



grimme

50 Jahre
Grimme
Institut
2023



**Die ARD gratuliert zum 50-jährigen
Jubiläum des Grimme-Instituts.**



Herzlich willkommen!

1973 wurde das Grimme-Institut mit der Intention einer Bildungseinrichtung gegründet, wiewohl von Anfang an der Qualitätsdiskurs – konkreter: der Grimme-Preis – die Wahrnehmung geprägt hat. Heute, 50 Jahre später, erfüllt es diese Funktion noch immer. Und mehr.

Das Institut hat sich in fünf Jahrzehnten weiterentwickelt, ist mit der Zeit gegangen, hat sich verändert, transformiert und neu strukturiert. Und hat seinen Kern dennoch nie vergessen. Das ist es, was Grimme ausmacht: Die Verknüpfung von Tradition und Moderne, von Wurzeln und Aufbruch, Vergangenheit und Zukunftsperspektiven.

Seit einem halben Jahrhundert steht das Institut für Qualitätsdiskurse, für Bildungsbemühungen und stets für den Austausch – über Medien, über die Gesellschaft und eine Gesellschaft mit Medien. Hinter den Türen des Marler Instituts prägen neben den Preisen, die ganz sicher am öffentlichkeitswirksamsten agieren, alle Bereiche das tägliche Wirken und Handeln mit. Sei es die Gründung der Grimme-

Akademie, das Zusammengehen mit dem Europäischen Zentrum für Medienkompetenz oder die Institutionalisierung des Forschungsbereichs.

Diese Entwicklungen stehen im Mittelpunkt dieser Publikation, aber es kommen auch die begleitenden Persönlichkeiten zu Wort – Menschen aus der Politik, aus der Öffentlichkeit, den Medien. Aber auch Kolleginnen und Kollegen, Freundinnen und Freunde. Neben einigen Blicken zurück soll dabei das Heute und das Morgen des Instituts im Vordergrund stehen. Denn um Habermas zu paraphrasieren: Man muss das Grimme-Institut als unabgeschlossenes Projekt begreifen.

Es soll um die Menschen hinter den Aktivitäten, hinter den Preisverleihungen und Veranstaltungen und Publikationen gehen, Kontinuitäten beschreiben und diskutiert werden, gerade auch jenseits der Hierarchieebenen.

Und am Ende soll die vorliegende Publikation vor allem eins: Spaß machen!

Für die Redaktion: Lars Gräber, Georg Jorczyk, Katharina Schmitz, Stefan Schröder

Inhaltsverzeichnis

Grußworte

Hendrik Wüst	6
Ministerpräsident des Landes NRW	
Martin Rabanus	7
Vorsitzender des DVV	
Werner Arndt	8
Bürgermeister der Stadt Marl	
Dr. Norbert Himmler	9
ZDF Intendant	
Prof. Dr. Kai Gniffke	10
ARD Vorsitzender und SWR Intendant	
Karsten Frerichs	11
Chefredakteur epd	
Grit Leithäuser	12
Geschäftsführerin der Radiozentrale	
Dr. Tobias Schmid	13
Direktor der Landesanstalt für Medien NRW	

Gegenwart und Zukunft

„Die Bert-Donnepp-Idee ist aktueller denn je“	16
Interview mit Frauke Gerlach, Direktorin des Grimme-Instituts	
Den Blick auch in Zukunft weiten	20
von Claus Grewenig	
Auf Augenhöhe	22
von Johannes Kagerer und Björn Böhning	
Publizistische Qualität immer wieder gemeinsam neu verhandeln!	24
von Jörg Schönenborn	
Natürliche Verbündete	26
von Susanne Binnerer und David Bernet	
Sprung ins Netz	27
von Markus Beckedahl	
Qualitätsdiskurs – auf Dauer gestellt	28
von Christoph Neuberger	

Forschung und Wissenschaft

Grimme Forschung – und die Zukunft der „Eheberatung“	32
von Harald Gapski und Frauke Gerlach	
Das Grimme-Forschungskolleg an der Universität zu Köln	34
Ein Interview mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden Stefan Grohé und dem wissenschaftlichen Direktor Karl-Nikolaus Peifer	
Das Center for Advanced Internet Studies (CAIS)	38
Ein Interview mit dem Gründungsdirektor Michael Baurmann und der neuen wissenschaftlichen Direktorin Christiane Eilders	
Grimme Forschung – eine Marke	42
von Otfried Jarren	

Qualitätsdiskurs

Offen für Neues	46
von Vera Lisakowski	
Innovation und Exzellenz eines publizistischen Preises im digitalen Wandel	48
von Lena Thiele	
Das Beste im Internet	49
von Refiye Ellek	
Grimme-Preis und Grimme Online Award	52
Fotoimpressionen von den Verleihungen 2023	
Von Schreibmaschinen und Käsebrötchen	54
von Lucia Eskes	
„Was zählt, ist das Einzelwerk“ – Grimme-Gedanken reloaded	56
von Klaudia Wick	
Partizipation bei den Grimme-Preisen	58
von Jonathan Seim	
Ein unqualifiziertes FAQ zu 50 Jahren Grimme-Institut	60
von Jana Fischer	
Ode an das Radio	62
Ein Interview mit Nadia Zaboura und Torsten Zarges zum Deutschen Radiopreis	

Medienbildung, -diskurs und Qualifizierung

Die Grimme-Akademie: Keine 50, aber volljährig und geschäftsfähig	68
von Aycha Riffi, Lars Gräber und Stefan Schröer	
Eine großartige und nachhaltige Entdeckungsreise	70
von Leonhard Ottinger	
Wer qualifiziert hier?	72
Fragen an fünf Dozent*innen der Grimme-Akademie	
Den Journalismus besser machen	76
Ein Gespräch mit Sheila Mysorekar und Keywan Tonekaboni (Neue deutsche Medienmacher*innen)	
Wo waren Sie, als Michael Jackson gestorben ist?	81
von Matthias Felling	
50 Jahre Bildung!	82
von Wolfgang Zielinski	
Perspektiven für die Medienbildung von morgen	86
von Harald Gapski	
Fit für Demokratie – Medienbildung als wesentliche Herausforderung der Zukunft	88
von Sascha Rex	
Publizistische Interventionen	90
von Lars Gräber	
Grimme-Publikationen	92
Ausgewählte Beispiele	
Perspektiven einer Fernsehstadt	100
Ein Interview mit Claudia Schwidrik-Grebe, Kultur- dezernentin der Stadt Marl, und Uwe Frank Bauch, Leiter der Volkshochschule der Stadt Marl	
Geschichte und Wandel	
Wie das Grimme-Institut wurde, was es ist	106
von Lars Gräber	
Ein Kämpfer in Marl. Zur Aktualität des Werkes von Bert Donnepp	109
von Thomas Tekster	
So gehen die Jahre ins Land	112
von Georg Jorczyk und Annette Schneider	

Erinnerungen

Vergleichsweise besonders	116
von Norbert Schneider	
Marler Einsichten	118
von Petra L. Schmitz	
Zwei bis drei Liebeserklärungen und eine Kritik	120
Ein Interview mit den ehemaligen Grimme-Mitarbeiterinnen Heidi Weinert und Katrin Bernsmann	
Aufbruch ins digitale Zeitalter	124
von Friedrich Hagedorn	
Lebendig und vielfältig – die Marler Gruppe	126
Ein Gespräch zwischen Monika Kaczerowski (Leiterin der Marler Gruppe 2006-2016) und Emil Guttek (Schüler, Mitglied seit 2022)	

Gratulationen

Glückwünsche	130
von Iris Berben, Ina Blumenthal, Daniel Harrich, Helmut Heinen, Jennifer Jahnke, André Kuper, Ninia LaGrande, Katja Marx, Andrea Schafarczyk, Jo Schück, Andrea Stullich, Anja von Marenholtz, Ralf Witzel, Anne Wizorek	
Grimme-Fest 2023	136
Infrared Institute	138
Eine Fotoserie von Georg Jorczyk	
Instant Institute	140
Eine Fotoserie von Georg Jorczyk	
Das Team	142
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	
Impressum / Bildnachweise	144



GRIMME INSTITUT



Grußworte



Hendrik Wüst

Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen

Liebe Leserinnen und Leser,

als 1961 auf Initiative von Albert „Bert“ Donnep der Adolf-Grimme-Preis ins Leben gerufen wurde, zeichnete sich bereits ab, dass sich die Medienlandschaft der Bundesrepublik Deutschland stark verändern würde. Und so kam es dann auch. Nur zwei Jahre später ging das Zweite Deutsche Fernsehen auf Sendung, die Dritten Programme folgten kurz darauf. Dieser Zuwachs an Sendern war ein wichtiger Grund für die Gründung des Adolf-Grimme-Instituts in Marl, schließlich wurde das Fernsehprogramm, das für die Preisverleihung gesichtet und bewertet werden musste, immer umfangreicher.

Heute sehen wir uns einer Medienlandschaft gegenüber, in der uns Informationen und Unterhaltung jederzeit über unzählige Kanäle erreichen – über traditionelle Massenmedien wie Rundfunk und Print ebenso wie über Online-Medien. Wie die Medienlandschaft selbst haben sich mit den Jahren auch die Aufgaben des Grimme-Instituts verändert. Heute gehört dazu, ein schier grenzenloses Angebot zu analysieren und die Kompetenz und das Wissen zu vermitteln, wie man mit dieser Flut an Angeboten und Informationen umgeht.

Wie wichtig und schwierig diese Aufgabe ist, zeigen die großen Herausforderungen unserer Zeit. Zu ihnen gehören die gezielte Desinformation, Fake News und Filter Bubbles sowie eine sich immer stärker fragmentierende Öffentlichkeit. Auch technologische Fortschritte wie beispielsweise die Künstliche Intelligenz verunsichern viele Menschen und werfen oft sehr grundsätzliche Fragen auf. Um diese Herausforderungen zu bewältigen, brauchen wir eine informierte und kritische Öffentlichkeit. Und wir brauchen gute Medienangebote.

Deshalb ist es heute wichtiger denn je, dass sich das Grimme-Institut auch weiterhin seinen Aufgaben stellt. Es leistet damit nicht weniger als einen Beitrag für unsere Demokratie. Dabei wird auch in Zukunft die Landesregierung dem Grimme-Institut als verlässlicher Partner zur Seite stehen. Dem Grimme-Institut gratuliere ich sehr herzlich zu seinem 50-jährigen Bestehen und wünsche ihm für die Zukunft viel Erfolg.



Martin Rabanus

Vorsitzender des Deutschen Volkshochschul-Verbandes (DVV)

50 Jahre Grimme-Institut in Marl: Als Gründer des Grimme-Instituts begeht der Deutsche Volkshochschul-Verband (DVV) dieses besondere Jubiläum mit einigem Stolz. Stolz auf die seinerzeit in der VHS Marl ersonnene Idee eines Medieninstitutes, das die Bildungsarbeit von Fernsehen und Volkshochschulen miteinander vernetzt. Stolz darauf, dass diese vom DVV institutionalisierte Idee seit fünf Jahrzehnten Bestand hat. Schließlich Stolz darauf, heute und künftig zusammen mit dem Grimme-Institut einen Beitrag zum aufgeklärten Medienkonsum leisten zu können.

Der Stiftung des Grimme-Preises und der darauf folgenden Gründung des Grimme-Instituts durch den DVV lag die feste Überzeugung zugrunde: Fernsehen und Volkshochschulen können gemeinsame Sache machen, wenn es um Bildung geht. Denn der Gedanke, Menschen aufzuklären, ihnen neue Horizonte zu eröffnen und ihnen eine reflektiert kritische Haltung und Denkweise zu vermitteln, entsprach sowohl dem Wunsch der Grimme-Preis-Initiatoren als auch dem Bildungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Qualitativ hochwertiges Fernsehen als Mittel, um eine reflektierte, resiliente und demokratische Gesellschaft zu schaffen – darin sahen die Volkshochschulen eine Chance, die Ziele des eigenen Bildungsauftrags zu erreichen. Und so suchten sie den Schulterschluss mit den jungen Fernsehanstalten des Landes.

Neben der Professionalisierung des Grimme-Fernsehpreises wollte der DVV durch die Gründung des Instituts im Jahr 1973 neue Modelle für die Zusam-

menarbeit zwischen Volkshochschulen und Fernsehen entwickeln und die Qualität der Erwachsenenbildung im Umgang mit Medien stärken.

Seit diesem Gründungsauftrag hat sich die Medienlandschaft immer wieder enorm und mit großer Dynamik verändert. Die Ausdifferenzierung einzelner Mediengattungen sowie die Digitalisierung und der gesellschaftliche Wandel bei Nutzung und Konsum sind nur einige Fragen, denen sich das Grimme-Institut heute widmet. Die Komplexität ist enorm gestiegen.

In einer nie dagewesenen Flut unterschiedlicher Formen, Formate und Angebote bietet die medienpädagogische Arbeit des Grimme-Instituts Orientierung, liefert aber auch immer wieder neue Impulse für den Umgang der Gesellschaft mit ihren Medien. In einer zunehmend von Algorithmen und Künstlicher Intelligenz beeinflussten medialen Öffentlichkeit und ihrer gesellschaftlichen Wahrnehmung ist das eine Leistung, die auch in Zukunft nicht fehlen darf, die sich ständig neu erfinden, immer wieder an aktuellen Herausforderungen neu justieren muss, um den kritischen Zeitgeist einzufangen. Für diese Aufgabe wünsche ich dem Institut im Namen des DVV alles Gute!



Werner Arndt

Bürgermeister der Stadt Marl

Zu der 50-jährigen Erfolgsgeschichte des Grimme-Instituts spreche ich im Namen von Rat und Verwaltung der Stadt Marl meine Glückwünsche aus und gratuliere der Direktorin Frau Dr. Gerlach und ihrem Team herzlich zum runden Geburtstag.

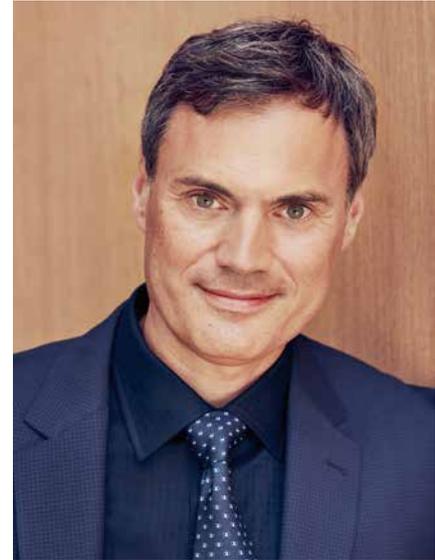
Die Beschäftigung mit Medien hat in Marl eine lange Tradition und einen hohen Stellenwert. „die insel“ galt nach ihrer Gründung Ende der 1940er Jahre lange Zeit als Medien-Volkshochschule und Inbegriff für die Mediennutzung in der Erwachsenenbildung. Auf Initiative des ehemaligen Leiters der insel, Dr. Bert Donnepp, wurde bereits 1961 der Grimme-Preis vom Deutschen Volkshochschul-Verband gestiftet. Die ersten 13 Wettbewerbe wurden noch von der insel-VHS veranstaltet, seit 1977 ist das Grimme-Institut für die Organisation und Weiterentwicklung des renommierten Fernsehpreises verantwortlich. Das Medieninstitut wurde 1973 gegründet und hat sein Domizil im denkmalgeschützten ehemaligen Gebäude der Volkshochschule, dem heutigen Bert-Donnepp-Haus, nur wenige Meter vom Rathaus entfernt.

Heute zählt das Grimme-Institut zum kleinen Kreis renommierter Forschungs- und Dienstleistungseinrichtungen in Europa, die sich mit Fragen der Me-

dienkultur und Medienbildung befassen. Für uns als Stadt gehört das Grimme-Institut zu Marl wie Marl zum Grimme-Institut. Das ist ein ganz festes Bündnis. Es ist überall anerkannt, dass hier wichtige Impulse für die Profilierung und Weiterentwicklung der Kultur- und Bildungsangebote gegeben werden. Das wird gerade im Jubiläumsjahr einmal mehr deutlich, wenn im Herbst der Tag des offenen Denkmals mit dem Grimme-Fest verschmilzt – „Grimme zum Anfassen“ nennen wir das. Diese und weitere Veranstaltungen dokumentieren die Bedeutung von Bildung und Kultur und zeigen, wie nützlich Kooperationen insbesondere in Zeiten großer gesellschaftlicher Herausforderungen sein können.

Ich wünsche dem Grimme-Institut und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die Zukunft alles Gute für die wichtige Arbeit. Ich bin mir sicher, dass das Grimme-Institut in den kommenden Jahren noch mehr an Bedeutung in den Bereichen Medienqualität und Medienkompetenz gewinnen und sich auch weiterhin an einem zentralen Ort leidenschaftlich dem demokratischen Interesse an den Medien verschreiben wird.

Glückauf!



Dr. Norbert Himmler

ZDF Intendant

Das Grimme-Institut ist in der bemerkenswerten Zeit von 50 Jahren, auf die es nun stolz zurückblicken darf, viele Abschnitte des Weges gemeinsam mit dem ZDF gegangen. Dies ist nicht verwunderlich, denn uns vereint das Streben nach Qualitätsfernsehen, nach Medienangeboten am Puls der Zeit, nach einem gemeinsamen Lernen aus Wissenschaft und Gesellschaft.

Auch personell gab es in der langen gemeinsamen Geschichte Überschneidungen: Hans Janke, Leiter des Grimme-Instituts von 1983 bis 1989 und später Leiter der Hauptredaktion Fernsehspiel und stellvertretender Programmdirektor im ZDF, hob in beiden Stationen den gesellschaftlichen Wert hervor, den geistreiche Unterhaltung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen bietet. Neben den Informationsprogrammen sind es auch gerade die Unterhaltungsformate, die die große Spannweite der Lebenswirklichkeiten in unserer Gesellschaft thematisieren. Das nutzen wir als ZDF weiterhin, um relevante und vielfältige Angebote für unterschiedliche Zielgruppen zu bieten. Das Grimme-Institut unterstützt dabei mit seinen Forschungsbeiträgen als wichtiger Kompass, der unsere tägliche Arbeit bereichert.

Das Grimme-Institut hat es in 50 Jahren auch geschafft, dass wir Medienschaffenden immer im Frühjahr für die Verkündung der Grimme-Preisträger gespannt nach Marll schauen. Es folgen allerlei

Emotionen, so wie sie nur ein gewichtiger Preis hervorrufen kann. Dieser Verantwortung ist sich das Grimme-Institut durchaus bewusst: Kaum ein Preis ist so gründlich und kenntnisreich in seiner Auswahl. Das dreistufige Verfahren garantiert Objektivität und Gewissenhaftigkeit, denn letztlich entscheidend ist immer nur die Qualität des Programms – und hier entgeht Grimme nichts. Leuchtturm-Produktionen aus dem ZDF wie „Bad Banks“, „ZDF Magazin Royale“ oder „Die Wannseekonferenz“ wurden zuletzt genauso gesehen wie die herausragende journalistische Leistung von Katrin Eigendorfer oder kleine Perlen aus der ZDF/3sat-Dokumentarfilmreihe „Ab 18!“. Darüber freuen wir uns sehr, denn der Grimme-Preis ist eine bedeutende Ehrung unserer Arbeit.

Als Vertreter eines der Gesellschafter des Grimme-Instituts, als Intendant des ZDF und auch als langjähriger Wegbegleiter gratuliere ich ganz herzlich und bedanke mich für die erkenntnisreiche Zusammenarbeit und die aufmerksame Begleitung unserer Programme. Für die Fortsetzung Ihrer Arbeit wünsche ich Ihnen stets viel Erfolg!



Prof. Dr. Kai Gniffke

ARD Vorsitzender und SWR Intendant

Qualität und Tiefe in der deutschen Medienlandschaft – dafür steht für mich das Grimme-Institut. Als erstes denke ich, so wie bestimmt viele andere auch, an die Grimme-Preise. Jährlich verliehen, stehen sie im deutschen Fernsehen für State of the Art und sind Zeichen journalistischer Exzellenz.

Für mich ist das Grimme-Institut aber viel mehr: Pulsmesser, Kritiker und Taktgeber im Mediendiskurs. Auch und gerade, wenn es um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk geht.

Nicht nur, weil in dieser Zeit der Umbrüche, der weltweiten Krisen, Medien eine entscheidende Rolle spielen. Weil sie den Brennstoff liefern für gesellschaftliche Debatten darüber, wie wir mit den existenziellen Fragen unserer Zeit umgehen. Sondern auch, weil sich die Art, wie wir Medien nutzen, radikal geändert hat.

Unsere gemeinsamen medialen Lagerfeuermomente werden seltener und im digitalen Zeitalter individualisieren wir unser persönliches Medienportfolio auch mit Angeboten ausländischer Techkonzerne.

Wie also stellen wir sicher, dass es auch noch in zehn Jahren Qualitätsjournalismus in Deutschland geben wird? Das ist eine der Fragen, mit denen sich die Forschungseinrichtungen des Grimme-Instituts genauso auseinandersetzen wie die ARD.

Entscheidend bei all den Fragen nach Qualität und Exzellenz ist aber vor allem, dass wir nicht aus dem Blick verlieren, für wen wir das alles machen. Und für die ARD heißt das: für alle Menschen in Deutschland. Das ist Teil unseres gesetzlichen Auftrags. Deshalb sind auch Akzeptanz und Nutzung unserer Angebote wichtig für uns.

Im besten Fall gelingt es uns eben doch noch, Momente und Inhalte zu bieten, die die Menschen zusammenbringen – auch mit Sportberichterstattung und guter Unterhaltung. Weil gemeinsam Erlebtes für echtes Miteinander sorgen kann und so hilft, unsere Gesellschaft zusammenzuhalten.

Gerade in Zeiten, in denen wir von Informationen überflutet werden, müssen die Nutzerinnen und Nutzer in der Lage sein, zwischen Fakten und Fiktion zu unterscheiden. Was ist wahr und was ist falsch? In Zeiten von Desinformation, Manipulation und Fake News ist es unerlässlich, die Medienkompetenz zu stärken. Diese Herausforderung nehmen wir seit Jahren an – das Grimme-Institut genauso wie die ARD. Weil Meinungsvielfalt nicht weniger ist als eine der Säulen der Demokratie.

Herzliche Glückwünsche nach Marl!



Karsten Frerichs

Chefredakteur Evangelischer Pressedienst (epd)

Läuft bei Dir, liebes Grimme-Institut! Wer könnte das besser beurteilen als wir, Deine „Läuft“-Freunde vom Evangelischen Pressedienst (epd) und von epd medien. Nach vielen Begegnungen am Ufer des steten Flusses der Medienpolitik, in den Weiten der Qualitätsdebatte, auf dem unwegsamem Gelände von Strukturdiskussionen und den schmalen Pfaden der Programmkritik haben wir uns zwar längst nicht mehr gesucht, aber dennoch gefunden. Seit Jahresbeginn gehen wir alle 14 Tage mit Dir auf die „Läuft“-Runde. Regelmäßiger Höhepunkt unserer „Läuft“-Freundschaft: Beim ersten Hören unseres Programmschau-Podcasts verschwitz das kühlende Iso-Getränk zu genießen und gleich mit Dir die nächsten Strecken zu planen.

Mit Deinen nun 50 Jahren bist Du im besten Läufer*innenalter. Auf die Tipps von uns Älteren – immerhin läuft epd medien im 75. Jahr – bist Du nicht angewiesen. Du weißt längst, dass der Weg das Ziel ist und im Rennen um Medienqualität nicht die ersten 100 Meter den Marathonlauf entscheiden. Gelassen lässt Du die jungen Wilden über die Stöckchen springen, die am Wegesrand liegen. Du weißt zwischen Skandalchen und Skandalen, zwischen Fehlern und Verfehlungen zu unterscheiden und ziehst ausdauernd Deine Runden in dem Wissen „Qualität kommt von Qual“.

Wobei: Qual sieht man Dir nicht an. Dein Laufschrift ist raumgreifend, der Blick weit nach vorne in die mediale Zukunft gerichtet, die Arme schwingen

locker, Du hast immer ein Lächeln der Zuversicht im Gesicht, dass das gute Programmangebot am Ende gewinnen wird.

Du erkennst Erfolge Anderer an und würdigst sie wie kein Zweiter, freust Dich an guten Bildern, Tönen und Texten. Sehr genau erkennst Du, wer auch auf langen Strecken Leistung zeigt. Jede Siegerehrung, die Du voller Hingabe inszenierst, ist einen eigenen Preis wert. Die von Dir vergebenen Pokale und Medaillen sind heiß begehrt. Danke für all die Einladungen in Deine Jurys, zu Deinen Galas und Festen! Wir kommen gerne wieder.

An Deiner Seite zu laufen, ist eine Wohltat. Du machst kein Wort zu viel ob all der Aufgeregtheiten des Alltags, bist aber immer da mit einem klaren Wort, wenn es darauf ankommt. Du scheust nicht den Konflikt und den Wettkampf, mit Dir lässt sich gut streiten. Du suchst aber nicht das Wortgefecht um des Streites, sondern um der Sache willen. Dabei weißt Du auch, dass Sport nicht das Maß aller Dinge ist, schon gar nicht im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Das hat zumindest Deine Chefin kürzlich gesagt, aber vielleicht reden wir da bei unserer nächsten Laufrunde noch mal drüber.



Grit Leithäuser

Geschäftsführerin der Radiozentrale

Im Jahr 1973 wurde nicht nur das Grimme-Institut gegründet, sondern auch die Band AC/DC. Beide haben viele Menschen in den zurückliegenden 50 Jahren bewegt und geprägt. Der Unterschied aber ist, dass man den Bandmitgliedern mittlerweile ganz natürlich das fortgeschrittene Alter anmerkt. Grimme hingegen ist nicht an den nagenden Zahn der Zeit gebunden, weil hier Personen jeder Couleur und jeden Alters immer wieder neu zusammenarbeiten und Ideen gestalten.

Die Grundlage des Handelns ist der Austausch, das Zusammenbringen von unterschiedlichen Menschen und somit auch Meinungen sowie eine öffentliche Partizipation an gesellschaftlichen Themen. Genau dies ist ein wichtiger Baustein für ein demokratisches Miteinander, das in gleicher Weise als Maxime für die Medienlandschaft zu gelten hat. Informationsverbreitung sowie -einordnung bedeutet Verantwortung – gerade in Zeiten von Fake News und einer sich immer schneller drehenden Informationsflut. Umso wichtiger, dass sich die Akteure im medialen Kontext sowohl kritisch mit dem eigenen Tun als auch den zu behandelnden Themen auseinandersetzen.

Das Grimme-Institut steht genau für diese Maximen ein. Aber mal ganz ehrlich: Einmal im Jahr darf dann auch der Kopf einfach mal ausgeschaltet und ganz im Sinne von AC/DC gerockt werden. Denn Geburtstag hat man nun mal nur einmal im Jahr und beson-

dere Geburtstage gilt es, mit vielen Freunden und Weggefährten zu feiern, die diesen Weg bereitet haben. All das ist Bestandteil einer gelebten Erinnerungskultur, aus der dann Neues entstehen kann. Und spätestens, wenn „Highway to Hell“ aus den Boxen ertönt, ist klar – die Party ist schonmal auf einem guten Weg. Zugleich erinnert Musik wie auch alle anderen kreativen Ausdrucksformen daran, dass Kultur immer mit der so wertvollen Freiheit einhergeht, überhaupt dieselbige mit Leben füllen zu können. Das ist in vielen Ländern und für viele Künstlerinnen und Künstler nicht selbstverständlich und umso mehr ein hohes Gut, das es im demokratischen Rahmen des Miteinanders zu bewahren gilt.

Wäre ich eine Rednerin auf der Grimme-Geburts-tagsfeier vor Ort, würden spätestens jetzt die ersten liebevollen Zeichen gesendet werden, dass meine Redezeit vorbei ist. Deshalb hier jetzt mein Glückwunsch in kurz und bündig: Am Puls der Zeit, vertrauensvoll, qualitätsbewusst und immer um medialen Diskurs bemüht, ist das Grimme-Institut wortwörtlich eine Institution. Eigenschaften übrigens, die Grimme und Radio gemeinsam haben – auch wenn die Maxime bei Radio mit rund hundert-jähriger Geschichte schon doppelt so lange gilt. In diesem Sinne: Herzlichen Glückwunsch und lebendig weitermachen.



Dr. Tobias Schmid

Direktor der Landesanstalt für Medien NRW

In den letzten 50 Jahren hat das Grimme-Institut viele Umbrüche in den Medien erlebt und mitgestaltet. Es war und ist ein Brückenbauer zwischen Menschen aus verschiedenen Medienwelten, genauso wie zwischen Medienschaffenden und der Öffentlichkeit. Die Frage „Was ist Qualität?“ stellt es immer wieder neu und findet immer wieder zeitgemäße Antworten.

Die Qualität von Medieninhalten wird vom Grimme-Institut gewürdigt und adäquat gefeiert. Dafür stehen gleich drei Medienpreise: der Grimme-Preis, der Grimme Online Award und der Deutsche Radiopreis. Der Grimme-Preis gilt immer noch als die wichtigste Auszeichnung für Qualität im Fernsehen. Und das zurecht. Die Grimme-Medienpreise schaffen es, preiswürdige Inhalte und Projekte aus einem immer größer werdenden Angebot herauszufiltern und ihnen die verdiente Aufmerksamkeit zu verschaffen.

In einer Zeit, in der das Vertrauen in die Medien abzunehmen scheint und Glaubwürdigkeit in Frage gestellt wird, ist die Arbeit, die das Grimme-Institut leistet, umso wichtiger. In einer fragmentierten Medienlandschaft gewinnen Qualität und seriöse Recherche immer weiter an Bedeutung.

Die Landesanstalt für Medien NRW unterstützt das Grimme-Institut als Gesellschafterin. Denn es setzt wichtige Akzente am Medienstandort Nordrhein-Westfalen. Wir sind gemeinsam der Meinungsfreiheit verpflichtet. Als Medienanstalt NRW steht dabei für uns der Schutz der Jugend, der Nutzerinnen und Nutzer, der Menschenwürde und der Vielfalt immer im Vordergrund. Und das Grimme-Institut honoriert

diejenigen, die das Gut der Meinungsfreiheit annehmen und herausragende Leistungen in den Medien erbringen. Damit stärkt es unsere demokratische Gesellschaft.

Dem Grimme-Institut und der Landesanstalt für Medien NRW liegt mediale Vielfalt am Herzen. Seit 50 Jahren trägt Grimme zur Anerkennung herausragender Leistungen in den Bereichen Fernsehen, Medien und Kultur bei und bereichert die Medienlandschaft in Nordrhein-Westfalen. Der Einsatz des Instituts für innovative Formate und die Unterstützung von Medienschaffenden trägt dazu bei, die Qualität und Vielfalt der Medienproduktion in unserer Region zu würdigen. Das Grimme-Institut stärkt damit unseren Standort.

Und auch nach 50 Jahren lässt das Grimme-Institut nicht nach, sich kontinuierlich für exzellente Inhalte und innovative Formate starkzumachen. Gemeinsam haben wir die Möglichkeit, die Medienlandschaft in Nordrhein-Westfalen und über unsere Landesgrenze hinaus mitzugestalten. Gemeinsam können wir dazu beitragen, das Vertrauen der Menschen in die Medien wiederherzustellen und die Demokratie zu stärken. Das ist eine große Herausforderung, die wir immer wieder annehmen.

Wenn es das Grimme-Institut nicht gäbe, dann müsste man es erfinden.

Alles Gute zum 50. Geburtstag!



Kein Mensch ist eine Insel. Und auch kein Institut. Hier haben die Wegbegleiter*innen des Grimme-Instituts das Wort, gibt es ohne sie doch weder ein Gestern noch ein Heute – und erst recht kein Morgen. Denn die Frage nach der Qualität von Medien will auch in Zukunft beantwortet werden.



Gegenwart und Zukunft



„Die Bert-Donnepp-Idee ist aktueller denn je“

Im Interview zum 50-jährigen Jubiläum spricht
Frauke Gerlach, Direktorin des Grimme-Instituts,
über Meilensteine in der Geschichte des Instituts
und kommende Herausforderungen





Frau Gerlach, anlässlich des 25. Jubiläums des Grimme-Instituts schrieb Prof. Dr. Norbert Schneider, damals Direktor der Landesanstalt für Rundfunk NRW: „Die ersten 25 waren vielleicht nicht immer einfach. (...) Die zweiten 25 werden schwerer.“ Nun feiert das Institut seinen 50. Geburtstag. Wie blicken Sie in die Zukunft?

F. Gerlach: Der geschätzte Norbert Schneider hatte auf jeden Fall Recht. Seit der Gründung des Instituts 1973 hat sich die Medienlandschaft ausdifferenziert. Am Anfang gab es ein Fernsehprogramm, dann zwei. Später kam der private Rundfunk dazu, der sich besonders in den vergangenen Jahren stark weiterentwickelt hat, mit eigenproduzierten Inhalten und innovativen Nachrichtenformaten. Das merken wir an den Einreichungen sowohl beim Grimme-Preis als auch beim Radiopreis. Zuletzt hat die Digitalisierung noch einmal alles verändert. Es gibt so viele Medienangebote wie nie zuvor, das hat natürlich Einfluss auf die Arbeit des

Grimme-Instituts. Das Kerngeschäft des Grimme-Instituts ist die Analyse der Wechselwirkungen zwischen Medien und Öffentlichkeit, in den kommenden Jahren wird diese Arbeit sicher noch komplexer. Generell sehe ich es außerdem mit großer Sorge, dass Haushalte immer knapper werden und ein Wettbewerb um Kulturförderung entsteht.

Wie reagiert das Grimme-Institut auf diese Herausforderung?

Indem wir Schwerpunktthemen setzen, das wird auch in Zukunft der Weg sein, den Überblick zu behalten. In der Vergangenheit haben wir gemerkt, dass es der Diskussion auch inhaltlich guttut, wenn wir uns auf Themen konzentrieren. Zum Beispiel bei den Bildungsangeboten: Schon länger befassen wir uns mit dem Thema Rechtspopulismus und der Verantwortung der Medien, mit Fake News und Hate Speech sowie mit der Manipulation von Medieninhalten. Durch Künstliche Intelligenz wird es immer leichter, Texte, Bilder und Bewegtbild zu manipulieren. Dieses Thema beschäftigt uns natürlich besonders, berührt es doch die Kern-DNA des Grimme-Instituts.

Wie definieren Sie die Grimme-DNA?

Was das Grimme-Institut ausmacht, ist seine Unabhängigkeit, das wissensbasierte und werteorientierte Arbeiten. Als Bert Donnepp den Grimme-Preis und das Grimme-Institut gründete, hatte er die schmerzhafteste Erfahrung aus dem Nationalsozialismus noch in den Knochen, in dem das Massenmedium Radio als Manipulations- und Gleichschaltungsinstrument missbraucht worden ist. Als Erwachsenenbildner sah er im damals jungen Fernsehen ein Instrument, das ebenfalls dazu in der Lage ist, die Menschen zu beeinflussen, im Positiven wie im Negativen. Donnepps Idee war, dass die Bürgerinnen und Bürger in der Lage sein sollten, kritisch zu hinterfragen, was sie hören und sehen, sich eine eigene Meinung zu bilden und Qualität zu erkennen, ob in der Information oder Unterhaltung, aus dem Radio, im Fernsehen – und heute eben im Netz. Die Bert-Donnepp-Idee ist aktueller denn je. Wer nach Marl kommt, egal ob als Journalistin, Journalist, als Gremienmitglied oder für die Forschung, schließt sich dieser Idee an, das ist das Besondere an der Arbeit am Grimme-Institut.



Mit dem Grimme Online Award hat das Grimme-Institut früh einen Qualitätspreis für Online-Publizistik geschaffen. Wie hat die Digitalisierung Ihre Arbeit verändert?

Bereits 2001 entwickelte das Grimme-Institut den Grimme Online Award und setzte sich damit wegweisend mit dem Internet und seinen Inhalten auseinander. Von diesem Wissen profitiert das Institut bis heute. Der Preis hat sich über die Jahre stark ausdifferenziert, ich nehme an, dass seine Relevanz in Zukunft noch größer wird, weil er in der riesigen Menge an Online-Inhalten Orientierung bietet, indem er vertrauenswürdige Inhalte im Netz herausstellt. 2015 habe ich es als eine meiner ersten Aufgaben angesehen, den nächsten Transformationsschritt anzustoßen und den Grimme-Preis ab 2016 für digitale Bewegtbildangebote, etwa von Streaming-Anbietern, zu öffnen. Das Grimme-Institut war damit Vorreiter in Deutschland, danach öffneten sich auch andere Preise für Streaming-Inhalte. Die Fülle an Online-Inhalten ist also eine Herausforderung, nicht nur beim Grimme Online Award, alle Gremien kamen zuletzt an ihre Grenzen.

Abgesehen von den renommierten Preisen – wie prägt das Institut den Qualitätsdiskurs über Medien?

