

---

Genossenschaftsrat

# Wir wuseln, planen, diskutieren – und haben noch viel vor

Seit einem Jahr arbeitet der Genossenschaftsrat von Project R an Ideen, um die Zukunft der Republik zu festigen. Eine Bilanz nach dem dritten Treffen – und ein Blick nach vorn.

Von [Margarethe Letzel](#), 04.10.2019

Liebe Verlegerinnen, liebe Verleger

Sie, die Sie Project R mit Ihrem Abo und Ihrem kritischen Wohlwollen mittragen!

Am Anfang war Gewusel. Es war unser Versuch, mitten auf dem Trottoir zwischen Vorbeilenden ein Bild vom Genossenschaftsrat für Sie zu machen. Wir wuseln, also sind wir. Und inzwischen wuseln wir bereits so geordnet wie Ameisen am Bau.



Der Genossenschaftsrat vor seiner Sitzung vom 14. September 2019. Nick Lobeck

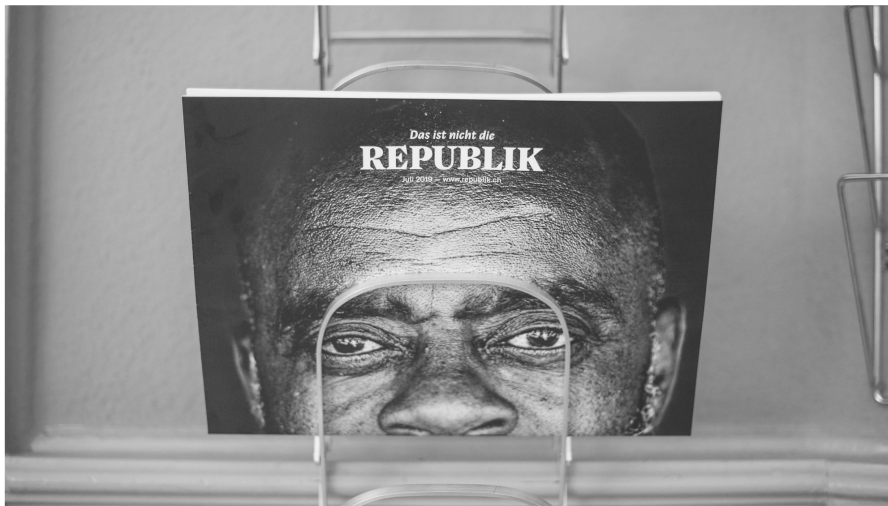
Was haben wir bereits konkret zum Gelingen von Project R beigetragen und wie weit sind wir bisher gekommen? Und nicht zuletzt: Wie vertiefen wir den Kontakt zu Ihnen?

Gern berichten wir Ihnen kurz zu unserem aktuellen Stand der Dinge.

Ein Jahr ist seit unserer ersten Sitzung vergangen und, in aller Unbescheidenheit sei's gesagt, seither haben wir doch schon einiges gestemmt. Wir haben uns in Arbeitsgruppen organisiert und einige Ideen schon praktisch verwirklicht. Zentral leitet uns das Anliegen, der Republik zu einer breiteren finanziellen Basis zu verhelfen. Sie wissen es alle, wir befinden uns immer noch in der Start-up-Phase und brauchen mehr Bekanntheit, mehr Unterstützung, mehr Abos.

## Die Arbeitsgruppe Marketing

Sie hat sich ins Zeug gelegt und der Republik-Crew eine ganze Reihe von Ideen geliefert. Unter anderem den Gedanken: Wie wäre ein Printprodukt als Ergänzung zum digitalen Magazin? Daraus entstand «*Das ist nicht die Republik*», eine Printvariante der Republik mit ausgewählten Beiträgen, QR-Code und viel Ästhetik. Gedacht ist sie für den Genuss und das Kennenlernen der Republik im Café, in der Bar und überall dort, wo man anregende Gedanken zu schätzen weiss – und Lust auf ein neues fundiertes journalistisches Produkt haben könnte.



Das ist «Das ist nicht die Republik». Nick Lobeck

Der Genossenschaftsrat ist auch eine Versammlung von Beizenkennerinnen und Kurieren – wir haben inzwischen zusammen mit der Republik-Crew ein Netz von «Nicht-Republik»-Orten aufgebaut, Orte für Neugierige, die der Republik Gastrecht gewähren. Erstaunlich: Die QR-Codes zur Republik wurden bisher eher selten genutzt, dafür führte die «Nicht-Republik» auch während des Sommers zu Nachfrage!

Diese Reaktionen ermutigten die Republik-Crew zur Umsetzung weiterer Marketingideen wie einer «Nicht-Republik»-Ausgabe zum Erstsemesterstart für die neuen Studierenden als Teil eines Studi-Starter-Kits, das offenbar grossen Anklang fand.

