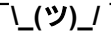


## **Die Sessions zum Thema "Innovation"**

**“Mach' dein eigenes Ding - gründe ein Medien-Startup!” von Pauline Tillmann (Chefredakteurin "Deine Korrespondentin")**

Die Zeiten für journalistische Unternehmer waren nie besser! Deshalb geben wir Einblick, was es konkret bedeutet, ein Medien-Startup zu gründen. Das digitale Magazin "Deine Korrespondentin" will die Sichtbarkeit von Frauen weltweit erhöhen. Seit 2015 haben wir mit unterschiedlichen Finanzierungsmodellen experimentiert. Für euch machen wir uns nackt und verraten was funktioniert hat und was nicht!

**“Mehr Ratlosigkeit wagen! Wie der  uns hilft, auf neue Ideen zu kommen” von Dirk von Gehlen (Innovation bei der SZ)**

Ein Appell zu mehr Offenheit und Ratlosigkeit im Umgang mit dem Neuen und Fremden - und nebenbei eine winzige Einführung in die Ideen von Design Thinking und Effectuation

**“Journalismus nach dem Spotify-Prinzip” von Manuel Geitner (Product & Growth - gutefrage.net)**

Im Journalismus sind - anders wie in vielen bereits Digitalisierten Branchen - der Creator der Inhalte und der Curator / Distributor noch häufig ein und derselbe. Nach dem Spotify-Prinzip kann man diese Beziehung auch einmal neu denken. Vielleicht gibt es hier sogar eine Marktlücke in die künftig gute Curation stoßen kann und für Verlage und Publisher selbes droht wie einst der Musikindustrie.

**“Digitale Bildungsplattform: Medienunternehmen als Teilgeber einbinden” von Christiane Winter & Katja Bröckl-Bergner (Gründerteam Startup Digital>>School)**

Eine digitale Bildungsplattform lebt von Content und E-Learning für Nutzer und Austausch der Community. Wie kann man eine Plattform für Medien als Teilgeber/Anbieter attraktiv gestalten? Und was haben Publisher davon, wenn Lehrkräfte auch Teilgeber/Anbieter dieser Plattform sind?

**““Lean Startup’ trifft auf Zielvereinbarung: Das funktioniert!” von Martin Ströbele (Agile Innovation Coach)**

Lean Startup funktioniert und beschleunigt die Produktinnovation. Was aber, wenn meine Zielvorgabe anders aussieht - ich soll eine konkrete KPI verändern? Traffic erhöhen, Kosten senken, aktive Nutzer binden? In dieser Session schauen wir uns die Möglichkeiten an, die aus der Kombination aus Lean Startup und Impact Mapping entstehen.

**“Warum Innovation süchtig machen kann – ein Erfahrungsbericht aus dem Entrepreneurship Program des Media Lab Bayern.” von Michael Kallus (freier IT-Journalist, [www.helden4-0.de](http://www.helden4-0.de))**

Unsere ursprünglichen Ideen werden wahrscheinlich nicht überleben. So hatten es uns die Coaches im Media Lab Bayer prophezeit. Genauso kam es auch. Warum das gerade deshalb eine erhellende Zeit war, zeigt eine kurze Einführung in den Design-Thinking-Prozess, wie ich ihn im dreimonatigen Startup-Training im Media Lab Bayern kennen gelernt habe.

**“Disruption? Von wegen. Warum fehlen der Medienbranche die innovativen Ideen?” von Lina Timm (Media Lab Bayern)**

Hier und da ein neues Feature - aber die echte Disruption bleibt aus. Der Medienbranche fehlt es an wirklich innovativen Ideen, zu oft passen wir uns nur den technologischen Neuerungen von Plattformen an. Woran hakt's und wie können wir mehr Kreativität, Innovation und Disruption in unsere Produkte bringen?

**“Journalist oder Publisher - wer gewinnt die Zukunft?” von Manuel Geitner**

Bei der Frage "Was liest oder konsumierst du denn so?" werden bei digitalen Medien fast ausschließlich die Publisher genannt. Selten aber der Journalist. Einige starke Journalisten machen bereits sich selbst zur Marke. Wer aber wird in Zukunft zentrale Rolle spielen?

**“WTF?! Wenn Video mal so richtig schief geht!” von Mario Geisenhanslüke, Laura Hans und Simon Rauh (VRM)**

Tolle Videostrategien, spannende Videoformate, innovative Technologien erfolgreich im Einsatz: Erfolgsgeschichten rund ums Thema Video im Medienbusiness gibt es ohne Ende. Wir würden es gerne einmal umdrehen, über unsere größten Fails berichten und von euch wissen, wo oder womit ihr mal so richtig gescheitert seid.

**“Digitale Lokalzeitungen für alle - mit einem Stipendienprogramm ("Fellowship") für Lokaljournalisten?” von Teresa Conrad (Merkurist)**

Dem Lokalzeitungssterben insb. in ländlichen Regionen ein Ende setzen - inwiefern lässt sich das nicht nur "Top-Down" (durch große Medienhäuser), sondern auch "Bottom-up" (durch Journalisten) erreichen? Wie muss ein Programm aussehen, um Journalisten beim Aufbau und "Erfolgreich-machen" einer digitalen Lokalzeitung zu unterstützen? May I present: Das Merkurist Fellowship.

**“Methoden zur Produktentwicklung” von Dr. Vanessa Giese (selbstständige Innovationsberaterin)**

Ich bringe Methoden zur Entwicklung redaktioneller Produkte mit, die wir direkt ausprobieren. Dabei geht es zum einen darum, schnell viele Ideen zu entwickeln - und zum anderen, das Nutzer-/Kundeninteresse ins Zentrum zu bringen. Gerne könnt Ihr konkrete Vorhaben und halbfertige Ideen mitbringen, die wir als Beispiel nutzen.

**“KiKANiNCHEN - wie der blaue Hase in das Tablet kam.” von Matthias Montag**

Impulse, Learnings und Gedanken zum digitalen Relaunch einer TV-Kindermarke.