

Digitalen Journalismus ermöglichen

Das Münchner Media Lab bietet Anlaufstelle für journalistische Entrepreneurere

Von Thomas Mrazek

Stellen Sie sich vor, Sie wollen als Journalist eine digitale Medienidee umsetzen. Journalistische Erfahrung, Leidenschaft und womöglich Talent haben Sie – das alles versteht sich von selbst. Aber: Können Sie beispielsweise programmieren oder kennen Sie sich mit Design aus und überhaupt, wie könnte Ihr Projekt funktionieren und sich entwickeln; welche Probleme könnten auftauchen und wie könnte man diese lösen? Möchten Sie vielleicht Ihr eigenes Unternehmen werden? Das klingt nicht verwegen, das haben ja andere vor Ihnen auch schon geschafft und manche erfolgreiche Medienidee begann in einer Garage. Ganz klar, da müsste man sich mit anderen Gleichgesinnten zusammenschließen. Aber wo kann man MitstreiterInnen treffen, die vielleicht auch für digitalen Journalismus brennen und auch noch über diverse Fähigkeiten und Talente verfügen?

Das Media Lab könnte für Journalisten, die eine Idee für digitalen Journalismus haben, künftig eine geeignete Anlaufstelle sein. Das Projekt der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien (BLM) wird vom bayerischen Wirtschaftsministerium gefördert, Partner sind einige bayerische Medienunternehmen (siehe Kasten). Projektleiterin ist Lina Timm. Die Journalistin, die die DJS absolvierte und unter anderem für die FAZ, Arte und ProSieben arbeitete, baut das Projekt seit Juni 2014 auf. Mitte Juli bezog sie mit den ersten geförderten vier Founders Fellowship-Teams auf 250 Quadratmetern Räume in den Media Works Munich.

Stipendien und Coaching

Die Founders Fellowships sind eine Säule des Media Labs, erklärt Timm. Mit diesem Stipendium sollen Teams die Möglichkeit erhalten, überhaupt ein Start-up zu gründen. Im Founders Fellowship erhalten die Teams ein finanzielles Stipendium für drei bis sechs Monate. Studenten erhalten 600

Euro, Absolventen 1200 Euro monatlich. Außerdem unterstützen Mentoren aus der Medienbranche die Stipendiaten. Mit Workshops und Coaching zu Themen rund um die Gründung werden die TeilnehmerInnen zusätzlich betreut. „Gestern hatten wir einen Unternehmensberater zu Gast“, berichtet Timm, „in dieser Woche wird noch Richard Gutjahr über Social Media dozieren“. Der Gründer des Schweizer Portals watson.ch, Hansi Voigt, steht ebenso auf der Dozentenliste; DJS-Chef Jörg Sadrozinski wird mit den potenziellen Gründern diskutieren; auf Wunsch der ersten Stipendiatinnen soll eine Rechtsberatung stattfinden.

Timm zählt noch weitere Namen auf. Während des Gesprächs sieht man den Macher des Journalistennetzwerks torial, Marcus Jordan, über den Gang eilen („Habe einen Workshop hier.“) – das Networking in den neuen Räumen scheint zu funktionieren. Eines der grundlegenden Ziele des Media Labs ist, dass hier Journalisten, Programmierer, Designer und andere Berufe zusammenkommen, um an der digitalen Zukunft des Journalismus zu arbeiten. Als Vorteil dürfte sich erweisen, dass die Räume im Media Works Munich auf einer Etage mit den Aus- und Fortbildungskanälen von afk tv und M94.5 liegen. Die Stipendiaten können die Produktionstechnik der Rundfunk-KollegInnen nutzen. Für das erste Stipendienprogramm hatten sich 17 Projekte beworben – die Nachfrage für diese speziell journalistische Förderung ist im Freistaat also vorhanden. Das nächste Founders Fellowship wird im Oktober ausgeschrieben.

Offene Türen

Neben dem Stipendien-Programm ist der



Open Space eine weitere Säule. Coworking-Räume und Produktionsmöglichkeiten kann man nutzen, Mentoring und Workshops werden angeboten. „Momentan ist es eine gute Zeit, um Neues auszuprobieren“, sagt Timm, „bei uns kann man sehr schnell loslegen.“ An „Super-Ideen“ für den digitalen Journalismus herrsche kein Mangel, stellt die Projektleiterin fest. Mangel herrsche hingegen vor allem an Programmierern, „denn die finden es noch nicht so sexy, für Medien zu arbeiten. Hier können sich solche Teams finden“. Ob ihr Projekt nicht eher für jüngere Leute, hauptsächlich für Studenten und Absolventen, konzipiert ist, möchte ich von Timm wissen. Die 28-Jährige verneint: „Bei allen vier Teams, die jetzt hier arbeiten, sind die Leute über 30, einer ist Mitte 40.“

