

„Torial erfüllt ein Bedürfnis“

Marcus von Jordan, Chief Editor des Münchner Start-ups Torial, will journalistische Kooperation und Content-Verwertung revolutionieren.

Herr von Jordan, mit Torial können Journalisten in der aktuellen Version eigene Portfolios anlegen. Reicht das als Alleinstellungsmerkmal für ein Start-up?

Marcus von Jordan: Nein. Aber die Portfolio-Funktion erfüllt ein Bedürfnis vieler Journalisten. Und das kann reichen, um die kritische Mitglieder-Masse zu überschreiten. Die Nutzerzahl, ab der Torial zum Netzwerk wird und der Sinn offensichtlicher.

Worin besteht der?

Freie Journalisten arbeiten immer mehr in Kooperationen und Redaktionen werden immer offener. Das sind Folgen der Digitalisierung – wirtschaftliche Zwänge, aber auch die neuen technischen Voraussetzungen für Kooperation im Netz. In diesen Teams, in neuen Formen der Zusammenarbeit, entstehen derzeit die Innovationen im Journalismus. Ein befreundeter Redakteur sprach von seiner Redaktion schon als einem betonierten Stuhlkreis, der seiner Auffassung nach nicht immer ein Segen ist. Für das bestmögliche journalistische Produkt ist es wichtig, nicht immer mit denselben Nasen zusammenzuarbeiten. Torial bietet im ersten Schritt nur die Möglichkeit, dass die Protagonisten sich mit nachhaltig aktuellen und semantisch durchsuchbaren Arbeitsproben präsentieren. Spannend wird es, wenn die Vernetzung kommt. Die Torial-Magazin-Funktion, mit der Nutzer die Arbeit anderer verfolgen können, ist da bisher nur der Anfang.

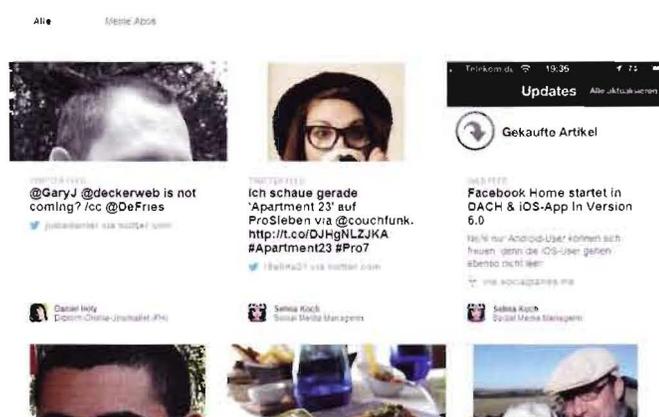
Und wie geht es in nächster Zeit weiter?

Wir haben Torial jetzt so weit entwickelt, dass wir mit der Portfolio-Funktion aktiv nach außen gehen können. Bisher waren wir noch absolut „beta“. Der nächste große Schritt werden Kooperationen mit Journalistennetzwerken sein. Als Erstes werden die Digital Media Women (DMW) ihre Mitglieder auffordern, sich ein Torial-Portfolio anzulegen. Auf Torial entsteht dann eine Magazin-Seite, auf der die eingestellten Arbeitsproben aller DMW-Mitglieder bei Torial erscheinen. Dieses DMW-Magazin streamen wir auch auf deren Website. Das ist ein Gewinn für das Netzwerk – und für uns natürlich auch. Weil wir wachsen. Vielleicht empfehlen später auch die Freischreiber und kleinere Netzwerke ihren Mitgliedern Torial. Der Österreichische Presseclub hat schon Interesse angemeldet.

