

# Das 20-Millionen-Franken-Experiment

VON CHRISTOF MOSER

**Mobiler, bunter und munterer als alles, was bisher auf dem Markt ist: So soll das Onlineportal «Watson» werden, das Ex-«20 Minuten»-Chefredaktor Hansi Voigt derzeit auf die Startrampe schiebt. Ein Redaktionsbesuch.**

**Ein kleiner Auszug für Medien-Interessierte:**

()

**Noch Entscheidender** für das Projekt wird allerdings, ob Watson genügend Aufmerksamkeit generieren kann, um nachhaltig Journalismus finanzieren zu können. Die Ansage ist ambitioniert: Für Watson ist das Tamedia-Portal «20 Minuten»-Online, das jüngst mit strategisch gewollten, seichteren Inhalten die Zugriffszahlen in neue Höhen schrauben konnte, so etwas wie der Hauptgegner. Inoffizielles Watson-Ziel: «20 Minuten» vom Thron stossen. Offizielles, wirtschaftlich relevantes Ziel: der Vorstoss unter die ersten drei der meistbesuchten Schweizer Newsportale, die heute «20 Minuten», «Blick.ch» und «Newsnet» heissen. «Das ist wichtig, weil die Nummer vier im Onlinewerbemarkt faktisch gar nicht mehr existiert», so Voigt. Die Aufgabe ist nicht einfacher geworden, seit das Verlagshaus Ringier letzte Woche angekündigte, eine Schweizer Kopie von «Buzzfeed» lancieren zu wollen, um den «Blick am Abend» ins digitale Zeitalter zu überführen. Der «Buzzfeed»-Erfolg in den USA basiert auf klickträchtigen, im Internet zusammengesuchten Inhalten, die mit investigativen Eigenleistungen kombiniert werden. Ob Ringier nicht nur das Portal, sondern auch den Erfolg mit den geplanten zehn Mitarbeitern wird kopieren können – Voigt zweifelt.

()