzeilen. Die Quellen „auszuwerten, zu bewerten und pointiert zu beschreiben, ist weiter Aufgabe der Journalisten“, sagt Medienökonom Robin Meyer-Lucht (Pohlmann 2011).
Vielleicht hätte GuttenPlag auch funktioniert, wenn das Wiki von einem traditionellen Medienunternehmen angeboten worden wäre. Allerdings ist es in einem solchen Fall schwierig, das Unternehmen von politisch bedingter Motivation freizusprechen. Es ist wahrscheinlich, dass es die Wirkung traditioneller Medien in Kombination mit dem Wiki war, die letztlich zum Rücktritt Guttenbergs geführt hat.

33 http://de.vroniplag.wikia.com

8 / PERSPEKTIVEN

Halten wir es an dieser Stelle knapp: Wikis haben die journalistische Arbeit nachhaltig verändert. Jetzt liegt es an den Medien, das beste daraus zu machen. (Der erste Schritt muss allerdings sein, dass alle Journalisten die Unterschiede kennen zwischen Wikis, Wikipedia, Wikimedia, MediaWiki oder Wikileaks.)

Innerredaktionell lassen sich Wikis als Intranetsysteme verwenden, die den journalistischen Alltag in vielen Bereichen erleichtern können. Wikis sind nicht per se ein Erfolgsrezept, weil niemand zur Arbeit am Wiki verdonnert werden kann; die Motivation muss jeder Mitarbeiter selbst aufbringen. Das Wiki muss ein Tool der täglichen redaktionellen Arbeit werden, unersetzbar sein und wertvolle Hilfestellung bieten, nur dann kann es erfolgreich etabliert werden.

Außerredaktionell lassen sich Wikis von Lokal- und Regionalverlagen nutzen, um das Renommee der Zeitung in der Region zu bewahren und die Position des Titels als lokaler Kompetenzträger auszuweiten. Zusätzlich können neue Leser angesprochen und bestehende gebunden werden. In der externen Wiki-Nutzung auf höherer Ebene beweisen Medienhäuser leider immer wieder ein unglückliches Händchen im Umgang mit Leserbeteiligung und lassen sich davon schnell entmutigen. Out-of-the-box-Wikis, also Systeme ohne jedwede Veränderung oder Anpassung an die journalistischen Gegebenheiten, sind hier der falsche Ansatz, um Mehrwert zu schaffen.

Letzlich zeigen aber Wikis auch, wie Redaktionen den Veränderungen im Journalismus Rechnung tragen können – durch transparente Bearbeitungsprozesse und offenere Strukturen. Dabei ist Kommunikation, intern wie extern, das A und O.

Ein Wiki ist wie ein Garten: Fehlt der Gärtner, wuchert Unkraut. Je mehr Menschen die Beete bestellen, umso größer fällt die Ernte aus. Am Anfang mag die Arbeit mühselig sein – aber sobald sie erste Früchte trägt, hat sich der Mehrauswand gelohnt.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb.1 : Alleinredaktion, die Wissensmanagement nutzt 23
Abb. 2: Nutzung von Wikis in deutschen Redaktionen 25
Abb. 3: Nutzung von Wikis in deutschen Redaktionen nach Abteilung..... 27
Abb. 4: Gründung neuer Redaktionswikis nach Jahr 28
Abb. 5: Software der Redaktionswikis..... 29
Abb. 6: Visualisierung der Seiten der Wikis..... 29
Abb. 7: Nutzung von Regiowikis 37
Abb. 8: Von Medienhäusern geführte Regiowikis in Deutschland..... 40
Abb. 9: Wikitorial der Los Angeles Times 42
Abb. 10: Die geschlossene Seite..... 44
Abb. 11: Relaunch des Headers mit Datumsnavigaton..... 46
Abb. 12: Relaunch der Website auf MediaWiki 49
Abb. 13: Scan der ZEIT und Text nach OCR-Verfahren 53

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Die bekanntesten Wiki-Engines 15
Tabelle 2: Eigenschaften selbstgesteuerter und fremdgesteuerter Wikis 16
Tabelle 3: Rechteverwaltung eines wiki-gesteuerten Portals 47

BIBLIOGRAPHIE

MONOGRAPHIEN

Alkan, Saim Rolf (2007)
Online-Redaktionsmanagement in Unternehmen: Qualität – Prozesse – Organisation. 1. Auflage. Norderstedt: Books on Demand.

Barth, Christof (2004)
Qualitätssicherung in Onlinemedien – Befunde zur Redaktionsorganisation und ihrer Auswirkung auf das Produkt. In: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner. Gute Seiten – schlechte Seiten: Qualität in der Onlinekommunikation. 1. Auflage. München: R. Fischer: 203-221

Ebersbach, Anja; Glaser, Markus; Heigl, Richard; Warta, Alexander (2008)
Wiki. Kollaboration im Web. 2. Auflage. Berlin/Heidelberg: Springer

Hallerberg, Christian (2010)
Wissensmanagement in Medienunternehmen. Werkzeugkasten für teamübergreifende Recherche-Arbeit. In: Thomas Leif (Hrsg.): Trainingshandbuch Recherche. Informationsbeschaffung professionell. 2., erw. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: 169-175

Götz, Klaus; Schmid, Michael (2004)
Theorien des Wissensmanagements. 1. Auflage.
Frankfurt am Main: Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften.

Gronau, Norbert; Müller, Claudia (2009)
Wikis. In: Back, Andrea; Gronau, Norbert; Tochtermann, Klaus (Hrsg.). Web 2.0 in der Unternehmenspraxis. Grundlagen, Fallstudien und Trends zum Einsatz von Social Software. 2., aktualisierte Auflage.
München: Oldenbourg.

Hohlfeld, Ralf (2003)
Journalismus und Medienforschung. Theorie, Empirie, Transfer. 1. Auflage.
Konstanz: UVK.

Kimmerle, Joachim (2008)
Partizipation an Wikis: motivationale und soziale Erklärungsansätze. In: Johannes Moskaliuk (Hrsg.): Konstruktion und Kommunikation von Wissen mit Wikis. Theorie und Praxis. 1. Auflage.
Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch: 69-82

Komus, Ayelt; Wauch, Franziska (2008)
Wikimanagement. Was Unternehmen von Social Software und Web 2.0 lernen können. 1. Auflage. München/Wien: Oldenbourg.
Meckel, Miriam (1999)
Redaktionsmanagement. 1. Auflage.
Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
Möller, Erik (2006)
Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. 2. Auflage. Hannover: Heise Zeitschriften Verlag.
Moskaliuk, Johannes (2008)
Schwierigkeiten beim Einsatz von Wikis. In: Johannes Moskaliuk (Hrsg.): Konstruktion und Kommunikation von Wissen mit Wikis. Theorie und Praxis. 1. Auflage. Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch: 23-26
Simons, Anton (2007)
Redaktionelles Wissensmanagement. 1. Auflage. Konstanz: UKV.
Simons, Anton (2011)
Journalismus 2.0. 1. Auflage. Konstanz: UKV.
Streich, Nicole (2007)
Weblogs und Wikis im Online-Journalismus – zur Sprache und Wirkung der neuen Kommunikationsformen. 1. Auflage. München: GRIN.
Toegel, Marcus Thomas (2008)
Wissensmanagement im Journalismus. Wie Redaktionen mit ihrer wertvollsten Ressource umgehen. Unveröff. Masterarbeit, Medien und Kommunikation, Universität Augsburg

ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

von Ahn, Maurer et al. (2008)
reCAPTCHA. Human-Based Character Recognition via Web Security Measures, in: Science, Vol. 321: 1456-1468.
Colgan, Craig (2005)
My Wiki, Wiki Ways, in: The National Journal, 2. Juli 2005
Cozens, Claire (2005)
People power backfires for LA Times, in: Guardian, 21. Juni 2005
Glaister, Dan (2005)
LA Times 'wikitorial' gives editors red faces, in: Guardian, 22. Juni 2005
Ives, Nat (2006)
Wiki can be wicked but reader input worthwhile goal, in: Advertising Age, 3. April 2006
Leinkauf, Thomas und Leo, Maxim (2011)
Hat das Netz Guttenberg gestürzt?, in: Berliner Zeitung, 1. März 2011

Pohlmann, Sonja (2011)
Schwarm und Schwärmer, in: Der Tagesspiegel, 22. Februar 2011
Preuss, Roland; Schultz, Tanjev (2011)
Guttenberg soll bei Doktorarbeit abgeschrieben haben, in: Süddeutsche Zeitung, 16. Februar 2011
Saul, Stephanie (2005)
Editor of Opinion Pages Resigns at The Los Angeles Times, in: The New York Times, 14. September 2005
Seipp, Catherine (2005)
Crazy Times, in: National Review Online, 16. Juni 2005 (http://old.nationalreview.com/seipp/seipp200506160750.asp)
Shepard, Alicia C. (2005)
Boat Rocks as an Editorial Page Is Made Over, in: The New York Times, 13. Juni 2005 (http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9905E0DE133EF930A25755C0A9639C8B63)
Shepard, Alicia C. (2005)
Postings of Obscene Photos End Free-Form Editorial Experiment, in: The New York Times, 21. Juni 2005 (http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9F0CE0D6123BF932A15755C0A9639C8B63)
Wittebolle, Astrid (2007)
„Het gedrukte woord is magisch", in: Knack Magazine, 11. Juli 2007

WEBSEITEN UND BLOGS

Baldwin, Chuck (2006)
You Re-Write-Editorials. URL: http://www.gannett.com/go/newswatch/2006/march/nw0324-2.htm. Nur noch im Google Cache aufrufbar. (05.04.2011)
Benton, Joshua (2010)
I have found the cognitive surplus, and it hates pigs, in: Nieman Journalism Lab (Weblogeintrag vom 29. Dezember 2010), URL: http://www.niemanlab.org/2010/12/i-have-found-the-cognitive-surplus-and-it-hates-pigs/ (11.05.2011)
Bernet, Marcel (2007)
Das Magazin online: Schöne Kombination von Web 1.0 bis 2.0; in: bernetblog (Weblogeintrag vom 20. Juni 2007), URL: http://bernetblog.ch/2007/06/20/das-magazin-online-schoene-kombination-von-web-10-bis-20/ (01.03.2011).
Beutler, William (2010)
WikiLeaks: No Wiki, Just Leaks; in: The Wikipedian (Weblogeintrag vom 31. Juli 2010), URL: http://thewikipedian.net/2010/07/31/wikileaks-no-wiki-just-leaks/ (01.03.2011).

Cunningham, Ward (2005)
Correspondence on the Etymology of Wiki, in: WikiWikiWeb, URL: http://c2.com/doc/etymology.html (01.05.2011)
Hitz, Martin (2008)
Das Magazin“ und die Leserbeteiligung; in: medienspiegel.ch (Weblogeintrag vom 2. Februar 2008), URL: http://www.medienspiegel.ch/archives/001972.html (04.03.2011)
Holland, Norman N. (1996)
The Internet Regression, in: John Suler's The Psychology of Cyberspace (Eintrag vom Januar 1996), URL: http://users.rider.edu/~suler/psycyber/holland.html (22.04.2011)
Jarvis, Jeff (2005)
Sticki wiki, in: BuzzMachine (Eintrag vom 13.06.2005), URL: http://www.buzzmachine.com/archives/2005_06_13.html#009862 (22.04.2011)
Lawson, Mark (2005)
Berners-Lee on the read/write web (Eintrag vom 9.08.2005), URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4132752.stm (22.04.2011)
Lih, Andrew (2010)
Why Wikipedia beats Wikinews as a collaborative journalism project. [Interview]. Seward, Zachary M. 8. Februar 2010, http://www.niemanlab.org/2010/02/why-wikipedia-beats-wikinews-as-a-collaborative-journalism-project/ (20.05.2011)
Mayfield, Ross (2006)
Wiki Wired Experiment, in: Many to Many, 7. September 2006, URL: http://many.corante.com/archives/2006/09/07/wiki_wired_experiment.php (20.05.2011)
Münz, Stefan (2011)
Die Wahrheits-Wikis (Eintrag vom 3.03.2011), URL: http://www.newsgrape.com/a/die-wahrheits-wikis/ (11.03.2011)
Nielsen, Jakob (2006)
Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute; in: Jakob Nielsen's Alertbox (Eintrag vom 9. Oktober 2006), URL: http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html (01.03.2011)
Nielsen, Jakob (2009)
Social Networking on Intranets; in: Jakob Nielsen's Alertbox (Eintrag vom 3. August 2009), URL: http://www.useit.com/alertbox/social-intranet-features.html (01.03.2011)
Patalong, Frank (2004)
Wiki-News: Und noch ein Blog...; in: SPIEGEL ONLINE (Eintrag vom 6. Dezember 2004), URL: http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,331152,00.html (01.03.2011).