Die Preise, der Grimme-Preis, der Grimme Online Award und der Radiopreis, sind wichtige Bausteine des Qualitätsdiskurses. Das wird auch in Zukunft so bleiben, wenn es dem Grimme-Institut gelingt, sie stetig weiterzuentwickeln. Die Preise inspirieren uns das ganze Jahr über zu Schwerpunktthemen und Veranstaltungen, zum Beispiel im Diskussionsformat „GOA Talks“, bei dem im Herbst Nominier-te, Preisträgerinnen und Preisträger des Grimme Online Award mit Expertinnen und Experten über ihre Arbeit und aktuelle Bewegungen sprechen. Aus unserem Partizipationsprojekt #meinfers-ehen2021 mit der Bundeszentrale für politische Bildung und dem Düsseldorfer Institut für Internet und Demokratie sind eine Reihe von Werkstattgesprächen und eine Publikation über den Wert von Unterhaltungsformaten entstanden. In einem weiteren Projekt wird gerade das Archiv des Grimme-Preises erschlossen. Seit Jahresbeginn bespricht das Grimme-Institut außerdem gemeinsam mit epd Medien Serien und Filme sowie aktuelle Themen aus den Medien im Podcast „Läuft“. Wir nutzen dafür Synergien und laden zum Beispiel Gremienmitglieder ein, auch in Diskussionsreihen. Außerdem werden Jurorinnen und Juroren regelmäßig in unsere Forschung einbezogen.

Zu welchen Themen forscht das Grimme-Institut aktuell?

Der „Streit um digitale Souveränität“ ist gerade ein Thema, ebenso „Feedback, Wertung und Vertrauen in der Wissenskommunikation“ – beides Projekte des Grimme-Forschungskollegs und an dieser Stelle exemplarisch angeführt. 2015 haben wir das Grimme-Forschungskolleg gegründet und das Center for Advanced Internet Studies in Bochum mitinitiiert, in dem wir die Themen des Instituts vertiefen. Im vergangenen Jahr haben wir mit dem Grimme-Forschungskolleg an der Universität zu Köln und unserer Arbeitsgruppe Medienqualität den Kongress „Medienqualität? ausgezeichnet, ausgehandelt, ausgerechnet“ organisiert. Demnächst laden wir Jurorinnen und Juroren zu Werkstattgesprächen zum Thema Vertrauen in die Wissenskommunikation ein. Uns ist die stetige Zusammenarbeit mit Forschenden wichtig, weil so Entwicklungen erkannt und gemeinsam vertieft werden können. Die Forschung hängt auch eng zusammen mit den Fort- und Weiterbildungsangeboten des Grimme-Instituts, mit denen insbesondere die nächste Generation Medienkritikerinnen und -kritiker angesprochen werden soll.

Das Interview führte **Kathrin Hollmer**. Sie ist freie Journalistin und arbeitet unter anderem für die Süddeutsche Zeitung, Zeit Online und Übermedien. Seit 2018 ist sie Mitglied der Grimme-Preis-Nominierungskommission Fiktion und diskutiert dort und in anderen Jurys über Filme und Serien, insbesondere, wie Frauen und Diversität erzählt werden.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk befindet sich seit einer Weile in einer Legitimationskrise. Wie schafft er es da wieder heraus?

Am besten, indem er selbst Lösungen präsentiert. Sich selbst zu reformieren ist allerdings schwierig, die ARD hat es da besonders schwer mit neun Anstalten, neun Länderinteressen, neun Intendantinnen und Intendanten. Das ZDF ist schon etwas weiter. Es müssen jetzt gleichzeitig behäbige Strukturen abgebaut und kreative Energie freigesetzt werden, damit die Sender auch in Zukunft hochwertige Programme bieten können. Das ist eine Mammutaufgabe und sicher nicht in ein oder zwei Jahren zu lösen. Ich denke das wird ein evolutionärer Prozess, vorangetrieben durch Generationenwechsel in den Redaktionen und Führungsetagen. Früher waren die Rundfunkbeiträge so selbstverständlich wie das Amen in der Kirche, heute ist beides nicht mehr so. Das Wichtigste ist, durch gute Inhalte die Anschlussfähigkeit an die Bürgerinnen und Bürger zu behalten, damit das Vertrauen nicht sinkt. Ein gravierender Vertrauensverlust wäre dramatisch. Die öffentlich-rechtlichen Sender stehen nach wie vor für eine der Wahrheit verpflichtete Berichterstattung und für Qualität. Deutschland hätte sehr viel zu verlieren, wenn es dieses System nicht mehr gäbe.



Den Blick auch in Zukunft weiten

von *Claus Grewenig*

Das Grimme-Institut wurde in einer Zeit gegründet, in der es nur ARD, ZDF und die Dritten Programme gab. Aber schon 1973 hatte sich das Fernsehen als Massenmedium erfolgreich etabliert, über 90 Prozent aller westdeutschen Haushalte besaßen bereits ein TV-Gerät. Entsprechend hoch war die publizistische und gesellschaftliche Relevanz. Diese nahm zehn Jahre später mit einer neuen Angebotsvielfalt noch einmal deutlich zu – das 50-jährige Jubiläum des

Auch wenn das Institut einer breiten Öffentlichkeit vor allem durch die von ihm ausgelobten und mit-organisierten Preise bekannt ist – seine Rolle war und ist weitreichender. Das Grimme-Institut hat die Branche fünfzig Jahre kritisch begleitet, mit eigenen Impulsen, als „Qualitäts-TÜV“ und manchmal auch als „Lehrmeister“.

Zwischen den privaten Medienunternehmen und dem VAUNET gibt es im erweiterten Tätigkeitsbereich des Grimme-Instituts und seinen Einrichtungen einige Schnittstellen, unter anderem in den vergangenen Jahren mit der Grimme-Akademie in den Bereichen Inklusion und Integration.

Seit seiner Gründung hat das Grimme-Institut seine Arbeit und Strukturen immer wieder dem Wandel angepasst und die Gattungen erweitert.

Grimme-Instituts fällt zeitlich fast mit dem Jubiläum des privaten Rundfunks in Deutschland zusammen, der 2024 jugendliche 40 Jahre alt wird.

Seit seiner Gründung hat das Grimme-Institut seine Arbeit und Strukturen immer wieder dem Wandel angepasst und die Gattungen erweitert. So etwa seit 2001 mit dem ersten Grimme Online Award, ab 2010 durch die Mitarbeit beim Deutschen Radiopreis oder 2014 durch die Mitgründung des Grimme-Forschungskollegs an der Universität zu Köln.

Vor solchen Kooperationen lag ein langer Weg. Das Verhältnis des Grimme-Instituts zum privaten Rundfunk war gerade zu Beginn und in den Folgejahren nicht immer einfach, aber der Blick und die Perspektive auf diese Seite der Branche haben sich geweitet. Es hatte den Eindruck, als tue man sich mit der Anwendung der öffentlich-rechtlich geprägten Qualitätsmaßstäbe auf eine neue, lebendige Programmvielefalt und ein geändertes Nutzerverhalten schwer. Auch für die private Seite war die Annäherung ein Prozess – zumal einige Formate der Anfangszeit auch stark in der öffentlichen und gesellschaftlichen Diskussion standen.

Grimme-Preis für „Wer stiehlt mir die Show“ (2022).





Ausgezeichnete Produktionen: „4Blocks“ (2018) und „Marhaba“ (2016).

Der Umbruch des programmlichen Angebots in den 1980er und 90er Jahren war disruptiv – viele neue Formate und Ideen wirbelten die Fernseh- und Radiolandschaft durcheinander. Es gab jetzt Frühstückfernsehen und Mitternachtsjournale, es gab unterschiedliche Erzählformen und Ausrichtungen nach Zielgruppen. Der Sendeschluss war Geschichte. Jugendradios, Kinderprogramme, Musikfernsehen und weitere Genrekanäle kamen zuerst von den Privaten, bevor die Rundfunkanstalten nachzogen und selbst „versparteten“.

Es war daher nicht verwunderlich, dass der erste Grimme-Preisträger aus dem Privat-TV 1989 Stefan Aust für das Magazin „Spiegel TV“ war, das näher am damaligen Profil der sonstigen Ausgezeichneten lag. Aber dieser Preis zeigte auch, dass der private Rundfunk schon in seinen Anfängen auch für anspruchsvollen Journalismus auf hohem Niveau und Public-Value-Inhalte stand – eine programmliche Tatsache, die heute mehr denn je gilt.

Erst ca. zehn Jahre nach dem Start des Privatfernsehens gab es dann den ersten Grimme-Preis für ein unterhaltendes Krimi-Format eines Privatsenders, „Wolffs Revier“ auf SAT.1. Unterhaltungspreise folgten u.a. 1995 für „RTL Samstag Nacht“ oder die „Harald Schmidt Show“. Spätestens mit der Normierung des einst erheblich diskutierten Dschungelcamps „Ich bin ein Star, holt mich hier raus“ im Jahre 2013 hat das Institut seine Berührungsgängste mit den

privaten Sendern endgültig überwunden. Schon 2005 gab es eine Nominierung von EUROSPORT für die Kommentierung von Olympia, über die Jahre wurden zahlreiche Formate aus allen Facetten des privaten Rundfunks ausgezeichnet, u. a. „Marhaba“ (n-tv, 2016), „4 Blocks“ (TNT-Serie, 2018), „Prince Charming“ (VOX, 2020), „Der Pass“ (Sky, 2020), „Wer stiehlt mir die Show?“ (ProSieben, 2022) oder zuletzt „Zum Schwarzwälder Hirsch“ (VOX, 2023).

Diese Entwicklung veranschaulicht, dass das zeitnahe Nachvollziehen von Veränderungen im Medienangebot und in den Nutzerpräferenzen auch für das Grimme-Institut durchaus eine Herausforderung sein kann. Sie zeigt aber auch, dass der private Rundfunk in allen thematischen Bereichen herausragende Produktionen vorzuweisen hat. Durch das Aufkommen neuer Plattformen internationaler und nationaler Player und das gestiegene Produktionsvolumen ist die Auswahl breiter und noch vielfältiger geworden.

Umso wichtiger wird es sein, den Blick auch zukünftig stetig zu weiten – dass dies möglich ist, zeigen die vielen Beispiele, bei denen Grimme Innovation und die Wertigkeit innovativer Angebote erkannt und anerkannt hat.

In diesem Sinne gratulieren wir herzlich zum Jubiläum und wünschen dem Grimme-Institut für seine Zukunft alles Gute!

Claus Grewenig ist Vorstandsvorsitzender von VAUNET – Verband Privater Medien.



Auf Augenhöhe

von Johannes Kagerer und Björn Böhning

Unsere Mediendemokratie zeichnet sich durch Vielstimmigkeit, Mitsprache unterschiedlichster Akteure sowie Kontroverse aus. Das Aufklären und das stetige Austarieren von Interessen ist Auftrag der Medienpolitik. Das Grimme-Institut kommt diesem Auftrag seit 50 Jahren nach, es ist unverzichtbar.

Medien verbinden die Bürger und Bürgerinnen mit politischen Prozessen, ermöglichen die freie Meinungsäußerung und bieten Raum für kritische Auseinandersetzung. Pessimistische Stimmen beschreiben den Zustand heute als ein Dickicht von Fake News, Filterblasen und schrillen Debatten zwischen Shitstorm und Cancel Culture. Richtet man den Blick über die Online-Echokammern hinaus auf die vielfältige Medienlandschaft unserer Gegenwart, zeigt sich ein komplexeres Bild: Die Herausforderungen durch einen rasanten technologischen Fortschritt und die nie dagewesene Informationsflut können wir überall wahrnehmen. Doch wir sehen auch eine Flut an Innovation und Kreativität, eingebunden in einen regulatorischen Rahmen, der demokratischen Diskurs ermöglicht. In diesem Sinne hat der Namensgeber des Instituts zum Antritt als Generaldirektor des Nordwestdeutschen Rundfunks formuliert: *Die Rundfunkteilnehmerinnen und -teilnehmer können „erwarten, daß der Rundfunk den Willen zur Qualität besitzt [...] Der Rundfunk darf deshalb, wenn er dieser seiner Sendung als Erzieher zum Qualitätsgefühl treu bleiben will, nicht der verführerischen Jagd nach Popularität verfallen.“*

Ein Garant für hohe Qualität ist die vielfältige Produktionslandschaft, für deren Erhalt und Stabilität die Produzentenallianz einsteht. Die kleinen und mittelständischen Unternehmen stehen für den Wettbewerb der Ideen und die Angebotsvielfalt, die Qualität sichern. Diese Unternehmen schaffen die Überraschungshits im Kino, die Show für die ganze Familie am Samstagabend und den nächsten viralen Werbeclip. Sie verknüpfen Nachrichten mit Unterhaltung, schaffen edukative Angebote, produzieren Aufklärung in einem für das Publikum attraktiven Sendeumfeld. Dafür sind sie angewiesen auf starke Partner und Auftraggeber. Daher steht die Produzentenallianz für ein partnerschaftliches Verhältnis zwischen Sendern und Produktionsunternehmen. Dieses Verhältnis immer wieder den gesellschaftlichen Veränderungen und den Trends der international vernetzten Branche anzupassen, schafft genau die Mixtur,

welche unsere demokratische Rundfunkordnung stabilisiert. Bei diesem Prozess hat sich das Grimme-Institut als wertvoller Kompass ergeben.

Das Institut bietet die Plattform, auf der unterschiedlichste und teilweise kontroverse Teile der Medienbranche auf Augenhöhe zusammenkommen. Es schafft Raum für Diskussionen und Debatten, die dazu beitragen, ein tieferes Verständnis für die Rolle der Medien in unserer Gesellschaft zu entwickeln. Ein hervorragendes Beispiel dafür ist die Veranstaltungsreihe, welche die Produzentenallianz zusammen mit dem Grimme-Institut ins Leben rief. In drei Runden diskutierten Akteure aus Produktionsbranche, Politik und Wissenschaft über den Wert der Unterhaltung.

Die Diskussionen unterstrichen die zentrale Funktion des öffentlich-rechtlichen Mediensystems als Ausgleich zum privaten System: „entertain, inform and educate“. Dieser Dreiklang ist die beste Voraussetzung für Qualität, Relevanz und gleichzeitig Breitenwirkung. In der Debatte um den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurde das Unterhaltungsfernsehen jedoch oft an die Seite geschoben. Da heißt es schnell, etwas sei eben „nur Unterhaltung“. Die Veranstaltungsreihe hat demgegenüber die Bedeutung hervorgehoben, die gute Unterhaltung heute haben sollte: Vermittlung auch

Das Grimme-Institut schafft Raum für Diskussionen und Debatten, die dazu beitragen, ein tieferes Verständnis für die Rolle der Medien in unserer Gesellschaft zu entwickeln.

schwierigster und konfliktärer Ereignisse und Inhalte an ein breites Publikum – die Grundlage für aufgeklärten demokratischen Diskurs.

Die Vermittlung spielt auch eine Schlüsselrolle in der Arbeit des Grimme-Instituts. Die eingangs skizzierten Herausforderungen verlangen nach einer gezielten Förderung der Medienbildung. Wenn die Grenzen zwischen Fakten und Meinungen verschwimmen, ist die Fähigkeit, Medieninhalte kritisch zu hinterfragen und zu analysieren, von entscheidender Bedeutung. Das Institut engagiert sich in der Vermittlung von Medienkompetenz, sowohl für junge Menschen als auch für Erwachsene, um eine informierte und mündige Bürgerschaft zu fördern.

**Veranstaltungsreihe
„Vom Wert der Unterhaltung“**

Werkstattgespräch 1 „Unterhaltung ist Vielfalt“

Frank Beckmann (Fernsehprogrammredirektor NDR), Nina Klink (Geschäftsführerin Seapoint Productions), Nico Hofmann (Geschäftsführer UFA GmbH), Shary Reeves (Moderatorin), Bendix Lippe (ZDF-Fernseherrat), Moderator Thomas Lückerrath (Geschäftsführer und Chefredakteur des Medienmagazins DWDL). Einen Input liefert Medienkritikerin Dr. Heike Hupertz (ohne Abbildung).



Werkstattgespräch 2 „Unterhaltung bildet“

Moderatorin Klaudia Wick (Journalistin und Fernsehkritikerin; Leitung Abt. Fernsehen, Bibliothek, Daten der Deutschen Kinemathek – Museum für Film und Fernsehen), Dr. Gabriela Sperl (Film- und Fernsehproduzentin, Drehbuchautorin, Leiterin der Abtl. Medienwissenschaft, HFF München), Katrin Kroemer (Vertreterin des DJV im ZDF-Fernseherrat und Mitglied im Programmbeirat ARTE Deutschland), Thomas Schreiber (Geschäftsführer ARD Degeto), Sabine Heinrich (Hörfunk- und Fernsehmoderatorin), Dr. Gerd Hallenberger (Medienwissenschaftler und Grimme-Preis-Juror).

Werkstattgespräch 3 „Unterhaltung verbindet“

Vera Linß (Moderatorin / Journalistin), Georg Hirschberg (Geschäftsführer Prime Productions), Constanze Weihrach (Künstlermanagerin), Dr. Oliver Heidemann (Leiter ZDF-Hauptredaktion Show), Dr. Florian Kumb (Chef der Programmplanung beim ZDF); Heike Raab (Staatssekretärin in der Staatskanzlei Rheinland-Pfalz und Bevollmächtigte des Landes Rheinland-Pfalz beim Bund, für Europa und Medien) ist zugeschaltet (ohne Abbildung).



Mit der Unterstützung attraktiver und eben auch unterhaltender qualitativer Medienangebote kommt das Grimme-Institut seinem Selbstverständnis nach: „Es leistet einen [unverzichtbaren, d. A.] einordnenden Beitrag bei der öffentlichen Meinungsbildung über Medien, ihrer Qualität, gesellschaftlichen Verantwortung und Bedeutung – sowohl in Deutschland als auch auf europäischer Ebene.“

informieren, sondern auch unterhalten. Das Grimme-Institut verkörpert den Anspruch an eine Medienlandschaft, die die Vielfalt der Meinungen und Perspektiven widerspiegelt und vermittelt. In einer Zeit, in der die Glaubwürdigkeit der Medien in Frage gestellt wird, steht das Institut als Leuchtturm des Vertrauens und der Qualität in der Mediendemokratie – und ist damit ein wichtiger Partner auch der deutschen Produzentenschaft.

Die Mediendemokratie stellt hohe Anforderungen an die Medienakteure. Sie müssen nicht nur

Johannes Kagerer, geb. 1985, ist Leiter Politik & Sektionsbetreuung der Allianz Deutscher Produzenten Film und Fernsehen e.V. Er ist Mitherausgeber der Filmedition PETER LILLIENTHAL ARCHIV 1 (Willy Haas-Preis 2020). **Björn Böhning**, geb. 1978, Dipl.-Politologe, CEO/Sprecher GesV Produzentenallianz.



Publizistische Qualität immer wieder gemeinsam neu verhandeln!

von Jörg Schönenborn

Amerikanische Medienwissenschaftler blicken oft neidvoll und etwas verwundert auf Deutschland. Evan Shapiro, Professor an der New York University, analysiert die Entwicklung der globalen Tech-Konzerne. Nachdem Gerätehersteller und Plattformbetreiber die technischen Rahmenbedingungen weltweit geprägt haben, gehe nun die Globalisierung der Inhalte voran, auf allen Kontinenten – mit Ausnahme einiger Länder in Europa, Deutschland etwa, in denen der öffentliche Rundfunk eine ungewöhnlich starke Position habe. Tatsächlich erreicht allein die ARD über ihre Radio-, TV- und Netzangebote täglich 75% der Bevölkerung ab 14 Jahre. Während das allgemeine Vertrauen in die Arbeit der Medien in den USA im vergangenen Jahr mit 34% ein Rekordtief erreichte, liegt es in der Bundesrepublik insgesamt bei 49%, für das öffentlich-rechtliche Fernsehen mit 62% in einer ganz anderen Dimension. Natürlich haben sich

Fernsehen bietet. Das Mitte der sechziger Jahre oft abschätzig betrachtete junge Medium könne durchaus der Volksbildung zuträglich sein, vor allem die Reichweite war verlockend. Damals empfing bereits mehr als die Hälfte der deutschen Haushalte Fernsehen. Was lag also näher, als einen Preis zu etablieren, der Redaktionen und Produzenten Ansporn für Qualität und kritischer Spiegel für ihre Arbeit sein sollte? Dazu passte wenig später ein Medieninstitut, das gemeinsam mit den Volkshochschulen Bildungsprojekte entwickeln und das Publikum im Umgang mit dem neuen Medium schulen sollte. Dass es solche Institutionen braucht, die Medienkompetenz stärken und damit einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung in einer Demokratie leisten, war den Beteiligten bewusst.

Das Grimme-Institut hat die großen Umbrüche begleitet, beobachtend, fragend, kritisch.

auch bei uns Blasen gebildet, polarisiert sich die Gesellschaft. Aber eben bei weitem nicht in dem Maße wie in vielen anderen Industrieländern.

Gute Medien entstehen und entwickeln sich nicht aus sich selbst heraus. Jede Gesellschaft hat die Medien, die sie verdient. Wenn sie Rituale und Einrichtungen schafft, die Redaktionen Orientierung geben, Anreize setzen, in und mit Medien Debatte stiften, dann ist das ein wesentlicher Beitrag für eine reflektierte Entwicklung der Medieninhalte. Das Grimme-Institut, jene Einrichtung, die sich darum verdient gemacht hat, trägt den Namen des ersten und einzigen Generaldirektors des Nordwestdeutschen Rundfunks, Adolf Grimme. Er hat posthum mit seinem Namen eine segensreiche Verwandtschaft gestiftet zwischen Medienmachern und kritischen Begleitern.

Der damalige Leiter der Volkshochschule Marl, Bert Donnepp, ahnte früh, welche Chancen speziell das

Nach zwei verheerenden Weltkriegen waren öffentliche Bildungseinrichtungen wie die Volkshochschulen Teil einer neuen, sich reflektierenden Gesellschaft. Genau wie der föderal angelegte öffentlich-rechtliche Rundfunk, der ein Garant dafür sein sollte, dass die Bürger*innen sich informieren, bilden, eine Meinung entwickeln und so an politischen Entscheidungsprozessen teilhaben können. Dass eine unabhängige Institution wie das Grimme-Institut eine intellektuelle Brücke bildet, die die Entwicklung des Fernsehens, später auch des Hörfunks und Internets, genau beobachten und bewerten würde, war ein wichtiger Schritt.

In 50 Jahren Grimme-Institut haben sich die technologischen und kulturellen Rahmenbedingungen der Medien komplett verändert. Die Mediennutzung ist mobiler und weitgehend plattformbasiert. Künstliche Intelligenz ist bei der Erstellung der Inhalte und ihrer Distribution allgegenwärtig.

Das Grimme-Institut hat die großen Umbrüche begleitet, beobachtend, fragend, kritisch. Dafür stehen besonders die Grimme-Preise, die sich als Gradmesser etabliert haben für Qualität in Formaten und Produktionen. Kriterien wie Relevanz, Sorgfalt, Kreativität, Innovation sind Maßstäbe, über die man fruchtbar streiten kann. Deshalb lösen Jury-Entscheidungen oft Beifall und gelegentlich Kopfschütteln aus. Aber wenn man sich nicht an ihnen



#meinfernsehen2021: Über die „Zukunft des Fernsehens“ diskutierten (im Uhrzeigersinn) Tyron Ricketts (Produzent, Schauspieler und Moderator), Jörg Schönenborn (WDR), Michael Ridder (epd Medien), Andreas Meyer-Lauber (Vorsitzender der ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz); zugeschaltet war Heike Raab (Staatssekretärin für Medien Rheinland-Pfalz; ohne Abbildung).



stoßen könnte, wenn sie einfach den Mainstream der Kritik abbilden würden, bräuchte man sie nicht.

Nur so kann ein Preis Impulse setzen für Grundsatzdiskussionen. Was ist publizistische Qualität, was nicht? Welchen Anstoß sollte die Gesellschaft aufnehmen? Auch wir verhandeln diese Frage in den Redaktionen täglich neu. Schon Bert Donnepf hat in den 70er Jahren „auf den eigentlichen Sinn“ des Wettbewerbs hingewiesen, „kein Preis im engen Sinn zu sein, sondern ein Wettbewerb, der das ständige kritische Gespräch mit dem Fernsehen anstrebt.“

Das Grimme-Institut hat wichtige Debatten geprägt und zahlreiche Forschungsprojekte angeschoben, wie #meinfernsehen2021, dem die Frage an das Publikum zugrunde liegt, wie die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens aussehen soll. Das ist eine zentrale Frage unserer demokratischen Gesellschaft: Welchen Auftrag, welchen (Meinungs-) Bildungsauftrag hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk und mit welchen Mitteln soll er ihn erfüllen? In einer Welt globalisierter Plattformen und sich globalisierender Inhalte haben wir mit ihm und anderen guten Medien die Chance, unsere Kultur in ihrer regionalen Vielfalt auch weiterhin selbst zu prägen und uns nicht einfach dem weltweiten Strom anzu-

passen. Dazu brauchen wir aber nicht nur die geeigneten Inhalte, sondern auch souveräne Plattformen, wie sie heute die Mediatheken darstellen. Wenn wir als Gesellschaft unsere eigenen Medien und prägenden Inhalte erhalten wollen, ist das mehr denn je eine Frage der technischen Verbreitung. Denn im großen Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Nutzungszeit geht es auch um „Usability“, um intuitive schwellenarme Zugänge. Diese erweiterte Perspektive hat auch das Grimme-Institut längst eingenommen, mit seinen Preisen und Forschungsaktivitäten.

Gut möglich, dass sich die Medienentwicklung in den nächsten zehn (oder schon fünf?) Jahren so viel weiter dreht wie in den letzten fünfzig. Medien werden noch stärker zur digitalen Transformation in allen Lebensbereichen beitragen. Umso mehr müssen Bürger verstehen und einschätzen können, was passiert, welchen Plattformen, Kanälen, Quellen sie vertrauen können. Alle, die das Grimme-Institut tragen, Volkshochschulen, öffentlich-rechtliche und staatliche Institutionen, müssen die Aufklärung über Medien miteinander leisten. Für den Diskurs über Medienqualität und die Förderung von Medienkompetenz ist das Grimme-Institut vor fünf Jahrzehnten angetreten. Das ist so aktuell wie nie.

Jörg Schönenborn ist Programmdirektor Information, Fiktion und Unterhaltung des Westdeutschen Rundfunks (WDR) und seit 2015 Vorsitzender des Aufsichtsrats des Grimme-Instituts. Zuvor war er Fernsehredakteur des WDR, Fernseh-Chefredakteur und Leiter des Programmbereichs Politik und Zeitgeschehen.



Natürliche Verbündete

von *Susanne Binninger und David Bernet*

Jedesmal wenn im Frühjahr die Grimme-Preis-Nominierungen verkündet werden, laufen in der AG DOK die Kommunikationsdrähte heiß. Wer es in die Endrunde geschafft hat, ist für Deutschlands Dokumentarfilm-Gemeinde immer die Top-Meldung des Tages, denn schon eine Nominierung, und erst recht der Preis selbst, sind in unseren Kreisen so etwas wie ein Ritterschlag. Das liegt daran, dass der Grimme-Preis als Gütesiegel für Qualitätsfernsehen nach wie vor konkurrenzlos ist, aber leider auch daran, dass andere Anerkennungen für hochwertige Fernseharbeit selbst in den Sendern

politischen Texten und als streitbarer Podiums-Gast immer wieder schaffte, den Finger in die Wunde zu legen, wurde durch das Grimme-Institut unterstützt und begleitet.

Gerade in der breit geführten politischen Debatte um Strukturreform und Neuordnung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks kann das Institut wichtige Impulse setzen.

immer noch selten sind. Es wird viel debattiert um den Auftrag öffentlich-rechtlicher Programme, aber dennoch werden Programmentscheidungen immer noch von der Quote oder den Klickzahlen diktiert und nicht von Qualitätskriterien, wie sie die Grimme-Jurys anlegen.

Das Grimme-Institut und die AG DOK sind seit vielen Jahren natürliche Verbündete im Bemühen um ein gutes Fernsehprogramm. Wir haben bei medienpolitischen Themen kooperiert, gemeinsam Studien erstellt und Diskussionsveranstaltungen organisiert. Dankbar erinnern wir uns an den intensiven Austausch mit Uli Spies und mit Lucia Eskes, die beide viele Jahre lang für den Grimme-Preis verantwortlich waren bzw. nach wie vor sind. Und auch die intensive medienpolitische Zusammenarbeit der AG DOK mit dem inzwischen verstorbenen langjährigen Grimme-Juror Fritz Wolf, der es in seinen Programm-Analysen, in seinen pointierten medien-

Wir wünschen uns, aber auch dem Grimme-Institut, dass diese Fäden wieder aufgenommen werden. Gerade in der breit geführten politischen Debatte um Strukturreform und Neuordnung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks kann das Institut wichtige Impulse setzen. Wir hoffen, dass ihm seine Geldgeber (im Wesentlichen: die öffentliche Hand, also das Land NRW) die dafür nötigen Freiräume belassen. Denn nicht interessengeleitete, sondern unabhängige Stimmen sind in den aktuellen und in den bevorstehenden gesellschaftlichen Diskussionen, ja vielleicht sogar Kämpfen um die Zukunft unserer Rundfunkordnung wichtiger denn je. Auf das Grimme-Institut warten auch 50 Jahre nach seiner Gründung noch

zahlreiche wichtige medienpolitische Aufgaben – nicht als Bewahrer der Asche, sondern als Hüter des Feuers.

Insofern wünschen wir dem Jubilar alles Gute, und viel Mut und Kraft, um sich an der Neugestaltung der Rundfunk- und Fernsehlandschaft mit starker Stimme zu beteiligen. Wir erlauben uns aber auch als Gratulierende, einen Wunsch zu äußern: Vielleicht schafft es das Grimme-Institut ja doch noch, Dokumentarfilm als eigenständige Preis-Kategorie in das Reglement des Grimme-Preises aufzunehmen. Gerade der Grimme-Preis erkennt und würdigt in seinen Entscheidungen die Qualität des langen Dokumentarfilms. Aber diese Filmform nicht mehr unter dem Oberbegriff „Information“ einzuordnen, sondern ihr eine eigene Preiskategorie zuzugestehen, würde ihr vielleicht auch in den Fernsehredaktionen wieder zu mehr Anerkennung und Aufmerksamkeit verhelfen.

Susanne Binninger und **David Bernet** sind Vorsitzende der AG DOK.



Sprung ins Netz

von *Markus Beckedahl*

Seit vielen Jahren ist der Grimme Online Award ein Qualitätssiegel für spannende zeitgenössische Projekte aus dem deutschsprachigen Internet.

Auf Wikipedia findet sich eine lange Liste von Preisträger*innen der vergangenen 22 Jahre. Das ist auch eine Zusammenstellung des Best-of des deutschsprachigen Internets in diesen Jahren und eine sehr gute zeitgenössische Dokumentation einer interessanten Phase mit zahlreichen innovativen Entwicklungen und Experimenten. Legendär sind die Preisverleihungen, weil man selten an einem Ort so viele faszinierende Netz-Menschen treffen kann – und vielleicht, weil der Platz und damit die Gästeliste immer limitiert ist.

Ich war sehr stolz, als ich 2008 mit netzpolitik.org in der Kategorie „Information“ nominiert wurde. Für einen Preis reichte es damals noch nicht, aber die Nominierung hatte eine ganz andere Wirkung. Meine Mutter fragte sich damals häufig, was ich denn in diesem Internet mache. Blogs waren ihr unbekannt und meine Erklärungsversuche scheiterten. Die Nominierung änderte vieles. Sie verstand Bloggen immer noch nicht so ganz, aber sie war sehr stolz auf mich, denn jetzt stand ich bei ihr in einer Reihe mit

Das Grimme-Institut kam aus dem Fernsehen. Und hat vor vielen anderen den Sprung ins Netz geschafft.

Iris Berben. Grimme war für sie ein Qualitätsmerkmal, den Unterschied zwischen dem Grimme-Preis und dem Grimme Online Award sah sie nicht. Mich entlastete es.

2014 erhielt ich dann doch noch einen Preis, und zwar den Grimme Online Award in der Kategorie „Spezial“ für netzpolitik.org. Für die Arbeit habe ich in den vergangenen zwanzig Jahren zahlreiche Preise bekommen. Aber der GOA war und ist immer der, der bei anderen Menschen den meisten Respekt verursacht. „Oh, ein Grimme Online Award“ – da konnten alle anderen Preise nicht mithalten. Bekannt aus Funk und Fernsehen. Und dem Internet.

Ich bin immer noch etwas traurig, dass die Preisverleihung direkt in einen meiner wenigen Urlaube in diesen Jahren fiel und ich nicht nach Köln fahren konnte. Ich schaute mir die Preisverleihung im Live-stream auf einem Zeltplatz an, was damals gerade so ging. Auch das war etwas, was das Grimme-Institut früh mitdachte und was heute erst Standard für alles andere geworden ist: ein Live-Stream für die dezentrale Teilnahme, auch wichtig bei der begrenzten Platzanzahl.

Im vergangenen Jahrzehnt schaffte es das Grimme-Institut auch, mit dem Social Community Day Medien-Praktiker*innen aus dem Netz mit Menschen aus dem Medienkompetenz- und Community-Management-Umfeld aus NRW zusammenzubringen. Dort fanden spannende Debatten statt und es wurde eine relevante Plattform zum Austausch und Vernetzung. Wahrscheinlich war Corona Schuld daran, dass diese Praxis endete.

Das Grimme-Institut kam aus dem Fernsehen. Und hat vor vielen anderen den Sprung ins Netz geschafft, als viele noch hofften, dass der Trend zum Internet bald wieder verschwinden wird. Vielen Dank für die viele Arbeit in den vergangenen 22 + 28 Jahren. Happy birthday, Grimme-Institut.

Markus Beckedahl ist Gründer von netzpolitik.org und Co-Gründer der re:publica-Konferenz(en). 2014 hat er für netzpolitik.org einen Grimme Online Award gewonnen.



Qualitätsdiskurs – auf Dauer gestellt

von *Christoph Neuberger*

In einer Zeit der multiplen Krise, der radikalen Kritik und der oft schlechten Stimmung fällt eine Einrichtung auf, deren primärer Daseinszweck das Lob ist – und das auch noch auf dem heiklen Feld der Medien, auf dem die Empörungsbereitschaft in den letzten Jahren besonders groß war. Das Grimme-Institut ist aber nicht erst in der Gegenwart damit befasst, dort das Positive zu finden, wo es andere nicht vermuten. So war der Grimme-Preis anfangs für die Anerkennung des noch jungen Mediums Fernsehen wichtig. Lutz Hachmeister, Grimme-Direktor von 1989 bis 1995, stellte im Rückblick fest: „Mit dem Wettbewerb wurde das Fernsehen in den institutionellen Kanon der Bildungsumwelt eingereiht – ein seinerzeit progressiver Akt gegen sogenannte ‘Fernsehverächter’ und orthodoxe Intellektuelle.“ Und der Grimme Online Award konnte zeigen, dass auch im Internet publizistische Qualität zu entdecken ist. Medienpreise tragen also zur Etablierung neuer Medien bei. Sie legitimieren die dort erbrachten Leistungen und vereinheitlichen den Qualitätsanspruch.

Medienpreise wie den Grimme-Preis versteht man erst dann richtig, wenn man sie als Teil eines größeren Qualitätsdiskurses betrachtet, in dem fortlaufend die Frage verhandelt wird, was publizistische Qualität ist und wo sie auffindbar ist.

Doch nicht nur Medienpreise haben die Aufgabe, publizistische Qualität zu definieren, zu messen und zu fördern. Auch das Medienrecht will Qualität sichern, indem es mit Hilfe von Normen Mindestanforderungen festlegt. Gleiches sollen Kodizes der Selbstregulierung wie der Pressekodex des Deutschen Presserats leisten. Normen definieren Qualität gewissermaßen negativ, indem sie sagen, was in jedem Fall vermieden werden soll. Im Gegensatz dazu haben Preise eine positive Ausrichtung: Mit ihnen werden die Spitzenleistungen ausgezeichnet. Preise werden nur an wenige Werke verliehen, die deutlich über das Normalmaß hinausragen. Damit haben sie auch eine Entdeckerfunktion, weil sie Jahr für Jahr aufspüren, was neuartig ist und zugleich höchsten Ansprüchen genügt.

Weil dieses Singuläre innovativ sein soll, kann es nicht mit einem fixen Maßstab bestimmt werden, sondern es muss in der Jury ausführlich diskutiert und begründet werden. Insofern regen Medienpreise auch zur Reflexion über Qualität an. Sie sind Teil des öffentlichen Qualitätsdiskurses. Darüber hinaus haben Preise eine Ausstrahlungsfunktion, weil die ausgezeichneten Werke als Vorbilder in die Medien hineinwirken sollen. Und sie richten sich an das Publikum, um für die ausgezeichneten Werke zu werben, die für ein bestimmtes Verständnis von Qualität stehen.

Preise sind ein weiches Steuerungsmittel, da sie Qualitätsvorstellungen nicht – wie im Fall von Normen – mit Sanktionen durchsetzen können. Sie bieten oft auch keinen (oder nur einen geringen) ökonomischen Anreiz. Preise haben aber den Vorzug, dass sie weithin öffentlich sichtbar sind, ein hoher Aufwand für ihre Begründung betrieben wird und sie Qualität dynamisch, nämlich Jahr für Jahr neu bestimmen.

