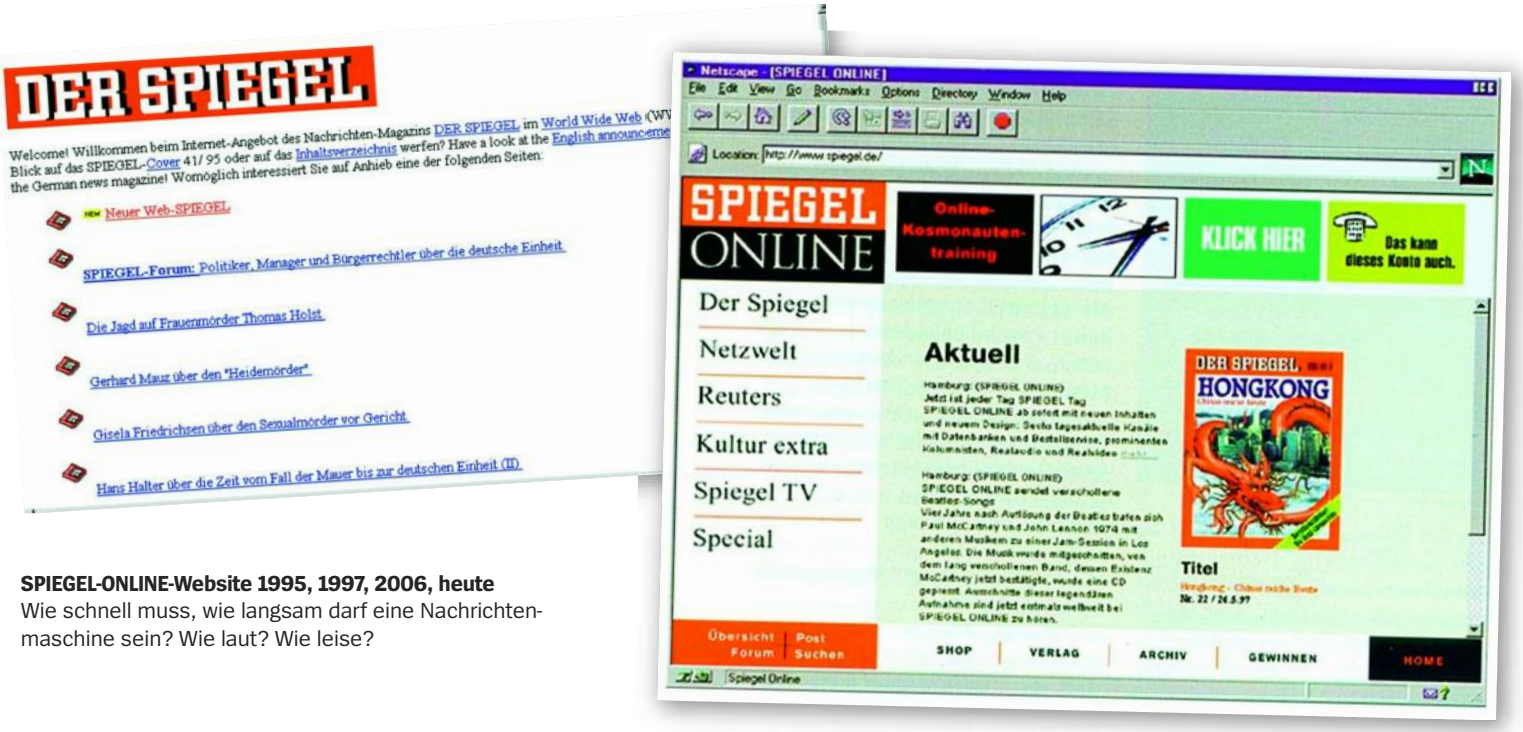

SPIEGEL-ONLINE-Website 1995, 1997, 2006, heute
Wie schnell muss, wie langsam darf eine Nachrichtenmaschine sein? Wie laut? Wie leise?

Der schnelle Bruder

Internet Vor 20 Jahren startete SPIEGEL ONLINE. Was als Experiment zweier Redakteure begann, entwickelte sich zum Rund-um-die-Uhr-und-überall-Medium.

Sollte die Geschichte von SPIEGEL ONLINE jemals verfilmt werden, ist diese Szene ein Muss: ein Konferenzraum bei Tag. Am Tisch sitzen Rudolf Augstein und ein paar Vertraute, ihnen gegenüber eine Abordnung von Investmentbankern aus London, Durchschnittsalter 25. Es ist das Jahr 2000. Die New-Economy-Euphorie befindet sich auf dem Höhepunkt. Die Banker wollen SPIEGEL ONLINE an die Börse bringen.

