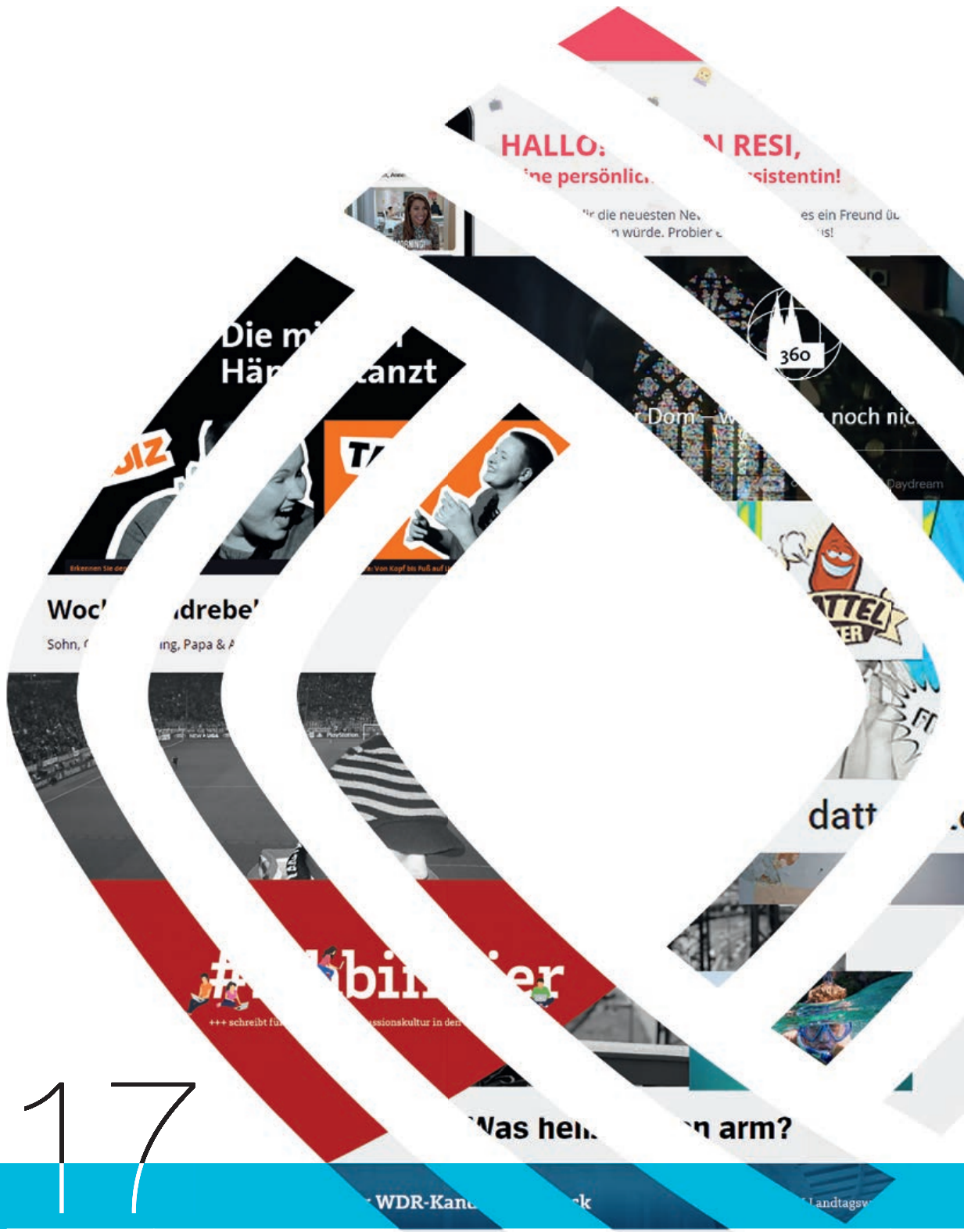




grimme



2017

Grimme Online Award



20/17

20 Jahre Digibox.
17 Jahre Grimme Online Award.

Danke für die gute Zusammenarbeit.

**Wir gratulieren allen Nominierten
und Preisträgern!**

DIGIBOX 
20 Jahre durchgestartet

- 03 Editorial**
- 04 Brigitte Baetz**
Podcasts beim Grimme Online Award
Sie hätten eine eigene Kategorie verdient
- 05 Nadia S. Zaboura**
Podcasts beim Grimme Online Award
Gründe gegen eine eigene Kategorie
- 06 Larissa Vassilian**
Einmal Hype reicht nicht
Podcast – kein bißchen leise
- 09 Tobias Ortmanns**
Der öffentlich-rechtliche Hörfunk und Podcasts
Die unendlichen Weiten des Nachhörens
- 10 Dr. Nicola Balkenhol**
Die neuen Audiolandschaften sind bunt
Einfach hören?
- 13 Jonas Schönfelder**
„Technische Aufklärung“ als Lehrstück
Podcasten aus dem Bundestag
- 14 Johannes Wolf**
Willkommen auf „Puerto Patida“
Backstage beim Rätselrollenspiel-Podcast
- 15 Sandra Sperber, Yasemin Yüksel**
Auf „Stimmenfang“
Wie Politik ins Ohr geht
- 16 Statement der Jury**
des Grimme Online Award 2017
-
- PREISTRÄGER** Grimme Online Award
-
- Information**
- 18 Ihre Wahl – der WDR-Kandidatencheck**
- Wissen und Bildung**
- 20 Die mit den Händen tanzt**
- 22 Was heißt schon arm?**
- Kultur und Unterhaltung**
- 24 Datteltäter**
- 26 Der Kölner Dom in 360° und VR**
- 28 Wochenendrebell**
- Spezial**
- 30 #ichbinhier**
- 32 Resi-App**
- 34 Statement der Nominierungskommission**
des Grimme Online Award 2017
-
- NOMINIERUNGEN** Grimme Online Award
-
- 36 Information**
- 38 Wissen und Bildung**
- 41 Kultur und Unterhaltung**
- 44 Spezial**
-
- KLICKSAFE PREIS**
-
- 46 klicksafe Preis für Sicherheit im Internet**
Selbstbestimmt und souverän im Netz
- 47 NOMINIERUNGEN** klicksafe Preis
- 48 Interview mit Thorsten Runte, Podcast Verein**
Auf Audio einlassen
- 50 Preispaten**
- 53 Moderation & Showact**
- 54 Förderer, Partner & Sponsoren**
- 58 Impressum**

GRIMME

Digitale Ideen für
eine analoge Welt

LAB



Jahresthema „Demokratie“:

Vielfalt, Wahlen, Journalismus

www.grimme-lab.de

Gestaltung: Georg Jorczyk / Grimme-Institut; Grafikmaterial: macrovector / Fotolia.com, Jeroen Van Nieuwenhove / flickr.com (CC BY-NC-ND 2.0)



EDITORIAL

Dr. Frauke Gerlach

Foto: Annette Etges

Meine Damen und Herren, liebe Leserinnen und Leser,

war der Grimme Online Award in seinen Anfängen der faszinierte Blick aufs „Neuland“, in eine neue Welt des Internet, dessen Bedeutung noch unabsehbar war, so ist er heute die Auseinandersetzung mit einem Realitätsausschnitt, der unseren Alltag prägt. Wir leben mittlerweile in einer digitalen Gesellschaft, deren Informationsfülle und -komplexität uns vor tiefgreifende Herausforderungen stellt – bis hin zu der Frage: Wie wollen wir in dieser Gesellschaft eigentlich leben?

Der Grimme Online Award verkörpert dabei die gute Seite des Netzes, die informative, die neue Perspektiven eröffnende, manchmal auch die unterhaltsame oder die zu Herzen gehende Seite – in jedem Fall die publizistisch wertvolle! Den Nominierten ebenso wie den Preisträgern ist dafür zu danken, dass sie uns diese Seite des Netzes zeigen – in Zeiten, da einem der Hass im Netz die Freude über die vielfältigen Mehrwerte manchmal verleidet. Es sind die Nominierten ebenso wie die Preisträger, die mit ihrem guten Beispiel den Grimme Online Award ausmachen, ihm Substanz verleihen und buchstäblich ein Gesicht geben – ihr Gesicht! Danke dafür!

Es sind genau die Menschen, die mit ihren Inhalten auch das digitale Erzählen weiterentwickeln und uns tiefer eintauchen lassen – entlang der technischen Möglichkeiten, die immer wieder Neues hervorbringen. Besonders viele Ein-

reichungen hat es in diesem Jahr bei den 360°-Angeboten und bei den Podcasts gegeben, was die Sichtung und Bewertung durchaus nicht immer einfacher gemacht hat. Daher ist der Nominierungskommission und der Jury zu danken, die sich diesen neuen Herausforderungen gestellt haben, unermüdlich, mit viel Lust auf das Neue und gewachsenem Zeitaufwand.

Podcasts boomen, aber sie sind unter den Nominierten nicht so stark vertreten, wie die Zahl der eingereichten Angebote vermuten ließe. Haben sie es zu schwer im Wettbewerb? Und was genau macht Podcasts eigentlich aus – zwischen Radio und Internet? Diese und andere Fragen sollen beantwortet werden – in Artikeln und Interviews. Mein Dank gilt den Autoren, die dieses Thema in so vielfältiger Weise für diese Publikation behandeln.

Herzlichen Glückwunsch
an die diesjährigen Nominierten und Preisträger!

Dr. Frauke Gerlach
Direktorin Grimme-Institut



Podcasts beim Grimme Online Award

SIE HÄTTEⁿ EINE EIGENE KATEGORIE VERDIEN^t **Brigitte Baetz**

Brigitte Baetz lebt als freie Medienjournalistin in Köln. Sie gehört zum Team der Deutschlandfunk-Sendung @mediasres und ist Mitglied der Jury für den Grimme Online Award. Sie erhielt unter anderem den Bert-Donnepp-Preis für Medienjournalismus.

Foto: privat

Vor zwei Jahren nahmen Studenten vom Institut für Medienkultur und Theater der Uni Köln den Grimme Online Award einmal unter die Lupe. Sie überprüften die Kriterien, nach denen Netzangebote preiswürdig sind, die ihnen wohl ein wenig altbacken erschienen. Und sie dachten darüber nach, ob die Preiskategorien des Grimme Online Award noch zeitgemäß sind.

Ihr Fazit, in meinen Worten grob zusammengefasst: Der Grimme Online Award ist genau so richtig, wie er jetzt ist. Das ist auch meine Meinung. Kriterien und Auswahlverfahren haben sich bewährt. Als einzigen Wermutstropfen empfinde ich die Tatsache, dass Podcasts keine eigene Kategorie besitzen. Natürlich kommen sie beim Grimme Online Award immer wieder prominent vor, haben Preise gewonnen und werden weiter Preise gewinnen. Sie werden dabei aber hauptsächlich nach den gleichen Prüfsteinen bewertet, wie sie für andere Online-Angebote auch gelten. Dass Podcasts längst ein eigenständiges Medium sind, wird dabei zu wenig beachtet.

Für Radio gibt es den Deutschen Radiopreis – ebenfalls mit einer Grimme-Jury –, für die Online-Publizistik den Grimme Online Award. Podcasts aber sind weder Radio, auch wenn Radiomacher viele ihrer Sendungen als Podcast zur Verfügung stellen, noch sind sie reine Online-Medien, die sich beispielsweise auf einer Stufe mit Netzreportagen oder datenjournalistischen Multimedia-Angeboten befinden. Schon zum wiederholten Mal in den vergangenen 20 Jahren wird zurzeit von Fach-

zeitschriften und -portalen ein Podcast-Boom ausgerufen, und diesmal scheint sich wirklich ein flächendeckender Durchbruch für dieses Audio-to-Go-Format abzuzeichnen. Dafür verantwortlich ist nicht nur der weltweite Erfolg des Recherche-Krimis „Serial“ vom National Public Radio aus den USA, sondern die Tatsache, dass inzwischen jeder mit einem Smartphone Podcasts nutzen kann. Auch das Herunterladen und Abonnieren ist so einfach wie nie zuvor. Wie der Branchenverband Bitkom herausgefunden hat, hören 14 Prozent aller Deutschen regelmäßig Podcasts. Unter den 14- bis 29-Jährigen sind es sogar 25 Prozent. Parallel zur steigenden Nachfrage gibt es auf Seiten der Anbieter eine zunehmende Professionalisierung und Ausdifferenzierung.

Die Amazon-Tochter Audible launcht als Ergänzung zu ihrem Hörbuch-Angebot Podcasts mit journalistischem Anspruch, von Profis produziert. Der NDR hat mit „Der talentierte Mr. Vossen“ einen von mehreren deutschen Serial-Ablegern an den Start gebracht. Aber auch die „freie Szene“ begnügt sich nicht mehr damit, ein paar Talking Heads an den Küchentisch zu setzen und sie per Mikrofon dabei zu belauschen, wie sie ihre Meinung zum Weltgeschehen kundtun.

Deshalb lautet mein Plädoyer: Gebt den Podcasts eine eigene Kategorie beim Grimme Online Award! Und wenn das nicht geht: Gebt ihnen einen eigenen Preis! Wer, wenn nicht das Grimme-Institut, wäre dafür prädestiniert, einen entsprechenden Wettbewerb auszuloben und durchzuführen?

GRÜNDE GEGEN EINE EIGENE KATEGORIE

Nadia S. Zaboura



Leid können sie einem tun: Menschen, an denen Podcasts bislang spurlos vorbeigegangen sind. Die noch nie diese Wohltat für die Sinne erleben durften: Kopfhörer ins Ohr, die neueste Folge anwählen und den Rest der Welt ausblenden.

Podcasts – das sind kleine Universen, die uns neue Welten erschließen. Auch im deutschsprachigen Raum setzt sich dieses inhaltsgetriebene Format immer stärker durch. Und immer mehr auditive Angebote binden eine treue Zuhörerschaft.

Eine wichtige Unterscheidung: Podcasts sind keine reinen Audiodateien im Netz, wie sie beispielsweise von Radiosendern angeboten werden. Vielmehr sind sie als Webangebote zu verstehen, die in ein digitales Bedeutungsnetz eingebettet sind. So erweitern Zusatzinformationen, Sendungsmanuskripte oder Beteiligungsmöglichkeiten viele Podcasts zu komplexen und dynamischen Bedeutungs-Knotenpunkten. Dabei lassen sich Podcaster keine Grenzen setzen: Die thematische Vielfalt ist groß – vom ernststen Politik-Talk über kichernden Sex-Plausch bis zum philosophischen Zwiegespräch über tagesaktuelle Aspekte.

Und so ist es angesichts der Themenbreite, der steigenden Anzahl und dank herausragender Qualität kein Wunder, dass Podcasts regelmäßig zu Nominierten und Siegern des Grimme Online Award gekürt werden.

Zu Recht. Dieses digitale Format bietet die ideale Spielfläche, um Themen redaktionell aufzubereiten und serienhaft auszubreiten – und das in vermehrt preiswürdiger publizistischer Qualität. Soll es deshalb eine eigene Podcast-Katego-

rie qua Wahrnehmungsebene geben? Nein. Diese Gründe sprechen dagegen: Podcasts bespielen maßgeblich unser Gehör – mit sämtlichen Vorteilen und Limitationen, die ein ohrgerechtes Format eben mit sich bringt. Diese rein akustische Komponente ist integraler Bestandteil von Podcasts.

Wie ist also mit Vorschlägen umzugehen, die ausschließlich auf der visuellen Ebene funktionieren? Sollen auch rein text-basierte Blogs und Twitter-Accounts eine eigene Kategorie erhalten ob der Sinnesebene, in der sie funktionieren? Nein, sämtliche Vorschläge müssen in ihren jeweiligen Kategorien überzeugen, unabhängig vom angesprochenen Sinnesorgan. Auch aus ontologischen Gründen sprengt eine eigene Podcast-Kategorie die bisherige Klassifizierung. Die berücksichtigt schließlich die Inhalte – und nicht das Format.

Denn was passiert, wenn in einer Podcast-Kategorie Inhalte eingereicht werden, die auch allen weiteren Kategorien zugeordnet werden können – von Information über Wissen und Bildung bis zu Kultur und Unterhaltung sowie der Spezial-Kategorie? Die Konsequenzen einer solchen Doppelstruktur: Überlappungen und fehlende Trennschärfe führen zu einer Aufweichung der Kategorien, entziehen ihnen so ihre Aussagekraft und verhindern eine konsistente Argumentation für die Gewinner.

Deshalb mein Fazit: Bleibt den validen Kategorien treu und stellt Nominierungskommission und Jury nicht vor die Aufgabe, Inhalt und Format gegeneinanderzustellen. Es ist richtig, dass Podcasts weiterhin auf Augenhöhe mit allen Online-Formaten bestehen müssen.

Nadia S. Zaboura ist Strategieberaterin für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft, im Auftrag von Wirtschaft, Politik und Forschung. Sie ist tätig als Fach-Moderatorin, Kuratorin und Evaluatorin der Europäischen Kommission. 2008 und 2009 wurde sie mit dem Preis für den „Besten deutschen Corporate Podcast“ ausgezeichnet und war 2012 bis 2015 Jurorin des Grimme Online Award sowie 2013 bis 2015 Jurorin des Deutschen Radiopreises.

Foto: Lars Weber

PODCAST – KEIN BISSCHEN LEISE

Larissa Vassilian

Das mit den Hypes ist so eine Sache. Da gab es den Hype der Tamagotchis – kleine Robotertierchen füttern, sonst sterben sie. Waren schnell wieder weg vom Fenster. Dann begegneten wir uns in der virtuellen Welt „Second Life“ – auch das ein recht kurzes Vergnügen. Und dann kam der Hype der Podcasts – und zwar 2015.

Ausgelöst hatte diese Welle der amerikanische Podcast „Serial“ – ein Spin-Off der berühmten Radiosendung „This American Life“. In „Serial“ begleiten wir eine Journalistin bei ihrer Recherche. Sie rollt einen Mordfall aus dem Jahr 1999 wieder auf, spricht mit Beteiligten und dem inhaftierten Mörder selbst. Innerhalb eines Jahres schaffte der Podcast 80 Millionen Downloads. Die Welle schwappte nach Deutschland, jeder sprach über den „Podcast-Hype“.

Nur ein paar Leute waren verwundert über diese neue Begeisterung – denn eigentlich sind Podcasts nichts Neues. Entstanden 2004 in den USA als eine Art erlaubtes Piratenradio, verbreitet über das Internet – jeder wurde selbst zum Sender, eine Revolution der Medien. Wo früher ein riesiger Aufwand nötig war, mit Übertragungswagen und ähnlichem, konnte jetzt ein einzelner Laie aus dem eigenen Wohnzimmer kleine Sendungen erstellen – und diese fanden auch Gehör. So setzten sich immer mehr Privatleute an ihre Mikrofone

und quatschten sich die Seele aus dem Leib. Große Datenmengen durch die Netze zu schleusen war schwierig, DSL noch nicht ausreichend verbreitet. Also wurde Audio ins Netz gestellt – die Dateien waren kleiner als Videos. Und auch wenn das gerade mal 13 Jahre her ist, scheint es wie eine Ewigkeit: Facebook, Youtube und Twitter gab es entweder noch nicht oder sie hatten noch keine Reichweite. Blogs waren in den USA beliebt, führten in Deutschland aber eher ein Schattendasein. Das bedeutete: Podcaster konnten nicht nur ihre Inhalte in alle Welt schicken, sie konnten auch in direkten Kontakt zu ihren Hörern treten. Heute durch die sozialen Medien ganz normal, damals schlichtweg faszinierend.

Zum Massenmedium wurde der Podcast damals allerdings nicht – zu hoch waren die technischen Hürden, die zu nehmen waren. Hinter einem Podcast steckte ein so genannter RSS-Feed, der den Podcast abonnierbar machte. Man musste sich also eine Software herunterladen und diese einrichten – dann lud der Computer automatisch neue Folgen herunter. Diese konnte man dann entweder direkt am Computer hören oder per Kabel auf einen MP3-Player synchronisieren und dann mitnehmen.

Was sind Podcasts heute? Die Definition fällt zunehmend schwerer. Die öffentlich-rechtlichen Sender haben längst die Verbreitungstechnik



Larissa Vassilian lebt in München und arbeitet als freie Journalistin. 2005 begann sie ihren Podcast „Schlaflos in München“, den sie zehn Jahre lang fortführte. Heute erreicht sie mit ihrem Podcast „Slow German“ eine halbe Million Downloads pro Monat. Foto: Mathias Vietmeier

für sich entdeckt und betreiben massive Zweitverwertung – ein interessanter Zugangsweg für die Hörer. Private Podcasts werden von diesen Massen an Inhalten aber leicht verdrängt und müssen um Gehör kämpfen. Podcasts sind heute Videos und Audios. Es sind professionell produzierte Radiofeatures oder vierstündiges Technikgequatsche. Es sind Gespräche zwischen Jan Böhmermann und Olli Schulz oder die Bibel auf Klingonisch. Es sind Sprachkurse und Wirtschaftsnachrichten. Der eine Podcaster sitzt im voll ausgerüsteten Studio, der andere spricht in sein Smartphone. Vor allem aber bedeuten Podcasts: Freiheit. Kein Zwang zu einem bestimmten Format, zu einer Machart, zu einer perfekten Radiostimme oder einer bestimmten Länge. Der Podcaster entscheidet, was er tut und wie er es tut. Und hofft dann auf gleichgesinnte Hörer.

