

# Ein Forum 2.0 für digitale Journalisten

„Digital Journalism rocks“, finden rund 600 Medienschaffende aus aller Welt und diskutieren auf Slack darüber. Carolin Neumann besuchte die ungewöhnliche Online-Community.

Es gibt jedes Jahr ein paar Meilensteine, die wollen digital arbeitende Journalisten nicht verpassen: die Berliner Re:publica zum Beispiel oder die South by Southwest im US-Bundesstaat Texas. Bei Veranstaltungen wie diesen sind die Inhalte fast egal, im Fokus stehen Begegnungen. Für ein paar Tage ist man hier unter seinesgleichen. Doch danach folgt meistens der unvermeidliche „Kater“. Aber warum soll man immer bis zum nächsten Treffen warten? „Warum geht das nicht auch digital?“, fragte sich die deutsche Journalistin Lina Timm. Die 29-Jährige ist eine Macherin und eher keine Freundin davon, zu lange über solchen Fragen zu grübeln. Im April startete sie also kurzerhand ihre Antwort: die Community „Digital Jour-

nalism Rocks“. Sie schuf damit einen Ort, „in dem Geeks sich untereinander austauschen können über den neuen Facebook-Algorithmus oder wie Storytelling im Mobilien gut funktioniert“.

Dieser Ort liegt auf Slack. Mit der kostenlosen Online-Software samt ihrer Desktop- und Mobil-Apps kann man sich zu bestimmten Themen in Gruppen austauschen und direkte Nachrichten verschicken. Entstanden ist Slack als interne Kommunikationsform eines Startups. Das gibt es zwar inzwischen nicht mehr – dafür nutzen nach Firmenangaben mehr als drei Millionen Menschen täglich das zufällige Erfolgsprodukt Slack. Ein bisschen kann man sich das wie das gute alte Forum aus den 90er-Jahren vorstellen, nur optisch cooler

und mit besserer Nutzerfreundlichkeit. Von all den Angeboten, die in den vergangenen Jahren als Trend-Säule durchs digitale Dorf getrieben wurden, hat sich vor allem Slack erstaunlich schnell im Arbeitsumfeld etabliert. Inzwischen ist die Software in deutschen Büros angekommen, auch wir in der Redaktion des „medium magazins“ nutzen das Tool schon seit 2015.

Allerdings kommunizieren bei uns nur elf Redaktionsmitglieder miteinander. Lina Timms Forum 2.0 hat nach wenigen Monaten bereits rund 600 Mitglieder aus aller Welt. Es sind Freie und Festangestellte darunter; Journalisten, die für Medien von „Stuttgarter Zeitung“ über „Glamour“ bis „Süddeutsche“ schreiben oder für Nachrichtenagenturen, öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten oder Startups arbeiten. Auch große internationale Namen finden sich in den Vitae der Mitglieder, wie „The New York Times“ oder „The Next Web“. Sie alle eint die Leidenschaft für digitalen Journalismus. In 25 sogenannten Channels wie Messaging\_Bots oder Snapchat, Audience-Development oder Audio tauschen sie sich aus über Trends und Erfahrungen. Sie geben sich gegenseitig Tipps für die richtige technologische Ausrüstung für Videoexperimente mit dem Smartphone oder spannende Software, die den journalistischen Alltag erleichtern soll. Besonders freut sich Lina Timm, „wenn Mitglieder ihre neuen Projekte und Experimente teilen und sich über Feedback freuen. Das passiert tatsächlich relativ häufig, sei es die interaktive Luftverschmutzungs-Seite aus Indien oder das Gaming-Projekt aus der Schweiz.“