Banker: Wir können Ihr Unternehmen jetzt auch bewerten.

Augstein: Wie hoch bewerten Sie es denn?

Banker: So bei 1,5 Milliarden Mark.

Augstein (lässt sich die Unterlagen geben, blättert darin, denkt einen Moment nach): Und was ist, wenn wir jetzt den SPIEGEL auch noch hineintun in die Company?

Banker: Eine Milliarde.

So erzählt jedenfalls Hans-Dieter Degler, SPIEGEL-ONLINE-Chefredakteur von 1997 bis zum Jahr 2000, von der Begegnung, um gleich hinterherzuschieben: „Das zeigt, wie absurd die Zeit damals war.“ Banker und Berater spazierten regelmäßig vorbei, überboten sich mit Zahlen, bei denen es auf die einen oder anderen Hundert Millionen nicht mehr ankam. Manchen Redakteuren des SPIEGEL, am Verlag und damit an der neuen Onlinetochter beteiligt, standen die Dollarzeichen in den Augen. Für kurze Zeit fühlten sie sich so gut wie reich.

SPIEGEL ONLINE war da sechs Jahre alt, verzeichnete gerade einmal sechs Millionen Besuche im Monat – heute sind es 200 Millionen. Es war immer noch ein Nischenprodukt und weit davon entfernt, den Takt der Republik zu bestimmen, wie es die Website heute tagtäglich, stündlich, minütlich schafft. Gewinne warf die Seite übrigens damals keineswegs ab, anders als heute. Als die Blase der New Economy zerbarst, platzten auch die Milliardenträume vom Börsengang.

Es blieb die einzige Pleite in einer ansonsten spektakulären Erfolgsgeschichte. Heute ist SPIEGEL ONLINE ein Massenmedium mit 150 Redakteuren, rund um die Uhr besetzt, mit Korrespondenten in Moskau, Neu-Delhi, London, Paris, Brüssel, Istanbul, Washington, New York. Es ist ein Medium mit Macht und Einfluss.

So etwas von sich selbst und seinem Tochterunternehmen zu behaupten ist ein wenig unschicklich. Da ist es gut, jemanden wie Stefan Niggemeier nach seiner Einschätzung zu befragen. Der Blogger war zwischenzeitlich selbst mal SPIEGEL-Autor, aber er ist inzwischen einer der kritischsten Beobachter von SPIEGEL und SPIEGEL ONLINE.

„Niemand setzt Tag für Tag so die Themen wie SPIEGEL ONLINE“, sagt er. „Die deutsche Politik lässt sich von SPIEGEL ONLINE Takt und Themen der Debatte vorgeben.“ Das klinge komfortabel, sei jedoch zugleich eine Position mit Risiko, meint Niggemeier. „Die Redaktion wird dabei auch selbst zur Getriebenen, weil sie alle paar Stunden etwas Aufregendes auftreiben muss – selbst wenn sich in Wahrheit kaum etwas getan hat in der Welt.“

Das Gute an den Onlinekollegen, die im 13. Stock des SPIEGEL-Hauses sitzen, ist, dass sie sich über solche Fragen selbst die meisten Gedanken machen. Wie schnell muss, wie langsam darf eine Nachrichtenmaschine wie SPIEGEL ONLINE sein? Wie laut? Wie leise?

Und weiter: Was bedeutet es, wenn die Seite ihre Nutzer längst nicht mehr nur im Büro erreicht, sondern überall? Im Wohnzimmer und in der U-Bahn, auf dem Schulhof und im Wartezimmer, auf Handys und Tablets, per Smart-Uhr und Daten-Brille. Onlinejournalismus, so lautet eine ihrer Überlegungen, bedeutet nicht mehr, Texte ins Netz zu stellen, sondern zunehmend, Programm zu machen.

Für den SPIEGEL ist die Geschichte von SPIEGEL ONLINE zugleich die vom Aufstieg eines Geschwistermediums. Und wie das so ist: Jede Stufe des Erfolgs beobachtete die Print-Mannschaft mit jener spezifisch innerfamiliären Gefühlsmischung aus Stolz und Konkurrenzempfinden.

Anfangs wurde das Projekt in der SPIEGEL-Redaktion kaum wahr- und schon gar nicht ernst genommen. Der Chefredaktion wurden ein paar Seiten ausgedruckt, damit sie überhaupt erfuhr, was da vor sich ging. „Ich glaube, dass die Redaktion zunächst mal über uns gelacht hat“, sagt Fried von Bismarck, der die Idee zum Onlineauftritt hatte und bis 2011 Geschäftsführer war.