Reichenstein, Oliver (2007)
The Future of News. How to survive the media shift (Eintrag vom 27.03.2007), URL: http://www.informationarchitects.jp/en/the-future-of-news-how-to-survive-the-new-media-shift/ (01.03.2011)
Reichenstein, Oliver (2007a)
Washington Post Redesign as a Wiki (Eintrag vom 03.04.2007), URL: http://www.informationarchitects.jp/en/washington-post-redesign-as-a-wiki/ (01.03.2011)
Reichenstein, Oliver (2007b)
iA's First Wiki: Das Magazin (Eintrag vom 14.05.2007), URL: http://www.informationarchitects.jp/en/ias-first-wiki-das-magazin/ (01.03.2011)
Reichenstein, Oliver (2007c)
Realitycheck: What Works on the Web (Eintrag vom 15.06.2007), URL: http://www.informationarchitects.jp/en/realitycheck-what-works-on-the-web/ (01.03.2011)
Reichenstein, Oliver (2007d)
Einen Monat neu, in: Das Magazin (Eintrag vom 27.03.2007), URL: http://www.dasmagazin.ch/index.php/Einen_Monat_neu/ (nur noch im Google Cache verfügbar, 01.03.2011)
Reichenstein, Oliver (2011)
Mail, siehe Seite 101
Seward, Zachary M. (2009)
Google News experimenting with links to Wikipedia on its homepage, in: Nieman Journalism Lab, 9. Juni 2009, URL: http://www.niemanlab.org/2009/06/google-news-experimenting-with-links-to-wikipedia-on-its-homepage/ (20.05.2011)
Shafrir, Doree (2007)
New 'Times' HQ Has Killer Elevators, Sad Staff; in: GAWKER (Weblogeintrag vom 29. Mai 2007), URL: http://gawker.com/264112/new-times-hq-has-killer-elevators-sad-staff (01.03.2011).
Staub, Michael (2007)
Und sie bewegt sich doch; in: Blattkritik.ch. Berichte vom Abenteuer Zeitunglesen. (Weblogeintrag vom 14. Mai 2007), URL: http://blattkritik.ch/index.php?/archives/414-Eppur-si-muove!.html (20.05.2011)
Thoeny, Peter (2010)
How work is changing with the open source wiki pioneers: Twiki, http://www.youtube.com/watch?v=9Ns6P7MdQb0#at=130, 2:10 min (03.05.2011)
Wikimedia (2011)
Wikinews Statistics German, URL: http://stats.wikimedia.org/wikinews/EN/TablesWikipediaDE.htm (20.05.2011)

Wikipedia (2011)
Wiki, URL: http://en.wikipedia.org/w/index.
php?title=Wiki&oldid=423161632 (20.05.2011)
Wikipedia (2011a)
Enterprise Wiki, URL: http://en.wikipedia.org/w/index.
php?title=Enterprise_wiki&oldid=426835315 (20.05.2011)
Woodson, Alex (2007)
Wikipedia remains go-to site for online news (Reuters), 8. Juli 2007,
URL: http://www.reuters.com/article/2007/07/08/us-media-wikipedia-
idUSN0819429120070708 (20.05.2011)
o. Verfasser (2007)
Neue Website ist Kollaborationsplattform, in: persoenlich.com (Eintrag
vom 14. Mai 2007), URL: http://www.persoenlich.com/news/show_news.
cfm?newsid=67944 (20.05.2011)
o. Verfasser (2009)
Schluss mit Kommentieren im Web, in: persoenlich.com (Eintrag
vom 2. Juni 2009), URL: http://www.persoenlich.ch/news/show_news.
cfm?newsid=82549 (20.05.2011)

ANHANG

VOLLBEFRAGUNG ZUR WIKI-NUTZUNG

AUSGANGSLAGE

Da weder seitens der IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) noch des BDZV (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.) oder anderer Institutionen eine öffentliche Auflistung der größten Tageszeitungen nach (verkaufter) Auflage existiert, wurde zunächst auf eine kollaborativ zusammengestellte Liste der Wikipedia (2011a) zurückgegriffen. Die Daten boten erste Anhaltspunkte und weiterführende Quellen, beispielsweise zu seit einiger Zeit lediglich gemeinsam ausgewiesenen IVW-Zahlen von Mediengruppen (WAZ und andere). Alle Daten wurden auf Richtigkeit und Aktualität geprüft, ggf. berichtigt und unzutreffende Titel (beispielsweise türkische oder fachspezifische Zeitungen, die nicht im Einzelverkauf bezogen werden können) entfernt. Im Wikipedia-Artikel waren einige fehlerhafte Angaben enthalten, die ich nach Abgabe dieser Arbeit beheben werde. Zur Prüfung der Aktualität wurden die Auflagenzahlen auf der Website der IVW abgeglichen und auf das erste Quartal 2011 aktualisiert. Der IVW liegen teilweise Einzelmessungen vor, eine Veröffentlichung sei allerdings nicht gestattet. Auf Anfrage beim BDZV erhielt ich allerdings die Top 60 der deutschen Zeitungen (IVW IV/2010) und eine Auflistung aller Zeitungen nach Auflage (IVW II/2010), mit denen die Liste abgeglichen werden konnte. Alle Daten wurden schließlich von einem Mitarbeiter der Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG) auf Richtigkeit überprüft.

Die hier vorliegende Liste ist demnach eine nach bestem Wissen und Gewissen recherchierte Angabe der 150 größten Tageszeitungen Deutschlands (unter Berücksichtigung eben genannter Einschränkungen).

VORGEHEN

In einem telefonischen Gespräch wurde zunächst die Nutzung eines redaktionellen Wikis erfragt. Es erwies sich als hilfreich, in der Telefonzentrale nach einem Onlineredakteur oder falls möglich dem Leiter der Onlineredaktion zu fragen, da Wikis hier keine Fremdworte waren. Nachdem die Untersuchung auf redaktionelle Wikis abgegolten war, wurde noch nach einem Regiowiki gefragt und nach existenten Strukturen des Wissensmanagements. Bei positiven Antworten wurde eine E-Mail versandt.

Die Fragen, teils leicht modifiziert, wurden mit dem Redaktionswiki vertrauten Redakteuren geschickt:

- Wer hat das Wiki ins Leben gerufen / auf wessen Initiative hin wurde es eingeführt? Wann war das? (Monat, Jahr)
- Wird das Wiki von der Onlineredaktion genutzt oder von Print-Kollegen? (Bzw: Welchen Redakteuren/Abteilungen ist der Zugang bekannt, muss man [mit Klarnamen] angemeldet sein?)
- Welche Inhalte werden im Wiki gesammelt?
- Wie wird es angenommen unter den Kollegen?
- Wieviele Seiten hat es?
- Auf welcher Software basiert das Wiki?
- Sind Sie zufrieden mit der Arbeit im Wiki, gibt es Verbesserungspotenzial?

Folgende Fragen, teils leicht modifiziert, wurden verantwortlichen Redakteuren von Regiowikis geschickt:

- Wer hatte die Idee für das Regiowiki?
- Warum wurde das Wiki eingeführt?
- Inwiefern erhoffen Sie sich Auswirkungen auf Zeitung / Unternehmen?
- Wie wurde das Wiki gestartet (in Bezug auf Redakteursbeteiligung, bereits eingestellte Inhalte, Promotion)?
- Wie ist das Feedback der Nutzer?
- Was bringt die meisten Klicks?
- Was ist verbesserungswürdig oder schwer umsetzbar?

AUFLISTUNG ALLER REDAKTIONEN

Zunächst die Ergebnisse der Vollbefragung.

’ Der Titel ist der heutige Name der Zeitung und kann von historischen Bezeichnungen abweichen.
’ Der Redaktionssitz kann vom Verlagssitz abweichen.
’ Die Auflage entspricht, sofern nicht anders angegeben, der verkauften Auflage (Mo-Sa, IVW, erstes Quartal 2011). Manche Unternehmen bieten keine gesonderte IVW-Ausweisung ihrer einzelnen Titel an. Hierbei wird die Auflage zusammen mit anderen Titeln angegeben, deren Abkürzungen am Fuße der entsprechenden Seite erläutert werden.
’ Die interne Wiki-Nutzung bezeichnet Redaktionswikis.
’ Die externe Wiki-Nutzung bezeichnet Regiowikis / leserbasierte Wikis.

Legende der hochgestellten Zeichen:

[A] angedacht, aber nicht in Planung
[K] Kooperation mit unabhängigem Regiowiki
[P] in Planung
[V] Idee verworfen
[X] Projekt eingestellt

Titel	Redaktionssitz	Auflage	intern	extern
Aachener Nachrichten	Aachen	125 804 mit AZ	nein	nein
Aachener Zeitung	Aachen	125 804 mit AN	nein	nein
Abendzeitung	München, Nürnberg	131 574	nein	nein
Aller Zeitung	Gifhorn	37 408 mit WOZ	nein	nein
Allgäuer Zeitung	Kempten	104 788	nein	nein
Allgemeine Zeitung	Mainz	186 447 RMP gesamt	nein	nein
Amberger Zeitung	Amberg	26 142	nein	nein
Ammerländer Nachrichten	Westerstede	26 096	ja	nein
Augsburger Allgemeine	Augsburg	226 058	nein	nein
Badische Zeitung	Freiburg	145 453	nein	nein
Badische Neueste Nachrichten	Karlsruhe	131 134	nein	nein
Badisches Tagblatt	Baden-Baden	34 741	nein	nein
Berliner Kurier	Berlin	118 795 Mo-Sa/So	ja	nein
Berliner Morgenpost	Berlin	126 634 Mo-So	ja	nein
Berliner Zeitung	Berlin	143 117	ja	nein
Bielefelder Tageblatt	Bielefeld	61 297 TA der ZGNW	ja	nein[A]
Bild	Berlin	2 855 893	nein	nein
Braunschweiger Zeitung	Braunschweig	159 148	nein	nein
B.Z.	Berlin	156 343 Mo-Fr	nein	nein
Cellesche Zeitung	Celle	30 328	nein	nein[A]
Darmstädter Echo	Darmstadt	50 680	nein	nein[A]
Der Neue Tag	Weiden	79 829	nein	nein
Dithmarscher Landeszeitung	Heide	27 955	nein	nein
Donau Kurier	Ingolstadt	85 561	nein	nein

AN Aachener Nachrichten
AZ Aachener Zeitung
WOZ Wolfsburger Allgemeine Zeitung
RMP Rhein-Main-Presse
TA Teilauflage
ZGNW Zeitungsgruppe Nordwest

Titel	Redaktionssitz	Auflage	intern	extern
Dresdner Neueste Nachrichten	Dresden	26 428	nein	nein[A]
Erlanger Nachrichten	Erlangen	35 247 TA der NN	nein	nein
Eßlinger Zeitung	Esslingen	42 047	nein	nein[K]
Express	Köln	193 368 Mo-Sa/So	ja	nein
Filder-Zeitung	Leinfelden-Echterdingen	26 328	nein	nein
Financial Times Deutschland	Hamburg	100 922 Mo-Fr	ja	nein
Flensburger Tageblatt	Flensburg	35 870	ja	nein[A]
Frankenpost	Hof	62 521	nein	nein[V]
Frankfurter Allgemeine	Frankfurt am Main	362 460	nein[P]	nein
Frankfurter Neue Presse	Frankfurt am Main	159 369 mit RMZ	nein	nein
Frankfurter Rundschau	Frankfurt am Main	124 605	ja	nein
Fränkische Landeszeitung	Ansbach	46 516	nein	nein
Fränkische Nachrichten	Tauberbischofsheim	27 486	nein	nein
Fränkischer Tag	Bamberg	71 401	ja	nein[A]
Freie Presse	Chemnitz	278 635	nein	nein
Freies Wort	Suhl	80 601 mit FW MT	nein	nein[V]
Fuldaer Zeitung	Fulda	47 621	nein	nein
Fürther Nachrichten	Fürth	31 814	nein	nein
General-Anzeiger	Bonn	80 073	nein	nein[A]
Gießener Allgemeine	Gießen	55 603	ja	nein[P]
Gießener Anzeiger	Gießen	29 013	nein	nein
Die Glocke	Oelde	55 918	nein	nein
Goslarsche Zeitung	Goslar	25 974	nein	nein
Göttinger Tageblatt	Göttingen	32 559	nein[P]	ja
Grafschafter Nachrichten	Nordhorn	25 241	nein	nein
Hamburger Abendblatt	Hamburg	220 162	nein	nein
Harburger Rundschau	Hamburg-Harburg	28 687	nein	nein
Hamburger Morgenpost	Hamburg	108 654 Mo-Sa/So	nein	nein[V]

