

Die Erklär-Gemeinschaft

Mit Unterstützung durch die Universität versuchen sechs Gründer, dem Internet mehr Alltagsnutzen zu verleihen

Von Michael Tibudd

Man klicke auf die Rubrik „Stöbern“. Man blicke daraufhin auf die lange Liste der Vorschläge. Man hoffe, dass der eine oder andere Interesse weckt. Man klicke dann etwa auf „Wie man eine Sense benutzt“. Dort wird man lesen, dass man die Sense zunächst schärfen solle, sich danach zu vergewissern hat, dass sich weder Mensch noch Tier im Radius des Schneidewerkzeugs befinden. Schließlich erfährt man Konkretes zum tatsächlichen Mähen, „parallel zum Boden in einem etwa 120-Grad-Bogen“ solle man das scharfe Gerät bewegen. Es folgt ein gewagtes Versprechen: „Mit etwas Übung ist man wesentlich schneller als die konventionellen Rasenmäher“. Fehlt eigentlich nur noch das Häuschen mit Garten.

Es ist dies eines von derzeit mehr als 400 Angeboten auf dem Internet-Portal www.expli.de. Unter dieser Adresse haben sechs Münchner Gründer eine Plattform bereitgestellt, über die sich in Zukunft einmal jeder Anleitungen für Aktivitäten in allen denkbaren Bereichen suchen kann. Vier Absolventen der Betriebswirtschaftslehre, eine der European Studies und ein Informatiker ein haben dazu Kategorien geschaffen wie „Computer und Elektronik“, „Mode, Beauty und Wellness“, „Liebe und Partnerschaft“ oder eben „Haushalt und Garten“. Die Nutzer der Seite haben die Wahl.

Eine Hand für den BH

Das Auswählen und Lesen sind indes bei weitem nicht die einzigen Aufgaben der Nutzer. Nach typischem Web 2.0-Prinzip ist es auch ihre Sache, das Angebot der Seite auszubauen: Wer mitmachen will, wird zunächst Teil einer virtuellen Gemeinschaft, der Community. „Dann kann er Anleitungen schreiben“, erklärt Mitgründerin Stefanie Maul. Das bisherige Angebot der Seite, die seit Anfang August im Netz zu finden ist, reicht von Dingen wie „Weinflasche öffnen ohne Korkenzieher“ über „BH mit einer Hand öffnen“ bis hin zu spezifischem für München – „Wie kommt man ins Wiesn-Zelt“.

Dass Stefanie Maul und ihre fünf Mitstreiter dieses Konzept zunächst einmal so umsetzen konnten, haben sie einer Gründerinitiative an der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) zu verdan-



Die Unternehmensgründer Stefanie Maul, Gleb Teplitsky, Marc Jokisch, Philipp Wiegandt, Hendrik Grallert und Christian Bücherl wollen ihre Nutzer erklären lassen, wie man Dinge erledigt. Foto: Stephan Rumpf

ken. Das LMU-Entrepreneurship Center unterstützt nach eigenem Bekunden „herausragende Startups“ beim Beginn ihrer Existenz. Neben Hilfe etwa durch Mentoren bedeutet das auch ganz handfest, dass die jungen Unternehmen eine erste Adresse haben. In der Giselastraße 10 erhalten sie kostenlos voll ausgestattete Büroräume, die sie ein Jahr lang nutzen können.

In dieser Zeit können sich die Gründer Gedanken machen, wie sie eines Tages tatsächlich Geld verdienen können mit ihrer Idee. Das Zauberwort lautet hier: Werbung. „Aber dabei darf man nicht einfach an einen Banner auf der Seite denken“, sagt Mitgründer Philipp Wiegandt. Bei Expli will man sich am erfolg-

reichen Meister der Disziplin Web-Werbung orientieren – Google. So wie etwa bei der Suchmaschine zum Suchbegriff passende Reklame erscheint, soll es auch bei expli.de einmal maßgeschneiderte Werbung geben. „Zum Beispiel Links zu Läden, wo man Werkzeug kaufen kann, das man für eine bestimmte Anleitung braucht“, sagt Philipp Wiegandt. „Werbung mit Zusatznutzen“, nennt der Jungunternehmer das.

Keine allzu großen Kosten verursachen soll nach aktueller Planung die Pflege des Inhalts. Jeder Nutzer soll zunächst einmal alles einstellen können, Text wie dazu passende Bilder. Eine redaktionelle Bearbeitung gibt es nicht. „Die Nutzer können die Beiträge ja bewerten“, sagt

Stefanie Maul. Was nichts taugt, werde im Urteil der Leser schlecht abschneiden und somit weniger Klicks erhalten. „Das wird sich wahrscheinlich selber regulieren“, sagt Stefanie Maul.

Fünf von fünf möglichen Bewertungsternen hat übrigens die Anleitung zum Finden eines Platzes in einem Oktoberfest-Zelt. Nutzer Markus23 empfiehlt zunächst sehr naheliegendes: frühes Aufstehen, frühes Reservieren – und rät dem künftigen Wiesn-Besucher dann, ein wenig zu tricksen: „Wenn möglich, verwenden Sie eine Firmenadresse als Absender“, rät er. Damit stiegen die Chancen, einen Tisch zu bekommen. „Wahrscheinlich denken die Zeltwirte, dass dann mehr konsumiert wird“.