Diese Hörer sind heute verwöhnt: Zu jedem Thema finden sie Inhalte im Netz, Facebook schluckt ihre Zeit genauso wie Youtube. Podcasts müssen sie längst nicht mehr „abonnieren“ und „synchronisieren“ – sondern sie haben einfach eine App auf ihrem Smartphone dafür und hören mit Flatrate, wann und wo sie wollen. Und viele tun es: Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 haben 40% der Onliner mindestens einmal wöchentlich Audios gehört. Bei reinen Podcastangeboten sind es

aber nur 4%. In den USA sind es 21% der Amerikaner ab 12, die im letzten Monat einen Podcast gehört haben.

Warum diese große Differenz? Die Vermutungen reichen von längeren „Drivetimes“ – dem Weg zur Arbeit zum Beispiel – bis hin zur nicht so ausgeprägten und ausgewogenen Medienlandschaft in den USA, die Lücken für gute Inhalte offenhält. Auch für die Macher sieht es in den USA anders aus: Viele Podcaster können dort von ihrer Arbeit leben, und zwar durch Sponsoren. Hierzulande undenkbar, dass der Gastgeber des Podcasts zu Beginn erstmal zehn Minuten für grandiose Toilettenhocker, revolutionäre Unterwäsche und schlummrige Matratzen wirbt, bevor er zum eigentlichen Inhalt kommt. Der Shitstorm wäre groß. In den USA aber ganz normal – und mit einem Augenzwinkern präsentiert. Aber auch wenn die Hörer das hierzulande akzeptieren würden, sind die Werber eher zögerlich – der deutschsprachige Raum ist einfach viel kleiner als der englischsprachige Raum, die angesprochene Zielgruppe also überschaubarer. Doch: Wenn ein Podcaster genug Geld hat, kann er sich ganz auf seine Inhalte konzentrieren – und dann haben wir sicherlich bald unser eigenes deutsches „Serial“.

Abschließend nun die Frage: Sind Podcasts wirklich ein Hype? Nein. Sie sind immer da, mal lauter und mal leiser.

**Film
und
Medien
Stiftung
NRW**

Grimme Online Award 2017

**Gratulation den
Nominierten und
Preisträgern!**

Film- und Medienstiftung NRW
Kaistrasse 14, 40221 Düsseldorf
www.filmstiftung.de
info@filmstiftung.de
🐦 📷 @filmedienrw

DIE UNENDLICHEN WEITEN DES NACHHÖRENS

Tobias Ortmanns



Mit Podcasting wächst das Spektrum an hörbaren Inhalten im Internet. Private Podcaster und traditionelle Medienanbieter wie der Hörfunk bespielen das Feld von Audio im Netz. Unterschiedliche Produzenten, deren Gemeinsamkeit die Wahl des Gestaltungsmittels ist: das Auditive. Wie das präsentiert wird, ist äußerst unterschiedlich. Und das hat Gründe.

Podcast begann als „Radio von und für jedermann“. Alternativen auditiver Kommunikation waren geboren – dieses Prinzip lebt in der freien Szene weiter. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hingegen geht einen anderen Weg. Es findet eine Umdeutung statt. Podcasting wird von einem individuellen Sprachrohr der freien Internetszene zu einem weiteren Auspielweg öffentlich-rechtlicher Inhalte.

Für das flüchtige und rein akustische Medium Radio markiert Podcasting einen Wandel. Einen Wandel von Verfügbarkeit und Zugang. Denn das Radioprogramm zerfällt in Segmente, die einzelnen Podcast-Episoden, und ist auf unterschiedlichen Plattformen zu finden: In Mediatheken, Apps, Podcast-Verzeichnissen und auf den Websites von Hörfunksendern. Was das Radio in seiner ursprünglichen Form direkt und aktuell sendet, wird im Podcast zum Fragment auf einer visuellen Oberfläche von Endgeräten. Die Folge ist: Die Nutzer müssen suchen, um zu hören.

Aktuell veröffentlichen Landesrundfunkanstalten, laut ARD/ZDF-Onlinestudie, über 800 Podcasts. Täglich wächst ein beachtliches Archiv zum Nachhören. Das Fernsehen nutzt diesen Distributionsweg nur vereinzelt. Fernab von Internethypes stellen die öffentlich-rechtlichen Sender eine kontinuierliche Größe innerhalb

von Podcasting dar. Gemäß dem Programmauftrag werden Inhalte mit regionaler und globaler Relevanz zur Verfügung gestellt.

Die Popwellen veröffentlichen überwiegend kurze Comedys und die Kulturwellen setzen auf Feature, Reportage und Hörspiel – aufwendig produzierte Formate, die durch die Loslösung vom Sendetermin eine breitere Öffentlichkeit erreichen können.

Die Vielfalt der Darstellungsformen, die das Medium Hörfunk in seiner Geschichte hervorgebracht hat, ist im Bereich öffentlich-rechtlicher Podcasts zu finden. Ausgespart wird die Musik, die im Live-Betrieb der Sender zu hören ist. Podcasting ist eine Domäne des gesprochenen Wortes.

Features, Reportagen oder Hörspiele spielen in der freien Podcast-Szene keine Rolle. Dort setzt man überwiegend auf Interviewformate und Talk. Zumeist mit der Verve des Authentischen bieten die Podcaster eine ungeschnittene Teilhabe an persönlich gefärbten Diskursen.

Freie Podcast-Szene oder ein öffentlich-rechtliches Archiv des Nachhörens? Konkurrenz oder Komplement? Wir haben es mit zwei Seiten einer auditiven Kultur im Netz zu tun. Und der Gewinner ist die Vielfalt auditiv gestalteter Erzählungen. Genau hier liegt das Potenzial von Podcasting, wenn das Stigma des Nachhörens überwunden werden soll. Anzeichen einer Überwindung sind in vereinzelten Leuchtturmprojekten der ARD zu beobachten, wie beispielsweise „Call for Podcast“, initiiert vom Bayerischen Rundfunk. In diesem Projekt wird die freie Szene als Impulsgeber für neue akustische Erzählformen verstanden. Eine Perspektive, die auch das lineare Hörfunkprogramm bereichern könnte.

Tobias Ortmanns ist Dozent im Studiengang „Intermedia – Medienbildung, Mediengestaltung, Medienkultur“ der Universität zu Köln. Seine Dissertation bereitet er zum Thema „Auditive Rezeptionskulturen im Netz – Podcasts und der öffentlich-rechtliche Hörfunk in Deutschland“ vor.

EINFACH HÖREN?

Dr. Nicola Balkenhol

Radio hören – es ist so einfach gewesen: Den meisten reichte das Küchenradio mit UKW. Die Geräte waren unkompliziert und wer seinen Lieblingssender gefunden hatte, blieb oft dabei.

Mit dem Internet hat sich die Empfangsseite allerdings in den vergangenen Jahren rasant geändert. Zugleich ist die Angebotsseite unüberschaubar geworden. Und wie reagiert das Publikum? Vielfältig. Inzwischen besitzen mehr deutsche Haushalte Smartphones als Radios, so die ARD-ZDF-Onlinestudie. Heute gibt es Internet- und DAB-Radios, Computer und Tablets oder Bluetooth-Boxen, auf die Radio oder Audios übertragen werden können, und Geräte, die auf Zuruf Musik, Radio oder Podcasts spielen.

Es geht nicht mehr ums „lineare“ Hören, das als Nebenbeinutzung jahrzehntelang die einzige Form des Radiokonsums war, sondern um das Hören von Inhalten der eigenen Wahl zum Zeitpunkt der eigenen Wahl. Die neuen Nutzungsformen heißen „Audio on Demand“ und „Podcast“ – beide sind nicht klar voneinander abgegrenzt. „Audio on Demand“ findet in Deutschland oft über Webseiten und Mediatheken vor allem der öffentlich-rechtlichen Sender statt, Podcasts eher über Apps, Smartphones und Tablets. Vielen – auch netzaffinen – Hörern ist nicht ganz klar,

worin der Unterschied besteht. Für sie ist entscheidend, dass sie selbstbestimmt mit Audioinhalten umgehen können.

Voraussetzung ist, dass die Inhalte überhaupt auffindbar und einfach nutzbar sind. Bei Mediatheken öffentlich-rechtlicher Sender mag das noch einigermaßen gut gehen; aber Podcasts zu finden, die einen interessieren, ist sehr viel schwerer. Seit 2005 ist die vermutlich meistgenutzte Plattform für Podcasts der iTunes-Store von Apple mit der zugehörigen App. Im vergangenen Jahr dominierten dort im deutschsprachigen Raum öffentlich-rechtliche Angebote. Audios unbekannter Anbieter sind fast nur zu finden, wenn man weiß, wonach man sucht. Warum das so ist? Audios sind bislang nicht leicht durchsuchbar. Zwar lassen sich Podcasts ohne komplizierte Technik aufnehmen, auch die Distribution ist technisch grundsätzlich nicht kompliziert. Aber ihre Begleitung mit Text und Bild ist arbeitsintensiv. Woran es mangelt, sind umfassende und zugleich übersichtliche Podcast-Verzeichnisse. In Deutschland gibt es das privat gepflegte Verzeichnis hoersuppe.de oder die ebenfalls auf private Initiative zurückgehende Podcast-Suchmaschine fydd.de. Und es gibt Podcasts, die andere Podcasts empfehlen. All das sind oft private Projekte ohne Breitenwirkung. In den USA, wo Public-Radio-Podcasts



Dr. Nicola Balkenhol leitet die Multimedia-Abteilung im Deutschlandradio, in der ein kleines Team digitale Angebote fürs Hören, Sehen und Lesen in allen Lebenslagen entwickelt: vom Player für zeitversetztes Hören auf den Webseiten über Podcastangebote bis zu Apps wie DLF24. Foto: Deutschlandradio, Bettina Fürst-Fastré

wie „This American Life“ wöchentlich mehrere Millionen Hörer erreichen können, hat National Public Radio mit earbud.fm versucht, so ein Verzeichnis zu etablieren.

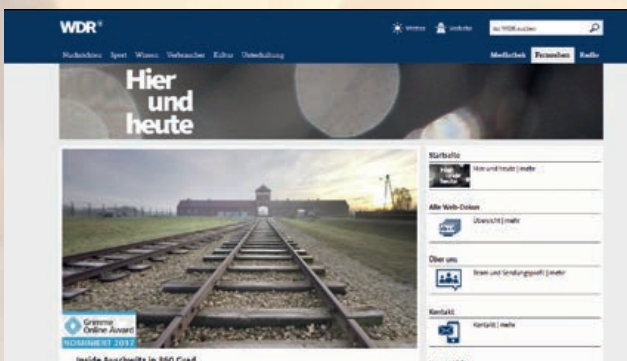
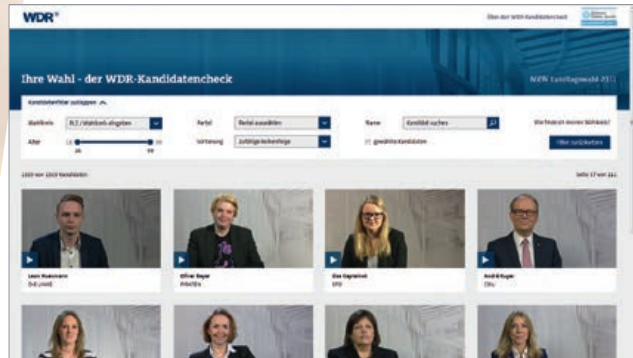
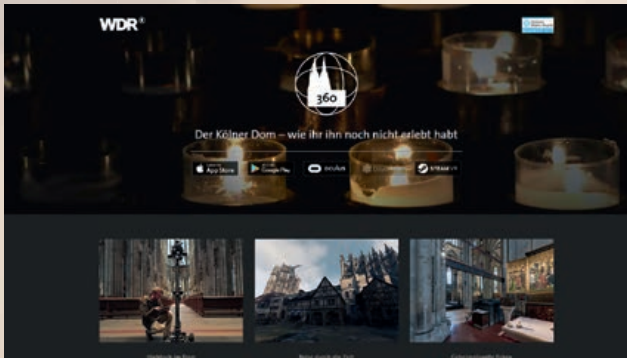
An den Erfolg von Podcasts in den USA versucht das deutsche Podcast-Label viertausendhertz.de anzuknüpfen. Wie bei Gimlet Media, einem US-Podcast-Unternehmen, das vom Hörfunk-Redakteur Alex Blumberg mitgegründet wurde, wird viertausendhertz.de von Journalisten betrieben, die unter anderem beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk arbeiten. Dass die deutsche Podcast-Nische größer wird, zeigen auch die Bemühungen von Spotify, Deezer und Audible um gute Inhalte. In einem gemeinsamen „Call for Podcasts“ haben Spotify und der Bayerische Rundfunk mehr als 600 Einsendungen bekommen, von denen drei produziert wurden. Spotify hatte im vergangenen Jahr einen Coup gelandet, indem es das erfolgreiche Duo Olli Schulz und Jan Böhmermann für sich gewinnen konnte, das mit seiner Sendung „Sanft und Sorgfältig“ vom öffentlich-rechtlichen Sender Radio Eins zum Musik-Streamingdienst umzog. „Fest und Flauschig“ heißt der Podcast und dürfte pro Woche mehrere hunderttausend Hörer haben.

Genauere Zahlen veröffentlicht Spotify nicht, obwohl das dem Unternehmen leichter fallen

dürfte als den meisten anderen Podcast-Anbietern. Da Podcasts auf vielfältige Weise gehört werden können, ist es schwer, ihre Nutzung zu messen. Das wiederum hält die Werbeindustrie davon ab, in diesen Bereich viel Geld zu stecken.

Neben der linearen Radiowelt ist im Netz eine Audiowelt entstanden, die bisher wenigen Standards folgt und trotz zunehmender Aufmerksamkeit für ihre Inhalte eher ein Nischendasein führt. Die nächsten größeren Entwicklungen werden sich selbst verbessernde Sprachsysteme wie Amazons Alexa, Apples Siri und Google Home sein sowie Programme, die gesprochene Sprache in Texte bringen. Solche Inhaltsanalysen von Audios sind Voraussetzung für ihre Auffindbarkeit im Netz und für Vorschlagssysteme. Zusammen mit dem Nutzerverhalten, das Hard- und Software an Anbieter rückmelden, entstehen auf dieser Basis personalisierte Empfehlungen – der nächste Schritt auf dem Weg zum eigenen Radioprogramm. Noch müssen Nutzer dafür „arbeiten“, indem sie Themenangebote auswählen und Beiträge bewerten. Wenn demnächst Geräte auf Zuruf „den neuesten Mitternachtskrimi vom Deutschlandfunk“ spielen, dann kommt das „Audio on Demand“ in die Nähe der Einfachheit des Einschaltens vom Küchenradio.

INNOVATIV. EINDRUCKSVOLL.



Wir gratulieren zur Nominierung
für den Grimme Online Award 2017.

360° Kölner Dom

Stefan Moll (redaktionelle Verantwortung)
Stefan Domke, Thomas Hallet, David Ohrndorf,
Lisa Weitemeier (Konzept und Redaktion)
Achim Fell, Benno vom Hofe, Martin Zylka (Audio)
Heinz Greuling (Kontext-Informationen)

dom360.wdr.de

Hier und heute: Inside Auschwitz

Jürgen Brügger, Jörg Haaßengier, Gerhard Schick (Autoren)
Maik Bialk (Redaktionsleitung)
Dorothee Pitz (Redaktion)
Matthias Fuchs, Franziska Windisch (Sounddesign)

vr.wdr.de

Ihre Wahl – der WDR-Kandidatencheck

Axel Klauwer, Stefan Moll (redaktionelle Verantwortung)
Sabine Bresser, Stefanie Faulhauer, Julia Lücke, Julia
Michael, Hans-Christian Müller (Konzept und Redaktion)
Petra Wang-Twittmann, Markus Waskowski,
Martin Kurz, Matthieu Hauck (Realisierung)

kandidatencheck.wdr.de und blog.wdr.de/ihrewahl

Erwin Hapke – der Welten-Falter

Thomas Köster (Autor)
Marion Menne-Mickler (Redaktion)
Ludger Hoffacker, Stefan Röttger (360°-Produktion)
Tobias Baum (Produktion)

wdr.de/k/wdrdrei-erwin-hapke

PODCASTEN AUS DEM BUNDESTAG

Jonas Schönfelder



Zwei Jahre nachdem Edward Snowden geheime NSA-Dokumente an Journalisten weitergegeben hatte, entstand abends spontan eine Idee: einen Podcast über den Geheimdienst- oder auch NSA-Untersuchungsausschuss des Bundestages ins Leben zu rufen. Eine Woche später konnten die ersten Folgen unseres Podcasts „Technische Aufklärung“ angehört werden, dessen Namen wir einer Abteilung des Bundesnachrichtendienstes entliehen.

Der Untersuchungsausschuss war im März 2014 eingesetzt worden, um aufzuklären, inwiefern Deutschland von den Geheimdienstpraktiken betroffen ist, die in den Snowden-Enthüllungen beschrieben werden. Der von Felix Betzin und mir gegründete Podcast sollte einer überdurchschnittlich interessierten Zielgruppe eine ausführliche und kontinuierliche Auseinandersetzung mit dem Thema ermöglichen, ohne selbst Zeit für die Sitzungen opfern zu müssen. Damit war er eine Ergänzung zu den wertvollen, aber sehr ausführlichen Mitschriften des Blogs „Netzpolitik.org“ einerseits und den Berichten in Zeitungen und Rundfunk andererseits, die meist nur einzelne Aspekte aufgriffen und mit zunehmender Dauer des Ausschusses auch seltener wurden.

Das Format Podcast eignete sich perfekt, weil es bei anderen Tätigkeiten wie dem Sport oder dem Weg zur Arbeit gehört werden kann. Außerdem finden neue Folgen automatisch ihren Weg auf die Geräte der Hörer, wenn der Podcast mit einer App abonniert wird.

Wie eine Folge entsteht, ist einfach erklärt:

Eine öffentliche Sitzung besuchen, Politikerstatements aufnehmen und mit anderen Beobachtern das Geschehene zusammenfassen. So ergeben sich Folgen von 20 bis 60 Minuten. Um den Produktionsaufwand so gering wie möglich zu halten, verzichteten wir bald auf ein Skript und nahmen die gesamte Sendung direkt im Anschluss an die Sitzungen, meist spätabends oder nachts, im Bundestag oder in der Nähe auf.

Die Menschen, die sich im Schnitt alle 14 Tage auf der Besuchertribüne des Ausschusssaals zusammenfanden und im Podcast zu hören sind, haben sich zu einer festen Gruppe entwickelt. Darunter sind Blogger, Twitterer und Studenten, die an Ausschusstagen bis zu zwölf Stunden lang die Zeugenaussagen verfolgten. Es wurde nicht nur die Konzentrationsfähigkeit auf die Probe gestellt, sondern es galt, relevante von irrelevanten Aussagen zu unterscheiden.

Für uns war das Projekt ein Lehrstück: So erfuhren wir, dass die Hürden, um über aktuelle Bundespolitik zu berichten, sehr niedrig sind und sich Abgeordnete auch Zeit nehmen, mit uns zu sprechen. Auch stellte uns die Selbstverpflichtung, über jede öffentliche Sitzung zu berichten, auf die Probe und andere Termine mussten dem Podcast weichen.

Obwohl der Geheimdienst-Untersuchungsausschuss bald endet, kann dieses Projekt als Blaupause für andere Politikbereiche dienen. Mit der „Gesprächsaufklärung“ gibt es bereits einen Ableger, der über den brandenburgischen NSU-Ausschuss berichtet.

Jonas Schönfelder studiert Journalismus in Berlin, hat mit dem Podcast „Technische Aufklärung“ erste Erfahrungen mit politischer Berichterstattung gemacht und vertieft sein Wissen derzeit mit mehreren Praktika.



Willkommen auf „Puerto Patida“

BACKSTAGE BEIM RÄTSELROLLENSPIEL- PODCAST

Johannes Wolf

Johannes Wolf ist Sprecher bei verschiedenen Podcastformaten, Podcastberater und für die U5 Filmproduktion tätig.

