

INTERNET

Folge den Fakten

Die Nachrichten-App Circa will die Medienbranche aufmischen. Meinung und Analyse gibt es nicht, nur maßgeschneiderte Infos für eilige Leser.

Bescheidenheit ist nicht Matt Galligans Stärke. „Wir wollen für die Öffentlichkeit sein, was das tägliche Morgen-Briefing für den US-Präsidenten ist“, sagt der Mann, der gelegentlich schon als neuer Mark Zuckerberg gehandelt wird. Ausgerechnet er, der nie ein Medienunternehmen gründen wollte, plant jetzt die Revolution der Medienbranche – mit einer Nachrichten-App.

Circa wurde für das Smartphone konzipiert. Der Nutzer scrollt mit dem Finger durch die Nachrichten, die aus einer Aneinanderreihung von kurzen Textblöcken, Bildern und Karten bestehen. Atomisierung von Nachrichten nennt Mitgründer Galligan das. Der 29-Jährige verwendet häufig solche Phrasen, er spricht von der „Identifizierung von Kernfakten“ und davon, dass Inhalt und Produkt nicht voneinander getrennt werden könnten.

Dieses Prinzip gilt auch für die tägliche Arbeit: Grafiker, Techniker und Jour-

nalisten arbeiten gemeinsam in einem Raum. Apple-Rechner stehen herum, die Backsteinwände sind unverputzt, es herrscht gelassene Start-up-Atmosphäre. Das Circa-Büro liegt mitten in San Francisco, nur wenige Blocks vom Twitter-Hauptsitz entfernt. Keiner hier sieht älter aus als 35, alle tragen Jeans.

Auch David Cohn. Er ist Journalist Nummer eins bei Circa, zuständig für die Inhalte und dafür, die journalistische Idee zu erklären: „Es gibt eine Annahme darüber, wie Journalisten arbeiten, und diese Annahme ist, dass ihr Produkt ein Artikel sein sollte“, sagt Cohn. „Wir versuchen, das in Frage zu stellen.“

Circa wurde für Menschen entwickelt, die viel unterwegs sind, die keine Zeit haben für eine Tageszeitung und lange Texte, die sich nur schnell in der U-Bahn oder der Supermarktschlange darüber informieren wollen, was gerade in der Welt passiert. Nachrichten für die Generation Smartphone.

Konsequenterweise gibt es Circa nur auf mobilen Geräten, Smartphones oder Tablets. Genau wie den Fotodienst Instagram. Oder ursprünglich das Spiel Angry Birds. „Wie sieht die Angry-Birds-Variante von Nachrichten aus?“, haben sich Cohn und seine Kollegen gefragt. „Welche Nachrichtenvariante sollte es auf dem Smartphone geben?“

Ihre Antwort: eine, die alles Wichtige auf einen Blick präsentiert. Deshalb dürfen auch nur Fakten, Fotos, Statistiken, Ereignisse und Zitate in die App, alles kurz und knapp. Diese Punkte, wie Cohn es nennt, erzählen die Geschichte, Links

weisen den Weg zu ähnlichen Themen oder der Vorgeschichte.

Produziert werden diese Punkte nicht von Algorithmen, sondern von Journalisten, die andere Websites auswerten. Sie wählen Themen aus, schreiben neue Geschichten und ergänzen alte. Entwickelt sich eine Nachricht weiter, wird nicht alles, was bisher geschah, noch einmal aufgeschrieben. Nur was wirklich neu ist, wird ergänzt. Effizienter soll das sein, sagt Cohn – für die Schreiber und die Leser.

Alle Quellen, die die Journalisten verwenden, landen als Linkliste in der App. Wer will, kann also im Original nachlesen, woher die Meldung stammt. Meinung oder Analyse hingegen fehlen komplett, es wird lediglich auf längere Artikel und Meinungsstücke von anderen Medien verlinkt.