Im Fall des Grimme-Preises und des Grimme Online Award lassen die Statuten der Nominierungskommission und der Jury einen großen Spielraum. Das Qualitätsverständnis und das Entscheidungsverfahren lassen sich als dynamisch, umfassend, plural, transparent, unabhängig und selbstkritisch charakterisieren.

Die Preisentscheidung markiert den Punkt, an dem Einigkeit erzielt werden konnte. Der einhellige Applaus des Publikums im Marler Theater signalisiert

die ungeteilte Zustimmung zur Preisentscheidung. Dennoch ist dies keineswegs der Schlusspunkt, sondern eher ein Orientierungspunkt für den weiteren Qualitätsdiskurs. Preisentscheidungen geben regelmäßig Anlass für Zustimmung oder Ablehnung. Die öffentliche Resonanz bestimmt wesentlich, welche Reputation ein Medienpreis besitzt. Dabei kommt es nicht nur darauf an, stets die richtige Entscheidung zu treffen, sondern auch auf die Bereitschaft, Kritik anzunehmen. Medienpreise wie den Grimme-Preis versteht man daher erst dann richtig, wenn man sie als Teil eines größeren Qualitätsdiskurses betrachtet, in dem fortlaufend die Frage verhandelt wird, was publizistische Qualität ist und wo sie auffindbar ist. Durch die jährliche Wiederholung lässt sich das Preisverfahren als Kreislauf beschreiben, in dem



Prof. Dr. Christoph Neuberger im September 2022 beim Wissenschaftskongress des Grimme-Forschungskollegs.

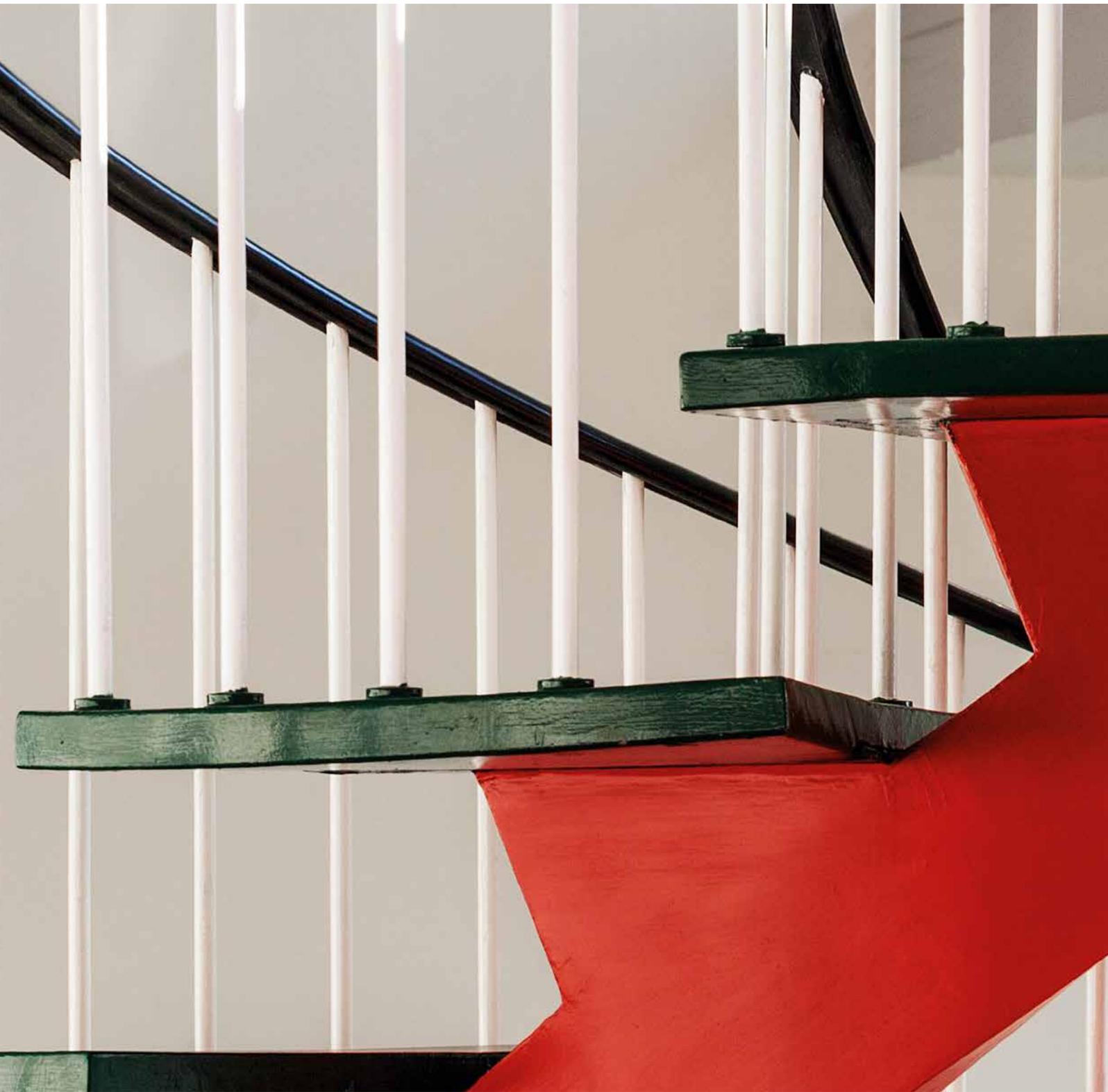
Erfahrungen und kritische Resonanz des Vorjahres aufgegriffen werden. Sie können auf die Ausgestaltung des Preises und die Haltung der Jurymitglieder zurückwirken. Institutsgründer Bert Donnepp sah deshalb die „ständige Revision“ als Normalität des Grimme-Preises. Der Grimme-Preis sei ein „Wettbewerb, der das ständige kritische Gespräch mit dem Fernsehen anstrebt“, so Donnepp.

Mit dem 1973 gegründeten Grimme-Institut konnte der Qualitätsdiskurs auf Dauer gestellt werden. Durch die Verbindung von Wissenschaft, Bildung und Diskurs, durch Überzeugungskraft und Unabhängigkeit hat das Grimme-Institut jenes große Renommee erworben, das seine heutige Stellung kennzeichnet. Eine solche Begleitung brauchen die Medien als zentraler Ort der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung und -verständigung mehr denn je.



Prof. Dr. Christoph Neuberger ist wissenschaftlicher Geschäftsführer und Direktor des Weizenbaum-Instituts für die vernetzte Gesellschaft, Berlin, und Professor für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Freien Universität Berlin.





Die enge Beziehung zur Wissenschaft hat im Grimme-Institut Tradition. Mit dem Grimme-Forschungskolleg an der Universität zu Köln konnten seit 2015 viele Projekte gemeinsam realisiert werden. Als ein Gründungsgesellschafter des Center for Advanced Internet Studies (CAIS) hat das Grimme-Institut seit 2017 Anteil an der gesellschaftlichen Digitalisierungsforschung. Wie diese Kooperationen aussehen und was ein Blick von außen noch für Einsichten bringt, darum geht es in diesem Kapitel.



Forschung und Wissenschaft

Grimme Forschung – und die Zukunft der „Eheberatung“

von Harald Gapski und Frauke Gerlach

Als im Jahr 1998 das Adolf-Grimme-Institut sein 25-jähriges Jubiläum feierte, sprach der damalige Vorsitzende des Kuratoriums, Heinz Theodor Jüchter, von einer „Silberehe zwischen Bildung und Fernsehen, mit der Wissenschaft als Eheberatung“. Nach der Silberhochzeit im damaligen „Medienverbund“ gewann die digitale Transformation an Fahrt. In diesem Jahr feiert das Grimme-Institut „Goldhochzeit“ mit alten und vielen neuen Gästen. Gespielt wird eine andere Musik. Geblieben aber ist die Beziehung zu Wissenschaft und Forschung als einem integralen Bestandteil des Instituts. Diese Beziehung wurde zu institutionalisierten Kooperationen ausgebaut, verfestigt und steht nunmehr auf zwei Beinen:

Das Grimme-Forschungskolleg an der Universität zu Köln

Das Grimme-Forschungskolleg wurde 2015 vom Grimme-Institut und der Universität zu Köln als gemeinnützige GmbH gegründet. Seitdem konnten 56 Projekte gemeinsam realisiert werden, die der wissenschaftlichen Vertiefung von Fragestellungen aus den Arbeitsfeldern des Grimme-Instituts, aber auch der Erschließung neuer Themen und dem Aufbau von Netzwerken dienen (grimme-forschungskolleg.de/projekte). Drittmittel konnten eingeworben werden, wie zum Beispiel für das erfolgreiche, von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderte Projekt zur Erschließung des Grimme-Archivs. Arbeitsgruppen gingen aus der Kooperation hervor, eine Studierendenjury für den Grimme-Preis wurde ins Leben gerufen, die seit zwei Jahren einen eigenen Preis vergibt, und auf zahlreichen Veranstaltungen wurden Forschungsergebnisse präsentiert und diskutiert. Zu den behandelten Themen zählen beispielsweise „YouTuber-Videos, Peers und politische Orientierung von Jugendlichen“, „Demokratierelevanter digitaler Journalismus“, „Produktionsforschung zu Film und Fernsehen“, „Medial konstruierte Stimmen“, „Fragmentierte Öffentlichkeiten“ oder der „Streit um digitale Souveränität“.

Die Auszeichnung hochwertiger Medienproduktionen mit Preisen, die Förderung des Qualitätsjournalismus, die Kritik an der Diskussionsqualität in den sozialen Netzwerken und die Qualitätssicherung algorithmisch kuratierter Plattformen sind aktuelle Aspekte der Beziehung zwischen Medien und Qua-

lität. Diese Aspekte waren Thema des ersten und hochrangig besetzten Kongresses des Grimme-Forschungskollegs mit dem Titel „Medienqualität? ausgezeichnet – ausgehandelt – ausgerechnet“, der am 22.09.2022 in Köln stattfand. Moderiert wurde der Kongresstag von dem Wissenschaftsjournalisten, Grimme-Preisträger und Fernsehmoderator Gert Scobel (kongress.grimme-forschungskolleg.de).

Das Center for Advanced Internet Studies (CAIS)

Im Jahr 2016 beteiligte sich das Grimme-Institut zusammen mit mehreren Universitäten und Forschungseinrichtungen in NRW an der Bewerbung für ein gemeinsam zu gründendes „Deutsches Internet-Institut“ im Rahmen einer Ausschreibung des Bundesforschungsministeriums (BMBF). Wenn auch der Zuschlag letztlich nach Berlin ging, so entstand im Jahr darauf in NRW das Center for Advanced Internet Studies (CAIS) in Bochum, zu dessen Gründungsgesellschaftern das Grimme-Institut zählt. Das Grimme-Institut engagiert sich seitdem in den Gremien, in der Programmkommission und im Beirat des CAIS.

Vielfältige Kooperationen zwischen Grimme-Institut und dem CAIS folgten und weitere Partner, wie das Düsseldorfer Institut für Internet und Demokratie im Projekt #meinfernsehen2021, konnten gewonnen werden. Nicht nur Medienqualität, auch Themen für eine zukünftige Medienbildung sind Gegenstand der Grimme-Forschung: So wurde mit Unterstützung des CAIS und des Grimme-Forschungskollegs ein internationales Netzwerk zu kritischen Kompetenzen im Umgang mit Big Data und Algorithmen gegründet (bigdataliteracy.net).

Zu den Arbeitsergebnissen über Big Data, Algorithmen und Künstliche Intelligenz (KI) zählen nicht nur Publikationen und Präsentationen auf nationalen Tagungen (z.B. der bpb und der KMK 2017 und 2018, der Akademie der Kulturellen Bildung 2022) und internationalen Konferenzen (z.B. UNESCO-Konferenz in Göteborg, 2019 und Global Media Forum, 2023), sondern auch praxisorientierte Lernangebote, wissenschaftliche Gutachten und bildungspolitische Stellungnahmen. Aktuell arbeitet das Grimme-Institut mit in der Taskforce „KI im Bildungswesen“ des CAIS unter der Schirmherrschaft des NRW-Medienministers Nathanael Liminski.



Festakt zur Gründung des Grimme-Forschungskollegs am 7. November 2016 im Kölner Rhein-Energie-Stadion.

Foto oben (vordere Reihe, von links): Bundestagsabgeordnete Tabea Rößner (Bündnis 90 / Die Grünen), Prof. Dr. Karl-Eberhard Hain (Direktor des Instituts für Medienrecht und Kommunikationsrecht der Universität zu Köln), Dr. Frauke Gerlach (Direktorin des Grimme-Instituts), Dr. Michael Stückradt (Kanzler der Universität zu Köln und Vorsitzender der Gesellschafterversammlung des Grimme-Forschungskollegs), Franz-Josef Lersch-Mense (Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und Chef der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen). Foto rechts: Gastredner Prof. Dr. Stephan Porombka, Universität der Künste Berlin.



Diese und viele weitere Impulse gingen vom Grimme-Forschungskolleg und von den Kooperationen mit dem CAIS bereits aus und zeigen, wie die Vernetzungen zwischen Forschung, Medienpreisen, Medienbildung und Mediendiskursen sowie zwischen Theorie und Praxis ihre öffentlichen Wirkungen entfalten. Über Jahrzehnte hat sich die Medienland-

schaft grundlegend verändert und diverse „Ehen“ zwischen Medien und Bildung wurden geschlossen. Aus der eingangs zitierten „Eheberatung“ der Wissenschaft wurde eine Art multimediale, systemische „Familienberatung“ für die Grimme Forschung. Den inter- und transdisziplinären Vernetzungen gehört die Zukunft.

Dr. Harald Gapski ist Leiter des Bereichs Grimme Forschung und war 2022/2023 Fellow am CAIS.

Dr. Frauke Gerlach ist Direktorin / Geschäftsführerin des Grimme-Instituts und Geschäftsführerin des Grimme-Forschungskollegs an der Universität zu Köln.





Das Grimme- Forschungskolleg an der Universität zu Köln

Ein Interview mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden Stefan Grohé
und dem wissenschaftlichen Direktor Karl-Nikolaus Peifer



Das Grimme-Forschungskolleg an der Universität zu Köln wurde Ende 2014 als gemeinnützige GmbH gegründet. Gefördert wird das Forschungskolleg durch das Land Nordrhein-Westfalen. Seit 2015 konnten 56 Projekte gemeinsam von Universität zu Köln und Grimme-Institut entwickelt und umgesetzt werden (www.grimme-forschungskolleg.de/projekte).

Wie diese Projekte entwickelt werden, wer an ihnen mitarbeitet und welche zukünftigen Handlungsfelder das Forschungskolleg bearbeiten sollte – das sind Fragen an den Vorsitzenden des Aufsichtsrats **Prof. Dr. Stefan Grohé** (Foto rechts) und an den wissenschaftlichen Direktor **Prof. Dr. Karl-Nikolaus Peifer** (Foto links).

Herr Professor Grohé, Sie kennen das Grimme-Forschungskolleg seit den ersten Planungsgesprächen. Wie würden Sie die Entwicklung der letzten Jahre zusammenfassen?

S. Grohé: Mit dem gemeinsamen Grimme-Forschungskolleg verbinden das Grimme-Institut und die Universität zu Köln, trotz jeweils grundsätzlich anderer Ausrichtung, ein gemeinsames Ziel: die Strukturen, Veränderungen und Potenziale der Medienlandschaft zu analysieren. Das Grimme-Institut hat einzigartige Expertise in der Beobachtung und Evaluation von Medien angeboten. Die exzellente Forschung an der Universität zu Köln richtet ihren Blick auf Strukturen und Grundlagen der Medien. Von der Zusammenführung beider Perspektiven versprechen sich die Partner eine positive Wechselwirkung. Und ich denke, man kann sagen, dass diese Erwartungen in den letzten Jahren erfüllt werden konnten. Eine der wesentlichen Herausforderungen dabei war, die doch recht unterschiedlichen Arbeitsweisen miteinander zu vermitteln. Die drängende Aktualität der zeitgenössischen Medien verschlägt den Wissenschaftler*innen gelegentlich den langen Atem. Aber im Großen und Ganzen kann man von einem gelungenen Lernprozess sprechen.

Universität zu Köln und Grimme-Institut sind hinsichtlich ihrer Größe und Ausrichtung sehr unterschiedliche Institutionen. Worin sehen Sie das Besondere dieser Kooperationsform?

S. Grohé: Trotz der genannten Unterschiede treffen sich die beiden Institutionen in einem gemeinsamen Verständnis von der Bedeutung der Transformationsprozesse in den Medien für die Gesellschaft in ihrem digitalen Umbruch. Dabei zählen vielmehr die unterschiedlichen Expertisen als die Dimensionen der Einrichtungen. Das Grimme-Forschungskolleg ist eine Transfereinrichtung par excellence, wenn man „Transfer“ an den Hochschulen in seinem ursprünglichen Sinn als unmittelbare gesellschaftliche Wirksamkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse versteht.

Projekte des Grimme-Forschungskollegs folgen idealerweise dem „Tandem-Modell“: Was bedeutet das und wie hat es sich bewährt?

S. Grohé: Projekte in Medienbildung, digitaler Transformation der Medien und zu Fragen der Bewertung von Medien haben davon profitiert, dass universitäre Grundlagenforschung und angewandte Expertise in den sogenannten „Tandems“ konsequent im Dialog arbeiten. Die dabei zu beobachtenden gemeinsamen Erkenntnisse unterstreichen den Transfer-Gedanken. Zuletzt haben sich rund um das Thema „Vertrauen“ einige neue Projekte gebildet. Auch der letztjährige Kongress des Kollegs zur „Medienqualität“ hat die Bedeutung dieses hochaktuellen Themas unterstrichen. Wenn die guten Ausgangsbedingungen des Forschungskollegs erhalten werden können, dann wird die vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen dem Grimme-Institut und der Universität zu Köln auch in Zukunft mit innovativen Projekten die digitale Transformation der Medien begleiten.

Herr Professor Peifer, als wissenschaftlicher Direktor verantworten Sie die jährlichen Projektausschreibungen und begleiten die Auswahl der geförderten Projekte. Wie lief das Auswahlverfahren ab?

K.-N. Peifer: Wir haben vor der eigentlichen Ausschreibung alle Forschenden der Universität zu Köln (UzK) und des Grimme-Instituts eingeladen, an einem „Meet & Greet“ teilzunehmen und dort vorzustellen, an welchen Themen jeweils gearbeitet wird. Um den Prozess der Projektförderung etwas zu strukturieren, haben wir drei Forschungsfelder vorgeschlagen, in welchen Projekte gefördert werden: Beurteilung von Medienqualität, Qualität von Mediendiskursen sowie Medienbildung, insbesondere im Bereich digitaler Kommunikation. Gefördert wurden diskursive Formate, d.h. Diskussionsveranstaltungen, Tagungen und Workshops, aber auch innovative Projekte, die sich durch einen neuartigen Zugang zu einem frei gewählten Thema des übergeordneten Forschungsgebiets „Medien und Gesellschaft im digitalen Zeitalter“ auszeichnen. Das Meet & Greet sollte vor allem dazu dienen, Ideen, die zu diesen Bereichen passen, zu präsentieren, zu diskutieren und hierzu Vernetzungen zu schaffen. Die in einer Ausschreibungsrunde formulierten Forschungspapiere wurden gesammelt und in einer interdisziplinär besetzten Jury-sitzung mit einem Prevoiting und anschließenden vertiefenden Diskussionen gesichtet und bewertet.



„Fishbowl“-Diskussion während der Gründungsveranstaltung im November 2016: Es diskutierten unter anderen (im Uhrzeigersinn) Prof. Bascha Mika (Chefredakteurin Frankfurter Rundschau); Daniel Harrich (Dokumentarfilmer, Autor und Grimme-Preisträger), Friedrich Küppersbusch (Journalist, Autor und Fernsehproduzent), Hans Hoff (Medienkritiker und Journalist), Sophie Burkhardt (stellvertretende Geschäftsführerin funk), Jan Böhmermann (Satiriker und Journalist); Dr. Lutz Marmor (stellvertretender ARD Vorsitzender und Intendant des NDR) sowie Dr. Norbert Himmler (Programmdirektor des ZDF).

Anreizen wollten wir vor allem inter- und transdisziplinäre Forschungen. Wir waren und sind fest davon überzeugt, dass Forschungsinnovationen heute vor allem an den Schnittstellen der Disziplinen – Jura, Ökonomie, Medienwissenschaften, Bildung – gelingen, gleichzeitig aber auch eine breite Öffentlichkeit erreichen und von ihr verstanden werden müssen. Die bittersten Momente erlebten wir in unseren Auswahl Sitzungen immer dort, wo ein interessantes Projekt nur knapp scheiterte, weil nicht genügend Finanzmittel bereitstanden, um eine Förderung zusagen zu können.

Herr Professor Peifer, Sie haben Einblicke in mehrere Projekte des Grimme-Forschungskollegs. Welche Verbindungen zwischen der Projektarbeit und Ihrem Lehrstuhl für Medien- und Kommunikationsrecht sehen Sie?

K.-N. Peifer: Die Herausforderung dieser Tage liegt darin, dass von den Rechtswissenschaften Vorgaben für die Regulierung der Medien- und Kommunikationsordnung erwartet werden: Wie schützen wir Persönlichkeitsrechte im Internet, wie Inhalte, welche Zugangsmöglichkeiten für Informationen sind nötig, wie sorgen wir für wahrheitsgemäße

Verbreitung von Informationen? Wer haftet für den Einsatz von Werkzeugen, die maschinengetrieben lernen („Künstliche Intelligenz“), welche Verantwortung besteht hier für welche Beteiligten? Diese Regulierung setzt ein vertieftes Wissen darüber voraus, wie Informationen verstanden und verarbeitet werden (Medien- und Kommunikationswissenschaften), welche Inhalte in welchen Geschäfts- und Finanzierungsmodellen gefördert und vorangetrieben werden (Ökonomie) und wie es einer Gesellschaft gelingt, ihren Mitgliedern zu vermitteln, auf welche Weise Informationen verstanden, verarbeitet und angewendet werden müssen, sich also selbstbestimmt in digitalen Umgebungen zu bewegen (Medienbildung). Die Sachverhalte verstehen Jurist*innen viel besser, wenn sie mit Nachbarwissenschaften in Kontakt treten. Im Ergebnis müssen Jurist*innen ihre Erkenntnisse in Regeln umsetzen (oder auch einmal auf Regeln verzichten), die von den Menschen, die sie befolgen sollen, auch verstanden und akzeptiert werden.

Die Rechtswissenschaften haben in den bisherigen Projekten vieles darüber gelernt, wie kommunikative Märkte funktionieren, wie Informationen ge-



Wissenschaftskongress im September 2022: Unter anderen diskutierten (im Uhrzeigersin) Gert Scobel (Wissenschaftsjournalist, Grimme-Preisträger und Fernsehmoderator); Dr. Frauke Gerlach (Direktorin des Grimme-Instituts), NRW-Ministerpräsident Hendrik Wüst; Prof. Dr. Leonhard Dobusch (Universität Innsbruck, Mitglied im ZDF-Verwaltungsrat), Claus Grewenig (Chief Corporate Affairs Officer RTL Deutschland und Vorstandsvorsitzender VAUNET – Verband Privater Medien); Dr. Heike Hupertz (freie Journalistin und freie Fernsehkritikerin sowie Mitglied der Grimme-Preis-Jury).

bildet und von der Empfangsseite verstanden werden, in welcher Weise verschiedene Alters- und Bildungsgruppen Informationen verstehen und verarbeiten können, wie kommunikative Hindernisse überwunden werden und warum gelegentlich Regulierung erforderlich, gelegentlich aber auch hinderlich ist, um einen Prozesse wechselseitigen Respekts anzustoßen.

Im September 2022 fand der erste Kongress des Grimme-Forschungskollegs unter dem Titel "Medienqualität? ausgezeichnet – ausgehandelt – ausgerechnet" statt. Welche Botschaften haben Sie von dieser Veranstaltung mitgenommen?

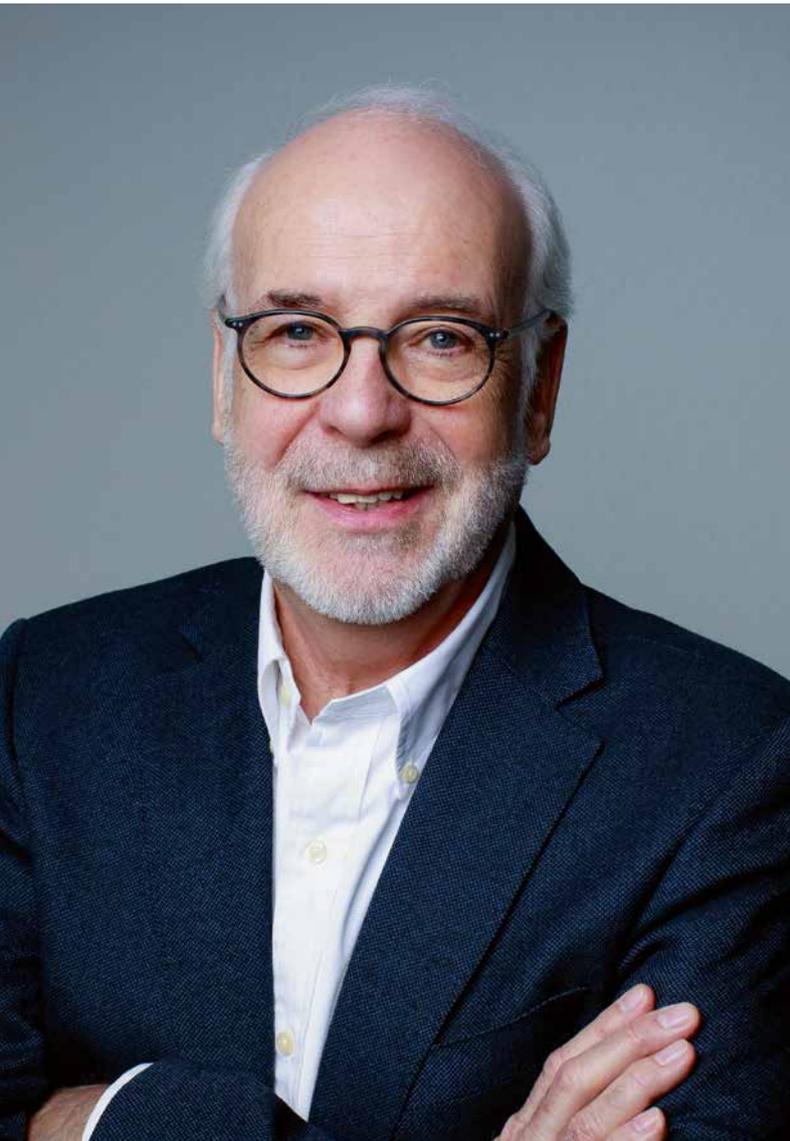
K.-N. Peifer: Der Kongress führte zu einer Bestandsaufnahme: Wie beurteilen verschiedene Disziplinen den Erfolg medialer Kommunikation? Wann gelingt sie, wann ist sie gefährdet? Welche Maßstäbe gelten für die Beurteilung qualitativ gelingender Kommunikation? Gibt es Beispiele gelungener Kommunikation, die wir in der Forschung nachweisen konnten und können? Diese Fragen standen am Anfang des Kongresses. In Publikumsdiskussionen mit Politik, Wissenschaft und Medienpraxis am Vormittag haben wir dazu Positionen formuliert,

am Nachmittag haben wir in Diskussionen Beispiele aus unseren Projekten geliefert. Wir haben noch nicht die Formel gefunden, die alle kommunikativen Probleme löst, sind ihr aber ein Stück nähergekommen.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft des Grimme-Forschungskollegs?

K.-N. Peifer: Das Grimme-Forschungskolleg benötigt eine solide Grundfinanzierung, die es erlaubt, Projekte verlässlich und langfristig zu planen und durchzuführen. Gleichzeitig erfordert es die Bereitschaft aller derzeit beteiligten Disziplinen – Medienwissenschaften, Medienpädagogik und Psychologie, Ökonomie, Rechtswissenschaften – in einen offenen und konstruktiven Dialog miteinander zu treten, um einerseits voneinander zu lernen, andererseits miteinander Lösungen und Perspektiven für gelingende Wissens- und Informationsvermittlung zu entwickeln, aber auch in eine von Respekt, Großzügigkeit und Kooperationswillen getragene Kommunikation in einer vielfältiger gewordenen Gesellschaft zu treten.

Das Interview führte **Dr. Harald Gapski**.



Das Center for Advanced Internet Studies (CAIS)

Ein Interview mit dem Gründungsdirektor Michael Baumann
und der neuen wissenschaftlichen Direktorin Christiane Eilders



Prof. Dr. Michael Baumann hat als Gründungsdirektor die Entwicklung des CAIS seit 2017 maßgeblich geprägt. **Prof. Dr. Christiane Eilders** übernahm am 1. Oktober 2023 die Leitung des CAIS als wissenschaftliche Direktorin.

Das Center for Advanced Internet Studies, kurz CAIS, wurde Ende 2016 als gemeinnützige GmbH in Bochum gegründet. Das Grimme-Institut war von Beginn an dabei und ist seitdem in den Gremien, im Beirat und in der Programmkommission vertreten. Herr Professor Baurmann, wie kam es dazu, dass das Grimme-Institut ein Gründungsgesellschafter des CAIS wurde?

M. Baurmann: Das Grimme-Institut war ja bereits Mitglied in dem NRW-Konsortium, das sich 2016 an der Ausschreibung des BMBF für ein Deutsches Internet-Institut beteiligt hatte. Aus der Teilnahme an dieser Ausschreibung und auf der Grundlage des seinerzeit entwickelten Konzepts ist dann das CAIS als Wissenschaftskolleg entstanden, das seit 2021 durch die Aufnahme in die institutionelle Förderung des Landes NRW zu einem zentralen Institut für Digitalisierungsforschung erweitert wird. Das Grimme-Institut war von vornherein ein Wunschpartner, weil es als weithin bekanntes und renommiertes Institut sich intensiv und umfassend mit Fragen der Medienqualität, Medienbildung und Medienkommunikation beschäftigt und dabei eine reichhaltige Erfahrung und Kompetenz entwickelt hat, wie man Ergebnisse der Medienforschung und die Erschließung neuer Möglichkeiten der Mediennutzung in gesellschaftliche Gruppen, die Politik und Medienwirtschaft praktisch vermittelt. Die aktive Beteiligung des Grim-

me-Instituts an allen Phasen der Entwicklung des CAIS hat sich dann auch als ein Glücksfall erwiesen. Insbesondere bei der Evaluation des CAIS-Konzepts vor einer internationalen Jury im Jahr 2018, die entscheidend für die Aufnahme des CAIS in die institutionelle Förderung des Landes war, konnte das Grimme-Institut mit Ideen zur Vermittlung von Forschung in die gesellschaftliche Praxis überzeugen. Seitdem ist das Grimme-Institut mit seiner aktiven Einbindung in wichtige Organe und Gremien des CAIS als immer verfügbarer Ansprechpartner und Ratgeber unverzichtbar geworden.

Das CAIS wird seit 2021 zu einem Institut für Digitalisierungsforschung ausgebaut. Was waren die wichtigsten Meilensteine bisher?

M. Baurmann: Das CAIS wird am Ende seiner Ausbauphase Mitte 2024 über zwei wissenschaftliche Direktor*innen verfügen, die als hauptamtliche Professor*innen mit Schwerpunkten in der Informatik und den Sozialwissenschaften gemeinsam mit unserem administrativen Geschäftsführer Tim Pfenner den Vorstand bilden werden. Vier weitere Forschungsprofessuren, die wir gemeinsam mit Partneruniversitäten für fünf Jahre berufen, werden die geplanten vier Forschungsprogramme des CAIS leiten. Eine weitere hauptamtliche Professur wird für die Abteilung „Research Data & Methods“ verantwortlich sein. Als Direktorin mit dem

Gruppenbild zur Gründung des CAIS im Jahr 2016 (v.l.n.r.): Prof. Dr. Anna Tuschling (Ruhr-Universität Bochum), Prof. Dr. Karl Riesenhuber (Ruhr-Universität Bochum), Prof. Dr. Michael Baurmann (Universität Düsseldorf), Prof. Dr. Caja Thimm (Universität Bonn), Prof. Dr. Norbert Kersting (Universität Münster), Svenja Schulze (Ministerin für Innovation, Wissenschaft und Forschung NRW), Dr. Frauke Gerlach (Grimme-Institut), Prof. Dr. Thorsten Holz (Ruhr-Universität Bochum).



Schwerpunkt in den Sozialwissenschaften konnten wir im Juli diesen Jahres die geschätzte Kollegin Prof. Dr. Christiane Eilders von der Universität Düsseldorf gewinnen. Die Besetzung der Direktorsstelle mit dem Schwerpunkt in der Informatik hoffen wir bis Ende des Jahres abzuschließen. Zwei Forschungsprogramme konnten wir bereits starten: „Digitale demokratische Innovationen“, geleitet von Prof. Dr. Christoph Bieber, und „Bildungstechnologien und Künstliche Intelligenz“ unter der Leitung von Prof. Dr. Nikol Rummel. Für Anfang 2024 ist das dritte Forschungsprogramm „Design vertrauenswürdiger Künstlicher Intelligenz“ vorbereitet, die Besetzung der Forschungsprofessur für dieses Programm ist im Herbst 2023 geplant. Für Anfang 2024 ist die Berufung der Professur für die Leitung der Abteilung „Research Data & Methods“ gemeinsam mit der Universität Duisburg-Essen in Vorbereitung. Ein wichtiger Bestandteil des CAIS ist von Beginn an außerdem die Kommunikation unserer Forschung und der Dialog mit der Öffentlichkeit. Unsere Wissenschaftskommunikation unter der Leitung von Dr. Matthias Begeat entwickelt kontinuierlich neue Formate und Veranstaltungen wie das CAIS-Forum oder das Wissenschaftsfestival 2022.

Welche Arten von Digitalisierungsforschung betreibt das CAIS aktuell?

M. Baurmann: Das CAIS ist in seiner Forschung thematisch nicht auf einen bestimmten Bereich der digitalen Transformation festgelegt. Wir haben den Anspruch, alle relevanten Fragestellungen, die in diesem dynamischen Forschungsfeld entstehen und ja schnell wechseln, in der Forschung behandeln zu können. Diesem Ziel dient auch das Konzept einer programmorientierten Forschung, das uns erlaubt, Forschung flexibel auf wechselnde Herausforderungen und Chancen des Digitalisierungsprozesses zu fokussieren: Momentan geht es vor allem um die Potenziale der Digitalisierung für die Demokratie und die Bildung sowie die Entwicklung einer menschenzentrierten Künstlichen Intelligenz. Das themenübergreifende Profil des CAIS ergibt sich dabei aus dem Anspruch, eine inter- und transdisziplinäre Forschung zu betreiben, die sich an dem europäischen Wertekanon für die Gestaltung einer vertrauenswürdigen Digitalisierung orientiert und Grundlagenforschung mit praktischen Anwendungen und einer Teilnahme an dem gesellschaftlichen Diskurs über die digitale Transformation verbindet – für die Verwirklichung dieses gestaltungsorientierten Anspruchs ist ja auch die Zusammenarbeit mit dem Grimme-Institut besonders wichtig.

Frau Professorin Eilders, Sie haben gerade ein wissenschaftliches Direktorat am CAIS übernommen. Welche strategischen Eckpunkte sind Ihnen für das CAIS wichtig?

C. Eilders: Ich möchte das CAIS zu einem weithin sichtbaren Kompetenzzentrum für Digitalisierungsforschung ausbauen, das im Austausch mit den Stakeholdern aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik aktuelle Problemlagen und Chancen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen erkennt und bearbeitet. Problemlagen und Chancen sollen dabei aus verschiedenen Perspektiven, vor allem aber mit einem interdisziplinären Ansatz analysiert werden. Die Chancen und die möglichen Lösungen für die Probleme sollen in Kooperation mit Praxispartnern kritisch überprüft werden. Wichtig ist, dass die Ergebnisse den Realitätstest in verschiedenen Kontexten bestehen oder aber kontinuierlich weiterentwickelt werden.

Dabei soll das CAIS durch den Zuschnitt und die Laufzeit der Forschungsprogramme in der Lage sein, schneller als in der Forschung üblich auf aktuelle Entwicklungen zu reagieren und den Stakeholdern Orientierungswissen verfügbar zu machen.

Ich möchte gemeinsam mit dem Team ein unverwechselbares Profil für das CAIS entwickeln, das sowohl in inhaltlich-thematischer Hinsicht ganz nah an den Herausforderungen der Digitalisierung ist als auch in der Art der Identifikation und Bearbeitung von Fragestellungen wegweisend ist.

Haben Sie einen Forschungsschwerpunkt, den Sie im CAIS besonders verfolgen möchten?

C. Eilders: Ich selbst möchte mich mit einem kleinen Team auf das Ausmaß, die Ursachen und die Folgen von Polarisierung in der Gesellschaft konzentrieren. Gerade mit Blick auf die Themen Migration und Klimawandel befürchten zurzeit viele Beobachterinnen und Beobachter eine Zunahme von Spaltung auf thematisch-ideologischer wie auf affektiver Ebene. Vor allem die Kommunikation in sozialen Medien steht dabei in Verdacht, das Auseinanderrücken und die Unversöhnbarkeit von gesellschaftlichen Gruppen zu fördern.