NN Nürnberger Nachrichten
RMZ Rhein-Main-Zeitung
MT Meininger Tageblatt

Titel	Redaktionssitz	Auflage	intern	extern
Handelsblatt	Düsseldorf	136 851 Mo-Fr	nein	nein[X]
Hannoversche Allgemeine Zeitung	Hannover	196 729 mit NP	ja	nein[V]
Heidenheimer Zeitung	Heidenheim an der Benz	26 721 mit HNP, BB	ja	nein
Heilbronner Stimme	Heilbronn	91 814	nein[A]	nein[A]
Hessische/Niedersächsische Allgemeine	Kassel	222 634	ja	ja
Hildesheimer Allgemeine Zeitung	Hildesheim	40 637	nein	nein
Kieler Nachrichten	Kiel	102 907	nein	nein
Kölner Stadt-Anzeiger	Köln	327 922 mit KR	nein	nein
Kölnische Rundschau	Köln	327 922 mit KStA	nein	nein
Kreiszeitung Syke	Bremen	68 067	nein	nein
Landeszeitung für die Lüneburger Heide	Lüneburg	31 880	nein	nein[A]
Landshuter Zeitung	Landshut	48 543	nein	nein
Lausitzer Rundschau	Cottbus	93 610	ja	nein
Leipziger Volkszeitung	Leipzig	216 572	nein	nein
Lippische Landes-Zeitung	Detmold	43 050	ja	nein[P]
Lübecker Nachrichten	Lübeck	100 949 Di-Sa	nein[A]	nein
Ludwigsburger Kreiszeitung	Ludwigsburg	39 592	nein	nein
Ludwigshafener Rundschau	Ludwigshafen	36 103	nein	nein
Magdeburger Volksstimme	Magdeburg	194 121	nein[A]	nein[A]
Märkische Allgemeine	Potsdam	139 639	nein	nein[V]
Märkische Oderzeitung	Frankfurt (Oder)	87 100	ja	nein
Main-Echo	Aschaffenburg	77 354	nein	nein[A]
Main Post	Würzburg	130 698	nein	ja
Mannheimer Morgen	Mannheim	82 176	nein	nein

NP Neue Presse
HNP Heidenheimer Neue Presse
BB Brenztal-Bote
KR Kölnische Rundschau
KStA Kölner Stadt-Anzeiger

Titel	Redaktionssitz	Auflage	intern	extern
Mindener Tageblatt	Minden	33 885	nein	nein[A]
Mitteldeutsche Zeitung	Halle	211 947	nein	ja
Mittelbayerische Zeitung	Regensburg	119 348	nein	nein[A]
Morgenpost	Dresden	98 379	nein	nein
Münchner Merkur	München	196 225	ja	nein
Münstersche Zeitung	Münster	27 655	nein	nein[V]
Neue Osnabrücker Zeitung	Osnabrück	65 558	ja	nein
Neue Presse	Hannover	196 729 mit HAZ	ja	nein
Neue Presse (Coburg)	Coburg	25 321	nein	nein[V]
Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung	Essen	774 323 mit WAZ WP WR IKZ	nein	nein
Neue Württembergische Zeitung	Göppingen	33 650	nein	nein
Neues Deutschland	Berlin	37 349	nein	nein
Neue Westfälische	Bielefeld	238 303 mit LL, HK	ja	nein[V]
Nordbayerischer Kurier	Bayreuth	35 796	nein	nein
Der Norddeutsche	Bremen	25 098	nein	nein
Nordkurier	Neubrandenburg	87 286	nein	nein
Nordsee-Zeitung	Bremerhaven	61 272	nein	nein
Nordwest-Zeitung	Oldenburg	120 526	ja	nein[X]
Nürnberger Nachrichten	Nürnberg	277 248 mit NZ	nein	nein
Nürnberger Zeitung	Nürnberg	277 248 mit NN	nein	ja
Oberbayerisches Volksblatt	Rosenheim	68 265	nein	nein
Oberhessische Presse	Marburg	28 953	nein[P]	nein[A]
Offenbach-Post	Offenbach	40 691	ja	nein[A]
Ostfriesen-Zeitung	Leer	36 281	nein	nein[A]
Ostsee-Zeitung	Rostock	145 405	nein	nein[V]
Ostthüringer Zeitung	Gera	303 435 mit TA, TLZ	nein[P]	nein[A]

HAZ Hannoversche Allgemeine Zeitung
WAZ Westdeutsche Allgemeine Zeitung
WP Westfalenpost
WR Westfälische Rundschau
IKZ Iserlohner Kreisanzeiger
TLZ Thüringische Landeszeitung
LL Lippische Landes-Zeitung
HK Haller Kreisblatt
NZ Nürnberger Zeitung
NN Nürnberger Nachrichten
TA Thüringer Allgemeine

Titel	Redaktionssitz	Auflage	intern	extern
Passauer Neue Presse	Passau	166 616	nein	ja
Pfälzer Tageblatt	Landau	46 658	nein	nein
Pfälzische Volkszeitung	Kaiserslautern	35 863	nein	nein
Pforzheimer Zeitung	Pforzheim	38 362	nein	nein
Potsdamer Tageszeitung	Potsdam	28 051	nein	nein[V]
Recklinghäuser Zeitung	Recklinghausen	61 959	nein	nein[A]
Reutlinger General-Anzeiger	Reutlingen	40 166	nein	nein
Rheinische Post	Düsseldorf	348 835	ja	nein
Rhein-Neckar-Zeitung	Heidelberg	91 184	nein	nein
Die Rheinpfalz	Ludwigshafen	242 003	nein	nein
Rhein-Zeitung	Koblenz	202 480	ja	nein
Ruhr-Nachrichten	Dortmund	135 305 [mit HA]	nein[P]	nein[V]
Saarbrücker Zeitung	Saarbrücken	146 964	nein	ja
Sächsische Zeitung	Dresden	258 689	nein	nein
Schwäbische Post	Aalen	25 247	nein[A]	nein[A]
Schwäbische Zeitung	Leutkirch	174 405	ja	nein
Schwäbisches Tagblatt	Tübingen	42 052	nein	nein
Schwarzwälder Bote	Oberndorf	127 121	nein	nein
Schweriner Volkszeitung	Schwerin	92 914	nein	nein
Siegener Zeitung	Siegen	55 920	nein	nein[X]
Soester Anzeiger	Soest	35 933	nein	nein[A]
Straubinger Tagblatt	Straubing	26 361	nein[P]	nein
Stuttgarter Nachrichten	Stuttgart	202 492 [mit STZ]	nein	nein
Stuttgarter Zeitung	Stuttgart	202 492 [mit STN]	nein	nein[X]
Süddeutsche Zeitung	München	436 997	ja	nein
Südkurier	Konstanz	131 191	nein	nein[V]
Südwest-Presse	Ulm	306 155	ja	nein
Der Tagesspiegel	Berlin	121 751 [Mo-So]	nein[X]	nein

HA Hellweger Anzeiger
STZ Stuttgarter Zeitung
STN Stuttgarter Nachrichten

Titel	Redaktionssitz	Auflage	intern	extern
die tageszeitung	Berlin	55 388	ja	nein
Thüringer Allgemeine	Erfurt	303 435 mit TLZ, OTZ	nein[P]	nein[A]
Thüringische Landeszeitung	Erfurt	303 435 mit TA, OTZ	nein[P]	nein[A]
Trierischer Volksfreund	Trier	90 906	ja	ja
tz	München	17 969	ja	nein[V]
Die Welt	Berlin	251 433 Mo-Fr mit Wk	ja	nein
Welt kompakt	Berlin	251 433 Mo-Fr mit W	ja	nein
Weser Kurier	Bremen	165 267	nein	nein
Westdeutsche Allgemeine	Essen	774 323 mit NRZ WP WR IKZ	nein	nein
Westdeutsche Zeitung	Düsseldorf	117 348	nein	nein
Westfälische Nachrichten	Münster	118 568	ja	nein
Westfälische Rundschau	Dortmund	774 323 mit NRZ WP WAZ IKZ	nein	nein
Westfalen-Blatt	Bielefeld	119 777	nein	nein
Westfälischer Anzeiger	Hamm	40 294	nein	nein[K]
Westfalenpost	Hagen	774 323 mit NRZ WP WAZ IKZ	nein[A]	nein
Wetzlarer Neue Zeitung	Wetzlar	25 690	nein	nein[P]
Wiesbadener Kurier	Wiesbaden	64 066 mit WT	nein	nein[A]
Wiesbadener Tageblatt	Wiesbaden	64 066 mit WK	nein	nein[A]
Wolfsburger Allgemeine Zeitung	Wolfsburg	37 408 mit AZ	nein	nein[A]
Wolfsburger Nachrichten	Wolfsburg	27 667	nein	nein

TA	Thüringer Allgemeine	LL	Lippische Landes-Zeitung
WAZ	Westdeutsche Allgemeine Zeitung	HK	Haller Kreisblatt
WP	Westfalenpost	NZ	Nürnberger Zeitung
WR	Westfälische Rundschau	NN	Nürnberger Nachrichten
IKZ	Iserlohner Kreisanzeiger	AZ	Aller Zeitung
TLZ	Thüringische Landeszeitung	WT	Wiesbadener Kurier

DETAILLIERTE AUFLISTUNG VON REDAKTIONSWIKIS

Titel	seit	Software	Seiten*	Nutzung	S.
Ammerländer Nachrichten	*siehe Nordwest-Zeitung*				
Berliner Kurier	*siehe Berliner Zeitung*				
Berliner Morgenpost	2009	Confluence	50	Online	80
Berliner Zeitung	2010	MediaWiki	20	Online	81
Bielefelder Tageblatt	*keine weiteren Informationen vorhanden*				
Express	2009	Redmine	40	IT/Online	81
Financial Times Deutschland	2001	DokuWiki*[1]	200	Online	81
Flensburger Tageblatt	2010	MediaWiki	20	Online	82
Frankfurter Rundschau	2009	MediaWiki	100	Online*[2]	82
Fränkischer Tag	2010	Dokuwiki	k.A.	Print/Online	82
Gießener Allgemeine	2007	MediaWiki	60	Print/Online	83
Hannoversche Allgemeine Zeitung	2005	MediaWiki	6580	Print/Online	83
Heidenheimer Zeitung	*keine weiteren Informationen vorhanden*				
Hessische/Niedersächsische Allgemeine	2010	MediaWiki	40	Online	83
Lausitzer Rundschau	2009	Dokuwiki	90	Online	84
Lippische Landes-Zeitung	2009	JWiki	43	Online	84
Märkische Oderzeitung	2008	MediaWiki	400	Online	84
Münchner Merkur	2008	Dokuwiki	20	Online	85
Neue Osnabrücker Zeitung	2008	MediaWiki	35	Online	85
Neue Presse	2007	MediaWiki	10370	Print	85
Neue Westfälische	*keine weiteren Informationen vorhanden*				
Nordwest-Zeitung	*keine weiteren Informationen vorhanden*				

* Stand Mai 2011, gerundet. Da die Wikis unterschiedlichen Zwecken dienen und verschiedene Inhalte beherbergen, hat die Seitenzahl keine direkte Aussagekraft auf die Qualität eines Wikis. Sie kann allerdings als Indikator für das Ausmaß der Nutzung dienen.

1 Confluence ab 2011

2 in der FR „Multimediaredaktion“

Titel	seit	Software	Seiten*	Nutzung	S.
Offenbach Post	2009	MediaWiki	20	Print/Online	86
Rheinische Post	k.A.	k.A.	k.A.	Online	86
Rhein-Zeitung	2008	MediaWiki	125	Print/Online	86
Schwäbische Zeitung	2005	MediaWiki	2280	Verlag	87
Süddeutsche Zeitung	*keine weiteren Informationen vorhanden*				
Südwest-Presse	2005	MediaWiki	500	Online	87
die tageszeitung	k.A.	WackoWiki*[3]	k.A.	Print/Online	87
Trierischer Volksfreund	*keine weiteren Informationen vorhanden*				
tz	*siehe Münchner Merkur*				
Die Welt	*keine weiteren Informationen vorhanden*				
Welt kompakt	*siehe Die Welt*				
Westfälische Nachrichten	*keine weiteren Informationen vorhanden*				

3 MediaWiki ab 2011

BERLINER MORGENPOST

In der Onlineredaktion der Berliner Morgenpost existiert seit Dezember 2009 ein Wiki, das vom Redaktionsleiter der Onlineredaktion ins Leben gerufne wurde. Es läuft auf Confluence und zählt mit der Basisbefüllung etwa 50 Seiten. Es gibt einen Gruppenzugang, über den sich jeder Redakteur anmelden kann. Im Wiki werden Anleitungen gesammelt für Anwendungen, Programme und Produktionstools (intern wie extern), Social Media, Video, Medien und Dienste, Arbeitsabläufe, Inhalte/Themenplanung/Projekte, Dienstpläne, Adresslisten, juristische Hinweise und Fehlerdokumentation. Es wird gut angenommen unter den Kollegen, weil es sehr viele komfortable und umfangreiche Funktionen bietet, auch wenn es für ungeübte Nutzer anfangs etwas viele Funktionen bietet. Dennoch sind alle Features detailreich dokumentiert. Als unzureichend wird der WYSIWYG-Editor empfunden, auch das Navigieren in der Baumstruktur könnte verbessert werden. Das Einbinden von externen Dokumenten ist noch zu kompliziert, hier wünscht man sich Besserung. Der Word-Importer von Confluence ist nicht sehr zuverlässig.

