

# FACTS

## **FACTS 2.0 – News und Menschen**

Internet Briefing, 22. November 2007, Christoph Lüscher

# Inhalt

Frühstück 1.0	3
Frühstück 2.0	4
Tagi, Medienlese, NZZ, FAZ, BloggingTom, Welt, Techcrunch, NYT...	5
FACTS 2.0	6
Interaktivität als Programm	8
Überraschungen zum Start	9
Erkenntnisse	10
Meinung, das verlorene Gut	11

# Frühstück 1.0



# Frühstück 2.0



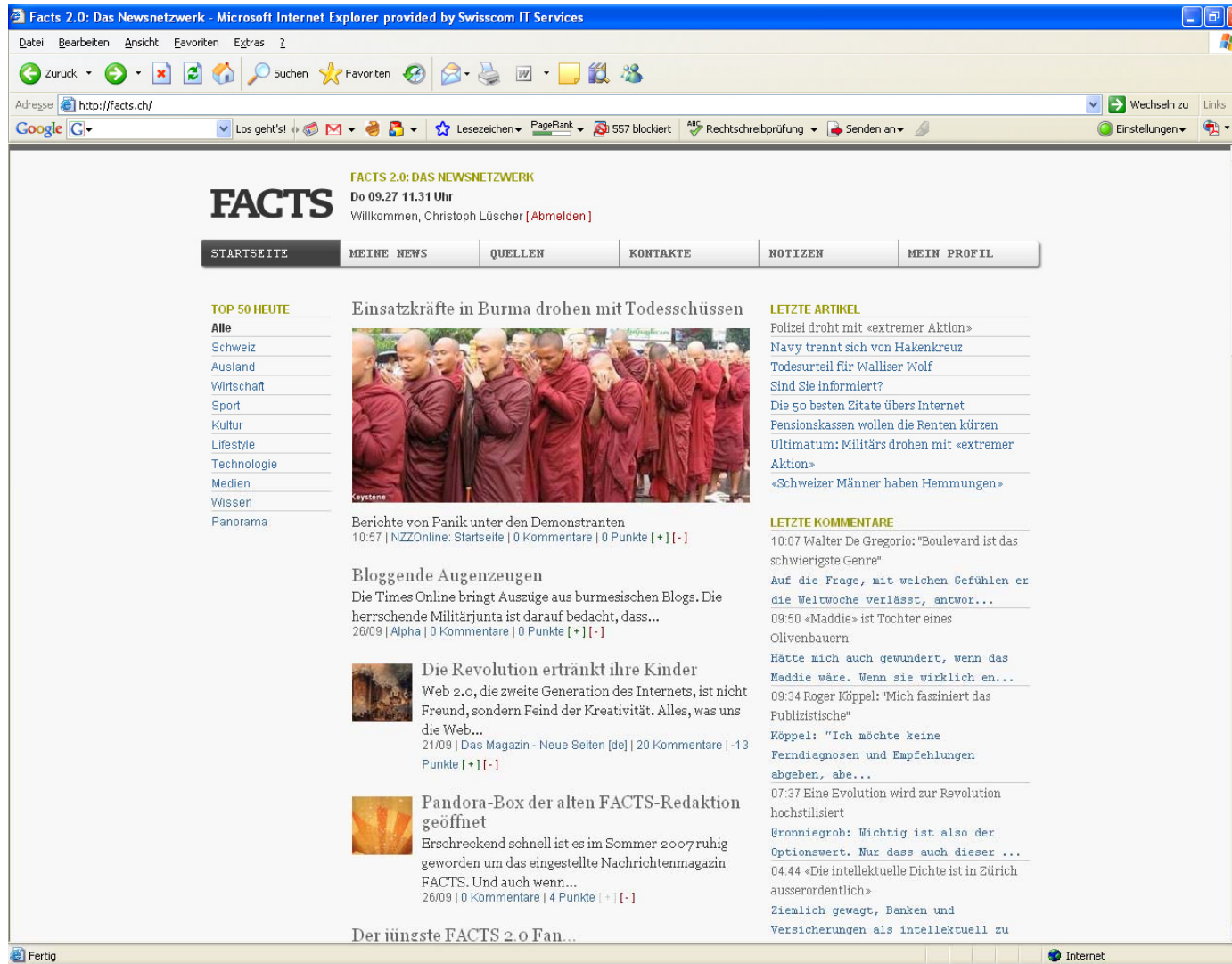
# Tagi, Medienlese, NZZ, FAZ, BloggingTom, Welt, Techcrunch, NYT...