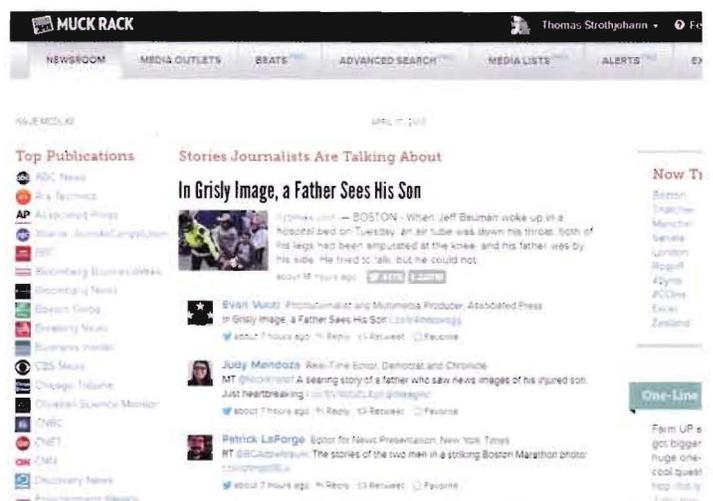
Welche Funktionen kommen als Nächstes hinzu?

Viele Journalisten haben uns gesagt, dass sie nicht dazu kommen, eine Zweitverwertung anzuleiern. Dabei kann Torial helfen. Wenn Sie zum Beispiel am Rande einer Recherche ein Interview geführt haben, das nicht erschienen ist, können Sie es bei Torial einstellen. Vielleicht gewinnt Ihr Interviewpartner vier Jahre später einen Preis und das Interview gewinnt eine ganz neue Brisanz. Bei Torial taucht es dann auf, wenn jemand nach Ihrem Interviewpartner sucht.

torial Magazin



Der Ansatz: Torial soll zur Community für Journalisten werden. Im Magazin erscheinen alle bei Torial eingestellten Arbeitsproben chronologisch geordnet. Filtern kann man das Magazin aber noch nicht. Oben stehen zurzeit oft mehrere alte Artikel von Kollegen, die Torial gerade erst einrichten.



Amerikanisches Vorbild: In Amerika hat sich ein Tool namens Muckrack inzwischen etabliert. Medien wie CNN haben eine eigene Seite im „Newsroom“, auf der die Mitarbeiter nach Anzahl der Twitter-Follower sortiert gelistet sind. Dazu erscheinen u. a. die meist getwitterten News von cnn.com.



■ ZUR PERSON:

Marcus von Jordan, geb. 1971, ist freier Kommunikationsberater und Autor. Er ist Mann der ersten Stunde und „Vorturner“ bei Torial. „Ich bin 42 Jahre und gelernter Landwirt. Ich bin kein Nerd. Ich bin begeistert von den Möglichkeiten digitaler Tools, aber ich wehre mich auch dagegen, dass sich mein gesamtes Leben ins Netz verlagert. Torial soll Journalisten die Möglichkeit geben, sich auf Recherche und Produktion zu konzentrieren, aber trotzdem online präsent zu sein.“

Wir wollen bald sagen können, dass sich Torial unter ständiger Beobachtung von zeit-online.de, zdf.de und anderen potenziellen Kunden für Freelancer befindet. Der Weg, auf dem Redakteure Torial nutzen, um Freie zu kontaktieren und ihr zur (Zweit-) Verwertung eingestelltes Material zu durchsuchen, ist eines unserer wichtigsten Projekte.

Seit letztem Freitag ist die Suche auf Torial öffentlich. Jetzt kann man auch ohne Anmeldung nach Content suchen. Die Suche wird allerdings noch verfeinert. Unser Ziel ist, dass Redakteure auf Torial genau den richtigen Autor für ihr Thema finden, der auch noch vor Ort und verfügbar ist. Außerdem können sich Freelancer über Torial vernetzen. Ein Autor könnte zum Beispiel vor einem Termin bei Torial gucken, welcher Fotograf daran teilnimmt. Gemeinsam können sie dann Fotos und Bericht im Paket verkaufen.