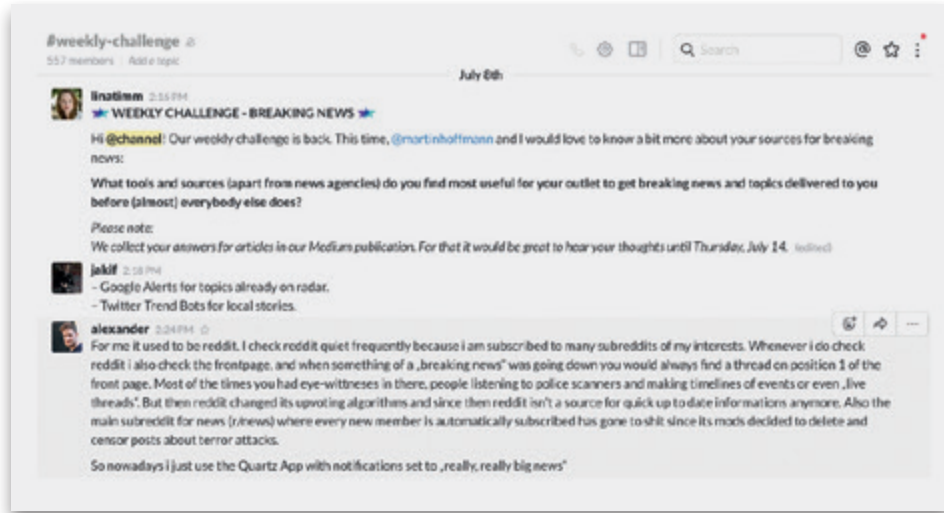
In der kompetitiven Medienwelt setzt die Community damit ein Zeichen für mehr



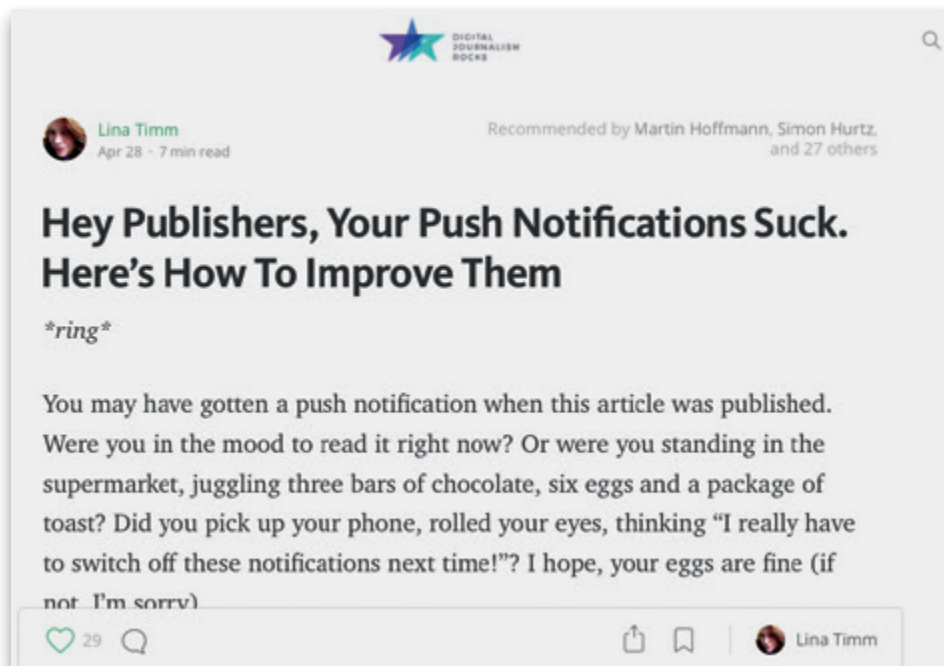
## Vita

**Lina Timm** (Jahrgang 1987) leitet das Media Lab Bayern, eine Einrichtung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, die Medien-Startups fördert. Sie wurde an der Deutschen Journalistenschule in Print, Radio und Fernsehen ausgebildet. Für Print schreibt sie aber nur noch ihre Kolumne über Gesundheitsapps, ansonsten arbeitet sie im digitalen Raum.

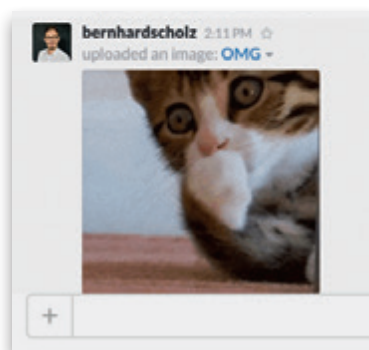
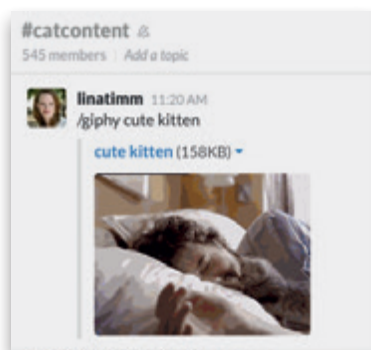
**Lina Timm** leitet das Media Lab Bayern – und hat die „Digital Journalism Rocks“-Community gegründet.



