



grimme



2015

Grimme Online Award

KULTUR?



ANTWORTEN MONATLICH.

KUNST, BÜHNE, MUSIK, DESIGN, FILM, LITERATUR
DAS KULTURMAGAZIN DES WESTENS



www.kulturwest.de oder Tel.: 0201 / 86206-33

03 Editorial

05 Grußwort

06 Steffen Grimberg

Das Ende des vermittelten Journalismus:
Medien „auf die Fresse“

08 Nils Menzler

Verschwörungstheorien:
Herausforderung im Zeitalter der Hypermedialität

10 Sebastian Hirsch

Stiftung Warentest vs. Impfgegner:
Verschwörungstheoretiker in Sozialen Netzwerken

12 Marc Hippler

Aus dem Alltag eines Online CvD:
Der Leser, dein Troll und Helfer

14 Statement der Jury

des Grimme Online Award 2015

PREISTRÄGER Grimme Online Award

Information

- 16** Checkpoint
- 18** MH17 – Die Suche nach der Wahrheit
- 20** neukoellner.net

Wissen und Bildung

- 22** netwars / out of CTRL

Kultur und Unterhaltung

- 24** Digitorial „Monet und die Geburt des Impressionismus“
- 26** Hyperbole TV
- 28** Mamour, mon amour
- 30** Polar Sea 360°

32 Statement der Nominierungskommission

des Grimme Online Award 2015

NOMINIERUNGEN Grimme Online Award

34 Information

38 Wissen und Bildung

41 Kultur und Unterhaltung

43 Spezial

44 klicksafe Preis

für Sicherheit im Internet 2015

45 klicksafe Preis für Sicherheit im Internet

Selfie-Mania, digitale Selbstdarstellung
und ihre Folgen

46 Stephan Weichert im Interview

Kontrollverluste und Club-Kulturen

50 Mats Schönauer

Watchblogs als Qualitätssicherung:
Bildblog als Kritiker und Verteidiger?

52 Michael Wegener

Quelle Internet?
Der Indizienprozess der Bewegtbildverifikation

54 Moderation & Showact

55 Preispaten

57 Förderer, Partner und Sponsoren

60 Impressum



QUADIA

online video

Wir bieten zielgerichtete Lösungen für Ihre Online Video Kommunikation

Unsere Marken:


Easywebinar

Live Online Veranstaltungen


PersonalVideo

Personalisierte Online Videos


OnlineVideoPlatform

*Videocenter für Hosting, Management
und Distribution von Online Videos*


InteractiveVideo

*interaktive/beeinflussbare
Online Videos*

check **quadia.com** for more info

✉ carsten.lock@quadia.com ☎ +49 211 9389 3723 🐦 [@quadia_de](https://twitter.com/quadia_de) 📘 [QuadiaOnlineVideo](https://www.facebook.com/QuadiaOnlineVideo)



EDITORIAL

Frauke Gerlach

Das Internet liefert die zentrale Infrastruktur unserer digitalen Gesellschaft und ist damit Teil unserer demokratischen Kommunikationskultur. Deshalb ist ein Preis wie der Grimme Online Award so wichtig: Er bietet Orientierung, indem er auf qualitativ Herausragendes aufmerksam macht. Seit 15 Jahren geschieht dies nun – eigentlich eine kurze Zeitspanne und doch fast eine Ewigkeit in der Ära des Internet. In dieser Zeit hat es der Grimme Online Award geschafft, zum wichtigsten Wettbewerb für den Online-Bereich und zum Gütesiegel und Markenzeichen für publizistische Qualität im Netz zu werden.

Dabei hat sich der Grimme Online Award als Seismograf für Entwicklungen im Internet erwiesen: Standen anfangs noch überwiegend textbasierte Seiten im Mittelpunkt, dominieren heute komplexe multimediale Angebote mit hochwertiger ästhetischer Optik. Blogs, Bewegtbildplattformen, Social Media oder auch mobile Anwendungen wie Apps sind mittlerweile hinzugekommen – insgesamt eine faszinierende Fülle an Formen und Möglichkeiten der Information und Kommunikation.

Der Grimme Online Award zeigt, wie das Internet deutlicher und schneller als andere Medien immer auch ein Spiegel gesellschaftlicher Ereignisse ist – angefangen von historischen und politischen Themen, über kulturelle Highlights oder auch Sportereignisse, bis hin zu Gesundheitsfragen und Alltäglichkeiten.

Grundlage für die hohe Reputation und Glaubwürdigkeit des Preises sind die Unabhängigkeit seiner Jurys, das beteiligungsoffene und transparente Beurteilungsverfahren sowie die sorgsame und verantwortungsvolle Überprüfung aller eingereichten Vorschläge. Über 20.000 Vorschläge wurden in 15 Jahren eingereicht und begutachtet, mehr als 375 Nominierungen wurden daraus ausgewählt und über 100 Preisträger. Im vorliegenden Heft erfahren Sie mehr über den aktuellen Jahrgang sowie über Angriffe auf die Glaubwürdigkeit „der Medien“ und mögliche Verteidigungsstrategien – im Magazinteil.

Ich danke allen, die am Heft und der Preisfindung beteiligt waren: Das sind zum einen die Autorinnen und Autoren und zum anderen natürlich die Mitglieder von Nominierungskommission und Jury, die viel Zeit und Engagement investiert haben, das sind unsere Förderer und Partner, ohne die ein solcher Preis nicht möglich wäre, und das sind nicht zuletzt diejenigen, die als Online-Akteure unermüdlich dafür sorgen, dass immer wieder herausragende Qualität auszuzeichnen ist.

Dr. Frauke Gerlach
Direktorin und Geschäftsführerin
des Grimme-Instituts

MOBIL. MULTIMEDIAL. NOMINIERT.



Die »MausApp« und die Webreportage »Onkel Willi – Münsters Lebenskünstler« beim Grimme Online Award 2015

Mit der neuen »MausApp« sind die Lach- und Sachgeschichten der »Sendung mit der Maus« mobil geworden. Alle Fans der Maus können sie und ihre Freunde jetzt auch unterwegs und interaktiv begleiten. Die von der »Aktuellen Stunde« entwickelte Webreportage »Onkel Willi – Münsters Lebenskünstler« zeigt in berührenden Bildern, Videos und Audios das Leben des 70-jährigen Straßenkünstlers von der Rathaus-treppe, der mit bürgerlichem Namen Klaus Reinhardt heißt.



GRUSSWORT

Angelica Schwall-Düren

Meine Damen und Herren, liebe Leserinnen und Leser,

die Zahl digitaler Angebote nimmt immer weiter zu. Nutzer und Nutzerinnen können deshalb Orientierung gut brauchen, um Qualität im Netz zu finden. Genau diese Orientierung bietet der Grimme Online Award – und das seit 15 Jahren! Beigetragen zu diesem Erfolg haben nicht nur das Team und diejenigen, die bei der Nominierung und in der Jury mitwirken, sondern auch alle, die Webangebote vorschlagen. Einen herzlichen Glückwunsch an die Gewinner und ein Dankeschön an Sie alle!

Der Grimme Online Award macht deutlich: Qualität kommt nicht allein und nicht nur von großen Medienhäusern und bedarf nicht ausgefeilter technischer Systeme oder großer Geldbeutel. Das zeigen die jährlichen Nominierungen und Auszeichnungen. Vielmehr geht es um ein Gespür für die richtigen Themen, ganz gleich ob sie bundesweite Bedeutung haben oder lokale, ob sie Millionen Menschen bewegen oder ein Spezialpublikum.

Und es geht um Kreativität, um diese Themen optimal für die Darstellung in Onlinemedien aufzubereiten. Seit dem ersten Grimme Online Award hat es hier eine rasante Entwicklung gegeben. Interaktivität, die Beteiligung der Nutzer, ein Design, das zum Inhalt passt – all das ist ebenso wichtig wie die Möglichkeit, die Inhalte auf verschiedenen Oberflächen nutzen

und sie in den sozialen Netzwerken teilen zu können.

All diese Aspekte machen Qualität im Netz aus, und das berücksichtigen auch die Jurys. Sie diskutieren intern sehr intensiv und engagiert. Es wird jährlich neu ausgelotet, welche Entwicklungen im Netz es nötig machen, die Kriterien anzupassen. Es wird ein immer wieder aktualisiertes gemeinsames Verständnis von Qualität ausgehandelt.

Ich meine: Die Arbeit lohnt sich. Denn es ist wichtig, sich an guten Beispielen orientieren zu können. Sie prägen uns und unser Verständnis von Qualität. Und solche Beispiele für besonders gelungene digitale Angebote stellt der Grimme Online Award heraus.

Ich wünsche dem Grimme Online Award auch in Zukunft hohe Aufmerksamkeit sowie den Mut und die Kraft, nicht dem „Trendigen“ zu erliegen, sondern die eigenen Ansprüche an Qualität voranzustellen.

Dr. Angelica Schwall-Düren
Ministerin für Bundesangelegenheiten,
Europa und Medien des Landes
Nordrhein-Westfalen

MEDIEN

„AUF DIE FRESSE“

Steffen Grimberg

„Lügenpresse – auf die Fresse“ – diesen Slogan, gern kehlig gebrüllt, kannte man bis zum vergangenen Jahr eher von einschlägigen Aufmärschen am rechten Rand. Neu ist: Heutzutage sprechen ihn – in leicht abgemildeter Form (zumeist ohne die „Fresse“) – auch biedere Familienväter in die Kameras der Rundfunkanstalten. Die Diskussion darüber findet, ähnlich hochherhitzt, vor allem im Netz und hier besonders in den sozialen Medien statt. Waren die „alten“, etablierten Kanäle wie Presse, Radio und Fernsehen also asozial – und sind es, da sie ja weiter existieren, am Ende immer noch?

Auch wenn das jetzt wahrscheinlich wieder keiner hören will: Die Antwort ist „ja!“ Denn ein soziales Miteinander zwischen klassischen medialen Akteuren – vulgo: Journalisten – und ihrem Publikum fand schlicht nicht statt. Die Zeit, in der der Leser/Zuschauer/Hörer in erster Linie der große Unbekannte war, den man auch gar nicht besser kennen lernen wollte, ist in vielen Redaktionen immer noch nicht vorbei – trotz aller Lippenbekenntnisse zum Gegenteil.

Die Rollenverteilung von Sendern und Empfängern war über rund anderthalb massenmedial vermittelte Jahrhunderte klar und lebt vor allem im Begriff des Rundfunks bis heute

fort. Und natürlich spricht viel für eine solche Arbeitsorganisation, genauer: die Arbeitsteilung, die Journalismus als Vermittlungstätigkeit im gesellschaftlichen Auftrag konstituiert. Eine angenehme Begleiterscheinung dieses Systems: Die Kriterien, nach denen die Gatekeeper der vermittelten Welt entschieden, benötigten zwar einen breiten gesellschaftlichen Konsens, um zu funktionieren und akzeptiert zu werden. Aber wirklich kontrolliert wurde dieses System kaum. Doch die Zeit des vermittelten Journalismus präsentiert sich aktuell höchst endlich: Unvermittelt greifen die Akteure selbst zu den Medien, eine indirekte Vermittlung alten Stils scheint nicht mehr nötig oder zumindest nicht mehr gefragt. Das Resultat: Halbwissen, ideologisch bis hin zu extremistisch gefärbten Kampagnen. Doch neben den vielen Schwärmern findet sich im Netz eben auch der intelligente Schwarm, durch den sich die etablierten Medien einem permanenten Faktencheck ausgesetzt sehen. Und der geht nicht immer zu ihren Gunsten aus.

Dabei geht es oft gerade nicht – wie von interessierter Seite unterstellt – um fundamentale Böcke oder ideologisch geleitete Hirnwaschungen. Es handelt sich eher um handwerkliche Ungenauigkeiten, Zuspitzungen und Fehler, vor denen auch und gerade das



Steffen Grimberg (46) ist Referent für den Grimme-Preis und den Bereich Mediendiskurs. Er hat Journalistik und Geschichte in Dortmund und Edinburgh studiert. 2008 wurde der langjährige Medienjournalist der taz mit dem Bert-Donnepp-Preis für Medienpublizistik ausgezeichnet. Anfang 2013 wechselte er zum NDR, Anfang 2015 zum Grimme-Institut. Er twittert unter @sprachstelle Foto: Jorczyk/Grimme-Institut

aktuelle politische Berichterstattungsgeschäft nicht gefeiert ist. Der „Stinkefinger“ des griechischen Finanzministers Yanis Varoufakis im Einspieler bei Günther Jauch war ja echt. Nur war der Clip nicht aktuell, was die ARD anschließend auch selbstkritisch einräumte. Auch die versammelten Staatschefs zogen am 11. Januar 2015 nach den Morden bei der französischen Satirezeitung Charlie Hebdo nicht beim normalen Protestmarsch durch Paris, wie die Medien suggerierten. Doch sind solche Zuspitzungen wirklich nötig? Und wie gehen vor allem Nachrichtenprogramme, die über Jahrzehnte in ihrem Habitus durchaus eine gewisse Unfehlbarkeit ausstrahlten (und auch ausstrahlen wollten), damit um? Während man in den angelsächsischen Ländern Fehlerkorrekturen seit langem in den etablierten Nachrichtenstrom eingebunden hat und bei Zeitungen Ombudsleute die Interessen der Kundschaft vertreten, sind derlei Entwicklungen hierzulande noch weitgehend unbekannt. Der dafür zu zahlende Preis ist hoch: Die klassischen Medien haben ein Glaubwürdigkeitsproblem. Trotzdem verkaufen sie die eigene Kundschaft zwischendurch immer nochmal für dumm – wie sich am Auftritt der NDR-Journalistin und Tagesschau-Sprecherin Judith Rakers bei McDonalds

zeigt: Der war laut Sender keine Werbung, sondern eine „Nebentätigkeit“. Doch die größte Gefahr entspringt paradoxerweise demselben ungeheuren Befreiungsschlag, mit dem das Internet die alte Medienordnung vom Kopf der „happy few“ auf die Füße der Vielen stellte. „While technological advances in the medium of communications have heralded enormous social benefits, the reach and ubiquity of new messaging tools have also made it easier for the darker expressions of human behavior. Social media tools have become the front line for inspiring and funding extremism“, heißt es in der Studie „In the Struggle Against Extremism, Social Media Is the Message“ (1/2015) der regierungsnahen Wharton-University in den USA. Dieser Mechanismus, das zeigen die unzähligen Verschwörungstheorien im Netz, funktioniert auch ein paar Stufen unter IS und Boko Haram. Das Gegenmittel ist so simpel wie ebenfalls im Web online verfügbar: Aufklärung, kritische Analyse und engagiertes Widerstreiten. Der klassische Journalismus allein kann diesen Dienst an der Gesellschaft derzeit nicht leisten – dazu ist er vielleicht auch zu stark mit sich selbst beschäftigt. Doch es gibt die engagierten Projekte im Netz und darüber hinaus, und auch die etablierten Medien beginnen umzudenken.

HERAUSFORDERUNG IM ZEITALTER DER HYPERMEDIALITÄT

Nils Menzler

Verschwörungstheorien wuchern. Ob Flugzeugunglücke oder Krisen auf den Finanzmärkten: Augenblicklich finden sich aberwitzige Theorien, die diese Ereignisse bösen Mächten in die Schuhe schieben wollen. In den Kommentarsektionen der großen Nachrichtenseiten, den sozialen Netzwerken und auf einer unüberschaubaren Zahl von dubiosen Online-Plattformen wird munter orakelt: Das Ebola-Virus ist eine Erfindung der CIA. Flugzeug-Kondensstreifen sind mit giftigen Chemikalien versetzt. Die Medien belügen uns. Laut Untersuchungen des Politikwissenschaftlers Eric Oliver glauben in den USA 25% der Bevölkerung, Präsident Obama habe seine Geburtsurkunde gefälscht, und immerhin noch 19%, die Anschläge vom 11. September seien Teil einer Verschwörung der Bush-Regierung. Verschwörungstheoretiker gehen dabei prinzipiell rational vor: Sie sammeln Daten und Fakten, stellen Fragen, ziehen Schlüsse daraus. Kausalzusammenhänge zu suchen ist nur allzu menschlich. Verschwörungstheoretiker übertreiben dieses Prinzip jedoch: Sie glauben, hinter absolut jedem Zeichen oder Ereignis stecke eine böartige Absicht. Zufälligkeiten schließen sie kategorisch aus. Diesen „paranoiden Stil“ der Verschwörungstheorien identifizierte der amerikanische Historiker Richard Hofstadter schon in den 1960er Jahren, als er die Politik der McCarthy-Ära unter die Lupe nahm.

Die seriöse Wissenschaft geht hingegen davon aus, dass nicht hinter allem eine einzelne, böse Macht steht. Die Finanzmärkte oder der

Klimawandel sind komplexe, chaotische Systeme, die leider nicht vollständig vom Menschen gesteuert werden können, sondern in denen auch der Zufall und systemische Effekte wirken. Kein Nobelpreisträger oder Regierungschef der Welt kann absolut gültige Handlungsanweisungen präsentieren. Das Ohnmachtsgefühl, das einen in dieser komplizierten Welt beschleicht, bekämpfen Verschwörungstheorien. Sie benennen einen alleinigen Sündenbock, der für alles verantwortlich sein soll. Woher rührt dieses Misstrauen der Verschwörungstheoretiker, und warum scheint es gerade heute so verbreitet zu sein?

Die Antwort liegt in der Struktur der Medien, und insbesondere in der des Internets.

Erstens in den Medien selbst: Medien vermitteln Dinge, die nicht da sind. Seien es Bücher, Filme oder Smartphones: Sie zeigen uns, was vergangen oder an einem anderen Ort ist. Wir meinen, sie beseitigten die weißen Flecken auf der Landkarte. Das aber ist ein Trugschluss. Medien erzeugen auch Absenz: Sie verweisen gleichzeitig auf dasjenige, was sie eben nicht zeigen. Jedes Foto zeigt nur einen Ausschnitt und lässt uns damit erst an den Raum denken, den es gerade nicht zeigt. Mediales Material steht also grundsätzlich im Verdacht, zu verschleiern. Das führt dazu, dass es umso mehr Misstrauen gibt, je mehr mediales Material zu einem Ereignis vorhanden ist. Was am besten dokumentiert ist, zieht die irrsten Verschwörungstheorien an. Wie der 11. September. Oder Malaysia-Airlines-Flug 370: Ein Flugzeug, das einfach so über dem Ozean verschwindet,



Nils Menzler, geboren 1983, ist Medienwissenschaftler an der Ruhr-Universität Bochum. Sein derzeitiger Forschungsschwerpunkt ist randständiges Wissen, das eine gesellschaftliche Herausforderung der Zukunft darstellt: Pseudowissenschaften, Verschwörungstheorien, Esoterik. Foto: Menzler

obwohl gegenwärtig doch alles technisch umfassend überwacht sein soll – „da muss doch etwas dahinter stecken“, so die Denkweise. Heute, da jeder mit seinem Mobiltelefon HD-Video aufzeichnen und bei YouTube hochladen kann, gibt es mehr ausdeutbares, verdächtiges Material denn je.

Zweitens liegt die Popularität von Verschwörungstheorien begründet in der sozialen Dynamik, der die Verbreitung von Wissen im Internet unterliegt: Auf Web-2.0-Portalen ist es einfach, vom Mainstream abweichende Thesen zu vertreten und zu verbreiten. Die Art und Weise, wie dies geschieht, ist inzwischen gut erforscht. Der Meinungs austausch im Internet organisiert sich in Gruppen, die die gleichen Ansichten teilen. In diesen Mikrokosmen wird der unendliche multimediale Zeichenvorrat, Fakten, Filmschnipsel und Fragmente, ausgetauscht und interpretiert. Die Mitglieder dieser Communities glauben dann nur noch das, was in der Szene besprochen wird. Eine kürzlich in dem wissenschaftlichen Journal Plos One veröffentlichte Studie fand heraus, dass Menschen, die auf Facebook regelmäßig in verschwörungstheoretischen Gruppen aktiv waren, kaum auf anerkannten Wissenschaftsseiten unterwegs waren. Zugleich waren sie besonders engagiert darin, ihre bevorzugten Inhalte zu teilen: Wie es scheint, bringt sie ihre Außenseiter-Position dazu, sich besonders kämpferisch zu geben. Dies passt zu der sozialpsychologischen Erkenntnis, dass der Versuch, jemanden vom Gegenteil einer Sache, an die er oder sie glaubt, überzeugen

zu wollen, oft dazu führt, dass dieser jemand in seiner Meinung gerade noch bestärkt wird. Verschwörungstheoretiker immunisieren sich gegen Einwände, indem sie jede Widerrede zum Teil der Verschwörung erklären: Deshalb sprechen sie von der „Lügenpresse.“ Eine klare soziale Verteilung des verschwörungstheoretischen Denkens konnte man im Übrigen noch nicht sicher festmachen. Die politische Einstellung scheint eher keine Rolle zu spielen. Allerdings gilt es, dass Menschen in prekären Lebensumständen eher dazu neigen, in übertriebener Weise Muster zu erkennen; dass sie eher einen „Masterplan“ vermuten, von dem sie sich benachteiligt fühlen.

Die schönen Vorstellungen, die man vor einigen Jahren von der Schwarmintelligenz im Web und von einem neuen Zeitalter von grenzenloser Verbreitung von Information hatte, sind jedenfalls beschädigt. In der heutigen hypermedialen Zeit mit ihrem endlosen Strom medialer Schnipsel stellt digitale Missinformation eine Bedrohung dar. Sie führt zu Irrglauben mit bisweilen gefährlichen Konsequenzen: So steigt in letzter Zeit bekanntlich die Zahl der Impf-Verweigerer. Inzwischen haben auch Propagandamaschinerien die neuen Möglichkeiten entdeckt. Der Kanal „Russia Today“ sendet auf YouTube neuerdings auch auf Deutsch.

Es bleibt nichts anderes übrig, als dagegen anzugehen: mit Erklärungen, die auf Argumenten fußen, und mit dem Mut, den Zufall auszuhalten und sich immer wieder in Frage stellen zu lassen.

VERSCHWÖRUNGS- THEORETIKER IN SOZIALEN NETZWERKEN

Sebastian Hirsch

Jodzusätze im Speisesalz, Fluoride in Zahnpasten oder Impfungen – um viele Dinge, die aus wissenschaftlicher Sicht für Verbraucher sinnvoll sind, ranken sich wilde Verschwörungstheorien. Die Stiftung Warentest wird regelmäßig damit konfrontiert. Dabei ist keine These zu abwegig, um nicht lautstark in den Kommentarspalten vertreten zu werden. So sollen in Wahrheit Bevölkerungsreduktionsprogramme oder Kartelle, die uns aus Profitgier bewusst krank machen wollen, hinter

ten. Da Verschwörungstheorien meist einfache und leicht verständliche Erklärungen für sehr komplexe Sachverhalte und Vorgänge bieten, geht von ihnen eine gefährliche Attraktivität aus. Lässt man sie unwidersprochen stehen, werden Laien verunsichert, die dann gegebenenfalls selbst zu Anhängern von Verschwörungstheorien werden können.