Die Frage ist, ob hier bestimmte Diskurs-Interventionen, möglicherweise durch KI gesteuert, eine Verlangsamung der Spaltung oder sogar eine Mäßigung der Positionen und der gegenseitigen Ablehnung erreichen können. Diese besondere Fragestellung ist ein gutes Beispiel für relevante Anwendungen, die von interdisziplinären Zugriffen auf Probleme profitieren können.



Das CAIS schafft Begegnungen: Hier auf dem Wissenschaftsfestival Press Play 2022 in der KoFabrik in Bochum.

Sie haben bereits zuvor im Rahmen des Forschungsprojekts „#meinFernsehen2021“ zur Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens mit dem Grimme-Institut zusammengearbeitet. Können Sie aus diesen Erfahrungen etwas für die zukünftige Zusammenarbeit zwischen CAIS und Grimme-Institut ableiten?

C. Eilders: Das kann ich auf jeden Fall! Unser gemeinsames Projekt hat ausgesprochen viel öffentliche Aufmerksamkeit erhalten, weil die öffentliche Kommunikation alle angeht. Unser gemeinsames Interesse betrifft nicht nur den Wandel von öffentlicher Kommunikation im Zuge der Digitalisierung, sondern auch die Tools, die es braucht, um die Zivilgesellschaft in die Bearbeitung der Zukunftsfragen einzubinden.

Für die möglichst inklusive Beteiligung an solchen Diskursen bieten sich Online-Plattformen als Orte des Austausches zwischen Bürgerinnen und Bürgern einerseits und Verwaltung und Politik andererseits an. Diese zu entwickeln und zu testen kann ein wichtiger Beitrag des CAIS für die Gestaltung der digitalen Transformation sein. Die digitalen Mittel sind hier unverzichtbar, um möglichst viele gesellschaftliche Segmente kostengünstig und schnell zu erreichen.

Was wünschen Sie sich mit Blick auf die Verbindung zwischen CAIS und Grimme-Institut für die Zukunft?

M. Baurmann: Die Partnerschaft zwischen CAIS und Grimme-Institut hat sich über die Jahre sowohl auf institutioneller als auch persönlicher Ebene kontinuierlich vertieft und bildet eine feste und verlässliche Unterstützung für das CAIS. Ich sehe wünschenswerte Perspektiven für die weitere Zusammenarbeit unter anderem in gemeinsamen Initiativen, um den Anteil von Fellows aus praktischen Kontexten, wie z.B. den journalistischen Medien oder der Medienbildung, im CAIS-Kolleg zu vergrößern. Die Forschungsprogramme des CAIS haben außerdem das Ziel, ihre Forschung mit verschiedenen Formaten von Reallaboren in die gesellschaftliche Praxis einzubetten. Auch das ist ein Bereich, in dem eine Zusammenarbeit mit dem Grimme-Institut bereits angedacht ist und in der Zukunft fruchtbar weiterentwickelt werden kann.

C. Eilders: Gerade im Bereich der Aufbereitung von Problemwahrnehmungen und Lösungen in Gestalt von kreativen Formaten sehe ich vielversprechende Chancen der Kooperation. Hier hat das Grimme-Institut sehr viel Erfahrung, von der das CAIS profitieren kann, wenn es darum geht, den Kreis der Interessierten zu vergrößern. Das CAIS wird umgekehrt mit Einschätzungen zur Digitalisierung im Bereich Fernsehen und zur Qualität digitaler Angebote hilfreich sein können – und zwar dadurch, dass es digitale Beteiligungs- und Austauschplattformen ermöglicht, um so eine systematische Publikumseinbindung zu realisieren.

Das Interview führte **Dr. Harald Gapski**.

Grimme Forschung – eine Marke

von Otfried Jarren

Über lange Zeit wurde nur zwischen Grundlagen- und Anwendungsforschung unterschieden, entsprechend wurden im Hochschulbereich institutionelle Zuständigkeiten zugewiesen: Für ersteres sollen die Universitäten, für letzteres die Fachhochschulen zuständig sein. Nun hat sich nicht nur die Hochschulwelt verändert, so durch das Hinzutreten von Berufsakademien (Duales Studium) oder spezialisierten Hochschulen (Law Schools), sondern auch die Forschungslandschaft hat sich gewandelt: Ausdifferenzierung, Spezialisierung, Hybridisierung und unterschiedliche Trägerschaften. Die Hochschulen haben ihre starke, in Teilbereichen sogar monopolartige Stellung eingebüßt. Die Differenzierung im Bildungs- und Forschungssektor, verbunden mit einem zunehmenden Wettbewerb um Ressourcen, und der gestiegene Bedarf an Wissen und Beratung aufgrund des gesellschaftlichen Wandels haben zur Folge, dass sich heute viele Institutionen mit Forschung, Wissenstransfer, Innovation oder Beratung befassen – und alle betreiben Wissenschaftskommunikation. Das Leitbild „Public Understanding of Science“, in dem noch von getrennten (System-)Welten ausgegangen

Aufgrund der institutionellen und marktlichen Besonderheiten konnte das Institut eigene Wege gehen. Dies setzt selbstbewusste Gremien und Leitungspersönlichkeiten voraus, ebenso förderbereite Einrichtungen.

wurde, ist dem Leitbild „Science in Public“ gewichen. In der Wissensgesellschaft agieren zahlreiche Akteure, erstellen Analysen, vermitteln Erkenntnisse, beraten. So auch das Grimme-Institut.

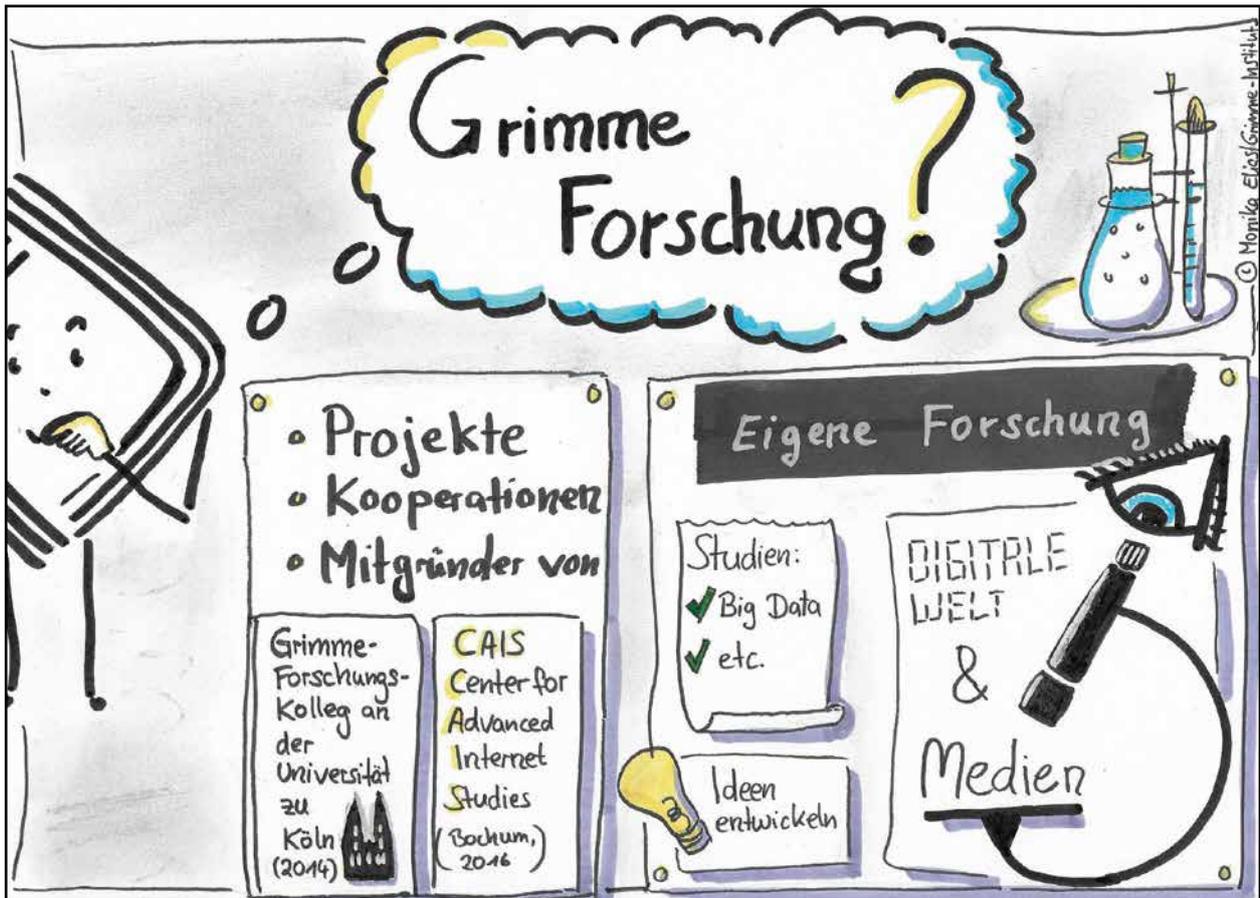
Grimme aber hat eine Alleinstellung im Bildungs-, Forschungs- und Transfermarkt. Aufgrund der institutionellen und marktlichen Besonderheiten konnte das Institut eigene Wege gehen. Dies setzt selbstbewusste Gremien und Leitungspersönlichkeiten voraus, ebenso förderbereite Einrichtungen. Zwar verfügt das Grimme-Institut über eigene Ressourcen, die aber reichen nicht aus, um sichtbar und wirksam Programme zu realisieren. So ist Grimme

auf Programmförderung durch Dritte angewiesen. Erkennbar ist, dass das Institut nicht nur auf Ausschreibungen reagiert hat, sondern selbst initiativ war, Finanzierungspartner für eigene Projekte überzeugen und gewinnen konnte. Das trifft in besonderer Weise auf den Qualitätsdiskurs zu, dem sich das Institut besonders verpflichtet weiß und für den Grimme öffentlich anerkannt ist.

Die Begleitung der Medienentwicklung ist das weite Feld, in dem das Grimme-Institut wirkt. Von Beginn an wurde dabei nicht im engeren Sinne diszipliniert agiert, auf bestimmte akademische Fachdisziplinen, Gegenstände oder Methoden gesetzt, sondern auf Interdisziplinarität, fachliche Breite, Transfer, Beratung und Reflexion. Mit Medienkultur und Medienbildung ist das Feld, das Grimme beackert, beschrieben. Wo finden wir dieses Feld bei den Hochschulen? Grimme hat sich eine Alleinstellung erarbeitet.

Die Begleitung der Medienentwicklung mit einem Fokus der Auswirkungen auf Kultur, Bildung und auf ausgewählte aktuelle gesellschaftliche Probleme – das ist das Forschungsprogramm. Zunächst fernseh- und programmnahe betrieben, und eher orientiert an einem traditionellen Bildungsverständnis, wurde das Beobachtungs- und Analysefeld ausgeweitet. Es kamen in den 70er Jahren Neue Medien (Bildschirmtext, Kabelfernsehen) und aktuell Aspekte der Digitalisierung hinzu. Trotz der Ausweitung blieben zentrale Fragen im Fokus: Welche Folgen hat der Medienwandel für Sozialisation, Integration, Kohäsion und was bedeuten die Veränderungen für die Bildungsinstitutionen, zumal die Volkshochschulen, aber auch für die öffentlich finanzierten Medien?

Die Arbeiten des Grimme-Instituts weisen bestimmte Merkmale auf. Zum Ersten: Die Dokumentations-, Analyse-, Forschungs- und Transferarbeiten des Instituts sind von einem klaren Problembezug geprägt. Die Analysen sind vielfach so angelegt, dass Überblicksdaten mit Handlungsbezug bereitgestellt werden („Medienpädagogischer Atlas“). Ein zweites Merkmal der Arbeit ist der Einbezug von Partnern in die Analysearbeit, die Evaluation von Erkenntnissen und in deren Transfer. Es wird kooperativ agiert



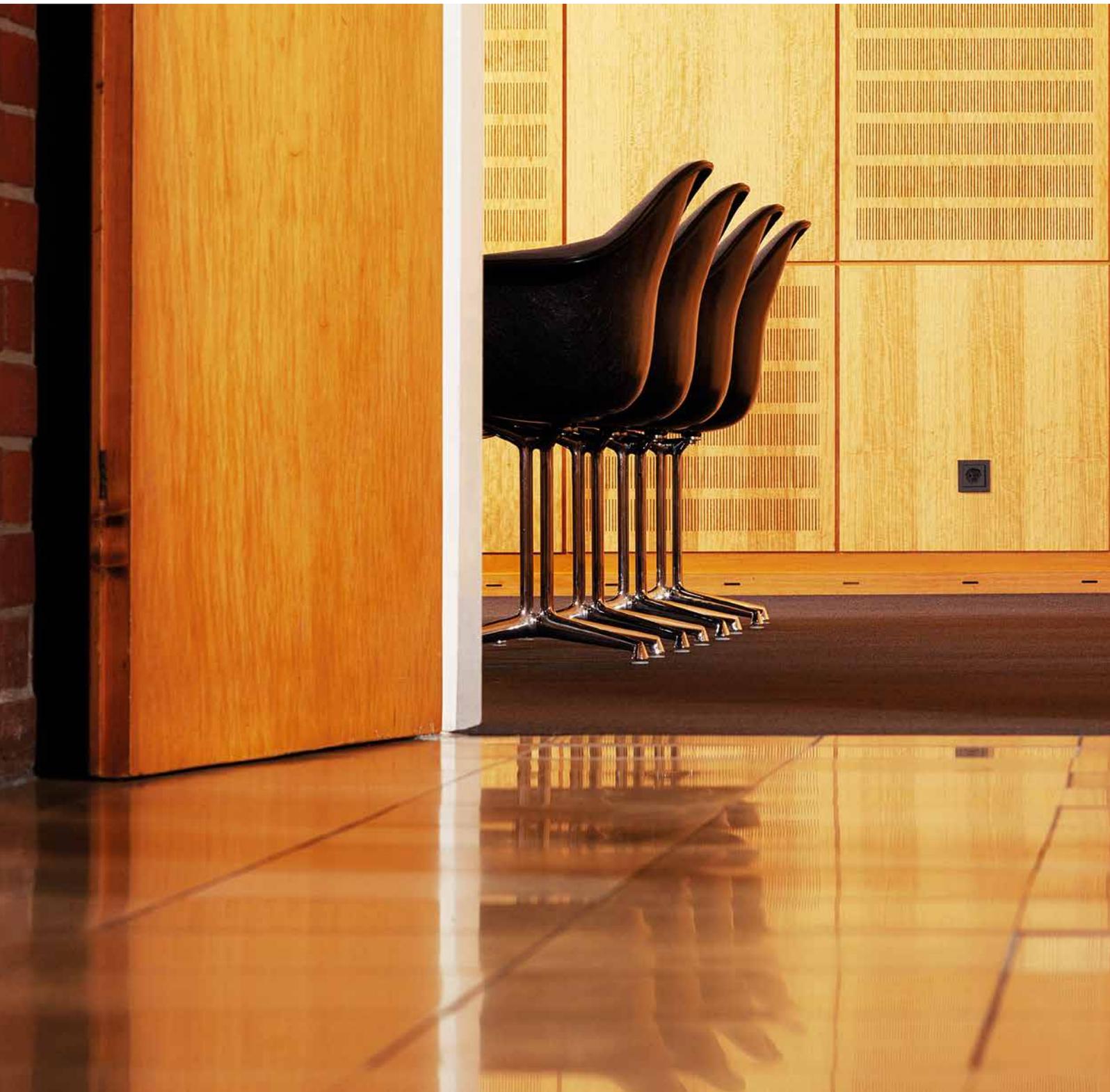
Sketchnote zu Grimme Forschung.

und an gesellschaftliche Gruppen adressiert. So wird, zum Dritten, dem Transfer von Erkenntnissen eine besondere Beachtung geschenkt. Es wurden eigene Formate entwickelt („Grimme Medienbildung“, „Grimme-Akademie“, „Diskurs“). Für eine auf Vernetzung angelegte aktuelle Aktivität steht der „Medienbildungshub.de“. Viertens ist bei vielen Projekten eine Grimme-Tradition auszumachen: Anhaltend werden die Bedingungen und Möglichkeiten der medialen Vermittlung reflektiert („Interaktive Lernmedien“, „Digital Education“).

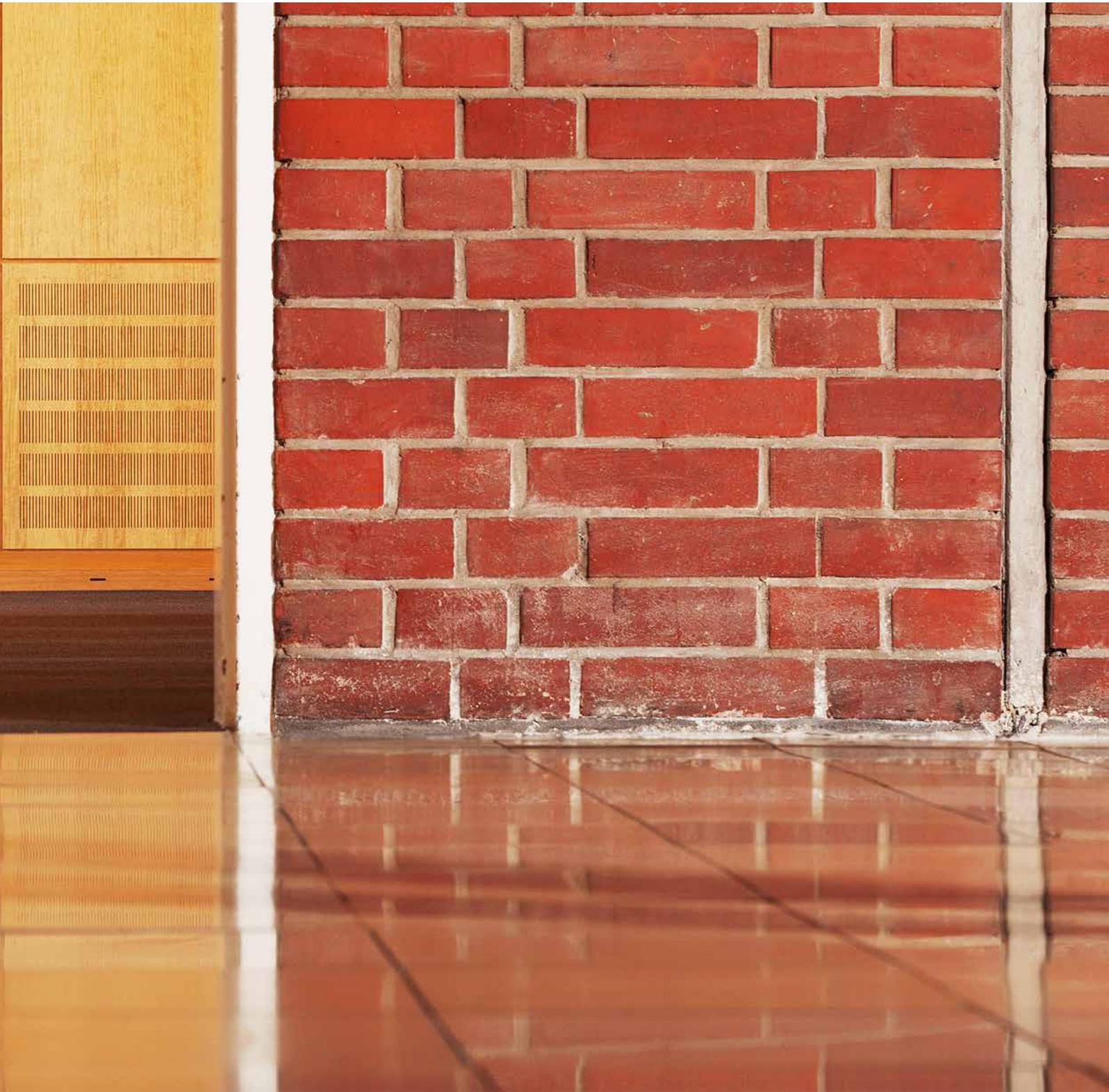
Nicht nur über seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter steht das Grimme-Institut im Austausch mit anderen Organisationen, in den letzten Jahren wurden Formen der Kooperation mit universitären Einrichtungen entwickelt und etabliert: So wurde vor gut zehn Jahren das „Grimme-Forschungskolleg“ mit der Universität zu Köln etabliert und Grimme ist Gründungsgesellschafter beim „CAIS: Center for Advanced Internet Studies“, einer Forschungsinstitution zahlreicher Universitäten in NRW zur Digitalisierungsforschung. „Grimme forscht“ – Leitbild und Herausforderung für die kommenden Jahrzehnte.

Prof. em. Dr. Otfried Jarren, IKMZ-Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich sowie Honorarprofessor am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin.





Anknüpfend an die berühmte These von Marshall McLuhan sagte der damalige Bundespräsident zum 50. Geburtstag des Grimme-Preises 2014: „Dass das Medium allein eben noch nicht die Botschaft ist, sondern dass es auf die Inhalte und deren Qualität ankommt – darauf immer wieder hinzuweisen, ist das Verdienst des Grimme-Preises und des Grimme-Institutes.“ Das ist vielleicht sogar noch in höherem Maße auch auf den Grimme Online Award übertragbar, und den Deutschen Radiopreis ebenso. Um „die Preise“ soll es im Folgenden gehen, um den Qualitätsdiskurs.



Qualitätsdiskurs

Offen für Neues

von Vera Lisakowski

Zwei Jahrzehnte Grimme Online Award haben gezeigt, dass es sich mit Innovationen der Online-Publizistik wie an der Börse mit Hausse und Baisse verhält. In einigen Jahren zeigen Nominierungen und Preisträger, was der aktuell vorherrschende Trend beim Erproben neuer Webtechnologien ist. In anderen Jahren reihen sich diese Technologien eher unaufgeregt als Standard in den Kanon digitaler Darstellungsformen ein.“ So schreibt es die Jury des Grimme Online Award zur Preisverleihung 2023.

Den Rahmen für eine Preisvergabe sowohl an technisch innovative als auch an inhaltlich starke Angebote mit jeweils anderer Schwerpunktsetzung setzen das Statut zum Grimme Online Award und die Freiheit von Nominierungskommission und Jury in ihren Entscheidungen.

So kommt es, dass die Nominierungen immer wieder überraschen: Wer hätte gedacht, dass ein Hashtag einen Grimme Online Award bekommen konnte? Weder Nominierungskommission noch Jury noch

Weder die Kategorien, noch das Statut oder das Preisfindungsverfahren dürfen zu starr sein um Neuerungen und Unerwartetes von vorneherein auszuschließen.

die Organisator*innen des Wettbewerbs vom Grimme-Institut. Und doch ist es passiert. Zehn Jahre ist es her, dass #aufschrei einen GOA in der Kategorie Spezial bekam. Auch wenn sich – das zeigt der Blick ins Protokoll von damals – die Jury sehr schwer getan hat mit der Auszeichnung. Was genau ist der publizistische Wert? Wer wird ausgezeichnet? Das wurde heftig diskutiert. Es überwog dann das Argument der eindeutigen Webspezifik und der über Twitter angestoßenen gesamtgesellschaftlichen Debatte.

Das Internet ist – viel mehr als alle anderen Medien – im stetigen Wandel. Und genau das muss ein Preis, der publizistische Angebote im Netz auszeichnet, mitmachen. Weder die Kategorien noch das Statut oder das Preisfindungsverfahren dürfen zu starr sein um Neuerungen und Unerwartetes von vorneherein auszuschließen. Sie müssen aber doch einen ausreichend leitenden Rahmen bieten, um das Herausfiltern der qualitativ hochwertigen Angebote zu garantieren. In den Anfangsjahren hat sich auch der

Grimme Online Award stark verändert, versucht seinen Fokus zu finden in dem noch jungen Medium. Doch schon im fünften Jahr – also 2005 – waren die noch heute gültigen Kategorien gefunden. Mit ihrer Offenheit lassen sie Platz für so ziemlich alles, was sich unter einer URL findet (und manchmal auch für das, was gar keine URL hat, aber trotzdem zum Netz gehört). Genauso die Bewertungskriterien, an denen nur ganz gelegentlich mal Kleinigkeiten geändert werden. Ihr Geheimnis ist, dass sie dazu anregen, auf bestimmte Kriterien zu achten. Aber sie geben keine Bewertung vor. „Nutzerführung“ zum Beispiel wird allgemein als notwendig erachtet – kann aber auch komplett über Bord geworfen werden, wenn es um ein kreatives Angebot geht, in dem die Nutzer*innen selbst entdecken sollen. Unvergessen die Momente in der Sitzung, als die Nominierungskommission 2016 mit vollem Körpereinsatz über Tisch und Stühle die Marionette durch das Angebot „DADA-DATA“ steuerte.

Die Kriterien bilden also kein starres Raster, das abgearbeitet wird, sondern eine Stichwortsammlung, um die sich die Argumente für die Diskussion gruppieren. Und die wandelt sich mit dem Wandel des Internets. Wurde früher diskutiert, ob ein Text so auch gedruckt erscheinen könne, war es kurze Zeit später das Argument, etwas könne so auch auf CD-ROM – die Älteren erinnern sich – veröffentlicht werden, gefolgt von der Frage, ob ein Video so auch im Fernsehen laufen könne, und nun, ob ein Podcast wirklich ein Podcast ist oder nicht vielleicht doch ein Hörfunkfeature. Die letztgenannten Punkte haben noch einmal mehr Gewicht bekommen, seit beim Grimme-Preis auch ausschließlich online ausgestrahlte „Fernseh“-Sendungen ausgezeichnet werden können und beim Deutschen Radiopreis auch Podcasts im Wettbewerb sind. Was bleibt, ist das Argument, dass nicht der Distributionskanal entscheidend ist. Dafür ist um so wichtiger, dass Form und Inhalt sich ergänzen und zusammen gedacht wurden. Oder aber die Interaktion mit den Nutzer*innen: Wie im Netz auch unterliegt sie in der Betrachtung durch Nominierungskommission und Jury einem starken Wandel der Relevanz. Ganz zu Beginn war es keine notwendige Voraussetzung, in Zeiten der Blogs waren die Kommentare sogar entscheidendes Argument für eine Auszeichnung – so beim Blog des Medienjournalisten Stefan Niggemeier 2007 –, mit Aufkommen von Webspecials in Form von Multimedia-Reportagen oder Webdokumentationen haben die Gremien



Die Jury des Grimme Online Award 2022 im Grimme-Institut.

immer bedauert, dass es keine Kommentarmöglichkeit gibt, die geschlossenen Angebote aber in Form und Inhalt für so gut befunden, dass sie trotzdem auszeichnungsfähig waren. Und heute wird selbstverständlich davon ausgegangen, dass eine Kommunikation über die sozialen Medien stattfindet.

Nominierungskommission und Jury sind also aufgefordert, ihre eigenen Kriterien permanent an der Netzrealität zu prüfen und für jedes einzelne diskutierte Angebot zu justieren. Wie zuletzt mit Podcasts: Sie gehören von Beginn an zur Netzpublizistik, schienen aber lange nicht auszeichnungswürdig. Erst 2013 gab es den ersten GOA für einen Podcast, den „Soziopod“. Dass dieses Medium auf einmal eine so rasante Entwicklung nehmen würde, hatte wohl kaum jemand kommen sehen. Und dass in Podcasts jetzt auf tief gehende Recherchereisen gegangen wird, die nochmal einen ganz anderen Sog entwickeln als die text- und bildbasierten Rechercheangebote vorheriger Jahre, erfreut nicht nur die Hörer*innen, sondern auch Nominierungskommission und Jury.

Dabei ist und war die Auszeichnung aber keinesfalls Selbstzweck, sondern fördert die Qualität im

Netz. Zum einen, indem einem interessierten Publikum über positive Beispiele Lust gemacht wird auf gute publizistische Online-Angebote. Zum anderen werden aber auch den Anbietern gute Beispiele präsentiert – nicht wenige versuchen im Folgejahr mit Kopien der Preisträger-Angebote im Wettbewerb zu reüssieren. Für eine allgemeine Webqualität relevanter ist aber, dass eine Auszeichnung mit einem Grimme Online Award den Macher*innen oft den Weg für Folgeprojekte ebnet und sie so weitere Preiskandidaten produzieren können. Mal weil sie immer wieder auf technische Innovationen

Die Kriterien bilden kein starres Raster, das abgearbeitet wird, sondern eine Stichwort-sammlung, um die sich die Argumente für die Diskussion gruppieren. Und die wandelt sich mit dem Wandel des Internets.

kommen, mal wird ein bestehendes Format mit herausragenden Inhalten gefüllt. Was es auch ist, die Beteiligten des Grimme Online Award freuen sich auf alle qualitativ hochwertigen Online-Angebote, Innovationen und Überraschungen, die die kommenden Jahre bieten werden.

Vera Lisakowski leitet den Wettbewerb zum Grimme Online Award und arbeitet als Kulturjournalistin.



Innovation und Exzellenz eines publizistischen Preises im digitalen Wandel

von *Lena Thiele*

Seit 2001 gibt es den Grimme Online Award – im Laufe der Jahre hat er sich zu einer festen Institution entwickelt, die nicht nur publizistische Exzellenz würdigt, sondern auch neuen Erzählformen und Innovationen eine angemessene Bühne bietet.

Meine Erfahrungen als Preisträgerin, Jurymitglied und Beiratsmitglied ermöglichen es mir, die Entwicklung des Preises aus verschiedenen Blickwinkeln zu begleiten. Gerade in der Jury des Grimme

Der Grimme Online Award hat das Potenzial, innovative Ansätze zu würdigen und gleichzeitig Ansporn für diejenigen zu sein, die die Medienlandschaft aktiv mitgestalten – oft trotz vieler Herausforderungen.

Online Award fließen vielfältige interdisziplinäre Perspektiven zusammen. In lebhaften Diskussionen werden dabei die entscheidenden Kriterien im Sinne publizistischer Qualität ausgehandelt. Diese Erfahrung hat mich sehr bereichert, aber auch Fragen aufgeworfen hinsichtlich der Ausrichtung und Weiterentwicklung des Preises vor dem Hintergrund der kontinuierlichen Veränderung der internationalen digitalen Medienbranche, um national und international relevant zu bleiben.

Aus der Ausrichtung des Preises ergeben sich ständig neue Herausforderungen, denn die Auszeichnung publizistischer Qualität im Kontext digitaler Entwicklung erfordert die kontinuierliche Neubewertung von sich rasant verändernden Technologien, Trends und Begrifflichkeiten. Allein im vergangenen Jahr liefen sich die Hypes um Kryptowährung, NFT, Metaverse, Künstliche Intelligenz und Spatial Computing den Rang ab. Auch Themen wie Autoren-schaft, Co-Kreation und Rechtesysteme und damit verbundene Geschäftsmodelle stellen neue Anforderungen an die Kreativwirtschaft – ein Spielfeld, das proaktiv mitgestaltet werden möchte.

Die digitale Medienwelt zeichnet sich durch Dynamik und durch ihre außerordentliche Vielfalt aus, von der schnellen Verbreitung in sozialen Medien bis hin zu immersiven Erlebnissen in virtuellen Realitäten. Aus Sicht des Grimme Online Award stellt sich die Frage, wie relevante Trends integriert werden können, ohne kurzlebigen Hypes zu erliegen.

Die Antwort liegt in der Anerkennung qualitativer und gesellschaftsrelevanter Geschichten und ihrer kreativen und brillanten Umsetzung in der digitalen Narration. Hierbei spielt die innovative Nutzung digitaler Technologien, Plattformen und sogar immersiver Erzählräume eine entscheidende Rolle, ebenso wie sinnvolle und kontextuelle Interaktionen und ein professionelles User Experience Design.

Die Abstimmung von Technologie und Format auf die Projektziele und die zu erzählende Geschichte ist entscheidend: Kreieren sie ein besonderes Erlebnis und schaffen eine neue Form der Inhaltsvermittlung? Dieser Ansatz geht über die bloße Perfektionierung mit hohen Budgets hinaus. Es geht um kreative Experimente, die im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten bestmöglich umgesetzt werden. Wichtig ist dabei auch der Blick über nationale Grenzen hinweg. Hat das Werk einen internationalen Kontext und setzt es in seinem Feld neue Maßstäbe?

Hier öffnet sich Raum für Experimente. In Deutschland ist es oft eine große Herausforderung, Projekte zu realisieren, die auf Innovation und neue Strategie setzen. Denn natürlich birgt jedes Experiment auch das Potenzial des Scheiterns. Doch es ist gleichzeitig eine Chance zu lernen, neue Möglichkeiten des Geschichtenerzählens zu erkunden und zu etablieren.

Der Grimme Online Award hat das Potenzial, diese Ansätze zu würdigen und gleichzeitig Ansporn für diejenigen zu sein, die die Medienlandschaft aktiv mitgestalten – oft trotz vieler Herausforderungen. Denn Auszeichnungen haben nicht nur den Zweck, herausragende Nutzung von etablierten Strategien

zu würdigen, sondern auch den Mut zu ehren, neue Wege zu beschreiten und dadurch die Grenzen des Möglichen ein Stückchen weiter zu verschieben.

Dabei navigiert der Grimme Online Award den schmalen Grat zwischen Innovation und Zugänglichkeit. Während immersive Medienformate und neue Technologien faszinieren, dürfen sie nicht zu einer Entfremdung des Publikums führen. Hier zeigt sich die Balance zwischen Tradition und Innovation, die der Grimme Online Award verkörpert. Und darin liegt die Herausforderung des Preises: Seine klaren Bewertungskriterien aufrechtzuerhalten, während er gleichzeitig den Raum für experimentelle Erzählformen offenlässt. Dies spiegelt sich bereits in den verschiedenen Kategorien der Preisvergabe des Grimme Online Award wider, die im Bereich der immersiven und experimentellen Projekte und der Internationalität noch eine Erweiterung finden kann.

Lena Thiele, Autorin und Artistic Director der Berliner Miiqo Studios, entwickelt Webdokumentationen, interaktive Storytellingformate und immersive narrative Erlebnisse. Sie hat 2015 bereits einen Grimme Online Award gewonnen, war später in der Jury aktiv und ist mittlerweile Beiratsmitglied des Grimme-Instituts. Sie lehrt an der internationalen filmschule köln.

Der Grimme Online Award hat den Blick über die traditionelle Definition der Onlinepublizistik hinaus gewagt und erkennt an, dass die Digitalisierung neben neuen Technologien vor allem neue narrative Formen hervorbringt. Die Fokussierung auf die Medienqualität bleibt das entscheidende Kriterium. Denn letztendlich definiert sich der Wettbewerb nicht durch seinen Umgang mit Technologie oder Trends, sondern durch die Anerkennung von anspruchsvollen und gesellschaftsrelevanten Inhalten und ihre innovative Umsetzung im Kontext des digitalen Wandels. Der Grimme Online Award ist Symbol für publizistische Qualität im Netz in der Gegenwart. Er kann zu einem Wegweiser für die zukünftige deutsche Medienlandschaft im internationalen Kontext der Digitalisierung werden. Ich freue mich darauf.



Das Beste im Internet

von Refiye Ellek

Zeit – eine rare Ressource, insbesondere in einer schnelllebigen Gesellschaft wie der unseren. Dieses knappe Gut will weise investiert sein. In meinem Fall seit zwei Jahren in eine wochenlange Auseinandersetzung mit dem Besten, was das Internet zu bieten hat. Und es zahlt sich aus: Auch wenn die Arbeit in der Nominierungskommission des Grimme Online Award eine ganze Menge Zeit in Anspruch nimmt, wird man jährlich mit einem Erfolgsgefühl belohnt. Insbesondere wertvoll ist mein liebster Teil dieser Arbeit: der Austausch mit den anderen Mitgliedern. Gerade als Journalistin ist es sehr spannend zu hören, wie andere Kolleg*innen und Expert*innen aus verschiedensten Bereichen der Publizistik bestimmte Dinge beurteilen. Worauf legen sie Wert? Was ist ihrer Meinung nach kritikwürdig? Gerade die Diskussionen, die während der Sitzungen entstehen, sind elementar für die Bedeutsamkeit der Auszeichnung mit einem Grimme

Online Award. Man könnte sie auch als Qualitätssiegel betrachten. Denn in meinen zwei Jahren in der Nominierungskommission habe ich nicht einmal erlebt, dass etwas an die Jury weitergeleitet wurde, was nicht wirklich alle als „nominierungswürdig“ betrachtet hätten – abgekoppelt vom eigenen Geschmack und den persönlichen Präferenzen.

