
An die Verlagsetage

Wo wir mit der Republik dieses Jahr hinwollen

Zahlen, Fakten, Stimmen: drei Beiträge zum Zustand der Republik. Im dritten und letzten Teil erzählen wir, was wir dieses Jahr vorhaben.

Von Ihrem [Expeditionsteam](#), 18.03.2019

Mit dem Ankündigen von Dingen, damit ist es so eine Sache.

Bleibt man zu vage («Wir werden weiter in unsere Stärken investieren»), dann kann man es auch gleich bleiben lassen. Wird man zu konkret, beissen die Ankündigungen einem in den Hintern («Übernächsten Dienstag um 12 Uhr lancieren wir die App»).

Nun gibt es aber bei uns im Haus ein Grüppchen, dessen Aufgabe genau diese Gratwanderung ist. Sprich: Es muss sich über die Zukunft der Republik Gedanken machen, ohne sich in den Details zu verlieren. Der Verwaltungsrat.

Im ersten Teil dieser Serie haben wir das Feedback aus der Verleger-schaft mit Ihnen geteilt. Im zweiten Teil haben wir aufgezeigt, wie sich dieses Feedback in unseren Zahlen manifestiert. Im dritten und letzten Teil nun führen wir aus, was für Schlüsse wir daraus für das zweite Jahr ziehen wollen. Basis dafür ist die sogenannte «Produktstrategie 2019» des Verwaltungsrates, eine der Flughöhe angemessen hochgestochene Bezeichnung. Sie enthält sieben Punkte.

1. Mehr Relevanz, mehr Dringlichkeit, mehr Fokus

Wir nennen es auch gerne das «Wehtun». Wir wollen regelmässig Journalismus machen, der sich nicht ignorieren lässt. Die Fragen «Warum machen ausgerechnet wir diesen Beitrag?», «Warum jetzt?» und «Warum zu gerade diesem Thema in gerade dieser Art?» wollen wir uns noch konkreter stellen.

2. Die Gewohnheiten fördern

Der beste Beitrag nützt nichts, wenn unsere Mitglieder nicht mitbekommen, dass es ihn gibt. Wir wollen, dass die Republik im Alltag unserer Community einen festen Platz hat. Sei es auf (mehrmals) täglicher, wöchentlicher, monatlicher Basis oder gebunden an regelmässige, erwartbare Ereignisse auf der Plattform. Dazu gehört, dass wir neben der App, den Social Media und dem Newsletter neue Wege prüfen, wie wir unsere Mitglieder auf dem Laufenden halten. Und dass wir in der langfristigen Planung über das ganze Jahr besser werden.

3. Die Community und die Interaktion stärken

Wir sind mit dem Versprechen angetreten, mit unseren Mitgliedern einen Dialog auf Augenhöhe zu führen. Das ist ein Grundpfeiler der Republik. Und eine unserer grossen Stärken. Dialog kostet Zeit – und die nehmen wir uns.

4. Die Qualität sichern (und steigern)

Unser Budget wird im kommenden Geschäftsjahr rund 10 Prozent kleiner sein. Das darf nicht auf Kosten der Qualität gehen. Im Zweifel realisieren wir einen guten Beitrag, nicht drei mittelmässige. Unsere Bildkompetenz, unsere saubere Produktion, die intensive Arbeit an der Sprache – bei all dem wollen wir keine Kompromisse machen.

5. Bei Multimedia fokussieren

Wir haben im ersten Jahr für unser Alter und unsere Grösse bereits einige Pflöcke eingeschlagen. Wir wissen jetzt besser, was funktioniert und wo wir uns weiterentwickeln wollen. Konkret werden wir im laufenden Jahr weniger im Bereich Video machen und dafür beim Audio nachdoppeln.

6. Die thematische Profilierung ausbauen

Wir sind der Ansicht: Bei den Themen Justiz und Digitalisierung, bei kooperativen Recherchen und beim Feuilleton gehören wir zu den Besten. Wir wollen in weiteren Bereichen die Themenführerschaft entwickeln.

7. Das Feuilleton weiter integrieren

Das Feuilleton war zum Start gezwungenermassen fast eine Redaktion in der Redaktion. Wir haben hart daran gearbeitet, das zu ändern. In der thematischen Abstimmung, in der Planung, in der Zusammenarbeit. Den Newsletter, der dem Feuilleton speziell gewidmet war, haben wir bereits abgeschafft. Aber es muss noch klarer werden: Das Feuilleton ist ein integraler Teil der Republik.

Gerne möchten wir Ihre Meinung dazu hören, liebe Verlegerinnen und Verleger. Womit sind Sie einverstanden? Was ging vergessen? Stimmen die Prioritäten? Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen im Dialog.