Foto: Martin Ulbrecht

Zeichnung: Julia zur Mühlen

Sie sind Teil einer Forschungsgruppe. Als Sie den Atlantik überfliegen, zwingt Sie der Pilot plötzlich von Bord zu springen. Sie landen mitten im Bermudadreieck auf einer kleinen, aber bewohnten Insel. Sie fragen sich durch und erfahren, dass Sie bereits vom französischen Gourmet-Kannibalen Jacques Gusto gejagt werden. Einzige Überlebenschance: Bürger der Insel werden. Dabei treffen Sie auf zahlreiche früher hier gestrandete Personen wie beispielsweise einen Gastwirt, der wie Helmut Kohl klingt, und den Arzt Lopaker Viandisto, der leider kein Blut sehen kann. Sie sind auf Puerto Patida.

So ähnlich erleben Kandidaten von „Puerto Patida“, dem „Hörspielpodcast zum Mitmachen“, in jeder Folge ihre eigene Geschichte. Sie lösen knifflige Rätsel und werden – wenn es gut läuft – selbst Teil der Insel.

Die Idee zu einem Podcast mit Point-‘n’-Click-Adventure-Anleihen, in dem Hörer eine Geschichte interaktiv mitgestalten, hatte ich 2014. Bis daraus ein sendereifes Format wurde, verging aber noch mehr als ein Jahr. Die Idee entwickelte sich von einer Gameshow, in der mehrere Kandidaten parallel teilnehmen sollten, hin zu einem Rollenspiel mit mir als Spielleiter und Stefan Baumann als erzählendem Reiseführer. Nach dem Start wuchs das Team schnell um Autoren, Sprecher, Cutter und Zeichner an. Heute arbeiten allein im Kernteam zwölf Personen daran, alle zwei Wochen ein neues Abenteuer auf der Bermuda-Insel zu gestalten.

Ein Podcast wie „Puerto Patida“ lässt in den Köpfen der Hörenden eine Welt mit unbegrenzten Möglichkeiten entstehen. Sie können



miträtseln und selbst Einfluss auf das Geschehen nehmen. Zu jeder einzelnen Episode gestalten Zeichner ein Bild mit Elementen der Insel-Welt. Dieses bietet – wie das Cover einer Hörbuch-CD – einen Vorgeschmack darauf, was in der jeweiligen Folge geschieht. So wird ein reines Hörformat mit visuellen Mitteln unterstützt.

Entscheidenden Anteil an „Puerto Patida“ hat die Community, die das Projekt finanziell unterstützt, Kritik und Kommentare auf Twitter und der Webseite hinterlässt und am „Puerto Patida“-Wiki mitschreibt. Und natürlich die Bürger, die die Insel mit ihren Stimmen mit Leben füllen. Das fast ausschließlich positive Feedback ist die Quelle, aus der alle unentgeltlich Mitwirkenden ihre Motivation schöpfen.

2016 wurde der Podcast zur fassungslosen Überraschung des Teams für den Grimme Online Award nominiert. Innerhalb der Podcast-Landschaft stiegen die Bekanntheit und das Ansehen und neue Kooperationen entstanden. Ich halte mittlerweile Vorträge über kollaboratives Arbeiten im Podcasting und über interaktive Formate und bin für die U5 Filmproduktion tätig.

„Puerto Patida“ erreicht heute ca. 10.000 Hörer aller Altersklassen und ist durch seinen schrägen Humor, liebevolle Geschichten und den kollaborativen Ansatz einmalig in der Podcast-Welt. Und vielleicht heißt es auch für Sie bald: „Willkommen auf Puerto Patida“.

Auf „Stimmenfang“

WIE POLITIK INS OHR GEHT

Sandra Sperber und Yasemin Yüksel



Irgendwo zwischen Donald Trump und Hillary Clinton auf einem Highway in Pennsylvania entstand die Idee zu „Stimmenfang“. Die Republikaner hatten gerade einen Reality-TV-Star zu ihrem Präsidentschaftskandidaten gemacht und wir waren als Videoreporter unterwegs zum nächsten Politik-Spektakel: dem Krönungsparteitag der Demokraten, der die erste Frau ins Oval Office schicken sollte. Auch wenn der US-Wahlkampf seine eigenen Regeln hat und wohl kaum jemand so leidenschaftlich über Politik streitet wie die Amerikaner, haben wir uns gefragt: Wie können wir ähnlich emotional über den anstehenden Wahlkampf in Deutschland berichten? Wie lässt sich Politik hierzulande überraschend und spannend aufbereiten? Welches Format könnte unser journalistisches Angebot auf Spiegel Online ergänzen?

So entstand die Idee für einen Podcast, der unsere Politik-Berichterstattung um eine sehr persönliche Erzählform erweitert. Als Autorinnen gehen wir auf Stimmenfang, sprechen mit Wählern und Politikern und lassen ganz bewusst auch eigene Beobachtungen und Eindrücke in die Reportagen einfließen. Zum Beispiel in der ersten Folge über „Wutwähler“, für die wir einige der Leser interviewt haben, die uns täglich in Mails ihren Ärger schildern. Woher kommt ihre Wut? Wann haben sie sich von der Politik abgewendet?

Außerdem wollen wir mit Kollegengesprächen einen Einblick in die Arbeit der Redaktion liefern, der die tagesaktuelle Berichterstattung ergänzt und bereichert. Wie schätzen die Netzpolitik-Experten den Einfluss von Facebook auf die Bundestagswahl ein? Oder

woher kommt die Begeisterung der Jungwähler für Martin Schulz?

Als Videoreporter haben wir oft erlebt, wie eine Kamera Protagonisten einschüchtern kann und sie die besten Anekdoten erzählen, wenn das Interview vorbei ist. Mit einem Aufnahmegerät ist das anders. Ein Podcast ist ideal, um Zwischentöne einzufangen und Beobachtungen zu schildern, die in Texten oder Videos zu kurz kommen.

Das Format Audio ist oft intimer – sowohl für die Interviewten als auch für die Hörer. Das haben wir an den vielen E-Mails gemerkt, die uns nach der ersten Folge erreicht haben. Der persönlich formulierte Aufruf „Ich würde mich freuen, wenn Sie mir schreiben, wie Ihnen unser neues Format gefällt“ hat überraschend gut funktioniert. „Das geht ins Ohr“ ist bei Podcasts tatsächlich mehr als nur eine Floskel.

Außerdem steigt die Zahl der Menschen, die Spiegel Online mobil nutzen, stetig. Da passt ein Podcast bestens zu den Gewohnheiten unserer User. Er lässt sich auf dem Smartphone einfach überall hin mitnehmen: in die Mittagspause, zum Sport oder in die U-Bahn. Die erste Episode von „Stimmenfang“ lief ein halbes Jahr vor der Bundestagswahl. Seitdem produzieren wir wöchentlich eine neue Folge. Ob das Rennen Merkel gegen Schulz so spannend wird wie der Wahlkampf in den USA?

Dort gibt es über den Wahltag hinaus einige neue Politik-Podcasts: „Slate's Trumpcast“ wurde nach dem überraschenden Trump-Sieg einfach verlängert. Und bei der New York Times folgte auf „The Run-Up“ ein täglicher Nachrichten-Podcast.

Sandra Sperber (rechts) ist Reporterin und Yasemin Yüksel Chefin vom Dienst im Videoreport von Spiegel Online. Beide sind begeisterte Podcast-Hörerinnen und haben das Format „Stimmenfang“ gemeinsam entwickelt.

Foto: Spiegel Online

STATEMENT DER JURY

Das Web ist mehr als nur ein Medium – es ist eine ständig wachsende Vielfalt von Darstellungsformen. Genau deshalb ist der Grimme Online Award auch einer der abwechslungsreichsten und spannendsten Medienpreise. Hier entscheidet nicht nur der Inhalt über eine Nominierung und Auszeichnung, sondern auch die Form. Denn sie erleichtert den Zugang zu schwierigen Themen, vereinfacht komplizierte Verhältnisse, erweckt trockene Daten zum Leben und macht fremde Welten erlebbar. Aus diesem Grund ist die Form für uns als Jury ein ebenso relevantes Bewertungskriterium wie der Inhalt.

Die unendlichen und immer neuen Möglichkeiten der digitalen Welt machen die Wahl der richtigen Darstellung zwar spannend, aber auch nicht gerade einfach. Doch wie gut es funktioniert, wenn die richtige Form gefunden ist, zeigen nicht nur die Preisträger, sondern alle Nominierten des diesjährigen Grimme Online Award.

Aus 28+1 wunderbaren Nominierungen haben sich am Ende acht Sieger durchgesetzt, bei denen Inhalt, Form und das Zusammenspiel beider durchweg gelungen sind.

Warum +1? Unter den Einreichungen befand sich, nach Meinung der Jury, noch ein kleines Juwel, welches eine genauere Betrachtung und letztendlich auch eine Auszeichnung verdient hat: Die nachnominierte „Resi-App“ erhält als in Deutschland brandneues Nachrichtenformat einen Preis. Mit Conversational Journalism schafft der redaktionell gepflegte Chatbot einen spannenden Zugang zu

tages-, sogar minutenaktuellen Nachrichten für junge und jung gebliebene Nutzer auf dem Smartphone.

Dass gute Ideen auch dann preiswürdig sein können, wenn es nicht die eigenen, sondern sie gut adaptiert sind, beweist auch die Organisation von #ichbinhier. Hier steht der Dienst an der Gesellschaft im Vordergrund: Alle, die den Hashtag konstruktiv nutzen, setzen sich aktiv für eine bessere Diskussionskultur und gegen Hass und Hetze im Netz ein. Für die Jury ein auszeichnungswürdiges Engagement.

Gerade im Hinblick auf die anstehende Bundestagswahl im September dieses Jahres ist der „WDR-Kandidatencheck“ zur Landtagswahl in NRW ein richtungweisendes Format. Das Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist eine wichtige Hilfestellung für mehr Durchblick im Dickicht der Demokratie. Die Macher orientierten sich dabei an internationalen Vorbildern und haben eine passende lokale Adaption ins Leben gerufen.

Mit diesen Auszeichnungen wird deutlich, dass es nicht immer notwendig ist, das Rad komplett neu zu erfinden. Es ist ebenfalls achtbar und wünschenswert, dass bereits anderorts bestehende gute Ideen und sinnvolle Formate auf den deutschen Markt übertragen und hiesigen Nutzern zugänglich gemacht werden.

Außergewöhnlich ist bei den diesjährigen Gewinnern auch, dass sie sich weder in Form noch im Inhalt ähneln. Wir als Jury sehen das als Zeichen für die große Vielfalt, die das Web



heute für Erzählformen und Informationsvermittlung bietet. Zugleich zeigt es aber auch die Begeisterung, die Neugierde und den Mut aller Preisträger, sich mit diesen Möglichkeiten zu befassen.

Form und Inhalt harmonieren bei allen Preisträgern perfekt. Hierbei sticht vor allem das 360°- und Virtual-Reality-Angebot „Der Kölner Dom in 360° und VR“ hervor. Die technisch eindrucksvolle und zugleich feinfühlig Gesamtumsetzung lässt die Nutzer staunen und begeistert sie zu einer völlig neuen Annäherung an das monumentale Bauwerk.

Ganz besonders fiel in diesem Jahr auf, wie Themen, die auf den ersten Blick eher kompliziert oder fremd wirken, durch ihre Aufbereitung interessant und erfahrbar werden. So zeigt der „Wochenendrebell“, wie man Außenstehende leicht für das Thema Inklusion interessieren kann. Gerade der dazugehörige Podcast nimmt die Hörer mit in die Gedankenwelt eines Jungen mit Asperger-Syndrom und stellt gesellschaftliche Normen und Vorurteile auf sehr befreiende Art auf den Kopf.

Das Format „Die mit den Händen tanzt“ schafft auf eine ähnlich leichte Art einen unterhaltsamen Zugang zum Thema Gebärdensprache. Die Begeisterung der Protagonistin für ihre Berufung überträgt sich unmittelbar auf die Betrachter und nimmt sie mit in die Welt der Stille, die nicht so still ist, wie sie von außen scheint.

Auch eine Welt, die von außen ganz anders aussieht als von innen, ist die der „Datteltäter“. Sie sorgen dafür, dass wir bei herzhaftem

Lachen sämtliche Schubladen vergessen: Im klassischen Youtube-Format nehmen sich junge Muslime selbst aufs Korn und zeigen, dass Vorurteile eben Vorurteile sind und selten die Realität.

Die klassische Webreportage „Was heißt schon arm“ ist unter den Preisträgern schon fast ein Ausreißer. Doch gerade hier zeigt sich, dass es nicht immer ausgefallener Formen bedarf, um ein Thema wirkungsvoll zu vermitteln. Denn die Reportage schafft es, Armut aus verschiedenen Blickwinkeln zu porträtieren und so als wichtiges und aktuelles Thema zu positionieren, ohne reißerisch zu wirken. Bei diesem Angebot war sich die Jury einig, dass auch hier die richtige Form gefunden wurde. Denn es ist genauso bemerkenswert, auf mögliche Storytelling-Elemente im Web zu verzichten, wenn sie das Angebot nicht bereichern.

Abschließend können wir als Jury sagen, dass die Ära des Copy-and-Paste der Print-Angebote und trockenen Longreads offenbar endgültig beendet ist. Denn die Scheu vor ungewohnten Darstellungsformen hat rapide abgenommen, wie die Nominierten und Gewinner beweisen.

Die diesjährigen Preisträger und Nominierten zeigen, dass es sich durchaus lohnt eine Idee zu verfolgen, die Möglichkeiten des Webs auszunutzen und Grenzen auszutesten. Weiter so, denn nichts ist spannender als Vielfalt. Auch im Netz. Wir freuen uns schon jetzt auf die kommenden Publizistik-Pioniere, Überzeugungstäter und Herzensprojekte im Web.

Die Jury zum Grimme Online Award 2017; v.l. vorne: Prof. Marie-Susann Kühn (Diplom-Designerin), Carina Waldhoff (Kommunikationsberaterin), Brigitte Baetz (freie Medienjournalistin); v.l. hinten: Daniel Fiene (Rheinische Post), Lorenz Maroldt (Tagesspiegel), Esther Schulz (Peter Schmidt Group), Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer (Hochschule Darmstadt)

IHRE WAHL – DER WDR- KANDIDATENCHECK

Preis verliehen für Konzept und Redaktion

Internetadresse:

kandidatencheck.wdr.de

Anbieter:

Westdeutscher Rundfunk

Verantwortliche Personen:

Sabine Bresser (Konzept und Redaktion)
Stefanie Faulhauer (Konzept und Redaktion)
Axel Klauwer (Konzept und Redaktion)
Julia Lücke (Konzept und Redaktion)
Julia Michael (Konzept und Redaktion)
Stefan Moll (Konzept und Redaktion)
Hans-Christian Müller (Konzept und Redaktion)

Mitwirkende:

Matthieu Hauck (Realisierung)
Martin Kurz (Realisierung)
Petra Wang-Twittmann (Realisierung)
Markus Waskowski (Realisierung)


Begründung der Jury: Die meisten Bürger werden die wichtigsten Parteien zumindest ungefähr zu verorten wissen. Aber – Hand aufs Herz – wer weiß schon, wer sich hinter den Namen und Plakaten der Direktkandidaten bei den Landtags- und Bundestagswahlen verbirgt? Der Verdacht ist nicht unbegründet, dass die meisten Wahlberechtigten mit ihrer Erststimme eher die ihnen nahestehende Partei wählen und nicht einen individuellen Kandidaten mit eigenen Vorstellungen und politischen Absichten.

Der „WDR-Kandidatencheck“ schaffte zur NRW-Landtagswahl mit einfachen, aber wirksamen Mitteln Abhilfe im demokratischen Notstandsgebiet. 984 Videos mit Kandidaten hat ein Team des WDR online gestellt, gleiche Fragen, gleiche Länge – und damit gleiches Recht und gleiche Chancen für alle.

Ein Format, das auch den Vertretern kleiner Parteien die Möglichkeit gab, auf ihr Anliegen aufmerksam zu machen – zum Nutzen auch der Wähler. Übersichtlicher und einfacher war es nie, die Kandidaten des eigenen Wahlkreises zu finden und sich über sie zu informieren. Es machte zudem Spaß, sich die Kandidaten anderer Wahlkreise anzusehen und ihre Auftritte – online sei Dank – mit anderen zu teilen. Der Kandidatencheck bot echte Orientierung und eine willkommene Hilfestellung zur Meinungsbildung. Auch damit, dass die Videos in fremde Online-Auftritte eingebunden werden konnten und das Angebot auf allen Geräten nutzbar ist, ist dem WDR mit seinem Kandidatencheck ein Stück demokratischer Grundversorgung gelungen, das ausdrücklich zur Nachahmung durch andere Rundfunkanstalten empfohlen wird.

Beschreibung: Anlässlich der NRW-Landtagswahl stellten sich über 1.300 Kandidaten aus 128 Wahlkreisen zur Wahl, darunter bekannte und weniger bekannte. Fast 1.000 von ihnen hat der WDR im Interview „gecheckt“. Eine unglaubliche logistische Herausforderung, aber auch ein nie zuvor dagewesenes Vergleichstableau der Bewerberlage um die Wählergunst in NRW. Im „WDR-Kandidatencheck“ hat jeder Kandidat bis zu 20 – immer gleiche – Fragen und vier Minuten Zeit, sich unter Live-Bedingungen und ohne Schnitte vorzustellen.


Hannelore Kraft
Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)





Alter
55
Wohnort
Mülheim an der Ruhr


Wahlkreis
Listenplatz

Armin Laschet
Christlich Demokratische Union Deutschlands (CDU)




Alter
56
Wohnort
Aschen

Teilen




Über den WDR-Kandidatencheck

Ihre Wahl - der WDR-Kandidatencheck

NRW Landtagswahl 2017

Kandidatenfilter zuklappen 

Wahlkreis

Alter 18 99

gewählte Kandidaten

Partei


Sortierung

Name


Wie finde ich meinen Wahlkreis?

[Filter zurücksetzen](#)


199 von 1329 Kandidaten
Seite 1 von 17




André Stinka
SPD




Holger Müller
CDU




Wilhelm Korth
CDU




Monika Düker
GRÜNE




Carsten Löcker
SPD



Mehrdad Mostofizadeh
GRÜNE



Marco Voge
CDU



Yvonne Gebauer
FDP

DIE MIT DEN HÄNDEN TANZT

Preis verliehen für Autorenschaft und Umsetzung

Internetadresse:

reportage.hr.de/die-mit-den-handen-tanzt

Anbieter:

Hessischer Rundfunk

Verantwortliche Personen:

Christian Cyfus (Umsetzung)

Salvatore Detzel (Umsetzung)

Miriam Dünschede (Umsetzung)

Justus von der Handt (Umsetzung)

Kerstin Henninger (Umsetzung)

Oliver Körting (Umsetzung)

Klaudija Schnödewind (Autorenschaft
und Umsetzung)

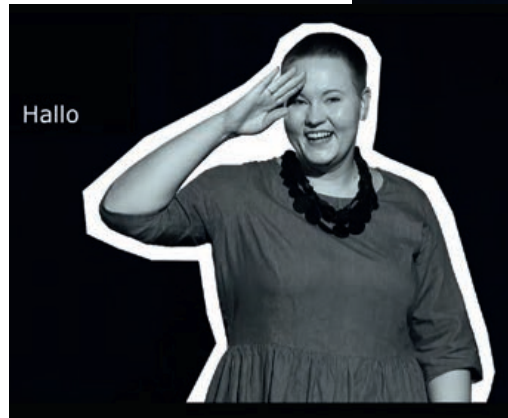
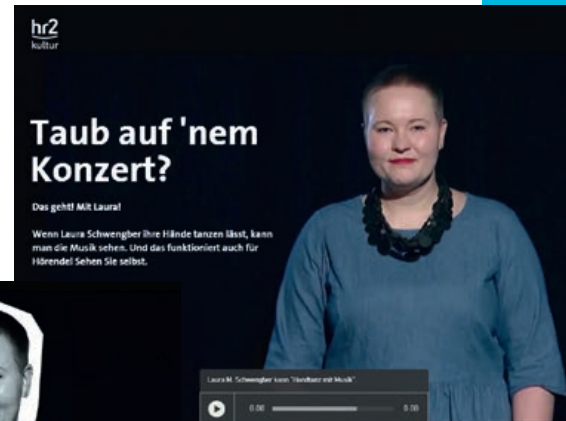
Begründung der Jury: „Sie mag Musik nur, wenn sie laut ist“ – Herbert Grönemeyers Songtext trifft auf Laura Schwengber, die Protagonistin in Klaudija Schnödewinds Webreportage für den Hessischen Rundfunk, nicht zu. Denn die Gebärdensprach-Dolmetscherin übersetzt Konzerte von Hip-Hop bis Klassik und trifft dabei den richtigen Ton mal über die Beschreibung beispielsweise eines dominanten Instruments, mal durch eine Emotion. Eine Interpretationsleistung, die auch Hörenden das Gefühl vermittelt, Musik plötzlich mehr zu spüren als „nur“ zu hören.