BERLINER ZEITUNG

Die Online-Redaktion der Berliner Zeitung hat im Juni 2010 ein Wiki etabliert. Es läuft auf MediaWiki und zählt aktuell über 20 Seiten. Im Wiki werden technische und redaktionelle Abläufe der Onlineredaktion dokumentiert. Jeder Onlineredakteur verfügt über einen eigenen Account, um auf die Inhalte zuzugreifen. In der Printredaktion wird das Wiki nicht genutzt. Es dient lediglich als Nachschlagewerk und wird nur selten bearbeitet.

BIELEFELDER TAGEBLATT

Zur Wiki-Nutzung des Bielefelder Tageblatts waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

EXPRESS

Das Wiki für die Onlineredaktion des Express existiert seit Ende 2009. Es ist eingebettet in ein Ticketmanagementsystem (Redmine), der redaktionelle Teil umfasst aktuell etwa 40 Seiten. Es wurde zunächst vom technischen Dienstleiter der Redaktion innerhalb der IT genutzt und später um redaktionelle Inhalte erweitert. Hierzu zählen redaktionelle Abläufe, Anleitungen zum CMS, Rechtefragen und Kontakte. Zudem existiert ein Intranet, deren Inhalte sich mit dem Wiki allerdings nicht überschneiden. Jeder Mitarbeiter hat einen Zugang zum Wiki, es wird allerdings eher selten genutzt.

FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND

Das Wiki der Financial Times Deutschland existiert seit 2001 und ist ein fester Bestandteil der redaktionellen Arbeit. Auf rund 200 Seiten werden Arbeitsanleitungen und andere Informationen gesammelt, die für bestimmte Arbeiten hilfreich sind. Bislang wird das Wiki hauptsächlich von Onlineredaktion und Producing verwendet. Es basiert auf der freien Software Dokuwiki, die wegen ihrer schlanken Installation und der leichten Konfigurierbarkeit ausgewählt wurde. Erweitert wurde das System unter anderem um einen WYSIWYG-Editor und hierarchische Navigation. MediaWiki wurde für die Arbeit schon aufgrund des Editors ausgeschlossen. Mit der Arbeit im Wiki ist man sehr zufrieden, jetzt sollen allerdings auch die Print-Kollegen ins Boot geholt werden, um im Dateisystem abgelegte Excel- und Word-Dokumente abzulösen. Daher wird das Sys-

tem momentan auf das proprietäre Confluence umgesattelt. Die Vorteile von Confluence zeigen sich in der Bearbeitung, die auch wiki-ungeübten Benutzern leicht fällt. So können Microsoft-Office-Dokumente per WebDAV-Integration ins System geladen werden, Wiki-Seiten werden als Dokumente in Verzeichnisbäumen angezeigt, die der Hierarchie des Wikis entsprechen. So kann alter Content aus Office-Dokumenten übernommen werden und Inhalte auf gewohnte Weise bearbeitet werden. Der Importer aus anderen Wikis wird als unzulänglich empfunden, ebenso die Anbindung an die Active-Directory-Benutzerverwaltung mittels „Crowd" vom selben Hersteller, die zu langsam sei.

FLENSBURGER TAGEBLATT

Auf Initiative der Onlineredaktion des Flensburger Tageblatts wurde im Oktober 2010 ein Wiki etabliert, um interne Dokumente und Listen zugänglich zu machen. Es läuft auf MediaWiki und zählt aktuell knapp 20 Seiten. Viele Redakteure greifen darauf zu, allerdings beteiligen sich wenige aktiv. Das wird in erster Linie auf den für ungeübte Nutzer komplizierten Eingabe- und Aktualisierungsprozess und die zu erlernende Syntax zurückgeführt.

FRANKFURTER RUNDSCHAU

Ein Multimedia-Redakteur der Frankfurter Rundschau baute Anfang 2009 ein MediaWiki zur Entwicklung und Dokumentation von Arbeitsabläufen (vorgegebene, aber auch Best-Practice-Modelle). Es zählt aktuell über 100 Seiten und wird hauptsächlich von der Multimediaredaktion genutzt, einige Print-Kollegen nutzen es auch. Der Dienstplan und andere Listen werden im Wiki gesammelt, genauso wie relevante Dokumente, um den Mailverkehr durch Rundmails zu verringern, indem nur noch auf das Wiki verwiesen wird. Insgesamt wird das Wiki als hilfreich angesehen, um alle Mitglieder des Teams auf den gleichen Stand zu bringen.

FRÄNKISCHER TAG

Im Jahr 2009 war die Idee für ein Redaktionswiki entstanden, im Sommer 2010 wurde sie umgesetzt. Das Wiki basiert auf DokuWiki und dient als Ersatz eines gedruckten Redaktionshandbuchs, in dem verbindliche Standards und redaktionsinterne Regelungen (bspw. für Seitengestaltung, Storytelling) festgehalten werden. Auch technische Anleitungen und Organigramme werden im Wiki gesammelt. Alle Mitarbeiter haben Zugriff auf das System, Fernziel ist der Aufbau eines wiki-gesteuerten Intranets.

GIEßENER ALLGEMEINE

Zusammen mit der IT-Abteilung hat der Online-Redakteur im Jahr 2007 ein redaktionelles Wiki etabliert. Es läuft auf MediaWiki und zählt aktuell knapp 60 Seiten. Neben dem redaktionellen Wiki existieren zahleiche weitere; unter anderem drei für Bereiche der IT und einige andere, die oft nur als Gedankenstütze einzelner Mitarbeiter dienen. Im redaktionellen Wiki werden Arbeitsabläufe der redaktionellen Arbeit dokumentiert, um Hand-Outs zu vermeiden. Auch aktuelle Änderungen am Redaktionssystem werden im Wiki notiert. Das Wiki ist über das (ebenfalls offene) Intranet offen für Mitarbeiter zugänglich, nach einer Anmeldung können Beiträge auch bearbeitet werden. Weil das Wiki im redaktionellen Alltag nicht ausreichend genutzt wird, wird es nicht mehr gepflegt.

HANNOVERSCHE ALLGEMEINE ZEITUNG

Ein Printredakteur mit Schwerpunkt auf Technik und Internet etablierte 2005 in Zusammenarbeit mit der Chefredaktion ein Wiki, das als „Newsroom" bezeichnet wird. Es läuft auf MediaWiki und zählt aktuell mehr als 5680 Seiten. Das Wiki wird in der Printredaktion zur Themenplanung genutzt, der Onlineredaktion dient es in erster Linie als Informationsquelle für anstehende Themen. Außerdem ist es geöffnet für Redaktionen von Partnerzeitungen, die sich über die Themenplanung informieren wollen. Es enthält allerdings auch andere relevante Informationen für den Redaktionsalltag wie Termine, interne Ereignisse, Anleitungen, Dokumentationen oder Dienstpläne. Als Bestandteil der täglichen Arbeit wird das Wiki von den Redakteuren gut angenommen. Der mögliche dezentrale Zugriff über das Internet wird hervorgehoben.

HEIDENHEIMER ZEITUNG

Zur Wiki-Nutzung der Heidenheimer Zeitung waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

HESSISCHE/NIEDERSÄCHSISCHE ALLGEMEINE

Obwohl die HNA seit Anfang 2006 ein Regiowiki betreibt, ist erst seit November 2010 ein redaktionelles Wiki im Einsatz. Der Ressortleiter Online hatte die Idee dazu. Es basiert auf MediaWiki und zählt aktuell mehr als 140

Seiten. Es wird ausschließlich von der Onlineredaktion genutzt und ist doppelt passwortgeschützt. Lesen und bearbeiten dürfen nur angemeldete Nutzer, aufgrund der Nutzung der Onlineredaktion sind dafür jedoch keine Klarnamen erforderlich. Das Wiki beinhaltet Zugangs- und Kontaktdaten, Anleitungen, Design-Vorgaben, Beschlüsse aus den Konferenzen, online-spezifische Themen zu den CMS-Systemen beispielsweise als auch Ideensammlungen für die Redaktion. Einmal in der Woche trifft sich die Redaktion, um die im Wiki hinterlegten Themen gemeinsam zu besprechen. Ergebnisse werden wiederum im Wiki festgehalten. Das Wiki wird in der täglichen Arbeit genutzt.

LAUSITZER RUNDSCHAU

Das Redaktionswiki der Lausitzer Rundschau wurde 2009 von einem Content Manager aus der Onlineredaktion ins Leben gerufen. Es basiert auf Dokuwiki und zählt aktuell etwa 90 Seiten. Das Wiki enthält Informationen zu Arbeitsabläufen und Aufgaben (Sortierung der Ressorts, Artikelbearbeitung, Bildergalerien). Alle Redakteure, Auszubildende, Volontäre und Praktikanten verfügen über einen zentralen Zugang, allerdings wird das Wiki nur in der Onlineredaktion genutzt. Es dient vor allem der Einarbeitung neuer Mitarbeiter und als Hilfestellung bei technischen Problemen von Redakteuren oder techniklastigen Anfragen Lesern. Das Wiki wird rege genutzt, allerdings ist eine leichtere Einbindung externer Dateien (Bilder, PDFs) gewünscht.

LIPPISCHE LANDES-ZEITUNG

In der Onlineredaktion der Lippischen Landeszeitung wird ein Wiki zum Projektmanagement genutzt. Einzelne Projekte sind beispielsweise Suchmaschinenoptimierung, Mobilportalentwicklung oder App-Entwicklung. Das erste Wiki wurde im August 2009 eingeführt. Es basiert auf JWiki (Joomla!) und zählt aktuell mehr als 40 Seiten. Es enthält außerdem Links und Dokumente. Die Wikis sind für jeden Mitarbeiter zugänglich. Im Rahmen der Projekte wird das Wiki sehr häufig genutzt.

MÄRKISCHE ODERZEITUNG

Die Onlineredaktion der Märkische Oderzeitung verfügt seit 2008 über ein Wiki, das von der damaligen Projektleiterin eines Webmagazins der MOZ ins Leben gerufen wurde. Es basiert auf MediaWiki und zählt aktuell etwa 400 Seiten. Für den Zugriff ist eine Anmeldung mit Klarnamen erforderlich. Im

Wiki werden Anleitungen gesammelt (CMS-Bedienung, Behebung wiederkehrender Fehler, Grafikgrößen), aber auch wichtige Kontaktdaten und Verweise auf nützliche Webinhalte. Mittlerweile dient es ebenfalls als Archiv für ältere Webprojekte. Da alle drei Monate neue Volontäre im Online-Ressort anfangen, dient das Wiki auch zur selbstständigen Einarbeitung. Dadurch verringert sich die Zeit, in der Redakteure die neuen Mitarbeiter einweisen müssen. Gleichzeitig können die Volontäre unverständliche oder unvollständige Einträge verbessern. Dennoch fehlt genügend Zeit zur Pflege, und es ist manchmal umständlich, Texte in eine übersichtliche Form zu bringen.

MÜNCHNER MERKUR

Mit dem Aufbau einer Onlineredaktion 2007 wurde auf einem externen Webserver ein geschütztes Dokuwiki etabliert, in dem Namen und Pfade von Bildstrecken thematisch geordnet sind, um zu Artikeln passende Klickstrecken zu finden. Vereinzelt finden sich auch Anleitungen dort.

NEUE OSNABRÜCKER ZEITUNG

Im Oktober 2008 nahm der Webentwickler der NOZ ein Wiki als technische Knowledge-Base in Betrieb, da er selbst bei der Wikipedia aktiv ist. Im Februar 2009 installierte er auf Nachfrage einen Ableger für die Onlineredaktion (Content / eRedaktion). Es basiert auf MediaWiki und zählt aktuell etwa 35 Seiten. Während das technische Wiki Informationen zur Server- und Datenbank-Administration sowie Artikel zur Behebung von Fehlern im ePaper und zur Bedienung des AdServers enthält, finden sich im redaktionellen Wiki Anleitungen, die auch für die Journalisten relevant sind (CMS-Anleitungen, etc.). Außerdem sind ein Fotografen-Verzeichnis und das Stilhandbuch im Wiki untergebracht. Die Wikis können im internen Netzwerk über jeweils ein Benutzer/Passwort-Login aufgerufen werden. Zum Bearbeiten der Inhalte kann sich jeder Redakteur zudem einen Wiki-Account registrieren.

NEUE PRESSE

Die neue Presse nutzt seit Juni 2007 ein Wiki, das von einem technischen Dienstleister auf Wunsch der Redaktion installiert worden ist. Es basiert auf MediaWiki und zählt in neun Kategorien aktuell mehr als 10370 Seiten, da es sowohl als Themen- als auch als Termindatenbank verwendet wird. Das Wiki wird von der Printredaktion genutzt, alle Festangestellten haben einen eigenen

Zugang. Das Wiki hat sich etabliert, um Themen anzukündigen und Termine zu verwalten.