„Wir wollen nicht alles für jeden sein. Das ist unmöglich“, sagt Galligan. „Wir wollen der Ausgangspunkt sein, bei dem die Menschen eine Informationsgrundlage bekommen und von dem aus sie weitergehen können.“

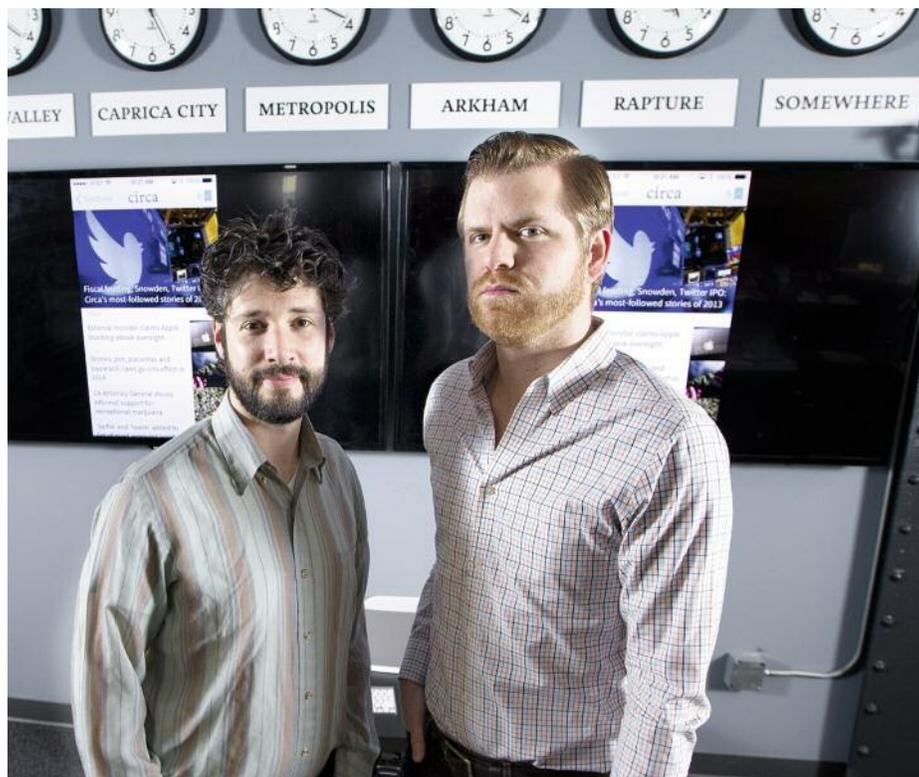
Wer sich für ein Thema interessiert, drückt den „Folgen“-Knopf und wird dann per Nachricht auf seinem Smartphone bei jedem neuen Informationsschnipsel benachrichtigt. Dieses Follow-Prinzip, das auch Twitter nutzt, sorgt dafür, dass die Leser wiederkommen. Eine gute Voraussetzung, um Werbekunden anzuziehen.

Wie viele Leser Circa insgesamt hat, will Galligan nicht verraten. Seit Anfang Oktober ist die Android-Version der App online, seitdem wurde sie laut Google Play 100 000- bis 500 000-mal heruntergeladen. Apple veröffentlicht keine Zahlen zur iPhone-Version, die seit Herbst 2012 auf dem Markt ist, sie dürften aber deutlich über den Android-Zahlen liegen.

Noch geht es den Machern darum, mehr Leser zu gewinnen, die sie zu Geld machen können. Aktuell finanziert sich die App aus 2,4 Millionen Dollar, die Investoren zugeschossen haben, darunter die Köpfe hinter dem englischsprachigen al-Dschasira und den erfolgreichen Start-ups Tumblr und Path. Auf Dauer reicht das nicht, ein Geschäftsmodell muss her. Überlegungen gibt es einige: Abo-Modelle statt der momentan kostenlosen App. Native Ads, also Anzeigen, die aussehen wie redaktionelle Inhalte. Oder eine Info-Datenbank – schließlich sind alle Inhalte der App, ob Zitate oder Fotos, thematisch sortiert. Mit einem Klick könnten so zum Beispiel alle Zitate Barack Obamas zum Thema NSA herausgefiltert und weiterverkauft werden.

Und auch über die Ausgabe von Lizenzen denkt Galligan nach: Noch gibt es die App nur auf Englisch, die Nachrichten sind auf den US-Markt zugeschnitten. Der Circa-Chef hat besonders Deutschland, Japan und Großbritannien im Visier, die Partner-suche läuft. Wenn es nach ihm geht, wird die internationale Expansion in sechs bis neun Monaten beginnen.

SARA WEBER



NORBERT VON DER GROEBEN / DER SPIEGEL

Circa-Mitgründer Cohn, Galligan: Die Angry-Birds-Variante von Nachrichten