Über das spezielle Sujet „Musikdolmetschen“ vermittelt diese Reportage Inklusion als einen wechselseitigen Prozess: Nicht nur die Gehörlosen erhalten Zugang zur Welt der Hörenden, sondern Hörende werden auf sympathische Art in das Erleben Gehörloser eingeladen. Die gut durchdachte Multimedia-

Reportage nutzt das Storytelling-Tool „Pageflow“, um eine Bühne für spielerisches „Bereifen“ zu schaffen. Die Erzählstränge zu Lauras Person und Beruf werden ergänzt von Quiz-Elementen, Witzen und einer „Klischeekanone“ – sie sorgen mit der Aufforderung zur Interaktion dafür, dass sich der Betrachter fragt, warum unsere Welt sich nicht öfter so leichtfüßig von Barrieren trennt. Bei aller Verspieltheit zeichnet sich die Reportage durch eine reduzierte Gestaltung aus, die es erlaubt, sich ganz auf das vermittelte Thema zu konzentrieren – und ist in der Kombination von Gebärdensprache, Ton und Untertitelung zugänglich für alle.

Auf eine Einladung von Grönemeyer wartet Laura übrigens noch. Auf dessen Bühne live ein Konzert zu dolmetschen ist ein Traum der quirligen Weltenmittlerin, ebenso wie mehr Gebärdensprach-Dolmetscher.

Beschreibung: Lauras Leidenschaft ist die Musik. Und die Gebärdensprache. Beides verbindet die Protagonistin der Multimedia-Reportage „Die mit den Händen tanzt“ in ihrer Profession: Sie dolmetscht Konzerte. Das auf dem Tool „Pageflow“ basierende Angebot des HR stellt sie und ihren Job vor. Sie animiert die Nutzer, Songs zu erraten, erklärt einzelne Gebärden, erzählt Witze und räumt mit Klischees auf. So schlägt das Webspecial eine Brücke zwischen der Welt der Hörenden und der der Hörgeschädigten.





Die mit den Händen tanzt



Erkennen Sie den gesuchten Song?
Das Gebärdens-Quiz: Handtanz mit und ohne Musik



Das ist Laura: Von Kopf bis Fuß auf Lieder eingestellt
"Gebärdensprache und Musik - das funktioniert!"



Jump Into the music: Hip-Hop meets Classic and Laura
EINSHOCH6, die Münchner Symphoniker und Laura In "Die Stadt springt"



Die Klischee-Kanone
"Ach, Sie sind taub? Gute Besserung!" Irrtümer und Gehörlosen-Klischees gibt es viele

WAS HEISST SCHON ARM?

Preis verliehen für Autorenschaft

Internetadresse:

www.spiegel.de/armut

Anbieter:

Spiegel Online

Verantwortliche Personen:

Florian Diekmann (Autorenschaft)

Britta Kollenbroich (Autorenschaft)

Mitwirkende:

Cornelia Baumermann (Programmierung,
Grafiken)

Anna Behrend (Koordination)

Guido Grigat (Programmierung, Grafiken)

Roman Höfner (Animation)

Elsa Hundertmark (Gestaltung)

Jens Kuppi (Gestaltung)

Philipp Jeske (Foto, Video)

Dörte Karsten (Schlussredaktion)

Chris Kurt (Programmierung, Grafiken)

Jule Lutteroth (Redaktion, Koordination)

Nasser Manouchehri (Fotoredaktion)

Michael Niestedt (Programmierung, Grafiken)

Hannah Panten (Schlussredaktion)

Jens Radü (Animation)

Peter Wahle (Dokumentation)

Begründung der Jury: Wenn wir über Armut in Deutschland reden, orientieren wir uns zu-
meist an einer statistischen Armutsgrenze.
Aber wie aussagekräftig ist das finanzielle Ein-
kommen wirklich angesichts unterschiedlich-
ster Lebensentwürfe und -bedingungen?

Florian Diekmann und Britta Kollenbroich leuch-
ten in ihrer Webreportage die dunklen Flecken
unseres Armutsverständnisses aus, indem sie
ein mehrdimensionales Konzept nutzen. Bil-
dung, Gesundheit, Wohnsituation, soziale Inte-
gration ermöglichen zusätzlich zur wirtschaft-
lichen Situation ein differenzierteres Bild. In
Videointerviews, die den Porträtierten nah kom-
men, ohne in Betroffenheits-Prosa abzugleiten,
öffnen sich neue Facetten des Phänomens: Der
vereinsamte Rentner, der zwar seine Kleidung

penibel pflegt, seine Freundschaften aber ver-
nachlässigt, weil er nicht zugeben möchte, dass
eine Maß im Münchener Biergarten sein Hartz-
IV-Budget sprengt, die Familie, die sich seit dem
vierten Kind als Bittsteller bei Ämtern fühlt, und
die erkrankte Frau, die sich partout nicht als
arm bezeichnen möchte, weil sie die „wirklich“
Armen im Blick hat. Der Kampf um das Selbst-
wertgefühl und gegen das Stigma „Armut“, das
zeigt diese Reportage sehr eindringlich, ist oft
belastender als das tägliche Haushalten.

Wer sich peinlich berührt fühlt ob der eigenen
Ignoranz, kann in „Was heißt schon arm?“ per
Online-Check sein eigenes Armutsrisiko über-
prüfen und sich in einer aufwendigen Visuali-
sierung über Veränderungen in den Einkom-
mensverhältnissen informieren.

Beschreibung: In der Webreportage „Was heißt schon arm?“ geht Spiegel Online in Deutschland auf Spurensuche nach Ursachen der Armut und dokumentiert deren vielfältige Facetten. Das Angebot eröffnet mit den Porträts seiner drei sympathischen Protagonisten und dem gezielten Einsatz multimedialer Elemente einen neuen Blick auf das Thema und stellt die geläufige Definition von Armut in Frage. Ein Rechner, der das eigene Armutsrisiko ermittelt, ergänzt das Angebot.



SPIEGEL ONLINE ☰ MENU

Was heißt schon arm?

Armut wird am Einkommen gemessen, doch das wird dem komplexen Phänomen nicht gerecht. Die Forschung hat längst bessere Konzepte entwickelt. Bestehen sie den Praxistest? Eine Spurensuche in Deutschland.

Von Florian Diekmann und Britta Kollenbroich

DATTELTÄTER

Preis verliehen für Konzept und Umsetzung

Internetadresse:

www.youtube.com/datteltäter

Anbieter:

Funk

Verantwortliche Personen:

Younes Al-Amayra (Konzept und Umsetzung)

Fiete Aleksander (Konzept und Umsetzung)

Farah Bouamar (Konzept und Umsetzung)

Hibat Khelifi (Konzept und Umsetzung)

Nour Khelifi (Konzept und Umsetzung)

Marcel Sonneck (Konzept und Umsetzung)

Begründung der Jury: Humor und Islam – für die meisten Menschen der christlichen Mehrheitsgesellschaft in Deutschland sind das Begriffe, die sich ausschließen. Muslime sind Männer mit Vollbart, bestenfalls friedlich in langen Reihen kopfüber in der Moschee betend, schlimmstenfalls mit Pistolengürtel und Schwert im Bekennervideo unverständliche Worte schreiend. Musliminnen sind unterdrückte Frauen mit Kopftuch, wurden als Kindsbräute zwangsverheiratet und sprechen kein Wort Deutsch. Die Wirklichkeit jedoch ist viel differenzierter.

Den „Datteltätern“ gelingt es, die Realitäten geradezurücken, ohne sie zu beschönigen. Ihre Waffe: der Humor. Er wendet sich gegen Muslime und Nicht-Muslime gleichermaßen. Mehr noch: Er wendet sich an Muslime und

Nicht-Muslime gleichermaßen. Er wird dazu benutzt, Brücken zu bauen, ohne belehren zu wollen oder sich um das Prädikat „Pädagogisch wertvoll“ zu bewerben. Die „Datteltäter“ entkrampfen den herrschenden Diskurs, der vorschnell richtet über Menschen, über deren Lebenswirklichkeit viele gar nicht so viel wissen möchten. Sie wenden sich auch an eine Zielgruppe, über die zu wenig berichtet wird und die kaum einmal selbst zu Wort kommt. Hier wird sie selbst zum Herrn ihrer eigenen Geschichte, aber nicht mit trotziger Jetzt-erst-recht-Haltung, sondern mit den leichter wirkenden, aber umso schwieriger umzusetzenden Mitteln der Ironie und der Satire. Ihr Youtube-Kanal ist auch in der Diskussion offen für alle, ob Christ, Moslem oder Atheist, und hilft deshalb verkrustete Strukturen aufzubrechen.

GRIMME ONLINE AWARD

Beschreibung: Pssst! Muslime planen ein neues Satire-Kalifat im Herzen der Youtube-Szene – ein Empörium für zwanghafte Toleranz. Planen? Die „Datteltäter“ – inzwischen ein Angebot von „Funk“ – proben den Bildungsdschihad! In ihren Videos kommentieren sie humorvoll gängige Vorurteile gegenüber Muslimen, geben Einblick in die Welt von kopftuchtragenden Frauen oder lassen Youtuber syrisches Essen probieren – so überwinden sie eine kulturelle Schranke. Ihre Community beziehen sie auf allen Kanälen mit ein.



Warum fasten Muslime? | Q&A Ramadan - Marcel hat fragen

datteltäter
Abonnieren 48.000

27.822 Aufrufe



Safe travel back home!
NPD - The Nationalist Party

MAGIC RAMADAN 2016 - Der Fliegende Teppich

datteltäter
Abonnieren 48.000

140.611 Aufrufe

Hinzufügen Teilen Mehr

4.114 286



datteltäter

Abonnieren 41.419

Übersicht Videos Playlists Kanäle Diskussion Kanalinfo



Papa, kaufst du mir einen Flüchtling?

Papa, kaufst du mir einen Flüchtling?

29.369 Aufrufe vor 1 Jahr

Flüchtlingsshopping mit Herr von Freital und Eugen Ulrich (EU)!

Wer darf rein, wer nicht? Stellen Sie sich jetzt ihren ganz persönlichen Asylanten zusammen und schicken Sie die Menschenwürde in den Urlaub! Legal zu leben ist halt ein Privileg, kein Geburtsrecht.

DER KÖLNER DOM IN 360° UND VR

Preis verliehen für Konzept, Redaktion und Umsetzung

Internetadresse:

dom360.wdr.de

Anbieter:

Westdeutscher Rundfunk

Verantwortliche Personen:

Jörg Courtial (Umsetzung)
Maria Courtial (Umsetzung)
Stefan Domke (Konzept und Redaktion)
Achim Fell (Umsetzung)
David Finsterwalder (Umsetzung)
Heinz Greuling (Umsetzung)
Thomas Hallet (Konzept und Redaktion)
Benno vom Hofe (Umsetzung)
Gerrit Lochmann (Umsetzung)
Dirk Meffert (Umsetzung)

Stefan Moll (Konzept und Redaktion)
David Ohrndorf (Konzept und Redaktion)
Markus Scholz (Umsetzung)
Daniel Sproll (Umsetzung)
Bettina Stein (Umsetzung)
Lisa Weitemeier (Konzept und Redaktion)
Chris Witzani (Umsetzung)
Alexandra Worbs (Umsetzung)
Martin Zylka (Umsetzung)

Begründung der Jury: Es gibt Ecken im Kölner Dom, die konnte nur der liebe Gott sehen. Bis jetzt. Denn nun kann jeder, der zu seiner Ausrüstung ein Smartphone, einen Computer oder am besten eine VR-Brille zählt, eine virtuelle Reise dorthin unternehmen.

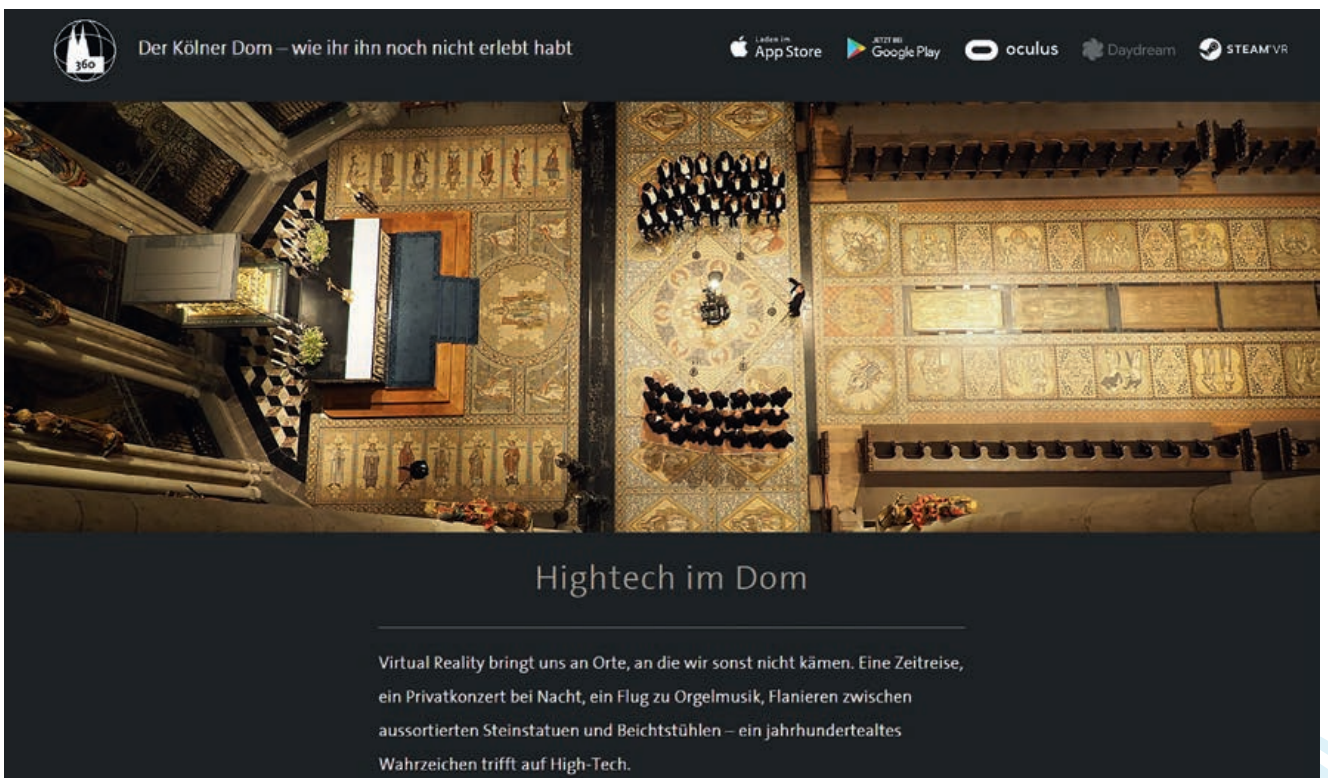
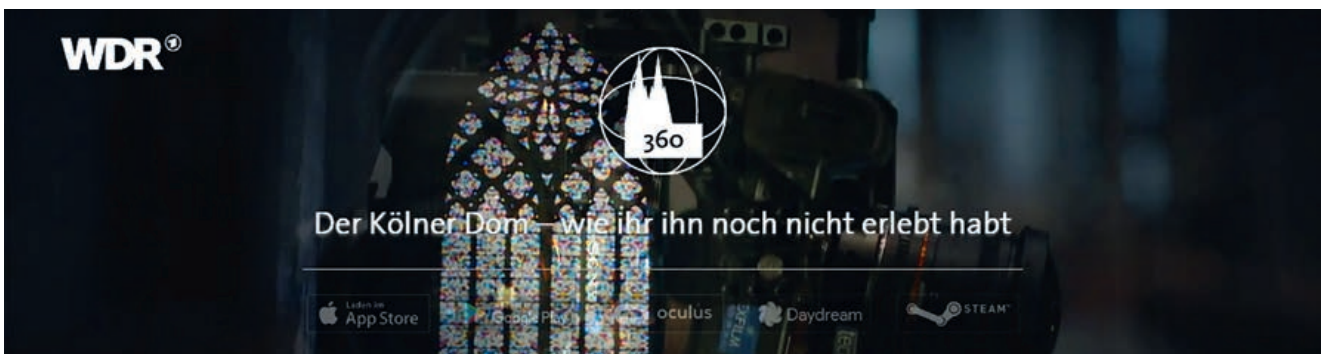
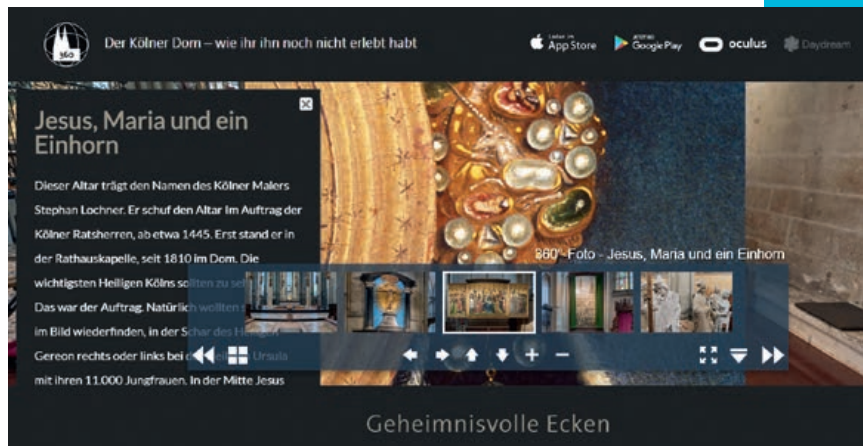
Das Angebot des WDR, in die Magie des Kölner Doms einzutauchen, lässt keine Wünsche offen. Nutzt man die Virtual-Reality-Anwendung, ist die realistische Wirkung atemberaubend.

Ohne Terminvereinbarung kann jederzeit den Ausführungen der „Skulpturenretter“ – Bildhauer in den Werkstätten – gelauscht werden. Und wer kann schon von sich behaupten, ganz alleine ein nächtliches Privatkonzert im Dom erlebt zu haben? Es ist ein einmaliges Erlebnis, dem Dirigenten über die Schulter zu schauen oder an der Seite der Sänger zu stehen. Die Klang-Virtuosität des Doms kann

auch während eines Orgelkonzerts aus jedem akustischen Winkel ergründet werden: Nicht nur mit einem 360°-Bild zeigen die Anwendungen das beliebte Bauwerk, sondern auch mit sogenanntem binauralen Ton. Ein Sound, der sich den eigenen Bewegungen anpasst. Hervorzuheben ist auch die Plattformunabhängigkeit der Anwendung. Klassisch im Internetbrowser, auf einer mobilen Webseite oder als App – das Angebot ist über fünf verschiedene Plattformen zugänglich. Sogar eine höchst aufwendige Photogrammetrie wurde realisiert. Dieses Angebot setzt Maßstäbe für eine kreative und technisch exzellente Aufbereitung. Die multiperspektivische Zugänglichkeit des Weltkulturerbes Kölner Dom zieht in den Bann. Immersion der Extraklasse! Mehr davon! Bitte gerne auch demnächst in anderen Sprachen.

GRIMME ONLINE AWARD

Beschreibung: Er ist Weltkulturerbe, Identitätsstifter für eine Region, buchstäblich ein Jahrhundertbauwerk: der Kölner Dom, der jetzt mit dem bislang größten VR-Projekt des WDR in 360° und Virtual Reality erfahrbar wird. Ein Chorkonzert am Dreikönigenschrein, eine Zeitreise oder ein Besuch in der Dombauhütte machen die Kathedrale auch für diejenigen erlebbar, die nicht vor Ort sein können. Dabei dokumentieren die Macher auch ihre eigene Arbeitsweise und informieren die Nutzer über die aktuelle Technik.



WOCHENEND- REBELL

Preis verliehen für Gesamtverantwortung

Internetadresse:

www.wochenendrebell.de

Verantwortliche Personen:

Jason von Juterczenka (Gesamtverantwortung)

Mirco von Juterczenka (Gesamtverantwortung)

Mitwirkender:

Gerhard Wagler (IT-Support)

Begründung der Jury: Eigentlich hätten Nominierungskommission und Jury den „Wochenendrebell“ auch in der Kategorie Wissen und Bildung auszeichnen können. Denn was Jay-Jay, einer der beiden Protagonisten dieses wundervollen Blogs-plus-Podcast dort über Wissensgebiete wie Astrophysik oder Humanbiologie erklärt, könnte manches Schulbuch ersetzen.

Aber es geht beim „Wochenendrebell“ noch um viel mehr: Jay-Jay, derzeit elf Jahre alt, hat das Asperger-Syndrom, und so erzählen sein Vater Mirco von Juterczenka und er dort immer auch eine andere Geschichte: darüber, wie die Welt aussieht aus einer autistischen Sicht, oder wie es sich lebt in und mit einem Kosmos, der anders funktioniert als die meisten anderen, und dass man damit oft auch aneckt.