Im Rahmen der „Weekly Challenge“ sammelt die Community Tipps, zum Beispiel Quellen für Breaking News.



Die Ergebnisse der Challenge fasst Lina Timm in einem Blogbeitrag auf medium.com zusammen und macht damit die Expertise der Mitglieder sichtbar.



Ein bisschen Spaß muss sein – und deswegen gibt es in der Community auch einen Channel für Katzenbilder und lustige GIFs.

## Slack-Community für Journalisten

### Was ist es?

Eine Community für digitale Journalisten mit der Software Slack.

### Wer macht es?

Lina Timm, 16 Rockstars genannte Helfer und rund 600 Community-Mitglieder.

### Was bringt es?

Austausch unter Gleichgesinnten, wertvolle Tipps, Sichtbarkeit von Expertise.

### Was kostet es?

In der Basisversion nichts. Wenn man mehr Speicherplatz als 5 GB oder Zusatzfunktionen wünscht, wird es teuer: Pro aktivem Nutzer zahlt man ab sechs Dollar im Monat.

### Was sind die Hürden?

Bei viel Aktivität und schlechter Kommunikationshygiene droht die Community unübersichtlich zu werden. Die Benachrichtigungen können nervig werden.

### Für wen geeignet?

Eine Slack-Community kann man gründen, wenn es keinen geeigneten Ort für den Austausch zu einem Thema gibt oder man schlicht die Kommunikation seines Teams aus Facebook, E-Mails usw. herausholen möchte. Für Journalisten lohnt sich eine Mitgliedschaft in Experten-Communitys zu ihren Themen.

## Linktipps

Anmeldeseite:

<http://www.digital-journalism.rocks>

Blog:

<https://medium.com/digital-journalism-rocks>

Lina Timm auf Twitter: [@luisante](https://twitter.com/luisante)

### Weitere öffentliche Slack-Communitys

**#freelance** – eine internationale Community, in der Selbstständige ihre Erfahrungen teilen:  
<http://freelance.chat>

**Work from anywhere** – eine kostenpflichtige Community für digitale Nomaden:  
<https://workfrom.co/chat>

**Slack lernen** – eine deutsche Gruppe für alle, die den Umgang mit dem Tool lernen wollen:  
<http://slacklernen.losdrucken.de>

Zum Beispiel auf [slacklist.info](http://slacklist.info) findet man eine Übersicht vieler Teams. Googeln Sie bei Bedarf „Übersicht Slack Communitys“ oder Ähnliches, die Vielzahl und Vielseitigkeit der Ergebnisse würde diese Seiten sprengen.

„Es gibt endlich einen Ort, wo sich die versprengten digitalen Helden austauschen können.“

Lina Timm

Kollaboration und kollegialen Austausch. Der Erfolg steht und fällt mit dem Vertrauen, dass bestimmte Informationen die Community nicht verlassen. Bislang scheint das gut zu funktionieren, aber eine gewisse Vorsicht liegt auch in der Waagschale: Hier lehnt sich kaum jemand mit Kritik am Establishment aus dem Fenster. Der Austausch ist fast immer konstruktiv und kollaborativ. Letztlich ist „Digital Journalism Rocks“ eine bewusst gewählte Filterblase. Der Anreiz, dabei zu sein, ist für diejenigen besonders groß, die in ihrem beruflichen Umfeld mit ihrer Begeisterung fürs Digitale allein sind. „In den Häusern sitzen doch heute maximal ein oder zwei dieser Digital-Geeks, die die neuesten Trends im Blick haben und verfolgen“, erklärt Lina Timm. „Sie interessieren sich für das Thema, haben aber niemanden zum Austausch und manchmal auch in ihrer Arbeit wenig Möglichkeiten, etwas umzusetzen. Die Community ermöglicht zumindest schon einmal, dass man Gleichgesinnte hat, denen man nicht erst erklären muss, wofür Twitter da ist, sondern gleich in eine tiefe Diskussion auf Augenhöhe einzusteigen.“