NEUE WESTFÄLISCHE

Zur Wiki-Nutzung der Neuen Westfälischen waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

NORDWEST-ZEITUNG

Zur Wiki-Nutzung der Nordwest-Zeitung waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

OFFENBACH POST

Der Online-Projektleiter der Offenbach Post installierte ein Wiki im November 2009. Es läuft auf MediaWiki und zählt aktuell etwa 20 Seiten. Das Wiki hat für den Projektleiter den primären Zweck, Möglichkeiten auszutesten, er hat es Kollegen in seinem Verantwortungsbereich ebenfalls die Nutzung ermöglicht. Das Wiki wurde aber nie richtig ausgerollt. Im System werden Anleitungen, Merklisten und allgemeine Informationen gesammelt.

RHEINISCHE POST

Die Onlineredaktion der Rheinischen Post nutzt ein Wiki. Bis Druckunterlagenschluss waren keine detaillierten Informationen vorhanden.

RHEIN-ZEITUNG

Die Rhein-Zeitung verfügt seit 2008 über ein Wiki, das von einem Printredakteur in Zusammenarbeit mit der IT installiert wurde. Es läuft auf MediaWiki und zählt aktuell 125 Seiten. Das Wiki hat einen hohen Stellenwert in der Blattplanung: Die komplette Planung läuft über das Wiki, das Leserbeschwerdemanagement, der Druckplan. Ferner werden Telefonlisten und Abteilungsübersichten abgelegt, die Dienstpläne und Sonntagsdienstliste verwaltet, es gibt eine Kürzelliste und eine Übersicht über das Verbreitungsgebiet sowie Regeln für das Layout. Die Anmeldung läuft hausintern ohne Klarnamen. Auf kom-

plexe Syntax wird verzichtet, oft sind Listenpunkte (in der Wiki-Syntax Asterisken) das einzige Ordnungselement. Das Wiki ist die Zentrale der Blattkoordination, hinzu kommt Tweetdeck zum Monitoring der Region. Gewünscht wird vor allem eine bessere Übersicht und eine gefälligere Gestaltung.

SCHWÄBISCHE ZEITUNG

Im Januar 2005 etablierte die IT im Verlagshaus der Schwäbischen Zeitung ein IT- und ein Verlagswiki. Das Verlagswiki läuft auf MediaWiki und zählt aktuell 2285 Seiten. Es dient als zentrales Nachschlagewerk, jede Abteilung des Hauses hat eine Unterseite. In der Redaktion wird es nicht intensiv genutzt. Es gibt eine Vorstellungsseite, Projektinformationen, Rolloutplan für ein neues Redaktionssystem, einen Regionenatlas und FAQ zu Presserecht. Die Pflege des Wikis ist dezentralisiert, die IT ist lediglich beratend tätig und für die Hauptseite verantwortlich. Zur Mitarbeit ist eine Anmeldung erwünscht, aber nicht Pflicht, da die IP-Adressen nachverfolgbar sind. Dennoch gibt es ca. 250 registrierte Nutzer im Verlagswiki.

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

Die Onlineredaktion der Süddeutschen Zeitung nutzt ein Wiki. Bis Druckunterlagenschluss waren keine detaillierten Informationen darüber vorhanden.

SÜDWEST-PRESSE

Im September 2005 hat die Online-Technik ein Wiki ins Leben gerufen. Es läuft auf MediaWiki und zählt aktuell rund 500 Seiten. Das Wiki wird nur von der Onlineredaktion genutzt und enthält vor allem technische Informationen zum Arbeitsablauf. Es dient gleichzeitig der IT als Wissensbasis. Bestimmte Bereiche sind für alle Mitarbeiter einsehbar, sicherheitsrelevante Inhalte nur angemeldeten Mitgliedern einer Usergruppe. Wünschenswert ist eine bessere Usability.

DIE TAGESZEITUNG

In der Redaktion der TAGESZEITUNG verfügt fast jede Abteilung über ein eigenes Wiki. Die Systeme basieren auf Wackowiki. Allerdings sollen die Informationen fortan im so genannten „tazwiki“ gesammelt werden, das auf MediaWiki basiert. Nähere Informationen lagen bis Druckunterlagenschluss nicht vor.

TRIERISCHER VOLKSFREUND

Die Redaktion des Trierischen Volksfreunds ersetzte ein gedrucktes Redaktionsbuch durch ein Wiki. Später wurde es auf den gesamten Verlag ausgeweitet. Bis Druckunterlagenschluss waren keine detaillierten Informationen vorhanden.

DIE WELT / WELT KOMPAKT

Zur Wiki-Nutzung der Welt waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

WESTFÄLISCHE NACHRICHTEN

Zur Wiki-Nutzung der Westfälischen Nachrichten waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

EXTERNE WIKI-NUTZUNG

Titel	Wiki	seit	Software	Seiten*	S.
Göttinger Tageblatt	Wiki-Göttingen	2007	MediaWiki	6 582	90
Hessische/Niedersächsische Allgemeine	Regiowiki	2006	MediaWiki	11 718	90
Mainpost	Familieninsel	2008	MediaWiki	983	91
Mitteldeutsche Zeitung	Sachsen-Anhalt-Wiki	2010	MediaWiki	478	91
Nürnberger Zeitung	Franken-Wiki	2007	MediaWiki	4 022	94
Passauer Neue Presse	RegioWiki	2008	MediaWiki	10 082	95
Saarbrücker Zeitung	Saarland-Lexikon	2008	MediaWiki	2 832	98
Trierischer Volksfreund	Regio-Wiki	2008	MediaWiki	1 213	98

* Inhaltsseiten, 22. Mai 2011

EXTERNE WIKI-KOOPERATIONEN

Titel	Wiki	Software	Seiten*	S.
Eßlinger Zeitung	Stadtwiki-Esslingen	MediaWiki	171	98
Westfälischer Anzeiger	Hamm-Wiki	MediaWiki	7 252	98

EINGESTELLTE WIKI-PROJEKTE

Titel	Wiki	Dauer	Software	Seiten	S.
Handelsblatt	Wirtschaftswiki	2005-2007	MediaWiki	?	98
Nordwest-Zeitung	Nordwest-Wiki	2005-2008	Mediawiki	350	99
Siegener Zeitung	Treff57	2002-2010	MediaWiki	200	99
Stuttgarter Zeitung	Worldcup-Wiki	2005-2008	MediaWiki	?	99

WIKI-GÖTTINGEN VOM GÖTTINGER TAGEBLATT

Das Wiki-Göttingen existiert seit dem 14. April 2007. Bis Druckunterlagenschlus waren keine weitere Informationen vorhanden.

REGIOWIKI DER HNA

Frage: Wie sind Sie auf die Idee gekommen, ein Regiowiki aufzubauen?

Antwort: Der Erfolg der Wikipedia hat uns auf die Idee gebracht, ein eigenes Wiki zu etablieren. Wir haben festgestellt, dass hyperlokale Themen in dieser keinen Platz haben und darin einen hervorragenden Ansatzpunkt für ein regionales Wiki gesehen. Das Regiowiki wurde im Januar 2006 mit von mir eingestellten Inhalten gestartet, damals noch auf Dokuwiki. Zum Start habe ich eine Printserie „100 Jahre Kassel" eingepflegt sowie einige Beiträge zu einem Mundartlexikon „Kasselänisch". Außerdem eine größere Hilfe-Rubrik. Im September 2006 wurde es dann auf MediaWiki umgesattelt. Es sollte sich ursprünglich auf Kassel beschränken, wurde aber dann auf das gesamte Verbreitungsgebiet der HNA ausgeweitet. Unser Wiki wird für alle relevanten regionalen Themen (unseres Verbreitungsgebiets) genutzt, beginnend von einem Mundartlexikon über Landkreis-Portale bis hin zu einer tagesaktuellen Chronik. Die Printredaktionen verweisen mehrmals in der Woche in der HNA auf das Regiowiki.

Frage: Wie ist das Feedback bislang?

Antwort: Das Wiki hat uns in den Fachmedien eine enorme Aufmerksamkeit beschert. Auch aus dem Leserkreis gab es sehr positives Feedback. Zudem hat es den positiven Nebeneffekt, dass sich Kollegen aus den Printredaktionen mit dem Thema Wiki nicht nur als Leser, sondern auch als Autor auseinandersetzen. Das Feedback der Nutzer war und ist sehr positiv - immerhin sammeln wir Erinnerungen der Region, das ist ein Thema, das immer gut ankommt. Mittlerweile haben wir 981 registrierte Nutzer. Allerdings sind, abgesehen von der Redaktion, nur wenige davon regelmäßig aktiv. Zum Teil haben wir anfangs Treffen mit interessierten Autoren veranstaltet, bei denen wir feststellten, dass wir insbesondere ältere Leser (50+) mit dem Wiki erreichen. Diese und wir haben so bisher insgesamt fast 12.000 Inhaltsseiten erstellt. Am häufigsten frequentiert sind historische Fotos, und gut gepflegte Start- bzw. Portalseiten bestimmter Regionen.

Frage: Was ist verbesserungswürdig?

Antwort: Verbesserungswürdig ist insbesondere der Kontakt mit der Community. Hier müsste eigentlich viel mehr passieren, allerdings ist das aus zeitlichen Gründen kaum umsetzbar. Wir denken allerdings darüber nach, eine Facebook-Fanseite zu schaffen, um hier näher auf die Wünsche der Autoren eingehen zu können.

Der Projektverantwortliche Jens Nähler via E-Mail, 11. Mai 2011

FAMILIENINSEL DER MAIN-POST

Zur Familieninsel waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

SACHSEN-ANHALT-WIKI DER MITTELDEUTSCHEN ZEITUNG

Frage: Wer hatte die Idee zum Regiowiki?

Antwort: Die Idee stammt vom Redaktionsleiter Gero Hirschelmann, umgesetzt wurde es von den Volontären Stefan Schwarz und Theresa Henning.

Frage: Warum wurde das Wiki eingeführt?

Antwort: Das Wiki wurde als lokale, regionale Ergänzung zu Wikipedia ins Leben gerufen - ohne Relevanzdiskussion und somit Wahrnehmungsschwelle. Besonders die hyperlokalen Themen sind gefragt.

Frage: Inwiefern erhoffen Sie sich Auswirkungen auf Zeitung / Unternehmen?

Antwort: Das Sachsen-Anhalt-Wiki kann mittelfristig zu einer Contentquelle für unsere Lokalredaktionen werden. Darüber hinaus kann dieses Projekt zu einem Imagefaktor werden, da die Zeitung damit ihre Lokalkompetenz und ihren Schwerpunkt im Regionalen betonen kann.

Frage: Wie wurde das Wiki gestartet?

Antwort: Offiziell gestartet wurde das Wiki im November 2010. Am 8. November gab es in allen 15 Lokalredaktionen einen großen Einführungstext, danach vier Wochen lang immer samstags eine feste Rubrik „Wussten Sie schon, dass...?“ (auf der ersten Lokalseite oben links), in der jede Lokalredaktion (wechselnde Redakteure) auf eine Besonderheit in Ihrer Region aufmerksam gemacht hat. Diese Themen wurden im Vorfeld von den Volontären im Sachsen-Anhalt-Wiki mit

Bild und Text aufgearbeitet. Parallel gab es zwei verschiedene Printanzeigen, die über diesen Zeitraum gestreut in der Mitteldeutschen Zeitung platziert wurden.

Frage: Wie ist das Feedback der Nutzer?

Antwort: Wir sind momentan zufrieden mit den Zahlen. Wir haben etwa 180 registrierte Nutzer, von denen sich ein Viertel auch aktiv (d.h. in den letzten 90 Tagen) am Wiki beteiligt (diese Quote ist ziemlich gut). Mittlerweile gibt es sogar Nutzer, die eine gewisse Kontrollfunktion übernehmen, d.h. neue Nutzer begrüßen, anderen Nutzern auf die Finger schauen, Fehler korrigieren und Tipps geben.

Frage: Was bringt die meisten Klicks?

Antwort: Am meisten geklickt werden die Einstiegsseiten (Portale) in die Landkreise und kreisfreien Städte, die man sowohl über die rechte Navi (Regionen) oder über die Landkarte auf der Startseite erreichen kann. Die Texte rund um die Region Halle bringen ebenfalls viele Klicks.

Frage: Was ist verbesserungswürdig oder schwer umsetzbar?

Antwort: Noch wenig nachgefragt und noch wenig mit Themen befüllt ist das nördliche Sachsen-Anhalt. Diese Region gehört nicht zum Verbreitungsgebiet der Mitteldeutschen Zeitung. Eine Kooperation mit der dortigen Zeitung, der Magdeburger Volksstimme ist aber in Planung. Auch die Anbindung an die Printredaktion muss noch optimiert werden.

Die Projektverantwortliche Theresa Henning via E-Mail, 18. Mai 2011

Heimatforschen 2.0

INTERNET Schlag nach im Netz: Das neue Portal Sachsen-Anhalt-Wiki sammelt Fotos, Dokumente und kulturelles Wissen über die Region.

