



Bitte lächeln! Die Foto-Scouts der Pforzheimer Internetplattform www.goldtown.de sind inzwischen ein bekannter Anblick in Pforzheimer Szenetreffs. Wer von ihnen geknipst wird, findet sich im Internet wieder. Foto: Siegrist

Kopffjäger mit der Digitalkamera

Wiedersehen der Party-People nach dem wilden Wochenende im Internet auf www.goldtown.de – Umstrukturierte Pforzheimer Web-Plattform



Sie hat Paare zusammengeführt, virtuelle wie reale Freundschaften begründet, für Kontroversen und die schnelle Verbreitung von Gerüchten gesorgt. Kein Musik-Club, keine Disko in Pforzheim ist mehr vor ihren Scouts sicher.

PZ-MITARBEITER
MICHAEL MÜLLER

Beim Lesen der Einträge im Forum entsteht der Eindruck, dass die Internetseite www.goldtown.de zu einem Stück Lebensinhalt geworden ist. Nicht nur für die Macher, sondern auch für etliche Jugendliche und Junggebliebene in der Region. Das merkt man daran, dass es endlos Proteste hagelt, wenn die Web-Seite einmal offline geht – wie zuletzt vor zwei Wochen zum Neustart. Dafür zeigt sich jetzt die Homepage in neuem Gewand: strukturierter und reichhaltiger.

Herzstück aber bleiben die Fotoseiten mit Bildern von den Partys am Wo-

chenende. Hundertfach lassen es die „Goldtown“-Kopffjäger – sie nennen sich Foto-Scouts – in der Pforzheimer Bar- und Diskoszene aufblitzen. „Ein Typ wollte mal unbedingt, dass wir seinen Allerwertesten fotografieren“, berichtet Marc D. Schulz alias „Solaris“. Kollegin Janina Meixner („Jeanny“) wurde auf Händen durch einen Club getragen: „Witzig, aber auch etwas peinlich“, gibt die 19-Jährige zu. Manche, wie der 23-jährige Dirk Schroth, waren schon vorher Nachtschwärmer. Da lag sein Foto-Einsatz nahe.

Der Stress soll Spaß machen

Das alles soll Spaß machen, meint sein Kollege Patrick Olscha („Suicide“) und beginnt, zu erzählen: „Meine Aufgabe ist es, das Nachtleben mit meiner süßen Digitalkamera für die Partypeople festzuhalten. Gibt es etwas Schöneres, als sein Hobby zu einer Art von Beruf zu machen? Obwohl das Ganze mir keinen einzigen Cent in die Tasche bringt, quäle ich mich sehr gerne durch manchmal brechend volle, vor Hitze glühende Clubs, tippe die Leute an, schwenke ihnen meine Digicam zu und sage: „Du wolle Foto mache?“ Während es vor drei Jahren noch still ge-

worden sei, als das Team etwa im „Casa“ geknipst habe, würden sich die Leute heute gleich in Pose werfen, sobald irgendwo eine Kamera ausgepackt werde, berichtet Ferdi Ulus. Je jünger das Publikum sei und je mehr man sich in Partyschuppen oder Hip-Hop-Kreisen aufhalte, desto eher brenne das Publikum förmlich darauf, vor der Kamera zu posieren. „Da komme ich manchmal gar nicht hinterher. Sie packen dich an der Schulter und ziehen sich zu sich heran“, sagt Olscha.

Ältere zieren sich noch etwas

Stefanie Axtmann („Sweet Girl“) berichtet, dass es in Cafés schwieriger sei. Je älter das Publikum, desto geringer der Bekanntheitsgrad von „Goldtown“. „Die wundern sich, warum wir überhaupt Fotos machen“, so Schulz. „Wer nicht fotografiert werden möchte, kann dies jederzeit signalisieren“, sagt Erkan Bostan. Wer Leute kennen lernen möchte, für den ist das Fotoscout-Hobby ideal. Zudem plauschelt man beim abendlichen Aufeinandertreffen gerne mit den Usern der Seite. „Von Clubbesitzern auf der Straße begrüßt zu werden, ist schon witzig“, so das 18-jährige „Sweet Girl“. Ihr Freundeskreis hat sich seit ihrer Mitarbeit bei „Goldtown“ völlig neu zusammengewürfelt. Olscha: „Man wird selber offener, kann leichter auf Menschen zugehen, lernt die Arbeit im Team, denn ohne koordinierte Planung wäre Goldtown nicht das, was es heute ist.“

Verschiedene Erfolgsfaktoren

Der Erfolg der Seite aber hat viele Gründe. „Es ist nicht so, dass wir einfach ein paar Bilder ins Netz stellen und dann klicken die Leute in Scharen“, analysiert der für das Internetseiten-Design zuständige Steffen Siegrist. Es gebe zwar Nutzer, die hauptsächlich wegen der Bilder auf „Goldtown“ gehen. Viele diskutieren aber lieber im Forum oder tun beides. Bundesweit stoßen viele über die selbst gemachten Interviews mit Hip-Hop-Größen auf die Pforzheimer Internetseite. „Daher haben wir den Magazinteil mit dem Neustart ausgebaut“, erklärt Erkan Bostan, der hierfür künftig noch mehr Inhalte verspricht. Geld verdienen die vier „Goldtown“-Gründer Siegrist, Bostan, Ferdi Ulus und Stefan Pütz mit der Seite nach wie vor nicht. „Andere stecken ihre Kohle in Modellflugzeuge, wir in die Internetseite“, sagt Ulus.

