

# Futurezone setzt auf mehr Diversität

Chefredakteurin Claudia Zettel im Interview mit **medianet** über den stetigen Wandel ihrer Plattform und ihre Visionen.

••• Von Dinko Fejzuli und Josephine Wolfram

**F**uturezone, die Plattform mit aktuellen Nachrichten aus den Bereichen Technologie, Netzpolitik, Digital Life, Gadgets, Start-ups, Science und Games, hat im Oktober ihren elften Geburtstag gefeiert. **medianet** sprach mit Chefredakteurin Claudia Zettel über ihren vergangenen und zukünftigen Weg mit Futurezone.

„

*Es ist auch wissenschaftlich belegt, dass diverse Teams besser arbeiten als jene, die nur mit weißen Männern besetzt sind.*

**Claudia Zettel**  
CR Futurezone

“

**medianet:** Frau Zettel, was war die Futurezone damals, als Sie die Chefredaktion übernommen hatten?

**Claudia Zettel:** Als ich die Futurezone übernommen habe, war es mir unter anderem wichtig, mehr Leserinnen anzusprechen, denn die Leserschaft der Futurezone damals war vermehrt männlich. Wir haben noch immer einen männlichen

Überhang, aber es hat sich verbessert. Ein ähnliches Bild bot sich aber auch in der Redaktion: Neben nur noch einer Kollegin war ich die einzige Frau in der Redaktion und so war es mein Ziel – wenn sich die Gelegenheit bietet –, das ebenso anzugleichen. Inzwischen sind wir insgesamt zwölf Kolleginnen und Kollegen und das Geschlechterverhältnis beträgt genau 50:50. Wenn sich Gelegenheiten geboten haben, habe ich verstärkt nach Frauen gesucht, die hier hineinpassen. Es ist auch wissenschaftlich belegt, dass diverse Teams besser arbeiten als jene, die nur mit weißen Männern besetzt sind.

Wir sind heute – das hat aber nicht nur mit mir zu tun, sondern mit unserer Zeit – auch thematisch viel breiter aufgestellt als früher, besonders auch im Wirtschaftsbereich.

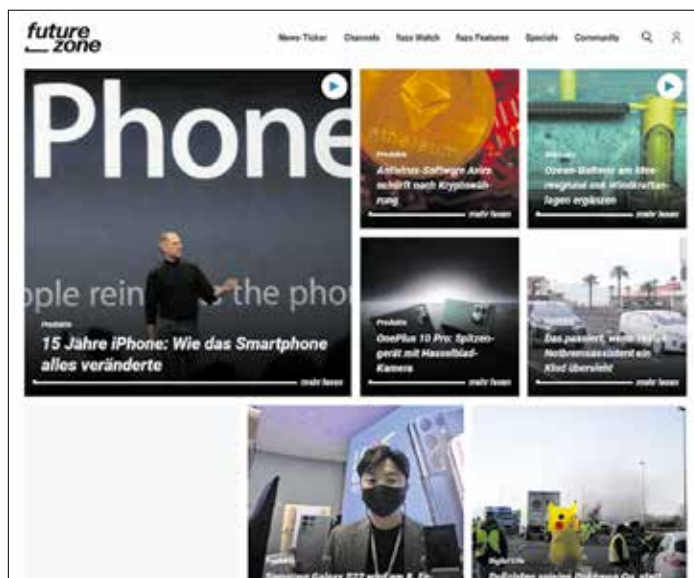
Auch den Bereich ‚Science‘ gab es zwar immer schon als Ressort, aber wir haben dieses Thema verstärkt ausgebaut. Parallel dazu gibt es inzwischen einen sogenannten Forschungsmonat mit besonderem Fokus auf die österreichische Forschungslandschaft. Es hat sich durchaus bewährt, den Bogen zu öffnen und Wissenschaft und Technik unter einem Dach zu sehen. Science ist momentan einer unserer stärksten Channels, da vor allem auch durch die Coronakrise das Interesse an Wissenschaft ordentlich gestiegen ist.

**medianet:** Sie haben eine sehr fachkundige Leserschaft, die auch sehr kommunikationsfreudig ist. In anderen Medien sind Foren und Diskussions-

plattformen ein sehr wichtiges Thema – welche Bedeutung hat das bei der Futurezone?

**Zettel:** Grundsätzlich sind Diskussionsforen wichtig, im Hinblick darauf hatten wir jedoch bereits mit einigen Challenges zu kämpfen. Wir sind mittlerweile in diversen Social Media-Kanälen vertreten und gehen mit unseren Inhalten auch dorthin, wo sich auch die jüngere Ziel-

Wir haben eine Community und treffen innerhalb dieser auch immer wieder auf uns bekannte User, aber sie besteht nicht – wie früher – klassisch in einem Forum. Stattdessen haben wir auf Instagram, Twitter und Facebook unsere Fanbubbles. Prinzipiell ist die Community überall da verteilt, wo wir gerade in unseren Kanälen unterwegs sind. Ein Forum, wie es zum Bei-



futurezone.at – von Netzpolitik über Digital Life bis Gadgets ist alles dabei.

gruppen eher aufhält. Wir haben gemerkt, dass es schwieriger ist, Personen auf der eigenen Plattform zu binden. Ich bin grundsätzlich mit unserem Forum zufrieden, würde aber gerne noch ein paar Punkte verbessern. Ich kann natürlich nicht viel verraten, aber es laufen aktuell bereits Gespräche und Pläne, um eben in dieser Richtung etwas Neues für die User zu schaffen.

spiel Standard.at hat, lässt sich heutzutage nicht mehr so leicht konzipieren. Der Standard hat hierbei den Vorteil, einfach extrem früh angefangen zu haben – nämlich zu einer Zeit, als es noch keine Konkurrenz durch Social Media gab. Letztes Jahr gab es bei uns eine Art Rebranding, mit einem geänderten Logo und einer neuen Webseite. Aus dieser Änderung konnten wir auch ein-