VON THERESA HENNING

BITTERFELD/WITTENBERG/MZ - Der so genannte Söllichauer Röhrkasten, die Sage vom Jungferngrab in Bad Schmiedeberg und das Herrenhaus Muldenstein: Über viele Bauwerke und Kulturdenkmale Sachsen-Anhalts erfährt man im Internet nur wenig. Selbst bei Wikipedia, der weltgrößten Online-Enzyklopädie, sucht man solche Fakten oft vergeblich.

Wissen verstaubt in Archiven

Diese drei Beispiele machen eines deutlich: Nur ein Bruchteil des Wissens über das Land Sachsen-Anhalt und seine Geschichte ist für die Allgemeinheit zugänglich. Chroniken können oft nur in Archiven eingesehen werden oder liegen in Heimatvereinen vor. Eine neue Plattform will das nun ändern: das Sachsen-Anhalt-Wiki. Ein Wiki ist eine im Internet verfügbare Text- und Bildersammlung, aufgebaut wie ein Lexikon. Was vor Jahren mit dem Schlagwort „Web 2.0" belegt wurde, hilft nämlich auch Ortschronisten: So wächst eine neue Generation von Heimatforschern heran, die sich vernetzt und ihr Wissen ständig erweitert. Egal ob Schüler oder Historiker, jeder kann etwas schreiben sowie die Fakten anderer Autoren überarbeiten und ergänzen. Die Texte sollten jedoch der Wahrheit entsprechen und im Zweifelsfall belegbar sein. Das Sachsen-Anhalt-Wiki befasst sich ausdrücklich mit lokalen Themen, deshalb ist dort auch Platz für Mundartdichter, Straßennamen oder ein Neubau-Projekt. Je mehr Menschen mitmachen, desto umfangreicher wird die Wissenssammlung. So soll das Wiki durch die Mitarbeit möglichst vieler Autoren zu einem Nachschlagewerk für die Region werden. Alle sollen hier in Zukunft Interessantes und Kurioses über ihre Heimat erfahren. Jeder Landkreis hat eine Hauptseite, auf der Nachrichten, Nutzerbeiträge und Bilder zusammengeführt werden. Wer sich erstmals in der neuen Enzyklopädie umschauen will, kann in Themen wie Kultur, Geschichte, Vereine, Sport, Essen und Trinken, Sprache und Dialekt oder Sagen und Legenden stöbern. Und vielleicht schon bald sein eigenes Wissen über Sachsen-Anhalt beisteuern.

Die Lithografie von Theodor Albrecht (um 1860) zeigt die idyllische Lage des Muldensteiner Herrenhauses. Es ist eines der vielen unbekannten Adelssitze in Sachsen-Anhalt, die im Wiki vorgestellt werden. FOTO: REPRO/PRASSE

SACHSEN-ANHALT-WIKI

Teilen Sie Ihr Wissen mit anderen!

Sie sind Heimatforscher? Sie wollen Ihren Sportverein vorstellen oder regionale Kochrezepte bewahren? Dann geben sie ihr Wissen an andere Menschen weiter! Ein Wiki (hawaiisch „schnell") ist eine Sammlung von Internet-Seiten, die von Nutzern angelegt und bearbeitet werden. Und so funktioniert es:

Benutzerkonto einrichten

Jeder, der als Autor beim Sachsen-Anhalt-Wiki mitmachen will, muss sich registrieren. Klicken Sie dazu auf die Schaltfläche „Anmelden / Benutzerkonto erstellen" oben rechts. Dort wählen Sie zuerst einen Benutzernamen und ein Passwort und geben ihre E-Mail-Adresse an. Dorthin wird ein Code gesendet, den Sie anklicken müssen, um ihre Registrierung zu bestätigen und alle Wiki-Funktionen nutzen zu können.

Seiten bearbeiten und anlegen

Sie können nun Seiten bearbeiten, ergänzen und korrigieren. Klicken Sie dazu links auf „Alle Seiten", wählen sie eine aus und klicken Sie dann in der Kopfleiste auf „Bearbeiten", um die Seite zu verändern. Eine Werkzeugleiste am Kopf hilft Ihnen, den Text in Überschriften und Abschnitte zu gliedern, die Schrift anzupassen und auf andere Seiten im Wiki zu verweisen. Und keine Angst: Alle Änderungen werden im Wiki nachvollzogen und können notfalls rückgängig gemacht werden. Sie wollen über ein Thema schreiben, das es im Sachsen-Anhalt-Wiki noch nicht gibt, zum Beispiel über Ihren Verein? Dann beginnen Sie am besten auf einer bestehenden Seite, in diesem Fall auf der Seite über ihre Stadt. Dort können Sie nun einen kurzen Abschnitt über Ihren Verein einfügen, den Sie wiederum als Link kennzeichnen. Dadurch erzeugen Sie automatisch eine neue Seite im Wiki, die Sie wiederum mit ausführlichen Informationen und Bildern über Ihren Verein füllen können.

Bilder und Dokumente einfügen

Von einer bestehenden Seite aus zu verlinken ist wichtig, weil sonst Einträge entstehen, die mit keiner anderen Seite verbunden und deshalb schwer zu finden sind. Alle Informationen im Wiki sollen wie Fäden eines Netzes miteinander verknüpft sein.

Das Sachsen-Anhalt-Wiki soll aber nicht nur aus Textbausteinen bestehen, sondern auch ein bisschen Farbe bekommen. Viele Bilder wurden bereits von den Fotografen der Mitteldeutschen Zeitung bereitgestellt. Aber auch Sie können eigene Fotos und andere Dokumente hochladen und sie anschließend in eine Seite einfügen.

Registrierung und ausführliche Hilfe für neue Autoren unter **www.sachsen-anhalt-wiki.de**

Abb. 14: Ausschnitt aus der Mitteldeutschen Zeitung zuM Regiowiki

FRANKEN-WIKI DER NÜRNBERGER ZEITUNG

Frage: Wer hatte die Idee für das Regiowiki?

Antwort: Die Idee hatte unser Online-Beauftragte Peter Viebig. In der Vorbereitungsphase habe ich dann das Projekt „adoptiert“ und bin bis dato damit beschäftigt.

Frage: Warum wurde das Wiki eingeführt?

Antwort: Die NZ hat bei ihren Web-Aktivitäten von Anfang an stark auf die Karte Web 2.0 gesetzt (Facebook, Twitter, Blogs, VZ-Regionalportal), da passt ein Regionalwiki optimal ins Bild. Auch entspricht es unserem Zeitungs-Profil, das entscheidend von historischen und kulturgeschichtlichen Themen sowie regionalen Nachrichten bestimmt ist.

Frage: Inwiefern erhoffen Sie sich Auswirkungen auf Zeitung / Unternehmen?

Antwort: Über ein Wiki sehen wir die Chance, auch eher zeitungsferne Schichten anzusprechen und auf unsere Inhalte aufmerksam zu machen. Für die Leser bietet sich ein zusätzlicher Service: Eine Adresse, wo sie die Hintergründe und Grundlagen regionaler Ereignisse nachlesen können und zusätzliche Informationen erhalten, die in der Zeitung so nicht darzustellen sind. Beispiel: Wenn wir eine Wanderung veröffentlichen, kommt diese auch ins Wiki - komplett mit verschiedenen Kartendarstellungen und GPS-Informationen zum Herunterladen.

Frage: Wie wurde das Wiki gestartet (in Bezug auf Redakteursbeteiligung, bereits eingestellte Inhalte, Promotion)?

Antwort: Alle Redakteure wurden ermuntert, sich mit einigen Wiki-Seiten einzubringen und so einen Grundstock aufzubauen. Weitere Geburtshelfer waren das Stadtarchiv Nürnberg sowie das Stadtarchiv Erlangen, die uns ihre auch digital vorliegenden Stadtlexika zur Verfügung stellten. Der Aufbau des Wikis wurde von einer Artikelserie in der Zeitung begleitet. Die Adresse ist täglich auf der Mantelseite der NZ zu sehen. Online existiert eine eigene Franken-Wiki-Rubrik und eine Franken-Wiki-Facebook-Seite.

Frage:Wie ist das Feedback der Nutzer?

Antwort: Die Zahl der angemeldeten Autoren ist kontinuierlich gewachsen und liegt mittlerweile bei über 800. Wirklich regelmäßig beteiligt sich allerdings

nur ein deutlich kleinerer Kreis. Über unsere E-Mail-Adresse erhalten wir viele Anregungen zu noch fehlenden Seiten, Ergänzungen und Korrekturen. Nach wie vor ist aber eine gewisse Hemmschwelle festzustellen, wenn es darum geht, selbst Seiten zu erstellen. Das wollen wir in Zukunft etwa mit einem Autorenstammtisch und regelmäßigen Schulungsangeboten noch ändern.

Frage: Was bringt die meisten Klicks?

Antwort: Vor allem die Inhalte, die sich mit dem fränkischen Dialekt (insbes. unser Fränkisch-Wörterbuch) und mit prominenten Franken auseinandersetzen.

Frage: Was ist verbesserungswürdig oder schwer umsetzbar?

Antwort: Nach wie vor (siehe oben) scheuen viele Menschen noch vor einer aktiven Mitarbeit zurück, weil sie sich technisch nicht herantrauen. Insofern wäre ein noch besserer Editor, der völlig ohne Wiki-Syntax auskommt, wünschenswert. Relativ wenig angenommen wird auch die Möglichkeit, sich auf seiner eigenen Benutzerseite zu profilieren, mit anderen Autoren auszutauschen und damit an der Bildung einer echten Wiki-Community mitzuwirken.

Der Projektverantwortliche Clemens Helldörfer via E-Mail, 12. Mai 2011

DAS REGIOWIKI DER PASSAUER NEUEN PRESSE

Frage: Wer hatte die Idee für das Regiowiki?

Antwort: Idee und Umsetzung des RegioWikis gehen komplett auf mich zurück. Allerdings stand die Passauer Neue Presse durch alle Entscheidungsinstanzen von Anfang an uneingeschränkt hinter dem Projekt. Nur die rückhaltlose Unterstützung des Verlages hat das RegioWiki so erfolgreich werden lassen können. Denn ein regionales Wiki bedarf der permanenten Pflege und Betreuung - personel und technisch.

Frage: Warum wurde das Wiki eingeführt?

Antwort: Als Service für unsere User, damit sie Informationen über ihre Region und Wissenswertes jederzeit umfänglich abrufen können und Zugriff darauf haben. Zum Teil ist es auch einfach ein umfängliches und gut strukturiertes Archiv der PNP - denn unsere 130 Redakteure recherchieren ja tagtäglich vor Ort und berichten in der Zeitung tagtäglich über Wissenswertes aus der Region. Das wollten wir gerne der Öffentlichkeit besser zugänglich machen. Außerdem ist

es schwierig für Privatpersonen, eine solche Plattform für alle zur Verfügung zu stellen. Es fallen Kosten an (wenig, aber eben doch für Privatpersonen zu viel) und es muss ein Ansprechpartner für interessierte User und Autoren vorhanden sein. Ganz alleine kann man ein Wiki nicht sich selbst überlassen. Solche Wikis gehen ein, daher haben wir von Anfang an einen sehr professionellen Umgang mit dem Wiki gewählt. Außerdem hat die PNP im Verbreitungsgebiet ein ausgezeichnetes Renommee da bot es ich natürlich an, diesen guten Ruf und die hohe Vertrauenswürdigkeit in die Inhalte der PNP auch für eine Wissensplattform zu nutzen. Die Möglichkeit, eigenes Wissen einbringen zu können, wird von unseren Usern und Lesern ausserordentlich geschätzt!

Frage: Inwiefern erhoffen Sie sich Auswirkungen auf Zeitung / Unternehmen?

Antwort: Das positive Renommee der Zeitung wird dadurch gestärkt. Und unsere Leser und User erleben ihre Zeitung auch als wichtigen Botschafter für die Heimat. Die Zeitung zieht aus diesem Projekt keinerlei finanziellen Vorteil, ganz im Gegenteil, sie investiert in einen Service für die Menschen, die in der Region leben. Die Passauer Neue Presse hat - im Gegensatz zu Privatpersonen - die Möglichkeit, eine so umfangreiche Plattform, wie der Aufbau und die Betreuung eines RegioWikis es erfordert, bereit zu stellen und zu betreuen. Das kommt zwar keiner Verpflichtung nach, aber die PNP ist sich ihrer Bedeutung für die Region durchaus bewußt und da wir eine Heimatzeitung sind, stehen uns natürlich die heimatbezogenen Themen besonders nah. Da lag es auf der Hand, die Bereitstellung einer Plattform zum Aufbau eines regionalen Wikis natürlich wahrzunehmen.

Frage: Wie wurde das Wiki gestartet?