Noch mal zurück zu dem, was schon funktioniert: Bringt Torial auch fest angestellten Journalisten etwas, die keine Aufträge akquirieren müssen?

Ein fest angestellter Journalist braucht Torial, wenn er schlaue genug ist, seine eigene Marke aufbauen zu wollen. Mit Torial kann er unabhängig vom Arbeitgeber seine Qualifikation präsentieren. Wir wollen ein bisschen helfen, den digitalen Graben zuzuschauen. Torial muss den Ansprüchen der Jüngeren, im Netz Sozia-

lisierten entsprechen. Es muss aber auch für 40+ nutzbar und verständlich sein. Viele Journalisten kommen mit der digitalen Entwicklung nicht mehr mit und machen deshalb die Schotten dicht. Aber wer im Netz nicht präsent ist, hat bald keine finanzielle Überlebenschance mehr – zumindest ohne lebenslangen Arbeitsvertrag und in freier Wildbahn.

Wie wollen Sie mit Torial Geld verdienen?

Auch wenn das viele misstrauisch macht: Wir kümmern uns noch nicht sehr um das Geschäftsmodell. Unser Investor Konrad Schwingenstein, ehemaliger Gesellschafter beim Süddeutschen Verlag hat vor fast drei Jahren gesagt: „Ich will, dass ihr etwas entwickelt, das Journalisten hilft.“ In erster Linie ist das Projekt also idealistisch ausgerichtet. Und Schwingenstein ist bis jetzt zufrieden, er setzt uns nicht unter Druck. Klar ist, woran wir kein Geld verdienen wollen – nämlich an den kreativen Prozessen im Journalismus. Wir werden also keine Prozente verlangen auf Geschäfte, die über Torial organisiert werden. Alles, was Sie jetzt auf Torial sehen, wird kostenfrei bleiben, denkbar sind verschiedenste technische Zusatzfunktionen, die wir kostenpflichtig stellen könnten.

Prüfen Sie, ob die eingestellten Arbeitsproben tatsächlich von den Portfolio-Inhabern erstellt wurden?

Das kann noch ein echtes Problem werden: Wie gehen die Nutzer mit Fremdcontent um? Es gibt eine Flagging-Funktion. Damit können verdächtige Beiträge gemeldet werden. Bisher ist die Disziplin allerdings sehr groß. Wir haben uns fast schon gewundert, wie wenig Missbrauch es gibt. Das Wort Portfolio scheint zu wirken. Da ist den Nutzern offenbar bewusst, dass es schon ein grobes Foul wäre, Artikel von Kollegen einzustellen.

Woher kommt der Name Torial und was hat das Ganze mit den Hörbüchern von Audible zu tun?

„Torial“ ist ein Kunstwort ohne besondere Bedeutung. Aber es kommt in Editorial und in Tutorial vor und das passt beides ganz gut zu unserer Zielgruppe „Medienkreative“. Wir haben einen modernen Blick auf den Journalismus. Alle, die ihre Arbeiten für medial relevant halten, können mitmachen. Man muss keinen Presseausweis hochladen, um ein Torial-Portfolio zu bekommen.

Unsere GmbH heißt „audible web“, weil wir zuerst eine Web-Radio-Idee im Kopf hatten – mit der Hörbuchfirma haben wir nichts zu tun. Aber dann haben wir mit Torial angefangen und wir sind noch nicht dazu gekommen, die Firma umzubenennen. Mit der Firma ist es wie mit der eigenen Website: Man richtet sie ein und dann kommt man nicht dazu, sie zu aktualisieren.



Stichwort „Medien“: Der Screenshot zeigt einen Ausschnitt aus der Ergebnisliste einer Torial-Personensuche mit dem Wort „Medien“. Weitere bekannte Gesichter finden sich gleich auf der Startseite. Unter anderen: Carolin Neumann, Ulrike Langer, Dirk von Gehlen, Stefan Plöching, Bernd Oswald ...