Das geschieht als Bericht des Vaters in den

Blogtexten oder dialogisch im Podcast „Radio-rebell“, wo vor allem der Sohn ausführlich zu Wort kommt. Im Vater-und-Sohn-Angebot geht es um Fußball, um Wissenschaft und immer wieder um den Alltag – anschaulich, unsentimental, aber voller Gefühl mit einer Mischung aus Stolz und Kummer, wie es der Vater einmal beschreibt, und oft sehr, sehr lustig. Über all diese Themen gibt es einen vorbildlichen Austausch mit den Lesern und Hörern: per Kommentar, Facebook, Twitter, Mail und sogar Brief – und mit immer wieder neuen Aktionen.

Autismus, so heißt es in Jay-Jays Twitter-Biografie, „beinhaltet genauso viel Behinderung wie Behilflichkeit“. Jason und Mirco von Juterczenka nutzen Blog und Podcast, dies zu beweisen, und ihr Publikum folgt ihnen dabei gerne, mit Vergnügen und Anteilnahme.

Beschreibung: Vater und Sohn auf der Suche nach einem Lieblings-Fußballverein. Kein spektakuläres Blog-Thema – es sei denn, es geht eigentlich um den Umgang mit dem Asperger-Syndrom des Sohnes. Der „Wochenendrebell“ erzählt von irritierenden Ereignissen und überraschenden Begegnungen bei den Reisen zu den Fußballplätzen. Ein Podcast, in dem das Vater-Sohn-Duo über ein per Los bestimmtes Thema spricht, ergänzt das Angebot, dem es gelingt, viel Verständnis für Menschen mit Asperger-Syndrom zu vermitteln.

„Dies ist das schönste Stadion der Welt“, konstatierte er, was ungewöhnlich ist, weil er sich sonst immer gerne absichert und ausserdem gerne eher faktischer misst. Das größte Fassungsvermögen eines Stadions, das höchstgelegene Stadion oder das teuerste, aber eben nicht das verrückteste Stadion oder das außergewöhnlichste, denn da könnte es noch andere Meinungen zu geben, die sich faktisch nicht widerlegen lassen. Das erzeugte in der Vergangenheit in der Regel eine Menge Änsätze des Sohnes, die mir Angst bereiteten, welche zu besuchenden Grounds er uns im Rahmen unserer Touren noch auswählt. Aber nun, in diesem einen Moment, war es einfach das schönste der Welt und als wir da so patschnass auf den Steinen lagen, mutterseeleneinsam, müde, platt, kaputt, reisegelagert und ohne ein Handtuch, um uns abzutrocknen, fragte er mich: ob das richtig sei mit dem schönsten Stadion, denn er hätte das schließlich ergoogelt.

„Ganz bestimmt. Das schönste Stadion am schönsten Platz der Welt überhaupt.“



Die Situation im kroatischen Fußball: Sehr guter Einblick zur Positionierung ehemaliger Fußball-Profs wie Davor Šuker und Josip Šimunić. <http://www.zet.de/sport/2016-09/05/fussball-ent-kroatischen-ausschreitungen-verband/seite-2>

Hallo Milo
Wir sind gerade im ICE nach Dresden
dorum kann Papsi mit auch gerade nicht
versorgen. Wir haben uns auch gerade ein Film
von Mehmet Scholl angesehen. Schade das
ich ihn nicht mehr Live sehen kann
ich war schon mal in München
gegen Juventus Z:0 da hat das Stadion
geleitet.

Grüße Jay-Jay

Wochenendrebell

Sohn, Groundhopping, Papa & Autismus

STARTSEITE DIE BESUCHTEN SPIELE FAN-BRIEFE MUSIK & FESTIVALBESUCHE PODCAST



Radiorebell – Episode #18 – Dinge, die wir gerne mögen.

2 Antworten

Wir reden über Twitter, Seifen & Shampoos und Dinge. Viele Dinge. Wir erfahren warum der Sohn sechs oder sieben Bleistifte und Radiergummis mit sich rumschleppt. Ausserdem erzählt



er wie sein Sammelfach in der Schule aussieht, bzw. wieso und weshalb die Fachsituation in der Schule völlig eskaliert ist. Wir reden über die eintausend Euro, die wir nicht für Malzbierwerbung bekommen haben, die Pläne

BLOG VIA E-MAIL ABONNIEREN

Gib Deine E-Mail-Adresse an, um diesen Blog zu abonnieren und Benachrichtigungen über neue Beiträge via E-Mail zu erhalten.

Schliesse dich 166 anderen Abonnenten an

E-Mail-Adresse

Abonnieren

#ICHBINHIER

Preis verliehen für Gründung, Moderation und Engagement

Verantwortliche Personen:

Hannes Ley (Gründung, Moderation und Engagement)

sowie das Moderationsteam und zahlreiche Engagierte

Begründung der Jury: Wer in den sozialen Medien unterwegs ist, stößt unweigerlich auf persönliche Angriffe und menschenverachtende Kommentare – oder wird selbst zum Opfer hasserfüllter Postings. Bisher schienen alle Versuche, das zu stoppen, schon an der schiereren Masse zu scheitern. Und so fühlten sich viele allein gelassen mit der Hetze, die zudem oft organisiert über sie hereinbricht. Eine Folge davon: Die meisten Betroffenen und Beobachter ziehen sich verängstigt oder verärgert zurück und überlassen den Hetzern das Feld.

Doch jetzt wird eine Idee zur gesellschaftlichen Bewegung – und zur Hoffnung auf eine bessere Diskussionskultur in den sozialen Medien: #ichbinhier hält dagegen. Gezielt durchsuchen die Moderatoren von #ichbinhier das Netz nach diskriminierenden, beleidigenden oder

bedrohlichen Kommentaren und rufen die Mitglieder ihrer geschlossenen, aber ständig wachsenden Facebook-Gruppe zum Counterspeech in konkreten Fällen auf. Sie setzen so dem Hass unter einzelnen Beiträgen eine Vielzahl eigener, sachlicher Kommentare entgegen – jeweils versehen mit dem Hashtag #ichbinhier –, die wiederum gelikt werden. Die ermutigende Botschaft: Du bist nicht allein – wir sind viele. So erleben wir eine digitale Selbstermächtigung der Zivilgesellschaft, die mit der Macht der Masse gezielt aus dem Ruder gelaufene Diskussionen übernimmt und in einen geordneten Diskurs überführt. Der Gründer der Gruppe und die Moderatoren, die täglich auch persönlich Mut und Zivilcourage zeigen, leisten so einen wertvollen gesellschaftlichen Beitrag, der die Diskussionskultur im Netz nachhaltig verändern könnte.

GRIMME ONLINE AWARD

Beschreibung: Hass und Ressentiments in Online-Medien sind genauso ein Dauerthema wie die Suche nach Wegen, dem zu begegnen. Ausgehend von einer geschlossenen Facebook-Gruppe mit rund 35.000 Mitgliedern wird unter dem Hashtag #ichbinhier mit gezielter Gegenrede und Argumentation versucht, das Diskussionsklima auf Facebook-Seiten von Medienangeboten zu verbessern. Mit Aktionen in Threads, in denen Wortwahl und Inhalte abzugleiten drohen, steuern die Hashtag-Nutzer gegen, wenn es verletzend wird.



RESI-APP

Preis verliehen für Konzept und Umsetzung

Internetadresse:

app.resiapp.io

Anbieter:

RESI Media UG (haftungsbeschränkt)

Verantwortliche Personen:

Martin Hoffmann (Konzept und Umsetzung)

Moritz Klack (Umsetzung)

Christopher Möller (Umsetzung)

Giuseppe Di Vincenzo (Umsetzung)

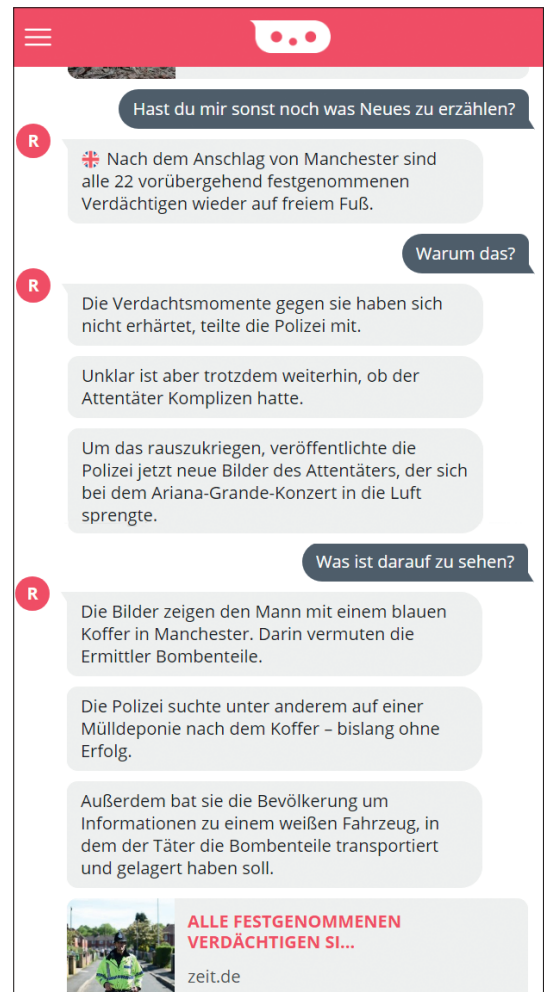
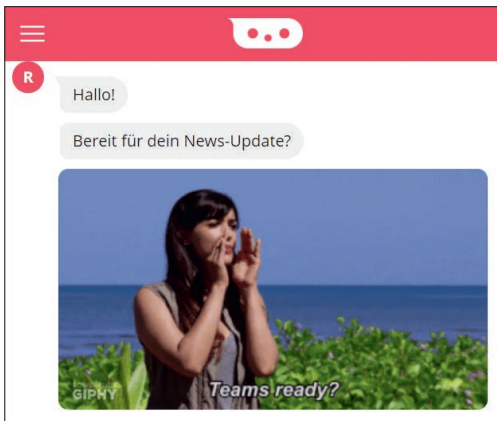
Maxim Zaks (Umsetzung)

Begründung der Jury: Das Thema Chatbots übt derzeit auf die Medienbranche eine große Faszination aus. Viele Anbieter experimentieren mit Bots auf Plattformen wie Facebook, die aber kaum über den Status einer vermeintlich intelligenten Linkschleuder hinausgehen.

Die Nachrichten-App „Resi“ sticht aus diesen noch jungen Angeboten deutlich hervor. Gründer Martin Hoffmann und sein Team setzen im diesjährigen Bewerberfeld überdurchschnittliche Akzente im Bereich publizistischer Apps und überraschen mit Journalismus in Dialogform. Die Resi-App verpackt die Nachrichten in zielgruppengerechte Dialoge, die bei den Nutzern ankommen – und auf Quellen in unterschiedlichen Medien verweisen. Das Tempo und die Qualität des Startups hält mit den

großen Redaktionen von Verlagen oder öffentlich-rechtlichen Sendern mit. So werden auch Nutzer erreicht, die nicht ständig viele Nachrichtenwebsites checken – und für die das Smartphone die wichtigste Informationsquelle ist. Sie haben den Eindruck, dass sie mit einem Freund chatten, der einfach Bescheid weiß. Dieser spielerische Zugang zu Nachrichten gelingt auch bei politisch komplexen Themen. Animierte GIFs werden intelligent als Stilmittel eingesetzt, um eine Haltung zu den Themen zu transportieren. Mit der jetzigen Version der Resi-App haben die Macher eine vielversprechende Grundlage geschaffen, die nur erahnen lässt, was künftig in Sachen individuelle Nutzeransprache durch eine kluge Kombination zwischen Algorithmen und redaktioneller Leistung möglich sein wird.

Beschreibung: Nachrichten per Chat? Bekommt man von seinen Freunden. Oder von der „Resi-App“. Sie bringt die wichtigsten News des Tages im Häppchen-Format auf Handy oder Desktop. Wie viel der Nutzer von jeder Nachricht erfahren möchte, entscheidet er selbst: Schon nach dem ersten Anreißer kann man zu einem anderen Thema wechseln oder sich bis zu einem weiterführenden Link informieren lassen. Die App benachrichtigt zusätzlich mit Push-Mitteilungen, ist personalisierbar und lockert das Informationsangebot mit GIFs auf.



RESI

HALLO! ICH BIN RESI, deine persönliche News-Assistentin!

Resi schickt dir die neuesten News genau so, wie es ein Freund über WhatsApp machen würde. Probier es jetzt einfach aus!

Download on the
App Store

Download for
Android

[f](#) [t](#) [m](#)
Impressum

STATEMENT

DER NOMINIERUNGS- KOMMISSION

Nein, das Internet ist nicht kaputt. Aber sein Ruf ist ramponiert. Es gilt als Fake-News-Schleuder, als Tummelplatz für Verschwörungstheoretiker und Extremisten, als Brutkasten einer postfaktischen Sicht auf die Welt. Social Bots manipulieren das Meinungsbild, Hassreden scheinen nahezu jeden Diskurs zu ersticken. Wer ob dieser wenig erfreulichen Entwicklung zu zweifeln beginnt, dass die Erfindung des Internet wirklich eine so gute Idee war, dem empfehlen wir die Mitgliedschaft in der Nominierungskommission für den Grimme Online Award. Da gewinnt man den Glauben an das Gute im Web schnell zurück!

Davon gibt es reichlich, auch und gerade dort, wo das Netz seine wunden Punkte offenbart. Bewusst haben wir bei der Auswahl der Finalisten auch Projekte in den Blick genommen, die das Web als Werkzeug für zivilgesellschaftliches Engagement begreifen. Wir suchten und fanden Initiativen, die aufklären, Transparenz schaffen, sich gegen Ausgrenzung stark machen, Akteure vernetzen und die konstruktiv dazu beitragen, die Online-Diskussionskultur wiederzubeleben. Thematisch spiegelt sich in den Einreichungen ein dramatisches Jahr wider: Brexit, Terror, Trump – wenn die Ereignisse sich überschlagen, kann die Online-Publizistik ihre Stärken in der Echtzeitberichterstattung ausspielen. Zugleich wächst die Zahl der ausgereiften, analytischen Stücke, die Zusammenhänge medienadäquat beleuchten – und dabei mitunter auch die Schwächen eben jener Echtzeit-Publizistik aufarbeiten.

Auffällig: Das Erstarken der Rechten ist zwar vielfach Thema, gleichwohl bleibt die Zahl der Angebote zum Wahljahr 2017 überschaubar – dabei wäre das Netz das Medium der Wahl, wenn es darum geht, Raum für Positionen und Debatten und für partizipative Formen der politischen Willensbildung zu schaffen. Unsere Nominierung auf diesem Feld möchten wir als Impuls verstanden wissen: Da geht noch was!

Multimediales Storytelling hat sich etabliert und wirkt von Jahr zu Jahr ausgereifter. Kaum eine Online-Reportage verzichtet noch auf Video und Audio, interaktive Elemente wie Karten, Grafiken, Visualisierungen (inklusive Bereitstellung der Rohdaten in maschinenlesbaren Formaten) und neue Perspektiven durch Drohnenaufnahmen gehören mit wachsender Selbstverständlichkeit zum Repertoire des digitalen Erzählens. Erkennbar ist das Bemühen, längere Webtexte lesefreundlicher zu gestalten, etwa durch zuschaltbare vertiefende Informationen. Zunehmend investieren Anbieter in Programmierung und Design, statt auf vorgefertigte Templates zurückzugreifen. Um nicht missverstanden zu werden: Auch mit Standardwerkzeugen, zu denen ein Erzähltool wie „Pageflow“ inzwischen ja gehört, lassen sich nach wie vor auszeichnungswürdige Geschichten erzählen! Visuelles Storytelling findet auf höchstem Niveau statt. Detailreich gezeichnete, animierte Darstellungen und Webcomics vermögen auch ein „unbebilderbares“ Thema eindringlich zu vermitteln. Gleich zwei dieser Angebote haben wir nominiert.



Nachholbedarf sehen wir allgemein bei der Usability: Orientierungshilfen, nutzerfreundliche Strukturen und barrierefreie Zugänge sind zwar keine Seltenheit, aber auch noch nicht so selbstverständlich, wie es mehr als ein Vierteljahrhundert nach Erfindung des Web zu erwarten wäre.

Zurück zum Positiven: Die Anbieter bleiben nicht stehen, sondern trauen sich, die nächsten Schritte zu machen. Gut, manchmal geht's in die falsche Richtung: Welchen Mehrwert bietet zum Beispiel ein 360°-Video, wenn es ringsherum nichts zu sehen gibt? Innovative Technologie allein macht noch kein herausragendes Angebot; beim Zusammenspiel von Inhalt und Format trennt sich die Spreu vom Weizen. Es scheint, als müsste die Online-Publizistik diesen Lernprozess bei jeder neuen Technologie erneut durchlaufen. Virtuelle Realität versetzt uns im besten Fall mitten hinein ins Geschehen, lässt uns unzugängliche Orte erkunden und sogar in die Haut eines anderen Menschen schlüpfen. Im schlechten Fall beschränkt sie sich auf bloße Effekthascherei. Die Nominierungskommission (zu deren Arbeitswerkzeug in diesem Jahr erstmals auch die VR-Brille gehörte) fand beides vor – die nominierten Angebote aber zeigen auf, dass sich hier eine vielversprechende digitale Form der Vermittlung herausbildet, die aus passiven Rezipienten aktiv Erfahrende macht.

Andere Entwicklungen mögen vergleichsweise unspektakulär daherkommen, wir halten sie jedoch für nicht minder spannend. Konstruktiver Journalismus setzt dem alten Prin-

zip „Bad news are good news“ eine neue Ausrichtung entgegen. Kuratierungsplattformen locken uns mit fundierten Expertenempfehlungen aus der eigenen Filterblase. Newsbots versorgen uns mit personalisierten Nachrichten im Gesprächsformat. Erste deutschsprachige Angebote versuchen sich an neuen journalistischen Formaten, die auf eine junge und mobile Generation und deren Kommunikationsgewohnheiten zugeschnitten sind. Snaps und Stories sehen wir als Nachrichtenformate mit Potenzial.

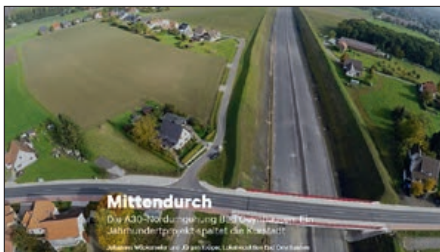
Gerne hätten wir mehr kleinere Angebote nominiert. Viele Einzelkämpfer, Blogger und Twitterer sind lange etabliert, und nicht wenige hinterließen einen guten Eindruck. Doch eine Welle neuer, innovativer kleiner Angebote konnten wir nicht ausmachen.

Positiv fällt aber auf: Neben den Presseverlagen beschäftigen sich auch kleinere Anbieter und Freelancer verstärkt mit dem Thema Monetarisierung. Journalistische Portale, Blogs und auch Podcasts versuchen ihr Glück mit einem durchlässigen Freemium-Modell und tragen damit auch dazu bei, die Akzeptanz für Bezahlinhalte im Netz zu erhöhen.

Fazit: Bei der Bandbreite an auszeichnungsfähigen Angeboten bestand die größte Herausforderung für die Nominierungskommission in diesem Jahr darin, mit den 28 verfügbaren Plätzen fürs Finale auszukommen. Am Ende fiel die Entscheidung buchstäblich im Foto-Finish. Die Besten der Besten aus diesem Kreis auszuwählen, das dürfte nicht leicht werden. Wir beneiden die Jury nicht um diese Aufgabe!

Die Nominierungskommission zum Grimme Online Award 2017 (von links nach rechts): Christian Bartels (freier Medienjournalist), Christian Artopé (GUD.Berlin), Michael Schwertel (Power-Toons), Monika Gemmer (Frankfurter Rundschau), Kübra Gümüşay (Netzaktivistin), Christian Nuernbergk (LMU München), Henning Grote (User Experience Konzepter)

INFORMATION

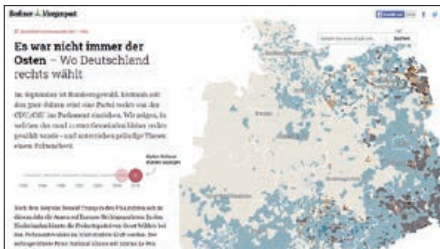


Ein Jahrhundertprojekt – die A30-Nordumgehung

Das Großprojekt hat die einen verärgert und lässt die anderen auf weniger Verkehrslärm hoffen – genug Stoff für eine Lokalzeitung. Seit Jahrzehnten berichtet die „Neue Westfälische Zeitung“ über den Lückenschluss der Autobahn bei Bad Oeynhausen, jetzt mit der aufwendigen Webreportage „Ein Jahrhundertprojekt – die A30-Nordumgehung“. In Text, Audio, Video und mit Drohnenflügen vermittelt sie Eindrücke der viel diskutierten Baumaßnahme, dokumentiert den Ist-Zustand und lässt Befürworter wie Gegner zu Wort kommen.