Das Internet war 1994 schließlich eine eher freakige, komplizierte Sache, in der sich vor allem Techniknerds tummelten – nicht einmal 30 Millionen Nutzer gab es weltweit. Daten zu senden und zu emp-

fangen war ebenso aufwendig wie teuer. Das Netz war nicht allgegenwärtig wie heute über die Smartphones. Wer hineinwollte, musste sich über ein unangenehm piepsendes und surrendes Modem Zugang verschaffen. Und nirgends war damals ein Google in Sicht, das die Suche im Netz erleichterte.

Wirklich sicher im Umgang mit dem neuen Medium waren nur wenige Menschen, und nur sehr wenige davon arbeiteten beim SPIEGEL. In der Hausmitteilung vom 24. Oktober 1994, in der die „grafisch aufbereiteten Informationsseiten“ angekündigt werden, wurde zwar versucht, dem geneigten Leser die Angst zu nehmen: „Besondere Künste oder Suchbefehle werden dem Benutzer nicht abverlangt.“ Aber dafür vergaß die Redaktion glatt, dem Leser überhaupt mitzuteilen, unter welcher Adresse die SPIEGEL-Seite ab dem kommenden Tag zu finden war. Und die damalige war keineswegs so selbsterklärend wie die heutige.

Mit einer Nachrichtenseite hatte das Portal zu Beginn wenig zu tun. Im Grunde war das Ganze nicht mehr als das Experiment zweier SPIEGEL-Redakteure, die eine Handvoll Geschichten aus dem Heft ins Netz stellten. Die Seite kam mausgrau daher, mit dem Charme eines Telekollegs.

Die Nutzerschaft war klein, der Enthusiasmus der Macher groß, man probierte aus, wurde schon zwei Monate nach dem Start interaktiv. Der erste Chat wurde mit Kurt Biedenkopf unternommen, damals Ministerpräsident von Sachsen. Ansonsten blieb es ein Medium für Eingeweihte. Ausufernde netzphilosophische Debatten prägten die ersten Jahre. Es waren die Zeiten, als das Internet noch nicht einmal im Ansatz so kommerziell war wie heute. Als auf SPIEGEL ONLINE die ersten Werbebanner platziert wurden, protestierte die Nutzergemeinde heftig.

Es kamen die späten Neunzigerjahre der Euphorie, es verflog der Größenwahn des Börsengangs Anfang der Nullerjahre. Die Hoffnung, dass der kleine Bruder alle reich macht, löste sich in nichts auf.

In der Branche und im Verlag machte sich Ernüchterung breit, doch die ging beim SPIEGEL nicht so weit, dem Geschwisterchen den Strom abzuschalten. Während sich andere Verlage aus dem Internet zurückzogen, blieb der SPIEGEL seinem Projekt treu.

Die publizistische Bewährungsprobe, die zugleich den Durchbruch für das Portal bedeutete, stand jedoch noch aus. Es war der 11. September 2001. An diesem Tag brach quasi von einem Moment auf den nächsten ein enormer Nachrichtenhunger herein, für den der Onlinejournalismus ideal ist – auf den er im Jahr 2001 aber nicht vorbereitet war, schon technisch nicht.

Weltweit waren manche Nachrichtenseiten über Stunden nicht erreichbar, weil die Server unter der Last der Anfragen zusammenbrachen. SPIEGEL ONLINE bestand diesen Tag ohne einen solchen Blackout, weil die Redaktion die Seite radikal verkleinerte, auf Bilder verzichtete und zudem innerhalb kurzer Zeit die Server anderer Firmen nutzen konnte.

Die Berichterstattung über den Terrorangriff auf das World Trade Center bewirkte zweierlei. SPIEGEL ONLINE etablierte sich endgültig als relevantes Medium – und zugleich fand das Portal zu seiner publizistischen Rolle.

Für das Geschwistermedium war dieser Tag so bedeutend, wie es die SPIEGEL-Affäre für das Magazin war. Beide Ereignisse verankerten im Publikum einen Anspruch an die Redaktion. Für den SPIEGEL begründete sich 1962 endgültig die Lesererwartung auf Enthüllungen. Und SPIEGEL ONLINE erwarb sich 2001 den Ruf, der Ort zu sein, an dem am schnellsten und am besten zu erfahren ist, was gerade jetzt in der Welt vor sich geht und was es bedeutet.

Markus Brauck

FOTO: JÖRG MÜLLER / AGENTUR FOCUS / DER SPIEGEL (R.U.)

SPIEGEL-ONLINE-Newsdesk: Bewährungsprobe am 11. September