Als Verbraucherschützer nutzen wir soziale Medien daher nicht nur zur Verbreitung unserer Artikel, sondern gehen bei kontroversen Themen seit Jahren auch aktiv in die Diskussion. Unsere Kommentarspalten sollen nicht als Werbefläche für seltsames Gedankengut missbraucht werden. Wer beispielsweise auf unserer Facebookseite solche Thesen äußert, muss damit rechnen, dass wir sie entweder direkt widerlegen oder konkret nachbohren. Nicht jeder Verschwörungstheoretiker kommt damit gut zurecht.



Melanie Wyssen-Voß @Melcolm · 20. Feb.

Habe mich heute ein kleines bisschen in die Stiftung Warentest verliebt.

zahlreichen Errungenschaften der modernen Wissenschaft stecken. Als Quellen dienen neben dubiosen YouTube-Videos meist „alternative“ Nachrichten- und Gesundheitsportale. Dass diese über solche Themen ihre eigenen Bücher oder Zuckerkügelchen an verunsicherte Verbraucher bringen wollen – also selbst klare kommerzielle Interessen verfolgen – wird von den Anhängern solcher Thesen gerne ignoriert. Solche Gruppierungen stellen nur eine Minderheit in der Gesamtbevölkerung dar, doch die sozialen Netzwerke bieten ihnen die Möglichkeit, sich zu organisieren und umso vehementer die Online-Debatten zu dominieren. Gut ließ sich dies in den zahlreichen Diskussionen zu Medienberichten über den Masernausbruch in Berlin und Impfungen Anfang 2015 beobach-



Na bloß gut das ich so einen Verein nicht unterstütze!!!! Ist ja schon arg was sie hier veranstalten. Man könnte fast meinen sie haben nichts besseres zu tun als auf jeden Kommentar zu antworten. Das hab ich so noch nie bei FB erlebt! Egal zu welchem Thema.

Gefällt mir · 1 · 19. Februar um 18:06



Stiftung Warentest Ja, das ist auch wirklich ärgerlich. Da geht man auf eine fremde Facebookseite, schreibt falsche Behauptungen und dann antworten einem die Seitenbetreiber auch noch und korrigieren einen. Wirklich eine bodenlose Frechheit.

Gefällt mir · 87 · 19. Februar um 18:28

Eine Impfdiskussion auf unserer Facebookseite brachte es im Februar beispielsweise auf rund 3.500 Kommentare. Neben der reinen Aufklärung geht es uns beim Engagement in den Kommentaren auch um Glaubwürdigkeit.



Sebastian Hirsch ist Online Marketing Manager bei der Stiftung Warentest und beschäftigt sich dort neben Social Media hauptsächlich mit der Vermarktung von Paid Content und dem Ausbau von test.de. Zuvor war er mehrere Jahre auf Agenturseite tätig. Als Anhänger der Skeptikerbewegung ist für den Diplom-Kaufmann das Debunking von Verschwörungstheorien auch privat zu einer Art Hobby geworden. Foto: Ralph Kaiser

Die Stiftung Warentest steht zu ihren Positionen und Erkenntnissen und vertritt diese auch argumentativ. Auch wenn wir dazu geduldig Nachhilfe in Chemiegrundwissen geben und Zusammenhänge erläutern müssen.

Stiftung Warentest Wir können es nur immer wieder und wieder wiederholen: In Impfstoffen war noch nie elementares Quecksilber. Das ist eine Legende von Verschwörungstheoretikern. In Impfstoffen war teilweise Thiomersal enthalten. Das ist eine Quecksilberverbindung. Verbindungen haben grundlegend andere Eigenschaften als ein Element, man kann sie nicht gleichsetzen oder automatisch Rückschlüsse zwischen beiden ziehen. Natriumchlorid ist auch eine Chlorverbindung. Chlor ist ein tödliches Kampfgas. Natriumchlorid ist lebensnotwendiges simples Kochsalz.
Gefällt mir · 11 · 23. März um 14:04 · Bearbeitet

Pro Impfung verdienen Ärzte 200 bis 400 Euro Geld kommt direkt aus der Pharmaindustrie .
Gefällt mir · Antworten · 17 · 18. Februar um 21:15
Vorherige Antworten anzeigen

Stiftung Warentest Auch diese Behauptung ist Humbug. Ein Arzt erhält ein Honorar zwischen 7 und 19 Euro pro Impfung.
Ein Kinderarzt hat hier auch mal näher aufgeschlüsselt, welche Leistungen das alles umfasst:
<https://kinderdoc.wordpress.com/.../kohle-scheffeln.../>

Kohle scheffeln durchs Impfen
Impfgegner, oh, pardon, Impfkritische bringen oftmals das Argument an, wir Kinder- und...
KINDERDOC.WORDPRESS.COM

Dorothee Bär @DoroBaer · 22. Feb.
Danke Stiftung @warentest - Ihr schlagt Euch nicht nur wacker! Eine dreifache Mutter verneigt sich...

Häufig überschreiten Kommentatoren aber auch gewisse Grenzen, z. B. durch angedeutete Holocaustleugnung oder Verlinkung auf rechtsextremistische Quellen. Hier ist es wichtig, klar Profil zu zeigen und entsprechend resolut vorzugehen. Aber auch die Macht von Sarkasmus darf nicht unterschätzt werden und kommt bei besonders absurden Kommentaren zum Einsatz.

Viel Geduld, eine gesunde Mischung dieser Kommentarmethoden und vor allen Dingen ein gutes Gespür, wann welche Methode angebracht ist, kann Diskussionen mit Verschwörungstheoretikern, die sich an einem Shitstorm versuchen, gut einfangen und sich sogar positiv für die eigene Medienmarke auswirken. Die Resonanz spricht für sich.

Ihr seid doch garnicht mehr glaubwürdig, ihr seid genauso ein verlogenes und gekauftes Pack von der Industrie geworden wie die Mainstreammedien, ADAC, ect.! Verarscht von mir aus weiter die dummen Bürger, aber lasst unsere Kinder aus dem Spiel!!!! Gottseidank wachen immer mehr Menschen auf und durchschauen das verlogene System womit wir seit 70 Jahren verarscht worden sind! Eure Zeit ist auch bald gekommen, ihr werdet genauso aussterben wie die verlogene Presse!
Gefällt mir · Antworten · 13 · 20. Februar um 20:22

Stiftung Warentest "Hat hier studiert: Youtube University"
Alles klar, merkt man.
Ach ja: BINGOI
Gefällt mir · 122 · 20. Februar um 21:48

Thomas Knuewer @tknuewer · 20. Feb.
Wer herausragendes Community Management live verfolgen will, möge schauen, was @warentest in Sachen Impfung macht: facebook.com/stiftungwarentest

Katti @Katti · 20. Feb.
Man mag ja von der Stiftung @warentest halten was man will, aber was sie da gerade auf Facebook leisten, fordert mir Respekt ab.

DIE ZEIT @DIEZEIT · 21. Feb.
Wer meint, die Betreuung sozialer Medien sei ein Kinderspiel, möge mal bei der Stiftung Warentest nachschauen. facebook.com/stiftungwarentest

Aus dem Alltag eines Online-CvD:

DER LESER, DEIN TROLL UND HELFER

Marc Hippler



Marc Hippler, geboren 1979, arbeitet seit 2012 als Chef vom Dienst bei RP Online. Nach seinem Studium in Duisburg, einem Volontariat bei der Funke Mediengruppe und einer Hospitanz bei Zeit Online, arbeitete er bei der Stuttgarter Zeitung als Chef vom Dienst im Online-Ressort und twittert unter @textaufgabe

Foto: Ronny Hendrichs

Die meisten Menschen, die nichts mit Medien machen, haben nur sehr vage Vorstellungen davon, was ein Chef vom Dienst (CvD) in einer Online-Redaktion eigentlich beruflich macht. Weil fast jeder hingegen ungefähr weiß, wie ein DJ arbeitet, versuche ich es mal damit: Ein Online-CvD bedient die Plattenteller – es dürfen auch deutlich mehr als zwei sein –, hat ein Gespür für Trends und Klassiker, kennt sein Publikum und ist handwerklich so geschult, dass er nicht unangenehm auffällt. Oft ist er auch für mehr als eine Tanzfläche zuständig, bespielt den Main Floor (das Nachrichtenportal), den Club-Bereich (Social Media) oder die Empfangslounge (Google News). Viele halten DJ für den besten Beruf der Welt. Der Nachteil eines Online-CvD: Nur manchmal geht es bei ihm um „gute Laune“ und fast immer um Nachrichten, die traurig, entsetzlich, empörend oder wenigstens kompliziert sind.

News sind die Beats per Minute, sie geben den Takt einer Online-Redaktion an. Und es gibt Menschen, die glauben, dass sich Redakteure bei „Breaking News“ vor Freude in den Armen liegen, verspricht schließlich eine +++EILMELDUNG+++ schließlich höhere Klickzahlen. Zugegeben: In einem Geschäft, in dem es auch um Aufmerksamkeit geht, erscheint die „Breaking News“ als günstige Gelegenheit. Die (Online-)Redaktionen, die ich kenne, reagieren aber vor allem auf eine Weise: professionell. „Be first, but first be right.“ Bei der Geschwindigkeit des Internets ist es nicht immer leicht, diesen Grundsatz zu beherzigen.

Zumal: Das Publikum ist längst nicht mehr so passiv, wie es einmal war. Zum Glück. Es kommentiert, kritisiert, korrigiert unsere Texte. Es lobt und empört sich. Es gibt Anregungen für neue Recherchen und zeigt mit seinem Leseverhalten, für was es sich wirklich interessiert. Und das alles fast in Echtzeit. Für manche Journalisten ist das keine leichte Umstellung. Gelernt werden muss aber auf beiden Seiten: beim Publikum und beim Produzenten. Aktuell ist die Lage ungefähr so: Reine Bürger-Journalismus-Portale haben sich nicht als besonders tragfähig erwiesen. Sublokale Blogs können dafür aber sehr agil sein. Leserkommentare auf Nachrichtenportalen bedürfen einer intensiven Moderation, will man wirklich etwas davon haben. Und der Ton wird insgesamt rauer. Sicher, wir hatten es schon immer mit Trollen zu tun. Doch gefühlt werden sie mehr. Bei bestimmten Themen erscheinen sie und ihre Verschwörungstheorien wie auf Knopfdruck in den Kommentarspalten der Portale und auf Facebook.

Eine besondere Situation gab es nach dem Absturz der Germanwings-Maschine in den französischen Alpen. Hier reagierten viele Leser wütend auf die Berichterstattung, man könnte sagen: mit einem Shitstorm. Ich teile Sascha Lobos Auffassung, der auf Spiegel Online schrieb: „Klicktrauer wird zur Klickwut.“ Es lässt sich erahnen, wie die soziale Funktion des Sündenbocks entstand.“ Das entbindet uns nicht von Selbstkritik. Aber es hilft uns dabei, den kulturellen Wandel, den wir alle gerade durch das Internet erleben, zu verstehen.

#iwcgn15

internetwoche

_____ köln _____ 6
19. - 24. Oktober 2015



MITMACHEN!

Zum sechsten Mal wird die Internetwoche Köln zur Bühne für alles Digitale in der Gesellschaft. Werden Sie Teil der Internetwoche Köln 2015!

Die Einreichungsfrist endet am 30. Juni 2015.



www.internetwoche.koeln



Veranstaltet von



STATEMENT DER JURY

Das war ein in der 15-jährigen Geschichte des Grimme Online Award ungewöhnlich guter Nominierten-Jahrgang mit zahlreichen Beiträgen von exzellenter Qualität, die ganz eng beieinander lagen und der Jury die Auswahl besonders schwer gemacht haben. Das ist auf eine ganze Reihe von Entwicklungen zurück zu führen, die sich mal perfekt ergänzen, mal parallel verlaufen. Augenfällig ist die Vielzahl von Storytelling-Angeboten, denen die Verbreitung der nötigen Produktions-Infrastruktur in Agenturen und Medienhäusern inzwischen eine hohe technische und optische Qualität verleiht – und den Autoren damit die Chance bietet, die Publikationsmöglichkeiten auszureizen und sich noch mehr auf Inhalte und neue Erzählformen zu konzentrieren. Bei ihrer Auswahl hat sich die Jury deshalb auf diese beiden Aspekte konzentriert. Einige Produzenten trieben es mit den Scroll-Formaten nach Ansicht der Jury zwar ein bisschen zu weit, aber ein Ermüdungseffekt tritt längst noch nicht ein – dagegen wirken viele neue Features, die sich in diesem Jahrgang sehr gut bewährt haben. Dazu gehört der fast schon natürliche Einsatz von Game-Elementen als etablierter Zugang für große Themen, die das Publikum zum Mitwirkenden machen – hier sei exemplarisch auf das Mammutwerk „Refugees – 4 Monate, 4 Camps“ verwiesen. Vom überraschenden Extra zum bewährten Erzähl- und Erklärinstrument haben sich auch Elemente des Datenjournalismus entwickelt, die nicht mehr allein stehen, sondern aufregend neu in die Geschichten eingebunden werden und zum Teil die Handlung tragen, wie bei der Geschichte über Berlins Buslinie M29. Die Jury hebt hervor, dass die Graphic Novel als Stil-

und Erzählelement ein hohes dramaturgisches und ästhetisches Niveau erreicht hat, etwa in der bewegend persönlichen Mord-Recherche „Mein Vater, ein Werwolf“.

All diese Elemente wirken nicht wie erstaunliche Extras, sondern fügen sich ganz natürlich in den Erzählfluss ein, häufig genial illustrierend; sie setzen Akzente, erweitern die Palette der Interaktions- und Navigationsmöglichkeiten, verstärken Emotionen, modellieren und interpretieren komplexe Zusammenhänge überzeugend verständlich.

Die Professionalisierung und Fortentwicklung der visuellen Elemente wird zunehmend eingesetzt, um Geschichten emotional aufzuladen – das dürfte einer der Gründe sein, dass die Kategorie Kultur und Unterhaltung in diesem Jahr ungewöhnlich viele Auszeichnungen einheimst, während in Spezial trotz hochkarätiger und durchaus preiswürdiger Nominierungen kein Award vergeben wird.

Dass Storytelling heute auf ganz hohem Niveau stattfindet, führt zur Freude der Juroren allerdings nicht dazu, dass andere Formate verkümmern. Im Gegenteil. Die Jury würdigt „Mamour, mon amour“ als ungewöhnliches, künstlerisches Experiment; seine konsequente Gestaltung dreht das Scrollytelling-Rad wieder eine Nuance weiter und setzte sich gegen andere ganz persönliche, intime Angebote wie „Shore, Stein, Papier“ oder „Onkel Willi“ durch. Ebenso unbändige Experimentierfreude findet sich im preisgekrönten YouTube-Inkubator „Hyperbole TV“, der zeitgemäß politische und kulturelle Themen vermittelt und so auch eine mögliche Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erforscht. Die Jury fordert lautstark:



mehr davon! Neue Standards ausreizen, neue Features umarmen, experimentieren – die Welt des Online-Publizierens wäre dennoch arm ohne die Rückbesinnung auf Bewährtes wie Newsletter oder klassische Websites, wenn daraus kreativ maßgeschneiderte Angebote entwickelt werden – wie „Checkpoint“, ein erfolgreicher Versuch über das neue Lokale im Digitalen.

Neben den großen, breiten Entwicklungstrends begleitet uns dauerhaft die Entdeckung der Nische als innovatives Biotop voller Leben. Neben Journalisten und Unterhaltern erobern Pädagogik, Wissenschaft und Didaktik die Möglichkeiten des Internets, vertiefen und verlängern ihre Wirkung räumlich und zeitlich und präsentieren so unterschiedliche Ergebnisse wie das für die Begleitung von Museumsausstellungen wegweisende Digital „Monet und die Geburt des Impressionismus“, das die Jury mit einem Preis bedenkt, oder die nominierte „MausApp“.

Auch weil der technische Aufwand geringer geworden, die für beeindruckende Formate und Features nötige Infrastruktur weit verbreitet ist, rücken Inhalte noch stärker in den Vordergrund. Die Jury würdigt herausragende Texte, beeindruckende Fotos und Filme – an der Spitze die Sogwirkung der 360-Grad-Videos von „Polar Sea 360“, die relevante Inhalte mit persönlichem Erlebnis verbinden. Es ist erfreulich, dass in einer Zeit, in der Live-Ticker und Buzzfeed als journalistische Angebote durchgehen, noch hartnäckige, aufwändige Recherche zu finden ist, vorbildlich dargeboten in der Suche nach der Wahrheit um Flug „MH17“. Und dass Journalisten die Möglichkeiten nutzen, um innovative

Formate zu entwickeln wie die Langzeit-Reportage über ein Aufnahmelaager für Flüchtlinge, fast in Echtzeit, oder dass sie Communities aufbauen und leiten, um Inhalte Bottom-up zu generieren – bis hin zur maßgeschneidert-vollständigen, rotzig-frischen sublokalen Plattform von Neuköllnern für Neuköllner. Wie eben diese Plattform, „neukoellner.net“, zeichnet die Jury mit großer Freude einen Beitrag aus, der aus einer neuen Form der Finanzierung von hochwertigem Journalismus entstanden ist. Stellvertretend für zahlreiche Werke von CORRECTIV erhält „MH17 – Die Suche nach der Wahrheit“ einen Preis. Crowd- und Stiftungsfinanzierung ist inzwischen ein häufig anzutreffendes Finanzierungsmodell und steht neben eher privaten Low-Budget-Angeboten, die von einer klugen Idee leben wie beispielsweise die „Floskelwolke“. Aber natürlich gibt es auch die ganz großen, international organisierten und finanzierten Produktionen, denen es Jahr für Jahr gelingt, ihr ohnehin hohes Niveau noch ein Stück zu steigern. Dieses Mal ist das neben „Polar Sea 360“ dem ausgezeichneten Angebot „netwars/out of CTRL“ ebenso beeindruckend wie beklemmend gelungen. Aber wer Grenzen auslotet, gerät auch in Gefahr, Grenzen zu überschreiten. Die Jury warnt ausdrücklich davor, dass die neue Lockerheit bei der Nennung von Marken und Produkten zu Schleichwerbung mutieren kann. Sie kritisiert, dass bei der rasanten Entwicklung der visuellen Möglichkeiten die Nutzbarkeit hin und wieder auf der Strecke geblieben ist. Wo Fantasie und Kreativität den Pfad des Erwartbaren verlassen, muss die Usability ein verlässlicher Wegbegleiter sein.

Die Jury des Grimme Online Award 2015 (v.l.):
Britta Hofmann
(Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik);
Joachim Türk (freiberuflicher Medienberater);
Nadia Zaboura (CREATIVE.NRW);
Achim Schaffrinna (Diplom-Designer);
Prof. Dr. Konrad Scherfer (Fachhochschule Köln) und
Daniel Fiene („Was mit Medien“).

CHECKPOINT

Preis verliehen für Gesamtverantwortung

Internetadresse:

checkpoint.tagesspiegel.de (Anmeldung zum Newsletter)

Anbieter:

Verlag der Tagesspiegel GmbH

Verantwortliche Person:

Lorenz Maroldt (Gesamtverantwortung)

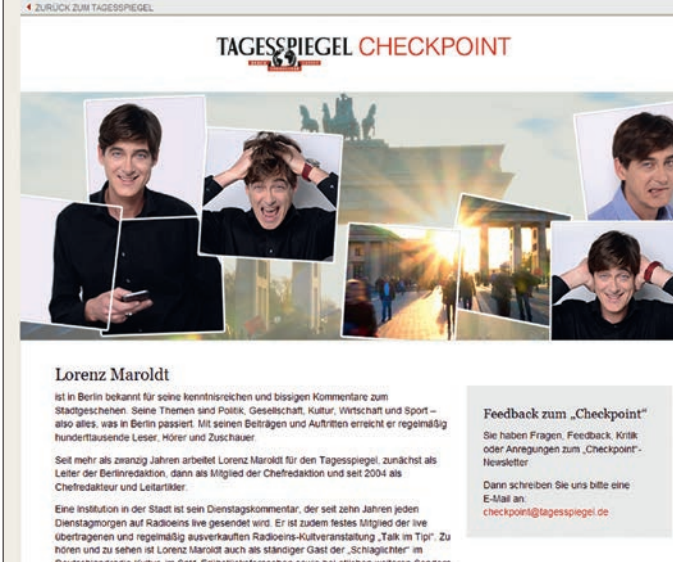
Mitwirkende:

Stefanie Golla (Mitarbeit)

Begründung der Jury: Wenn ein passionierter Zeitungsmann (Lorenz Maroldt) für den Einsatz einer 90er-Jahre Technologie (Newsletter) im Jahr 2015 den Grimme Online Award erhält, dann muss es ein besonderes Projekt sein. Und das ist "Checkpoint". Der Newsletter ist eine Morgengabe, die bis in den Abend wirkt. Innerhalb von wenigen Monaten hat sich "Checkpoint" zur Pflichtlektüre entwickelt – für Leser über Berlins Grenzen hinweg, für den Politikbetrieb, aber auch für die digitale Szene, die Zeitungsabos nur noch aus dem Elternhaus kennt. Knallharte Einordnung trifft Berliner Schnauze. Die großen Nachrichten treffen auf das Lebensgefühl der Berliner. Es geht nicht nur um eine neue Auswahl und Aufbereitung klassischer Nachrichten, sondern auch um Hinweise zum aktuellen Kultur- und Freizeitalltag in Berlin: Ausstellungen, Restaurants, Konzerte, neue Orte. Der Newsletter ist

zwar umfangreich und themenbunt, aber seine Einzelteile sind bisweilen schmerzhaft kurz. "Checkpoint" ist Vorbild für die Bewegung der Chefredakteurs-Newsletter und gibt eine Antwort auf die Frage, wie lokaler und vielleicht auch sublokaler Journalismus im Netz aussehen kann. Die Besonderheiten des Projekts liegen in der Passion und Ansprechhaltung des Absenders, Einordnung der Themen und Begleitung der Leser. In der digitalen Nachrichtenflut wird der Newsletter für die Leser zum verlässlichen Ankerpunkt und ist Begleiter in den neuen Tag. Die Gestaltung ist wild und bunt wie das Leben in Berlin. Mobile Leser könnten bei einer responsiven und übersichtlichen Gestaltung jedoch noch mehr von den Inhalten des "Checkpoint"-Newsletters profitieren. Das schmälert das Lob der Jury jedoch in keinsten Weise.

Beschreibung: Newsletter? Das war einmal. Oder? Der Tagesspiegel beweist mit seinem von Chefredakteur Lorenz Maroldt verfassten täglichen Newsletter, dass sich dieses Medium auch in Zeiten sozialer Medien mit Leben füllen lässt. Maroldt kommentiert süffig die Berliner Politik, legt sich mit Mächtigen an, gibt Tipps zum Tage und hält über aktuelle Entwicklungen in Berlin auf dem Laufenden. Mehr als 80.000 Abonnenten – nicht nur in Berlin – beweisen, dass dieser persönliche Newsletter einen Nerv trifft.



ZURÜCK ZUM TAGESSPIEGEL

TAGESSPIEGEL CHECKPOINT

Lorenz Maroldt

ist in Berlin bekannt für seine kenntnisreichen und bissigen Kommentare zum Stadtgeschehen. Seine Themen sind Politik, Gesellschaft, Kultur, Wirtschaft und Sport – also alles, was in Berlin passiert. Mit seinen Beiträgen und Auftritten erreicht er regelmäßig hunderttausende Leser, Hörer und Zuschauer.