## Die Arbeitsgruppe Finance und Legal

Finanzen sind weiterhin der Dreh- und Angelpunkt. Die Arbeitsgruppe Finance und Legal unterstützt Project R darin, den Stand der (Geld-)Dinge für die Genossenschaftsmitglieder verständlich darzulegen und für die Urabstimmung vorzustellen. Die positiven Reaktionen von Ihnen nach der vergangenen Abstimmung übers Budget zeigen, dass der Genossenschaftsrat auch diesbezüglich auf gutem Kurs ist. Wir werden Sie demnächst mit entsprechenden Informationen für die nächste Urabstimmung versorgen.

Hier noch ein kleiner Exkurs der AG Finance und Legal: Bei anderen Start-ups, beispielsweise in der Industrie, bringen Investierende das Venture-Capital, um die Start-up-Phase zu bewältigen. Project R hat kein solches Polster, um diese Anfangsphase zu überbrücken. Im Grunde bräuchten wir aktuell Mäzene, um das Defizit zu handhaben, bis das Projekt selbsttragend ist. Oder, wie es die Geschäftsleitung der Republik formulierte: Wir brauchen einen Republik-Boost: Abos behalten, Abos dazugewinnen und Spenden. Neu ist auch der Club der Schirmfrauen und -herren, mit Gönnerinnen und Spendern. Also: Bleiben Sie im Boot, holen Sie neue Leute mit Sinn für Qualitätsjournalismus hinzu. Und: Kennen Sie eine Person, die Freude hätte, Schirmfrau oder -herr unseres gemeinsamen Unternehmens zu sein?

Weiterhin will sich der Genossenschaftsrat hierzu vor allem auch mit Tat beteiligen. Wir hoffen sehr, auch Sie, liebe Verlegerinnen und Verleger, dafür zu gewinnen, für die Republik zu werben und vielleicht ja auch bei einem unserer Zukunftsprojekte Hand zu bieten.

## **Die Arbeitsgruppe Zukunftsprojekte**

Sie hat Ideen unter den Stichworten «greifbare Zukunft» und «grosse Zukunft» skizziert. Zur grossen Zukunft weit draussen am Horizont gehören Ideen wie etwa ein Satiremagazin und ein Jugendmagazin. Zur greifbaren Zukunft gehört der Plan «Project R goes private»: die Kraft der Debatte an die Küchen- und Kneipentische zu holen. Wir fänden es toll, mit Ihnen direkt zu debattieren und dabei auch neue Interessierte kennenzulernen. Der zweite Plan «Project R goes public» meint öffentliche politische Debatten, moderiert von Journalisten oder Spezialistinnen eines Fachgebiets, mit offener Diskussionsrunde für Verlegerinnen, Verleger und die Öffentlichkeit. Kostproben davon tauchen bereits auf.

Und hinter «Project R goes school» steckt die Idee, die Veränderungen in der Schule zu begleiten. Der digitale Konsum der Schülerinnen und Schüler hat die Informationsautorität der Lehrpersonen erodieren lassen. Project R macht die Wichtigkeit fundierter Information für die Schülerinnen und Schüler erlebbar und bringt damit politische Debatte in die Schule.

## **Die Arbeitsgruppe Kritik-Forum**

Diese Gruppe befasst sich ebenfalls mit einem noch etwas in der Zukunft liegenden Vorhaben: einem Feedback-Forum für die Republik, um der Redaktion eine vertiefte Sicht von aussen zu deren Arbeit zugänglich zu machen. Gerade entsteht ein Leitfaden, um Rückmeldungen auf fundierten Boden zu stellen und zu gewährleisten, dass Beobachtungen aus der Verlegerinnenschaft nicht verloren gehen. Sie sollen die Redaktion zu weiteren Expeditionen anregen. Auch zu diesem Plan werden Sie wieder von uns hören.

## **Die Arbeitsgruppe Kommunikation**

Die letzte Gruppe in dieser kleinen Übersicht soll möglichst reibungslos Arbeiten garantieren. Sie hat entsprechende Tools etabliert, damit die Ideen und Initiativen nicht versanden, sondern bei den passenden Adressatinnen landen, wo sie dann weiterverfolgt werden. Ein Beispiel: Wir Genossenschaftsrätinnen und -räte haben nun Mailadressen in unseren Profilen. Diese führen Sie direkt zu uns, falls Sie auf diesem Weg ein Anliegen

platzieren wollen. Und nicht zuletzt wollen wir selbstverständlich auch per öffentlicher Debatte für Sie sichtbar und erreichbar sein.

**Gerne möchten wir nun von Ihnen hören. Was denken Sie zum aktuellen Fluss der Dinge? Konnten wir den Zweck des Genossenschaftsrats mit unseren Aktivitäten bereits etwas sichtbar werden lassen? Hätten Sie Lust, am Küchen- oder Beizentisch mit dabei zu sein, oder eigene Ideen, die Sie uns mitgeben wollen? Wir brauchen Sie an Bord!**

Seien Sie herzlich gegrüsst im Namen des Genossenschaftsrats.