Schon jetzt ein Glücksfall

Zwei der Stipendiaten sind Julia Köberlein, 34, und Bernhard Scholz, 36. Zusammen mit Erich Seifert haben sie Der Kontext (www.derkontext.com) gegründet, ein On-



Lina Timm

line-Angebot, das Themen sehr vielschichtig, multimedial und aus unterschiedlichen Perspektiven erklären soll. Erstes bearbeitetes Thema ist die griechische Schuldenkrise. Die grafische Darstellung, die auf allen Geräten genutzt werden kann, überrascht den Nutzer, der eher hierarchische Websites gewohnt ist. „Wir bündeln die Informationen und bereiten sie so auf, dass es Spaß macht, auf Entdeckungsreise durch die Themen zu gehen“, erklärt Scholz, der Journalist im Kontext-Team. Das Team arbeitet interdisziplinär: Köberlein entwickelte das Design; Seifert ist einer der begehrten Programmierer.

Mit einem einjährigen exist-Gründungsstipendium ausgestattet, arbeitete das Trio seit Juni 2014 an der Beta-Version für dieses Angebot. Die erste Version ist seit Mai online. Im Herbst will Kontext mit einer Crowdfunding-Kampagne weitere Mittel einwerben, um die Seite für den Markteintritt fertigzustellen. Später sollen zum einen Abonnenten das Magazin finanzieren und zum anderen soll das Produkt in einer so genannten Whitelabel-Version an andere Medien verkauft werden. „Für uns ist das Media Lab ein Glücksfall gewesen“, sagt Scholz. Vorteilhaft sei es, dass das man im Gegensatz zu anderen Inkubatoren keine Anteile an der Firma abgeben müsse, so bleibe man unabhängig. Sehr gut seien auch die Räumlichkeiten und die Unterstützung durch den Open Space-Pool, dort habe man bereits einige Kontakte geknüpft. Auch erhoffen sich die Gründer bei ihrer Crowdfunding-Kampagne, von den vorhandenen Ressourcen sowie dem Wissen und der Erfahrung anderer KollegInnen zu profitieren.

Weitere Stipendiaten sind das Blog Camper-Style (www.camperstyle.de), die Nachrichtenapp INFORM3D sowie das Team von Soundticker (www.soundticker.de), welches personalisierte Radio-Streams anbieten möchte. Man darf also gespannt sein, wie sich diese Projekte entwickeln werden und ob davon vielleicht auch traditionelle Medienhäuser profitieren können. Zu viel erwarten darf man freilich nicht, das Media Lab ist „nur“ ein „Vorgründerzentrum“, also ganz am Anfang der Wertschöpfungskette, erklärt Timm. 2016 wird das Wirtschaftsministerium die Arbeit des Media Labs evaluieren. Bei den großen Medienhäusern vermisst die Journalistin – bis auf wenige Ausnahmen wie etwa Axel Springer – noch den Willen, die Herausforderungen des digitalen Wandels anzunehmen: „Denen geht es noch zu gut. Außerdem fehlt es in den Unternehmen an Zeit für Innovation und Kreativität“. In „agilen“ Start-ups könne hingegen „ohne Entscheidungsträger und langes Fackeln“ etwas ausprobiert werden.



Von links nach rechts: Bernhard Scholz, Erich Seifert und Julia Köberlein

Foto: Julia Köberlein

Media Lab Bayern

Partner

Antenne Bayern, Discovery Networks Deutschland, K-labs, Kabel Deutschland, München TV, ProSiebenSat1 Media AG, Radio Gong 96,3, Radio IN, rt.1 Mediagroup, Sky, Sport1, Sport1 FM, Tellux Next und der Verband Bayerischer Lokalfunk. Das Media Lab kooperiert mit den Münchner Aus- und Fortbildungskanälen und dem Mediennetzwerk Bayern.

Kontakt

Media Lab Bayern
Rosenheimer Str. 145
81671 München

info@medialab-bayern.de
www.medialab-bayern.de
[facebook.com/BLMinnovatemedialab](https://www.facebook.com/BLMinnovatemedialab)
twitter.com/_innovate_media

Video-Dokumentation

„Mehrwert oder Wettbewerb? Wie Start-ups die Medienbranche verändern“

Bei der gemeinsamen Veranstaltung der Medientage München und der IHK München präsentierte u.a. Lina Timm das Media Lab, auch interessant ist der Beitrag über die Zusammenarbeit von Vogel Business Media mit Start-ups im Juli 2015

bjvlink.de/startup