Seit mehr als zwanzig Jahren arbeitet Lorenz Maroldt für den Tagesspiegel, zunächst als Leiter der Berlinredaktion, dann als Mitglied der Chefredaktion und seit 2004 als Chefredakteur und Leitartikler.

Eine Institution in der Stadt ist sein Dienstagskommentar, der seit zehn Jahren jeden Dienstagmorgen auf Radioeins live gesendet wird. Er ist zudem festes Mitglied der live übertragenen und regelmäßig ausverkauften Radioeins-Kulturveranstaltung „Talk im Tipi“. Zu hören und zu sehen ist Lorenz Maroldt auch als ständiger Gast der „Schlaglichter“ im Deutschlandradio Kultur, im Sarti-Frühstücksfernsehen sowie bei etlichen weiteren Sendern.

Feedback zum „Checkpoint“

Sie haben Fragen, Feedback, Kritik oder Anregungen zum „Checkpoint“-Newsletter

Dann schreiben Sie uns bitte eine E-Mail an: checkpoint@tagesspiegel.de

+Illegale Ferienwohnungen+Dardai "bester Hertha-Coach"+Paketstau bei der Post+

E-Mail wird nicht richtig angezeigt? [Im Browser ansehen](#)

TAGESSPIEGEL CHECKPOINT
von Lorenz Maroldt 

Mit freundlicher Unterstützung von

+Babbel

Freitag, 17.04.2015

Leicht bewölkt, blauer Himmel, kühle 6°C

Guten Morgen,

den **Umsturz** des Berliner Schlosskonzepts hatte Michael Müller mit „renommierten **Museumsexperten**“ vorbereitet – Namen nannte er nicht. Nun, es waren zwei: **Jan Gerchow** (Historisches Museum Ffm) und **Beat Hächler** (Alpines Museum Bern). Das ALP ist immerhin für den **Europäischen Museumspreis** nominiert und schon mal (Achtung, Herr Peymann: Eventbude!) mit einem „**Skistiefelweitwurfwettbewerb**“ auffällig geworden. Wenn also irgendwann Currywürste im Schloss herumfliegen, wissen wir wenigstens, wo das **herkommt**.

MH17 – DIE SUCHE NACH DER WAHRHEIT

Preis verliehen für Gesamtverantwortung, Recherche, Redaktion und Artdirection

Internetadresse:

mh17.correctiv.org

Anbieter:

CORRECT!V – Recherchen für die Gesellschaft

Verantwortliche Personen:

Marcus Bensmann (Recherche)

Julia Brötz (Redaktion)

David Crawford (Recherche)

Daniel Drepper (Redaktion)

Thorsten Franke (Artdirection)

Ariel Hauptmeier (Redaktion)

Jonathan Sachse (Redaktion)

David Schraven (Gesamtverantwortung)

Benedict Wermter (Redaktion)

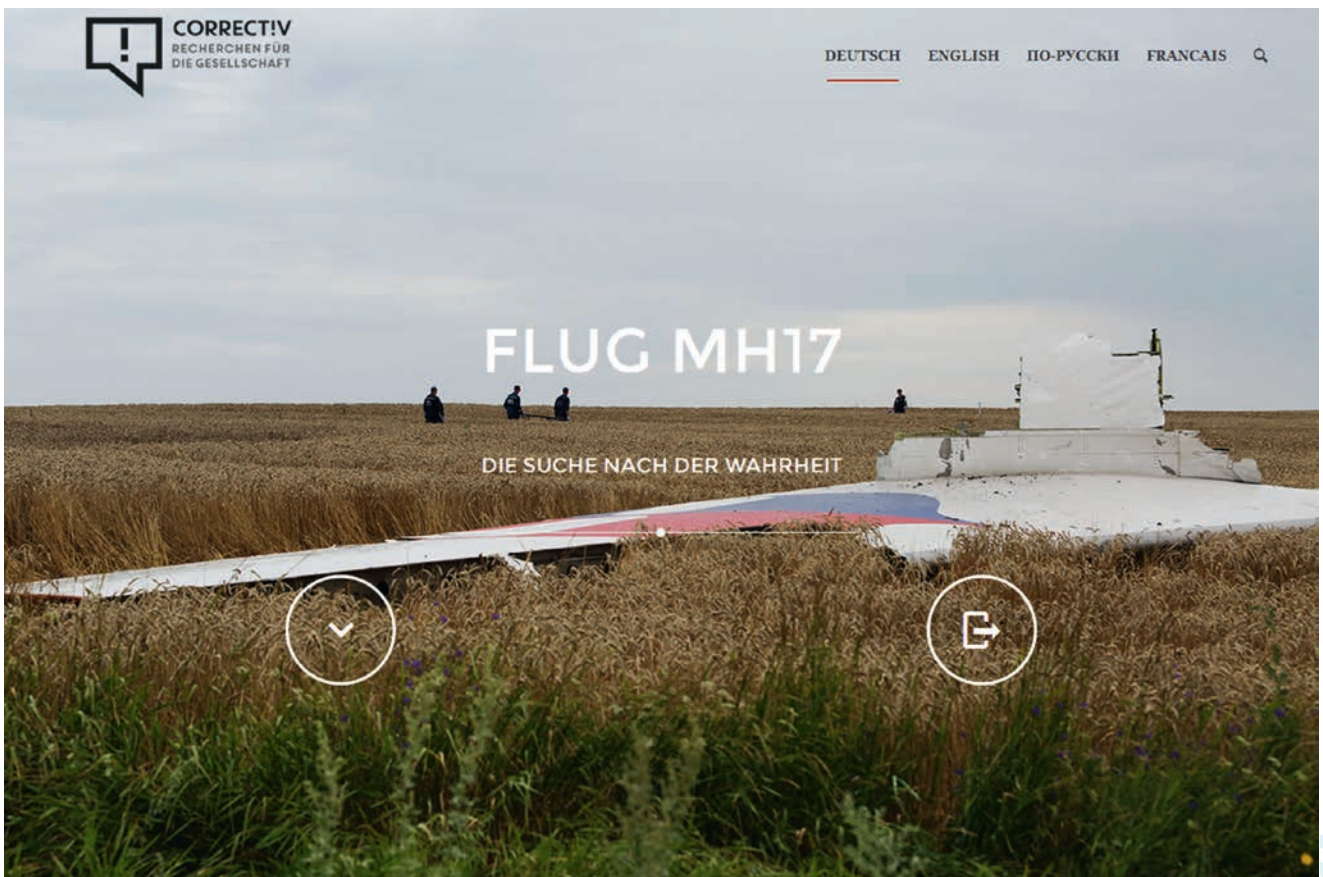
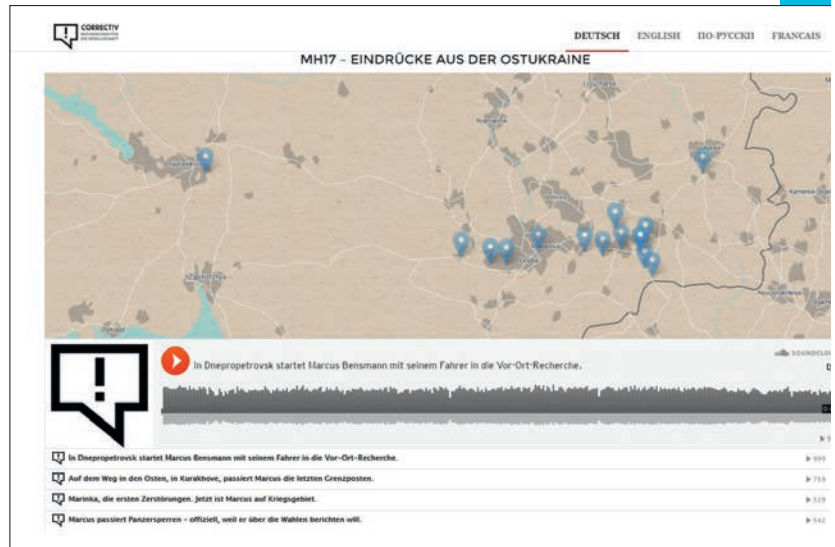
Begründung der Jury: Hartnäckig und mit langem Atem – investigative Journalisten sind Gegenentwürfe zur medialen Aufgeregtheit der Katastrophenberichterstattung und ihrer Liveticker. „MH17 – Die Suche nach der Wahrheit“ ist ein solcher Gegenentwurf: das Ergebnis einer großen Rechercheleistung, perfekt aufbereitet.

MH17 – dieses Kürzel hat sich ins kollektive Gedächtnis eingebrennt: Am 17. Juli 2014 wird der Malaysia Airlines Flug MH17 über der Ostukraine abgeschossen, durchlöchert von einem Hagel aus tödlichen Schrapnells. 298 Menschen sterben. Die Medien veröffentlichen Sonderseiten, senden Extras. Die Frage nach den Schuldigen generiert Spekulationen und gegenseitige Anklagen, aber sie wird nicht beantwortet.

Reporter von CORRECT!V nehmen das nicht hin. Mit kriminalistischer Energie sammeln sie

Dokumente und Hinweise. Sie reisen ins Katastrophengebiet, das auch Kriegsgebiet ist, und folgen den Spuren der Rakete. Wer das Ergebnis dieser Arbeit betrachtet, wird nicht mit Resultaten konfrontiert, sondern begleitet das Team, sieht, hört und liest mit: Akten, persönliche Eindrücke, Radarspuren, Interviews. Der Beitrag lässt einen nicht los, weil die Texte überzeugend geschrieben, weil die Erkenntnisse packend aufbereitet sind – als animierte Grafik, Graphic Novel, Film, Audio. Die Jury würdigt dieses Projekt als herausragendes Beispiel für die Verbindung digitaler Erzählmethoden mit klassischen journalistischen Fähigkeiten. Und sie würdigt es als Beispiel für die zahlreichen Beiträge hoher publizistischer Qualität, die das gemeinnützige Recherchebüro CORRECT!V auszeichnen, und die es anderen Medien zur Verfügung stellt.

Beschreibung: Knapp dreihundert Menschen starben beim Absturz des Flugs MH17 über der Ostukraine. War es ein Kriegsverbrechen, das hätte verhindert werden können? Die Webreportage „MH17“ des Recherchebüros CORRECTIV begibt sich auf die Suche nach der Wahrheit. Ergebnis der monatelangen Vor-Ort-Recherche ist eine packend erzählte Geschichte, die geolokalisierte O-Töne, kurze Videosequenzen, Karten und Grafiken sowie einen umfangreichen Text zu einem schlüssigen Ganzen vereint und die von anderen frei verwendet werden darf.



NEUKOELLNER.NET

Preis verliehen für Idee und Redaktion

Internetadresse:

www.neukoellner.net

Anbieter:

NKNET Neukoellner Verlag UG (haftungsbeschränkt)

Verantwortliche Personen:

Max Büch (Idee und Redaktion)
Fabian Friedmann (Redaktion)
Karolin Korthase (Redaktion)
Regina Lechner (Redaktion)
Sabrina Markutzyk (Redaktion)
Björn Müller (Redaktion)
Dominik Sindern (Redaktion)
Patrick Schirmer-Sastre (Redaktion)
Cara Wuchold (Redaktion)

Mitwirkende:

Anna Blattner (Autorenschaft)
Esther Borowski (Technische Betreuung)
Christopher von Frankenberg (Autorenschaft)
Florence Freitag (Autorenschaft)
Katrin Friedmann (Artdirection, Autorenschaft)
Philipp Fritz (Autorenschaft)
Anke Hohmeister (Autorenschaft)
Vanessa Janeta (Assistenz Artdirection)
Torben Lehning (Autorenschaft)
Katharina Pencz (Autorenschaft)

Begründung der Jury: Hyperlokaler Journalismus sucht in Deutschland noch seinen Weg. „neukoellner.net“ hat diesen für seinen Stadtteil bereits gefunden. Das Projekt ist uneitel und zeigt wenig Respekt, es steht einfach mitten im Leben – Attribute, die nicht jedes journalistisches Angebot vorweisen kann. Die Journalisten von „neukoellner.net“ bleiben auf Augenhöhe mit den Bewohnern des Viertels, begleiten die Gentrifizierung kritisch und fair zugleich. Explizit zu loben ist die inhaltliche Vielfalt: Es gibt zahlreiche vitale Formate wie „Kiezköpfe“, welche die komplette mediale Klaviatur von Text über Bild und Ton bis hin zum Video angemessen bespielen. Inhaltlich ist das Angebot „kunterbunt“ und „lebendig“ wie der Bezirk. Die Macher korrigieren das zwiespältige Bild Neu-

köllns und spielen gekonnt mit den vorherrschenden Klischees. Während andere kleinere Medienangebote das Prinzip Zeitung kopieren, lebt „neukoellner.net“ das soziale Netz. Die Anbindung über Facebook und Twitter ist hyperaktiv, die Community nutzt die Angebote und bringt die Inhalte zum Leben. Es erzeugt die Wiederbelebung zivilgesellschaftlicher, nachbarschaftlicher Kommunikation – offenbar sogar mit Ausstrahlung auf analoge Begegnungen. Hinter dem Projekt verbirgt sich eine authentische Bottom-Up-Bewegung – der Graswurzeljournalismus, von dem andere sonst nur reden. Vielleicht ist das sublokale Magazin am Ende zu strukturiert für seinen Stadtteil. Aber das stört nicht. Selbst der ortsfremde Leser wird ein wenig zum Neuköllner.

Beschreibung: Kleine und große Geschichten aus dem achten Berliner Bezirk: Ein ehrenamtliches Team aus Neuköllner Kreativen sammelt sie für die Online-Zeitung „neukoellner.net“. Getreu dem Motto „Einmal Neuköllner, immer Neuköllner“ lässt neukoellner.net den Lokaljournalismus aufleben und erzählt ihn im Internet neu. So gibt es Stadtspaziergänge und Restauranttests genauso wie Berichte aus dem Obdachlosencafé oder von der Bürgermeisterwahl. Dabei experimentiert das Team mit verschiedenen Formaten und Reihen.

NEUKÖLLNER·NET

ALLTAG & ANARCHIE KUNST & KITSCH MACHT & MÄRCHEN SPORT & SPIEL VERBRAUCH & VERZEHR SONNENALLEE



VERBRAUCH & VERZEHR

Glück gluck, mampf mampf, ulz ulz: Wir tauchen ein in das Labyrinth aus Spielunken, Fressstempeln und Zappelbuden. Genießer treffen auf Nächsteulen und gehen gemeinsam steil.

NEUKÖLLNER.NET UNTERSTÜTZEN



NEUKÖLLNER ZEITVERTREIB

Mittwoch, 15. April, 16:30 Uhr - Fotografie: Im Rathaus Neukölln eröffnet die Ausstellung "Wir sind Neukölln! Engagierte Einwanderer/innen im Portrait". Bis 6. Mai, Mo-Fr 8-20 Uhr.

Mittwoch, 15. April, 19:30 Uhr - Mitmachen: Wir von neukoellner.net laden zur offenen Redaktionssitzung. Vorbeikommen, fragen, kritisieren, loben in der Schillerpromenade 31.

Donnerstag, 16. April, 11 Uhr - Musik: Das

NEUKÖLLNER·NET

ALLTAG & ANARCHIE KUNST & KITSCH MACHT & MÄRCHEN SPORT & SPIEL VERBRAUCH & VERZEHR SONNENALLEE

KUNST & KITSCH

Von Monstern und Menschen



Manche haben nur ein Auge, andere lange, spitze Hörner. Mateo Dineen ist hauptberuflicher Monstermaler. Ein Besuch in seinem Atelier im Schillerkiez.

von NEUKÖLLNER.NET



ALLTAG & ANARCHIE

Alles Banane

Vorsicht, Stolperfalle! Na gut, der Trick funktioniert höchstens im Comic. Und das ist auch gut so, sonst würde sich der Neuköllner Flaneur regelmäßig auf die Nase legen. Unser Straßenspaziergang Numero 37.

von ANKE HÖHMEISTER

NEUKÖLLNER.NET UNTERSTÜTZEN



NEUKÖLLNER ZEITVERTREIB

Mittwoch, 15. April, 16:30 Uhr - Fotografie: Im Rathaus Neukölln eröffnet die Ausstellung "Wir sind Neukölln! Engagierte Einwanderer/innen im Portrait". Bis 6. Mai, Mo-Fr 8-20 Uhr.

Mittwoch, 15. April, 19:30 Uhr - Mitmachen: Wir von neukoellner.net laden zur offenen Redaktionssitzung. Vorbeikommen, fragen, kritisieren, loben in der Schillerpromenade 31.

Donnerstag, 16. April, 11 Uhr - Musik: Das Kammerorchester Unter den Linden spielt im Gemeinschaftshaus Gropiusstadt Sergej Prokofjews Klassiker "Peter und der Wolf". Karten 5€.

Freitag, 17. April, 12 Uhr - Ausstellung: In der Helene-Nathan-Bibliothek sind ab heute Fotografien von Christian Winterstein zu sehen. Er hat Parolen-Graffiti in Nord-Neukölln festgehalten.

NETWARS / OUT OF CTRL

Preis verliehen für Buch, künstlerische und technische Umsetzung

Internetadresse:

netwars-project.com/de/webdoc

Anbieter:

filmtank, ZDF/ARTE, Heise

Verantwortliche Personen:

Sebastian Baumann (Umsetzung)
Michael Grotenhoff (Buch und Umsetzung)
Hendrik Hölzemann (Buch)
Saskia Kress (Umsetzung)
Timo Langpeter (Umsetzung)
Alexander von Lukowitz (Buch)
Lena Thiele (Buch und Umsetzung)
Nico Zimmermann (Umsetzung)

Mitwirkende:

Sabine Bubeck-Paaz (Redaktion)
Sean Colemann
(Autorenschaft Graphic-Novel-App)
Verena Klinke
(Autorenschaft Graphic-Novel-App)
Felix Mertikat
(Creative Direction, Art Graphic-Novel-App)
Kay Meseberg (Redaktion)

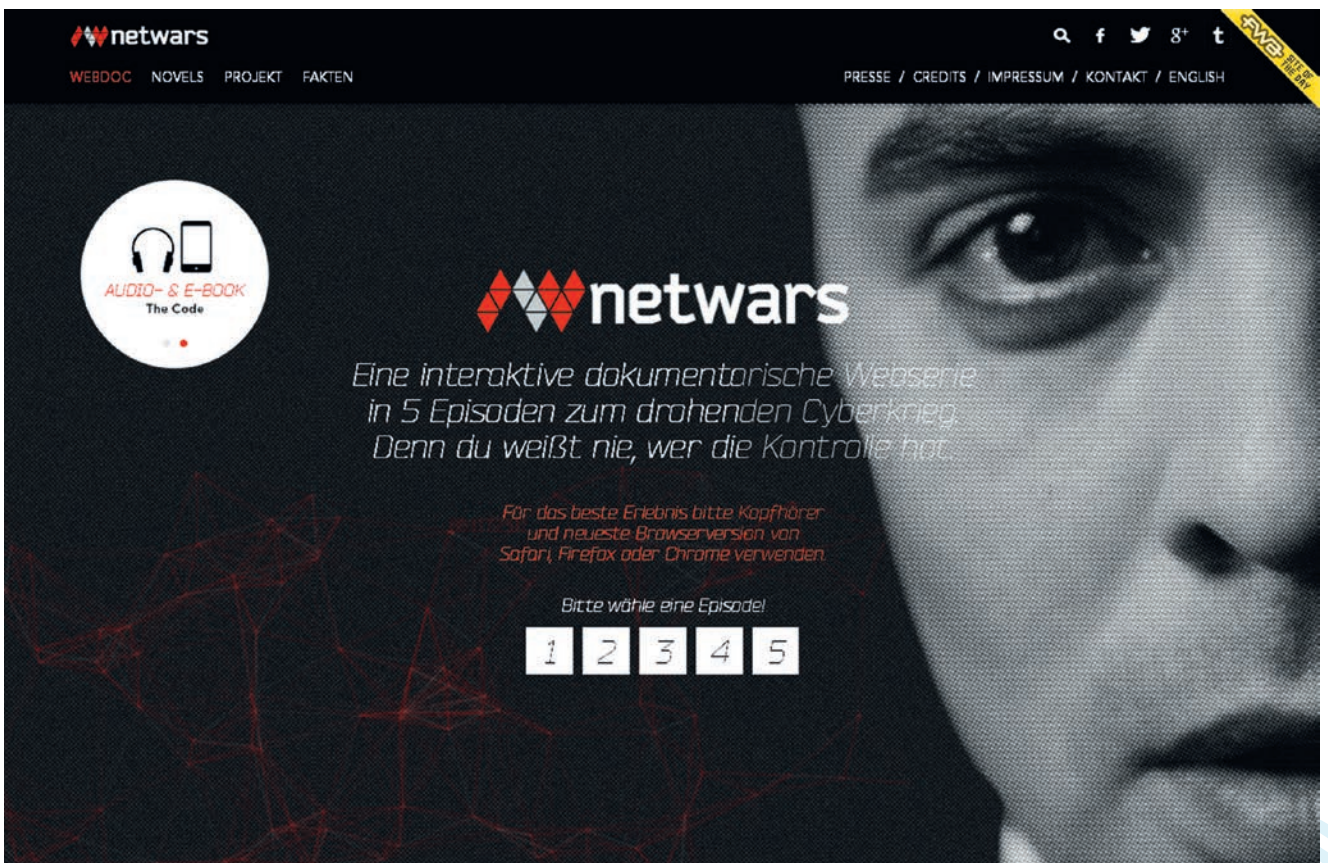
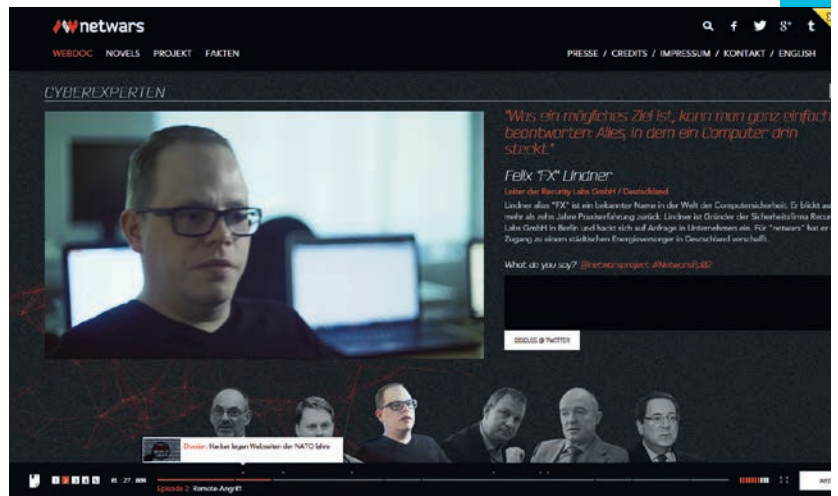
Begründung der Jury: Freitag, 15. Mai 2015. Die Nachrichtenagentur dpa schreibt: „Cyberangriff auf den Bundestag – Bis dato unbekannte Täter haben das interne Datennetz des Deutschen Bundestags attackiert. Der Vorfall wird von Spezialisten als schwerwiegend bezeichnet.“ Aber nicht nur die Regierung ist betroffen, so ein Angriff richtet sich im Prinzip gegen jeden Einzelnen. Und es stellt sich die Frage: Ist das Krieg? Leben wir im Krieg? Bin ich in Gefahr? „netwars / out of CTRL“ lässt den Nutzer in fünf interaktiven Film-Episoden darauf seine eigene Antwort erleben, geführt durch die direkte und eindringliche Ansprache eines Protagonisten, dessen Nähe verstörend und anziehend zugleich ist. Die Barriere Bildschirm scheint sich aufzulösen, dem Nutzer wird distanzlos, fast übergriffig sein digitaler

Fingerabdruck ins Bewusstsein gerufen. Ohne echten Hack, aber dennoch eindrucksvoll, sensibilisiert „netwars / out of CTRL“ für essentielle Themen des Internet-Zeitalters wie Vertrauen und Transparenz, liefert dabei aber auch Hilfe zur digitalen Selbsthilfe, wenn es darum geht, die eigene Internetnutzung sicherer zu gestalten.