Aber natürlich ist das nicht die einzige Möglichkeit, wie über die Auszeichnung von Beiträgen und Formaten entschieden werden kann – zum Glück. Ich finde die Publikumsvotings ebenso wichtig wie die Einschätzung von Menschen, die ihre Expertise durch ihre alltägliche Arbeit gewinnen. Durch Publikumsvotings werden die Grenzen zum Journalismus geöffnet: Es entscheidet nicht mehr nur ein kleiner, exklusiver Kreis über die Preiswürdigkeit von Inhalten, sondern die Rezipierenden. Die Menschen also, für die diese Inhalte erstellt werden, die es nutzen

und für gut befinden. Man könnte den Expert*innen z.B. Berufsblindheit vorwerfen, die durch steti-ge Auseinandersetzung mit den Themen entstehen kann. Genau so dürfen aber auch Publikumsvotings nicht zu naiv betrachtet werden. In einer Zeit, in der das Wort „Reichweite“ in aller Munde ist und irr-tümlicherweise als Erfolgsmerkmal angesehen wird, müssen Publikumsvotings auch kritisch betrachtet werden. Deswegen ist es wichtig, dass weiterhin Exp-ert*innen der Publizistik an den Auswahlprozessen teilnehmen und über eine Preiswürdigkeit disku-tieren. Aus meiner Erfahrung können so auch neue und kleinere Produktionen auf Augenhöhe betrach-tet und nach echten Qualitätsmerkmalen beurteilt

Durch Publikumsvotings werden die Grenzen zum Journalismus geöffnet: Es entscheidet nicht mehr nur ein kleiner, exklusiver Kreis über die Preiswürdigkeit von Inhalten, sondern die Rezipierenden.

werden. Jury und Nominierungskommission sollten jedoch außerhalb der technischen Merkmale auch die Relevanz innerhalb einer Community oder die Resonanz der Rezipierenden in Betracht ziehen.

Und rückblickend hat mich eine ganz andere Sache sehr gewundert, als ich das erste Mal in der Nomi-nierungskommission teilgenommen habe: die Exis-tenz von Blogs. Ich weiß nicht, wie lang es her ist, dass ich aus eigener Intention heraus einen Blog be-sucht habe. Für mich ist dieses Medienformat ein Re-lik aus den 2010er Jahren. Zunächst hört sich eine Zeitspanne von knapp 10 Jahren nach nicht viel an, doch in unserer schnelllebigen Zeit ändert sich alles sehr rapide – so auch das Nutzungsverhalten von

uns Menschen. Selbst in den letzten drei Jahren hat sich unglaublich viel in der Welt der Publizistik ver-ändert. Die Art, Nachrichteninhalte zu vermitteln, hat sich an die Nutzung von User*innen angepasst. Wo früher Ernsthaftigkeit erwartet wurde, ist heute ein authentischerer, menschlicher Ton eingetreten – und es ist durch kurze Einspieler und dynamische Schnitte unterhaltsamer geworden. Ein Adjektiv, das man vorher mit Nachrichten nicht in Verbindung ge-bracht hätte. Podcast z.B. ist das beliebteste Format für Investigativrecherchen geworden. Angefangen als Gespräche zwischen zwei Personen in Audio-form, wurde es zu einem wichtigen Sprachrohr für Menschen und Themen, die in den kurzen Radiosen-dungen kein Gehör gefunden haben. Vom Fernsehen ganz zu schweigen. Podcasts spielen so eine große Rol-le, dass selbst YouTube diese auf der eigenen Plattform pusht und eine ei-gene Kategorie für sie erstellt hat. Ich denke, das kann darauf zurückzufüh-ren sein, dass Podcasts als „Nebenbei-Medium“ von ihrer niedrigschwelligen Zugänglichkeit und der Raum- und Zeitunabhängigkeit profitieren. Viele Recherche-podcasts sind aufgebaut

wie sehr gut produzierte Hörbücher und drama-turgisch geschrieben. Ich denke, das ist ein entschei-dender Faktor für die Beliebtheit dieses Formats auf Seiten der Rezipient*innen.

Themen wie diese sind es, mit denen man sich durch die Arbeit in der Nominierungskommission verstärkt beschäftigt. Und ich bin sehr glücklich darüber, mei-nen Teil dazu beitragen zu dürfen, dass tolle Forma-te und unbekannte Medienschaffende mindestens einmal besprochen werden, wenn sie denn nicht bis in die Liste der Nominierten kommen. Denn auch das macht den Grimme Online Award aus: Gute Arbeit fernab von Reichweite und Bekanntheit aus-zuzeichnen.

Refiye Ellek ist seit 2014 bei Radio Bremen tätig, aktuell bei Bremen NEXT beschäftigt und ist u.a. Mit-Entwickle-rin des Podcasts „Chai Society“. 2023 war sie Vorsitzende der Nominierungskommission des Grimme Online Award.



Mit dem Zweiten sieht man besser



**GROSSE
FANTASIEN SIND
UNSERE MISSION –
SEIT 60 JAHREN.**



Grimme-Preis
Impressionen von der
Preisverleihung 2023





Grimme Online Award
Impressionen von der
Preisverleihung 2023

Von Schreibmaschinen und Käsebrötchen

von Lucia Eskes

Im Jahr 2024 feiert der Grimme-Preis seinen sechzigsten Geburtstag – und wieso das Grimme-Institut in diesem Jahr erst seinen fünfzigsten? Eine Frage, die regelmäßig zu diesen beiden besonderen Jubiläen gestellt wird. Als 1961 die Idee eines Wettbewerbs für das neue Medium Fernsehen bzw. seine Programme aufkam, dachte noch niemand an die Gründung eines eigenen Instituts zur Erforschung der „Fernsehwirkung und zur Medien-erziehung“, das irgendwann auch die Preisarbeit übernehmen würde. 1964 zur ersten Preisfindung und -verleihung waren es allen voran die Mitarbeitenden der „insel“, der Volkshochschule Marl, die mit dem Erfinder des Preises, dem VHS-Direktor Bert

und Festplatten und heute nur noch per Download eingereicht werden konnten; Formulare mussten getippt und vervielfältigt und ausgefüllt und unterschrieben, per Post geschickt, ausgedruckt und gefaxt und gescannt werden und überhaupt gab es damals wahnsinnig viel Papier.

Die größte Veränderung erfuhr der Preis 2016: Wir entschieden, dass zukünftig nicht mehr nur lineares Fernsehen zum Wettbewerb zugelassen wird, sondern auch Streaming-, Web- und Mediathekenangebote – eine Änderung der Preisstatuten, die nicht überall in der Branche gut ankam, aber rückblickend die richtige Entscheidung war.

Vieles im Haus und beim Preis war und wird auch weiterhin kleineren und größeren Transformationsprozessen unterworfen sein.

Donnepp, für die Organisation und Durchführung des neu geschaffenen Wettbewerbs zuständig waren. Über mehrere Monate im Jahr legte diese Arbeit nahezu die gesamte Volkshochschule lahm – mit einer gewissen Erheiterung betrachtet man heute die Aufnahmen von damals, wo „fleißige Bibliotheksmitarbeiterinnen ihre hausfraulichen Qualitäten unter Beweis“ stellen mussten und tagelang für die Jurys und Gäste kochten und backten.

Als ich 2010 zum Grimme-Preis kam, musste glücklicherweise nicht mehr selbst gebacken werden – die Brötchen für die Mittagspause wurden aber immer noch von den – natürlich – Kolleginnen selbst geschmiert: Trotz großer Proteste einiger Jurymitglieder fand diese Tradition recht bald darauf ein Ende, so wie einige andere auch. Vieles im Haus und beim Preis war und wird auch weiterhin kleineren und größeren Transformationsprozessen unterworfen sein: Die letzten Schreibmaschinen im Institut, die es noch bis in die 2010er Jahre gab, wurden irgendwann eingemottet, für die Vorführung der Wettbewerbsproduktionen musste zu Beginn sogar eigens ein Ü-Wagen des WDR für die Sichtungen nach Marl kommen, bevor sie auf Betamax, auf VHS, auf DVD, dann auf Sticks

Trotz der Gründung des Instituts 1973, das in seiner Anfangsphase genau zwei Mitarbeitende hatte, blieb der Preis zunächst auch weiterhin in der Obhut der VHS. Erst 1977 übernahm der damalige Institutsdirektor Peter von Rügen mit seinen mittlerweile 17 Mitarbeitenden die Preisgeschäfte,

Institut und Volkshochschule blieben aber weiterhin eng miteinander verbunden – Teile der Aufgaben wurden weiterhin durch insel-Mitarbeitende erledigt. Die Preisverleihungen, die anfangs noch im insel-Gebäude stattfanden und eher spontan organisiert anmuteten, wurden in den darauffolgenden Jahren dann mit steigender Bedeutung des Preises in das Rathaus der Stadt Marl verlegt. Neben dem opulenten Blumenschmuck, der sich heute so nicht

Selbst wenn es Auszeichnungen für unbequeme Produktionen gab, die zum Verlust von Sponsorengeldern führten – immer stand das Haus hinter den Entscheidungen seiner Jurys.

mehr im Bühnenbild wiederfindet, waren es von Beginn an die beeindruckende Ernst- und Gewissenhaftigkeit, mit der Jury und Verantwortliche sich ihrer Aufgabe widmeten, die beim Betrachten des alten Filmmaterials ins Auge springen.

Das Institut und der Preis haben schon von Beginn an mit wenig Ressourcen, finanziell wie personell, wirtschaften müssen – ob es Projektgelder waren, die



Szenenbilder aus dem Film der Insel Mar, '68 zum Beispiel. Porträt eines Fernseh Wettbewerbs“.

jedes Jahr aufs Neue eingeworben werden mussten, um Mitarbeitende auch weiterhin beschäftigen zu können, oder Sponsorengelder, um die Preisarbeit zu organisieren – immer waren es vor allem die Mitarbeitenden erst der VHS, dann des Instituts, die mit sehr großem persönlichem Einsatz die Geschäfte am Laufen hielten. Selbst wenn es Auszeichnungen für unbequeme Produktionen gab, die zum Verlust von Sponsorengeldern führten – immer stand das Haus hinter den Entscheidungen seiner Jurys.

Bert Donnepp schrieb 1964 anlässlich der ersten Preisverleihung, dass sowohl die ARD als auch das ZDF sich für die Verwirklichung dieses Fernsehpreises eingesetzt hätten – wohl wissend, dass die Zusam-

menarbeit nur möglich sei durch die Unabhängigkeit des „Partners Volkshochschule vom Fernsehen“. Die Unabhängigkeit des Preises von der Branche selbst, die er auszeichnet, ist unabdingbar für seine Relevanz und seine Glaubwürdigkeit, die ihn bis heute zu dem wichtigsten Gradmesser für Qualität macht, sei es im dokumentarischen, im journalistischen, im fiktionalen oder unterhaltenden Bereich. Er ist kein Preis, den sich die Branche selbst verleiht, sondern steht mit seinem aufwändigen Verfahren, der Vielzahl seiner Jury- und Kommissionsmitglieder ein für das, was wir uns wünschen: Programm für ein Publikum, das ernst genommen werden will, das in seiner Vielfalt und Vielschichtigkeit die Vielfalt und Vielschichtigkeit unserer Gesellschaft immer im Blick hat.

Lucia Eskes betreute im Europäischen Zentrum für Medienkompetenz die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, bevor sie 2010 zum Grimme-Preisteam im Grimme-Institut wechselte. Dort war sie für die inhaltliche und organisatorische Durchführung des Wettbewerbs zuständig, seit 2016 ist sie die Leiterin des Grimme-Preises.



„Was zählt, ist das Einzelwerk“ – Grimme-Gedanken reloaded

von *Klaudia Wick*

Es ist ein Vierteljahrhundert her, dass mich das Grimme-Institut um einen Beitrag zum Jubiläum seines Preises bat. Freundlicherweise wurde mir bei der Anfrage zu diesem Text der alte noch einmal mitgeschickt. Und natürlich konnte ich mich nullkommanull daran erinnern, was ich 1998 geschrieben hatte. Aber siehe da: Vieles von dem, was ich da kritisierte, ist heute noch relevant. Dieser Tage hat sich nur zweierlei geändert: Ich bin älter geworden und das Fernsehen auch. Es hat seinen Status als Leitmedium verloren, wird sogar als „Lügenpresse“ von Teilen der Gesellschaft in seinen Grundfesten angegriffen. Aber was hat das mit dem Grimme-Preis zu tun?

Fragen von Programmtaktik oder Strategien medienpolitischer Ermunterungen haben hier kein Gewicht.

Immer noch zählt bei den Juryentscheidungen vor allem das Einzelwerk – „und was du davon hältst“, so meine Formulierung damals. „Fragen von Programmtaktik oder Strategien medienpolitischer Ermunterungen haben hier kein Gewicht.“ Anders als beim Deutschen Fernsehpreis sitzen bei Grimmes nicht die Macher*innen, sondern die Nutzer*innen des Mediums in den Juries: Mitarbeiter*innen aus den Volkshochschulen, Wissenschaftler*innen aus den wenigen noch existierenden Medienstudiengängen und Fernsehkritiker*innen – neuerdings überwiegend aus Online-Medien. Branchen-Argumente wie „Das ist doch ein Remake!“ oder „War in der Mediathek ein Erfolg. Die Zuschauer*innen im Linearen mochten es aber eher nicht ...“ verfangen da wenig. Erst recht nicht in der Studierendenjury, in der ich zuletzt als beratendes Mitglied mittun durfte. Denn für die „Generation Smartphone“ ist das Fernsehen kein in sich geschlossenes Mediensystem mehr, sondern höchstens eine weitere Abspielplattform neben den Streamingdiensten und Social Media. Was ich also vor einem Vierteljahrhundert problematisch fand, gereicht dem Grimme-Preis jetzt zum Vorteil: „Was zählt, ist das Einzelwerk“.

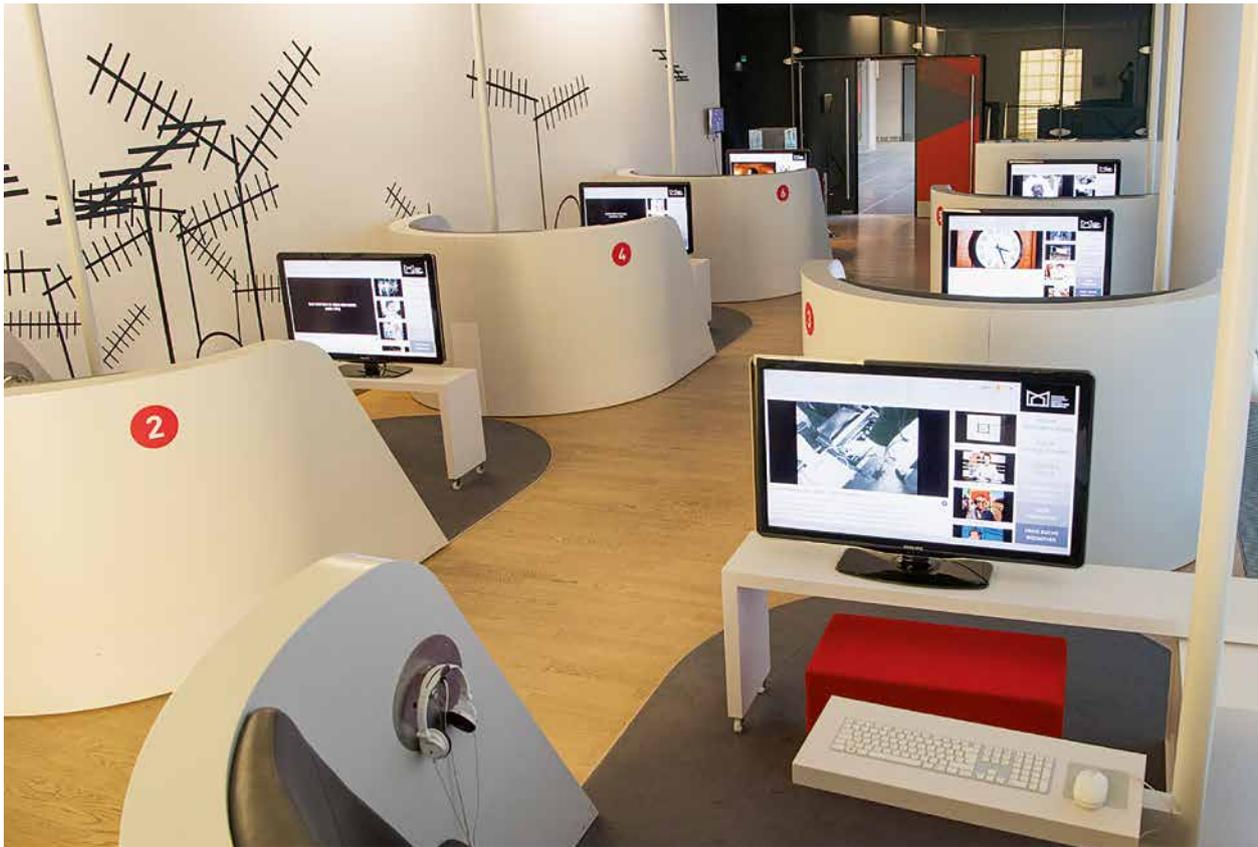
Die Deutsche Kinemathek, die alle mit einem Grimme-Preis ausgezeichneten Sendungen in ihre Sammlung aufnimmt, verfährt genauso: Die einzelnen Sendungen lassen sich mit dem Schlagwort „Grimme-Preis“ suchen und anschauen. Manches, das ich heute in unserer Mediathek dem Museumspublikum nahebringe, wirkt mit dem zeitgenössischen Blick verstörend. Hermetische Off-Kommentare, langatmige Plots, paternalistische Showmaster ... stop! – da ist es ja wieder: der Befund, dass das unterhaltende Fernsehen bei Grimme eine besondere Herausforderung darstellt. Ich erinnere mich an eine Juriesitzung, in der „Genial daneben“ nominiert war. Ich war mir sicher, dass wir die erfolgreiche Sat.1-Comedyshow auszeichnen würden, denn zuhause lachte ich mich darüber immer schlapp. Aber die Sat.1-Redaktion hatte der Grimme-Jury Folgen geschickt, in denen alte weiße Männer alte weiße Männerwitze rissen. Der Hintergedanke war wohl: Diese Typen haben alle schon mal einen Grimme-

Preis bekommen, da kann dann keine Jury dran vorbei. Das Gegenteil war der Fall: Meine Kolleg*innen schüttelten den Kopf in meine Richtung, was meinte: „Über sowas kannst du lachen?“

Der Grimme-Preis zeigt oft nicht, wie das Fernsehen ist. Sondern wie es sein sollte. Der Preis will laut Statut die aktuellen „Vorbilder für die Fernsehpraxis“ finden. Aber oft haben es die fortschrittlichen, offenen, mutigen, also vorbildlichen Medienprodukte

Der Grimme-Preis zeigt oft nicht, wie das Fernsehen ist. Sondern wie es sein sollte.

zunächst besonders schwer bei der Publikumsmehrheit. Für eine Debatte über die nähere Zukunft des Fernsehens ist es daher weiterhin wenig hilfreich, sich die Nominierten- oder Preisträger*innen-Listen des Grimme-Preises anzusehen. Aber es ist hilfreich, mit etwas Abstand anzuschauen, was vor 20 oder 25 Jahren als vorbildlich galt. Denn befreit von dem Zeitgeist, der ja zwangsläufig in eine Preisfindung einwirkt, stellt sich heraus: Es geht um Inhalt, um Vermittlung, um Ansprache an ein Publikum, das



Am 23. Mai 2019 eröffnete die Deutsche Kinemathek das „Grimme-Archiv“ mit allen verfügbaren Fernsehsendungen, die bisher mit einem Grimme-Preis ausgezeichnet wurden. Die mehr als 1.000 Einzelsendungen sind in voller Länge abrufbar. Zudem lassen sich im Archiv auch Synopsen, Stabangaben und Jurybegründungen recherchieren.

nicht nur berieselt, sondern angesprochen werden will. Mit ihren Angeboten für die Mediatheken kommen die Sender jetzt wieder dahin zurück: Dokus dürfen so lang sein, wie der Inhalt es verlangt. Serien, in denen Nicht-Biodeutsche eine Rolle spielen, sind vielsprachlich. Untertitel helfen über die Sprachbarriere. Politdiskussionen vermitteln Hintergrundwissen, ausführliche Faktenchecks zum Weiterlesen gehören zum Standard. Wunderbar! Auf diese Weise kehren wir zurück zu einem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der die Gesellschaft nicht als Leitmedium synchronisieren will, sondern sich als eine besonders kenntnisreiche Stimme anbietet, die

(mit)diskutieren will. Wir werden für diese deutlich diskursivere Rolle, die aus meiner Sicht durch das Absterben des Printmarktes und die Unregulierbarkeit des Internets wichtiger denn je ist, nicht nur weniger Programm, sondern mehr überraschenderes Programm benötigen. Nicht unbedingt viel Publikum, aber ein waches Publikum. Nicht altkluges, sondern kluges Fernsehen. Insofern ist Grimme mit seiner Spruchpraxis seit 50 Jahren auf der richtigen Spur. Etwas mehr Liebe für das Leichtfüßige wäre trotzdem schön.

Kludia Wick arbeitete von 1994 bis 2015 als Fernsehkritikerin und war Gründungsmitglied der Jury des Deutschen Fernsehpreises. Jetzt kuratiert sie als Mitarbeiterin der Deutschen Kinemathek im Museum für Film und Fernsehen (Berlin) die „Sammlung Fernsehen“.



Partizipation bei den Grimme-Preisen

von Jonathan Seim

Die Grimme-Jury sagt...“ – wer hat diese Wendung nicht schon unzählige Male vernommen? Sie begleitet die Preisverleihung des Deutschen Radiopreises, könnte so aber auch im Rahmen des Grimme-Preises oder des Grimme Online Awards fallen. Alle drei würdigen deutsche Produktionen im Audio- oder Bewegtbildbereich bzw. Online-Angebote, die in Form sowie Inhalt Vorbildcharakter haben.

Im Mittelpunkt steht die Frage nach Qualität – bei weitem keine einfache Frage. Denn gute Qualitätsurteile sind komplex. Sie berücksichtigen im Kontext von Medienpreisen unter anderem technische, handwerkliche, ästhetische sowie ethische Aspekte. Es bedarf also einer umfassenden Kenntnis des jeweiligen Gegenstandes sowie einer geschulten Urteilskraft. Daher ist es nicht weiter verwunderlich, dass die meisten Entscheidungen im Rahmen

*Bereits bei der Gründung des Grimme-Preises durch Bert Donneppe war es ein Anliegen, den Qualitätsdiskurs professioneller Fernsehmacher*innen zu öffnen. Dabei nahmen die Volkshochschulen schon zu Beginn eine entscheidende Rolle ein.*

der Medienpreise von Expertinnen und Experten aus Journalismus, Bildung und Wissenschaft gefällt werden.

Die Entscheidung allein ihnen zu überlassen wäre allerdings ambivalent. Zwar ist die Perspektive von Expertinnen und Experten besonders kenntnisreich und geschult. Doch sie neigt auch zur Verengung. Zum einen rekrutieren sich jene Expertinnen und Experten aus einer gesellschaftlichen Elite, welche nicht allen Bevölkerungsgruppen gleichermaßen offensteht. Zum anderen läuft ihre Perspektive auch Gefahr, aufgrund einer „Déformation professionnelle“ eingeschränkt zu werden.

Die Beteiligung von Laiinnen und Laien aller Bevölkerungsgruppen bietet sich hier als ein vielversprechendes Antidot an. Entsprechende partizipative

Momente waren schon in der Geburtsstunde des Grimme-Preises zugegen. Bereits bei der Gründung des Grimme-Preises durch Bert Donneppe war es ein Anliegen, den Qualitätsdiskurs professioneller Fernsehmacher*innen zu öffnen. Dabei nahmen die Volkshochschulen schon zu Beginn eine entscheidende Rolle ein und schlugen Brücken zwischen der professionalisierten Medienwelt und den ‚normalen‘ Bürger*innen.

Auch heutzutage finden sich im Rahmen der Grimme-Preise zunehmend partizipative Elemente, welche das Urteil der Expertinnen und Experten flankieren. So können alle Zuschauer*innen im Vorfeld Vorschläge einreichen. Hingegen ist die Auswahl der Nominierten und auch ein Großteil der Juryentscheidungen Expertinnen und Experten vorbehalten. Eine Ausnahme stellen die Publikumspreise dar. Im Fall des Grimme-Preises wird dieser von einer Arbeitsgemeinschaft der Marler Volkshochschule verliehen – aus den Nominierungen einer Kategorie. Beim Grimme Online Award haben wiederum alle Nutzer*innen die Möglichkeit, über das Internet ihr Votum für einen der nominierten Beiträge abzugeben. Eine weitere Besonderheit beim Grimme-Preis ist seit 2021 die Vergabe eines weiteren Preises durch eine Studierendenjury der Universität zu Köln.

Die Öffnung der Juryarbeit für Laiinnen und Laien leistet zweierlei. Erstens regt sie die Beteiligten zur eigenen Reflexion über Qualitätsfragen an und vermittelt so entsprechende Kompetenzen. Diese sind von besonderer Bedeutung für das Gelingen der modernen Demokratie. Denn sie ist darauf angewiesen, dass nicht nur Expertinnen und Experten, sondern auch größere Teile der Bevölkerung kompetent durch den Dschungel teils irreführender Medienangebote navigieren können. Im Fall der Marler Gruppe und der Studierendenjury darf die angesprochene Wirkung allerdings aufgrund der Exklusivität der Juries nicht überschätzt werden.

Zweitens kann, wie zuvor bereits angedeutet wurde, die Perspektive von Laiinnen und Laien den Qualitätsdiskurs bereichern. Doch stellt sich mit Blick auf den Publikumspreis des Online Award die Frage, ob und inwiefern reine Abstimmungen einen Beitrag



Studierendenjury 2023 der Univ. zu Köln

- Helen Körsgen (stellv. Vorsitzende)
- Clara Tabea Teutsch (Vorsitzende)
- Lukas Hoffmann (stellv. Vorsitzender)
- Hanna Meller
- Sarah Eßer
- David Schlömer
- Anastasiia Danilova
- Klaudia Wick, Kinemathek Berlin
(Leitung der Jury)

Marler Gruppe 2023 (Publikumsjury)

1. Reihe: Martha Paszkiewicz, Pia Schaarschmidt, Margret Grützner, Ursula Dorka, Gabi Hinderberger (Beratung)
 2. Reihe: Dr. Hans-Willi Losensky, Tim Hartelt, Jasmin Rose, Marc Wystup
 3. Reihe: Mark Blumberg (Sprecher), Monika Kaczerowski, Kurt Langer (Sprecher)
- nicht im Bild: Dario Roman Kotte



zu einem solchen Diskurs darstellen. Auch in Hinblick auf die Juryarbeit muss festgestellt werden, dass derzeit Laiinnen und Laien einerseits und Expertinnen und Experten andererseits in separaten Gremien beraten und beschließen.

Man würde die Institution des Medienpreises allerdings auch überfrachten, würde man ihr allein die Verantwortung für die Einlösung aller partizipativen Versprechen abverlangen. So existieren andere und mitunter sogar geeignetere Möglichkeiten und Gelegenheiten. Das ist auch dem Grimme-Institut nicht entgangen. Zusammen mit dem Düsseldorfer Institut für Internet und Demokratie (DIID) und der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) hat das Institut das Online-Beteiligungsverfahren #meinfernsehen2021 durchgeführt hat. Im Zentrum stand

die große Frage, wie das Fernsehen von morgen aussehen soll. Dabei war es vorrangiges Anliegen, endlich mal die ‚normalen‘ Bürger*innen zu befragen und an dem Diskurs zu beteiligen. Ein Ergebnis: Sie können und wollen beteiligt werden.

Dem Grimme-Institut ist sein vielfältiges Bemühen zur Erweiterung von Partizipationsmöglichkeiten hoch anzurechnen. Auch ist bekanntermaßen mehr nicht immer besser, was natürlich auch für Partizipation gilt. Doch mit einem kritischen Blick in die gegenwärtige Praxis kann das Erinnern an die Ursprünge des Grimme-Preises möglicherweise dennoch dazu inspirieren, die existierenden partizipativen Elemente auszubauen und enger in den Diskurs von Expertinnen und Experten zu integrieren.

Jonathan Seim ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Düsseldorfer Institut für Internet und Demokratie (DIID) sowie am Center for Advanced Internet Studies (CAIS). Er war maßgeblich am Projekt #meinfernsehen2021 beteiligt. Im Zentrum seiner Forschung stehen die normativen Kriterien gelungener Bürger*innenbeteiligung.



Ein unqualifiziertes FAQ zu 50 Jahren Grimme-Institut

von *Jana Fischer*

Warum gibt es das Grimme-Institut?

Da gibt es zwei Theorien. Die erste hat mit Qualitätssicherung, Medienkompetenz, Diskurs und derlei Dingen zu tun. Die zweite: Als Gott das Ruhrgebiet erschuf, bekam jede Stadt irgendetwas, das sie auszeichnen und definieren sollte. Dortmund bekam den BVB, Gelsenkirchen erhielt Schalke, Bochum zwar nur den VfL, aber zum Ausgleich noch ein obskures Trash-Musical mit rollschuhfahrenden Eisenbahnen. Für Recklinghausen war zumindest noch ein abgedrehtes Theaterfestival übrig. Tja, und dann bemerkte Gott, dass er noch nach Marl weiterfahren musste.

*Sollte ich als Medien-Macher*in immer den Anspruch haben, grimmepreiswürdiges Programm zu machen?*

Auch da schwanken die Meinungen. Die einen sagen „unbedingt“. Andere empfehlen dringend, möglichst grimmepreisUNwürdiges Programm zu machen – das steigert die Chancen, dass jemand zuschaut.

50 Jahre! Ist das Grimme-Institut in dem Alter überhaupt noch am medialen Puls der Zeit?

Und schon wieder Ansichtssache! Ein Alter von 50 Jahren – auf TikTok bedeutet das „steinzeitliches Relikt“, im öffentlich-rechtlichen Fernsehen „Herzlich willkommen in der Eroberungszielgruppe!“

Wie viele Seminare der Grimme-Akademie muss ich belegen, um einen Grimme-Preis zu erhalten?

Im Durchschnitt 32, falls danach kein Erfolg eintritt, wiederholen und die Dosis erhöhen. Falls danach kein Erfolg eintritt, wiederholen und die Dosis erhöhen. Falls danach kein Erfolg eintritt, wiederholen und die Dosis erhöhen. Falls Sie danach immer noch an die Taktik glauben, sind Sie wirklich sehr naiv.

Na gut, was kostet es dann, die Jury zu bestechen?

Bestechungsversuche bringen gar nichts! Die Grimme-Jurys sind schließlich nur Dekoration. In Wirklichkeit spielen die den ganzen Tag Candy Crush und gucken in der Mediathek alte Folgen von „Ich heirate eine Familie“ oder „Diese Drombuschs“, während die Claudia Roths, Bill Gates und George Soros bestim-

men, welche Indoktrinationspropaganda die Preise erhält. Habe ich jedenfalls auf Telegram gelesen, aber so oder so: Bestechungsversuche bringen nichts.

Jetzt mal Hand aufs Herz: Welcher der beiden Brüder Grimme war der Coolere?

Natürlich Elvis-Jeremy-Bärbel-Detlev. Jeder der was anderes behauptet, erzählt Märchen.

Haha. Gibt es wirklich Menschen, die Grimme mit einem Märchen-Institut verwechseln?

Ja, zumindest erhält das Grimme-Institut immer wieder aufgeregte Zuschriften mit spektakulären Enthüllungen über das Rotkäppchen oder Schneewittchen. Aber vermutlich erhält das Jacob-und-Wilhelm-Grimm-Zentrum in Berlin umgekehrt auch regelmäßig Post, in der es für seine linksgrünversifftete Staatsmedienpropaganda beschimpft wird.

Welche Kategorie fehlt bei Grimme Online Award und Grimme-Preis?

Beim Grimme Online Award wünsche ich mir eine Auszeichnung für den verwirrendsten Podcast-Launch des Jahres, der ginge dieses Jahr an Thomas Gottschalk und Mike Krüger. Und beim Grimme-Preis vermisste ich die Kategorie „Medien-Unfall des Jahres“. Preisträger 2022: RTL für „Die Passion“. Preisträger 2023: RTL dafür, dass es der Welt eine zweite Auflage von „Die Passion“ verweigert hat.

Und welches Seminar fehlt an der Grimme-Akademie?

Unter kommerziellen Gesichtspunkten wäre sinnvoll: „Snackable Fünf-Sekunden-Content kreieren in drei Sekunden“. Aber wer hat da die Zeit für?

Was war der größte Skandal in der Geschichte des Grimme-Instituts?

Damals als Milli Vanilli den Preis zurückgeben mussten, weil sie nicht selbst gesungen haben. Wobei, nee, schon wieder verwechselt, das war nicht bei Grimme, das war der Grammy. Dann war der größte Grimme-Aufreger vielleicht doch das Jahr, als das RTL-Dschungelcamp für den Preis nominiert war. Wissen Sie übrigens, wer da mal teilgenommen hat? Fabrice Morvan, eine Hälfte von Milli Vanilli. Zufall?!



Was macht eigentlich diese „Marler Gruppe“, wenn sie nicht gerade beim Grimme-Preis als Zuschauerjury fungiert? Der Name klingt irgendwie dubios.

Der Name *klingt* nicht nur dubios. Die Marler Gruppe ist Deutschlands älteste Terrorzelle, die die Bevölkerung seit Jahrzehnten mit überraschenden Guerilla-Gardening-Attacken in Angst und Schrecken versetzt – was allerdings wenige Leute mitbekommen, weil sie ausschließlich in Marl operiert. Okay, vielleicht habe ich mir das ausgedacht oder auch wieder auf irgendeinem Telegram-Kanal aufgeschnappt – aber mal ehrlich: Werden Sie wirklich nach Marl fahren, um es zu überprüfen? Eben.

Wer sollte dringend mal einen Grimme-Preis erhalten?

Na ja, es gibt da diesen Typen namens Jan Böhmermann. Ich frage mich, ob die Grimme-Jury von dem schon mal gehört hat?

Abschließend: Wo wird das Grimme-Institut in fünfzig Jahren sein?

Wer weiß! Es könnte sein, dass die Grimme-Akademie keine Seminare mehr anbietet, sondern einfach nur Software-Updates. Und vielleicht werden beim Grimme-Preis irgendwann künstliche Intelligenzen Preise an die besten künstlichen Intelligenzen verleihen. Aber sicher ist: Sie werden das in Marl tun.

Jana Fischer hat Journalistik studiert, schreibt Theaterstücke und ist als Comedy-Autorin aktiv (u.a. „Carolin Kebekus Show“, „heute show“, „Kroymann“, „WDR 5 Satire Deluxe“). 2016 hat sie die Comedy-Masterclass der Grimme-Akademie absolviert.





Ode an das Radio

Das Radio bleibt eine zentrale Säule des Audiokonsums. Das bezeugen 52 Millionen Menschen, die Radioangebote täglich nutzen. Ein Interview mit Nadia Zaboura und Torsten Zarges zum Deutschen Radiopreis

Nadia Zaboura ist seit mehreren Jahren in verschiedenen Funktionen für den Deutschen Radiopreis tätig: Von 2019 bis 2022 als Jury-Vorsitzende und in den Jahren 2013 bis 2015, 2018 und 2023 als Jurorin. Sie ist seit 2011 Inhaberin der Politik- und Kommunikationsberatung „Zaboura Consulting“ sowie ein Host von „quoted – der medienpodcast“. **Torsten Zarges** war von 2012 bis 2018 Juryvorsitzender des Deutschen Radiopreises und übernahm dieses Amt 2023 erneut. Er ist u.a. Chefreporter des Medienmagazins DWDL.de, seit 2004 Inhaber der Agentur Zarges|creative talent connection und war immer wieder Gremienmitglied des Grimme-Preises.

*Der Deutsche Radiopreis ist ein Expert*innen-Preis und das Laienpublikum wird in der Preisfindung ausgeklammert. Wie viel Value hat der Preis ohne ein dazugehöriges Publikumsvoting?*

T. Zarges: Diese Diskussion hatten wir schon in den frühen Jahren des Radiopreises: Soll man eine Publikums-kategorie einführen oder nicht? Das scheitert in der Realität ganz einfach an der föderalen Struktur des Radiowesens in Deutschland. Man kann keine bundesweite Wahl durchführen, weil sich die hauptsächliche Nutzung auf regionale Angebote erstreckt. Den besonderen Wert macht etwas anderes aus: Der Radiopreis ist die eine Plattform aller Radiosender, auf der man zur jährlichen Leistungsschau zusammenkommt – egal ob öffentlich-rechtlich oder privat, die ansonsten ja im erbitterten Wettbewerb miteinander stehen und sich mitunter auch auf juristischer und medienpolitischer Ebene streiten. Die unabhängige Expertise, für die Grimme steht, wird von allen unglaublich geschätzt. Ich glaube, man kann kaum hoch genug hängen, was es bedeutet, da unter den Nominierten und erst recht unter den Preisträger*innen vorzukommen.

N. Zaboura: Jahr für Jahr stellt das Grimme-Institut die Radiopreis-Jury – und diese Jury steht für ein Höchstmaß an Qualität und Unabhängigkeit. Wenn das private und das öffentlich-rechtliche Radio einen gemeinsamen Preis stiften, dann braucht es exakt solch eine neutrale Instanz, die nicht nur geballte Medien-Expertise zusammenbringt. Sondern es braucht auch eine Instanz, die multi-direktional denken, diskutieren und eben unabhängig über die Preisträger*innen entscheiden kann. Dass das Vertrauen in den Preis und damit in diesen unabhängigen Jury-Prozess konstant hoch bleibt, wird anhand der stetig wachsenden Zahl von Einreichungen deutlich. Neben der etablierten Jury-Arbeit nun einen Publikumspreis einzuführen, stößt neben dem föderalen System auch auf ganz praktische Herausforderungen: Es gibt Menschen, die lieben True-Crime-Podcasts, und es gibt Menschen, die können nichts damit anfangen. Es gibt Menschen, die lieben fünfstündige Radio-Podcasts, andere genießen lieber eine schnelle, unkomplizierte Unterhaltung, die sie durch den Tag begleitet. Alles das hat seine Angemessenheit und seinen Platz in einer vielfältigen Radioland-schaft. Aber ein Publikumspreis würde da schnell an Genre-Grenzen stoßen.