Internetadresse: multimedia.nw.de/mittendurch

Anbieter: Neue Westfälische Zeitung **Autoren:** Johannes Wöpkemeier; Jürgen Krüger (Lokalredaktion Bad Oeynhausen) **Idee:** Thorsten Gödecker, Jörg Stuke, Johannes Wöpkemeier **Konzept:** Thorsten Gödecker, Jörg Stuke, Johannes Wöpkemeier; Jürgen Krüger (Lokalredaktion Bad Oeynhausen) **Sprecher:** Jörg Stuke **Chefredaktion:** Carsten Heil, Thomas Seim **Beratung:** Annika Falk-Clausen (Onlineredaktion)

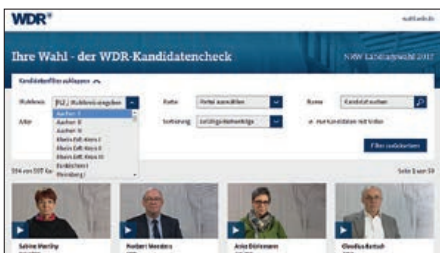


Es war nicht immer der Osten

Mit einer interaktiven Karte analysiert die „Berliner Morgenpost“ das Wahlverhalten der Deutschen seit 1990. „Es war nicht immer der Osten“ zeigt, wie sich rechte Hochburgen von Süddeutschland in den Osten verlagert haben und wo mit der AfD ein neuer Rechtsruck eingesetzt hat. Dabei geht die Darstellung auf Basis von rund 11.000 Gemeinden immer weiter ins Detail und ist leicht verständlich aufbereitet. Ein einordnender Text und ein Faktencheck begleiten das Angebot.

Internetadresse: interaktiv.morgenpost.de/wo-deutschland-rechts-waehlt

Anbieter: Berliner Morgenpost **Redaktion:** André Pätzold, Julius Tröger **Web-Entwicklung:** Moritz Klack, Christopher Möller **Gestaltung:** David Wendler **Mitarbeit:** Hans Hack, Marie-Louise Timcke **Video:** Max Boenke, Uta Keseling



Ihre Wahl – der WDR-Kandidatencheck

Anlässlich der NRW-Landtagswahl stellten sich über 1.300 Kandidaten aus 128 Wahlkreisen zur Wahl, darunter bekannte und weniger bekannte. Fast 1.000 von ihnen hat der WDR im Interview „gecheckt“. Eine unglaubliche logistische Herausforderung, aber auch ein nie zuvor dagewesenes Vergleichstableau der Bewerberlage um die Wählergunst in NRW. Im „WDR-Kandidatencheck“ hat jeder Kandidat bis zu 20 – immer gleiche – Fragen und vier Minuten Zeit, sich unter Live-Bedingungen und ohne Schnitte vorzustellen.

Internetadresse: kandidatencheck.wdr.de

Anbieter: Westdeutscher Rundfunk **Redaktionelle Verantwortung:** Axel Klauwer, Stefan Moll **Konzept und Redaktion:** Sabine Bresser, Stefanie Faulhauer, Julia Lüke, Julia Michael, Hans-Christian Müller **Realisierung:** Petra Wang-Twittmann, Markus Waskowski; Matthieu Hauck, Martin Kurz (WDR Mediagroup)

Lifestyle-Doping – die Männerdroge Testosteron

Die dunkle Seite des Fitness- und Körperwahns unserer Gesellschaft wird in der Multimedia-Reportage „Lifestyle-Doping – die Männerdroge Testosteron“ von „BR Data“ ans Tageslicht gebracht. Die Recherche gibt mit Grafiken und Videos mit Insidern einen tiefen Einblick in die illegale Doping-Industrie. Mit der visuellen Aufbereitung und dem leicht verständlichen Text gelingt es, dass sich der komplexe Inhalt auch dem Laien vermittelt. Zahlreiche weiterführende Links ergänzen das Angebot.

Internetadresse: web.br.de/interaktiv/testosteron

Anbieter: Bayerischer Rundfunk, BR Data **Autoren:** Uli Köppen, Manuel Mohr, Niels Ringler **Mitarbeit:** Johannes von Creytz, Kathrin Denk, Philipp Grüll, Sebastian Krause, Jeanne Turczynski **Grafiken, Programmierung:** Niels Ringler **Gestaltung:** Christian Sonnberger
Redaktion: Steffen Jenter, Maximilian Zierer



Rette sie, wer kann

„Keiner weiß, wie viele Boote sinken, ohne dass auch nur die Chance bestehen würde, ihnen zu helfen.“ Eine der traurigen Feststellungen aus der eindringlich fotografierten Multimedia-Reportage „Rette sie, wer kann“, die Foto-Journalist Christian Werner für den „Spiegel“ produziert hat. Er begleitet ein Rettungsschiff auf dem Mittelmeer bei dem Versuch, in Seenot geratene Geflüchtete zu retten. In seinen Videos und Fotos, die auch in 360°-Technik produziert wurden, wird die beklemmende Enge auf den Booten für den Nutzer erlebbar.

Internetadresse: www.spiegel.de/sp422016mittelmeer

Anbieter: DER SPIEGEL **Autor:** Christian Werner **Redaktion:** Jens Radü **Animation:** Lorenz Kiefer **Programmierung:** Tobias Hellwig



Timeline der Panik

München, 22. Juli 2016: Amoklauf im Olympia-Einkaufszentrum. Und: Viele Gerüchte über weitere Attentate in der Stadt. Mit „Timeline der Panik“ hat die „Süddeutsche Zeitung“ recherchiert, wie aus falschen Informationen echte Panik entsteht. Dafür haben die Journalisten unter anderem über 113.000 Tweets ausgewertet, die Anstoß gaben für Gespräche mit den Urhebern, mit Augenzeugen oder Polizisten. So ist eine Dokumentation der unglaublichen Geschwindigkeit entstanden, mit der sich Gerüchte verbreiten.

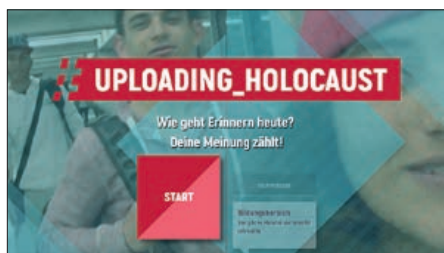
Internetadresse: www.sueddeutsche.de/panik

Anbieter: Süddeutsche Zeitung **Autoren:** Thierry Backes, Wolfgang Jaschensky, Katrin Langhans, Hannes Munzinger, Benedict Witzemberger, Vanessa Wormer **Gestaltung:** Manuel Kostrzynski
Programmierung: Sascha Goldhofer, Benjamin Urban



NOMINIERUNGEN

WISSEN & BILDUNG



#uploading_holocaust

Wie gehen Jugendliche heute mit der Erinnerung an den Holocaust um? Die – auch für den Einsatz im Unterricht konzipierte – Plattform „#uploading_holocaust“ kombiniert einen interaktiven Fragebogen mit Youtube-Videos israelischer Jugendlicher, die Gedenkstätten in Polen besuchen. So regt sie an, das eigene Erinnerungsverhalten in Bezug auf den Holocaust zu reflektieren, mit der Familie oder innerhalb der Klasse zu besprechen und seine Ansichten direkt mit denen der israelischen Jugendlichen zu vergleichen.

Internetadresse: uploading-holocaust.com

Anbieter: gebueder beetz filmproduktion, BR, rbb **Konzept:** Georg Tschurtschenthaler **Autorin:** Hannah Kappes **Gestaltung, Programmierung:** Jens-Uwe Grau **Videobearbeitung:** Xavier Agudo **Beratung:** Birgit Marzinka, Nadja Grintzewitsch (Agentur für Bildung e.V.); Werner Dreier (Erinnern.at); Robert Sigel (Bayerische Landeszentrale für politische Bildung) **Redaktion:** Christiane Miethge, Andreas Poll, Thomas Sessner (BR); Franziska Schulz (rbb); Sharon Nuni, Siegfried Steinlechner, Martin Traxl (ORF) **Produzent:** Christian Beetz **Koproduzenten:** Sagi Bornstein, Udi Nir (udiVsagi production) **Producer, Produktionsleitung:** Tanja Schmoller **Herstellungsleitung:** Kathrin Isberner **Förderung:** Medienboard Berlin-Brandenburg, Nationalfonds Österreich, Zukunftsfonds Österreich, Bayerische Landeszentrale für politische Bildung



Die mit den Händen tanzt

Lauras Leidenschaft ist die Musik. Und die Gebärdensprache. Beides verbindet die Protagonistin der Multimedia-Reportage „Die mit den Händen tanzt“ in ihrer Profession: Sie dolmetscht Konzerte. Das auf dem Tool „Pageflow“ basierende Angebot des HR stellt sie und ihren Job vor. Sie animiert die Nutzer, Songs zu erraten, erklärt einzelne Gebärden, erzählt Witze und räumt mit Klischees auf. So schlägt das Webspecial eine Brücke zwischen der Welt der Hörenden und der der Hörgeschädigten.

Internetadresse: reportage.hr.de/die-mit-den-handen-tanzt

Anbieter: Hessischer Rundfunk **Autorin:** Klaudija Schnödewind **Kamera:** Miriam Dünschede, Salvatore Detzel **Ton:** Christian Cyfus **Schnitt:** Justus von der Handt **Grafik:** Kerstin Henninger **Recherche:** Oliver Körting



Gebärdengrips

Warum fliegt ein Flugzeug? Die Antwort auf diese Frage findet sich an vielen Stellen im Internet. Auch für Kinder aufbereitet. Aber für hörgeschädigte Kinder? „Gebärdengrips“ ist eine stetig wachsende Wissensplattform, die mit Videos in Gebärdensprache Inhalte speziell an gebärdensprachorientierte Kinder vermittelt. Die Videos sind untertitelt und synchronisiert, sodass auch Hörende das Angebot nutzen können und zugleich auf unterhaltsame Weise an die Gebärdensprache herangeführt werden.

Internetadresse: www.gebaerdengrips.de

Projektleitung: Ludwig Herb, Lisa Leonhardt, Stefanie Trzecinski, Katrin Wälder **Mitwirkende:** Stefanie Arms, Belina Bobb, Ben Bobb, Tanja Braun, Andreas Costrau, Andreas Doeltgen, Cornelius Duvanova, Jamiro Duvanova, Rosa Eisermann, Ralf Even, Anna Fleischhauer, Johannes Franke, Carolin Fritsche, Elisabeth Gawenda, Viviane Grün, Aneray Heidenreich, Claudia Herb, Mila Hergert, Philipp Hergert, Jessica Hoffmeyer, Robin Hoffmeyer, Thora Hübner, Henriette Juche, Simone Kattert, Claudia Kermer, Stefanie Klingner, Simone Kreklau, Svea von Krshiwoblozki, Jessye Leem, Joris Lichtenberger, Matti Lichtenberger, Anika Lux, Stephanie Mazagg, Christin Meyer, Henrik Müller, Taina Niederwipper, Yasmin Patzer, Niels Pinkwart, Claudia Piplow, Maurice Poths, Alena Prätel, Susanne Rosseck, Jamiro Salm, Lisa Schäfer, Ole Schäfer, Betty Schätzchen, Ricardo Scheuerer, Frederike Schinzler, Tino Sell, Benedikt J. Sequeira Gerardo, Adrian Steier, Matthias Steinbrecher, Frank Wende, Wille Felix Zante **Förderung:** Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, Ein Netz für Kinder

Im Märkischen Sand – Nella sabbia del Brandeburgo

Im April 1945 verübt die deutsche Wehrmacht im brandenburgischen Treuenbrietzen ein Massaker an italienischen Militärinternierten. Von den 131 Männern sterben 127. Die multimediale Dokumentation „Im Märkischen Sand“ zeichnet dieses vergessene Kriegsverbrechen mithilfe aufwendiger künstlerischer Gestaltung nach. Historische Fakten werden ergänzt durch Gespräche mit Angehörigen, Zeitzeugenberichte aus dem Ort und Videos der letzten Überlebenden. Zusätzlich wird Lehrmaterial für Schüler bereitgestellt.

Internetadresse: www.imidoc.net

Anbieter: Out of Focus Filmproduktion **Regie:** Katalin Ambrus, Nina Mair, Matthias Neumann **Illustrationen:** Cosimo Miorelli **Kamera:** Matthias Neumann **Schnitt:** Lucian Busse, Nina Mair **Originalmusik:** Andrea Blasetig, Stefano Fornasaro **Sounddesign:** Felicitas Heck **Sprecherin:** Aurora Kellermann **Historische Redaktion:** Julia Oelkers, Maximilian von Schoeler **Produktions- und Projektleitung:** Nina Mair, Matthias Neumann



Inside Auschwitz – 360°

Mehr als 70 Jahre sind vergangen seit der Befreiung von Auschwitz-Birkenau. Mehr als eine Million Menschen wurden dort ermordet. Noch immer versuchen wir, den Schrecken zu begreifen. „Inside Auschwitz“ des WDR setzt eine speziell konstruierte 360°-Drohne ein, um die gewaltigen Dimensionen des Vernichtungslagers zu verdeutlichen. Geführt von persönlichen Geschichten dreier Zeitzeuginnen können sich die Nutzer dort selbst umsehen. So gelingt es, das oft erzählte Thema noch einmal neu und anders erfahrbar zu machen.

Internetadresse: www.youtube.com/watch?v=QwC5d75iTcA

Anbieter: Westdeutscher Rundfunk / Hier und heute **Autoren:** Jürgen Brügger, Jörg Haaßengier, Gerhard Schick **Sounddesign:** Matthias Fuchs, Franziska Windisch **VR-Luftaufnahmen:** Nicolas Chibac, Rico Chibac (SpiceVR) **Redaktion:** Dorothee Pitz **Redaktionsleitung:** Maik Biak

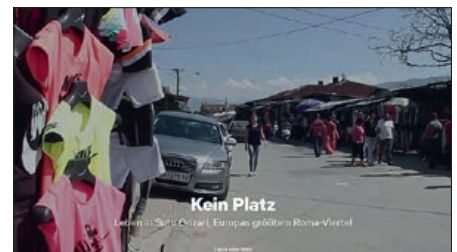


Kein Platz

Den Berishas ergeht es wie vielen Roma-Familien – für sie gibt es nirgends einen Platz. Aktuell leben sie in Mazedonien, am Rand der Hauptstadt Skopje in Suto Orizari, Europas größtem Roma-Viertel. Für die Reportage „Kein Platz“ hat Laura Meschede die Familie drei Monate lang begleitet. Der gezielte Einsatz von Elementen wie interaktiven Karten, Daten-Grafiken, Infokästen oder Bilderstrecken vertieft den ausführlichen Einblick in das Leben von Europas größter Minderheit.

Internetadresse: www.taz.de/shutka

Anbieter: taz.die tageszeitung **Gesamtverantwortung:** Laura Meschede **Förderung:** Fabrica



Meer entdecken!

Mit drei Webdokus widmet sich ARTE dem „Wissenschaftsjahr 2016/17 ‚Meere und Ozeane‘“. Thematisiert werden der Machtpoker um Gebiete und Rohstoffe, die Grönlandexpedition Alfred Wegeners Ende der 1920er Jahre und die Gefahr durch Plastikmüll. Die Nutzer folgen dem transparent dokumentierten Rechercheweg und werden von Cliffhangern am Ende der Kapitel geschickt weitergeführt. Dabei nutzen die Autoren alle multimedialen Möglichkeiten, die das Netz bietet, um die Informationen ansprechend zu vermitteln.

Internetadresse: arte.tv/meerentdecken

Anbieter: ARTE **Autoren:** Alexander Lahl, Max Mönch (mobyDOK) **Gestaltung, Programmierung:** Jens-Uwe Grau **Kamera:** Robert Cöllen **Schnitt:** Andreas Preisner, Gunnar Refardt **Musik, Sounddesign:** Hannes Schulze **Grafik, Animation:** Susan Kreher **Produzenten:** Alexander Lahl, Max Mönch (mobyDOK) **Redaktion:** Ann-Christin Hornberger (ZDF/ARTE); Katja Dünnebacke (ARTE Deutschland); Anett Sager (ARTE GEIE) **Medienpartner:** Wissenschaftsjahr 2016/17 „Meere und Ozeane“, Frankfurter Allgemeine Zeitung



NOMINIERUNGEN



Ninette – Dünn ist nicht dünn genug

Der interaktive Comic „Ninette – Dünn ist nicht dünn genug“ erzählt, wie die 14-jährige Janette zunehmend in den Strudel der Magersucht gerät, es aber nach und nach schafft, mit der Hilfe ihres Umfelds einen Weg aus der Krankheit zu finden. Einfühlsam und unterhaltsam wird ein gerade für junge Mädchen relevantes Thema zielgruppengerecht aufbereitet. Innerhalb des aufwendig produzierten Angebots in elf Kapiteln gibt es immer wieder Verweise auf weiterführende Informationen.

Internetadresse: ninette.berlin

Anbieter: Interactive Media Foundation gGmbH **Regie:** Maya Puig Eriksson **Drehbuch:** Michaela Beck **Storyboards:** Barbara Yelin
Characterdesign: Félicie Haymoz **Illustration:** Anne Becker, Stephan Meyer-Metelmann **Musik, Sounddesign:** John Alexander Ericson
Programmierung: Matthias Brost, Rouven Laurien **Layout:** Paul Brandi (The Beast GmbH); Berit Schneider, Corinna Vidic
Produktion: Nora Ambun-Suri, Thorsten Schwarck **Leitung:** Saskia Kress, Diana Schniedermeier **Inhaltliche Unterstützung:** Waage e.V., ANAD e.V., Frankfurter Zentrum für Ess-Störungen gGmbH **Förderung:** Beyond Philanthropy invest impact GmbH, Ingvild Goetz Philanthropy



Perspective Daily

Medien sind destruktiv, sehen immer nur das Negative und bieten keine Lösungen? Bieten sie doch – im Falle von „Perspective Daily“. In der Redaktion begegnen sich Neurowissenschaftler, Germanisten, Physiker und Juristen und arbeiten gemeinsam an konstruktiven, fundierten Texten, die helfen, die Filterblase zu durchbrechen. In dem zeitgemäß gestalteten Magazin wird jeden Werktag ein ausführlicher Beitrag veröffentlicht, der im Abo zugänglich ist. Verweise ergänzen die Texte, die von den Lesern diskutiert werden können.

Internetadresse: www.perspective-daily.de

Anbieter: Perspective Daily (UG) haftungsbeschränkt **Geschäftsführung:** Han Langeslag, Maren Urner **Redaktion:** Felix Austen, Peter Dörrie, David Ehl, Han Langeslag, Juliane Metzker, Frederik von Paepcke, Maren Urner, Dirk Walbrühl **Design, Bildredaktion:** Magdalena Banning, Fabian Ludwig, Kilian Rullkötter, Robin Schüttert **Entwicklung:** Maximilian Doré, Stephan Tietz, Jakob Wrobel
Community Management: Christine Knappeheide, Marc Tiemann **Lektorat:** Henrike Holzinger, Johann Jakob Preuß



Was heißt schon arm?

In der Webreportage „Was heißt schon arm?“ geht Spiegel Online in Deutschland auf Spurensuche nach Ursachen der Armut und dokumentiert deren vielfältige Facetten. Das Angebot eröffnet mit den Porträts seiner drei sympathischen Protagonisten und dem gezielten Einsatz multimedialer Elemente einen neuen Blick auf das Thema und stellt die geläufige Definition von Armut in Frage. Ein Rechner, der das eigene Armutsrisiko ermittelt, ergänzt das Angebot.

Internetadresse: www.spiegel.de/armut

Anbieter: Spiegel Online **Autoren:** Florian Diekmann, Britta Kollenbroich **Fotos, Videos:** Philipp Jeske **Fotoredaktion:** Philipp Jeske, Nasser Manouchehri
Animation: Roman Höfner, Jens Radü **Gestaltung, Layout:** Elsa Hundertmark, Jens Kuppi **Programmierung, Grafiken:** Cornelia Baumermann, Guido Grigat, Chris Kurt, Michael Niestedt **Dokumentation:** Peter Wahle **Schlussredaktion:** Dörte Karsten, Hannah Panten
Koordination der Serie #ÜberMorgen: Anna Behrend **Redaktion, Koordination:** Jule Lutteroth

KULTUR & UNTERHALTUNG

Datteltäter

Pssst! Muslime planen ein neues Satire-Kalifat im Herzen der Youtube-Szene – ein Empörium für zwanghafte Toleranz. Planen? Die „Datteltäter“ – inzwischen ein Angebot von „Funk“ – proben den Bildungsdschihad! In ihren Videos kommentieren sie humorvoll gängige Vorurteile gegenüber Muslimen, geben Einblick in die Welt von kopftuchtragenden Frauen oder lassen Youtuber syrisches Essen probieren – so überwinden sie eine kulturelle Schranke. Ihre Community beziehen sie auf allen Kanälen mit ein.