Darüber hinaus wird ein stimmiges und realistisches Zukunftsszenario eines Cyberkriegs gezeichnet, bestehend aus Fakten und Fiktion, interaktiv in Text und Bild und Expertenmeinungen mit O-Ton, zu denen man direkt auf Twitter antworten kann.

Die Jury wünscht sich die Fortführung der Episoden, damit „netwars / out of CTRL“ ein allzeit aktuelles Lehrstück bleibt, denn auch die Bedrohung bleibt gegenwärtig.

Beschreibung: Die interaktive dokumentarische Webserie „netwars / out of CTRL“ erzählt in fünf Episoden vom drohenden Cyberkrieg – und von den Attacken, die bereits passieren. Fiktion wird mit journalistisch recherchierten Fakten kombiniert, die lineare Struktur der moderierten Dokumentation immer wieder von frei ansteuerbaren Elementen mit Hintergrundinformationen in Form von Dossiers oder Experteninterviews unterbrochen. Die Webdoku ist Teil eines umfassenden Crossmedia-Projekts, zu dem auch eine interaktive Graphic-Novel-App gehört.



DIGITORIAL

„MONET UND DIE GEBURT DES IMPRESSIONISMUS“

Preis verliehen für Konzept, Redaktion und Umsetzung

Internetadresse: monet.staedelmuseum.de

Anbieter: Städel Museum

Verantwortliche Personen:

Dominic Bäuerle (Umsetzung)

Chantal Eschenfelder (Konzept und Redaktion)

Silke Janßen (Konzept und Redaktion)

Antje Lindner (Konzept und Redaktion)

Alexander Philipp (Umsetzung)

Sabrina Rether (Umsetzung)

Lisa von Schönfeldt (Umsetzung)

Kathleen Sterzel (Umsetzung)

Jakob Schwerdtfeger (Konzept und Redaktion)

Begründung der Jury Menschen, die auf Pfirsiche starren: Selten hat ein Angebot in der Kategorie „Kultur und Unterhaltung“ hochwertige Inhalte und elegante Form so sinnvoll vereint. Während immer mehr Museumsportale geballte und des Öfteren überbordende Informationsberge aufschichten, besticht das Digitalorial zur Ausstellung „Monet und die Geburt des Impressionismus“ durch die Reduktion auf eine Epoche und seine Maler, von Monet bis Renoir. Die aktuelle Ausstellung des Städel Museums wird im Web mit einer ganz eigenen, schlichten Ästhetik aufbereitet. Der gezielte Einsatz von Technologien leitet den Blick dabei spielerisch auf die wichtigen Details. So entdecken die Besucher die Geschichte dieser Kunstepoche ganz für sich und im eigenen Tempo: Bilder entfalten sich vor dem eigenen Auge, Zitate

und ansprechende Texte sorgen für die kunsthistorische Einordnung und kompakte Audioinformationen übernehmen die Funktion des Kurators vor Ort.

Der Preisträger wirkt aber nicht nur online: Mit schnell zugänglichen Extra-Informationen zur Ausstellung werden die Hürden zum analogen Museumsbesuch abgesenkt. Denn wenn dieser multimediale Vorbereitungskurs schon so einnehmend ist, dann lässt die Ausstellung selbst ebenfalls auf Großes hoffen.

Kurzum: So geht moderne Kunst- und Kulturvermittlung, so funktioniert zeitgemäße Museumspädagogik. Die Jury begrüßt es ausdrücklich, wenn dieses Format weitergeführt wird – und in künftigen Digitalorials nicht nur die großen Namen, sondern auch weniger bekannte Künstler vorgestellt werden.

Beschreibung: Im Museum möchte man Kunstwerke ansehen, keine langen Erläuterungen lesen. Deshalb hat das Städel Museum zur Schau „Monet und die Geburt des Impressionismus“ ein „Digital“ entwickelt, das die Vorbereitung auf den Museumsbesuch ermöglicht. An Werken von Claude Monet wird die Geschichte des Impressionismus erläutert, ausklappbare Texte erlauben es, weiter in die Tiefe zu gehen und Bildausschnitte lenken die Aufmerksamkeit auf Details. Zitate von Zeitgenossen sowie der spielerische Umgang mit Bildformaten lockern das Angebot auf.

EIN AUGENBLICK DER RUHE

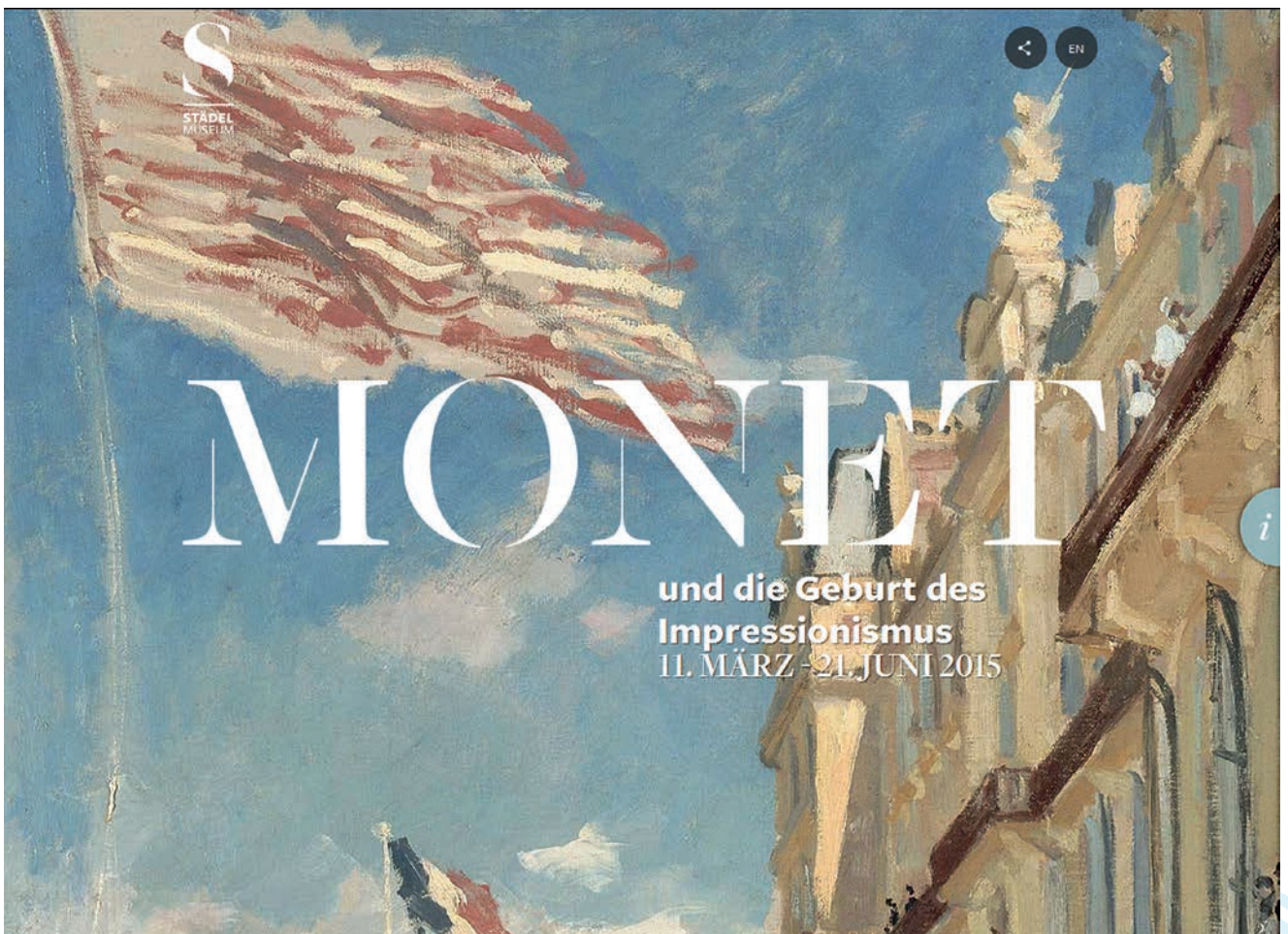


Ein sonniger Frühlingstag. Die beiden Frauen und der Mann sitzen zum Frühstück nach dem Mittagessen beisammen. Ihre Konversation ist für einen kurzen Moment zum Stillstand gekommen. Jeder hängt seinen eigenen Gedanken nach. Während die Dame mit dem Velours am Hut verträumt ins Leere blickt, kündigt sich ihr Begleiter genüsslich eine Zigarette an. Die Szene ist in einem leichten, überaus angenehmen Sommergerichte, die Umrisse der Personen und Gegenstände wirken leicht verschwommen. Dennoch sind winzige Details erkennbar, die das Momenthaftes unterstreichen. Renoir hält diese Szene wie in einem fotografischen Schnappschuss fest.

August Renoir, *NACH DEM MITTAGESSEN*, 1878, 2008, KUNSTHAUS, FRANKFURT AM MAIN



An der Table sind Spuren von Kaffee zu erkennen. Neben der Gläser Zigarette am rechten Rand des Tisches auf die Flüssigkeit, aber auch die Orientierung des Auges.



HYPERBOLE TV

Preis verliehen für Gesamtverantwortung und Redaktion

Internetadresse:

www.hyperbole.de

Anbieter:

Hyperbole TV, Innovations-Inkubator der Leuphana Universität Lüneburg
in Kooperation mit Styleheads GmbH

Verantwortliche Personen:

Bastian Asdonk (Gesamtverantwortung)
Alisa Ehlert (Redaktion)
Tobias Goltz (Redaktion)
Benjamin Kahlmeyer (Redaktion)
Vanessa Schneider (Redaktion)

Mitwirkende:

Tim Förster (Produktion)
Philip Glauner (Produktion)
Sara Mohaupt (Produktion)
Niklas Olscha (Produktion)
Patricia Sack (Produktion)
Moritz Stumm (Produktion)

Begründung der Jury: Hand aufs Herz: Wer ist eigentlich politisch korrekt? Richtig, alle. Und trotzdem kitzeln uns auch mal solche Fragen, die nach Vorurteil, nach Klischee klingen: Wie fühlt sich eine Depression wirklich an? Passen Kopftuch und Schminke überhaupt zusammen? Und wie läuft eigentlich so ein Friseur-Besuch ab, wenn man am Tourette-Syndrom erkrankt ist?

All das und vieles mehr erfahren wir bei „Hyperbole TV“, dem Videonetzwerk für die digitale Generation. Mit insgesamt neun Video-Formaten bieten die Macher ihrem Publikum zielgruppengerechte Informationen, Unterhaltung und vor allem: Diskussionsstoff.

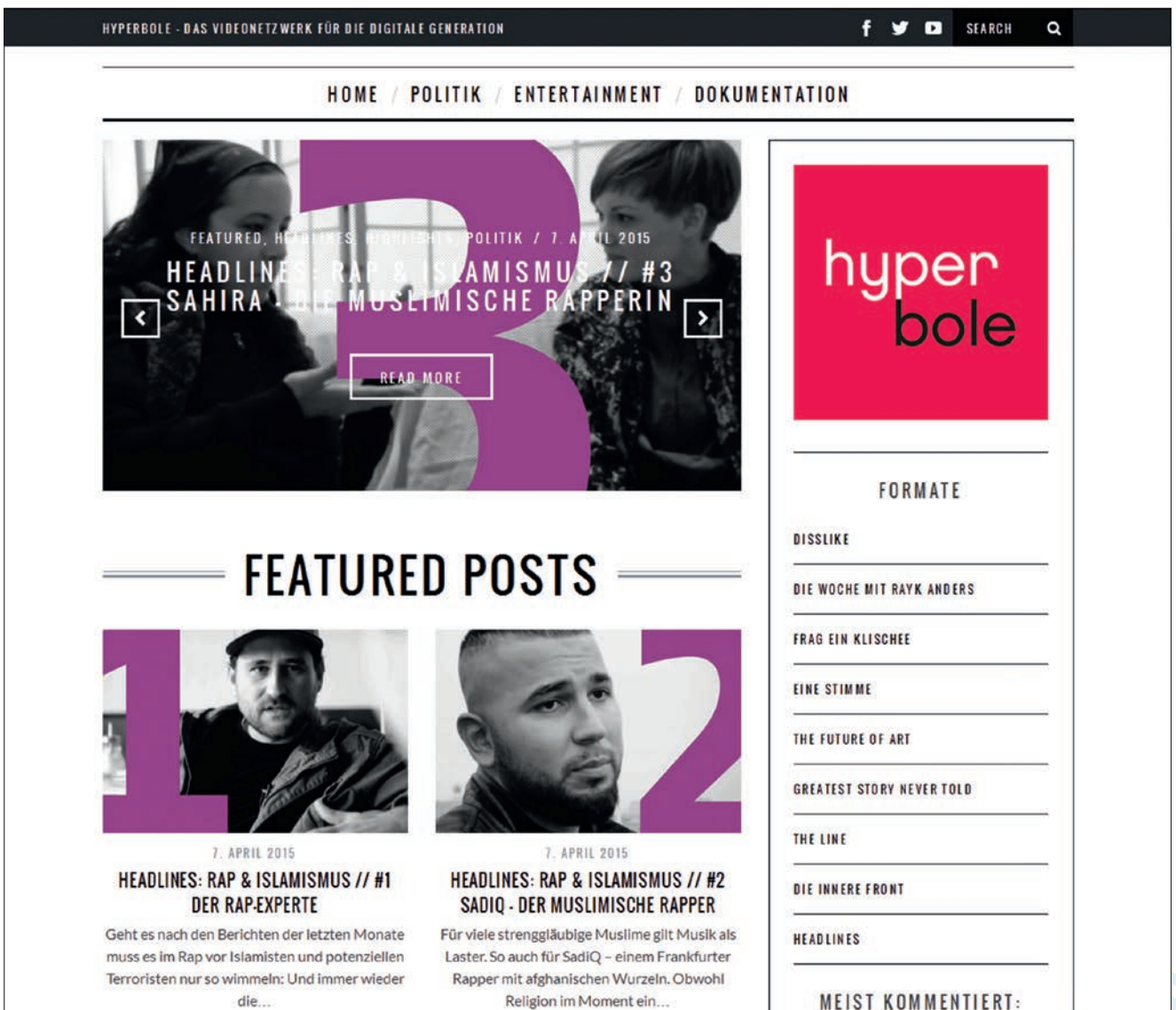
Denn Diskussionen zu politischen und gesellschaftlichen Fragen, das ist das erklärte Ziel der Macher. Aktuelle Themen werden pointiert und modern in Bewegtbild übersetzt, der

Diskurs dazu über sämtliche Social-Media-Kanäle angefeuert und das Feedback wiederum in die eigenen Formate eingespeist.

Das Besondere: Die Debatten- und Kommentarkultur bleibt sachlich, fair und selbstregulierend – egal, ob sich die Nutzer über posttraumatische Belastungsstörungen eines Bundeswehr-Veteranen auseinandersetzen oder sich gegenseitig erklären, was ein Oxymoron ist.

Neben den Inhalten ist die Jury überzeugt von der frischen Ästhetik, der Experimentierfreude und der eigenen Sprache dieses noch jungen Angebots – kein Wunder, dass es bereits mit klassischen Medien wie der Süddeutschen Zeitung kooperiert. Denn auch wenn „Hyperbole TV“ noch ein Forschungs- und Entwicklungsprojekt ist, besticht es bereits durch Professionalität, Vielfalt und interessante Gäste von Gysi bis Böhmermann.

Beschreibung: Abseits des Mainstreams verbindet „Hyperbole TV“ gesellschaftlich relevante Themen mit Unterhaltung und Witz und schafft so einen außergewöhnlichen YouTube-Kanal mit großer Vielfalt. Gestartet als Teil eines Forschungsprojektes der Leuphana Universität Lüneburg hat der Kanal eine stetig wachsende Community. Ernste Themen wie posttraumatische Belastungsstörungen haben hier genauso ihren Platz wie die Kommentiershow „Disslike“ zu Netz-Kommentaren oder „Frag ein Klischee“, das Vorurteile wortwörtlich in Frage stellt.



MAMOUR, MON AMOUR

Preis verliehen für Konzept, Autorenschaft und Umsetzung

Internetadresse:

mamour.ch

Anbieter:

BZ Berner Zeitung

Verantwortliche Personen:

Daniel Barben (Umsetzung)

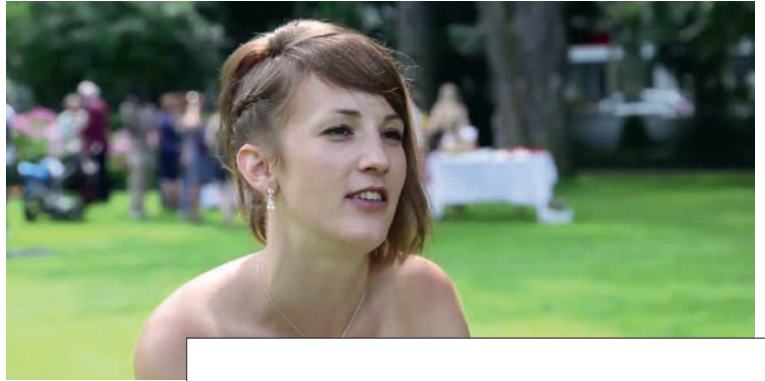
Dominik Galliker (Konzept, Autorenschaft und Umsetzung)

Enrique Muñoz García (Umsetzung)

Begründung der Jury: Wie die Liebe ist auch dieses „Scrollytelling“ ein kleines Wunder. Sein Inhalt ist klassischer Stoff: eine Liebesgeschichte. Und die Form ist genial: Der Nutzer wird gezwungen, 161 Einzelfolien durchzuklicken bis zum großen Versprechen. Das Angebot zwingt einen, Seite für Seite nach vorne zu scrollen, und der Nutzer hat keine Möglichkeit, mit Hilfe der Navigation zum Ende der Geschichte zu springen. Diese beabsichtigte Beschränkung macht ungeduldig, weil es zur Gewohnheit geworden ist, rumzusurfen, zu klicken, zu springen, die Interaktion zu steuern. Bei der Schweizerin Lena und dem Senegalesen Mamour, der ohne Papiere in der Schweiz lebt, geht es auch um das Warten und um das Ungewisse, die mangelnde Kontrolle, das Schicksal eines Flüchtlings. Ja oder Nein? Vor oder zurück? Diese Geschichte zieht einen in ihren Bann. Schnell wird deut-

lich, dass die reduzierte Form, der Zwang der Linearität, unmittelbar im Zusammenhang mit der Geschichte steht. Somit hat nicht nur die einfühlsam erzählte, auf das Wesentliche konzentrierte Lovestory die Jury begeistert, sondern auch die außergewöhnliche Erzählform, die die lineare Form als Stilmittel einsetzt. Das Web-Experiment besticht durch seine Texte, Audios, Videos und herausragenden Fotos. Der Schwarz-Weiß-Wechsel der Seiten ist ein einfaches, aber elegantes Mittel, das nicht nur die Protagonisten repräsentiert, sondern auch die Gegenwart (weiß) und die Vergangenheit (schwarz) beleuchtet. Diese Reduzierung erzeugt größtmögliche Wirkung: es wird Nähe hergestellt. Dadurch wird „Mamour, mon amour“ zum Appell, bis zum Ende durchzugucken, genau hinzusehen und auf Zwischentöne zu achten.

Beschreibung: Die Geschichte einer Liebe. Oder einer Ehe? Die Schweizerin Lena und der Senegalese Mamour, der ohne Papiere in der Schweiz lebt, heiraten – und Dominik Galliker ist für seine Multimediareportage „Mamour, mon amour“ dabei. Die kurzen, einfühlsamen Texte beschreiben den Tag der Hochzeit sowie die Geschichte der Beziehung, die Unsicherheit Lenas und das Drängen Mamours, damit sie gemeinsam ein angstfreies Leben führen können. Videos der Protagonisten und der Hochzeitsgäste und Schwarz-Weiß-Fotos vervollständigen das Stimmungsbild.



Und Lena hebt die Zehen an, so, dass sie
den Boden nicht berühren.
Der Nagellack ist noch nicht trocken.



Wir heiraten, weil wir heiraten müssen.

POLAR SEA 360°

Preis verliehen für Regie, Redaktion und Produktion

Internetadresse:

polarsea360.arte.tv/de

Anbieter:

ARTE in Zusammenarbeit mit TVO, Bell Fund, Deep Inc., Primitive Entertainment, Ryerson University, Knowledge Network

Verantwortliche Personen:

Wolfgang Bergmann (Redaktion)

Christian Cools (Redaktion)

Marita Hübinger (Redaktion)

Kay Meseberg (Redaktion)

Irene Vandertop (Produktion)

Thomas Wallner (Regie)

Stephanie Weimar (Regie)

Begründung der Jury: Die Video-Reisereportage „Polar Sea 360°“ erschließt ihrem Publikum eine neue Dimension. Die mittels 360°-Technologie realisierte interaktive Webdokumentation erzeugt eine Atmosphäre der Unmittelbarkeit und lässt Nutzer ganz nah eine Region erleben, die besonders stark von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen ist. Gekonnt werden die technischen Möglichkeiten der virtuellen Realität ausgeschöpft und mit klassischen Reportage-Elementen kombiniert. Konventionelle Sehgewohnheiten werden gesprengt, da der Nutzer selbst die Kameraführung bestimmen und den Blick auf jene Bereiche lenken kann, die ihm besonders sehenswert erscheinen. Hier wird Dokumentation zum Erlebnis und bringt so die Inuit-Kultur und das Ökosystem der Polarregion auf außergewöhnlich intensive Art näher.

Bäume in der Arktis – noch ist die in der Webdokumentation per 3D-Computergrafik erzeugte Szenerie eine Simulation. Fiktion sind derlei Veränderungen schon länger nicht mehr. In eindrucksvollen Bildern dokumentiert „Polar Sea 360°“ den Rückgang des arktischen Meereises, der in den vergangenen Jahren dramatische Ausmaße angenommen hat. Die mythenumwobene Nordwestpassage, bislang nur von wenigen Polarforschern durchquert, könnte schon bald dauerhaft eisfrei sein. Auch das zur Reportage gehörige, umfassende Reise-Logbuch führt dem Besucher vor Augen, welche Auswirkungen die globale Erderwärmung auf das Leben der Menschen und Tiere in der nordpolaren Region hat. „Polar Sea 360°“ macht den Klimawandel sichtbar und ermöglicht – eindrucklich auch per zugehöriger Smartphone-App und mit VR-Brille – ganz genau hinzuschauen, wie sich die Erde wandelt.