Ist das Medium Radio im Angesicht von Streaming-diensten und anderen Playern zukunftsfest? Wie muss sich das Radio verändern, um weiter wettbewerbsfähig zu bleiben?

N. Zaboura: Selbstverständlich entwickeln die großen Streamingdienste eine erhebliche Zugkraft. Sie sind ernstzunehmende und zeitgleich befruchtende Konkurrenten im Audio-Markt. Denn aufgrund anderer Produktionsbedingungen und Formate können dort Themen anders entfaltet werden. Nichtsdestotrotz bleibt Radio eine zentrale Säule des Audiokonsums. Das bezeugen 52 Millionen Menschen, die Radioangebote täglich nutzen. Wichtig für Radioentscheider ist, dass man sich nicht technologisch abhängen lässt. Um nur ein Beispiel von vielen zu nennen: Einige Sender erschließen sich aktuell notwendige Kompetenzen im Bereich der Künstlichen Intelligenz. Sie testen die Chancen und Grenzen von KI – sei es in internen Strukturen, im Programm oder auch im Kontakt zum Publikum. Ein schlaues Vorgehen, sich dem Thema produktiv zu öffnen, und sich zeitgleich darin zu bestärken, dass Technologien niemals das ersetzen können, was Radio im Kern ausmacht: die eigene Handschrift, die Besonderheiten, mit denen man sich abhebt, die Stimmen und die Menschen, die uns durch den Tag begleiten, die journalistische Tiefe sowie kurzweilige Unterhaltung. Radio als Massenmedium bleibt zukunftsfest, wenn diese Werte wieder stärker in den Mittelpunkt gerückt werden.

T. Zarges: Die Gefahr ist immer ein bisschen, dass Radiosender ihre ureigene Stärke nicht richtig erkennen und sie nicht voll ausspielen. Unterstellen wir mal, sie nutzen konsequent diese besondere Stärke von echten On-Air-Persönlichkeiten, die in der Lage sind, über lange Zeit eine Bindung zu ihrem Publikum aufzubauen, Stimmung und Atmosphäre zu transportieren. Dann ist das ein unschätzbare Vorteil gegenüber kalter Technologie, gegenüber synthetisch generierten Bots und von Algorithmen zusammengestellten Streams. All das hat natürlich auch seine Berechtigung und mag je nach Hörsituation sogar effizienter sein, aber es kann Live-Radio nicht ersetzen.

Was braucht eine Radiosendung oder ein Format, um Euch zu begeistern?

T. Zarges: Das hängt sehr stark vom Kontext ab. Selbst innerhalb einer Wettbewerbskategorie kann man nicht einfach nur stupide eine Checkliste mit Kriterien abhaken. Dafür ist es ein zu emotionales Medium. Für mich bemisst sich die Qualität und letztlich auch meine persönliche Begeisterung für ein Format daran, ob der Formatkern und das vorab definierte strategische Ziel bestmöglich umgesetzt werden. Nehmen wir beispielsweise die Vielfalt unter den Morningshows: Simone Panteleit und Team beim Berliner Rundfunk 91.4 bewundere ich für ihre journalistische Souveränität, die „Frühaufdreher“ bei Bayern 3 für ihre ansteckend gute Laune, mit der sie das Publikum für den Tag aufladen. Das sind fundamental verschiedene Formatkerne, aber beide herausragend umgesetzt.

N. Zaboura: Mich begeistern Formate, die einen Unterschied machen – durch einen Unterschied im Inhalt, im Format und in der Persönlichkeit. Konkret übersetzt: Meine Begeisterung gilt Formaten, die ein Thema inhaltlich anspruchsvoll aufbereiten und packend vermitteln. Formate also, in denen Radio seine wahre Brillanz zeigen kann, egal ob Dreiminüter oder einstündiges Feature. Wenn wir uns neben dieser inhaltlichen Ebene auch das Format anschauen, dann spielt hier der Überraschungsfaktor eine wichtige Rolle: Mich begeistern in der Juryarbeit immer wieder Formate, die nicht normkonform sind, die sich auch mal trauen, die Genre-Grenzen zu sprengen, die Radio spielerisch-kreativ umsetzen, die sich anders Zeit nehmen und das Publikum anders ansprechen. Neben Inhalt und Format fasziniert mich immer auch die persönliche Tiefe, Stichwort Charaktermenschen, also Moderatorinnen und Moderatoren, die das auditive Handwerk so beherrschen, dass man sie gerne in das eigene Leben lässt, deren Stimmen ein vertrauter wie strukturierender Teil des eigenen Lebens sind, Tag für Tag.

Wozu braucht es noch eine große Preisverleihung, um das Radio als Medium zu würdigen? Wäre das Geld nicht besser in Nachwuchsförderung und Formatentwicklung investiert?

N. Zaboura: Bei der Preisverleihung handelt es sich um ein einzigartiges Ereignis. Hier begegnen sich das private und das öffentlich-rechtliche Radio ein Mal im Jahr, um das Medium und die Branche gemeinsam zu zelebrieren. Damit ist die Preisverleihung nicht nur eine Leistungsschau, sondern es ist ein verlässlicher Branchentreff, gerade auch

in einer herausfordernden Zeit. Ich empfehle, das eine zu tun und das andere nicht zu lassen. Den Sendern ist klar, dass sie selbst in Nachwuchsförderung und Formatentwicklung investieren müssen, um wettbewerbs- und zukunftsfähig zu bleiben. Und das bleiben sie nur, wenn sie neue Wege finden, um dem Nachwuchs einen attraktiven Arbeitsplatz zuzusichern, mit eigenen Gestaltungsräumen, Selbstwirksamkeit, Mitspracherecht und Karrierechancen.

T. Zarges: Ich denke auch, man sollte das auf keinen Fall gegeneinander ausspielen. Während sich ein solcher Preis als kollektive Anstrengung versteht, lässt sich die große Aufgabe der Nachwuchsförderung nur bedingt vergesellschaften. Da ist jeder einzelne Player gefragt, sich zu engagieren. Jeder Sender hat völlig unterschiedliche Bedürfnisse, sucht und braucht dementsprechend auch ganz unterschiedlichen Nachwuchs. Wie Nadia gesagt hat: Das eine tun und das andere nicht lassen.

Es werden immer wieder neue Kategorien entwickelt, wie dieses Jahr das „beste Musikformat“. Wie wichtig findet ihr diese Anpassungen für das Fortbestehen des Preises?

T. Zarges: Die Kategorie „Bestes Musikformat“ ist absolut begrüßenswert und war überfällig, weil Musik nun mal ein zentraler Bestandteil von Radio ist. Die Benennung und Ausformulierung der Kategorien kann einen echten Unterschied machen. Ich erinnere mich noch gut daran, als 2015 aus der alten Kategorie „Beste Nachrichtensendung“ das „Beste Nachrichten- und Informationsformat“ wurde. Ein solcher Schritt öffnet Potenziale und hilft dabei, über den eng abgegrenzten Tellerrand hinauszublicken.

N. Zaboura: Musik ist nicht nur Kitt und Kleber, sondern integraler Bestandteil des Radios. Und: Musikformate begegnen uns dementsprechend in der Juryarbeit schon seit Jahren. Sie wurden bisher aber in verschiedenen, teils nicht immer passgenauen Kategorien eingereicht. Durch die neue Kategorie „Bestes Musikformat“ haben diese Sendungen jetzt eine Heimat gefunden, in der die Vergleichbarkeit besser abgebildet werden kann als bspw. in der Kategorie „Beste Sendung“, die ein Bassin für qualitativ hochwertigste, aber sehr unterschiedliche Einreichungen ist. Klar ist: Wenn ein Preis auf Dauer an den immergleichen Kategorien festhält, dann läuft er Gefahr, wichtige Entwicklungen zu verschlafen. Es ist deshalb begrüßenswert, dass der Beirat des Deutschen Radiopreises sich so nuancierte Gedanken macht und mit zeitgemäßen Anpassungen reagiert.



Gruppenbild aller Preisträgerinnen und Preisträger sowie Stars des Deutschen Radiopreises 2023.

Was sind Eure Hoffnungen und Wünsche für das Radio im Allgemeinen und den Radiopreis im Speziellen?

N. Zaboura: Den Radiomacher*innen wünsche ich den Mut, die Einzigartigkeit jedes einzelnen Senders zu zelebrieren und zu fördern. Von den Sender-Verantwortlichen erhoffe ich mir, dass sie neben strategischen Erwägungen auch einen Vielklang an Stimmen zulassen und hörbar machen. Dass sie es mit Stolz verbinden, die Vielfalt ihrer Hörerschaft auch im Sender sichtbar zu machen, auf allen Ebenen, in allen Gewerken und auch vor dem Mikrofon. Und dem Radiopreis wünsche ich, dass er weiterhin so flexibel bleibt und weiterhin so verbindend ist. Denn der Deutsche Radiopreis wirkt wie eine große Brücke innerhalb der Radio-landschaft, eine Brücke, die Gebiete begehbar macht, die eigentlich sonst nicht begehbar scheinen, und deren Weg deutlich macht: Alle Radiomacher*innen verfolgen das gleiche Ziel und sie stehen als private und öffentlich-rechtliche Sender gemeinsam für das Massenmedium Radio ein. Sie alle kreieren gemeinsam das deutsche Radio, das Potenzial und Exzellenz beider Systeme vereint.

T. Zarges: Dem Radio wünsche ich, dass sich die konjunkturell angespannte Marktsituation ganz bald wieder aufheitert; dass die eigene Weiterentwicklung nicht von Angststarre vor neuartiger Konkurrenz durch Streaming, Podcasts und KI gelähmt wird; dass alle Radiomacher sich der einzigartigen Stärken ihres Mediums bewusst bleiben und diese strategisch klug ausspielen. Dem Radiopreis wünsche ich, dass sich die beiden konkurrierenden Teile des dualen Systems noch möglichst lange zusammenraufen, um ihre zentrale Leistungsschau weiterzuführen.

Das Interview führte **Katharina Schmitz**. Sie ist derzeit Volontärin im Grimme-Institut; zuvor hat sie ihren Masterabschluss in der Fächerkombination Literatur- und Medienpraxis und Germanistik absolviert.



In den letzten fünf Jahrzehnten haben sich Bildung, Diskurs und Qualifizierung zum Markenkern des Instituts entwickelt. Im Folgenden widmen wir uns der Geschichte der Medienbildung, den Aktivitäten der Grimme-Akademie, den vielfältigen Publikationen des Instituts sowie der Verbindung mit der Stadt Marl und ihren Menschen. Doch wir blicken nicht nur zurück, sondern auch erwartungsvoll in die Zukunft: Welche Herausforderungen eröffnen sich für die Medienbildung von morgen? Wie kann die Erwachsenenbildung in diesem Kontext gestärkt werden? Welche Impulse das Haus setzen? Ein umfassender Überblick im Dreiklang von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft.



Medienbildung, -diskurs und Qualifizierung

Die Grimme-Akademie: Keine 50, aber volljährig und geschäftsfähig

von Aycha Riffi, Lars Gräber und Stefan Schröer

Mit 28 Jahren ist man vergleichsweise jung und hat hoffentlich noch viele Jahre vor sich – aber immerhin ist man bereits volljährig, geschäftsfähig und die Ausbildung wurde erfolgreich abgeschlossen. Die professionelle Ausrichtung wurde ordentlich definiert und lässt dennoch viel Raum für Flexibilität und Innovation. Es wurden Netzwerke geknüpft und verlässliche Partnerschaften aufgebaut und eine ordentliche Vita mit den erfolgreich durchgeführten Aktivitäten steht im Netz.

Haken dran. Wäre die Grimme-Akademie ein Mensch, dann wäre diese Beschreibung doch sehr passend und schöner als das schnöde: Die Grimme-Akademie ist „ein Referat im Grimme-Institut“.

„Fortbildung auf hohem Niveau. Adolf-Grimme-Institut plant Deutsche Medienakademie“

So titelte der Informationsdienst „agenda“ des Instituts im Sommer 1993. Und weiter:

„Im Adolf-Grimme-Institut werden derzeit Pläne für den Aufbau einer Deutschen Medienakademie geschmiedet. Vom nordrhein-westfälischen Wirtschaftsministerium hat das Institut den Auftrag erhalten, die Einrichtung eines hochrangigen Weiterbildungszentrums für Medienberufe in Marl zu planen. [...] In einer nun einjährigen Phase der Projektentwicklung sollen Konzept und Profil der Deutschen Medienakademie – so der Arbeitstitel – entwickelt und Markt- und Bedarfsanalysen erstellt werden. Denn natürlich sollen die Deutsche Medienakademie und ihre Veranstaltungsangebote sich an den Markterfordernissen und den Bedürfnissen der verschiedenen Zielgruppen orientieren. [...] Neben Fachseminaren, Workshops, Trainings- und Kompaktkursen, Management- und Marketingangeboten, sowie Spezialofferten für Unternehmen der AV- und Printbranche werden auch innerbetriebliche und redaktionsnahe Angebote konzipiert.“

Eine Realisierbarkeitsstudie, eine Machbarkeitsstudie, Arbeits- und Entwicklungskonzepte, ein Antrag auf Förderung und – so ist anzunehmen – viele, viele Gespräche und Briefe mündeten dann 1996 in die

Gründung der Adolf-Grimme-Akademie. Die Betreiber der Idee hatten durchgehalten, die Ziele und Inhalte wurden (leicht) verändert.

Wer sind die beiden Herren auf dem Foto? Rechts steht Dr. Hans Paukens, Geschäftsführer des Grimme-Instituts von 1995 bis 2001, und neben ihm, im nicht weniger zeitgemäßen Sakko, Heinz Günter Clobes, Referatsleiter der Akademie und Kopf und Herz von 1996 bis 2010. (Leider nicht auf dem Foto: Hildegard Engler, unermüdliche Mitarbeiterin der Akademie bis 2014). In der Vorstellung der Akademie am 24. April 1997 in Köln formulierte Hans Paukens: „Unser Ziel ist es, handwerkliche Qualifikation in Verbindung zu bringen mit beruflicher Reflexion.“

Viel stärker als in den ersten Entwürfen wurde 1997 eine Ausrichtung auf den Medien-Nachwuchs in den Blick genommen:

„Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Qualifizierung von Nachwuchskräften auf inhaltlichem ebenso wie auf technischem Gebiet. [...] In enger Zusammenarbeit [...] organisiert die Akademie darüber hinaus Workshops und Seminare zu spezifischen Themen wie beispielsweise der Entwicklung neuer Fernsehformate oder zu Fragen der journalistischen Ethik. [...] Darüber hinaus wolle die Akademie aber auch Trends deutlich machen und für ein Fachpublikum die Entwicklung neuer Berufsfelder beobachten, ergänzte Grimme-Referent Heinz Günter Clobes.“ (epd medien Nr. 31 vom 26. April 1997, S. 20)

Und heute: Fort-, Weiterbildung und Diskurs

Dieser Konzeption ist die Grimme-Akademie bis heute treu geblieben: Die Formate dazu heißen „Qualifizierung kompakt“ (eine mehrteilige Workshopreihe für Volontär*innen und junge Medienmacher*innen), RadioNetzwerkTag, „Über Medien informieren“, doku-klasse oder auch Comedy Master Class (mittlerweile: Masterclass Comedy), mehrheitlich umgesetzt mit starken Partnern (wie etwa DWDL.de, Deutschlandfunk, Internationale Filmschule Köln, CoJoking Space, RTL Journalistenschule, Duisburger Filmwoche, doxs! u.a.m.), innerhalb und außerhalb von NRW.



Heinz Günter Clobes und Dr. Hans Paukens.

Trends wurden und werden untersucht durch Studien im Bereich der TV-Programmstrategien oder auch in Publikationen zur Entwicklung des Bewegtbildes („Einfach fernsehen? Zur Zukunft des Bewegtbildes“, 2013), zu prekären Tendenzen in der Online-Kommunikation („Online Hate Speech“, 2017) und synthetischer Stimmgenerierung im Audiobereich („Mediale Stimmwürfe – Perspectives of Media Voice Designs“, 2022). Weitere Projekte (etwa auf EU-Ebene: Migrants in the Media, media4us oder BRICKS – Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech) und Angebote kommen hinzu – immer eng orientiert an den Branchenbedürfnissen und -fragen.

Daher nutzt das Team der Grimme-Akademie die Gelegenheit, Danke zu sagen: den klugen Gründern – allen voran dem ehemaligen Leiter Heinz Günter

Das Team der Grimme-Akademie – im Bild von links nach rechts: Stefan Schröder (Mitarbeiter), Lars Gräber (wissenschaftlicher Mitarbeiter und Pressesprecher) und Aycha Riffi (Leitung Grimme-Akademie).

Clobes, sowie allen ehemaligen Mitarbeiter*innen, insbesondere Hildegard Engler, Karl Wachtel, Catrin Grabkowsky, Jana Wiechers, Sonja Klann, Ann-Katrin Thöle, Judith Kirberger und Astrid Obermanns, sowie allen Hilfskräften und Praktikant*innen. Und natürlich den Dozierenden und Kooperationspartnern für die produktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Wir hoffen, dass wir genau so und besser weitermachen.



Eine großartige und nachhaltige Entdeckungsreise

von *Leonhard Ottinger*

Im Jahr 1996 betrat ich zum ersten Mal das Grimme-Institut in Marl. Damit begann eine großartige und nachhaltige Entdeckungsreise. Ich hatte die Ehre und das Vergnügen für drei Jahre als Juror in der Kategorie Serien- und Mehrteiler mitzuwirken. Ich durfte Fernsehfilme und Serienfolgen genießen, sie bewerten und vor allem mich mit den Mitjuror*innen intensiv darüber austauschen. Bestimmt hätte ich ohne Grimme so manche herausragende TV-Produktion verpasst.

Diese Entdeckungen wurden mit dem Grimme Online Award fortgesetzt. Durch die wertvolle Arbeit der Jurys und Nominierungskommissionen wurde ich auf viele innovative und kreative Online-Portale aufmerksam. Diese waren nicht nur für mich persönlich inspirierend, sondern dienten mir darüber hinaus häufig als Best Practice in der Journalisten- ausbildung.

Einen weiteren Entdeckungspfad ebnete mir die Einladung, in der Jury des Grimme Forschungskollegs mitzuwirken. Ich konnte in medienwissenschaftliche und medienpädagogische Forschung eintauchen, die ich nicht nur persönlich hochinteressant empfand. Ich konnte diese Anregungen auch in meinem beruflichen Kontext auswerten und nutzen.

1998 begann eine weitreichende Erfolgsgeschichte: die Zusammenarbeit mit der Grimme-Akademie. Ein Seminar zu Medienjournalismus führten mich als Projektleiter der Bertelsmann Stiftung und die Grimme-Akademie zusammen. Gemeinsam erarbeiteten wir mit jungen Journalist*innen medienjournalistische Konzepte. Viele unserer damaligen Teilnehmer*innen schreiben auch heute noch an verschiedenen Stellen nach wie vor über Medien und Journalismus. Die Grimme Akademie bietet bis heute dieses Thema als Workshop an. Und ich setze diese fruchtbare Arbeit seit Gründung der RTL Jour-



Jenni Zylka und Leonhard Ottinger moderieren die digitale Veranstaltung „#meinfernsehen 2021“.

nalistenschule an dieser Stelle fort. Gemeinsam mit den Kolleg*innen der Akademie haben wir Seminare für die RTL Journalistenschüler*innen und Weiterbildungsprojekte konzipiert und durchgeführt. Ohne die Kooperation mit der Grimme-Akademie hätte es etliche richtungsweisende Veranstaltungen so nicht gegeben: Journalistische Ethik und Zukunft des Journalismus, Fernsehqualität und Visual Radio, Formatentwicklung und Produktionsmanagement. Und dies mit den kundigsten Branchenkennern und erfahrensten Praktikern - unzählige bereichernde Begegnungen mit den Experten aus dem Grimme Netzwerk.

Danke für all diese wunderbaren Entdeckungen und Begegnungen. Ich wünsche zum 50. Geburtstag alles Gute und freue mich sehr auf die weitere Zusammenarbeit.

Leonhard Ottinger ist Geschäftsführer der RTL Journalistenschule.



VOM WERT DER UNTERHALTUNG

WERKSTATTGESPRÄCHE: VOM WERT DER UNTERHALTUNG

Dokumentation zur Veranstaltungsreihe

Angesichts der nach wie vor aktuellen Debatte über die Reform des Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der Ergebnisse des Partizipationsverfahrens **#meinfernsehen2021** entwickelte sich im Sommer 2021 die Idee von der Werkstattreihe „Vom Wert der Unterhaltung“.

Die Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e. V., der Film- und Medienverband NRW e.V. und das Grimme-Institut initiierten dieses Projekt mit dem Ziel, die unterschiedlichen Funktionen und die Mehrdimensionalität unterhaltender Angebote und Formate aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten. Finanziell unterstützt wurden die Initiator*innen dabei durch die Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und die Film- und Medienstiftung NRW.

Eine Dokumentation der Werkstattreihe „Vom Wert der Unterhaltung“ liegt jetzt vor und ist online verfügbar unter:

www.vom-wert-der-unterhaltung.de

Eine Veranstaltung von



In Kooperation mit



Gefördert durch

Der Ministerpräsident
des Landes Nordrhein-Westfalen



Wer qualifiziert hier?

Fragen an fünf Dozent*innen der Grimme-Akademie

Mit der Reihe „Qualifizierung kompakt“ bietet die Grimme-Akademie seit 1995 ein kompaktes und praxisorientiertes Fortbildungsprogramm für junge Redakteur*innen, Producer*innen und Volontär*innen, das sich als Einführung in die Medienbranche versteht. Wer unterrichtet dort eigentlich? Wir haben fünf unserer Dozent*innen gefragt, wie sie zu Themen wie Inklusion, Fachkräftemangel oder Künstliche Intelligenzen stehen. Hier ein Auszug (weitere Fragen und Antworten unter www.grimme-akademie.de).

Jens Klocke

Jens Klocke lebt in Düsseldorf und ist freiberuflicher Autor für unterschiedliche Fernsehformate und Systemischer Coach. Im Seminar „Selber Texten fürs TV“ gibt er seine Erfahrungen und sein Wissen weiter.

Jens, Du bist seit vielen Jahren in der TV-Branche unterwegs. Was war der Reiz, auch als Dozent zu arbeiten?

Ich schreibe seit über 30 Jahren Quizfragen, Moderationen und Off-Texte, mag Wissenstransfer und Menschen. Da liegt es nahe, als Dozent zu arbeiten. Für die Grimme-Akademie seit mehr als 13 Jahren – und das immer noch sehr gerne, das liegt sicher an den interessierten Teilnehmern und natürlich auch an den netten Kolleginnen und Kollegen.

*Gibt es einen besonderen Tipp für junge Texter*innen, den Du gerne „in Stein meißeln“ würdest?*



Jens Klocke

Zuerst „Auftragsklärung“ betreiben, die Redaktion explizit fragen, was sie eigentlich genau wollen. Und dann auch ganz wichtig, dem Zuschauer und dem Format mit den Texten dienen – und nicht sich selbst.

Über Nachwuchskräfte wird oft gesagt, dass grundlegende Fähigkeiten fehlen. Texten die Teilnehmenden heute schlechter als früher?

Ich nehme wahr, dass einige angehende Autor*innen weniger lesen und schauen, weniger Fragen stellen. Dafür muss man sich selbst die Zeit schenken. Aber auch: In den Redaktionen nehmen sich nicht viele Kolleg*innen die Zeit, den Nachwuchs angemessen zu fördern. Zum Glück gibt es ja die Grimme-Akademie.

Welches Seminar unserer Reihe „Qualifizierung kompakt“ würdest Du selber gerne einmal besuchen?

Gut, dass Ihr fragt. Eigentlich jedes, zumindest jeweils einen Tag bei all unseren Seminaren und Dozenten reinschnuppern – und dazulernen. Denn siehe oben, Stichwort positive Redundanz, „Ich mag Wissenstransfer und Menschen“.

Katrin Röpke

Führungskräfte, Vorstände, Moderator*innen, Reporter*innen und Nachwuchskräfte: Katrin Röpke bereitet alle auf Interviews, Auftritte und Präsentationen in der Öffentlichkeit vor. Sie lebt in Bremen und für die Grimme-Akademie leitet sie seit 2002 das Seminar „Interviews führen“.

Im Medienbetrieb hat sich sehr viel verändert. Auch die Art Interviews zu führen? Was beispielsweise hat Social Media verändert?

Interviews sind schneller geworden. Es findet – noch – weniger Vorbereitung statt. Der Druck, liefern zu müssen, ist bei vielen Interviewten größer geworden. Allerdings werden Interviews auch selbstverständlicher eingesetzt, z.B. in der inter-

nen Kommunikation in Unternehmen. Gleichzeitig – finde ich – fühlen sich Menschen berufen, Interviews zu führen, die andere Qualitäten haben.

Erinnerst Du Dich noch an Dein erstes Interview? Was hättest Du damals gerne vorher gewusst?

Oooohjaaaa! Dass die Menschen, die befragt werden, durchaus ihre eigene Agenda haben und auch eine Botschaft platzieren wollen, statt brav zu antworten. Und auch nervös sind. Und dass es nicht nur vollkommen ok ist, Gesprächspartner*innen zu fragen, warum sie Fragen nicht beantworten, sondern dass das die Aufgabe von Journalist*innen ist und zur Kunst der Interviewführung gehört.

*Macht Dich KI bald arbeitslos? Oder wirst Du bald Programmierer*innen coachen?*

Das ist mal eine sehr gute Frage! KI wird evtl. auch die Programmierer*innen arbeitslos machen, oder? Einerseits gibt es Expert*innen, die jetzt schon sagen, dass wir gar nicht ermessen können, was KI bereits kann und wo sie schon wirkt. Vielleicht möchte ich das auch einfach nicht wahrhaben. Andererseits: Ich glaube, Beziehungsgestaltung, Augenhöhe, Respekt, Wertschätzung, kurz: Haltung – da wird der KI immer ein Quäntchen fehlen. Hoffe ich ... Darum können nur Menschen anderen Menschen dabei helfen, zu lernen, Interviews auf Grundlage dieser Dinge zu führen. Eine Frage, die viel Aufmerksamkeit verlangt und noch mehr Information – vielleicht ein Thema für ein Grimme-Seminar?!



Katrin Röpke

Welches Seminar unserer Reihe „Qualifizierung kompakt“ würdest Du selber gerne einmal besuchen?

Nur eins? Dann „Storytelling“. Wenn zwei, noch „Social und Cross Media in der Praxis“ dazu.

Lilian Masuhr

Lilian Masuhr ist Moderatorin, Autorin und Leiterin der Sozialheld*innen-Akademie in Berlin. Sie war Mitgründerin des Projekts „Leidmedien.de – Über Menschen mit Behinderungen berichten“ und gibt Workshops u.a. zu barrierefreie Kommunikation und inklusive Veranstaltungsplanung. Die Sozialheld*innen führen das Seminar „Medienarbeit inklusiv“ durch.

*Von Grimme-Akademie an die Sozialheld*innen-Akademie gefragt: Wieso habt Ihr eine Akademie gegründet und was macht Euch aus?*

Seit fast zwanzig Jahren versuchen wir den Austausch und die Begegnungsmöglichkeiten zwischen Menschen mit und ohne Behinderung zu verbessern, zum Beispiel über unsere Projekte Wheelmap oder JOBinklusive. Dem zugrunde liegt vor allem ein Bewusstsein für die Diskriminierung von behinderten Menschen (Ableismus) und die Bereitschaft, die Kommunikation zu verbessern. Daher haben wir 2019 die Sozialheld*innen-Akademie gegründet und begleiten seitdem Medienhäuser, Unternehmen, NPOs und auch Einzelpersonen dabei, das Konzept des „Disability Mainstreamings“, Menschen mit und ohne Behinderung überall mitzudenken und einzubeziehen,



Lilian Masuhr

in der Zusammensetzung des Personals, des Programms und in den Produkten zu verwirklichen.

Wir bieten gemeinsam mit Euch das Seminar „Medienarbeit inklusiv“ an. Warum sollte eine TV-Produktionsfirma ihre Volos zum Seminar anmelden?

Wenn im Fernsehen Geschichten über Menschen erzählt werden, ist es wichtig, die verschiedenen Perspektiven zu verstehen und einen authentischen Einblick in ihre Lebenswelten zu geben. Gerade die Sicht von Menschen mit Behinderungen ist oft ein Mysterium, da sie in Deutschland meistens noch getrennt von Menschen ohne Behinderung lernen, arbeiten und leben. Somit sind Menschen mit Behinderung entweder nicht in den Medien sichtbar oder häufig auf eine Weise, die von Unsicherheiten und Vorurteilen geprägt ist. Im Seminar werden Begriffe über Behinderung und klischeehafte Bildsprache hinterfragt und praktische Tipps gegeben, damit eine realistische Darstellung gelingt.

Was denkst Du? Wie lange müssen wir noch ein Seminar zu inklusivem Arbeiten in den Medien anbieten?

Solange die Berichterstattung über Menschen mit vielfältigen Merkmalen noch kein Standardmodul in der Ausbildung von Journalist*innen ist, ist eine Fortbildung meines Erachtens notwendig, um eine authentische Darstellung zu schaffen. Darüber hinaus kann eine Fortbildung zu dem Thema weiter interessant sein, da Sprache dynamisch ist und sich natürlich auch Begriffe über den großen Bereich „Behinderung“ (motorisch, mental, psychisch, sehen, hören etc.) verändern. Da Sprache und Bilder das Bewusstsein prägen und wir in Deutschland keine wirkliche Möglichkeit einer Partizipation aller innerhalb einer inklusiven Gesellschaft erleben, wird es wohl noch lange notwendig sein, über diese Bilder in den Köpfen im Seminar der Grimme-Akademie zu sprechen. Zudem sollten auch Redaktionen und Produktionsfirmen daran arbeiten, dass mehr Menschen mit Behinderungen bei ihnen arbeiten, weil sich damit das eine oder andere Seminar erledigen würde, wenn man ein inklusives Miteinander jeden Tag lebt.

Welches Seminar unserer Reihe „Qualifizierung kompakt“ würdest Du selber gerne einmal besuchen?

Das Seminar „Social und Cross Media in der Praxis“ würde mich interessieren, weil ich mich für neue Medien-Formate interessiere und dabei gerne auf dem neuesten Stand der Möglichkeiten bin.

Michael Schwertel

Michael Schwertel lebt in Nümbrecht und ist Dozent, Produzent, Kreativer und Professor für Media Management an der CBS International Business School. Seit 2007 ist er regelmäßig in der Nominierungskommission oder Jury des Grimme Online Award. Im Seminar „Social und Cross Media in der Praxis“ gibt er seine Leidenschaft für verschiedene Medien weiter.

Du kommst aus der Kreativwirtschaft. Was gefällt Dir an Deiner Tätigkeit als Dozent und Professor?

Diese Arbeit ermöglicht mir, mein Wissen und meine Erfahrungen weiterzugeben und dabei aktiv die Zukunft der Kommunikation mitzugestalten. Ich genieße es, von den Teilnehmer*innen zu lernen und mit ihnen neue Trends ausfindig zu machen. Der Balanceakt von Theorie und Praxis ist dabei sehr spannend und bereichert meinen Alltag. Außerdem ist es einfach inspirierend, junge Talente zu fördern und zu sehen, wie sie Erlerntes in der Industrie erfolgreich anwenden.

Dein Seminar heißt „Social und Cross Media“. Wird das Seminar in 15 Jahren immer noch so oder ganz anders heißen?

Der Begriff „Social und Cross Media“ könnte sich in 15 Jahren tatsächlich ändern. Wir bewegen uns bereits weg von Social Media hin zu Entertainment Media. Es könnte aber auch mehr Fokus auf die Integration von KI oder virtuellen Realitäten gelegt werden, je nachdem, wie sich die Technologien entwickeln. Vielleicht wird Social Media irgendwann „Virtual Vibe Broadcasting“?



Michael Schwertel

Gibt es einen immer wiederkehrenden Fehler in der Social-Media-Nutzung?

Viele vergessen, dass es sich bei Social Media um einen Dialog handelt und keine Marketing-Einbahnstraße. Es ist wichtig, auf die User*innen zu hören und darauf zu reagieren. Oft wird auch übersehen, dass Social Media einfach nur Spaß machen soll, und das sollte nicht vergessen werden.

Welches Seminar unserer Reihe „Qualifizierung kompakt“ würdest Du selber gerne einmal besuchen?

Am liebsten würde ich gerne das zur intensiven Recherche besuchen. Für einen guten Check von News und ist es immer hilfreich, gute Quellen zu finden. Davon kann man nie genug haben.

Thorsten Haas

Als stellvertretender Unterhaltungschef und Leiter des Development Entertainment im ZDF ist Thorsten Haas verantwortlich für die Entwicklung neuer Formate und für alle linearen und non-linearen Plattformen und Kanäle. Zudem leitet er Workshops für Fernsehmacher*innen, wie auch das Seminar „Projektmanagement und Producing – von der Idee zur Produktion“ für die Grimme-Akademie.

Wenn Dein Seminar eine TV-Sendung wäre, wie sähe die dann aus?

Eine unterhaltsame und interaktive Wissens-Show, bei der die Kandidat*innen im Mittelpunkt stehen und der Host (hoffentlich) locker und zugewandt durch einen spannenden Abend führt.



Michael Schwertel und Seminarteilnehmer*innen

Bewegtbild wird auch in den TV-Sendern für Social Media produziert. Greift hier ein anderes Projektmanagement und Producing?

Ob linearer TV-Kanal, YouTube-Channel oder TikTok – auch wenn Inhalte, Storytelling und Darreichungsformen andere sind, so bleiben die dahinterliegenden Arbeitsweisen und Aufgaben des Producers / der Producerin doch sehr ähnlich.

In Deinen Seminaren sitzen vielleicht auch zukünftige Mitarbeitende. Ist der Mediennachwuchs gewappnet für den Berufsalltag?

Absolut. Ich erlebe in den Seminaren engagierte, begeisterte und kreative Menschen, die sich zielgerichtet das nötige Rüstzeug für ihren Job aneignen. Da mache ich mir keine Sorgen. Und in meinem Bereich erlebe ich aktuell auch keinen Fachkräftemangel. Ich hatte gerade 65 Bewerber*innen auf eine ausgeschriebene Stelle.

Welches Seminar unserer Reihe „Qualifizierung kompakt“ würdest Du selber gerne einmal besuchen?

„Medienrecht kompakt“. Hier noch mal für einen Tag in die Tiefe zu gehen wäre sicherlich gewinnbringend. Vor allem, weil durch die stetig wachsenden Möglichkeiten der KI ganz neue Fragen und Themen aufkommen.

Die Interviews führten **Aycha Riffi** (Leitung Grimme-Akademie) und **Stefan Schröer** (Grimme-Akademie).



Thorsten Haas



Den Journalismus besser machen

Die Grimme-Akademie
im Gespräch mit ihren langjährigen Kooperationspartner*innen
Sheila Mysorekar und Keywan Tonekaboni



Sheila Mysorekar ist Journalistin, war langjährige Vorsitzende der Neuen deutschen Medienmacher*innen und ist Vorsitzende des Netzwerks „neue deutsche organisationen“, dem rund 200 postmigrantische Organisationen und Projekte angehören. Sie arbeitet als Trainerin für konfliktsensiblen Journalismus, ist Beraterin für Medien in Post-Konflikt-Staaten bei der Deutschen Welle Akademie und bildet Journalist*innen in Konfliktländern aus. 2011 hat sie im Projekt media4us der Grimme-Akademie als Dozentin gearbeitet. **Keywan Tonekaboni** ist Journalist und Redakteur bei der Computerzeitschrift c't. Als Medientrainer gibt er Workshops u.a. zu Diversität im Journalismus. Seit 2020 ist er im Vorstand der Neuen deutschen Medienmacher*innen. 2014 war Keywan Tonekaboni Teilnehmer im Seminar „Über Medien informieren“ der Grimme-Akademie. 2020 war er genau dort als Dozent.

*Wie seid Ihr zu den Neuen deutschen Medienmacher*innen gekommen?*

S. Mysorekar: Ich bin von einer Kollegin angesprochen worden, die in Berlin von den NdM gehört hatte. Wir haben uns in Köln getroffen und das war der Beginn der NdM in NRW. Am Anfang waren wir eine Handvoll Leute, die in einer Redaktion oder als Freelancer arbeiteten – ohne konkrete Möglichkeiten zum Austausch. Mit Gleichgesinnten über Diskriminierungserfahrungen zu sprechen war einfach wichtig. Von da aus ergaben sich Ansätze, diesen Austausch zu professionalisieren. Es war schon enorm, wie unsere Arbeit etwas später durch die Decke ging, wie wir die Themen platzieren konnten und es auch in der Branche wichtiger wurde, über unsere Themen zu reden.