Internetadresse: www.youtube.com/datteltäter

Anbieter: Funk **Autoren, Darsteller:** Younes Al-Amayra, Fiete Aleksander, Farah Bouamar, Hibat Khelifi, Nour Khelifi, Marcel Sonneck

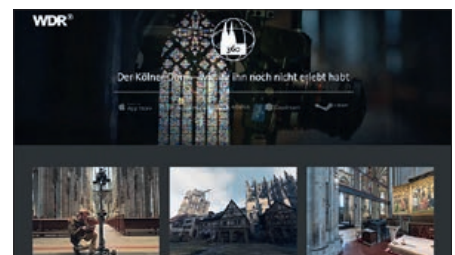


Der Kölner Dom in 360° und VR

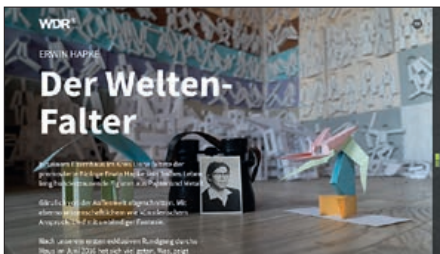
Er ist Weltkulturerbe, Identitätsstifter für eine Region, buchstäblich ein Jahrhundertbauwerk: der Kölner Dom, der jetzt mit dem bislang größten VR-Projekt des WDR in 360° und Virtual Reality erfahrbar wird. Ein Chorkonzert am Dreikönigenschrein, eine Zeitreise oder ein Besuch in der Dombauhütte machen die Kathedrale auch für diejenigen erlebbar, die nicht vor Ort sein können. Dabei dokumentieren die Macher auch ihre eigene Arbeitsweise und informieren die Nutzer über die aktuelle Technik.

Internetadresse: dom360.wdr.de

Anbieter: Westdeutscher Rundfunk **Redaktionelle Verantwortung:** Stefan Moll **Konzept und Redaktion:** Stefan Domke, Thomas Hallet, David Ohrndorf, Lisa Weitemeier **Aufnahmeleitung:** Dirk Meffert **Produktionsleitung:** Bettina Stein **Realisierung App:** Gerrit Lochmann, Alexandra Worbs (re'flect) **Realisierung Photogrammetrie:** David Finsterwalder, Daniel Sproll (realities.io) **Realisierung Zeitreise:** Jörg Courtial, Maria Courtial (Faber Courtial) **Realisierung 360°-Fotos:** Chris Witzani (schnurstracks.de) **360°-Audio:** Achim Fell, Benno vom Hofe, Martin Zylka **Realisierung Landingpage:** Markus Scholz **Autor Kontext-Informationen:** Heinz Greuling



NOMINIERUNGEN



Erwin Hapke – Der Welten-Falter

35 Jahre lang teilt der promovierte Biologe Erwin Hapke sein Haus nur mit den von ihm geschaffenen Kunstwerken: Insekten, Krebsen, Hexenwesen – gefaltet aus Papier. Sein Neffe Matthias Burchardt hat das skurrile Museum nach dem Tod seines Onkels für den WDR geöffnet. Die auf dem Tool „Pageflow“ basierende Reportage „Erwin Hapke – Der Welten-Falter“ führt die Nutzer durch das Haus, lässt den Rundumblick in 360° zu und bietet sogar eine Anleitung zum Nachfalten der Kunstwerke.

Internetadresse: www.wdr.de/k/wdrdrei-erwin-hapke

Anbieter: Westdeutscher Rundfunk **Autor:** Thomas Köster **Video, 360°-Produktion:** Ludger Hoffacker, Stefan Röttger
Redaktion: Marion Menne-Mickler **Produktion:** Tobias Baum

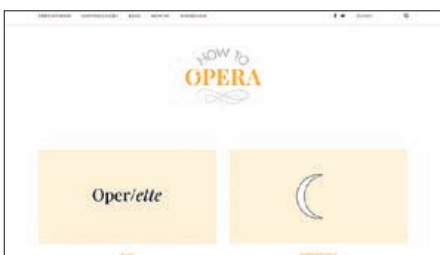


Germania

Im Youtube-Format „Germania“ von „Funk“ kommen Menschen zu Wort, die Kinder aus Einwandererfamilien oder nicht in Deutschland geboren sind. Die Rapper, DJs oder Moderatorinnen schildern ihre Sicht auf Deutschland und „die Deutschen“. Ja, es fallen Begriffe wie Pünktlichkeit, Sauberkeit und Ordnung, aber „Germania“ ist weit entfernt davon, Klischees zu bedienen. Vielmehr gelangen auch die unter den Videos diskutierenden Nutzer oft zu der Erkenntnis: Deutschland ist ein Einwanderungsland und das ist auch gut so.

Internetadresse: www.youtube.com/germania

Anbieter: Funk **Konzept:** Bastian Asdonk, Benjamin Kahlmeyer **Redaktion:** Susanne Erler, Julia Krampe, Sara Mohaupt, Caspar Wallrabe, Oliver Winkler



How To Opera

„Zu kompliziert.“ „Die singen unverständliches Zeug.“ „Ach, das ist doch von gestern!“ Es soll tatsächlich Leute geben, die noch nie in einer Oper waren – vielleicht auch, weil die Hemmschwelle zu hoch ist. Genau die möchte Anna Stumpf mit „How to Opera“ senken: Es ist eine Art Bedienungsanleitung für die Oper. Statt Inhaltsangaben finden sich hier visualisierte Handlungsstränge, Tipps helfen beim ersten Operngang und die Rezensionen sind knapp und leicht verständlich. Ein Opernmagazin für Einsteiger. Brava!

Internetadresse: www.how-to-opera.de

Gesamtverantwortung: Anna Stumpf

Pop ist kein weißer, heterosexueller Mann

Ist das Ungleichgewicht der Geschlechter in der Pop-Branche ein strukturelles Problem? Die Scrollytelling-Reportage „Pop ist kein weißer, heterosexueller Mann“ von detektor.fm liefert transparent und gut gestaltet die Zahlen zu Frauen in der Musikwelt, führt mit gekonnter Navigation durch die zehn Kapitel und konzentriert sich auf die Integration von Audio- und Video-Inhalten, um die Frauen zu Wort kommen zu lassen. Und die stellen fest: Pop ist nicht ganz so bunt und unisexuell, wie gerne getan wird.

Internetadresse: detektor.fm/pop-ist-bunt

Anbieter: detektor.fm / BEBE Medien GmbH **Redaktion:** Isabelle Klein, Gregor Schenk **Autoren:** Andre Beyer, Isabelle Klein
Projektleitung: Christian Bollert, Gregor Schenk



tell – Magazin für Literatur und Zeitgenossenschaft

In gedruckten Zeitungen wird der Platz für Literaturkritik knapp, einen Ausweg bietet der Umzug ins Netz. Vor etwa einem Jahr gründete ein kleines Team von Übersetzern, Journalisten und Bloggern, allesamt Lesende, „tell – Das Magazin für Literatur und Zeitgenossenschaft“. Hier findet nicht nur Literaturkritik statt, sondern die Macher gehen auch kritisch mit ihrer eigenen Zunft um – eine Kritik der Kritik. Reihen, wie der exemplarische Blick auf Seite 99 eines Romans, erleichtern den Einstieg in die Welt der Literatur.

Internetadresse: tell-review.de

Anbieter: tell review UG **Idee, Chefredaktion:** Sieglinde Geisel **Bild- und Textredaktion:** Anselm Bühling
Team: Herwig Finkeldey, Agnese Franceschini, Lars Hartmann, Frank Heibert



Wochenendrebell

Vater und Sohn auf der Suche nach einem Lieblings-Fußballverein. Kein spektakuläres Blog-Thema – es sei denn, es geht eigentlich um den Umgang mit dem Asperger-Syndrom des Sohnes. Der „Wochenendrebell“ erzählt von irritierenden Ereignissen und überraschenden Begegnungen bei den Reisen zu den Fußballplätzen. Ein Podcast, in dem das Vater-Sohn-Duo über ein per Los bestimmtes Thema spricht, ergänzt das Angebot, dem es gelingt, viel Verständnis für Menschen mit Asperger-Syndrom zu vermitteln.

Internetadresse: www.wochenendrebell.de

Gesamtverantwortung: Jason von Juterzenka, Mirco von Juterzenka **IT-Support:** Gerhard Wagler



SPEZIAL



#ichbinhier

Hass und Ressentiments in Online-Medien sind genauso ein Dauerthema wie die Suche nach Wegen, dem zu begegnen. Ausgehend von einer geschlossenen Facebook-Gruppe mit rund 35.000 Mitgliedern wird unter dem Hashtag #ichbinhier mit gezielter Gegenrede und Argumentation versucht, das Diskussionsklima auf Facebook-Seiten von Medienangeboten zu verbessern. Mit Aktionen in Threads, in denen Wortwahl und Inhalte abzugleiten drohen, steuern die Hashtag-Nutzer gegen, wenn es verletzend wird.

Gründer: Hannes Ley **Moderatoren:** Sarvmah Badakhshanian, Sonja Boddin, Yvonne Bräutigam, Carsten Brombach, Isolde Busch, Claudia Caséra, Annemarie Erdmann, Oliver Fleidl, Ingrid Flemming, Marthe Glonner, Sabine Grigowski, Cornelia Heyken, Sarah Hinney, Romy Katzer, Tom Keller, Christine Lauer, Mira Loe, Judith Marthaler, Maria Matschiner, Marion Meier, Sandra Meißner, Carmen Meyer, Nano Rickum, Florian Röder, Inga Rossbach, Mascha Roth, Jan Schlöber, Katja Schrickel, Susanne Tannert, Alex Urban, Nils Weber, Gaby Werth **Beirat:** Thomas Eickholt



Kunstgeschichte Online – der Städel Kurs zur Moderne

Von der Mitte des 18. Jahrhunderts bis heute führt der „Städel Kurs zur Moderne“, mit dem sich die Nutzer Kenntnisse der Kunstgeschichte aneignen können. Neben einführenden und erklärenden Filmen zu Themenschwerpunkten finden die Kursteilnehmer spielerische Lernformate, vertiefende Texte sowie einen umfangreichen Zeitstrahl zu historischen Ereignissen, Künstlern und Schlüsselwerken. Mit dem unterhaltsam moderierten Kurs setzt das Städel Museum seine innovative Vermittlungs- und Bildungsarbeit im Kunstbereich fort.

Internetadresse: onlinekurs.staedelmuseum.de

Anbieter: Städel Museum in Kooperation mit dem Centre for Digital Cultures und dem Institut für Philosophie und Kunstwissenschaft, Leuphana Universität Lüneburg **Gesamtkonzept:** Chantal Eschenfelder; Herbert Schwarze, Beate Söntgen **Konzept:** Jakob Schwerdtfeger, Anne Sulzbach **Projektsteuerung:** Inka Drögemüller; Jörg Schulze (maze pictures GmbH) **Projektkoordination:** Katja Kuhlmann (maze pictures GmbH); Antonia Lagemann **Technische Konzeption, Gestaltung und Umsetzung:** Sebastian Lübeck, Dennis Straub (agenturfuerkrankemedien GmbH) **Regie:** Michael Dörfler **Moderation:** Sebastian Blomberg **Kamera:** Michael Kotschi **Musik:** Boys Noize **Konzeptionelle Beratung:** Timon Beyes, Claus Pias (Centre for Digital Cultures)

Notes on Blindness

Wie ist es, wenn man blind wird? John Hull musste diese Erfahrung machen und hat über seine Erlebnisse ein Audio-Tagebuch geführt. Dies war nicht nur die Basis für einen Dokumentarfilm, sondern auch für die begleitende interaktive Virtual-Reality-App „Notes on Blindness“ von ARTE. Mit den schwarz-weißen 3D-Animationen und einer räumlichen Tonaufnahme-Technik lässt sie die Nutzer in sechs Kapiteln immersiv an der kognitiven und emotionalen Erfahrung der Blindheit teilhaben.

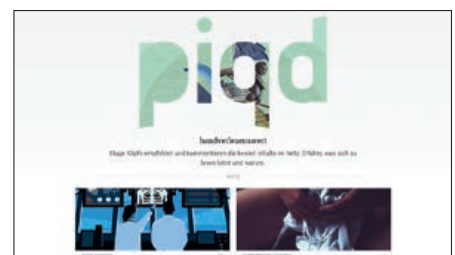


Internetadresse: notesonblindness.arte.tv/de/vr

Anbieter: ARTE **Autoren:** Arnaud Colinart, Peter Middleton, James Spinney **Regie, Creative Director:** Arnaud Colinart, Amaury Laburthe, Peter Middleton, James Spinney **Produktion:** Mike Brett, Arnaud Colinart, Jo-Jo Ellison, Amaury Laburthe **Art Director:** Arnaud Desjardins, Fabien Gogman, Béatrice Lartigue **Sound Design:** Amaury Laburthe **Redaktion:** Heidelinde Blumers, Marianne Levy-Leblond

piqd – handverlesenswert

Algorithmen beherrschen das Internet? Mitnichten! Wir müssen uns „piqd“ als ein gallisches Digitaldorf vorstellen, wo noch Menschen regieren: „Kluger Köpfe empfehlen“ hier „handverlesenswerte“ Inhalte im Netz. Die kommen – nach Kanälen sortiert – ins Mailpostfach, eingeordnet und kommentiert von den jeweiligen Kuratoren. Als zahlendes Mitglied kann man auf der Plattform an den Diskussionen über die empfohlenen Inhalte teilnehmen und so beeinflussen, von welchen Inhalten es künftig mehr geben wird.

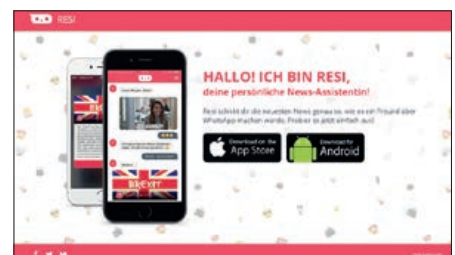


Internetadresse: www.piqd.de

Anbieter: piqd GmbH **Verantwortliche Geschäftsführung:** Marcus von Jordan **Gründung:** Konrad Schwingenstein
Konzept: Marcus von Jordan, Frederik Fischer, Marion Bruchhäuser **Chefredaktion:** Frederik Fischer **Technische Umsetzung:** Marion Bruchhäuser
Marketing: Moritz Orendt, David Simeth **Design:** Sascha Portisch (Bloom GmbH); Chris Stark **Podcast:** Katrin Rönicke, Barbara Streidl

Resi-App

Nachrichten per Chat? Bekommt man von seinen Freunden. Oder von der „Resi-App“. Sie bringt die wichtigsten News des Tages im Häppchen-Format auf Handy oder Desktop. Wie viel der Nutzer von jeder Nachricht erfahren möchte, entscheidet er selbst: Schon nach dem ersten Anreißer kann man zu einem anderen Thema wechseln oder sich bis zu einem weiterführenden Link informieren lassen. Die App benachrichtigt zusätzlich mit Push-Mitteilungen, ist personalisierbar und lockert das Informationsangebot mit GIFs auf.



Internetadresse: app.resiapp.io

Anbieter: RESI Media UG (haftungsbeschränkt) **Umsetzung:** Martin Hoffmann, Moritz Klack, Christopher Möller, Giuseppe Di Vincenzo, Maxim Zaks

SELBSTBESTIMMT UND SOUVERÄN IM NETZ



Gezielt gestreute Falschmeldungen, Hasskommentare, Beleidigungen und Bedrohungen: Selten war das Thema Internetsicherheit so präsent, so aktuell. Und Mobbing ist gerade im Teenageralter weit verbreitet.

Unter dem Motto „Selbstbestimmt und souverän im Netz“ unterstreicht der Klicksafe Preis in diesem Jahr die Relevanz einer frühzeitigen Sensibilisierung für Inhalte und Umgangsformen im World Wide Web. Alle nominierten Wettbewerbsbeiträge machen sich dafür stark, dass die Menschen sich reflektiert im Internet bewegen und in sozialen Netzwerken verantwortungsbewusst handeln. 2017 sind erstmals auch Angebote wie Spielfilme, Online- und Magazinbeiträge, Spots oder Fotostrecken zum Wettbewerb zugelassen. In Zeiten von Hate Speech, „Fake News“ und Cybermobbing sind solche Beiträge ebenso zur Stärkung von Medienkompetenz gefragt wie klassische medienpädagogische Projekte. Dass das erweiterte Konzept bei den Machern ankommt, zeigt ein erneuter Anstieg an Einreichungen.

Klicksafe ist eine Initiative im CEF Telecom Programm der Europäischen Union für mehr Sicherheit im Internet. Das unabhängige und werbefreie Informationsportal www.klicksafe.de ist in Deutschland die erste Adresse für Sicherheitsfragen im Internet. Getragen wird Klicksafe von den Landesmedienanstalten aus Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz. Mit Eltern- und Unterrichtsmaterialien sowie Schulungsprogrammen wendet sich Klicksafe an Eltern, Lehrer und Pädagogen. Klicksafe-Aktionen und TV-Kampagnen rücken das Thema Internetsicherheit ins öffentliche Bewusstsein und fördern die Medienkompetenz der Nutzer. Um die Bedeutung einer sicheren Internetnutzung zu stärken, hat die EU-Initiative Klicksafe 2006 den „Klicksafe Preis für Sicherheit im Internet“ ins Leben gerufen, der in Zusammenarbeit mit der Stiftung Digitale Chancen durchgeführt wird.

4 FRAGEN AN

Was bedeutet für Sie „selbstbestimmt und souverän im Netz“ unterwegs zu sein?

Es bedarf einer gewissen Gelassenheit, sich im World Wide Web zu bewegen. Inhalte sollten hinterfragt werden, und auch wenn alles immer schneller wird, ist Entschleunigung angesagt.

Haben Sie Ihr Verhalten im Netz schon einmal bewusst geändert?

Ich lege bewusst Netz-Pausen ein, es ist durchaus Internet-Sucht-Potential vorhanden, da man das WWW immer mit sich „herumträgt“.

Als Nachrichtenmoderatorin stehen Sie im Fokus der Öffentlichkeit. Haben Sie im Netz schon einmal etwas Unschönes erlebt? Wie sind Sie damit umgegangen?

Klicksafe-Preispatin und „Tagesthemen“-Moderatorin Pinar Atalay

Gerade wir seriösen Medien sind immer wieder Angriffen im Netz ausgesetzt, als Nachrichtenmoderatorin erlebe ich auch persönliche Beleidigungen, Kritik, die unter die Gürtellinie geht. Die nehme ich nicht einfach so hin. Da heißt es, es melden, blocken und hoffen, dass die Betreiber der sozialen Netzwerke schnell darauf reagieren.

Fakt oder Fake? Wie vermeidet die „Tagesthemen“-Redaktion, dass eine Falschmeldung in die Nachrichten gelangt?

Wir machen das, was wir immer schon tun: wir recherchieren. Außerdem sind wir ein gut funktionierendes, vernetztes Team, das ist wichtig in diesen Zeiten. Uns können natürlich auch mal Fehler passieren. Da ist es wichtig, offen damit umzugehen. Übrigens bieten wir unseren Zuschauern seit kurzem den „ARD-Faktenfinder“ an, er hilft, „Fake News“ zu erkennen.

„Timster“ und Webtalk für Erwachsene

Im Kindermedienmagazin „Timster“ hat der KiKA die Themen „Fake News“ und Datenschutz beleuchtet. Im Anschluss an die TV-Ausstrahlung vom 29.01.2017 wurden Fragen der Kinder zum Thema Datenschutz in einem 45-minütigen Livestream beantwortet. Ergänzende Fragen wurden in weiteren Videos aufbereitet und online gestellt. Komplettiert wird das Paket vom Webtalk im Erwachsenenangebot des Senders, wo Eltern ihre Sorgen in Bezug auf den Umgang mit dem Netz äußern und Tipps für ihr eigenes Handeln bekommen können.

Das Kindermedienmagazin „Timster“ ist zu finden unter www.kika.de/timster

Anbieter: Kinderkanal von ARD und ZDF



Dennis' digitale Welt

In der Pageflow-Reportage „Dennis' digitale Welt“ nimmt der Multimedia-Reporter Dennis Horn mit in seine Welt der Smartphones, Apps, Hotspots und Smart TVs. In kurzen Texten und Videos wird über Chancen und mögliche Gefahrenquellen aufgeklärt. Darüber hinaus erhält der Nutzer Handlungsvorschläge und Tipps, wie er sich gegen diese Gefahren schützen und selbstbestimmt im Internet bewegen kann. Auf planet-schule.de werden begleitende Unterrichtsmaterialien zu jedem Kapitel angeboten.