Beschreibung: Eine Reise auf der legendären Nordwestpassage zwischen Nordpol und Kanada ist kein alltägliches Ereignis. Die Video-Webdokumentation „Polar Sea 360°“ von ARTE nimmt den Nutzer mit in die Arktis – in der Rundumsicht. Mithilfe der 360°-Technologie kann der Nutzer dorthin blicken, wo er gerade möchte, das sich rasant ändernde Leben der Inuit vor Ort selbst erkunden und Wissenschaftler bei ihrer Forschungsarbeit begleiten. So werden die Auswirkungen des Klimawandels auch für Daheimgebliebene unmittelbar erfahrbar.



arte
LIVE
TV-PROGRAMM
MEDIA+7 THEK
EDITI O N
INF
FUTUR E
CREATIVE
CONCERT
CINEMA

f t g+
Vom Wunderkind zum King of Soul & Funk: Stevie Wonder
DE

POLAR SEA 360°

ENTDECKEN SIE DIE ARKTIS, DEN MYTHOS NORDWESTPASSAGE UND DEN KLIMAWANDEL AUF EINZIGARTIGE ART UND WEISE.

➤ ERLEBEN SIE DIE 360°-REISE

Tauchen Sie ein in das Geschehen der weltweit ersten 360°-Video-Dokumentation. Erleben Sie aus erster Hand den drastischen Klimawandel in der Arktis.

FUNKTIONIERT AUF PC UND MAC MIT FLASH

Die 360°-App

➤ POLAR SEA LOGBUCH

Entdecken Sie das multimediale Logbuch, in dem Wissenschaftler, Künstler und Autoren ihre Erlebnisse rund um das Nordpolarmeer dokumentieren.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

STATEMENT

DER NOMINIERUNGS- KOMMISSION

„Gegenrede...!“ Wer glaubt, die Arbeit in der Nominierungskommission des Grimme Online Award sei immer konfliktfrei und konsensuell, irrt. Dass es nach vielen kontrovers geführten Diskussionen doch zu einem mit ganzen Herzen gemeinsam getragenen Ergebnis kommt, liegt nicht nur an der gründlichen Vorbereitung und souveränen Moderation der Kolleginnen und Kollegen vom Grimme-Institut, sondern auch an der Erfahrung, die sich bei allen Beteiligten während der gemeinsamen Bewertung hunderter von Angeboten einstellt.

Das diesjährige Feld hat eine Beobachtung vom Vorjahr bestätigt: Die lange Form, viele Jahre lang das Stiefkind der deutschsprachigen Online-Publizistik, ist endgültig angekommen und etabliert. Neben der Verbreitung mobiler Endgeräte, die es ermöglichen, mit Muße auch in entspannteren Situationen zu lesen und zu konsumieren, haben dazu sicher auch Produktionswerkzeuge beigetragen, die die Erstellung solcher Angebote erleichtern. Hier ist zum Beispiel „Pageflow“ zu nennen, ein Tool aus den technischen Laboren des Westdeutschen Rundfunks, das sich großer Beliebtheit erfreut – und im letzten Jahr einen Spezialpreis erhielt. Damit wurde beispielsweise das anrührende WDR-Porträt von „Onkel Willi“ umgesetzt, einem Münsteraner Stadtoriginal. Die am Fernsehen geschulte multimediale Form bringt uns diesen Straßenmusiker so nahe, wie es wiederum in klassischen Fernsehformaten kaum möglich wäre.

Interessanterweise bedeutet „lange Form“ zunehmend auch wieder lineare Erzählweise – die Möglichkeit der Navigation beschränkt sich

meist auf die Bewegung innerhalb eines gegebenen narrativen Ablaufs. Das komplett nicht-lineare, kumulative Web-Special aus den frühen Jahren multimedialer Experimente hat sich offensichtlich nicht durchgesetzt. Statt dessen gibt es viele herausragende Reportagen, die einen – wie die multimediale Umsetzung von Cordt Schnibbens Stück „Mein Vater, ein Werwolf“ – so sehr fesseln, dass man sich ihnen gerne im Sinne eines „Lean-Back“ für eine längere Strecke anvertraut.

Gleichzeitig haben wir in diesem Jahr beobachtet, dass, neben der zunehmend routinierter und oft sogar brillanten Präsentation und Darstellung von Themen, eine vorgeordnete Stufe der publizistischen Wertschöpfung an Bedeutung gewinnt: die Recherche. Dies ist vor allem der Gründung von CORRECT!V zu verdanken, einer gemeinnützigen Organisation, die sich der investigativen Recherche verschrieben hat und deren Resultate zur weiteren Verwendung freigibt. Mit gleich mehreren Recherchen war CORRECT!V im Feld, einige davon sowohl als Eigenleistung der Organisation als auch in der späteren Ausarbeitung journalistischer Partner eingereicht. Wir haben mit „MH17 – Die Suche nach der Wahrheit“ eines dieser Projekte nominiert, unter anderem wegen seines internetaffinen Recherchewegs, ebenso wie die Organisation CORRECT!V selbst, deren Konzept uns zukunftsweisend scheint. Ein häufiger Fokus bei der Themenwahl waren die historischen Jubiläen: die Bombennächte in den Jahren 1944/45 und natürlich das große, düstere Ereignis des Weltkriegsausbruchs im Jahr 1914. Hier sind es vor allem die



routinierten, professionellen Anbieter im Pressebereich und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die sich mit ihrer reichen Erfahrung und viel Sorgfalt an diese Themen herangetraut haben. Leider hat uns keines der eingereichten Angebote wirklich überzeugt: Gerade beim Thema 1914 ist der Rahmen so weit gesteckt, dass es offenkundig sehr schwer ist, zu einer wirklich zeitgemäßen und stimmigen Umsetzung zu kommen. Nominiert haben wir „Trauern verboten“, ein Memento zum 25-jährigen Jubiläum des Massakers am Platz des Himmlischen Friedens in Peking, das inhaltlich überzeugt und durch verhaltene typografische Effekte die Wirkung von Zensur eindrucksvoll veranschaulicht.

Wie schon im letzten Jahr waren wir überrascht über einen Mangel an Aktualität: Die meisten großen und relevanten politischen Reizthemen (Überwachung/Bürgerrechte, Freihandel/TTIP, zunehmende Arm/Reich-Schere...) fanden auch diesmal so gut wie gar nicht statt. Das empfinden wir als etwas beunruhigend. Vielleicht sollten die Anbieter nach Präsentation und Recherche nun einen weiteren Schritt in der journalistischen Wertschöpfung zurückgehen und sich noch einmal gründlicher mit der Themenfindung beschäftigen.

Auch die lokalen und regionalen Themen kamen uns ein bisschen zu kurz. Mit Ausnahme von drei gelungenen Hauptstadtprojekten haben wir hier wenig bemerkenswerte Impulse gespürt, während doch gleichzeitig der lokale und regionale Zeitungsmarkt ausblutet. Und es ist eine traurige Ironie, dass das von uns zuvor zu Recht positiv hervorgehobene CORRECTIV

aus dem Stiftungsumfeld der WAZ-Verlagsgruppe entstanden ist, die sich durch Entlassungen buchstäblich hunderter Mitarbeiter aus Redaktionen und Verwaltung im Lokaljournalismus in die Schlagzeilen gebracht hat.

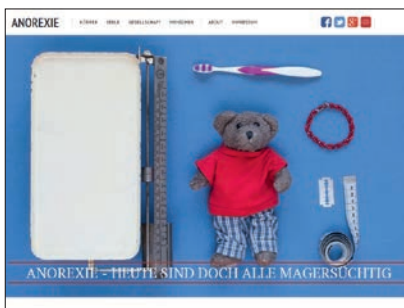
Generell mangelte es in diesem Jahr ein wenig an wirklich herausragenden Beispielen für die kleine, private Initiative, für die persönliche Form. Als Ausnahme sei hier „Shore, Stein, Papier“ genannt, eine Reihe bei YouTube, in der ein ehemaliger Drogenabhängiger aus Hannover in mittlerweile über 300 Folgen seine Lebensgeschichte erzählt. Ein starker, eloquenter Protagonist, zurückhaltend und beeindruckend in Szene gesetzt, führt einen mitten hinein in eine Welt, die man sonst nur von außen kennt; das hat die Kommission überzeugt. Aus dem Bereich persönlicher Blogs hingegen gab es zwar viele sympathische, auch gut gemachte Einreichungen, aber kaum solche, bei denen wir das Potenzial gesehen haben, den Bannkreis ihrer jeweiligen Nischen zu verlassen.

Doch trotz dieser Liste von Desideraten, die wir als Anregung für den nächsten Jahrgang verstanden wissen möchten, war das Feld in diesem Jahr spannend und bewegte sich fast durchweg auf einem sehr hohen Niveau. Und es macht Freude dabei zu sein, wenn sich unter den vielen wirklich guten Angeboten, die der Kommission zur Sichtung vorgelegt werden, schließlich im Prozess der Plädoyers und Diskussionen eine Gruppe von Angeboten herauschält, die noch ein bisschen besser sind und die oft zugleich exemplarisch für den Stand der Kunst, für die aktuelle kulturelle Leistung einer ganzen Branche stehen.

Die Nominierungskommission zum Grimme Online Award 2015 (v.l.):

Marc Hippler (RP Online),
 Darja Lena Martens („Blinde Kuh“),
 Brigitte Baetz (freie Medienjournalistin),
 Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer (h_da Hochschule Darmstadt),
 Esther Meier (razorfish),
 Friederike Sobiech (Redakteurin und Designerin),
 Sebastian Brauns (Journalist)

INFORMATION



Anorexie – Heute sind doch alle magersüchtig

„Schlankheitswahn“ oder „Magersucht“ – oft wird in der Berichterstattung kein Unterschied zwischen den Begriffen gemacht. Dem möchte Nora Burgard-Arp mit ihrem Angebot „Anorexie – Heute sind doch alle magersüchtig“ entgegen steuern. Mit wissenschaftlich fundierten Artikeln wird hier nach und nach ein Informationsportal aufgebaut, das sich allen Aspekten verschiedener Essstörungen widmet. Experimente mit unterschiedlichen Formaten, wie zum Beispiel Chat-Interviews, bringen die Krankheit ebenso eindrücklich nahe wie die Fotoserien.

Internetadresse: www.anorexie-heute.de

Redaktion: Nora Burgard-Arp **Gestaltung:** Dennis Schröder **Fotografie:** Nina Gschlöbl, Lucia Tollens



Apropos Kosovo

Zwölf junge Journalisten aus der Zeitenspiegel-Reportageschule in Reutlingen haben sich auf den Weg in den Kosovo begeben und ein Puzzle aus zwölf Geschichten zusammengetragen, die sich im Online-Magazin „Apropos Kosovo“ zu einem großen Bild vom jüngsten Staat Europas zusammenfügen. Es erzählt etwa von der Arbeit einer mutigen Fernsehmoderatorin, die Skandale aus Politik und Wirtschaft aufdeckt, von der Hochzeit eines jungen Paares zwischen Tradition und Moderne oder von Studierenden, die mit Protesten ihren Rektor davon jagten.

Internetadresse: www.reporterreisen.com/apropos-kosovo

Anbieter: Zeitenspiegel-Reportageschule (vertreten durch Ulrich Bausch) **Konzeption, redaktionelle Betreuung:** Dominik Baur
Redaktion: Philipp Maußhardt, Erdmann Wingert **Gestaltung:** Tanja Hoffmann **Autoren:** Alessandro Alviani, Christoph Dörner, Andres Eberhard, Konstanze Faßbinder, Ralf Keinath, Lorena Killmann, Katharina Müller-Güldemeister, Marius Münstermann, Christina Schmidt, Jasmin Siebert, Martin Theis, Carolina Torres **Fotografie:** Uli Reinhardt **Organisation:** Stefan Junger

Checkpoint

Newsletter? Das war einmal. Oder? Der Tagesspiegel beweist mit seinem von Chefredakteur Lorenz Maroldt verfassten täglichen Newsletter, dass sich dieses Medium auch in Zeiten sozialer Medien mit Leben füllen lässt. Maroldt kommentiert süffig die Berliner Politik, legt sich mit Mächtigen an, gibt Tipps zum Tage und hält über aktuelle Entwicklungen in Berlin auf dem Laufenden. Mehr als 80.000 Abonnenten – nicht nur in Berlin – beweisen, dass dieser persönliche Newsletter einen Nerv trifft.

Internetadresse: checkpoint.tagesspiegel.de (Anmeldung zum Newsletter)

Anbieter: Verlag der Tagesspiegel GmbH **Gesamtverantwortung:** Lorenz Maroldt **Mitarbeit:** Stefanie Golla



Jeder Sechste ein Flüchtling

In Meßstetten in Baden-Württemberg gibt es 5.000 Einwohner und 1.000 Flüchtlinge. Seit Oktober 2014 wird dort eine ehemalige Kaserne als Erstaufnahmestelle genutzt. Die multimediale Langzeitreportage „Jeder Sechste ein Flüchtling“ von zwei Autorinnen des SWR begleitet detailliert den Prozess der Aufnahme, verdeutlicht die Sichtweisen von Flüchtlingen, Einheimischen und Politik und dokumentiert den intensiven Dialog und das Zusammenleben. Dies noch bis Ende 2016, bis die Erstaufnahmestelle wieder geschlossen werden soll.

Internetadresse: x.swr.de/s/jedersechste

Anbieter: SWR **Idee, Konzeption Umsetzung:** Sandra Müller, Katharina Thoms **Redaktion:** Thomas Hagenauer, Sandra Müller, Katharina Thoms **Grafik:** Rebekka de Buhr **Projektleitung:** Thomas Hagenauer **Konzeptionelle Beratung:** Katja Beck



MH17 – Die Suche nach der Wahrheit

Knapp dreihundert Menschen starben beim Absturz des Flugs MH17 über der Ostukraine. War es ein Kriegsverbrechen, das hätte verhindert werden können? Die Webreportage „MH17“ des Recherchebüros CORRECT!V begibt sich auf die Suche nach der Wahrheit. Ergebnis der monatelangen Vor-Ort-Recherche ist eine packend erzählte Geschichte, die geolokalisierte O-Töne, kurze Videosequenzen, Karten und Grafiken sowie einen umfangreichen Text zu einem schlüssigen Ganzen vereint und die von anderen frei verwendet werden darf.

Internetadresse: mh17.correctiv.org

Anbieter: CORRECT!V – Recherchen für die Gesellschaft **Autoren, Recherche:** Marcus Bensmann, David Crawford **Verantwortlich:** David Schraven **Textchef:** Ariel Hauptmeier **Redaktion:** Julia Brötz, Daniel Drepper, Jonathan Sachse, Benedict Wermter **Artdirection:** Thorsten Franke (mediaPolis)



NOMINIERUNGEN



neukoellner.net

Kleine und große Geschichten aus dem achten Berliner Bezirk: Ein ehrenamtliches Team aus Neuköllner Kreativen sammelt sie für die Online-Zeitung „neukoellner.net“. Getreu dem Motto „Einmal Neuköllner, immer Neuköllner“ lässt neukoellner.net den Lokaljournalismus aufleben und erzählt ihn im Internet neu. So gibt es Stadtspaziergänge und Restauranttests genauso wie Berichte aus dem Obdachlosencafé oder von der Bürgermeisterwahl. Dabei experimentiert das Team mit verschiedenen Formaten und Reihen.

Internetadresse: www.neukoellner.net

Anbieter: NKNET Neukoellner Verlag UG (haftungsbeschränkt) **Chefredaktion:** Regina Lechner, Sabrina Markutzky **Idee, Geschäftsführung:** Max Büch **Redaktion:** Max Büch, Fabian Friedmann, Karolin Korthase, Regina Lechner, Sabrina Markutzky, Björn Müller, Dominik Sindern, Patrick Schirmer-Sastre, Cara Wuchold **Artdirection:** Katrin Friedmann **Assistenz Artdirection:** Vanessa Janeta **Social Media:** Sabrina Markutzky, Dominik Sindern **Technische Betreuung:** Esther Borowski **Autoren:** Anna Blattner, Max Büch, Christopher von Frankenberg, Florence Freitag, Fabian Friedmann, Katrin Friedmann, Philipp Fritz, Anke Hohmeister, Karolin Korthase, Regina Lechner, Torben Lehning, Sabrina Markutzky, Björn Müller, Katharina Pencz, Patrick Schirmer-Sastre, Dominik Sindern, Cara Wuchold



Substanz

Mit dem Anspruch, Laien nicht zu überfordern und Experten nicht zu beleidigen, ist „Substanz“ angetreten, Wissenschaft anders zu präsentieren. Meist in Langform und mit vielen Fotos, Skizzen oder Videos wird über Natur-, Geistes- oder Gesellschaftswissenschaften berichtet. 2014 aus einer Crowdfunding-Kampagne hervorgegangen wird das konsequent webspezifische Magazin jetzt über ein Abo-Modell finanziert. Alle 14 Tage gibt es eine intensiv recherchierte, große Geschichte, dazwischen experimentiert die Redaktion mit Formen und Formaten.

Internetadresse: www.substanzmagazin.de

Anbieter: Fail Better Media GmbH **Gründer Chefredaktion:** Georg Dahm, Denis Dilba **Gestaltung:** Malte Knaack, Judith Mohr, Ole Schleaf, Ingo Wöhle **Programmierung:** Torben Ratzlaff, Stefan Wimmer, Jan Winterfeld



Wer darf leben?

Die Pränataldiagnostik wirft Fragen auf, die werdende Eltern in Konflikte stürzen und selbst stabile Beziehungen ins Wanken bringen können: Ein womöglich behindertes Kind auf die Welt bringen oder abtreiben? Die ebenso aufwändig wie einfühlsam gestaltete Webreportage „Wer darf leben?“ von ZEIT ONLINE spürt dieser existentiellen Situation mit persönlichen Geschichten und Sachinformationen in Wort, Bild und Ton nach. Als Besonderheit ist das Special über dieses schwierige Thema komplett in leichter Sprache übersetzt.

Internetadresse: zeit.de/werdarleben

Anbieter: ZEIT ONLINE **Idee:** Dagny Lüdemann **Autoren:** Dagny Lüdemann, Alina Schadwinkel, Sven Stockrahm **Redaktionelle Koordination:** Dagny Lüdemann, Fabian Mohr **Infografik:** Paul Blickle, Lisa Charlotte Rost, Alina Schadwinkel, Ela Strickert **Video:** Fabian Mohr, Janine Stengel **Fotografie:** Janine Stengel **Textchefin:** Meike Dülffer **Übersetzung in leichte Sprache:** Anne Leichtfuß



PANTONE
1925



Erfrischt von Pantone 1925

Gefunden auf www.setpoint-medien.de



WISSEN & BILDUNG



Auferstanden als Ruine

Fünf Jahre nach dem verheerenden Erdbeben im Januar 2010 in Haiti, das ein zerstörtes Land mit 250.000 Toten und 1,5 Millionen Obdachlosen hinterlassen hat, zieht die Webreportage „Auferstanden als Ruine“ Bilanz: Sie fragt danach, wem die Wiederaufbau-Mittel tatsächlich zu Gute kamen und wer Gewinner und Verlierer sind. In Bild, Text, Film und Ton wird den offiziellen Regierungsverlautbarungen ein differenziertes Bild entgegengesetzt. Zu Wort kommen Helfer, die UNO, Opfer, Politiker, Intellektuelle und Priester.

Internetadresse: www.weko-media.de/haiti2014

Konzept: Tobias Hindemitt, Florian Kopp, Sandra Weiss **Autorin:** Sandra Weiss **Fotografie:** Florian Kopp **Kamera:** Florian Kopp
Schnitt: Frauke Huber, Uwe H. Martin **Audio:** Sandra Weiss **Gestaltung:** Tobias Hindemitt **Schlussredaktion:** Tobias Hindemitt, Nicole Neumann



Floskelwolke

„Geschockt“, „Gesundheitsprävention“ oder „zeitnah“ – Floskeln gehören zum täglichen Nachrichtengeschäft. Das wissen die Nachrichtenredakteure Udo Stiehl und Sebastian Pertsch, die hinter der „Floskelwolke“ stehen. Sie analysieren zweimal täglich die Websites von etwa 2.000 Medien auf derzeit 100 Phrasen und Floskeln in drei Kategorien. Mit der graphischen Aufbereitung als Wolke und in einem Ranking wird der inflationäre Gebrauch von Floskeln in den Redaktionen sichtbar gemacht. Die Begriffe werden in einem Glossar erklärt.

Internetadresse: www.floskelwolke.de

Gesamtverantwortung: Sebastian Pertsch, Udo Stiehl

Mein Vater, ein Werwolf

„Werwölfe“ nannten sich von den Nationalsozialisten rekrutierte Freiwillige, die auch gegen Kollaborateure vorgehen sollten. So war Georg Schnibben, der Vater des Spiegel-Redakteurs Cordt Schnibben, noch in den letzten Kriegstagen an der Erschießung eines sogenannten „Volksverräter“ beteiligt. Mit Zeichnungen im Graphic-Novel-Stil, ergänzt von Videos und Fotos von Original-Akten, rekonstruiert der Autor eindrucksvoll das Geschehen sowie die Verleugnungsstrategien seiner Eltern – und erzählt damit auch eine ganz persönliche Familiengeschichte.

Internetadresse: spiegel.de/werwolf

Anbieter: Spiegel Online **Konzept:** Cordt Schnibben; Jens Kuppi, Jens Radü **Autor:** Cordt Schnibben **Supplements:** Lena Steeg, Sara Weber **Dokumentation:** Andre Geicke **Gestaltung:** Elsa Hundertmark, Hanz Sayami **Illustrationen:** Kat Menschik **Animationen:** Lorenz Kiefer **Programmierung:** Chris Kurt, Michael Niestedt **Film:** Olaf Heuser **Tonschnitt:** Marco Kasang **Bildredaktion:** Thorsten Gerke **Info-Grafiken:** André Stephan, Gernot Matzke **Schlussredaktion:** Lutz Diedrichs, Reimer Nagel **Koordination:** Jule Lutteroth



netwars / out of CTRL

Die interaktive dokumentarische Webserie „netwars / out of CTRL“ erzählt in fünf Episoden vom drohenden Cyberkrieg – und von den Attacken, die bereits passieren. Fiktion wird mit journalistisch recherchierten Fakten kombiniert, die lineare Struktur der moderierten Dokumentation immer wieder von frei ansteuerbaren Elementen mit Hintergrundinformationen in Form von Dossiers oder Experteninterviews unterbrochen. Die Webdoku ist Teil eines umfassenden Crossmedia-Projekts, zu dem auch eine interaktive Graphic-Novel-App gehört.