Antwort: Ich wurde für 6 Monate komplett für das Wiki freigestellt und habe die vorbereitende Umgebung für das Wiki geschaffen. Also die Implementierung, die inhaltlichen Strukturen angelegt, Kategorien vergeben, etc. Mit Hilfe eines Praktikanten haben wir 1200 Artikel vorab in das Wiki eingestellt, damit wir nicht mit einem „leeren Wiki“ an die Öffentlichkeit gehen. Zur Einführung gab es eine Seite-3-Berichterstattung in unserer Zeitung und nachfolgend war das Wiki fast wöchentlich Thema auch in der gedruckten Zeitung. Wir haben die Funktionalitäten vorgestellt und erklärt, einzelne Wiki-Autoren vorgestellt, über Aktivitäten rund um das Wiki immer wieder berichtet und ein zusätzliches Projekt „Wiki macht Schule“ gestartet. Innerhalb dieses Projektes habe ich viele interessierte Schulen besucht und dort den Klassen ab der 9. Jahrgangsstufe nicht nur das RegioWiki vorgestellt und erläutert, sondern auch Medienkompetenz vermittelt. Die Schulen waren begeistert und meist hat es sich um einen Erstkontakt zwischen den jungen Leuten mit ihrer Heimatzeitung gehandelt.

Und der war über alle Maßen positiv belegt. Somit könnte man sicher auch sagen, dass es ich auch um ein Marketing-Projekt handelt, wenn man vom RegioWiki spricht. Das war aber nicht der Grund zum Start des Projektes, sondern hat sich als Selbstläufer daraus ergeben.

Frage: Wie ist das Feedback der Nutzer?

Antwort: Außerordentlich positiv! Ausnahmslos. Ganz egal mit wem ich Kontakt habe, ob das Bürgermeister, Stadträte, Heimatforscher, Privatleute, Lehrer oder Leser sind - die Resonanz ist überall gleich: Absolute Begeisterung und Unterstützung wo es immer nur geht. Und die Zahl der registrierten User im RegioWiki spricht ja für sich - derzeit sind 1138 User/Autoren registriert.

Frage: Was bringt die meisten Klicks?

Antwort: Das Wiki wird extrem gut genutzt. Wir verlinken auf unsere Homepage (PNP-Online) auch immer wieder auf die Artikel, die Hintergrundinformationen zu einer aktuellen Berichterstattung liefern. Und wenn wir in der Ztg über ein lokales Thema bereichte, wie z.Bsp. Pullman City, dann weisen wir auch immer auf den dazugehörigen Artikel im RegioWiki hin. Und das zieht sich natürlich durch alle relevanten Themen. Und unsere User/Leser wissen das zu schätzen und lesen im RegioWiki nach. Das gibt natürlich viele Klicks.

Frage: Was ist verbesserungswürdig oder schwer umsetzbar?

Antwort: Ich müsste im Prinzip komplett für das Wiki freigestellt werden, was aber völlig undenkbar ist. Ein Wiki bleibt mehr oder weniger ein aus Idealismus betriebenes Projekt. Da es sich nicht refinanziert, verdient niemand damit. Kosten fallen aber in jedem Falle an, da das Wiki ja auch irgendwo liegen muss und Serverkapazitäten anfallen. Und jegliche personelle Betreuung bedeutet für mich hier Arbeitszeit, die mir für andere Dinge fehlt. Und das kostet den Verlag natürlich auch etwas. Natürlich ist jedes Wiki verbesserungswürdig! Das lässt sich gar nicht vermeiden, kein Artikel ist perfekt, kein Wiki vollständig... Je mehr aktive Autoren sich finden, desto umfangreicher sind die Informationen in einem Wiki und desto wertvoller wird es für alle User. Die PNP ist mit ihrem RegioWiki auf dem besten Weg dahin, das Wiki fest im Bewußtsein der Menschen der Region zu verankern. Das haben nicht viele Wikis geschafft. Und nur die konsequente Unterstützung durch den Verlag kann so ein umfangreiches Projekt so geduldig begleiten, bis es irgendwann doch ein Selbstläufer wird und ausschließlich vom Engagement seiner Autoren getragen wird. Das RegioWiki für Niederbayern und Altötting ist auf dem besten Weg dahin!

Die Projektverantwortliche Imme Oldenburg via E-Mail, 19. Mai 2011

SAARBRÜCKER ZEITUNG

Zum Saarland-Lexikon der Saarbrücker Zeitung waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

TRIERISCHER VOLKSFREUND

Zum Regiowiki des Trierischen Volksfreunds waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

KOOPERATION: WESTFÄLISCHER ANZEIGER UND HAMM-WIKI

Zum Westfälischen Anzeiger waren bis Druckunterlagenschluss keine detaillierten Informationen vorhanden.

KOOPERATION: STADTWIKI-ESSLINGEN UND EßLINGER ZEITUNG

„Wir sind eine lose Partnerschaft mit dem Stadtwiki Esslingen eingegangen. Wir tauschen Medialeistungen aus, wir bewerben es online und im Print, haben auch schon einen Workshop angeboten. Im Moment dümpelt es etwas, wir hätten gedacht, dass es da mehr Freiwillige gibt. Ich kenne den Betreiber vom Stadtwiki Karlsruhe, der mit wenigen Leuten Erstaunliches auf die Beine gestellt. Das war in Esslingen etwas verhaltener. Wir haben schon einige Male dazu aufgerufen, aber es plätschert nur."

Die Redakteurin Nicole Rabus am Telefon, 17. Mai 2011

EINGESTELLT: WIRTSCHAFTSWIKI VOM HANDELSBLATT

Das Handelsblatt betrieb das so genannte „Wirtschaftswiki" auf wirtschaftswiki.de, um „Begriffe, die in unserer Berichterstattung häufig vorkommen, näher zu erklären". Inzwischen wurde das Angebot zu handelsblatt.com/wirtschaftslexikon migriert.

EINGESTELLT: NORDWEST-WIKI DER NORDWEST-ZEITUNG

Das Nordwest-Wiki der Nordwest-Zeitung wurde von einem Mitarbeiter der Redaktion 2005 ins Leben gerufen. Nachdem er sich entschlossen hatte, nochmals zu studieren, verließ er das Unternehmen und das Wiki lag brach. Nach zu hohem Spam-Aufkommen wurde es schließlich geschlossen.

EINGESTELLT: WORLDCUP-WIKI DER STUTTGARTER ZEITUNG

Die Stuttgarter Zeitung hatte für Fußballfans ein Worldcup-Wiki zur WM 2006 in Deutschland aufgebaut. 2008 wurde es eingestellt.

EINGESTELLT: TREFF57 DER SIEGENER ZEITUNG

Die Siegener Zeitung startete ein eigens entwickeltes Wiki für Begrifflichkeiten aus der Mundart im Jahr 2002. Es wurde in das regionale Portal sius.de ("see us") eingegliedert, das seinerzeit auf der „Siegerlandschau“, der größten südwestfälischen Haushaltsmesse, präsentiert wurde. Obwohl das Projekt aufgrund der Neuartigkeit des Internets auf der Messe große Resonanz hervorrief, registrierten sich nur wenige aktive Mitglieder. Potenzielle Partner wie Sparkassen oder Banken setzten lieber auf Stadtinformationssysteme mit eigenen Terminals.

Sowohl die Redaktion der Siegener Zeitung, als auch andere Verlagsmitarbeiter waren angehalten, Inhalte beizutragen, dennoch machte kaum jemand von der Möglichkeit Gebrauch, was hauptsächlich auf das damalige Desinteresse der Mitarbeiter am Internet zurückzuführen ist. Einen festen Projektverantwortlichen gab es nicht. 2004 wurde sius.de in das Portal „Treff57“ (basierend auf dem CMS „Xoops") überführt und von für kurze Zeit von einer Mediengestalterin betreut, die zuvor ihre Ausbildung im Haus abgeschlossen hatte. Ihre Hauptaufgabe bestand in der Akquise von Werbekunden für das Portal.

2009 bis 2010 wurde das Portal nach und nach eingestellt. Es hatte in Spitzenzeiten etwa 2000 User, von denen allerdings nur etwa 50 aktiv waren. Im Wiki waren zuletzt etwa 200 Einträge, die fast ausschließlich von Redakteuren geschrieben worden waren.

Der Redakteur Thomas Spitz per E-Mail, 9. Mai 2011

E-MAIL VON OLIVER REICHENSTEIN, 11. MAI 2011

Frage: Warum ist das Magazin-Konzept gescheitert?

Antwort: In Kuerze kann ich so viel sagen:

Das Grundkonzept war, dass Leser mitarbeiten und dass man mit verschiedenen Zugriffsrechten arbeitet.

Die Probleme waren:
1. Furcht vor Trolling
2. Zu wenig Ressourcen fuer eine taegliche Pflege der Site
3. Zu technisch (v.a. Markup-Sprache) fuer den Durchschnittsjournalisten.

Frage: Glauben Sie weiterhin, dass man Wikis journalistisch einsetzen kann?

Antwort: Als journalistisches Angebot ja. Mit guter Betreuung, dem richtigen Zugriffs/Publikationsrechte-Konzept und einem besseren Frontend/Backend-Interface. Aber das ist politisch bei einer Traditions-Marke kaum möglich. Die Grundidee ist weiterhin interessant und, wie Wikipedia beweist, hocheffizient—sofern man bereit ist, sich von herkömmlichen Publikationshierarchien zu lösen.

via E-Mail am 11. Mai 2011. Oliver Reichenstein konnte aufgrund der Vorkommnisse in Japan nicht vollumfänglich antworten.

E-MAIL EINES MAGI-REDAKTEURS, 31. MÄRZ 2011

Um es kurz zu skizzieren: Wir hatten in zweierlei Hinsicht Probleme mit der Website. 1. Hatten wir eine Menge von unsinnigen Kommentaren zu Artikeln, die uns ärgerten. Zugleich fehlten unserer Miniredaktion die Ressourcen, um diese Kommentare vorgängig zu filtern. 2. Waren wir grundsätzlich der Meinung, dass wir nicht mehr alle Artikel kostenlos im Netz anbieten wollen.
Das hat dann vor ein paar Monaten zur vorübergehenden Schliessung der Website geführt. Zugleich haben wir die kostenpflichtige iPad Ausgabe lanciert. Logisch, dass das ziemlich viele Leute verägert hat. Jene, die kein Tagi-Abonnement bezahlen, haben schlechte Argumente. Für jene, die den Tagi und das Magazin in Print abonniert haben, machen wir das Magazin online in den nächsten Wochen wieder zugänglich. Offenbar sind nur noch technische Fragen offen. Mehr kann ich Ihnen nicht dazu sagen.

INTERVIEW MIT ANTON SIMONS, 5. MAI 2011

Frage: Empfehlen Sie innerredaktionell ein kommerzielles oder freies System?

Antwort: Ich wüsste nicht, welches Argument gegen das freie MediaWiki spricht. Viele sind an das System gewöhnt, haben schonmal in der Wikipedia editiert. Durch die Gebundenheit an Wikipedia wird es kontinuierlich weiterentwickelt und es gibt immer mehr Extensions. Das ganze ist kostenlos. Alle Regionalverlage, die Wikis betreiben, finden es toll, und die Vermutung dass es etwas Interessantes sein könnte, hat sich bewahrheitet. Aber sie geben wenig Geld dafür aus. Für den Einstieg ist MediaWiki am besten, es gibt mittlerweile sogar gute WYSIWYG-Editoren, die Word-Usern den Umstieg erleichtern.
Frage: Sollte ein Redaktionswiki passwortgeschützt sein oder offen?
Antwort: Es sollte offen für alle sein, aber jeder sollte sich einen Klarnamen-Account holen, falls es etwas zu diskutieren gibt.

Frage: Sind Redaktionswikis ein Sicherheitsrisiko in Bezug auf interne Daten?

Antwort: Früher passierte die Grundplanung auf Papier, das ist allenfalls ein gradueller Unterschied, aber kein prinzipieller. Die Möglichkeit des Datenklaus existiert natürlich, aber das Risiko ist nicht höher durch ein Wiki.

Frage: Glauben Sie, GuttenPlag hätte funktioniert, wenn es von einem Medienunternehmen initiiert worden wäre?

Antwort: Wenn das eine freie Initiative wäre, könnte ich mir das durchaus vorstellen. Wenn das ein renommierter Verlag ist. Aber von der Motivation her wär's vielleicht etwas weniger gewesen. Erstaunlich, mit welcher Emsigkeit die innerhalb kürzester Zeit alles rausgeklaubt haben. Ob das mit einem Verlag auch der Fall gewesen wäre, vermag ich nicht zu sagen.

Frage: Warum scheitern manche journalistischen Wiki-Projekte?

Antwort: Nehmen wir das Nordwest-Wiki: da wurde viel reingespammt, dann wurde es vom Netz genommen, aber es ist nie zurückgekommen. Der Verlag hätte mal jemanden beauftragen sollen, das zu richten. Das wäre nicht furchtbar viel Arbeit gewesen. Kleine Ursache, große Wirkung.