In den Diskussions-Foren geht es bisweilen ganz schön zur Sache. Gequatsch und gesammelt wird über alles. „Ein Klassiker ist es, wenn sich eine Frau vorstellt, die neu in der Stadt ist. Dann geht das männliche Balzverhalten los“, beobachtet Ulus oft. Konstruktive Kritik sei erlaubt, gelöscht würden jedoch verletzend und persönlich angelegte Äußerungen. Mit Hilfe einiger Administratoren sei es möglich, die Seite nahezu rund um die Uhr im Auge zu behalten. „Wir wollen unsere Neutralität wahren“, nennt Siegrist einen

der Hauptgründe für das gelegentliche Editieren der Inhalte.

Ohne die Hilfe des 17-köpfigen Teams sei der Seitenbetrieb nicht möglich. Viele Teammitglieder sind Freunde der vier Gründer-Jungs. „Wir haben unser Umfeld voll mit reingezogen“, gibt Siegrist zu. Es gibt auch Treffen, bei denen sich die „Goldtown“-Community persönlich begegnet. „Das nutzt jedoch nur ein harter Kern, schließlich muss man dabei die Anonymität des Internets aufgeben“, sagt Pütz. Dank spüren die vier Kreativen

ebenso wie Anfeindungen. „Die Seite bietet Angriffsflächen, wir müssen vieles einstecken“, gibt Siegrist zu. Dafür müsste das Quartett täglich drei bis vier Stunden für das Internetangebot opfern. „Klar, die Sonntage sind seit drei Jahren für uns gelaufen“, erklärt Pütz. „Richtig bewegen können wir wenig“, spricht er über die Grenzen der Internetseite. „Doch wir zeigen, wo sich was abspielt und bestimmen ein Stück weit mit, was die Jugend bewegt, angesagt ist und was Stadtgespräch ist“, ergänzt Siegrist nicht ohne Stolz.



Was braucht ein Foto-Scout, der abends in den Clubs unterwegs ist? Die handliche Digitalkamera, Flyer als Visitenkarte und zwischendurch eine kühle Erfrischung, um die Nacht durchzustehen. Foto: Siegrist

Szene-Fotos in der PZ

Seit dem Start der Pforzheimer Internetseite www.goldtown.de vor drei Jahren ist die Nutzerzahl stetig auf nun mehr als 16 000 angewachsen, davon 20 Prozent aktive User gestiegen. Im Sommer 2002 tummelten sich täglich rund 500 User auf der Seite. Diese Zahl hat sich bis heute verzehnfacht – eine Erfolgsstory, mit der die vier „Goldtown“-Initiatoren Steffen Siegrist (Design, Konzept), Stefan Pütz (Technik, Programmierung), Ferdi Ulus (Kontakt, Vertrieb) und Erkan Bostan (Journalistik) nicht gerechnet hatten. Die „Pforzheimer Zeitung“ berichtete

damals, dass es Ziel der Seite sei, einen „roten Faden fürs Pforzheimer Nachtleben“ zu stiften, eine neue Kommunikationsplattform ins Leben zu rufen. Die aus der Internetbranche kommenden, meist Mitte 20-jährigen Macher wollten ihre eigenen Hobbys – Computer und Ausgehen – miteinander verbinden. Weitere Kooperationen mit der PZ folgten, etwa beim Magazin „nimm’s“ und der PZ-Szene-Seite mit den vielen Partybildern, die die Jugendausgabe des Journalisten-Magazins „Dreh-scheibe“ erst jüngst deutschlandweit präsentierte.

Eine Umfrage der „Goldtown“-Seite hat herausgefunden, dass diese Bildersseite die Attraktivität der PZ für die jugendlichen Zeitungsleser tatsächlich erhöht: 40 Prozent der „Goldtown“-User – das Gros liegt in der Altersgruppe 16 bis 26 – schauen auf jeden Fall in die PZ, wenn die Szene-Seite zumeist mittwochs und kurz darauf im „PZextra“ veröffentlicht wird. Ein nicht unerheblicher Teil kauft die Tageszeitung sogar eigens deswegen. Auf der anderen Seite werden auf www.goldtown.de ab Ende des Jahres aktuelle lokale Nachrichten der PZ zu lesen sein. mm



Die Goldtownner der ersten Stunde: (von links) Steffen Siegrist, Erkan Bostan, Stefan Pütz und Ferdi Ulus. Foto: nengyne.de