Internetadresse: netwars-project.com/de/webdoc

Anbieter (WebDoc): filmtank, ZDF/ARTE, Heise **Herausgeber (Graphic-Novel-App):** Bastei Lübbe **Buch (WebDoc):** Michael Grotenhoff (filmtank); Lena Thiele (Miiqo Studios) **Buch Fiktion (WebDoc):** Hendrik Hölzemann, Alexander von Lukowitz (Elephant Film); Lena Thiele (Miiqo Studios) **Autoren (Graphic-Novel-App):** Sean Colemann, Verena Klinke **Creative Direction (WebDoc):** Lena Thiele (Miiqo Studios) **Artdirection, Gestaltung (WebDoc):** Sebastian Baurmann (Miiqo Studios) **Creative Direction, Art (Graphic-Novel-App):** Felix Mertikat **Redaktion (WebDoc):** Sabine Bubeck-Paaz (ZDF/ARTE); Kay Meseberg (ARTE Future) **Technische Leitung (WebDoc):** Timo Langpeter, Nico Zimmermann **Executive Production:** Michael Grotenhoff, Saskia Kress (filmtank)

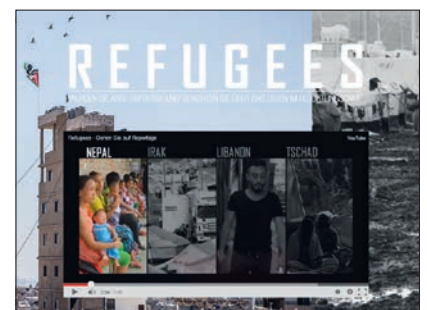


Refugees – 4 Monate, 4 Camps

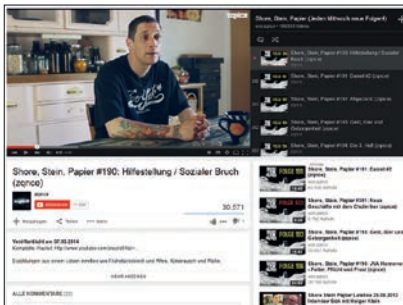
Vier Monate, vier Länder, vier Flüchtlingscamps und sechzehn Künstler: Von September bis Dezember 2014 hat ARTE das Leben in den Camps per Film, Foto, Text oder Zeichnungen aus unterschiedlichen Perspektiven und mit verschiedenen medialen Zugängen dokumentiert. Entstanden ist die eindrucksvolle Web-Reportage „Refugees“, die den Nutzern zudem die Möglichkeit gibt, sich selbst in die Rolle des Reporters zu begeben und aus dem vorhandenen Material eine eigene Multimedia-Story zu kreieren.

Internetadresse: refugees.arte.tv/de

Anbieter: ARTE **Hauptabteilungsleitung:** Marco Nassivera **Co-Autor des Konzepts:** Régis Wargnier **Redaktionsleitung:** Philippe Brachet, Uwe Lothar Müller **Projektmanagement:** Donatien Huet, Laure Siegel **Video:** François Reinhardt, Alexandre Rossignol **Ton:** Sébastien Guisset **Schnitt:** Hélène Giummelly, Ludovic Mingot, Florence Touly, Anne Rigolet **Mischung:** Marc Gigoux **Fotografie:** Christina Malkoun, Martin Middlebrook, Reza, Laurent Van der Stockt **Zeichnungen:** Damien Glez, Didier Kassaï, Reinhard Kleist, Nicolas Wild **Autoren:** Fatou Diome, Laurent Gaudé, Atik Rahimi, Uwe Timm **Regie:** Claire Denis, Agnès Merlet, Pierre Schoeller, Régis Wargnier **Übersetzungen:** Eclair Group, Studio 7, Christine Amtmann, Ritu Bhanot, Puri Govind, Jochen Metzger **Produktionsleitung:** Anne-Florence Garnier



NOMINIERUNGEN



Shore, Stein, Papier

In der Drogenszene ist Shore ein Synonym für Heroin. Mittlerweile in der fünften Staffel liefert der YouTube-Channel „zqnce“ jeden Mittwoch zwei bis drei neue Folge der Reihe „Shore, Stein, Papier“, in der Ex-Junkie „Sick“ mit Kaffee und Kippe am Küchentisch Episoden aus seinem Leben als Süchtiger erzählt. Und das sehr direkt und ehrlich. Das Angebot liefert fernab der üblichen Webvideo-Formate einen authentischen Protagonisten in einem ungekünstelten Setting und wirkt so ohne erhobenen Zeigefinger abschreckend.

Internetadresse: www.shore-stein-papier.de

Anbieter: zqnce **Idee, Konzept:** Ramon Diehl **Redaktion:** Paul Lücke **Produktion:** Ramon Diehl, Benjamin Staffe, Andreas Szczurowski
Protagonist: Sick



Trauern verboten

Im Juni 1989 kam es am Tiananmen-Platz in Peking zu studentischen Protesten, die von der chinesischen Regierung brutal niedergeschlagen wurden. In China ist das Erinnern an dieses Ereignis verboten, es wird aus dem kollektiven Gedächtnis verbannt. Zum 25. Jahrestag erinnert die Süddeutsche Zeitung unter dem Titel „Trauern verboten“ nachdrücklich an die Hintergründe und die Folgen des Massakers – und eliminiert alle Begriffe aus dem Text, die in China zensiert werden. Ergänzt wird der Text von Video-Ausschnitten des ARD-Studios Peking.

Internetadresse: sz.de/tiananmen

Anbieter: SZ Online **Redaktion, Konzeption:** Fabian Heckenberger, Thomas Salter **Autoren:** Christoph Giesen, Kai Strittmatter
Video: Christine Adelhardt, Chen Lu, Ivonne Wagner **Kamera:** Ronald Schütze **Ton:** Kristian Baum **Schnitt:** Iannis Kase, Rouven Schröder
Programmierung: Sascha Goldhofer, Sonja Kowarschick, Steffen Kühne, Maximilian Salcher **Gestaltung:** Astrid Müller
Projektmanagement: Martina Schories

KULTUR & UNTERHALTUNG

Die MausApp

Die Lach- und Sachgeschichten der Maus, die Kinder begeistert im TV sehen, finden im Web ihre Fortsetzung. „Die MausApp“ vom WDR ist der Schlüssel dazu: Sie macht die letzten zwei Sendungen verfügbar, bietet zahlreiche Spiele sowie ausgewählte Lach- und Sachgeschichten – in einer umfangreichen Onlineversion und einer abgespeckten Offline-Version. Und weil sie kinderleicht zu bedienen ist, ruft die junge Zielgruppe: „Selber, selber!“ Eltern können das erlauben, denn dieser Surfraum ist geschützt.

Internetadresse: www.wdrmaus.de/mausapp

Anbieter: WDR **Redaktion, Konzept:** Matthias Körnich **Projektleitung:** Oliver Schwarz **Konzept, Gestaltung:** Daniel Barthelme, Andreas Feischen, Christian Hecker (Machbar GmbH) **Programmierung:** Sebastian Biermer, Stephan Göbel (Machbar GmbH) **Sounddesign:** Steffen Pfauth (Tonstudio Soundvision) **Animationen:** Felix Herzog (Trickstudio Lutterbeck) **Distribution:** Michael Heppe (Machbar GmbH); Hans Peter Reykers **Projektbegleitung:** Oliver Theelen (WDR mediagroup GmbH)



Digital „Monet und die Geburt des Impressionismus“

Im Museum möchte man Kunstwerke ansehen, keine langen Erläuterungen lesen. Deshalb hat das Städel Museum zur Schau „Monet und die Geburt des Impressionismus“ ein „Digital“ entwickelt, das die Vorbereitung auf den Museumsbesuch ermöglicht. An Werken von Claude Monet wird die Geschichte des Impressionismus erläutert, ausklappbare Texte erlauben es, weiter in die Tiefe zu gehen und Bildausschnitte lenken die Aufmerksamkeit auf Details. Zitate von Zeitgenossen sowie der spielerische Umgang mit Bildformaten lockern das Angebot auf.

Internetadresse: monet.staedelmuseum.de

Anbieter: Städel Museum **Idee, Konzeption, Redaktion:** Chantal Eschenfelder, Silke Janßen, Antje Lindner, Jakob Schwerdtfeger **Gestaltung, technische Umsetzung:** Dominic Bäuerle, Alexander Philipp, Sabrina Rether, Lisa von Schönfeldt, Kathleen Sterzel (Scholz & Volkmer)

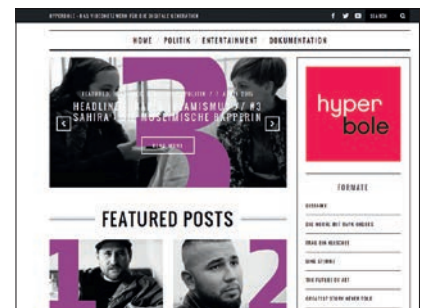


Hyperbole TV

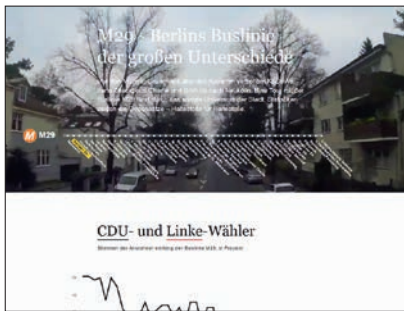
Abseits des Mainstreams verbindet „Hyperbole TV“ gesellschaftlich relevante Themen mit Unterhaltung und Witz und schafft so einen außergewöhnlichen YouTube-Kanal mit großer Vielfalt. Gestartet als Teil eines Forschungsprojektes der Leuphana Universität Lüneburg hat der Kanal eine stetig wachsende Community. Ernste Themen wie posttraumatische Belastungsstörungen haben hier genauso ihren Platz wie die Kommentiershow „Dislike“ zu Netz-Kommentaren oder „Frag ein Klischee“, das Vorurteile wortwörtlich in Frage stellt.

Internetadresse: www.hyperbole.de

Anbieter: Hyperbole TV, Innovations-Inkubator der Leuphana Universität Lüneburg in Kooperation mit Styleheads GmbH **Verantwortlich:** Bastian Asdonk **Redaktion:** Alisa Ehler, Tobias Goltz, Vanessa Schneider **Autor:** Benjamin Kahlmeyer **Produktion:** Tim Förster, Philip Glauner, Benjamin Kahlmeyer, Sara Mohaupt, Niklas Olscha, Patricia Sack, Moritz Stumm



NOMINIERUNGEN

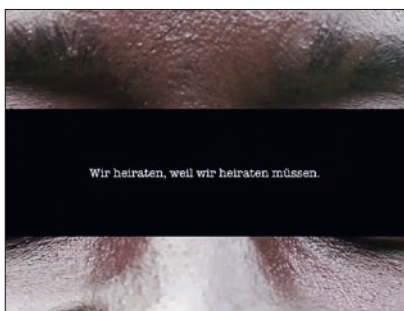


M29 – Berlins Buslinie der großen Unterschiede

Man muss sich nur in den Bus setzen, um ein Berlin der großen Unterschiede zu erleben. Oder besser noch: in das Webspecial „M29“ der Berliner Morgenpost eintauchen, um entlang der gleichnamigen Buslinie quer durch Berlin zu erfahren, wie sehr sich die Lebensverhältnisse von Station zu Station ändern können. Ob Wahlverhalten, Bildung oder Migrationshintergrund: Mit vielen grafisch aufbereiteten Statistiken, ergänzt von Video- und Audioreportagen, wird ein differenziertes Bild des sozialen Lebensspektrums gezeichnet.

Internetadresse: www.morgenpost.de/m29

Anbieter: Berliner Morgenpost **Redaktion:** André Pätzold, Theresa Rentsch, Julius Tröger **Video:** Max Boenke **Programmierung:** Moritz Klack
Gestaltung: David Wendler



Mamour, mon amour

Die Geschichte einer Liebe. Oder einer Ehe? Die Schweizerin Lena und der Senegalese Mamour, der ohne Papiere in der Schweiz lebt, heiraten – und Dominik Galliker ist für seine Multimediareportage „Mamour, mon amour“ dabei. Die kurzen, einfühlsamen Texte beschreiben den Tag der Hochzeit sowie die Geschichte der Beziehung, die Unsicherheit Lenas und das Drängen Mamours, damit sie gemeinsam ein angstfreies Leben führen können. Videos der Protagonisten und der Hochzeitsgäste und Schwarz-Weiß-Fotos vervollständigen das Stimmungsbild.

Internetadresse: mamour.ch

Anbieter: BZ Berner Zeitung **Idee, Konzept, Umsetzung:** Dominik Galliker **Fotos, Videos:** Enrique Muñoz García **Programmierung:** Daniel Barben



Onkel Willi

Mit Zottelbart, Mandoline und Mütze bot „Onkel Willi“ alias Klaus Reinhardt jeden Mittwoch und Samstag seine One-Man-Show als musikalischer Tausendsassa am Münsteraner Rathaus dar. Die multimediale Dokumentation, die parallel zu Reportagen im WDR-Fernsehen entsteht, erzählt Geschichten aus seinem facettenreichen Leben als Arztsohn, Aussteiger und Straßenmusiker. Onkel Willi beschäftigt sich aber auch mit seinem Tod und spricht über das Ende seiner fünfzigjährigen Karriere als Straßenmusiker.

Internetadresse: reportage.wdr.de/onkel-willi

Anbieter: WDR **Autor:** Christian Dassel (Klarologo) **Kamera:** Markus Dassel, Mario Iser (Klarologo) **Ton:** Marco Gummersbach, Viola Hellmann, Ralf Pein (Klarologo) **Redaktion:** Verena Egbringhoff, Andrea Steinsträter



Polar Sea 360°

Eine Reise auf der legendären Nordwestpassage zwischen Nordpol und Kanada ist kein alltägliches Ereignis. Die Video-Webdokumentation „Polar Sea 360°“ von ARTE nimmt den Nutzer mit in die Arktis – in der Rundumsicht. Mithilfe der 360°-Technologie kann der Nutzer dorthin blicken, wo er gerade möchte, das sich rasant ändernde Leben der Inuit vor Ort selbst erkunden und Wissenschaftler bei ihrer Forschungsarbeit begleiten. So werden die Auswirkungen des Klimawandels auch für Daheimgebliebene unmittelbar erfahrbar.

Internetadresse: polarsea360.arte.tv/de

Anbieter: ARTE in Zusammenarbeit mit TVO, Bell Fund, Deep Inc., Primitive Entertainment, Ryerson University, Knowledge Network
Regie: Thomas Wallner (Deep Inc.); Stephanie Weimar **Producer:** Irene Vandertop (Deep Inc.) **Redaktion:** Wolfgang Bergmann, Christian Cools, Marita Hübinger, Kay Meseberg **Technische Umsetzung:** Deep Inc.

SPEZIAL

Alexander Gerst

Unser Mann im All! Von Mai bis November 2014 war Alexander Gerst bei der Mission „Blue Dot“ auf der Raumstation ISS. Mit seinen über Twitter, Facebook, Google+ oder Flickr verbreiteten Fotos und Berichten aus dem All konnten alle Nutzer an der Mission teilhaben und Raumfahrt besser verstehen. Alexander Gersts Blick auf die Erde hat in hoher fotografischer Qualität und mit sehr persönlichen, oft unterhaltsam und anrührend geschriebenen Worten aber auch immer wieder auf die Verletzbarkeit unseres Planeten hingewiesen.

Internetadresse: twitter.com/astro_alex



Anbieter: Europäische Weltraumorganisation ESA **Autor, Fotografie:** Alexander Gerst **Redaktion:** Maria Bennett, Jules Grandsire, Julien Harrod, Andreas Schepers **Mitarbeit:** Melanie Cowan, Jocelyne Landeau-Constantin, Erica Rolfe, Rosita Suenson, Marco Trovatiello, Carl Walker, Barbara Weimer, Bernhard von Weyhe

CORRECT!V – Recherchen für die Gesellschaft

Ist CORRECT!V eine mögliche Antwort auf die Medienkrise? Es will investigativen Journalismus für jeden Verlag und für jeden Sender in Deutschland erschwinglich und zugänglich machen, indem es seine Recherchen kostenlos zur Verfügung stellt. Das ist möglich, weil sich das gemeinnützige Recherchebüro vor allem durch Zuwendungen von Stiftungen und Spenden von Bürgern finanziert. Zudem initiiert CORRECT!V ein Bildungsprogramm, um die Methoden des aufklärenden Journalismus an möglichst viele Menschen weiterzugeben.

Internetadresse: www.correctiv.org



Anbieter: CORRECT!V – Recherchen für die Gesellschaft **Idee:** David Schraven **Geschäftsführung:** Christian Humborg, David Schraven **Redaktion:** Cecilia Anesi, Marcus Bensmann, Margherita Bettoni, Florian Bickmeyer, Julia Brötz, David Crawford, Justus von Daniels, Daniel Drepper, Ariel Hauptmeier, Filias Heidt, Uli Hermens, Simon Jockers, Philip Jocks, Annika Joeres, Brian Kiel, Ivo Mayr, Marta Orosz, Tania Röttger, Giulio Rubino, Jonathan Sachse, Bastian Schlange, David Schraven, Stefan Wehrmeyer, Benedict Wermter **Artidirection:** Thorsten Franke (mediaPolis)

FragDenStaat.de

Nach dem Informationsfreiheitsgesetz (IFG) haben alle Menschen das Recht, Zugang zu Informationen und Dokumenten von Behörden zu erhalten. „FragDenStaat.de“ hilft dabei, dieses Recht wahrzunehmen und Anfragen zu stellen. Diese sind anschließend abrufbar und werden mit den zugehörigen Antworten online zur Verfügung gestellt. Das sorgt für nachvollziehbare Abläufe und mehr Informationen für alle. Bürgerinnen und Bürger werden so kompetenter, der „wissende“ Staat etwas transparenter.

Internetadresse: www.fragdenstaat.de



Anbieter: Open Knowledge Foundation Deutschland e.V. (OKF) **Gründer, BDFL:** Stefan Wehrmeyer **Projektleiter:** Arne Semsrott **Ehrenamtliche Mitarbeit:** Christopher Bohlens, Carolin Glandorf, Michael Hörz, Martin Koll, Maria Reimer, Friedrich Schumann, Aylin Ünäl

KLICKSAFE PREIS FÜR SICHERHEIT IM INTERNET



PIF! Projekttag für Internetfrischlinge

Ziel des PIF! - Projekts ist die Vermittlung von Medienkompetenz für (Schul-)Kinder im Alter von acht bis elf Jahren. In Gruppen durchlaufen diese während des Projekttagess drei Lernstationen, bei denen auch die Lehrkräfte aktiv werden, erarbeiten Verhaltensregeln und überprüfen diese anschließend nochmals.

Anbieter: Blickwechsel e.V.



„Me, my Selfie and I – Zeig mir, wer du wirklich bist!“

Zwölf Schülerinnen haben sich in dem Projekt ein halbes Jahr lang inhaltlich mit der Bedeutung des Selfies für die Selbstdarstellung im Alltag auseinandergesetzt, den respektvollen Umgang miteinander geprobt und sich gleichzeitig medienkompetenter gemacht. Eine Ausstellung präsentierte die entstandenen Kunstwerke einem breiteren Publikum.

Anbieter: Kunstzentrum HALLE 14



„Gefällt mir“ und „log in“

Die interaktiven Theaterstücke von PlayBack sind in ein pädagogisches Gesamtkonzept für Jugendliche, Eltern und Pädagogen eingebunden. Sie befassen sich mit den aktuellen Phänomenen Cybermobbing und Sexting. Die Theaterstücke fungieren jeweils als Anfangsimpuls – im Anschluss folgt ein von den Schauspielern geleitetes Publikumsgespräch. Der Elternabend gewährt Einblicke in jugendliche Lebenswelten und fördert zudem den Austausch der Eltern untereinander.

Anbieter: PlayBack Berlin e.V.

SELFIE-MANIA, DIGITALE SELBSTDARSTELLUNG UND IHRE FOLGEN

Smartphones und Selfies: Das gehört für viele Jugendliche einfach zusammen. Schnell und ohne Umwege werden die Bilder und Filme dann über soziale Netzwerke und Messenger-Apps verbreitet – das mobile Internet macht's möglich. Doch manchmal hat die schnelle Verbreitung für die oft jungen „Selbst-Darsteller“ auch unangenehme Folgen. Vor allem sogenannte Sexy Selfies können, wenn sie in die falschen Hände kommen, bestens genutzt werden, um sich über die Absender lustig zu machen und sie zu beleidigen. Sie dienen so mitunter geradezu als eine Einladung zum Cybermobbing. Doch beim Posten machen sich viele Jugendliche darüber keine Gedanken: „Bisher ist doch immer alles gut gegangen ...“

Was sind meine Grenzen im Netz? Was poste ich? Und was sollte privat bleiben? Das sind zentrale Fragen für jeden, der das Internet nutzt. Ein verantwortungsvoller Umgang mit den Medien, dafür macht sich die EU-Initiative klicksafe stark. In Deutschland ruft sie u.a. zum jährlich stattfindenden internationalen Safer Internet Day auf. Und seit 2006 vergibt sie den „klicksafe Preis für Sicherheit im Internet“. Angesichts der Omnipräsenz der Smartphones im Alltag der Jugendlichen steht die Preisverleihung dieses Jahr unter dem Schwerpunktthema „Selfie-Mania – Digitale Selbstdarstellung als medienpädagogische Herausforderung und Chance“. Nominiert sind 2015 Web-Angebote und Projekte, die das Thema „Digitale Selbst- und Fremd-

darstellung“ aufgreifen und dabei die „digitale Verantwortung“ eines jeden Einzelnen fördern. Denn natürlich bieten die Handykameras und Bildbearbeitungs-Apps auch ein großes kreatives Potential für die medienpädagogische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen. Vergeben wird der klicksafe Preis wieder im Rahmen der Preisverleihung des Grimme Online Award.

Getragen wird die EU-Initiative klicksafe von den Landesmedienanstalten aus Nordrhein-Westfalen (LfM) und Rheinland-Pfalz (LMK). Mit ihren Eltern- und Unterrichtsmaterialien sowie Schulungsprogrammen wendet sie sich an Eltern, Lehrer und Pädagogen. Neben klicksafe gehören auch die Hotlines internetbeschwerdestelle.de (durchgeführt von eco und FSM) und jugendschutz.net sowie das Kinder- und Jugendtelefon von Nummer gegen Kummer (Helpline) dem Verbund der deutschen Partner im CEF Telecom Programm der Europäischen Union an.

klicksafe Presseaktion mit Schülern in Berlin.

Foto: klicksafe / Thomas Meyer, Ostkreuz



KONTROLLVERLUSTE UND CLUB-KULTUREN

Eine Glaubwürdigkeitskrise der Medien ist in aller Munde. Können Sie das nachvollziehen?

Die Vorwürfe gegen die „Lügenpresse“ und eine vermeintliche Glaubwürdigkeitskrise werden meiner Beobachtung nach von den Medien selbst unnötig hochgekocht: Es wird pauschalisiert und immer wieder behauptet, Journalisten seien in der Gesellschaft plötzlich schlechter angesehen als vorher, was auch mit aktuellen Umfragen zu belegen sei. Bei genauer Betrachtung entbehrt das aber jeglicher Grundlage.

Aber eine größere Geringschätzung ist doch spürbar?

