

Die TORIAL STORY



Im Fall TORIAL hat nicht eine Idee eine Investition gesucht, sondern ein Investor eine Idee. Konrad Schwingenstein, ehemals Gesellschafter beim Süddeutschen Verlag, beobachtet seit langem die Problematik, die sich speziell für Journalisten im medialen Umbruch ergibt. Gleichzeitig ist er fasziniert von den neuen Möglichkeiten Medien zu

gestalten und zwar abseits staatlicher Steuerung und Bürokratie. Bei der Kommunikationsagentur bloom project fand er seine ersten Verbündeten - „torial“ wurde gegründet. Seit dem arbeiten Kommunikationsspezialisten, Techies und Kaufleute, sowie alle denkbaren Arten von Journalisten und Journalismusnutzern an „torial“.

Wir sind dabei keinen geraden Weg gegangen, sondern haben immer wieder losgelassen, den Blickwinkel geändert, fertige Konzeptionen zurückgestellt und wieder neu angefangen – und wir bleiben auch in Zukunft offen für neue Anforderungen und Anregungen. Letztlich mit dem Ziel allem journalistischem Arbeiten einen definierten Platz im Netz zu schaffen.

Durch den chaotischen Fluss von Information im Netz, steigt der Bedarf an umfassender Selektion und Reflektion dieser Informationen. Ein Wachstumsmarkt also!

Der Journalismus ist längst online. Informationen werden im Netz gesammelt und verteilt. Aber: das Netz kann und muss auch für redaktionelle, inhaltlich journalistische Arbeit genutzt werden. Das gilt gleichermaßen für freie Journalisten und für bestehende Redaktionen.

Dabei erfindet das Netz nichts Neues, es bietet aber die Möglichkeit für neue Dynamik:

Dynamik in der Vernetzung mit thematisch und regional geeigneten Partnern

Dynamik in der ständigen Interaktion mit Lesern, Hörern und Zuschauern

Dynamik in der Verknüpfung unterschiedlicher medialer Formate

Dynamik in der Publikation und Vermarktung journalistischen Inhalts

Dynamik in der Nutzung technischer Ressourcen und technischen Know-Hows

Das alles wollen wir abdecken:

Willkommen bei torial – digitaler Arbeitsplatz für Journalisten!