Frage: Braucht man einen Wiki-Guardian für ein Regiowiki?

Antwort: Für ein öffentliches Regiowiki auf jeden Fall. Es gibt in Deutsch-

land meines Wissens nur ein Wiki – das des Trierischen Volksfreunds – wo den Dingen weitgehend ihren Lauf gelassen wird und man nur einschreitet, wenn da gesetzeswidrige Dinge drin stehen. Alle anderen gucken da sehr gena nach. Vorher sollte man eine sehr genaue Struktur entwickeln; eine Kategorisierung, etc. Da guckt man einfach bei anderen. Ein Regiowiki muss man durchziehen, sich jede Änderung angucken – es sei denn man weiß, wer das gemacht hat, dann lernt man seine Pappenheimer auch mit der Zeit kennen. Manche haben Rechtschreibschwächen, sind inhaltlich aber tadellos, manche versuchen, ihrer Partei einen Gefallen zu tun, da muss man auch drauf gucken, aber das muss gecheckt werden, sonst geht es in die Binsen. Das merken die Leser, wenn da kein Konzept hintersteht. Dann wird's nicht akzeptiert.

Frage: Braucht man einen Wiki-Guardian im Redaktionswiki?

Antwort: Denke ich schon. Da kann man meistens nicht von allen Mitarbeitern erwarten, dass sie sich gut damit auskennen. Das braucht man, damit man gucken kann dass jeder das hinkriegt, oftmals passieren Fehler beim Umbenennen oder Kategorisieren, oder wenn automatisch generierte Listen bearbeitet werden wollen. Und dann hilft man einfach weiter, da sollte es jemanden geben, der Redakteur ist für das Wiki intern wie extern. Man muss schauen, dass die Links mitgenommen werden beim Verschieben. Manche Dinge sind für manche Menschen schwer verständlich, aber wenn man's erklärt kein Problem. Man muss den Leuten immer wieder sagen: „Du kannst nichts kaputt machen, man kann das alles rückgängig machen." Wordpress kann das ja mittlerweile auch.

Frage: Gibt es Motivationshilfen für Redaktionswikis?

Antwort: Ich hab ja versucht, das in einer Lokalredaktion zu etablieren. Man hat ja einen kurzen Draht zueinander wenn man in einer Redaktion ist, da muss also einer sein der weiß wie's geht und der Lust hat, seine Kollegen zu bewegen, auch mit im Wiki zu arbeiten. Man wird immer gefragt nach einer Telefonnummer und sagt dann einfach „Gib im Wiki den Namen ein", und dann sagen sie „Ach, so einfach ist das?", dann gucken sie beim nächsten mal von selber rein. Bei einer Redaktionsbesprechung sagt man: „Du hast doch da so einen schönen Artikel geschrieben, wie bist du an den Protagonisten rangekommen? Stell das doch mal ins Wiki." Die Kollegen spüren, was das bringt. Das geht nicht in drei Wochen, das braucht länger. Bei den Besprechungen kann man einfach sagen: „Zu diesem oder jenem Thema schau mal ins Wiki, mit Links zu allen wichtigen Hintergrundinformationen zum Thema. Da musst du nicht ins Volltextarchiv rein, das findest du dicht beisammen im Wiki." Das sind Erfahrungen, die in den Köpfen drinbleiben, wenn das einfach ist dann nutzen das die Kollegen.

Frage: Gibt es Motivationshilfen für Regiowikis?

Antwort: Extern ist das so, dass Google Wiki-Einträge sehr sehr hoch rankt, regional und lokal kommen ja Artikel zu Bächen, Kapellen, Bildstrecken wo es nirgendwo Artikel zu gibt. Die sind bei Google ruckzuck an erster Stelle. Auch Artikel zu Städten, etc., sind auf der ersten Seite. Jeder der sich im Netz bewegt, kommt immer wieder aufs Wiki, das sind schnell Hunderte am Tag, die irgendwann zum Wiki kommen. Das breitet sich dann viral aus, sagt man so schön. Das ist kein Thema. Man muss dafür sorgen, dass eine kritische Masse erreicht wird, also nicht einen, sondern 1000 Artikel. Ordentliche Artikel mit Bildern und Struktur. Wenn man Artikel anlegt zu Personen, sollte man schauen ob's da was dazu gibt um die zu verlinken. Wenn man neue Artikel anlegt, sollte man die immer hart verdrahten. Das ist die Aufgabe eines Wiki-Redakteurs. Die harte Verdrahtung. Schauen, ob es andere Artikel gibt, und dann im neuen Artikel zurückverlinken auf die Artikel die darauf zeigen; Plausibilitätsprüfung der Inhalte.

Frage: Sollten lieber alle Redakteure mithelfen oder einer mit voller Kraft?

Antwort: Zwingen funktioniert nicht. Gerade in den letzten Jahren hat es sich entwickelt, dass die personelle Besetzung sehr knapp geworden ist. Die müssen Videos drehen, Slideshows schneiden, fotografieren. Das gab's bis vor ein paar Jahren nicht. Wer nicht wollte, der musste auch nicht. Heute ist das lokaler Standard, dass sie den Auslöser drücken, beachten worauf man beim Foto zu achten hat. Auch Videos und Audiodateien, das müssen die alles lernen und sind bis zur Halskrause belastet. Wenn man denen sagt, du musst auch noch ins Wiki schreiben, was nicht für die tagesaktuelle Produktion erforderlich ist, das haut nicht hin. Das geschieht nur auf Freiwilligkeit. Da muss man jemanden finden, der in der Lokalredaktion Spaß dran hat oder neu gekommen ist. Mit einem Nebenauftrag, keine Vollzeitkraft, ein Drittel der Zeit reicht aus, das ins Wiki stecken; da schöpft man mit dem Schaumlöffel alles aus der Zeitung ab und packt das ins Wiki.

Anton Simons ist der Autor mehrer Fachbücher und -beiträge über redaktionelles Wissensmanagement und Regiowikis.

YOU RE-WRITE-EDITORIALS, CHUCK BALDWIN (2006)

And then came the „wikitorial." This has attracted the most attention among journalists, because it's not a new idea. The Los Angeles Times tried it and then dumped it. The wikitorial concept was fairly simple. Instead of simply letting readers write letters to the editor, let them rewrite whole editorials and post the results online. It was based on the online Wikipedia -- a sort of online people's encyclopedia that allows readers to post or edit entries.

Sadly, it didn't work at the Times.

"Unfortunately, we have had to remove this feature, at least temporarily, because a few readers were flooding the site with inappropriate material," the Times wrote.

Read that to say, „We didn't supervise this, so all sorts of things got posted that were out of line."

Executive Editor Randell Beck and I looked at that and agreed the wikitorial was a terrific idea -- as long as it was properly managed. Post an editorial, let people rewrite it, review the submissions and then post them. Immediately, if possible, but certainly within hours. No waiting for days to get a letter to the editor published.

But we manage it, as with all online features. We won't edit the editorials. Either they meet our standards -- no profanity, no libel, etc. -- or they don't. We run them or not. Editing them would defeat the purpose.

WANT TO COMMENT ON LEGISLATIVE ACTION? IN SIOUX FALLS, READERS CAN USE SEVERAL TECHNIQUES TO INTERACT WITH ONLINE EDITORIAL PAGE

Since January, the Argus Leader at Sioux Falls has introduced several methods in which readers can participate in the editorial page discussion online. NEWS WATCH asked Sioux Falls Editorial Page Editor Chuck Baldwin to describe these features and how readers have responded.

By Chuck Baldwin, Editorial Page Editor, Argus Leader at Sioux Falls

AUS DEM REDAKTIONSWIKI DER NEW YORK TIMES

Nach dem Umzug in das neue Hauptgebäude (vgl. Shafrir 2007).

Lights seem to shut off around 8 pm on 8th floor (NE corner). Filed a ticket w/2020 who directed me to call the „Security Shack" at ext.4137. That's Frank Rich's extension. I'm told they left him a message. Maybe Frank can get the lights to stop turning off? +++ 5/9 - I have just „overridden" the shade control 4 times in the last 5 minutes!! I've put them down and after one minute of being down, they go back up!!!!!!!! can we PLEASE fix the „OVERRIDE" so that it stays overriden!!?? +++ I also have tried to „override" the shade settings but they keep going back up by themselves a mere minute later. +++ Can these shades PLEASE be fixed so they can be controlled by humans? +++ It's VERY HARD to read my screen when it's directly facing the sun. +++ Shades on the western side of the building - News Service side - are not responding to override commands. Shades go up in the middle of the day making computer use difficult due to glare. Punching in the commands works intermittently. Some of the shades are also broken. Is there an alt-ctrl-del for the shade computer? +++ Tonight (Sunday) the security guard would not allow someone's husband past the gates even though he was accompanied by her and offered to leave his drivers license with the guard for security purposes. The guard refused and said, „Until the building is up and running, no visitors are allowed in the building. It is not equipped for visitors." What? When did that start? - How is this building not safe for them but safe for us? +++ Elevator doors not sensitive enough. Someone already got hurt trying to hold the doors open, and they kept closing on his hand. This has been brought to the attention of facilities/building operations. NOTE - NEVER put your arm in an elevator to stop it...you could be injured. +++ If the elevators would show the progression of floors as it goes up (like in the 500 7th ave elevators), that would be great. And it also would be good to indicate what floor it's about to stop on. Right now if everyone in the elevator is going to 9, it only says 9. It doesn't say that it's going to stop on 5 or 8 on the way up. And since all the floors look the same at this moment, it's very confusing. +++ Why don't the desk chairs have their lumbar support as promised? +++ Why is a newsroom using the workstation-desk layout configuration appropriate for an insurance office? +++ Need a garbage can outside of the bathrooms to throw away paper people use to open doors. +++ The MOST cumbersome voice mail system ever devised! +++ There are NO Power outlets in the smaller conference rooms. I need some juice for my dying laptop! +++ Sensor Tips: on the toilets there is a button next to the sensor you can use to manually flush, and on the faucets, the black object which I'm not sure is the sensor is also a button that can activate the water flow. +++ Urinal sensor is irregular, 9th floor Men's bathroom. May take a minute, may not

flush at all. Gross, but had to say it. Toilet sensor in women's room is also irregular (too sensitive) unnecessarily flushes multiple times by itself (wastes water for a „green" building) +++ Cleaning crew cleaned ladies room from 5-6PM and would not leave when people needed to use it. +++ The sensors for the faucets in the women's room, 9th floor, do not work well at all. Sometimes they go on, sometimes they don't. And if you do manage to wave your hand in the precise spot where the sensor happens to be, they stay on for about 2 seconds before shutting off again. (the sensor's pickup range is short/high, if you bring your hand closer to the sensor, faucet will stay on; I wash one hand at a time) +++ This is in the men's room too. You have to hold your hands right up against the nozzle, wasting the space of the entire basin. I don't know if this can be fixed - it's just an awful faucet design. New faucets please? +++ The main door into the 9th floor women's bathroom is mighty heavy. It's like we have to be amazon women to open it. +++ Why aren't there dedicated break areas with table & chairs: the pantry isn't suitable or equipped for sitting, and eating over my kyboard is a 'Pepsi Syndrome' waiting to happen! +++ Will there be milk for tea or cereal we bring from home? - There are real milk in the fridge (at least on the 8th flr right now) +++ Fridge in the pantry is far too small to serve a whole floor, if lesson can be learned from the crammed fridge on 9th floor at 500 7th. The Pantry refrigerators will be cleaned out every Friday. +++ Vending machines? Will be in the 14th floor cafeteria (when that's open in June); also on the podium floors, 2, 3, 4 +++ That seems pretty ridiculous. Nightside editorial needs easily accessible food in the wee hours of the morning. We might be willing to go to another floor for free food, but really, how 'bout a vending machine on the 9th? I second this. People working late at night need easy access to vending machines. +++ Can we get a sponge and a brush like we had a 500 7th to wash our cups? - The brush was from Ikea. I bought a couple for $.99 each and put one in the 9th Floor pantry. Will put one on 8th too. +++ Handle on 9th floor fridge is BROKEN and hangs off on one end. +++ Any plans for a freezer? The tiny fridge is one issue, but so is not having a freezer at all for those of us who like to bring in frozen goodness. +++ Any chance we can get a toaster? Cafeteria offers muffins and bagels but no toaster. Microwaved bagel are just not cute. +++ Buy new white boards (Can we get the floor-to-ceiling white board panels like in the conference rooms? I'm sure Renzo would be much happier with that...) +++ There is a major crack in the outer window in the North East corner of the 8th floor. +++ It's a bit silly that there are so many „rules" about how we can decorate our cubicle spaces. We are working professionals. Our judgment should be trusted in terms of decorating our personal space. For example, if we want to put plants on top of our cubicles, we should be allowed to. If there is worry that water will leak, then we should be able to put a protective cover underneath it or allow only pots that don't have holes in the bottom. +++ Where can we get free copies of the newspaper? its and their sole discretion.