

PRESSEMITTEILUNG

taz beginnt Relaunch ihrer Internet-Seite

Berlin, den 21. Mai 2013

Nach zwei Jahren Planung ist das neue taz.de so gut wie fertig, die taz präsentiert ab heute den Relaunch ihrer Internet-Seite. Begonnen wird mit einer Betaphase: So wird die neue Seite neben der alten taz.de-Seite für die Welt zugänglich gemacht.

Die alte und noch aktuelle taz.de-Seite wird weiterhin die erste Anlaufstelle für alle sein. Ab sofort gibt es aber einen Link zur neuen Seite, so dass sich alle NutzerInnen die neue Seite ansehen und ihr Feedback abgeben können. Mögliche Fehler und Probleme, die in der Betaversion auftauchen, können über relaunch@taz.de an die taz gemeldet werden. Wenn sie behoben sind, wird die neue Seite die alte ersetzen. "Das ist also eine Operation am offenen Herzen, die vor allem eins erfordert: Konzentration, Vorsicht und Gelassenheit. Von allen", sagt taz.de-Chefin Frauke Böger.

Die Agentur KircherBurckhardt hatte das Design zum neuen taz.de entwickelt. Nach dem Relaunch wird die Seite ein attraktives neues Gesicht haben. „Wir wollten taz.de zeitgemäßer und aufgeräumter machen und finden, das ist ziemlich gut gelungen“, freut sich Julia Niemann, die mit Frauke Böger die taz-Online-Redaktion leitet. Das zeigt sich beispielsweise an der neuen Kommentarfunktion, die Mitgliedern der taz.de-Kommune Diskussionen in Echtzeit ermöglicht. „Kontrolle ist gut, Vertrauen ist besser“ meint Donata Künßberg, die die Kommentare betreut. „Wir nähern uns damit der Diskussionskultur der Realität an. Angemeldete NutzerInnen können künftig nicht nur direkt ins Thema einsteigen, sondern auch moderierend tätig werden.“

Die taz wertet mit dem Relaunch aber auch die Internet-Präsenz ihres verlegerischen Angebots auf. Aline Lüllmann, die bereits die Einführung des freiwilligen Bezahlsystems taz-zahl-ich vor zwei Jahren verantwortete, leitet mit Nicola Schwarzmaier das Sitemanagement für das neue taz.de. Beide sehen den Relaunch als konsequente Fortsetzung der taz-online-Strategie: „Qualitätsjournalismus, der auf taz.de kostenfrei und verlässlich abrufbar bleiben wird, muss sich nicht hinter Bezahlschranken verstecken. Das lebendige taz-Kollektiv mit seinen vielfältigen genossenschaftlichen und partizipativen Ansätzen bietet genug Raum, um auch auf anderen Gebieten Erlöse zu erzielen“, sagen Lüllmann und Schwarzmaier.

Deshalb wird in Zukunft das ganze vielfältige Angebot, das sich um den Markenkern taz rankt, eine ansprechende Online-Präsenz finden: taz.shop, taz Panter Preis, taz.lab, taz.café und taz.presse, taz.reisen, der taz-Auftritt in den sozialen Medien, Verlosungen und Infos zu aktuellen Veranstaltungen, aber auch die im Verlag der taz publizierten Titel Le Monde diplomatique und zeo2 werden auf dem neuen taz.de ihren Platz finden.

„Die ganze taz wird auf taz.de publizieren. Und es kommt noch vieles dazu aus dem Universum der taz“, sagt taz-Geschäftsführer Karl-Heinz Ruch und unterstreicht, dass taz.de wie die ganze taz eine Sonderrolle im deutschen Pressemarkt innehat: „Eine Bezahlschranke wollen wir nicht, weil wir sie nicht brauchen. Unsere LeserInnen beteiligen sich freiwillig und engagiert bei „taz-zahl-ich“, genau wie bei unseren frei wählbaren Abopreisen.“

Fragen zum Relaunch von taz.de beantwortet Karl-Heinz Ruch, kalle@taz.de,
Tel. 030-259 02 212.