K. Tonekaboni: Mein Engagement kam über meine Frau, die vor mir bei den NdM war. Als wir nach Hannover gezogen sind, wollten wir uns hier eigentlich der NdM-Gruppe anschließen. Da hieß es aus Berlin, die Gruppe gibt es gerade nicht, also haben wir hier eine Gruppe aufgebaut. Wir wurden zum Beispiel auch von der Madsack Mediengruppe angesprochen, ob wir dort für die Volontär*innen einen Workshop machen können. Das haben wir ein paar Mal getan und es war spannend zu sehen, wie die junge Generation doch offener war, als man dies aus der allgemeinen Medienlage zum Thema Diversität oder Gendern wahrgenommen hat.

Das Grimme-Institut hat Anfang der 90er Jahre mit konkreten Aktivitäten zu Migration und Medien begonnen. Die Projekte hatten im Titel Begriffe wie „multikulturell“ oder „interkulturell“ oder ganz beliebt „Mehr Farbe in den Medien“, so würden wir heute nicht mehr titeln. Sprachlich hat sich schon einiges verändert, oder?

K. Tonekaboni: Noch bevor ich bei den NdM war, war es für mich wichtig, mir Gedanken über gewisse Begriffe zu machen, die ich teilweise auch selber selbstverständlich verwendet habe, wie zum Beispiel „Migrationshintergrund“. Aber wer hat einen Migrationshintergrund und wer nicht? Wann wird man ihn los, welche Migrant*innen werden ihn los,

welche haben ihn auch in der fünften Generation? Und ja, es hat sich was verändert. Nach Hanau wird zum Beispiel der Begriff „fremdenfeindlich“ signifikant seltener verwendet. Auch nach „Black Lives Matter“ – obwohl es dabei primär um die USA ging, hat diese Bewegung hierzulande auch dem professionellen Journalismus Denkanstöße gegeben in der Frage: Wie gehen wir professionell mit Sprache um?

S. Mysorekar: Ich würde gerne ergänzen, dass die meisten Journalist*innen sich freuen, Informationen, Hilfestellungen oder einfach Hinweise zu bekommen. Wir haben nach der Selbstenttarnung des NSU auf die NdM-Webseite eine kleine Zusammenstellung von Begriffen gesetzt, die man zu diesen Ereignissen benutzen oder nicht benutzen sollte – also keinesfalls über „Dönermorde“ schreiben, sondern reflektierter über den NSU berichten. Es kamen dazu so viele positive Reaktionen, dass wir entschieden haben, ein Glossar zu erstellen (online unter <https://glossar.neuemedienmacher.de/>). Die ersten 3000 Exemplare waren nach einer Woche vergriffen. Da wurde uns klar, wie groß der Bedarf war, sich mit diskriminierungsarmer Sprache auseinanderzusetzen. Das war ein Thema, das die Arbeit von Journalist*innen direkt betraf: Wir sind Sprach-Arbeiter*innen, wir müssen uns mit Sprache und Rassismus auseinandersetzen. Es ist nicht egal, wie man was nennt.

K. Tonekaboni: Ich finde das Wichtigste am Glossar, dass es eben kein Nachschlagwerk ist, nach dem Motto „Das ist die letzte Wahrheit“. Wenn man sich die Texte und Erklärungen durchliest, ist da auch ganz viel Raum für eigene Entscheidungen, denn das Wichtigste ist, Worte und sich selbst zu reflektieren: In welchen sprachlichen und gesellschaftlichen Strukturen bewegen wir uns? Und diese dann dort zu verändern, wo es nötig ist.

S. Mysorekar: Dahinter steht die Idee, den Journalismus besser zu machen. Für alle, nicht nur für Minderheiten und Menschen, die diskriminiert werden, sondern weil alle was davon haben.



Keywan Tonekaboni im Seminar Medienjournalismus 2014

Wie divers ist denn die Medienbranche Eurer Meinung nach? Ist Diversität mittlerweile selbstverständlich, oder schmückt man sich gerne damit und betrachtet das eher als Label?

K. Tonekaboni: Ich würde sagen nicht divers genug, aber es ist etwas in Bewegung geraten. Wir haben zum Beispiel 2021 den „Diversity-Guide“ herausgebracht. Diversität ist Chef*innen-Sache und muss strukturell in Medienhäusern und in Redaktionen verankert werden. Es muss ein Monitoring geben, es muss evaluiert werden und verbindliche Maßnahmen müssen getroffen werden, weil das einem besseren, einem professionelleren Journalismus dient. Diversität führt zu mehr Perspektiven, wenn nicht stereotyp berichtet wird. Und so gelingt auch der Zugang zu Gruppen, zu denen eine nicht-diverse Redaktion weniger Zugänge hat. Ebenso können Fehleinschätzungen schneller erkannt und in Redaktionskonferenzen korrigiert werden: Dafür ist eine diverse Zusammensetzung der Redaktion wichtig.

Wir möchten einmal selbstkritisch nachfragen: Warum gelingt es uns selbst nicht immer, mit unseren Angeboten Menschen mit Migrationshintergrund anzusprechen?

S. Mysorekar: Das ist eine Frage, die uns von unterschiedlichen Organisationen immer wieder gestellt wird: „Wir würden gerne diversere Mitarbeitende einstellen oder diversere Gruppen für unsere Seminare gewinnen. Warum kommen die nicht?“ Zwei Sachen nenne ich oft, die nicht unbedingt mit der Organisation zu tun haben müssen. Erstens die Bezahlung: Wenn hohe Teilnahmegebühren erhoben werden oder es sich um unbezahlte Praktikumsstellen handelt, dann kann halt nur eine bestimmte Schicht von Leuten teilnehmen. Und migrantische Menschen sind oft nicht aus der Mittelschicht. Also wie sind die Bedingungen? Kann sich jemand, der wenig Geld hat, leisten da mitzumachen? Der zweite Punkt: In welchen Netzwerken werden diese Angebote verbreitet? Da muss man vielleicht auch ganz unkonventionelle Wege gehen, z.B. das durch Influencer über TikTok weiterverbreiten lassen und nicht nur die Wege gehen, die sonst gut funktionieren. Das sind andere Zielgruppen, andere Informations- oder Medienkonsumgewohnheiten und entsprechend müssten die Angebote auch anders gestreut werden. Der gute Wille allein reicht nicht, sondern es müssen aktiv Wege gesucht werden, um Leute zu erreichen.



Sheila Mysorekar im Projekt Media4us 2012

K. Tonekaboni: Es ist eine Frage der Zielgruppenansprache: „Fühle ich mich da eingeladen? Habe ich das Gefühl, dass ich Teil davon sein kann?“ Irgendwann wurde vorgeschrieben, dass bei Stellenanzeigen stehen muss: „Schreiner (m/w/d)“. Das ist auch keine Ideallösung und wirkt manchmal wie ein Lippenbekenntnis, aber allein so etwas explizit verpflichtend zu machen – oder dieser Satz, der auch manchmal belächelt wird: „Menschen mit Behinderung werden bei gleicher Eignung bevorzugt berücksichtigt“: Das sind erste Schritte, die die richtigen Signale geben.

S. Mysorekar: Die Hemmschwellen sind oft sehr diffus und emotional. So etwas ist über Jahre gewachsen, dass man instinktiv denkt, man ist willkommen oder auch nicht. Das lässt sich schwer abbauen, denn es hängt ja nicht mit einzelnen Institutionen zusammen, sondern von einer gesamtgesellschaftlichen Atmosphäre. Das Positive ist – das sehe ich seit der Gründung der NdM bis heute, mit Unterstützung durch Organisationen wie die Grimme-Akademie –, dass sich die Atmosphäre, der Diskurs tatsächlich ändert. Es gibt auch viel Widerstand, aber trotzdem hat sich sehr viel positiv geändert. Das ist für mich auch eine Bestätigung, dass man auf vielen Ebenen gesellschaftliche Veränderungen in einer durchaus überschaubaren Zeit erreichen kann.

Wir glauben, dass es auch in der Medienbranche Nachwuchsprobleme geben wird bzw. der Fachkräftemangel auch hier angekommen ist. Daher werden sich alle mehr bemühen müssen, Menschen anzusprechen.

K. Tonekaboni: Die Zielgruppe, also die Rezipient*innen, die Abonnent*innen, die potenziellen Leser*innen, die Zuschauer*innen – alle sind ja auch diverser. Wenn ich viele Menschen erreichen will, dann kann ich nicht mit diesem ‚alten Journalismus‘ und Klischees und Stereotypen arbeiten, denn dann sagen die Leute: „Das ist nicht meine Zeitung, das ist nicht mein Medium, das ist nicht mein Sender.“

S. Mysorekar: Und wenn wir uns die demografische Entwicklung anschauen, reden wir hier nicht von einer kleinen Minderheit: Wenn irgendein Medium da überhaupt noch überleben will, muss es andere Ansprachen finden. Man kann Menschen auf Dauer nicht überall ausschließen. Im öffentlichen Dienst, in der Justiz und natürlich auch in den Medien muss und wird sich etwas ändern.

Lasst uns noch einen Themenschwenk machen: Die NdM, aber auch wir beschäftigen uns seit vielen Jahren mit Online Hate Speech. Im Grimme-Institut seit 2014 mit dem europäischen Projekt

BRICKS, ihr macht seit 2016 das „No Hate Speech Movement“. Positiv gesehen hat sich einiges getan und vielen Beteiligten ist klar, dass dies ein Thema der gesamten Gesellschaft ist. Ist das richtig, oder sind wir doch noch ganz am Anfang?

S. Mysorekar: Auf der einen Seite wächst das Bewusstsein, dass man etwas gegen Hate Speech tun muss. Gleichzeitig sehe ich gerade im politischen Diskurs eine Verschlechterung – weg vom rationalen und offenen Austausch. Dieser sogenannte Kulturkampf, der auch von etablierten Parteien geführt wird: Wie dort der politische Gegner angegriffen wird, das ist knapp unter Hate Speech. Das zeigt mir, dass denen nicht bewusst ist, welchen Kräften sie so Vorschub leisten. Es sind nicht irgendwelche ‚Online-Hater‘, die den Diskurs vergiften mit Lügen oder Angriffen, sondern das geschieht auch bei etablierten Parteien. Für sehr kurzfristige Ergebnisse bei irgendwelchen Umfragen wird ein vernünftiger und vernunftgeleiteter Diskurs geopfert. Das ist wirklich eine sehr schlechte Tendenz, die allen ‚Hatern‘ Vorschub leistet – denen wird quasi schon die Tür geöffnet und sie brauchen nur noch den Fuß reinzustellen.

K. Tonekaboni: Es braucht Ernsthaftigkeit und Ressourcen, um gegen Hate Speech vorzugehen und es nicht nur auf einzelne, individuell Betroffene zu reduzieren. Es müssen die strukturellen, systemischen Mechanismen erkannt werden: wie Hate Speech koordiniert wird, wie zum Beispiel gewisse Accounts mit einem guten juristischen Wissen anstacheln, in der Sicherheit, dass sie dafür nicht haftbar gemacht werden können, während dann die Mobs durchs Internet ziehen.

S. Mysorekar: Und es gibt einen fließenden Übergang zwischen polemischer Rede (auch von bürgerlichen Parteien oder beispielsweise der Bild-Zeitung) und der Online-Hetze, die sich Stichworte herausgreift und die Themen hochpusht. Es endet dann mit Drohungen gegen Journalist*innen oder migrantische Aktivist*innen, aber nicht nur digital, sondern auch im realen Leben: Leute werden bedroht und müssen umziehen, weil ihre Adresse im Internet „gedoxt“ wurde. Es sind nicht immer offene Drohungen, sondern oft sogenannte „Dog whistles“, also bestimmte Stichwörter, die die „richtigen Leute“ „richtig interpretieren“. Das ist eine bewusste Taktik, um kritische Minderheiten mundtot zu machen. Nicht jeder kann damit umgehen, Hassmails zu bekommen und bedroht zu werden. Man kann Leute so einschüchtern, dass sie aufhören oder sich selbst zensieren. Das ist zum Beispiel auch so eine Sache, die ich in Redaktionen inzwischen sehe: Selbstzensur. Die Hassmails stammen oft von wenigen Accounts, die aber ganz gezielt und koordiniert die Postfächer von Redak-

tionen fluten und auf diese Weise Druck ausüben. Das ist nicht einfach der besorgte oder der normale Bürger – das sind Leute, die rechtsextremistische Propaganda betreiben, und genau so muss man das benennen.

*Habt Ihr Tipps oder Empfehlungen für Kolleg*innen, die mit Hass konfrontiert werden?*

K. Tonekaboni: Auf der Website des No Hate Speech Movements (<https://no-hate-speech.de/>) findet sich der Verweis auf unseren „Helpdesk gegen Hate Speech“ (<https://neumediemacher.de/helpdesk/>) mit Infos zu „Vorher“, also bevor die Angriffe stattfinden: Wie kann ich mich vorbereiten? „Jetzt“, wenn es aktuell einen Angriff gibt: Da gibt es bspw. „Zehn goldene Regeln im Umgang mit Hass im Netz“. Und dann „Nachher“: Wo bekomme ich Hilfe, wenn ich zum Beispiel eine Anzeige erstatten will? Das Wichtige ist trotzdem: Natürlich kann ich als autonome Person etwas machen, um mich selbst zu schützen. Aber es ist keine individuelle Aufgabe, sondern es ist eine Aufgabe, die Redaktionen in ihrer Fürsorgepflicht für feste und freie Mitarbeiter*innen übernehmen müssen.

S. Mysorekar: Und ergänzend: Nicht einknicken – und damit rede ich hier von der Redaktionsleitung oder der Intendanz –, selbst wenn hunderte Zuschriften von Rechten kommen. Das sind oft Leute, die nichts anderes zu tun haben, als zu hetzen und Druck auszuüben – und es gelingt ihnen sehr gut. Da ist Zivilcourage gefragt, das betrifft die schweigende Mehrheit, auch die in den Redaktionen. Das darf nicht nur den NdM überlassen werden, da müssen alle dranbleiben. Nicht einknicken vor den Rechten, sonst haben wir verloren.

K. Tonekaboni: Das heißt jetzt nicht, dass Verlage oder Medienhäuser eine bestimmte Politik fahren sollen. Man kann natürlich über Themen diskutieren: Man kann darüber diskutieren, wie gegendert werden sollte oder wie man Migrationspolitik inhaltlich aufbereitet. Und da wünsche ich mir eine ernsthafte und durchdachte Auseinandersetzung. Aber die Systematik bestimmter Angriffe muss man sehen und ansprechen. Das ist wirklich – auch wenn es etwas pathetisch klingt – eine Gefahr für unsere Demokratie. Man muss den Mumm haben, sich hinzustellen und dagegen zu halten, und dazu brauchen wir die schweigende Mehrheit, die jetzt Position bezieht und sagt: „Ich stehe für die freiheitliche demokratische Grundordnung!“ Und die muss mit Leben gefüllt werden, damit sie für alle Menschen gilt – denn halbe Menschenrechte, die gibt es nicht.

Das Interview führten **Aycha Riffi** (Leitung Grimme-Akademie) und **Stefan Schröer** (Grimme-Akademie).



Die legendäre „Medienhelden-Wäscheleine“; Matthias Felling bei einer Fortbildung im Grimme-Institut.

Wo waren Sie, als Michael Jackson gestorben ist?

von Matthias Felling

Ich war im Grimme-Institut – zusammen mit Sabine Eder und rund 20 Teilnehmenden einer dreitägigen Fortbildung zum Thema Medienziehung in Familien. Wir haben in jeder Ecke Spielkonsolen aufgebaut, im Saal Kinderfernsehen geschaut und die neuesten Social-Media-Anwendungen ausprobiert (auch wenn manche davon eher kurzlebige Trends waren, wie z.B. schülerVZ oder Chatroulette). Wir sind eingetaucht in die medialen Lebenswelten Heranwachsender, um alltagstaugliche Antworten auf die Fragen von Eltern zu finden. Wir haben Räume geschaffen für kollegialen Austausch, um Methoden zu erproben und an der eigenen Haltung zu arbeiten.

Das Grimme-Institut ist der denkbar beste Ort für solche intensiven Fortbildungen – denn es hat eine inspirierende und geschichtsträchtige Atmosphäre; ist abgeschieden genug, dass alle Teilnehmenden auch abends vor Ort bleiben und sich einlassen

Matthias Felling, Medienpädagoge, Fachreferent Jugendmedienschutz und stv. Geschäftsführung AJS NRW (Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz NRW), langjährige Erfahrungen mit Fortbildungen für Fachkräfte, Eltern und Heranwachsende.

darauf, dass der persönliche Austausch Teil des Programms wird; und vor allem lebt es von der Initiative, der Wertschätzung und der Professionalität des Teams der Grimme Medienbildung, die diesen großartigen Raum eröffnen. Danke dafür, dass so viele medienpädagogische Fortbildungen stattgefunden haben und hoffentlich auch noch stattfinden werden!

Anlässlich des 50. Geburtstags gab es ein Netzwerktreffen mit vielen Teilnehmenden aus den verschiedenen Fortbildungen. Einige davon berichteten, dass die Tage im Grimme-Institut noch lange nachgehallt haben und prägend waren für die weitere Berufsbiografie. Und das hat weniger mit Michael Jacksons Tod zu tun.

Liebes Grimme-Institut – vielen Dank für die Gastfreundschaft und die wichtige Initiative in Sachen Medienbildung!



50 Jahre Bildung!

von Wolfgang Zielinski

Die Geschichte des Grimme-Instituts lässt sich auch als Bildungsgeschichte erzählen: 50 Jahre Erwachsenenbildung, 50 Jahre Medienkompetenzvermittlung, 50 Jahre Bildungspolitik. Im Zentrum nicht nur, aber immer wieder: das Fernsehen. Oder breiter: die Medien. Schon der Namensgeber Adolf Grimme – von Haus aus Pädagoge, Kulturpolitiker und erster Generaldirektor des Nordwestdeutschen Rundfunks (NWDR) – hatte im Fernsehen ein großes erzieherisches Potenzial erkannt und „pochte auf die [...] bildenden Aufgaben des Mediums“¹. Und so schwebte auch Bert Donnep, damals Direktor des Bildungswerkes der Stadt Marl, Anfang der 1970er die „Gründung eines Instituts zur Erforschung der Fernsehwirkung und zur Medienerziehung“² vor. Dieses sollte sich „mit Fernsehprogrammfor- schung, Seminarangeboten für Programm-Macher, mit der Medienerziehung für Pädagogen, Jugendliche und Erwachsene, der Einrichtung einer fachbezogenen Biblio- und Videothek sowie der Beurteilung von ‚regionalen Dritten Programmen mit bildungsintensivem Charakter‘“ befassen.³ Bereits seit 1964 wurde der vom Deutschen Volkshochschul-Verband (DVV) gestiftete Adolf-Grimme-Preis als bedeutende Auszeichnung

„Modellversuch im Bildungswesen“

für qualitativ herausragende Fernsehproduktionen vergeben. Und so ging es auch den Institutsgründern „nicht um diese kulturpessimistische Haltung gegenüber dem Medium Fernsehen, die sich ja wirklich in vielen Diskussionen auch heute noch immer wieder zeigt. Stattdessen [...] darum, die Chancen wahrzunehmen, die das Fernsehen bietet“.⁴

Ausgestattet mit einer Anschubfinanzierung des damaligen Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft ging das Adolf-Grimme-Institut also 1973 in Betrieb, um medientheoretische Bildungsarbeit zu leisten – als ein „Modellversuch im Bildungswesen“, wie Donnep es nannte.⁵ Zwar wurde auch die Verleihung des Adolf-Grimme-Preises aus der Arbeit der Marler VHS herausgelöst und ab 1977 vollständig dem Institut überantwortet – die Organisation des Preises stand in der ersten Geschäftsordnung jedoch an letzter Stelle. „Davor standen die Aufgaben, mittels Fernsehen Bildung zu initiieren und die Erwachsenenbildung zu qualifizieren, mit dem Fernsehen zusammen Bildungsprozesse in Gang zu setzen und zu unterstützen.“⁶

All das geschah, wie viele seither umgesetzte Projekte zeigen, mit großer Weitsicht hinsichtlich der Fragen, die gesellschaftlich und innerhalb von Bildungskontexten relevant wurden.

Nachdem bereits im Gründungsjahr ein „Gesprächskreis Medien“ zur Unterstützung der Fort- und Weiterbildungsangebote im Fernsehen ins Leben gerufen wurde, an dem in NRW das Institut, die Volkshochschulen und der Westdeutsche Rundfunk (WDR) beteiligt waren, beschäftigte sich das erste im AGI angesiedelte Projekt ab 1974 mit Elternbildung: Unter dem etwas sperrigen Titel „Soziales Lernen im Medienverbund“ wurden mediendidaktische Begleittexte zu TV-Sendungen wie die „Elternschule“, „Rappelkiste“ und „Kinder, Kinder“ erarbeitet. Projektbegleitend erschien die erste Ausgabe der Reihe „Hefte zur Medienpädagogik“. Es folgten zahlreiche Medienverbundprojekte. Die intendierte Funktion des Instituts als Schnittstelle zwischen Fernsehen und Weiterbildung übernahm ab 1976 im Rahmen der „wissenschaftlichen Dienstleistungen“ der Informationsdienst „agi-report“, der die Bildungssendungen der Fernseh- und Hörfunkprogramme auflistete und über Medienverbundprojekte informierte, sowie ab 1978 die Nachfolgepublikation „W&M Weiterbildung und Medien“, die zunächst als Beilage der letzten zwei Reportausgaben erschien, schließlich eine eigene Beilage erhielt: die „Mediendidaktischen Handreichungen“. Konkret stand die Nutzung des Fernsehens als Lehr- und Lernmedium im Vordergrund.

Mit den neuen Medientechnologien taten sich ab Anfang der 1980er Jahre auch neue Arbeitsfelder auf, in denen passende Bildungsansätze entwickelt wurden. Der Pressedienst „agiPRESS“ trat ab 1982 zudem Informations- und Kommunikationsdefiziten in der Weiterbildung entgegen. Das AGI entwickelte sich zu einem kulturpolitischen Zentrum, dessen Geschäftsbericht von 1983 die folgenden Arbeitsfelder auffächerte⁷:

1. Entwicklung und Erprobung von Modellen für die Zusammenarbeit von Erwachsenenbildung und Rundfunk,
2. wissenschaftliche Untersuchungen zu Fragestellungen aus dem Kontext von Medien und Erwachsenenbildung, insbesondere zur Medienpädagogik,
3. Durchführung praxisbezogener Medienverbundprojekte,



Leseplätze in der Eingangshalle des Bildungswerks Marl, 1955.

4. pädagogische und technische Beratung von Einrichtungen der Erwachsenenbildung in der praktischen Mediennutzung,
5. Sichtung des Fernsehangebots und Ermittlung von Sendungen, die für die Erwachsenenbildung geeignet sind,
6. Information der Erwachsenenbildungseinrichtungen über Medienangebote und über die Entwicklung der Medien sowie natürlich
7. die Aktivitäten rund um den Adolf-Grimme-Preis.

Das großgesteckte Thema „Fernsehen und Bildung“ spielte auch in der Entwicklung des Bürger- und Privatfunks eine entscheidende Rolle: So hatte die „Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems“ in Deutschland zur Ermöglichung privater Hörfunk- und Fernsehveranstalter bereits Ende der 1980er Jahre erste Vorschläge zur Implementierung von Bildungsangeboten gemacht bzw. auf deren Notwendigkeit verwiesen. Spätestens nachdem 1987 die Bundesländer den „Staatsvertrag zur Neuordnung des Rundfunkwesens (Rundfunkstaatsvertrag)“ unterzeichnet hatten und sich einzelne Sender relativ schnell gute Einschaltquoten sichern konnten, war klar: Das Monopol des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ÖRR) war gebrochen. Hier zahlte sich aus, dass sich das Institut bereits frühzeitig mit den Problemen des Bildungsfernsehens bzw. -hörfunks beschäftigt hatte und

konstruktiv-kritische Kontakte in alle Richtungen pflegte.

Projekte wie „Unsere Medien – Unsere Republik“ (1989), die „Bildbox für Millionen“ (2002) oder „Tele-Visionen“ (2011) erzählten die Geschichte der Bundesrepublik Deutschland entlang ihrer Mediengeschichte und lieferten attraktive und für die Erwachsenenbildung didaktisierte Zugänge, auf den Schulunterricht zugeschnittene Medienpakete wie „Let’s talk about Talk“ (2000) oder „schlagzeilen“ (zur Boulevardberichterstattung, 2005) flankierten die Angebote der Privaten wie auch des sich angleichenden ÖRR.

Ab 1991 begleitete das Projekt „Eine Welt für alle“ einen gleichnamigen Programmschwerpunkt der ARD-Programme, der zu einer Auseinandersetzung mit den globalen Fragestellungen von Umwelt und Entwicklung anregen sollte. In Kooperation mit der „Fachstelle für Internationale Zusammenarbeit des Deutschen Volkshochschul-Verbandes“ erarbeitete Grimme hierzu Angebote und stellte ein umfassendes Servicepaket zur umwelt- und entwicklungsbezogenen Bildungsarbeit zusammen. Thematisch auf das Programm in Rundfunk und Fernsehen bezogen sich auch zwei Projekte, die im Jahr 1994 starteten: „Rechtsradikalismus und Fernsehen“ mit der Analyse von TV-Beiträgen und die „Initiative Interkultureller Rundfunk“, die die Präsenz von Mitbürger*innen



Die Grimme Medienbildung bereitete die beliebten, aber auch umstrittenen Daily Talks der 1990er Jahre mit der Materialsammlung „Let's talk about Talk“ (2000) für die pädagogische Praxis auf.

anderer Hautfarbe und Herkunft in den Medien untersuchte. In dieser und der Tradition der früherer Bildungsprojekte, die sich für die Akzeptanz von Diversität in der Gesellschaft einsetzten, ging 1996 das Ausbildungsprojekt „On Air – Mehr Farbe in die Medien“ mit dem Ziel an den Start, die Sichtweisen und Interessen von Migrant*innen nicht länger in Nischenprogramme zu verbannen, sondern mehr multikulturelle Kreativität und Kompetenz in die Mainstream-Rundfunklandschaft zu bringen.

„Die ersten 25 [Jahre] waren vielleicht nicht immer einfach. [...] Die zweiten 25 werden schwerer.“⁸ schrieb Norbert Schneider, damaliger Direktor der Landesanstalt für Rundfunk NRW, 1998 anlässlich des 25-jährigen Grimme-Jubiläums. Im Jahr zuvor war das Institut nach 24 Jahren alleiniger Trägerschaft durch den DVV zur „gemeinnützigen Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH“ mit mehreren Gesellschaftern umgewandelt worden – stand dabei aber „in der Kontinuität der Arbeit der vergangenen 25 Jahre, die im Kern darin bestand, Kommunikation über die Rolle und Bedeutung der Massenmedien in einer demokratischen Gesellschaft herzustellen und zu organisieren.“⁹ Der Bildungsanspruch des Hauses wurde dabei noch einmal geschärft: „Die Entwicklung des Mediensystems bringt gerade für Bildung, Lernen und Qualifizierung eine Vielzahl neuer Herausforderungen und neuer Möglichkeiten mit sich. Dabei werden traditionelle Medienstrukturen überschritten [...]

und die Bildungsorganisation ‚entgrenzt‘ sich (zum Beispiel bei der Herausbildung neuer medialer Lernorte). Lernen und Bildung sehen sich somit nicht nur mit neuen Medientechniken und Medienangeboten konfrontiert, sondern mit der Genese einer völlig neuen Lern- und Kommunikationskultur.“¹⁰

Anfang der 2000er Jahre konzentrierte sich die Bildungsarbeit folgerichtig auf die Möglichkeiten des E-Learnings. Modellversuche im außerschulischen Bereich der Berufsbildung und der Projektverbund „LERNET – Netzbasiertes Lernen in Mittelstand und öffentlichen Verwaltungen“ loteten die Potenziale webgestützten Lernens aus und definierten tragfähige Rahmenbedingungen.

Nachdem mit dem „Medienpädagogischen Atlas NRW“ bereits 1997 eine zentrale Anlaufstelle für alle, die Informationen über medienpädagogische Einrichtungen und Akteure suchten, entstanden war, trugen Angebote wie das „Internet-ABC“ (2005) oder die „Initiative Eltern+Medien“ (2007), mit der bis 2019 mehr als 215.000 Menschen in mehr als 8.000 Einzelveranstaltungen erreicht wurden, Medienkompetenz in die Breite.

2010 wurde das seit 1997 ebenfalls in Marl ansässige Europäische Zentrum für Medienkompetenz (ecmc) auf das AGI verschmolzen. In diesem Prozess wurde aus dem „Adolf-Grimme-Institut“ das „Grimme-Institut“. Das ecmc bereicherte das

medienpädagogische Profil des Institutes, indem es zahlreiche Aktivitäten und Projekte wie das bereits 1998 gestartete Medienkompetenz-Netzwerk „mekonet“, die Schriftenreihe „Digitale Gesellschaft NRW“ oder den „Tag der Medienkompetenz im Landtag NRW“ einbrachte.

Mit dem Projekt „Mediencouts NRW“ (2012) setzte sich Grimme erstmalig mit den Herausforderungen der Peer-Education bei Jugendlichen auseinander. Zu den vermittelten Kenntnissen gehörten nicht nur das eigentliche themenspezifische Fachwissen, sondern auch Kommunikationstraining, Beratungskompetenz und soziales Lernen. Mit großem Erfolg: Das Projekt erreichte bis Ende 2017 fast 90% der Kommunen in NRW.

Schon seit 2014 widmet Grimme sich zudem einem Thema, das bis heute nichts an Brisanz verloren hat: der Hassrede im Netz. Was mit dem EU-Projekt „BRICKS – Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech“ begann, zieht sich wie ein roter Faden durch die Institutsarbeit. Auch das artverwandte Thema Fake News wird bei Grimme bearbeitet – zuletzt mit Lehr- und Lernmaterialien im Projekt „DINA Digitale Informations- und Nachrichtenkompetenz aktivieren“.

Gesellschaftliche, kulturelle und medienpädagogische Perspektiven auf das Kulturgut digitale Spiele standen im Zentrum von „Grimme Game“. Das Projekt leistete ab 2016 einen wesentlichen Beitrag zum zugehörigen Qualitätsdiskurs und arbeitete in Publikationen und Fachtagungen insbesondere die Bedeutung des noch jungen Mediums für Bildungsprozesse und Wissensvermittlung heraus.



Neugierig geworden? Dann besuchen Sie doch gern unseren Medienbildungshub! Unter www.medienbildungshub.de finden Sie nicht nur eine ausführlichere Version dieser kurzen Zeitreise entlang ausgewählter Projekte und Aktivitäten. Das Angebot versteht sich als Schnittstellen- und Diskursplattform, die tagesaktuell eine redaktionell betreute Auswahl der öffentlichen Diskussion zur Medienbildung strukturiert und zugänglich macht, in ausführlicheren Artikeln Themen aufgreift, die aus Grimme-Perspektive von längerfristiger Relevanz sind, sowie die (medien-)bildungsrelevanten Aspekte der Arbeit des Grimme-Instituts in seinen unterschiedlichen Bereichen bündelt und sichtbar und nutzbar macht. Zielgruppen sind Multiplikator*innen, Verbände, Träger und Institutionen im Bereich Bildung und Medienbildung sowie alle, die sich für Bildung und Medien interessieren.

- 1 Blöcher-Weil, Johannes: „Ein Christ muss Sozialist sein“, in: PRO Medienmagazin, abrufbar unter: <https://www.pro-medienmagazin.de/ein-christ-muss-sozialist-sein-das-ist-der-mann-hinter-dem-beruehmten-satz> (vom 26.08.2023, abgerufen am 28.08.2023).
- 2 Krueger, Juergen: Dokumentation über die Geschichte des Adolf-Grimme-Instituts Marl (entstanden als 1. Auflage im Rahmen des Insel-Arbeitskreises „In Stadtgeschichte denken“). Marl 2005, S. 12.
- 3 ebd.
- 4 Bayerischer Rundfunk, Alpha-Forum: Dr. Hans Paukens, Geschäftsführer des Adolf Grimme Instituts, im Gespräch mit Klaus Kastan (Sendung vom 28. Oktober 1999), als PDF-Manuskript abrufbar unter <https://www.br.de/fernsehen/ard-alpha/sendungen/alpha-forum/hans-paukens-gespraech100.html> (vom 17.11.2011, abgerufen am 09.08.2023), S. 3.
- 5 zitiert nach: Krueger (2005), S. 12.
- 6 Bayerischer Rundfunk, Alpha-Forum (Sendung vom 28. Oktober 1999), S. 2f.
- 7 siehe zum Folgenden: Krueger, Juergen: Geschichte des Adolf-Grimme-Instituts Marl, 2. Teil (Dokumentation im Rahmen des Insel-Arbeitskreises „Geschichtswerkstatt“). Marl 2010, S. 3.
- 8 25 Jahre Adolf-Grimme-Institut. Herausgegeben vom Adolf-Grimme-Institut. Sonderausgabe „grimme“ vom 29.10.1998, S. 18.
- 9 Krueger (2010), S. 29.
- 10 ebd., S. 30.

Wolfgang Zielinski arbeitet seit 2001 in der Grimme Medienbildung, die er seit 2016 leitet.

Perspektiven für die Medienbildung von morgen

von Harald Gapski

Medienbildung ist Bildung über, mit und durch Medien. Ihre jüngste Entwicklung verläuft entlang von Meilensteinen, deren Abstände voneinander aufgrund exponentieller Dynamiken der Leistungssteigerung immer kürzer werden. Abzulesen ist dies bei den digitalen Medien an den Maßzahlen für Rechenleistungen und Speicherkapazitäten und an den gesellschaftlichen Verbreitungsgeschwindigkeiten, die sich mit jedem neuen Medium beschleunigen: Während das Radio noch 38 Jahre benötigte, um 50 Millionen Hörer zu erreichen, brauchte das Fernsehen 13 Jahre, das Web 4 Jahre und ChatGPT nur 12 Stunden. Seit 2002 gibt es global mehr digital als analog gespeicherte Daten und das Datenvolumen wird sich zwischen 2022 und 2026 mehr als verdoppeln. Angesichts dieser Dynamiken und der Vielzahl neuer Apps und Gadgets in unserem Alltag, welche die gesellschaftliche Kommunikation grundlegend verändern, ja sogar mitgestalten, indem Bots und künstliche Intelligenzen „mitkommunizieren“ und „mitentscheiden“, kommt die Medienbildung nicht umhin, zeitgemäße Antworten zu geben. Denn sie hat einen Bildungsauftrag, in dessen Kern der medi-

Computers, ein Computerführerschein bescheinigt Fahrkompetenz auch auf der damaligen Datenautobahn. Wie viel muss ein Autofahrer (User) über die Funktionsweise des Motors (IT) wissen? Was ist das Pendant zur Fahrschule und wo lernt man Medienkompetenz? Gehört zur Medienkompetenz auch die begründete Nutzungsverweigerung eines neuen Mediums? Ähneln die Verkehrsregeln den Protokollen für den Datenverkehr oder den Netiquetten im sozialen virtuellen Miteinander? Ein weiterer Metaphernraum öffnet sich, wenn auch (medien-)ökologische Aspekte berücksichtigt werden: Bedeutet „digital detox“ auch, mal zu Fuß zu gehen – oder werden solche Optionen in Zeiten der Hyperkonnektivität des Internets der Dinge und des mobilen „always on“ zunehmend obsolet? Sind Fake News und Deepfakes der Smog in der digitalen Medienumwelt? Wie nachhaltig sind die Medien-, Informations- und Mobilitätstechnologien?

Die Medienbildung von morgen verbindet Medien-, Informations-, Daten-, Digital- und Algorithmenkompetenzen.

engebildete Mensch steht, der selbstbestimmt teilhat an dieser neuen digitalen Medienwelt und sich in ihr kritisch-reflexiv verortet. Im Kern geht es damit um weit mehr als um die Vermittlung von Anwendungskompetenzen – und gerade diese Feststellung sollte angesichts bildungs- und wirtschaftspolitischer Verkürzungen von Bildung besonders betont werden. Während die Idee der aufklärerischen Bildung bestehen bleibt, wandeln sich Gegenstände, Themen und Zugänge.

Um sich diesen Wandel, das Neue und das Zukünftige zu erschließen, sind metaphorische Redeweisen üblich. Als sprachliche Bilder bieten sie Vertrautes und ebenen gedankliche Wege in das Neue und Unvertraute. Eine schon seit Jahrzehnten häufig verwendete Metapher im Diskurs über den Wandel zur digitalen Welt ist das Auto in seinem Kontext: Autofahren entspricht der Bedienung eines

Eine ökologisch-systemische Sichtweise rückt die Wechselwirkungen stärker in den Vordergrund: zwischen dem Individuum am Steuer, den Technologien und den sozialen, kulturellen und natürlichen Umwelten. Heute stehen wir an einem Punkt, an dem diese Wechselwirkungen eine neue Qualität erreichen: Das Auto – das Medium selbst – beginnt „autonom“ zu werden. Worin besteht die Kompetenz des menschlichen Fahrers bzw. des Users, wenn das „Medium Auto“ datengestützt selbstständig den besten Weg von A nach B findet und dazu auch noch mit anderen vernetzten Autos „kommuniziert“?