Diese Filterblase ist nichts Neues, ihre Mitglieder diskutieren immerhin seit Jahren auf Twitter oder in Facebook-Gruppen miteinander, kennen sich zum Teil schon länger. Aber so wirklich geeint wurden sie bisher nicht, vor allem nicht über die deutsche Grenze hinaus. Dem weltgrößten Treffpunkt im Netz, Facebook, ist dies zum Beispiel nicht gelungen. Er hat seine Limitierungen: zu viel Selbstvermarktung, zu wenig Interaktion, ein zu rauer Ton. Aus gutem Grund hat sich Lina Timm deswegen für Slack entschieden. 2014 in der heutigen Version auf den Markt gekommen, nutzen heute laut offiziellen Zahlen „Zehntausende Teams“ die Software. Slack ist gerade hip. „Manchmal hilft so was“, sagt Lina Timm.

Doch auch das Wunderwerkzeug ist nicht ohne Tücken: „Slack kann sehr schnell unübersichtlich werden, weil immer noch threaded conversations fehlen.“ Gemeint ist das, was wir zum Beispiel von Facebook als „auf Kommentar antworten“ kennen. Ein anderes Problem einer jeden Community, das auch Slack bisher nicht zu lösen vermag: die Informationsüberflutung. Ob mit oder ohne die Möglichkeit von „threaded conversations“: „Digital Journalism Rocks“ ist inzwischen so groß und aktiv, dass es schier unmöglich ist,

alles mitzubekommen. Die Frustration der Mitglieder darüber bekam Lina Timm zu spüren, forderte sie regelrecht ein. Denn „Digital Journalism Rocks“ wird *lean* entwickelt. In der Lean-Startup-Philosophie entwickelt man seine Idee sehr eng an den Nutzerinteressen entlang und versucht so, ein Produkt zu schaffen, das die Kunden auch wirklich wollen. So wurde die Slack-Community erst einmal mit einer kleinen Gruppe getestet und bis heute fragt Lina Timm immer wieder die Bedürfnisse ab, um das Produkt zu optimieren.

So entstand auch der „Rocks Report“: Seit Mai schreibt sie einmal in der Woche den Newsletter, unterstützt von den „Channel Rockstars“, den ebenfalls ehrenamtlichen Paten der verschiedenen Channels. Sie fassen die Themen aus ihrem Bereich zusammen. „Das ist klasse und ein wirklich tolles Teamwork“, freut sich Lina Timm. Durch die inzwischen 16 teilweise sehr engagierten Helfer bleibt die Community lebendig, auch wenn die Gründerin mal im Urlaub ist oder im Job zu viel zu tun hat.

Anna Aridzjan ist einer der Rockstars. Die Social-Media-Redakteurin der „Welt“ verantwortet seit Kurzem den Channel Snapchat, weil sie Snapchat privat nutzt und dort über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden bleiben kann. „Gerade wenn größere Updates anstehen, ist es schön zu sehen, wie andere Kollegen auch aus professioneller Warte darauf reagieren“, sagt sie.

In der Community sind Digitalexperten unter sich. Wer draußen bleibt, geht aber nicht leer aus: Jede Woche ruft Lina Timm in der „Weekly Challenge“ intern dazu auf, Erfahrungen und Meinungen zu teilen: Wie kann man Push-Benachrichtigungen verbessern? Welche Newsletter sollten Journalisten abonnieren? Über welchen Satz am Anfang der Journalistenausbildung ist man dankbar? Die Ergebnisse fasst sie dann in einem öffentlichen Blogbeitrag zusammen, der eindrucksvoll die Vielfalt und Expertise der Community zeigt. Wissen zu teilen, steht ganz oben auf der Agenda der Community und das merkt man drinnen wie draußen.

#### CAROLIN NEUMANN

ist freie Journalistin und Mitglied der „medium magazin“-Redaktion. Als Innovations-schürferin fördert sie unternehmerisches Denken für Medienschaffende.

[mail@carolin-neumann.de](mailto:mail@carolin-neumann.de)