Aber nicht erst seit gestern: Der Beruf des Journalisten nimmt in den Allensbacher Berufsprestige-Umfragen schon seit über 20 Jahren eine vergleichsweise schlechte Stellung ein – weit abgeschlagen hinter Ärzten, Lehrern, Juristen und Professoren. Aber immerhin noch vor Politikern, Gewerkschaftsführern und Bankern. Und es gibt eine medial erzeugte Diffamierungsspirale, die mit Bestsellern wie „Gekaufte Journalisten“ des branchenabtrünnigen ehemaligen FAZ-Journalisten Udo Ulfkotte noch weiter angetrieben wird. Solche Bücher kaufen vor allem Menschen, die ohnehin schon immer wussten, dass die Medien uns alle belügen, uns instrumentalisieren, uns verführen. Provokation wird hier zur reinen Marketing-Methode und die Medien selbst fallen darauf herein.

Ich will damit gar nicht sagen, dass die „Lügenpresse“ eine Erfindung der Medien ist, doch tragen diese erheblich zum eigenen Imageverlust bei, indem sie die Vorwürfe oft genug

wiederholen. Journalisten neigen dazu, auf Einzelphänomene das Vergrößerungsglas zu setzen und suggerieren damit, dass es deutschlandweit zugeht wie in Dresden. Aber Pegida stellt – zum Glück – nach wie vor eine Minderheit in der Bevölkerung dar und ist kein Massenphänomen. Wir haben es so gesehen auch mit einer perfiden Form der selbsterfüllenden Prophezeiung zu tun, die letztlich vor allem Pegida nutzt.

Alles Unfug also?

Die einzige echte Medienverdrossenheit, die ich momentan erkennen kann, hängt schlicht mit der Überforderung der Gesellschaft zusammen, die der Digitalisierung aller Lebensbereiche geschuldet ist. Wir werden von morgens bis abends überschwemmt mit Kommunikation und zugemüllt mit Informationen, die wir kaum noch einzuordnen oder zu bewerten in der Lage sind. Hieraus eine Medienkrise oder gar einen Hass auf Journalisten zu konstruieren, halte ich aber für überzogen – ganz im Gegenteil zeigt es vielmehr, wie unverzichtbar professionelle Journalisten auch in Zukunft sind!

Was sind für Sie aktuelle Positivbeispiele?

Seit einem Jahr gibt es in Deutschland nun COORECTIV, ein gemeinnütziges Redaktionsbüro mit Sitz in Berlin, das sich ausschließlich aus Stiftungsgeldern und Spenden finanziert und hinter dem kein Großverlag oder Rundfunkanbieter steht. COORECTIV hat die Art und Weise revolutioniert, wie investigativer Journalismus in Deutschland gedacht und gemacht werden kann. Die Redaktion experimentiert mit neuen Darstellungsformen wie Graphic Novels und Multimedia-Reportagen,

**und
Medien
Stiftung
NRW**

Grimme Online Award 2015

**Gratulation den
Nominierten und
Preisträgern!**



Dr. phil. Stephan Weichert ist seit 2008 Professor für Journalismus und Kommunikationswissenschaft an der Hochschule Macromedia in Hamburg sowie wissenschaftlicher Leiter des Weiterbildungsstudiengangs Digital Journalism an der Hamburg Media School. Er ist Gründer der Debattenplattform VOCER.org und geschäftsführender Direktor des VOCER Innovation Medialabs. Foto: Weichert

vergift Fellowships für Datenjournalismus und hat innovative Wege gefunden, die Zivilgesellschaft in ihren redaktionellen Aufklärungsauftrag einzubinden, etwa indem sie interessierten Bürgerinnen und Bürgern Workshops zum Thema Auskunftsrechte anbietet. Das Konzept hat aus meiner Sicht echten Vorbildcharakter und ist in Deutschland bisher beispiellos.

Solche Positivbeispiele scheinen noch nicht recht im Bewusstsein der Bevölkerung angekommen zu sein. Stattdessen berichten die Funktionsträger, dass sie sich tagtäglich einer ungeheuren Flut an kritischen E-Mails und Kommentaren ausgesetzt sehen. Das sind Randphänomene für Sie?

Keinesfalls. Es gibt sie ja zweifellos, die geballten Hasstiraden im Netz. Aber neu daran ist, dass sie geballter und entfesselter auftreten als noch vor einigen Jahren. Bemerkbar macht sich das an der Ratlosigkeit und auch dem Unmut in vielen Redaktionen, wie damit umzugehen ist. Mein Kollege Volker Lilienthal von der Uni Hamburg und ich haben gerade im Auftrag der Landesmedienanstalt NRW die Studie „Digitaler Journalismus“ erarbeitet. Sie stellt empirisch fest, dass die Redaktionen noch keinerlei Rezepte gefunden haben, um dem Feedback der Nutzer, in dem sich ja auch viele Perlen finden, Herr zu werden. Weder gibt es Strategien, wie das Potenzial der Vielen genutzt werden kann, noch weiß man mit den Trollen, Wahnsinnigen und Extremisten so recht umzugehen – außer sie aus den Foren auszusperrern. Ein Problem ist meines Erachtens, dass es meistens viel zu wenig redaktionelles Personal zur

qualitativen Bearbeitung von Nutzer-Feedback gibt. So kann sich Kritik oftmals ungestüm entzünden – an der Berichterstattung über die Ukraine-Krise oder den Germanwings-Absturz. Ein weiteres Problem ist, dass sich diese ungezügelter Debattenkultur immer mehr in die sozialen Netzwerke verlagert und sich dadurch der redaktionellen Kontrolle entzieht. Das bedeutet, dass über Beiträge von tagesschau.de oder Spiegel Online nicht nur in redaktionseigenen betreuten Foren, sondern vor allem bei Facebook und vielleicht auch bei Twitter diskutiert wird. Unklar ist aber, wer hier die Verantwortung trägt – die Absender der journalistischen Inhalte oder die Betreiber von Facebook & Co.?

Wir sprechen über Kontrollverluste?

Ich gehe fest davon aus, dass es vielen Redaktionen gelingen wird, ihre Nutzer für eine besonnene Debattenkultur zu qualifizieren. Sie müssen dazu jedoch in den Ausbau des „Audience Engagements“ investieren. Nur wenn sich eine Eigenhygiene in den Kommentarspalten etabliert, entsteht eine Debattenkultur mit demokratischem Mehrwert. Einen weiteren positiven Aspekt sehe ich darin, dass sich journalistische Produkte nur dann gut verkaufen, wenn das Publikum das Gefühl hat, dass es von den Redaktionen auch wirklich wahr- und ernstgenommen wird. Eine Club-Kultur aufzubauen, ist das Gebot der Stunde. Darin liegt meines Erachtens auch der Schlüssel zum Erfolg von Payment-Modellen im Online-Bereich.

Sie glauben an den Medienkonsumenten, der sich nicht mehr jede Wahrheit vorsetzen lässt und hier einfach selbstbewusst auftritt?

Wir erleben ja gerade die Realisierung eines lange gehegten Traums – die digitale Demokratisierung der Medienkonsumenten. Also das, was Bertolt Brecht schon in seiner Radiotheorie idealisiert hat, wird endlich Wirklichkeit – weil der Mediennutzer zum ersten Mal in der Mediengeschichte eine Stimme erhält, die auch wirklich gehört wird. Er kann sich zu jeder Zeit, an jedem Ort und in fast jeder erdenklichen Weise artikulieren. Und das hat es zuvor in dieser radikalisierten Tragweite noch nicht gegeben. Das müssen wir als einen evolutionären Prozess und eine neu gedachte Form der Partizipation verstehen, die vor dem digitalen Zeitalter immer nur indirekt stattgefunden hat.

Auch die Medienmacher können dieses Rad nicht mehr zurückdrehen, selbst wenn sie wollten. Jedenfalls hat das für die meisten Medienschaffenden ganz praktische Konsequenzen: Sie können das schlicht nicht mehr ignorieren, was ihnen da täglich an Meinungen, Kommentaren, Beleidigungen und sonsterlei Botschaften entgegenschwappt – egal welcher Provenienz, egal welcher Qualität. Das, was in den Redaktionen früher geflissentlich ignoriert oder einfach weggelacht wurde, findet heute Eingang in die tägliche Redaktionskonferenz. Ich würde jedoch nicht so weit gehen, wie einige meiner Kollegen von einer neuen fünften Gewalt zu sprechen – schließlich war der emanzipierte Mediennutzer immer schon mitgedacht in seiner Kontrollfunktion. Was dennoch nicht zu leugnen ist: Mit den Digitalmedien entsteht bei vielen Nichtigkeiten der Eindruck, es gebe einen nachhaltigen Verstärkereffekt, gerade was die Äußerung von Kritik betrifft.

Dabei könnte doch vielleicht eine gezielte Nutzereinbindung auch eine Antwort auf die Glaubwürdigkeitskrise sein?

Die gezielte, sprich: Die bedachte und durchdachte Einbringung von Nutzern ist die einzig

wirklich sinnvolle Möglichkeit, um ein Miteinander im Netz auch im Sinne der politischen Willens- und Meinungsbildung zu kultivieren. Sie würde auch der angeblichen Glaubwürdigkeitskrise der Medien entgegenwirken und zu einer funktionierenden Selbstregulierung in den Kommentarspalten führen. In der Praxis sieht das momentan leider anders aus. Dort geht man dazu über, kommentarfreudige oder kontroverse Themen am liebsten auszulagern – Stichwort Exklusion – und sich möglichst wenig darum zu kümmern. Das spart natürlich Ressourcen, ist jedoch der falsche Weg. Richtiger wäre es, beherzter in die Diskussionen einzugreifen, aber auch klar moderierend und strategisch zu wirken, ohne die User auf Teufel komm raus domestizieren zu wollen: Nur so können wir gemeinsam eine konstruktive Kommentarkultur gestalten, von der alle Beteiligten profitieren.

Was sagt Ihre Forschung hierzu?

In unserer Studie „Digitaler Journalismus“ haben wir zu unserer Überraschung festgestellt, dass in den Redaktionen bisher keine systematische Vorgehensweise mit den Nutzern existiert, obwohl das ja sehr naheliegend wäre. Es gibt also weder eine Typologie noch ein redaktionelles Konzept für einen nachhaltigen Umgang mit den Kommentaren der Nutzer. Das bedeutet, dass sich Redakteure bei Spiegel Online, Zeit Online oder bei tageschau.de täglich auf das Phänomen des Nutzerfeedbacks einlassen, ohne diese Vielzahl an Rückmeldungen kategorial einordnen und verwerten zu können. Sie werden also nicht strategisch in die Redaktionsarbeit eingebunden. Ob Nutzerkommentare freigeschaltet werden, wird in der Regel nach juristischen Kriterien entschieden. Aber es gibt darüber hinaus weder genauere Klassifizierungen noch eindeutige Regelwerke. Hierin sehen wir ein immenses Potenzial, das noch ungenutzt ist.

Für das Forschungsprojekt Journalismus unter digitalen Vorzeichen, das die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) beauftragt hat, haben sich Hamburger Journalismusforscher unter der Leitung von Volker Lilienthal und Stephan Weichert zwei Jahre lang den neuen Dynamiken und Ambivalenzen der Digitalisierung und ihren Folgen für den Qualitätsjournalismus gewidmet. Die Ergebnisse sind im Oktober 2014 im Vistas Verlag unter dem Titel „Digitaler Journalismus. Dynamik – Teilhabe – Technik“ erschienen.



BILDBLOG

ALS KRITIKER UND VERTEIDIGER?

Mats Schönauer

So viel Wut habe ich selten erlebt. Als im März, kurz nach dem Absturz der Germanwings-Maschine 4U9525, selbst viele seriöse Medien dazu übergingen, die Schule der verstorbenen Kinder zu belagern, das Gesicht des Co-Piloten zu zeigen und den Pizzabäcker um die Ecke zur Newsquelle zu erheben, wurde es – zu Recht – laut im Netz. Unzählige Leser kritisierten und beschimpften die Medien auf allen Kanälen, empört ob der Dinge, die da gerade im Namen des Journalismus passierten.

Für die meisten Redaktionen dürfte die Heftigkeit des Gegenwinds ebenfalls neu gewesen sein; viele Chefredakteure sahen sich sogar gezwungen, ihre Berichterstattung ausführlich zu rechtfertigen. Auch das hatte ich vorher noch nie erlebt, aber es zeigt, wie wirksam Echtzeit-Medienkritik sein kann. Natürlich führt sie nicht gleich dazu, dass die Journalisten ihre Berichterstattung ändern (die der „Bild“-Zeitung und anderer Medien war im Fall des Germanwings-Absturzes trotz der massiven Kritik in weiten Teilen einfach nur widerlich), aber offensichtlich zumindest dazu, dass sie ihr Verhalten kritisch hinterfragen.

Und allein das ist schon ein Gewinn, denn nur so kann sich überhaupt etwas bewegen. Die Reflexion der eigenen Berichterstattung ist

auch das, was wir erreichen wollen, wenn wir immer und immer wieder auf die gleichen Fehler hinweisen, und dabei hilft es uns, wenn auch von anderen Seiten kritische Stimmen laut werden. Das ist gerade in letzter Zeit durchaus der Fall, bringt uns als Watchblogger bisweilen aber auch in eine seltsame Position – weil wir das Gefühl haben, die Medien nicht mehr nur kritisieren, sondern auch verteidigen zu müssen. Denn es gibt offenkundig immer mehr Menschen, die mit dem Verhalten der Medien höchst unzufrieden sind, dahinter allerdings die abstrusesten Motive vermuten. „Lügenpresse“ hört man jetzt ja wieder häufiger, was – auch wegen der Herkunft des Begriffs aus dem Nazi-Jargon – totaler Blödsinn ist, aber eben auch ein Ausdruck des Misstrauens. Grundsätzlich ist dieses Misstrauen auch nicht schlecht, solange es sich so äußert, dass die Leser nicht gleich alles glauben, was sie vorgesetzt bekommen, sondern Artikel kritisch hinterfragen.

Problematisch wird es aber dann, wenn jede aufgedeckte Falschinformation gleich als Beleg für die große Verschwörung gedeutet wird oder die Medienkritik selbst auf falschen Informationen beruht. Darum sehen wir unsere Aufgabe als Watchblog inzwischen auch darin zu zeigen, dass dieser oder jener Fehler eben



Mats Schönauer (26) arbeitet als freier Medienjournalist und Blogger in Berlin und setzt sich dabei vor allem mit den weniger schönen Seiten des Journalismus auseinander. Er ist Chefredakteur des medienkritischen BILDblogs (das 2005 mit dem Grimme Online Award ausgezeichnet wurde) und Mitgründer des Regenbogenpresse-Watchblogs topfvollgold.

Foto: Schönauer

nicht aus böser Absicht gemacht wurde oder weil irgendeine geheime Macht das so verlangt hat, sondern weil die Journalisten schlicht zu doof oder zu faul waren, vernünftig zu recherchieren.

Wenn wir solche Fehler und Missstände aufschreiben, wenn wir zeigen, dass es bloß Schludrigkeit war und keine bewusste Manipulation, dann ist das für das betroffene Medium in dem Moment zwar nicht schmeichelhafter. Aber es nimmt immerhin den „Lügenpresse“-Schreihälsen den Wind aus den Segeln und trägt auf lange Sicht, auch wenn es paradox klingt, zum Erhalt (oder vielleicht eher: zum Wiederaufbau) der Glaubwürdigkeit der Medien bei.

Ob die Leser einem Medium vertrauen, liegt aber natürlich nicht an uns, sondern vor allem an dem jeweiligen Medium selbst. Dafür müssen Journalisten – aber auch die „neuen“ Meinungsmacher auf YouTube, die mit ihren Videos oft mehr und jüngere Menschen erreichen als die klassischen Medien – in erster Linie zusehen, dass sie keine Unwahrheiten verbreiten und journalistische Grundsätze beachten. Gerade in so hektischen und unübersichtlichen Situationen wie nach einem Flugzeugabsturz oder einem Amoklauf können sie sich und ihren Lesern – und nicht zuletzt den

Betroffenen des Unglücks – zum Beispiel schon einen großen Gefallen tun, indem sie einen Moment lang tief durchatmen, statt gleich der medialen Herde hinterherzujagen. Indem sie ein- oder zwei- oder dreimal überlegen, ob die Information, die sie veröffentlichen wollen, tatsächlich von Bedeutung ist und zum Verständnis des Geschehens beiträgt. Ich glaube, dass es viele Leser gibt, die lieber ein bisschen warten, aber dafür dann gesicherte und relevante Informationen bekommen, statt alle 30 Sekunden mit Wasserstandsmeldungen und Nebensächlichkeiten bombardiert zu werden, die sich drei Minuten später dann doch als unwahr herausstellen.

Wichtig ist aber auch, dass sich Medien dazu durchringen, Fehler einzugestehen und sie transparent zu korrigieren. Ich erlebe es oft, dass sich Leser über ein Medium aufregen, weil es irgendwas falsch gemacht hat, aber dann mit großer Dankbarkeit und Nachsicht reagieren, wenn das Medium sagt: Sorry, unser Fehler, wir überprüfen das nochmal.

Ja, ich weiß, das kostet alles viel Zeit und Arbeit und – was vielleicht am schlimmsten ist – manchmal auch ein bisschen Stolz, aber ich weiß auch, dass sich das alles lohnt, denn man bekommt es in Vertrauen zurückgezahlt. Und das ist, gerade jetzt, ein verdammt hohes Gut.

DER INDIZIENPROZESS DER BEWEGTBILD- VERIFIKATION

Michael Wegener

Als die ersten Eilmeldungen vom Absturz der Germanwings-Maschine über den Nachrichtenticker einliefen, tauchte schon bald ein erstes Foto auf Twitter auf: „Germanwings #4U9525 crash“ heißt es da, und auf dem angehängten Foto ist ein weißes Flugzeug zu sehen, das – kaum zerbrochen – am Boden eines bergigen Gebiets liegt. Das erste Bild vom Absturz? Unsere Tagesschau-Sondersendung lief, sollten wir es zeigen? Minuten später war klar: Nein, Hände weg, das ist ein altes Bild von einem Absturz im Jahre 2007!

Falsche Bilder im Internet, Videos von Anschlägen in Syrien, die eigentlich aus Kabul stammen, Fotos von Kämpfen in der Ukraine, die nicht von heute, sondern bereits Jahre alt sind – Alltag in der Arbeit von ARD-aktuell. Seit 2011 suchen wir im Content Center von ARD-aktuell systematisch im Internet und den sozialen Netzwerken nach Bildern, die unsere Korrespondenten nicht selbst aufnehmen konnten – vom Krieg in Syrien zum Beispiel. Oder die Zuschauer hochgeladen haben, wie vom Sturm über Deutschland oder einem Bergsturz, der eine Eisenbahnstrecke blockiert.

Die sozialen Medien sind dabei eine wichtige Fundgrube für uns geworden: Nach dem Anschlag auf „Charlie Hebdo“ waren unsere Korrespondenten erst nach ein, zwei Stunden vor Ort. Auch die großen Bildnachrichtengagenturen, die uns normalerweise mit Material beliefern, konnten noch nichts zeigen. Die dramatischen Bilder von den Redaktionsmitglie-

dern, die auf das Dach des Gebäudes flüchteten, oder von den Attentätern, die auf der Straße noch einen Polizisten erschießen, wurden alle mit Handykameras gefilmt und dann auf Twitter oder YouTube hochgeladen.

Doch was zeigen diese Bilder wirklich? Sind sie tatsächlich an dem Ort aufgenommen, den sie zeigen sollen? Oder sind sie bereits Jahre alt oder technisch manipuliert worden? Um das festzustellen, durchlaufen solche Videos bei ARD-aktuell einen vierstufigen Verifikationsprozess.

Zunächst versuchen wir, die wichtigsten redaktionellen Fakten zu überprüfen: Wo wurde das Video gedreht und wann wurde es hochgeladen? Wer ist auf den Bildern zu sehen? Durch den Abgleich mit Fotos von vor Ort oder mit Google Streetview lässt sich oft schnell herausfinden, ob der Ort, den das Video zeigen soll, wirklich so aussieht. Ist die typische Bergkette von Homs in Syrien zu erkennen? Sieht der Platz vor der Moschee tatsächlich so aus?

Dann schauen wir uns die Quelle des Videos an: Kennen wir den Urheber schon, hat er schon vorher mal Videos von diesem Ort veröffentlicht? Wenn einer zum Beispiel einen ganz neuen Facebook-Auftritt hat und kaum Freunde, dann macht uns das misstrauisch. Wir versuchen auch, den Urheber des Videos zu kontaktieren, per Skype oder E-Mail, um ihm unsere Fragen stellen zu können.

Der dritte und wichtigste Schritt beim Verifizie-



Michael Wegener ist seit 2011 Leiter des Content Centers von ARD-aktuell. Zwischen 2000 und 2005 war er Chef vom Dienst des europäischen Nachrichtebilder-Austausches der EBU (Eurovision) in Genf und New York. Zuvor arbeitete er als TV-Reporter und CvD beim Ostdeutschen Rundfunk Brandenburg.

Foto: Wegener

ren eines Videos sind aber unsere Experten vor Ort, die eine Region gut kennen oder zum Beispiel sagen können, ob ein Video syrische oder russische Panzer zeigt. Sie helfen uns, Sprachen zu übersetzen, die wir nicht verstehen. Was wird da auf dem Video gerufen? Sie kennen vielleicht eine Stadt, aus der ein Video stammen soll, und sagen dann gleich: „Nein, das ist nicht Homs, sondern Aleppo.“ Wir arbeiten natürlich mit unseren Auslandstudios zusammen, weil sie die Region viel besser kennen als wir, aber auch mit anderen vertrauenswürdigen Institutionen, die sich gut vor Ort auskennen. Je besser unsere Experten sind, desto besser werden unsere Verifikations-Ergebnisse sein.

Danach vergleichen wir unsere Informationen. Und zum Schluss kann sich auch noch eine technische Verifikation anschließen, um zu sehen, ob das Video technisch verändert wurde oder zum Beispiel Metadaten geändert wurden. Dies alles ähnelt einem Indizienprozess: Wir sammeln Hinweise, ob das Material entweder echt ist oder ob es manipuliert wurde. So war das auch beim bereits erwähnten Twitter-Foto von der abgestürzten Germanwings-Maschine. Wir waren schon misstrauisch, als wir so kurz nach den ersten Meldungen Fotos fanden, die angeblich den Absturzort zeigen sollten: Wie sollte dort jemand so kurz nach dem Absturz Fotos gemacht haben können? Das Gebiet schien doch schwer zugänglich. Wir haben das Bild dann in ein Bil-

der-Programm hochgeladen, und das Ergebnis zeigte: Das gleiche Bild war schon einmal vor acht Jahren hochgeladen worden, und zeigte einen Flugzeugabsturz in der Türkei. Alle anderen Verifikationsschritte konnten wir uns da bereits sparen, die Indizienlage gegen das Bild war erdrückend und wir haben es nicht gesendet.

Leider ist das kein Einzelfall: Im syrischen Bürgerkrieg oder in der Ukraine arbeiten viele Menschen, die vor Ort Videomaterial hochladen, meist nicht nach journalistischen Kriterien. Sie wollen ein für sie wichtiges Ereignis zeigen, sie sind oft emotional aufgewühlt und wollen das ihnen zugefügte Unrecht dokumentieren. Sie wollen eine bestimmte Sichtweise darstellen, und benutzen dann zum Beispiel Videos, die in Wirklichkeit ein paar Jahre alt sind. Unsere Aufgabe ist es, dieses Material gründlich zu verifizieren und erst dann zu senden, wenn wir es für authentisch halten.