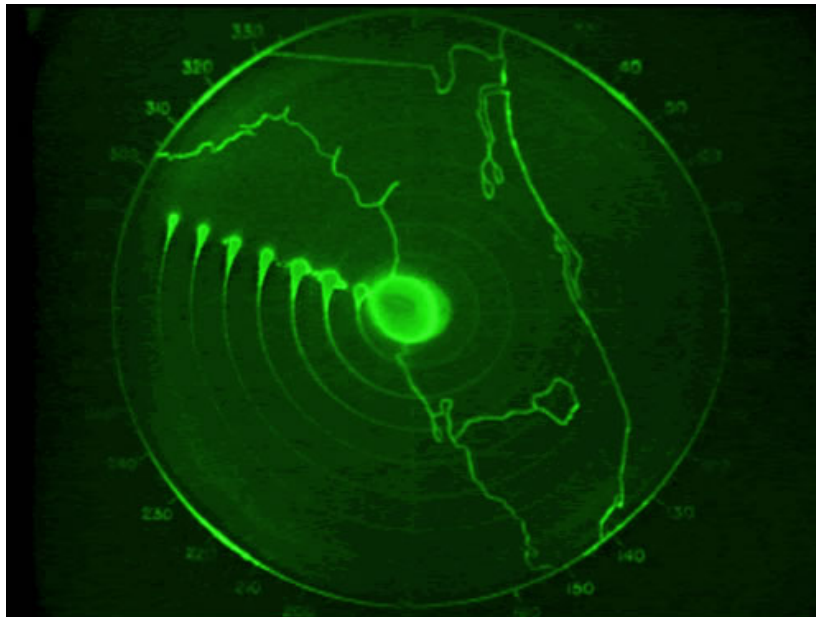
Überblick?



# FACTS 2.0



# FACTS 2.0 ist...



**FACTS 2.0**

**Der  
Nachrichten-Radar.**

- Nachrichtenradar
- Newsbewertung
- Tribüne
- Treffpunkt
  
- Metamedium
- Meinungs- und Hintergrundmedium
- Experiment mit News

## **Nutzer von FACTS können...**

- News à la carte zusammenstellen
- Entscheiden, was wichtig ist
- Die eigene Meinung sagen
- Selber schreiben
- Mit Bekannten zusammenkommen

# Interaktivität als Programm

## Jede Nutzeraktion hat Einfluss auf die Gewichtung:

- der Elemente im Newsuniversum
- des Nutzers selber

## Community:

- Zugang ist nicht selbstverständlich
- Nutzerinputs sind Empfehlungen, aber keineswegs Gesetz
- Der Einfluss der Nutzeraktionen auf die Gewichtungen im Newsuniversum wird nicht transparent gemacht
- Die Community wird aktiv betreut

## Endprodukt:

- Community und Redaktion erzeugen ein Produkt, das auch passive Leser anspricht



# Überraschungen zum Start

## Erstaunlich leicht:

- Eine Webplattform mit einem über die ganze Welt verteilten Team in Nullzeit aufbauen
- Eine seriöse Diskussionskultur etablieren
- Alphas für die Idee begeistern
- Einen überzeugenden News-Digest generieren

## Überraschend schwer:

- Kommunikationsbedürfnisse anzapfen
- Normalverbrauchern das „Web 2.0“ näherbringen

## Erkenntnisse

- Engagement zeigen, selber teilnehmen
- Auf Nutzer eingehen, offen und ehrlich sein
- Disclosure ist ein notwendiger Vertrauensbeweis
- Communities wachsen aus einer überschaubaren Kerngruppe
- Alphatiere pflegen, 90-9-1-Regel
- „Ein Bisschen Community“ gibt es nicht
- Geduld haben, sich auf eine Aufbauphase einstellen
- Einmal etabliert, haben Communities starke Selbstregulierungsfähigkeiten
- Offenheit gegenüber Nutzeraktivitäten und redaktionelle Ansprüche ins Gleichgewicht bringen
- Keine Angst vor Kontrolle und Filtern

## **Meinung, das verlorene Gut**

- Auf der Suche nach Masse haben die Verlage den Mainstream-Medien alle (Meinungs-)Ecken und (Hintergrund-)Kanten abgeschliffen
- News-Aficionados dürsten nach Meinung mit Niveau
- Ein gelungenes Community-Projekt hat positive Effekte weit über das eigentliche Projekt hinaus