„Dennis' digitale Welt“ ist zu finden unter reportage.wdr.de/dennis-digital

Anbieter: WDR Servicezeit, Planet Schule



Junait – das Medienkompetenzspiel

Mit „Junait“ können Schüler im Alter zwischen 8 und 12 Jahren gemeinsam in ihrer Schulklasse den souveränen Umgang mit sozialen Medien trainieren. Die browserbasierte Web-Applikation kann nach vorheriger Anmeldung durch eine Lehrkraft im Schulunterricht eigenständig durchgeführt werden. Das Spiel simuliert die Nutzung eines sozialen Netzwerks, sodass die Kinder Vorteile und typische Gefahren der Nutzung sozialer Netzwerke spielerisch in einem geschützten Raum erleben und eigene Erfahrungen sammeln können.

Das Medienkompetenzspiel „Junait“ ist zu finden unter www.junait.de

Anbieter: planpolitik



Rechtsbelehrung – Jura Podcast mit Netzthemen:

Spion-Puppen im Kinderzimmer, Social Bots oder Linkhaftung: Im Jura-Podcast „Rechtsbelehrung“ werden aktuelle Rechtsfragen der Netzwelt vorgestellt und erläutert. Ziel der Beiträge ist es, konkrete Tipps für den souveränen Umgang mit digitalen Angeboten im Netz zu geben und gleichzeitig ein Verständnis für die zugrundeliegenden juristischen Konzepte und gesellschaftlichen Ideen zu vermitteln. Die Rechtsbelehrung erteilen der Radiojournalist Marcus Richter und der Rechtsanwalt Thomas Schwenke.

Die „Rechtsbelehrung“ ist zu finden unter rechtsbelehrung.com

Anbieter: Marcus Richter und Thomas Schwenke



Foto (rechts): CC-BY 4.0 Jugend hackt / Leonard Wolf

AUF AUDIO EINLASSEN

Sie machen seit mehr als zehn Jahren Podcasts – aktuell sind diese wieder der Trend im Internet. Wird das Format nun endgültig den Durchbruch schaffen?

Ich weiß nicht, ob Podcasts unbedingt einen Durchbruch brauchen. Es ist ein Nischenprodukt für Leute, die sich aussuchen, was und wann sie etwas hören wollen. Und zwar nicht im Radio, das den Mainstream bespielen muss. Aber klar, es werden immer mehr Podcasts.

Was macht einen typischen Podcast aus? Denn oft werden alle Audios im Internet als Podcast bezeichnet.

Typisch ist, dass man eine Verbindung zu den Menschen aufbaut, die man auf die Ohren bekommt. Ich vergleiche das mit der „Lindenstraße“, die gibt es seit 30 Jahren und man denkt, das sind unsere Nachbarn. Genauso hat man die Leute beim Podcast in den Ohren und man meint, man kennt sie.

Wie haben sich Podcasts über die Zeit verändert und entwickelt?

Die Qualität ist wesentlich besser geworden. Heute hört man kaum noch einen Unterschied zwischen einem professionell abgemischtem Radio-Beitrag oder einem gut produzierten Podcast. Und man merkt bei der Gestaltung: Sind Podcasts nicht sauber produziert und designt, dann kriegt man auch keine Hörer. Die sind verwöhnt: Bei der Machart und dem Inhalt darf man merken, dass es von Podcastern kommt, nicht bei der Qualität.

Professionell produzieren und designen – sind das nicht recht große Hürden, wenn man mit einem Podcast starten will?

Nein, es ist eher die Bereitschaft, sich auf Audio einzulassen. Denn Youtube hat den Podcasts eine ganze Menge weggenommen: Jeder kennt Youtube, weil es die zentrale Plattform ist, wo man fast alle Videos findet und auch die Firmen stürzen sich drauf. Diese Firmen dazu zu bringen, auch in Audio zu investieren – das ist die größte Hürde.

Es fehlt also an Möglichkeiten, Podcasts zu finanzieren, weil das Werbebudget zu Youtube und Facebook geht?

Podcasts haben keine öffentlichen Nutzerzahlen. Das ist der große Vorteil von Youtube und Facebook. Und dann müssen die Werbetreibenden eben noch die eigenen Zahlen glauben. Ich habe einen Podcast durch vier verschiedene Tools zählen lassen und vier extrem verschiedene Zahlen erhalten.

Derzeit entstehen Podcast-Netzwerke, um das Format zu vermarkten. Das hat man von Youtube übernommen, oder?

Man kann nur über Netzwerke monetarisieren. Versuche mal, als einzelner Podcaster eine große Firma um Geld für Werbung im eigenen Podcast anzusprechen. Das ist ein Unterschied zu Podcast-Labels, die sagen können, wir haben 10 oder 20 Podcasts mit vielen Hörern, die gleichzeitig Werbung machen können. Und wenn man die Möglichkeit hat, sein Hobby bezahlt zu bekommen – super.

Sie haben einen Podcast Verein mitgegründet, mit welchen Zielen?

Unser Ziel ist, den Leuten Podcasts oder Audio nahe zu bringen. Denn viele haben Angst, ihre Stimme zu hören. Wir gehen in Schulen und zeigen, wie man mit einfachsten Mitteln



Thorsten Runte lebt von und für den Ton im Ohr. Sein Beruf ist die Konstruktion von Schwingungselementen im Lautsprecher und seine Berufung ist es, Ton und Sprache durch diese zu verteilen. Seit 2006 produziert er verschiedenste Audioformate: als Sprecher, als Podcast-Coach und als Mentor für Podcaster und Journalisten. Er ist Gründungsmitglied und Vorstand des Podcast Vereins.

einen Audio-Beitrag erstellen kann. Im Unperfekthaus in Essen haben wir jeden Dienstagabend ein Podcast-Studio aufgebaut. Dort kann jeder hinkommen, wenn er Probleme hat oder sich Hardware kostenlos ausleihen möchte. Und wir helfen mit Fachwissen und Technik, um deutschsprachige Podcasts zu fördern.

Kann man die „Generation Snapchat“ für das Format Podcast begeistern?

Ich habe einen 13- und einen 16-jährigen Sohn, die eigentlich mit Radio nichts zu tun haben, aber Podcasts hören: Der eine hört einen Spiele-Podcast zum Einschlafen und der andere mag Modellautos, auch dazu gibt es Podcasts und er lernt eine Menge. Das ist das Schöne, dass jeder Mensch, der etwas hören möchte, sein Thema findet. Und wenn man keins findet, dann macht man selbst einen Podcast.

Viele bekannte Podcasts stammen aus den USA. Wie steht es um die Podcast-Szene in Deutschland?

Wenn man einen Podcast in Englisch macht, hat man weltweit Hörer – wie „Serial“, ein Podcast, der im vergangenen Jahr um die Welt ging. Die US-Amerikaner machen Podcasts in ihrer Muttersprache und bespielen theoretisch fünf Milliarden Leute. Das können wir in Deutschland nicht.

Was fehlt noch, damit Podcasts mehr Nutzer haben?

Das Problem ist, wie Hörer einen passenden Podcast entdecken, weil Audio-Dateien im Internet kaum auffindbar sind – höchstens über den Titel und Text. Ich denke, dass

Podcasts besser gefunden werden, wenn Audio-Dateien automatisch transkribiert werden und auch durchsuchbar sind. Das wäre ein großer Vorteil.

Es wird immer von der Disruption einzelner Medien-Branchen gesprochen. Sind Podcasts eine Bedrohung für das Radio?

Für mich sind das zwei Formate, die nebeneinander funktionieren. Ich glaube nicht, dass Podcasts irgendwann Radio ersetzen werden.

Auch die Verlage entdecken Podcasts und produzieren sogenannte „Newscasts“, um aktuelle Themen zu präsentieren. Eine neue Nische für Podcasts?

Ich glaube, angefangen hat die Tagesschau mit „99 Sekunden“. Und ich liebe dieses Format: In 99 Sekunden erfahren, was gestern passiert ist. Das Publikum für Newscasts ist da, denn die Leute wollen in ein paar Minuten über ein Thema informiert werden.

Der Podcast Verein hat dieses Jahr zum ersten Mal einen Podcastpreis vergeben. Wie ist es dazu gekommen?

Wir hatten schon seit zwei Jahren die Idee, den Podcastpreis zu vergeben. Dieses Jahr haben wir es einfach gemacht und mehr als 40 Vorschläge bekommen. Die Leute, die uns Vorschläge geschickt haben, haben dann auch über die fünf Preisträger entschieden. Denn wir wollten wissen, welche Podcasts die Leute gut finden. Für nächstes Jahr haben wir den Podcastpreis ein bisschen anders geplant: Dann wollen wir einen Jurypreis durch die Mitglieder des Podcast Vereins und einen Publikumspreis vergeben.

PREISPATEN



Larissa Rieß

Larissa Rieß ist Radiomoderatorin, Schauspielerin und DJane. Sie wurde 1988 in Quito geboren und wuchs in Ecuador, Portugal und Heidelberg auf. Nachdem sie zunächst in Barcelona studierte, schloss sie ihr Medienstudium an der Universität Mannheim ab. Parallel dazu machte sie ihr Volontariat beim Radiosender Energy München und Jam FM Berlin. 2014 übernahm Rieß die Morningshow bei bigFM und wechselte 2015 zum WDR-Hörfunksender 1LIVE. Rieß ist Ensemblemitglied des für das ZDF produzierten „Neo Magazin Royale“ und stand 2015 bei „Schulz und Böhmernann“ (ZDFneo) vor der Kamera. Seit 2017 ist sie in der Serie „jerks“ auf ProSieben zu sehen, im Film „Fack Ju Göthe 3“ übernahm sie ihre erste Kinorolle. Als DJane „Lari Luke“ tourt Rieß deutschlandweit und brachte 2016 unter dem Pseudonym Larissa White ihr Debutalbum „Firebird“ heraus. Rieß ist neben ihren humorvollen Let’s-Play-Videos auf dem Live-Streaming-Videoportal Twitch auch für ihre Videos auf ihren Social-Media-Kanälen bekannt. Alleine auf Twitter hat sie über 45.000 Follower. Foto: Larissa Rieß



Ronja von Rönne

Nach vielen Umwegen ist Ronja von Rönne wieder in Berlin gelandet, wo sie 1992 geboren wurde. Sie wuchs in Grassau, einem Dorf in Oberbayern, auf und schloss dort das Gymnasium ab. Nach Studienstationen in München – Theaterwissenschaften, Publizistik und Rechtswissenschaften – und Wien – Publizistik – strandete sie schließlich in Hildesheim, um literarisches Schreiben zu studieren. Keines der Studienfächer schloss sie ab, die „Welt am Sonntag“ ließ sie trotzdem schreiben und bot ihr 2015 eine Redakteursstelle im Feuilleton an. Dazu sagte sie nicht nein, zog nach Berlin und veröffentlichte fürderhin Artikel in großen und kleinen Zeitungen. 2015 erschien ihr Debütroman „Wir kommen“, im Jahr darauf die Kolumnensammlung „Heute ist leider schlecht“. Sie bloggt, twittert und instagramt unter @sudelheft und sieht das tatsächlich als Teil ihres Berufs. Abwechselnd hält sie das Internet für die größte Errungenschaft und den größten Fehler der Menschheit. In ihrer Freizeit hält sie gerne Laudationes, lehnt selbst aber schon mal die Annahme von Preisen ab. Foto: Carolin Saage



Mitri Sirin

Der 1971 in Rheine geborene Mitri Sirin absolvierte sein Volontariat beim Berliner Radiosender Kiss FM. Im Jahr 2005 wechselte Sirin zum Rundfunk Berlin-Brandenburg und moderierte dort bis 2014 die 21:45-Uhr-Ausgabe des Nachrichten-Magazins „RBB Aktuell“. Von 2007 bis Mai 2009 präsentierte Sirin die „Lokalzeit Duisburg“ für den Westdeutschen Rundfunk. Danach begann sein Engagement beim ZDF, zunächst als Nachrichtensprecher bei den „heute“-Nachrichten im ZDF-Morgenmagazin und als Moderator beim „ZDFwochen-journal“. Von Februar 2011 bis Juli 2014 war Sirin Hauptmoderator der Frühschicht – von 5:30 bis 7:00 Uhr – des ZDF-Morgenmagazins. Zusammen mit Marietta Slomka moderierte er vor der Bundestagswahl im September 2013 die zweiteilige Sendung „Wie geht's Deutschland?“. Vor der Europawahl im Mai 2014 zeigte das ZDF die Reisereportage „Wie geht's, Europa?“. Seit August 2014 ist Mitri Sirin Hauptmoderator der Spätschicht von 7:00 bis 9:00 Uhr im ZDF-Morgenmagazin.

Foto: Olaf Heine



Pinar Atalay

Preispatin für den klicksafe Preis für Sicherheit im Internet

Die 1978 in Lemgo geborene Pinar Atalay ist Moderatorin der ARD-Nachrichtensendung „Tagesthemen“. Dabei hat sie nach dem Abitur erstmal einen ganz anderen Weg eingeschlagen: Ein Jahr lang führte die Tochter türkischer Einwanderer eine Boutique, bis sie sich bei Radio Lippe bewarb. Seitdem ging ihre journalistische Karriere steil bergauf. Als Moderatorin und Reporterin arbeitete sie unter anderem für Das Erste, den NDR und Phoenix, bis sie 2014 die „Tagesthemen“-Moderation übernahm. Außerdem moderiert sie das Wirtschafts- und Verbrauchermagazin „Plusminus“ im Ersten. Darüber hinaus unterstützt Pinar Atalay als Schirmherrin des „Dolle Deerns e.V.“ unter anderem die Förderung von Mädchen auf dem Arbeitsmarkt. Foto: NDR/Thorsten Jander



arte
360 VR

**DIE REALITÄT.
NUR BESSER.**

[ARTE.TV/ARTE360](https://arte.tv/arte360)

MODERATION



Jeannine Michaelsen

Ihre Bewegtbildkarriere begann Jeannine Michaelsen 2008 beim ersten deutschen Internetfernsehen „Ehrensinf“. Es folgten journalistisch-moderative Engagements wie „log in“ (ZDFinfo), „Die lange Nacht der US-Wahl“ (ZDF) oder „X:enius“ (ARTE). Einem breiten Publikum ist sie durch die Moderation von Samstagabend-Shows wie „Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt“, „Die beste Show der Welt“ und „Teamwork – Spiel mit deinem Star“ (ProSieben) bekannt. Jeannine Michaelsen begleitet darüber hinaus seit der ersten Staffel das VOX-Musik-Format „Sing meinen Song“ mit Künstlerporträts und moderiert regelmäßig Live-Veranstaltungen wie die „1Live Krone“. Seit 2015 präsentiert die Kölnerin die Personality-Show „Ponyhof“ auf TNT Comedy, die sowohl für den Grimme-Preis als auch für den Comedy- und den Deutschen Fernsehpreis nominiert war. In diesem Jahr gewann die von ihr moderierte „Die beste Show der Welt“ den Deutschen Fernsehpreis, für den sie außerdem in der Kategorie „Beste Moderation Unterhaltung“ nominiert war. Foto: Paul Ripke

SHOWACT

Woman

Einfache Antworten sind gefragt. „Woman“ stellen lieber Fragen. Zum Beispiel diese hier: „Where you gonna go when the planet erupts?“, heißt es im ersten Vers von „Dust“, dem ersten Song auf dem Debütalbum „Happy Freedom“ des Kölner Trios. Wer darauf eine einfache Antwort findet, kann ja schon mal vorgehen. Die Geschichte der Band begann 2012 in einer Kellerbar im Belgischen Viertel von Köln. Am Sound zwischen den Genres wurde lange gebastelt, die erste EP „Fever“ erschien 2016 – zahlreiche Festivalauftritte folgten, unter anderem auf dem Haldern Pop Festival, dem Reeperbahn Festival oder dem Melt!. Manuel Tran, Milan Jacobi und Carlos Hufschlag haben es mit den ersten beiden Singles in die Top 200 der offiziellen deutschen Radio-Charts geschafft. Nach einer Nominierung für den vom Reeperbahn Festival initiierten internationalen Talent-Award „Anchor“ sind „Woman“ nun für den PopNRW Award 2017 in der Kategorie „Outstanding“ nominiert.

Foto: Robert Winter



FÖRDERER, PARTNER & SPONSOREN

Die Landesregierung
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. Das Land Nordrhein-Westfalen 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.“

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 53. 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.“



„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.“

„Mit dem richtigen Gespür für die relevanten und zukünftigen Themen und Inhalte des Internet hat sich der Grimme Online Award zum wichtigsten Preis für Publizisten digitaler Angebote und Innovationen im Netz entwickelt. Diese Innovationen sind ein wichtiger Teil unserer Arbeit für unsere Kunden. Vom Contentfilm für soziale Kanäle über Influencer Marketing bis hin zur klassischen PR – wildcard communications ist eine Full-Service-Kommunikationsagentur. Unsere Kölner Filmunit konzipiert und produziert visuell hochwertige Filmproduktionen. Dieser Qualitätsanspruch gilt vor allem für die Produktion von Filmcontent für den Internetauftritt unserer Kunden. Denn mit dem zunehmenden Videokonsum auf Youtube, Facebook und Co. ist die Medienkompetenz des Einzelnen deutlich gestiegen. Unser Leitsatz ‚Du sollst nicht langweilen‘ treibt uns immer wieder an, Markeninhalte filmisch so umzusetzen, dass sie authentisch sind, unterhalten und Spaß machen. Wir freuen uns, auch in diesem Jahr den Grimme Online Award mit der Produktion der Einspielfilme für den Abend der Preisverleihung zu unterstützen.“



„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 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.“



„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-Videolösungen 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.“



„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.“

SAMSUNG

„Der Grimme Online Award zeichnet die Werte aus, für die auch Samsung steht: Innovation und Qualität. Dank seiner Unabhängigkeit und Expertise ist der Grimme Online Award jedes Jahr Motor und Motivator für kreative Spitzenleistungen. Durch ihn werden neuartige Konzepte und wertvolle Inhalte honoriert und hervorgehoben. In diesem Jahr sollen verstärkt auch Einreichungen von Virtual-Reality-Angeboten geprüft werden. Wir freuen uns sehr, die Fachjurs mit der Samsung Gear VR dabei zu unterstützen, diese Inhalte einfach und unmittelbar zu erleben und zu bewerten. Virtual Reality ist auch 2017 ein ungebrochener Trend und bietet neue und spannende Wege, wie wir miteinander kommunizieren. Daher sind wir stolz, mit dieser revolutionären Technologie gemeinsam mit dem Grimme Online Award gezielt Angebote im Netz zu fördern.“



Wir danken für die Unterstützung der Stadt Marl.

trailer

choices

trailer

engels

biograph

www.trailer-ruhr.de/abo

MeinungsMagazine



jeden Monat
neue
Themen

EUROPA FÄLLT VOM STIER

POPULISMUS

Ansprechpartner

Der Dialog mit Ihnen ist uns wichtig:

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Wir freuen uns auf Ihre Nachrichten.



Vera Lisakowski

Leitung

lisakowski@grimme-
institut.de



Lars Gräßer

Pressesprecher

graesser@grimme-
institut.de



Britta Stapelbroek

Projektassistentz

stapelbroek@grimme-
institut.de



Christina Quast

Redaktion

quast@grimme-
institut.de

Die Preisverleihung wurde von 15/08 entertainment und Rüdiger Kloep EVENTMANAGEMENT organisiert. Der Regisseur war Marco Dittrich (15/08 entertainment). Die Einspielfilme sprach Marc Schröter. Auch die tatkräftige Mithilfe vieler engagierter Kolleginnen und Kollegen hat den Grimme Online Award 2017 ermöglicht. Wir danken allen Beteiligten ganz herzlich!

Informationen

Web: www.grimme-online-award.de

Facebook: www.facebook.com/grimme.online.award

Youtube: www.youtube.com/GrimmeOnlineAward

Flickr: www.flickr.com/GrimmeOnlineAward

Impressum

Grimme-Institut

Eduard-Weitsch-Weg 25

45768 Marl

Telefon: 02365/9189-0

Telefax: 02365/9189-89

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

Herausgeber:

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

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

Dr. Frauke Gerlach

Redaktion:

Christina Quast

Gestaltung und Realisierung:

DIGIBOX GmbH, Studio für Gestaltung, Prepress und digitale Medien, Düsseldorf

Druck: becker druck F.W. Becker GmbH, Arnshausen

Ready to Charge

Unsere Elektro- und
Plug-in-Hybrid Modelle.

#switchtoEQ

EQ ELECTRIC
INTELLIGENCE



C 350 e Limousine/T-Modell, E 350 e, GLC 350 e 4MATIC SUV/Coupé, S 500 e, GLE 500 e 4MATIC - Kraftstoffverbrauch, kombiniert: 2,1-3,7 l/100 km; CO₂-Emissionen, kombiniert: 48,0-84,0 g/km; Stromverbrauch, kombiniert: 11,0-16,7 kWh/100 km.
B 250 e - Stromverbrauch, kombiniert: 16,6 kWh/100 km.