Das Material aus den sozialen Medien hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen, und damit gibt es auch immer mehr Videos, bei denen wir unsere Zweifel haben. Umso wichtiger ist, dass wir einen systematischen Verifikationsprozess entwickelt haben und immer mehr Erfahrungen im Umgang mit diesen Videos sammeln. Wir versuchen, diesen Verifikationsprozess noch weiter zu optimieren, da sich auch die technischen Möglichkeiten Videos zu manipulieren, erweitert haben.

MODERATION



Foto: Marcus Höhn

Sandra Rieß

Nach ihrem Studium „Theater und Medien“ und einem Volontariat bei „Franken Fernsehen“ in Nürnberg setzte sich Sandra Rieß 2010 bei einem vom Bayerischen Rundfunk ausgerichteten Casting gegen rund 300 Mitbewerber durch und wurde Moderatorin der Fernsehsendung „on3-südwild“. 2012 moderierte sie für Pro7 den Vorentscheid „Unser Star für Baku“ zum Eurovision Song Contest sowie die „Rundshow“ im Bayerischen Fernsehen. Im selben Jahr und im Folgejahr war Sandra Rieß gemeinsam mit Stefan Raab Moderatorin des „Bundesvision Song Contest“. 2013 hostete sie den „Bayerischen Filmpreis“ und den „Deutschen Filmball“ sowie das Finale von „Elton zockt live“. Im Bayerischen Fernsehen präsentierte Sandra Rieß bis 2014 die Reihe „Heimatsound“. 2013 und 2014 folgte die Online-Moderation von „Wetten dass...?“ und die interaktive Sendung „log in“ auf ZDFinfo, bei der die Zuschauer via Internet Einfluss auf den Inhalt nehmen und Fragen an die Gäste stellen konnten. Seit 2015 moderiert sie „Sandra klickt durch“, eine Net rubrik für das ZDF Morgenmagazin.

SHOWACT

Leslie Clio

Im April diesen Jahres veröffentlichte die Wahlberlinerin Leslie Clio zweiten Longplayer und die dazugehörige Single „My heart ain't that broken“. Diese knüpft ebenso wie der Titeltrack des aktuellen Albums „Eureka“ von der Temperatur und der Dynamik so nahtlos an die Erfolgssingle „I couldn't care less“ vom ersten Album „Gladys“ an. Das hatte ihr, neben einem Charteinstieg auf Platz 11 der Albumcharts, gleich eine Nominierung in der Kategorie „Künstlerin Rock/Pop national“ beim wichtigsten deutschen Musikpreis ECHO beschert. Fernsehauftritte bei Inas Nacht, Aspekte oder Schlag den Raab sowie Festivalauftritte bei Rock am Ring und Rock im Park folgten. Leslie Clio absolvierte eine eigene erfolgreiche Tour sowie Support-Slots bei Phoenix, Bosse, Keane oder Joss Stone. Die Single-Auskopplungen „I couldn't care less“, „Told you so“ und „Twist the knife“ avancierten zu Dauerbrennern im Radio und die dazugehörigen Videos verzeichnen über fünf Millionen Aufrufe bei YouTube.



Foto: Tim Wendrich



Foto: Frank Eidel

Vince Ebert

Geboren 1968 in Amorbach im Odenwald, studierte Vince Ebert Physik an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Danach arbeitete er zunächst in einer Unternehmensberatung und in der Marktforschung, bevor er 1998 seine Bühnenkarriere als Kabarettist begann. Seine Bühnenprogramme machten ihn als Wissenschaftskabarettist bekannt, der mit Wortwitz und Komik sowohl Laien als auch naturwissenschaftliches Fachpublikum begeistert. In der ARD moderiert Vince Ebert die Sendung „Wissen vor acht – Werkstatt“; 2013 feierte sein neuestes Programm „EVOLUTION“ Premiere. Ob als Kabarettist, Autor oder als Referent, Vince Eberts Anliegen ist die Vermittlung wissenschaftlicher Zusammenhänge mit den Gesetzen des Humors. Seine drei Bücher „Denken Sie selbst!“, „Machen Sie sich frei!“ und „Bleiben Sie neugierig!“ sind im Rowohlt Verlag erschienen. Sie standen monatelang auf der Bestsellerliste und verkauften sich über eine halbe Million Mal.

Tobias Schlegl

Bereits vor seinem Abitur entdeckte man Tobias Schlegl als Nachwuchstalent für VIVA. Ab 2002 folgten dann Moderationen bei MTV und Pro7. Bundeskanzler Gerhard Schröder berief ihn 2004 in den Rat für Nachhaltige Entwicklung, in dem er bis 2007 mitwirkte. Bis 2011 moderierte Tobias Schlegl vier Jahre lang das wöchentliche Satiremagazin „Extra3“ im NDR. Er schreibt wöchentlich für die Hamburger Morgenpost die Kolumne „So ein Schlegl“ und veröffentlichte das Buch „Zu spät? So zukunftsfähig sind wir jungen Deutschen“. 2009 präsentierte der NDR seine Film-Doku „Schlegl sucht die Wahrheit“. Es folgten der Gewinn des NDR Fernsehpreises „Sehstern“ für die beste Moderation und 2011 die Nominierung für den Grimme-Preis für die Rubrik „Schlegl in Aktion“. 2012 und 2013 moderierte er das NDR-Unterhaltungsformat „Ganz schön dreist“ und präsentiert seit 2014 als Hauptmoderator die vom ZDF ausgebaute Kultursendung „aspekte“, die er bereits seit 2012 als Vertretung von Katty Salié in unregelmäßigen Abständen moderierte.

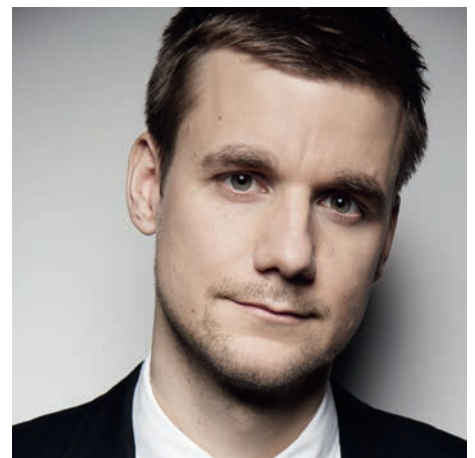


Foto: Oliver Reetz

PREISPATEN



Foto: Mathias Bothor / photoselection

Christine Urspruch

Geboren 1970 in Remscheid, lebt Christine Urspruch heute mit ihrer Familie im Allgäu. Als Schülerin und Studentin war sie Mitglied der Remscheider Film- und Theater-Gruppe „Brot und Spiele“. Ihre professionelle Theaterlaufbahn begann 1993 am Schauspiel Bonn, weitere Stationen waren das Residenztheater München, Staatstheater Wiesbaden, Basler Theater, Volkstheater Wien, Freilichtspiele Schwäbisch-Hall und das Vorarlberger Landestheater Bregenz. An der Volksbühne Berlin ist sie seit 2011 in „Die (S)panische Fliege“ zu sehen. Bereits seit 1998 spielt Urspruch diverse TV-Rollen. Im „Tatort“ aus Münster ist sie seit 2002 die Pathologin Silke Haller, genannt „Alberich“ und seit 2014 „Dr. Klein“ in der gleichnamigen ZDF-Serie. Im Kino spielte sie die Titelrolle in „Das Sams“, „Sams in Gefahr“ und „Sams im Glück“. Urspruch drehte außerdem „Nymphomaniac II“, „Henri 4“ und „Als der Weihnachtsmann vom Himmel fiel“, spielte in verschiedenen Radio-Hörspielen mit und besprach diverse CDs.

Kai Wiesinger

Er wurde gleich durch seinen ersten Film, Sönke Wortmanns „Kleine Haie“, Anfang der Neunziger Jahre einem breiten Publikum bekannt: Kai Wiesinger. Weitere Kino- und TV-Produktionen folgten – einige davon international. Kai Wiesinger ist mittlerweile dreifacher Gewinner des Bayerischen Filmpreises, Preisträger des Internationalen Filmfests Madrid und war bereits für den Deutschen Filmpreis nominiert. Anfang 2005 wechselte er für das Projekt „ERUV – The Wire“ hinter die Kamera und porträtierte dort den Alltag einer jüdischen Gemeinde in New Jersey, wofür er den Planet Dokumentarfilmpreis gewann. Im Auftrag des NDR folgte 2007 der Dokumentarfilm „Für immer und ewig“, den Kai Wiesinger alleine und ohne Kamerateam drehte. Aktuell ist er in der Web-Serie „Der Lack ist ab“ zu sehen, für die er auch maßgeblich die Drehbücher schrieb und die Regie führte. Neben der Arbeit vor und hinter der Kamera ist die Photographie eine weitere große Leidenschaft Kai Wiesingers.



Foto: Kai Wiesinger



Foto: Carsten Sander

Philipp Danne

Preispaten für den klicksafe Preis für mehr Sicherheit im Internet

Philipp Danne wurde 1985 in Köln geboren. Hier hat er bis heute seinen festen Wohnsitz, auch wenn er als Schauspieler mittlerweile viel unterwegs ist. Sein regelmäßiger Aufenthaltsort aktuell ist Erfurt: Hier steht er seit 2014 als charmanter Jungarzt Ben Ahlbeck für die erfolgreiche ARD-Vorabendserie „In aller Freundschaft – Die jungen Ärzte“ vor der Kamera. Sein Schauspieldebüt feierte Philipp Danne mit neun Jahren in der Kinderserie „Felix: Ein Freund fürs Leben“. Es folgten Rollen in Serien wie „Polizeiruf 110“, „Alarm für Cobra 11“ und „Ein Fall für zwei“ sowie in Filmen wie „Der Mann auf dem Baum“, „Für immer Dich“ und „Die kleine Meerjungfrau“ sowie in dem für die Goldene Kamera nominierten Film „Die Todesautomatik“. Neben dem Fernsehen zog es ihn zwischenzeitlich auch ans Theater: So spielte er an der Seite von Heiner Lauterbach in dem Stück „Doppelzimmer“.

FÖRDERER, PARTNER & SPONSOREN

DER GRIMME ONLINE AWARD WIRD GEFÖRDERT VON:

Ministerin für Bundesangelegenheiten,
Europa und Medien
des Landes Nordrhein-Westfalen



„Der Name ‚Grimme‘ steht im In- und Ausland für Qualität in den Medien. Gerade bei jungen Menschen nimmt das Internet in der Mediennutzung inzwischen eine Schlüsselposition ein. In der Fülle der Informationen im World Wide Web ist es deshalb wichtig, Orientierungshilfe zu geben, Urteilsfähigkeit zu fördern und Qualitätsbewusstsein zu stärken. Der Grimme Online Award leistet dies, indem er jährlich herausragende Beispiele für Online-Qualität auszeichnet – in einem nachvollziehbaren und beteiligungsoffenen Verfahren, das die Unabhängigkeit der Entscheidungsfindung garantiert. Die Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien unterstützt die Arbeit des Grimme-Instituts und fördert den Grimme Online Award, weil er diese unabhängige Qualitätsorientierung bietet und zugleich Ansporn ist für andere, die Qualität ihrer Angebote zu verbessern.“

Ministerin für Bundesangelegenheiten,
Europa und Medien
des Landes Nordrhein-Westfalen



„Qualitätsfernsehen liegt den Machern und Lesern von TV Spielfilm ebenso am Herzen wie dem Grimme-Institut. Deshalb begleitet Deutschlands große Programmzeitschrift bereits seit einigen Jahren die Verleihung der Grimme-Preise für herausragende Leistungen auf diesem Gebiet.

Ein Engagement für den Grimme Online Award ist für TV Spielfilm naheliegend und folgerichtig. TV Spielfilm-Leser zeichnen sich durch eine überdurchschnittlich hohe Affinität aus und sind bei der Wahl von Online-Angeboten ebenso kritisch und qualitätsbewusst wie bei der Auswahl des Fernsehprogramms – gerade, wenn es um Web-Angebote mit TV-Bezug, nützliche Informationsquellen und anspruchsvolles Entertainment geht. Neben www.tvspielfilm.de mit 13,2 Mio. Visits (IVW 4/2015) spiegeln dies auch die TV Spielfilm Apps für Smartphones, Tablets und TV wider, die z.Zt. mit 16,4 Mio. Downloads (Verlagsangaben 4/2015) und über 46 Mio. Visits (IVW 4/2015) die erfolgreichsten Entertainment Apps darstellen. Printmedien, TV, Internet und Mobile ergänzen sich zusehends. Das belegt TV Spielfilm beispielhaft mit dem erfolgreichsten deutschen Web-Angebot und den reichweitenstärksten Apps rund ums TV-Programm.“

TV
SPIELFILM

DAIMLER

„Seit seiner Gründung stellt das Grimme-Institut höchste Ansprüche an seine Arbeit in den Bereichen Medienkultur und Medienkompetenz. In der konsequenten Umsetzung der Qualitätsansprüche des Namensgebers, Adolf Grimme, setzt das Institut bis heute Standards in der Förderung von qualitativ hochwertigen Fernseh- und innovativen Online-Medienformaten. Der Grimme-Preis und der Grimme Online Award stehen damit im In- und Ausland für Qualität in den Medien.

Auch die Daimler AG als einer der führenden Anbieter von Premium-Pkw und größter weltweit aufgestellter Nutzfahrzeug-Hersteller ist höchsten Innovations- und Qualitätsstandards verpflichtet. Diesen Anspruch haben wir auch gegenüber den Medien. Aus diesem Grund unterstützt die Daimler AG sowohl die Verleihung des 51. Grimme-Preises als auch die Verleihung des Grimme Online Award. Im digitalen Medienzeitalter leistet Daimler damit einen aktiven Beitrag zur Wahrung von Qualitätsstandards in Online-Medien.“

**UFA
SHOW
&FACTUAL**

„Die Zeiten, in denen bewegte Bilder nur im Fernsehen zu sehen waren, sind vorbei. Schon lange haben sie das Netz erobert. UFA SHOW & FACTUAL ist Produzent von Unterhaltungsformaten wie ‚Das Supertalent‘, ‚Deutschland sucht den Superstar‘, ‚Sag die Wahrheit‘ oder ‚Zuhause im Glück‘. Darüber hinaus realisieren wir mit der UFA seit Jahren Projekte mit verschiedenen Partnern fürs Netz. Vor allem das UFA LAB, das digitale Studio und der Innovationsbereich der UFA-Gruppe mit Standorten in Berlin und Köln, ist im Bereich Online-Bewegtbild sehr aktiv. Kreative Köpfe entwickeln hier innovative Formate und erforschen neue Trends und Geschäftsmodelle im Online Video Bereich. Die Zukunft der Medien liegt dort, wo Inhalte Zuschauer und Nutzer informieren, faszinieren und unterhalten. Kreativität und Mut, Neues umzusetzen, wird mit dem Grimme Online Award belohnt. Seit 2006 ist Ute Biernat, Geschäftsführerin UFA SHOW & FACTUAL, im Beirat des Grimme-Instituts. Seit 2011 unterstützt UFA SHOW & FACTUAL den Grimme Online Award mit der Produktion der Einspielfilme für die Preisverleihung.“

klicksafe.de

„Wir freuen uns über die Fortsetzung der Verbindung eines Qualitätspreises für Online-Publizistik wie die des Grimme Online Award mit dem klicksafe Preis für Sicherheit im Internet, der Projekte und Initiativen würdigt, die in herausragender Weise zur Aufklärung über Sicherheitsrisiken und zur Bewusstseinsbildung beitragen, Internetkompetenz fördern oder in geeigneter Weise einen Schutzraum für bestimmte Zielgruppen bereitstellen.

klicksafe (www.klicksafe.de) ist eine Initiative im CEF Telecom Programm der Europäischen Union für mehr Sicherheit im Internet und wird gemeinsam von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) umgesetzt. Das Portal www.klicksafe.de richtet sich mit aktuellen Informationen zu Sicherheits- und Verbrauchertemen vor allem an Eltern, Pädagogen und Kinder. Ob Chatten, Abzocke, Mobbing oder Computerspiele: Im Mittelpunkt stehen neben Risiken immer auch die Chancen einer kompetenten Nutzung des Internet. Dazu stellt klicksafe mehrsprachige Infomaterialien sowie Referenten für Fortbildungen und Elternabende bereit. Mittels Aufklärungsspots, Info-Veranstaltungen, dem klicksafe Preis für Sicherheit im Internet und dem jährlichen Aktionstag Safer Internet Day will die Initiative eine breite Öffentlichkeit für das Thema Internetsicherheit sensibilisieren. Zur Unterstützung seiner diversen Arbeitsschwerpunkte pflegt klicksafe intensive Netzwerkaktivitäten in ganz Deutschland und in Europa.“

„Der Grimme Online Award steht für Qualität im Netz; die Digibox schafft die Voraussetzungen für Qualität im Druck sowie online. Das verbindet uns. Als feines Studio für Gestaltung, Prepress und digitale Medien in Düsseldorf setzen wir mit den neuesten Techniken auf klassische Tugenden wie Qualität, Termintreue, echte Kompetenz und Produktionssicherheit, um hochwertige Medienproduktionen realisieren zu können. Mit langjähriger Erfahrung und Begeisterung für gute Resultate übernehmen wir die Konzeption, Gestaltung, Post-Production und Realisierung Ihrer Print- und Online-medien für Ihre tägliche Unternehmens- und Markenkommunikation. Dabei stellen wir uns jeder Herausforderung: von Magazinen, Katalogen und Anzeigen über Messestände und PoS-Materialien bis hin zum passenden Onlineauftritt mit interaktiven Inhalten. Wir freuen uns über das entgegengebrachte Vertrauen, den Grimme Online Award auch dieses Jahr wieder mit der Preisbroschüre ins rechte Bild rücken zu können.“



„Die Entwicklung und die Nutzung des Internet durch die User hat sich in den vergangenen Jahren immer mehr in Richtung des Konsums von Video-Inhalten verschoben. Portale wie YouTube sind für die junge Generation heute wichtiger als das klassische, lineare Medium Fernsehen. Der Grimme Online Award steht für Innovation im Bereich der Online-Publizistik. Dieser Aspekt verbindet den Grimme Online Award mit Quadia Online Video. Im Bereich innovativer Online-Video-Lösungen sind wir eines der führenden Unternehmen in Europa. Wir bieten einen Rundumservice – von der maßgeschneiderten Konzeption bis hin zur Produktion von Online-Video-Projekten – damit unsere Kunden die Kommunikationsziele mit den verschiedenen Zielgruppen effektiver erreichen. Quadia bietet die Durchführung von Webcasts, Webinaren und virtuellen Konferenzen. Zusätzlich erstellen wir personalisierte und interaktive Videos, die bereits jetzt sehr erfolgreich in der internen und externen Kommunikation von global agierenden Unternehmen eingesetzt werden. Wir freuen uns auch dieses Jahr wieder Partner des Grimme-Instituts sein zu dürfen.“



„Cat® steht bereits seit den 70er Jahren für hochwertige Unterhaltungselektronik aus Berlin. Diese Erfahrung nutzen wir gern, um gemeinsam mit unseren zahlreichen Partnern in eine spannende Zukunft zu starten. Tablet-Computer mit Android sind in den vergangenen Jahren zu unserer Leidenschaft geworden – diese entwickeln, produzieren und vertreiben wir selbst. Abnehmer sind Großkunden wie Verlage und Elektronikmärkte sowie Endkunden.



WWW.CAT-SOUND.COM

Wir sind der Meinung, dass gute Hard- und Software, wie wir sie zur Verfügung stellen, die eine Seite der Medaille ist. Exzellente Inhalte die andere.

Zu den Inhalten gehören neben tollen Apps für Android natürlich ebenso qualitativ hochstehende Angebote im Internet. Cat unterstützt den Grimme Online Award 2015, denn wir möchten, dass unsere Kunden Freude, Abwechslung und eine Bereicherung für ihren Alltag mit und auf ihrem Cat Tablet erleben.

Ein Großteil der Zeit mit einem Tablet-Computer wird im Internet verbracht und so ist es ganz besonders wichtig, dass kreativer, leicht zugänglicher und verständlicher sowie auf Tablets angepasster Content bereitgestellt wird. Wir freuen uns, Teil dieser Bewegung sein zu dürfen.“

„Mit der Unterstützung des Grimme Online Award unterstreicht die Stadt Köln ihr Engagement im Bereich hochwertiger Medienproduktionen und Medienveranstaltungen am Standort Köln. Sie begrüßt insbesondere die fachliche Kompetenz und Unabhängigkeit des Grimme Online Award, die in Verbindung mit der hohen öffentlichen Reputation auch die Preisverleihung zu einem Medienevent von besonderer Attraktivität machen.“



Herausgeber: Grimme-Institut,
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH

Direktorin und Geschäftsführerin (V.i.S.d.P.):

Dr. Frauke Gerlach

Redaktion:

Lars Gräber

Gestaltung und Realisierung:

DIGIBOX GmbH, Gestaltung, Prepress und digitale Medien, Düsseldorf

Druck:

SET POINT Medien GmbH, Kamp-Lintfort



Grimme
Institut

Weitere Informationen und einen ausführlichen Presseservice erhalten Sie unter:

www.grimme-online-award.de

Der Dialog mit Ihnen ist uns wichtig. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf.
Wir freuen uns auf Ihre Nachrichten und stehen Ihnen gerne zur Verfügung.

GRIMME ONLINE AWARD

Grimme-Institut

Eduard-Weitsch-Weg 25

45768 Marl

Telefon: 02365/9189-0

Telefax: 02365/9189-89

E-Mail: online-award@grimme-institut.de

Erst die tatkräftige Mithilfe vieler engagierter Kolleginnen und Kollegen hat den Grimme Online Award 2015 ermöglicht. Dafür danken wir allen Beteiligten ganz herzlich!

Die Preisverleihung wurde von 15/08 entertainment und Rüdiger Kloep EVENTMANAGEMENT organisiert; Marco Dittrich (15/08 entertainment) war der Regisseur des Abends.
Die Einspielfilme sprach David M. Schulze.

Ihre Ansprechpartner:



Friedrich Hagedorn

Referatsleiter
hagedorn@grimme-institut.de



Vera Lisakowski

Projektleitung
lisakowski@grimme-institut.de



Lars Gräber

Pressesprecher/
Wiss. Mitarbeiter
graesser@grimme-institut.de



Deniz Elbir

Projektassistent
elbir@grimme-institut.de



Daimler ist offizieller Sponsor
des Grimme Online Award

Innovation und Design. Richtungsweisend für die Zukunft der Mobilität.

Die Auszeichnungen für faszinierendes Design, vorbildliche Sicherheitskonzepte und herausragenden Komfort bestätigen uns immer wieder als wegweisendes Automobilunternehmen. Mit starken Marken, innovativen Fahrzeugen und intelligenten Mobilitätskonzepten gestalten wir die Zukunft der Mobilität.

www.daimler.com

DAIMLER

DIE LFM, DAS INTERNET-
ABC UND KLICKSAFE
GRATULIEREN DEN
DIESJÄHRIGEN
GRIMME-ONLINE-
PREISTRÄGERN -
QUALITÄT SETZT SICH
AUCH IM NETZ DURCH.