



„Beatles-Rundgang“ eines Londoner Entwicklers. Verortet sind 42 Plätze, die für die Beatles von Bedeutung waren. An jedem dieser Orte ist ein dreidimensionales Objekt platziert, das der Nutzer durch sein Mobiltelefon sehen kann. Steht er beispielsweise in der Nähe der Abbey Road und „trackt“ das dort platzierte Objekt mit seinem Handy, kann er die Beatles auf dem berühmten Zebrastrifen entlanglaufen sehen. Die Fans können so tatsächlich „auf den Spuren ihrer Stars“ wandeln. *Sara Fischer*

Fwie Fußball 2.0
Köln-Zollstock. 13 Uhr an einem Samstag. Rotweiß gekleidete Menschen bewegen sich in Richtung Südstadion, um ihren Lieblingsverein anzufeuern: den Sportclub Fortuna Köln. Einst eine Feste der 2. Liga, hat der Verein aus dem Kölner Süden es seit dem Abstieg in die 3. Liga im Jahr 2000 nicht mehr in den Profifußball geschafft. 2009 drohte ihm sogar die Insolvenz. Die damalige Lösung der Vereinsführung: den Spielbetrieb durch ein Web-Portal zu demokratisieren und die Fans für einen Jahresbeitrag von 40 Euro über interne Entscheidungen wie Mannschaftsaufstellung oder Stadion-Bierpreise mitbestimmen zu lassen. *deinfussballclub.de* war ein bis dato einzigartiges Projekt, das unter dem Schlagwort „Fußball 2.0“ für viel Aufmerksamkeit sorgte. 10.000 Fans aus der ganzen Welt waren beim Start dabei. Doch schnell kam Kritik von Seiten der Nutzer: ungenaue Fragestellungen bei Abstimmungen, zu wenig Transparenz und nicht umgesetzte Fanbeschlüsse wurden den Verantwortlichen vorgeworfen.

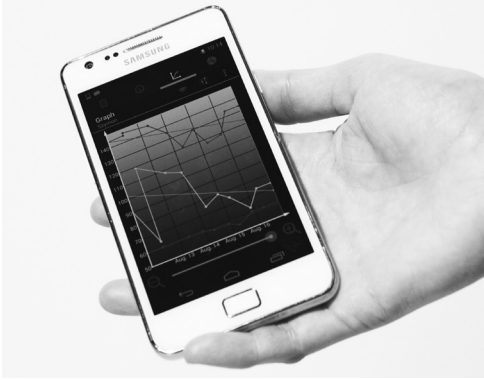
Michael ist seit seiner Kindheit Fortuna-Fan und seit Jahren Mitglied des Fanclubs „Eagles Fortuna“. Auch er hat beim Projekt *deinfussballclub.de* mitgemacht, steht der Sache jedoch eher kritisch gegenüber. „Für mich war das fast alles Mist“, sagt der 49-Jährige. „Wichtige Entscheidungen wie die Mannschaftsaufstellung den Fans zu überlassen, funktioniert einfach nicht, wenn man im Profibereich spielen möchte.“ Fans, sagt er, haben Lieblingsspieler und wollen diese auf dem Platz sehen, auch wenn das nicht das Beste für die Mannschaft ist. Er erkennt jedoch den finanziellen Erfolg des Projekts: „Es hat

uns geholfen, wieder auf den Beinen zu stehen.“ Kai Oberhäuser, Diplom-Sportwissenschaftler der Deutschen Sporthochschule Köln, sieht das ähnlich: „Ich denke, dass die Mitbestimmungsmöglichkeiten beim Projekt viel zu weit in die Vereinsinterna eingegriffen haben. Sowohl die Finanzen als auch die Strategie des Trainers sind Bereiche, die für einen Verein von extremer Wichtigkeit sind. Externe haben in diesen Bereichen viel zu wenig Einblick, um richtige Entscheidungen zu treffen.“

Im Januar 2012, nach der Übernahme durch einen neuen Sponsor, wurde das *deinfussballclub.de*-Projekt bei Fortuna Köln eingestellt. Alle DFC-Mitgliedschaften wurden in „Premium“-Mitgliedschaften umgewandelt, die unter anderem Live-Übertragungen der Spiele im Web, Livechats mit Trainer und Spielern und zwei Freikarten pro Saison beinhalten. Auf dem Platz kam der Erfolg zurück: Als Aufstiegsfavorit in der Regionalliga-West (4. Liga) steht die Fortuna auf dem ersten Tabellenplatz. „Für mich ist es wichtig, dass mein Verein sportlichen Erfolg hat“, sagt Michael lächelnd, „und das ist im Moment der Fall.“ *Sacha van der Sluis*

Gwie Geschichten neu erzählen
Multimediales Storytelling bezeichnet journalistische Reportagen oder Features, die Videos, Animationen oder Bildergalerien einbeziehen, um eine Geschichte zu erzählen. Damit verändern sich auch die narrativen Strukturen und Konzepte der Autoren, denn der User darf meistens entscheiden, wo es lang geht. Als einflussreich gilt „Snow Fall“. Die Multimedia-Reportage handelt von einer Gruppe Skifahrer, die 2012 durch ein schweres Lawineneunglück verschüttet wurden. Dabei starben drei Menschen. Die Geschichte wird aus mehreren Perspektiven erzählt, ergänzt durch Videosequenzen und die originalen Funksprüche. Die New York Times gewann dafür den renommierten Pulitzer-Preis, der das Interesse am multimedialen Storytelling noch vergrößerte. Mittlerweile hat sich „to snow fall“ bei der New York Times sogar als Verb durchgesetzt. Der größte Vorteil dieser Art, Geschichten zu erzählen, ist, dass sie den Usern nicht nur Fakten zugänglich machen, sondern

Wie multimedial erzählte Geschichten im Web wirklich aussehen, lässt sich schwer in Worte fassen. Viele gelungene Beispiele finden Sie unter www.digitale-zukunft-koeln.de/multimediales-storytelling



auch Emotionen wecken. So funktioniert auch die Reportage „Whale Hunt“, die eine Inuit-Familie neun Tage lang bei einem traditionellen Walfang begleitet. Die Journalisten Jonathan Harris und Andrew Moore sehen ihr Projekt als „Experiment des Geschichtenerzählens“. Als Vorreiter im deutschsprachigen Raum gilt „Zeit online“. Ihr Feature „Am Berg der Fahrrad-Verrückten“ zum 100. Geburtstag der Tour de France wurde weltweit beachtet. *Philipp Oberkalkofen*