Der Ingenieur Gottlieb Wilhelm Daimler war sich um 1900 sicher, dass die weltweite Nachfrage nach Kraftfahrzeugen eine Million nicht überschreiten wird – „allein schon aus Mangel an verfügbaren Chauffeuren“. Es kam anders. Wer sind heute die „Chauffeure“ in der Digitalität? Was müssen alle Mitfahrenden von morgen wissen, erkennen und können, um sich in der medialen Welt bewegen zu können?

Offensichtlich geht es um viel mehr als um etwas technisches Wissen und Anwendungskompetenzen. Der mediengebildete Mensch von heute ist sich bewusst, dass er in datafizierten und algorithmischen Umwelten lebt und hinterfragt, wie beispielsweise



Eine Bebilderung der Daten-Autobahn-Metapher, erzeugt von DALL-E 2 (OpenAI).

psychografisches Micro-Targeting, Überwachungsökonomie und Maschinenlernen bei der alltäglichen Social-Media-Nutzung zusammenwirken. Die Medienbildung von morgen verbindet Medien-, Informations-, Daten-, Digital- und Algorithmenkompetenzen und nutzt didaktische Anschlussstellen zur Informatik, Ökonomie, Politik, Psychologie und Ethik. Es gilt, bestehende Wissenbestände aufzubereiten und sie inter- und transdisziplinär neu zu verfugen, ohne dabei Bildung zweckrational zu verkürzen.

Im Grimme-Institut steht Medienbildung in Beziehung zu Qualitätsdiskursen, zur Medienqualifizierung, Forschung und Wissenskommunikation. In den vergangenen zehn Jahren konnten beispiels-

weise zu Big Data und KI viele Aspekte kritischer Medienbildung von morgen in Online-Lernmaterialien, Netzwerken, Gutachten, Positionspapieren, Veranstaltungen und Publikationen thematisiert werden. Hierbei kristallisierte sich eine besonders wichtige Funktion zukünftiger Medienbildung heraus: In Zeiten allgegenwärtiger technikzentrierter und datengetriebener Problemlösungen sowie digitalökonomischer Optimierungen sollten gerade solche Bildungsperspektiven an Bedeutung gewinnen, welche jenseits dieser totalisierenden Zugänge alternative Denk- und Handlungsweisen auf die Welt hervorheben. Mit dieser Offenheit kann der Komplexität zukünftiger gesellschaftlicher Situationen, in denen es um Freiheit, Nachhaltigkeit und Kreativität geht, besser begegnet werden.

Dr. Harald Gapski ist Leiter des Bereichs Grimme Forschung und war 2022/2023 Fellow am CAIS.



Fit für Demokratie – Medienbildung als wesentliche Herausforderung der Zukunft

von *Sascha Rex*

Volkshochschulen sind seit über 100 Jahren die unmittelbar zugänglichen Weiterbildungseinrichtungen in öffentlicher Verantwortung. Im Laufe dieser Zeit hat das Gemeinwesen deutlich gemacht, dass es Verantwortung für das lebensbegleitende Lernen übernimmt, zugleich nehmen dessen Einrichtungen ihre Verantwortung für die demokratisch verfasste Gesellschaft wahr. Oder wie es Dr. Ernst-Dieter Rossmann auf den Punkt gebracht hat: „Wir Volkshochschulen sind Kinder der Demokratie! Und Kinder verteidigen ihre Eltern.“

Gerade die deutsche Geschichte hat gezeigt, dass Demokratie die einzige Staatsform ist, die immer wieder neu gelernt werden muss. „Denn die Wahrnehmung von Grundrechten und die Funktionsfähigkeit des demokratischen Systems hängen von Bildungsvoraussetzungen ab, die nicht selbstver-

Allen Menschen die Möglichkeit zu verschaffen, sich selbst ein Urteil zu bilden und entsprechend zu handeln, ist der Grundantrieb für Erwachsenenbildung überhaupt.

ständig gegeben sind, sondern geschaffen und erhalten werden müssen“, so Prof. Andreas Voßkuhle beim Festakt „100 Jahre Volkshochschule“ in der Frankfurter Paulskirche. „Es sind gerade die vor Ort präsenten kommunalen Bildungsnetzwerke, die Bürgerinnen und Bürger unabhängig von Herkunft, Alter und sozialem Status zusammenbringen. Sie öffnen Türen für Bildungschancen und erlauben einen kritischen und informierten Blick auf die Welt.“

Dieser kritische und informierte Blick ist wichtig. Massenmedien können uns nicht nur neue Perspektiven vermitteln und unterhalten, sondern auch – wie wir in Vergangenheit und Gegenwart feststellen – missbräuchlich genutzt werden, um ein demokratisches System zu delegitimieren und Menschen zu manipulieren. „Vor diesem Hintergrund besteht ein spezifisches Bildungsziel darin, Menschen zu befähigen, mit Medien in einer Weise konstruktiv umzuge-

hen, welche ihnen Partizipations- und Gestaltungsmöglichkeiten bietet“, beschreibt das „Wörterbuch Erwachsenen- und Weiterbildung“ den Begriff „Medienkompetenz“.

Allen Menschen die Möglichkeit zu verschaffen, sich selbst ein Urteil zu bilden und entsprechend zu handeln, ist also der Grundantrieb für Erwachsenenbildung überhaupt. In diesem Sinne steht nahezu jede Form der Aneignung neuer Kompetenzen in einer Mediendemokratie im Zusammenhang mit einem mündigen Umgang mit diesen. Selbstverständlich wird Medienkompetenz im lebensbegleitenden Lernen aber auch im Konkreten vermittelt. In der Geschichte der Erwachsenenbildung finden sich immer wieder technologische Entwicklungen, die als neue Herausforderungen angenommen und im Rahmen spezifischer Angebote der Medienkompetenz aufgegriffen werden. Als ein besonderes

Beispiel hierfür steht die Gründung des Grimme-Instituts vor 50 Jahren durch den Deutschen Volkshochschulverband. Wenig bekannt ist, dass der Gründung eines Instituts für den kompetenten Umgang mit dem Massenmedium Fernsehen eine Entwicklung vorausging, die eng mit seinem Gründer Bert Donnepp und der VHS in Marl verbunden ist, die er seit 1949

leitete. Die Befähigung von Menschen in den „Arbeitsgemeinschaften“ seiner Einrichtung war ihm das wichtigste Anliegen. Aus der historischen Erfahrung heraus wollte er die Marler*innen befähigen, mit dem Medium Rundfunk eigenverantwortlich umzugehen, und einen eigenen Bürgersender gründen. Bereits Ende der 1950er Jahre zeichnete sich die wachsende Bedeutung des Mediums Fernsehen und eines verantwortlichen Umgangs mit diesem ab. Und so wurde der Marler Volkshochschulleiter zugleich zum „Fernsehreferent des DVV“, denn er sah eine wachsende Gefährdung der Erwachsenenbildung und fragte sich: „Zerstört das Fernsehen die älteren Formen menschlicher Verständigung und wird es zu einer Konkurrenz der Volkshochschule?“ Aus heutiger Sicht unvorstellbar, aber diesem neuen Medium und dem kompetenten Umgang mit ihm widmete der Dachverband der Volkshochschulen ab 1960 einen Informationsdienst „Volkshochschule



Informationsdienst „Volkshochschule und Fernsehen“: über 350 Ausgaben zwischen 1960 und 1980.

und Fernsehen“, der in über 350 Ausgaben zweiwöchentlich bis 1980 Impulse für die Medienkompetenzvermittlung gab.

Doch genug zu Erbe und Auftrag. Die Entwicklungen der sozialen Medien in den vergangenen Jahren haben aus vielen passiven Nutzer*innen nun auch Produzent*innen von Nachrichten gemacht. Da Grundlage jeder menschlichen Handlung ein kritisches Urteil bzw. die Einordnung von Informationen ist, muss diese Fähigkeit in einer immer komplexeren „Produzentenlandschaft“ mit Blick auf das Stichwort „Fake News“ neu gelernt werden. Die Vermittlung und Einordnung von wissenschaftsbasierter Kommunikation ist eine weitere Herausforderung. Die Corona-Pandemie oder auch der Klima-Wandel haben hier den Finger in die Wunde gelegt. Doch

wie steht es, wenn Informationen zukünftig durch Künstliche Intelligenz (KI) zusammengestellt oder wenn Wahrnehmungen beispielsweise durch Bildmanipulationen beeinflusst werden? Auf welcher Grundlage werden dann Entscheidungen für das eigene Handeln getroffen? Diese Entwicklungen treffen auf gesellschaftliche Herausforderungen, deren umwälzenden Transformationen viele Menschen mit Angst und Besorgnis entgegentreten und daher einfache, populistische „Wahrheiten“ bevorzugen.

Deshalb müssen wir heute – ähnlich wie die Gründer des Grimme-Instituts – Medienkompetenz als „Future Skill“ begreifen, wenn unsere Demokratie eine Zukunft haben soll.

Sascha Rex beschäftigt sich seit den 1990er Jahren mit der Vermittlung von Medienkompetenz, leitet die Stabsstelle „Grundsatz und Verbandsentwicklung“ im DVV und ist seit 2016 Juror beim Grimme-Preis.



Publizistische Interventionen

von Lars Gräber

Das bereits zur ersten Verleihung des Grimme-Preises eine begleitende Preispublikation erschien, kann eigentlich kaum überraschen (und sie erscheint noch heute zu Grimme-Preis und Grimme Online Award). Sie leitete eine mehr oder weniger kontinuierliche Publikationspraxis ein – mit dem „agi-report. Informationen über Medienverbund-Projekte und Bildungsprogramme in Hörfunk und Fernsehen“ (1975-1978) oder auch der Fachzeitschrift „W&M Weiterbildung und Medien“ (1978-1991), die abgelöst wurde durch die „agenda – Zeitschrift für Medien, Bildung, Kultur“ (1992-1997). Im Zuge dessen verschob sich der

In den 80er und 90er Jahren wurde der Qualitätsdiskurs über die Medien, vor allem über das Fernsehen, zwar häufig gefordert, faktisch aber eher in einem kleinen, überwiegend fachlichen Publikum geführt.

inhaltliche Schwerpunkt vom Komplex Weiterbildung und Medien mehr in Richtung Medien(kultur) kritik und Qualitätsdiskurs, korrespondierend zur Ausdifferenzierung der Medien selbst. Und es ging von printbasierten Medien, über Online- bis hin zu Audio-Angeboten heute – publizistische Interventionen in den Mediendiskurs.

„In den 80er und 90er Jahren wurde der Qualitätsdiskurs über die Medien, vor allem über das Fernsehen, zwar häufig gefordert, faktisch aber eher in einem kleinen, überwiegend fachlichen Publikum geführt. Da hatte das Institut über den Grimme-Preis hinaus eine gewisse Funktion.“ Es gab jedoch auch Medienkritiker*innen und -wissenschaftler*innen, die den Diskurs in seiner Wirkung überschätzten und sich auch von „Grimme“ mehr Einflussnahme wünschten. So erinnert sich Ulrich Timmermann, verantwortlich für das Referat Publikationen – und damit Chef für W&M, dann agenda – ab Mitte 1988 bis Mitte 1995. Im Mittelpunkt standen die Fragen: „Was ist heute Qualität und wie geht man mit dem gerade sich etablierenden kommerziellen Fernsehen und seinen programmlichen Hervorbringungen um?“

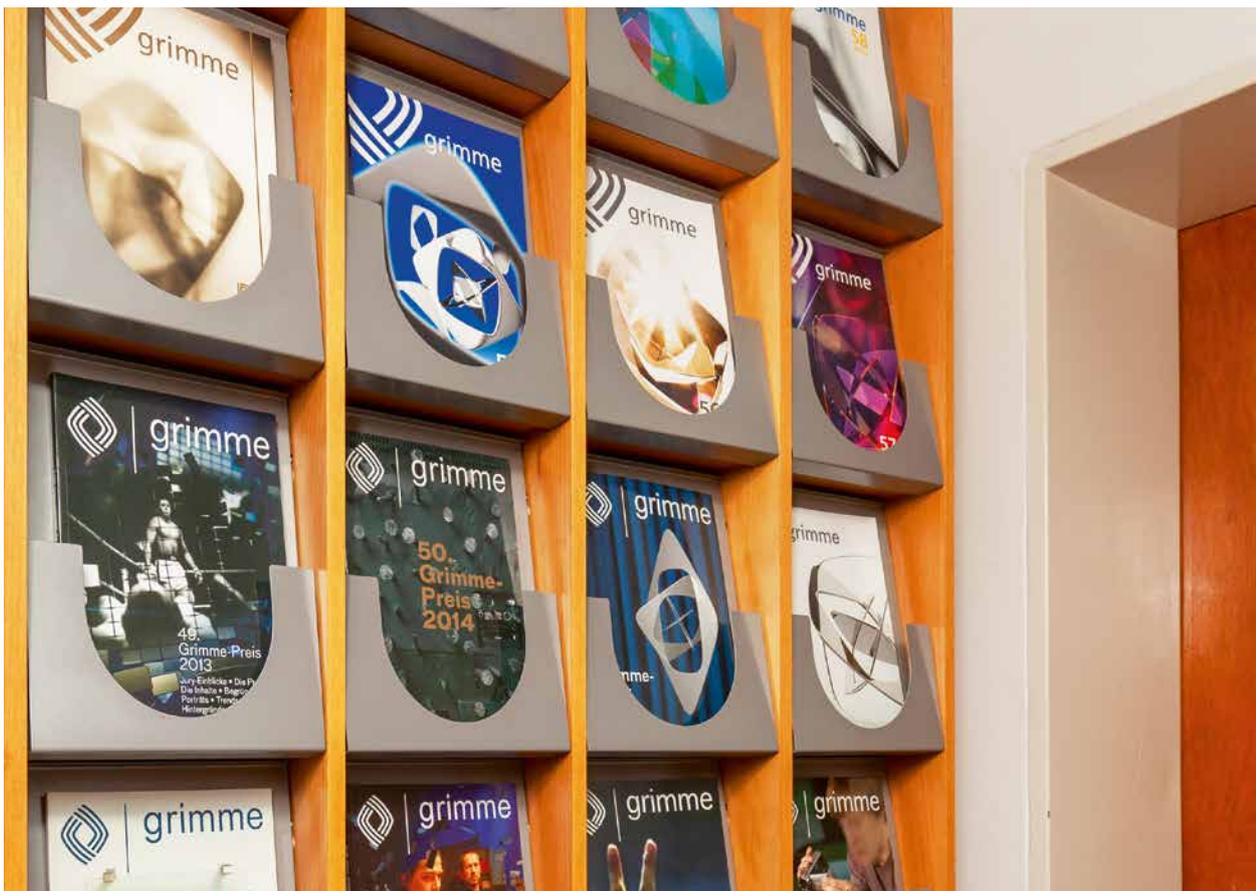
Was im Institut gedacht, entwickelt und publiziert wurde, nahm eine Fachöffentlichkeit durchaus wahr: „Die Debatte über Auftrag, Funktion und Qualität der Medien in die breite Öffentlichkeit zu bringen, ist allen daran Interessierten jedoch nur begrenzt gelungen“, so Timmermann selbstkritisch. Erreicht worden sei überwiegend ein gut ausgebildetes Nischenpublikum, das die Freiräume hatte, sich um solche auch damals bereits etwas exotischen Themen wie Medienqualität kümmern zu können.

Dabei ist es ihm immer wieder gelungen, prominente Autor*innen – wie etwa Roger Willemsen – trotz geringer Honorare engagieren zu können. Ein Grund dafür sei damals – so Timmermann – auch die öffentliche Wahrnehmung über die Institutsleitungen gewesen. Dadurch hatte das Institut einen guten Ruf, ohne dass viele so genau wussten: Was machen die eigentlich noch außer dem Grimme-Preis? „Grimme“ habe als moralische Instanz gegolten, unabhängig und öffentlich finanziert. Seine Veröffentlichungen fanden so eine sehr aufmerksame Wahrnehmung im kleinen, aber „feinen“ Kreise seiner Beobachter. Und: Das Level sei damals insofern höher gewesen, als dass komplexe Argumentationen zur Medienqualität skizziert werden konnten, ohne dass gleich nebenan zum selben Thema lautstark boulevardisiert worden sei. Es gebe heute nach wie vor sehr gute Publikationen zum Thema Medien und Medienkritik. Sie zu finden, sei

Ab Mitte der 2000er Jahre demokratisierte sich die Produktion von audiovisuellen Medien durch YouTube und Podcasts und personalisierte sich damit automatisch auch.

aber außerhalb der Fachöffentlichkeiten immer aufwendiger. Ein Aufwand, den sich wohl immer weniger Menschen leisten wollen ... oder können.

Das Netz – hier vor allem das Web 2.0, mit seiner Fähigkeit, jeden und jede zur Medienmacher*in werden zu lassen – setzte den Kontext: „Einige der früh erfolgreichen Blogs, am direktesten natürlich das ‚Bildblog‘, beschäftigten sich bereits mit Medien“, so der Journalist Alexander Matzke, der heute den



Grimme-Preis-Publikationen 2009 bis 2023.

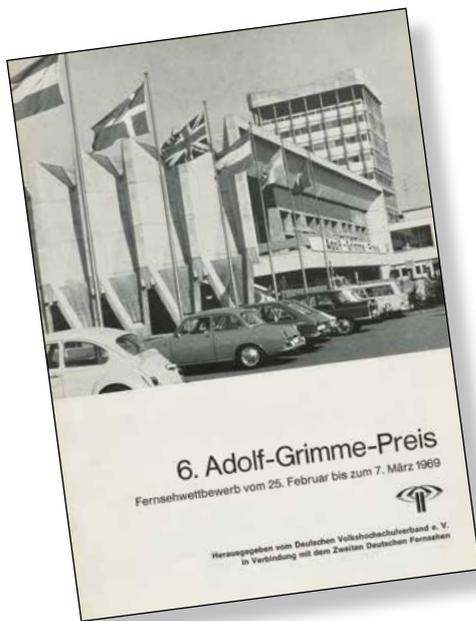
von Grimme-Institut und epd medien gemeinsam ins Leben gerufenen Podcast „Läuft“ produziert und moderiert. „Ab Mitte der 2000er Jahre demokratisierte sich einerseits die Produktion von audiovisuellen Medien durch YouTube und Podcasts und personalisierte sich damit automatisch auch. Andererseits sorgte die Verbreitung von sozialen Plattform-Netzwerken wie Twitter und Facebook, vor allem unter Journalist*innen und anderen Kommunikationsprofis, mit ihrer algorithmischen Sortierung dafür, dass vor allem solche Beiträge zu Prominenz gelangten, die starke Emotionen hervorrufen.“ Es habe also zunehmend Raum und Interesse gegeben, Medienqualität zu diskutieren, aber wahrscheinlich populistischer als zuvor. Matzkeit: „Auf Twitter findet sich mit Freude eine Gruppe zusammen, die jeden Sonntag den neuen ‚Tatort‘ aufs Korn nimmt und kommentiert, sich aber deswegen auch nicht stärker für größere Qualitäts-Debatten interessiert, wenn diese sie nicht direkt betreffen.“

Lars Gräber ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Pressesprecher des Grimme-Instituts (seit 2015). Abseits dessen ist er in der Grimme-Akademie und beim Grimme-Forschungskolleg an der Universität zu Köln aktiv.

Für „Läuft“, den Podcast, den er selbst mitgestaltet, sieht Matzkeit eine Position, die mit beiden Zeitaltern der Medienkritik in Verbindung steht. „Natürlich beugt sich das Format auch den Regeln des Online-Publizierens. Als Host stehe ich im Mittelpunkt und wir sind dazu übergegangen, die Programmkritik am Ende jeder Folge auf meiner Meinung aufzubauen, statt andere dazu zu befragen. Und wir versuchen natürlich, Themen und Gäste zu finden, die auch über ein Fachpublikum hinaus Hörende anziehen. Aber der Podcast bietet auch die Möglichkeit, mit Fachleuten über eher nerdige Themen der Programmqualität zu diskutieren und sie auf einer Bühne von gleicher Größe stattfinden zu lassen.“

Ungekürztes Interview mit Ulrich Timmermann
<https://link.grimme-institut.de/50Jahre/03/>





seit 1964

Programmbroschüre zum Adolf-Grimme-Preis

Bereits zur ersten Verleihung des Grimme-Preises erschien eine begleitende Zeitschrift, in manchen Jahren auch ein zur Verleihung erscheinendes Programmheft. Das Heft zum 6. Adolf-Grimme-Preis im Jahre 1969 beispielsweise umfasste den geplanten Ablauf (Musik – damals noch Klassik –, Grußworte, eine Rede des Wissenschaftlers, Fernsehmoderators und Preisträgers von 1965, Prof. Dr. Heinz Haber, Preisverleihung, Schlusswort, Musik), Informationen zu den Jurysitzungen und den Jurymitgliedern, das Wettbewerbsprogramm, Begleitworte, das Statut und eine Liste mit den Preisträger*innen der Vorjahre. Eine zweite Zeitschrift, die Dokumentation, berichtete von der Preisverleihung und umfasste u.a. die Begrüßungsworte, die Vorstellung der einzelnen Preise und Preisträger*innen sowie Bilder der Preisverleihung, Presseberichte zum Preis, die Erwähnung der ausländischen Gäste und Auszüge aus der Rede von Prof. Haber sowie weitere Reden zur Verleihung der einzelnen Preise.



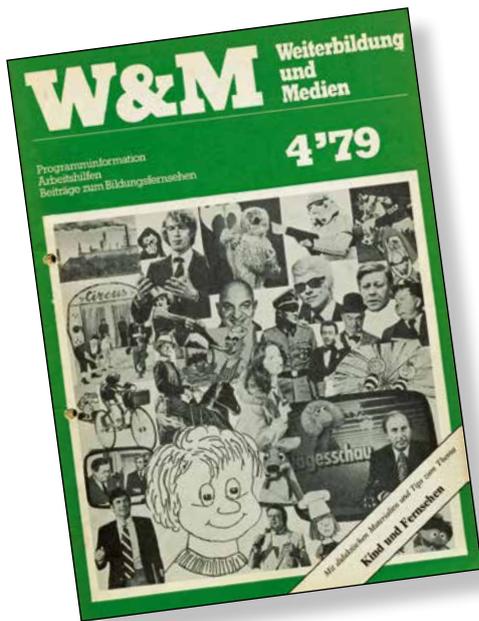
1975–1978

agi-report Informationen über Bildungsprogramme in Hörfunk und Fernsehen und Medienverbund-Projekte

Es gebe „keine zentrale Informationsmöglichkeit über Bildungsprogramme in Hörfunk und Fernsehen und keine Sammelstelle für Medienverbundinformationen“, beklagten sich u.a. die Rundfunkanstalten und die Bundesverbände der Erwachsenenbildung – und das Grimme-Institut suchte Fördermittel für ein solches Projekt. Dies gelang: Die erste Medienzeitschrift des Grimme-Instituts (es folgten einige weitere) erschien 1975 mit einer Nullnummer, eine Art Testballon, bevor sie von 1976 bis 1978 regel- und quartalsmäßig erschien. Auf ca. 60 Seiten listete der agi-report die Bildungssendungen der damaligen Fernseh- und Hörfunkprogramme auf und informierte über Medienverbundprojekte.

Grimme-Publikationen

Ausgewählte Beispiele aus 50 Jahren Publikationsgeschichte des Grimme-Instituts. Zusammengestellt / mit Beiträgen von Lars Gräßer, Annette Schneider, Michael Schnell, Thomas Tekster, Wolfgang Zielinski.



1978–1991

W&M Weiterbildung und Medien

Als Nachfolge des agi-reports erschien ab 1978 die Zeitschrift „W&M Weiterbildung und Medien“ – als Beilage des agi-reports gab es ein Jahr zuvor bereits zwei Ausgaben. W&M umfasste auf ca. 30 Seiten jeweils TV-Programmübersichten für die folgenden Monate, Fernsehbeobachtungen, einzelne Nachrichten zu den Aktivitäten in der Medienbranche (Veranstaltungen, Fundsachen u.a.) sowie Artikel zu verschiedenen Themen („Zur Diskussion“). Zudem gab es zumindest bis 1981 jeweils noch einen Einleger: die „Mediendidaktischen Handreichungen“, in der Ausgabe 4/1979 beispielsweise über den richtigen Umgang mit dem Fernsehen in der Familie. Ungewöhnlich: Ab 1988 konnte die W&M auch an ausgewählten Bahnhofs-kiosken erworben werden.



1981, 1983–1985

agi-press Presse- und Informationsdienst Bildung und Medien

Das ca. 20 Seiten starke und, nach einer Nullnummer 1981, ab 1983 zweiwöchentlich erscheinende Heft agi-press beinhaltete in seiner Ausgabe vom 1. Juli 1984 neben aktuellen Meldungen auch einen Artikel zum Thema „Medien/Jugendschutz“: Das Jugendschutz-Gesetz sollte geändert werden – von „Auswüchsen auf dem Videomarkt“, vor allem zu den „genannten ‚Horror-Kassetten‘“ ist die Rede. Es folgen ein kurzer Beitrag zum Grimme-Preis und Anmerkungen zum Fernsehprogramm.



1981–1991

W&M Materialien

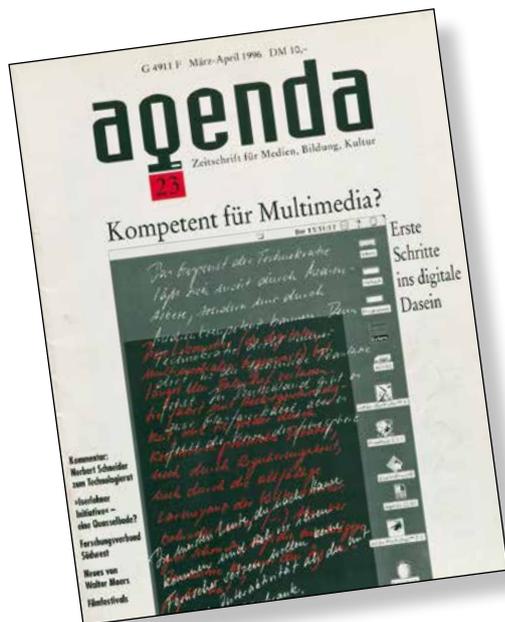
Zwischen 1981 und 1991 erschienen über 30 Einzelpublikationen, die sich mit den Möglichkeiten des Einsatzes von Medien in der Altenbildung, der Weiterbildung, der Alphabetisierung u.v.m. beschäftigten. Hierunter zählten beispielsweise das abgebildete, über 800 Seiten starke Buch über „Medientechnologien und Bildung“, ein Medienpaket Ökologie oder auch Arbeitshefte zu Dokumentarfilmen.



1989–1994

Unsere Medien – Unsere Republik

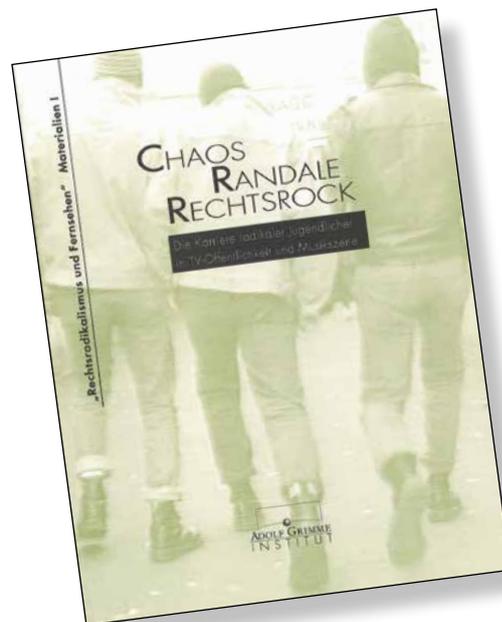
Die Medien berichteten, so vermerkt es der Jahresbericht des Grimme-Instituts von 1989, gerne über historische Begebenheiten, ihre eigene Geschichte bleibe jedoch oftmals außen vor. Aus diesem Grund sollte die Publikation „Unsere Medien – Unsere Republik“ die Mediengeschichte der Bundesrepublik nachzeichnen. Beleuchtet wurden – für die Erwachsenenbildung – Geschehnisse aus „Politik und Gesellschaft“, die Rolle der „Printmedien“, des „Rundfunks“, des „Films“ und schlussendlich auch die Erkenntnisse der „Medienwissenschaft“ (so die Unterkapitel der Ausgabe aus dem März 1990). 1991 folgte Teil 2 des Projekts mit dem Schwerpunkt „Deutsche Selbst- und Fremdbilder in den Medien von BRD und DDR“. Siehe hierzu auch die persönlichen Erinnerungen von Petra L. Schmitz in dieser Publikation.



1992–1997

agenda

Die Publikation „agenda“ löste 1992 die Zeitschrift „W&M Weiterbildung und Medien“ ab – weil der alte Titel zu stark mit dem Thema Medienpädagogik assoziiert worden sei und um zeitgemäßer zu wirken (Jahresbericht Grimme-Institut 1992). Alle zwei Monate informierte die über 60 Seiten umfassende Zeitschrift über Neuigkeiten aus der Medienszene und lieferte Themenschwerpunkte, wie z.B. „Kulturvermittlung im Fernsehen“ oder „Cyberzauber“ mit Gedanken über neue virtuelle Fernsehstudios und weitere neue Techniken. Die agenda erschien bis 1997, zwischendurch waren kleinere Änderungen zu verzeichnen: So hieß die Rubrik „Fax nach Mitternacht“ am Ende „Midnight Mail“.



1996

Rechtsradikalismus und Fernsehen, Materialien 1

Zu einzelnen Veranstaltungen erstellte das Grimme-Institut immer wieder auch Publikationen und/oder Medienpakete, in diesem Fall zum Thema „Rechtsradikalismus und Fernsehen“. Die Broschüre „Chaos, Randalen, Rechtsrock“ untersucht die verschiedenen Erklärungsmodelle der Printmedien für rechte Gewalt, geht auf die Jugendkultur und den Rechtsrock ein, beschreibt die Inszenierungen und Pädagogisierungen von Rechtsextremismus in TV-Spielfilmen und beleuchtet die Darstellung rechtsextremer Politiker im Fernsehen.



1997

Medienpädagogischer Atlas Nordrhein-Westfalen

Es begann mit einer Publikation, einem Nachschlagewerk inklusive einer CD-ROM, das Anlaufstellen für Medienbildung und -kompetenz in NRW sammelte und sich zu einem großen Vernetzungsprojekt entwickelte: von A wie „Aachener Filmhaus“ bis Z wie „Zweckverband Volkshochschule Rhein-Erft“. Mit der zunehmenden Nutzung des Internets und der Entwicklung des Web 2.0 trat der Vernetzungsgedanke verstärkt in den Vordergrund – und so wurde der Atlas zu einer nach unterschiedlichsten Kriterien durchsuchbaren Online-Datenbank, 2010 ergänzt um eine umfangreiche Datenbank medienpädagogischer Projekte in NRW, die das ecmc beisteuerte. 2011 wurde der MPA in das Medienkompetenzportal NRW der Landesanstalt für Medien NRW eingebunden und noch bis 2016 redaktionell durch das Grimme-Institut betreut.



1998

Internetauftritt des Grimme-Instituts

29. Januar 1998 – unter diesem Datum findet sich der erste Verweis des bekannten Website-Archivs „Wayback Machine“ auf die Website des Grimme-Instituts. Ein Jahr später wurde aus einem sehr schlichten HTML-Konstrukt eine Website, die das Online-Bild des Instituts für die Folgejahre prägen sollte. Institut, Akademie, Preis, Bildung, Zeitschrift und Service lauteten die Navigationsbuttons. Nur kurze Zeit später wurde der erste Grimme Online Award verliehen – siehe hierzu die persönlichen Erinnerungen von Friedrich Hagedorn in dieser Publikation.

Wenige Jahre später folgte ein Relaunch der Website – nicht der letzte. Oder besser: einer von vielen. Ende 2016 war es das letzte Mal so weit: Eine neue Website des fusionierten Grimme-Instituts ging online. Jetzt hießen die Navigationsbuttons Grimme, Institut, Medienpreise, Medienbildung, später kamen Forschung und Diskurs dazu. Die neue Website sollte die „eine für alle“ sein und die Fülle der Grimme-Aktivitäten online abbilden, barrierearm und einfach(er) in der Handhabung für die Redakteur*innen aus allen Bereichen des Instituts. Und natürlich: Sie sollte stabil laufen, schnell laden, gerade auch für die mobile Mediennutzung.

Es wird nicht die letzte „neue“ Website des Instituts gewesen sein, nicht der letzte Relaunch.



1998

grimme

Auf die Zeitschrift „agenda“ folgte ab 1998 die vierteljährlich erscheinende Zeitschrift „grimme“. Am 20. März 1998 wurde die erste Ausgabe herausgebracht – zusammen mit einem Sonderheft zum 34. Adolf-Grimme-Preis. Inhaltlich setzte man sich hier mit „Qualitätsfernsehen“ auseinander, Ausgaben zu „Sport im TV“ (2/1998), „Medien in der Krise“ (4/2001) oder „Wahlfieber in den Medien“ (3/2002) folgten – um nur einige Schwerpunkte herauszugreifen. Ab 2003 erschien die „grimme“ nur noch unregelmäßig (in Spezial-Ausgaben). Seit 2007 dienen Sonderhefte der „grimme“ als Preispublikationen zum Grimme-Preis und zum Grimme Online Award.

Neben einem – mehr oder weniger – themenfokussierten Magazinteil enthalten sie im Falle des Grimme-Preises Informationen zu den Nominierungen, den Preisträger*innen und Berichte aus den Juries sowie ein Interview zur besonderen Ehrung und deren ausführliche Begründung.

Noch „magaziniger“ ist die Preispublikation zum Grimme Online Award gestaltet: Selbstverständlich enthält auch sie Informationen zu den Nominierungen, den Preisträger*innen und Statements der Nominierungskommission und der Jury sowie einen Magazinteil zu einem speziellen Thema, welches jährlich wechselt.



2010

IM BLICKPUNKT

Im Jahr 2010 sind das Adolf-Grimme-Institut und das ebenfalls in Marl ansässige Europäische Zentrum für Medienkompetenz (ecmc) zu einer Institution verschmolzen. Seither firmiert das Institut als Grimme-Institut, Adolf Grimmes Vorname verschwand aus dem Institutsnamen und das ecmc brachte diverse Publikationen mit in die „Ehe“ – wie die 2006 gestartete Broschürenreihe „IM BLICKPUNKT“. Darin finden sich aktuelle Themen der Wissensgesellschaft kompakt und kurz aufbereitet. Die Reihe erklärt Begriffe aus der Welt der neuen Technologien, benennt Anlaufstellen und gibt Literaturhinweise. Ziel der Veröffentlichungen im Rahmen von „IM BLICKPUNKT“ ist es, Bürgerinnen und Bürgern in Nordrhein-Westfalen über Themen zu informieren, die ihnen in der durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien geprägten Gesellschaft täglich mehr und mehr begegnen. Die bislang letzte Ausgabe von 2018 beschäftigte sich beispielsweise mit Augmented und Virtual Reality.



2012

Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW

Seit 2012 erscheint die „Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW“. Auch hier werden aktuelle Entwicklungen und Phänomene einer immer digital werdenden Gesellschaft erläutert und kommentiert – in Buchform, wobei alle Ausgaben seit 2015 kostenfrei im Netz verfügbar sind. Zu Wort kommen namhafte Expertinnen und Experten aus Medienbildung und Medienwirtschaft, aus Theorie und Praxis, aus Kunst und Kultur, aus Initiativen und großen Einrichtungen. Ein interdisziplinärer Zugang steht dabei stets im Vordergrund. Themen sind unter anderem „Big Data und Medienbildung“ (2015), „Online Hate Speech“ (2017), „Spielend lernen!“ (2017), „Super-Scoring?“ (2021), zuletzt erschienen ist „Mediale Stimmwürfe – Perspectives of Media Voice Designs“ (2022). Alle genannten Ausgaben speisen sich dabei inhaltlich aus Forschungsprojekten des Ende 2014 gegründeten Grimme-Forschungskollegs an der Universität zu Köln.



2015

Grimme Game

Computerspiele sind als Taktgeber zeitgenössischer Medienproduktionen ab 2015 ein starkes und spannendes Thema für das Grimme-Institut: Objektive und qualitative Debatten werden von Ängsten und Sorgen einerseits, Leidenschaft und persönlicher Begeisterung andererseits überlagert. Und die Game Studies als interdisziplinäre wissenschaftliche Auseinandersetzung finden noch nicht den Weg aus dem Elfenbeinturm. Hier setzte die Arbeit von „Grimme Game“ an. Mit dem Angebot konnte die Grimme Medienbildung den bundesdeutschen Diskurs um digitale Spiele entscheidend mitprägen, indem sie gesellschaftliche, kulturelle und medienpädagogische Perspektiven auf das Kulturgut digitale Spiele bündelte, verschiedene Themengebiete auffächerte, Bildungspotenziale im schulischen wie außerschulischen Bereich auslotete und ein wissenschaftliches und medienpädagogisches Netzwerk aufbaute. Wir danken Denise Gühnemann, Dr. Benjamin Strobel, allen externen Expert*innen sowie dem Next Level Festival und der Fachstelle für Jugendmedienkultur für die fantastische Zusammenarbeit!



2016

Grimme-Lab

Das Grimme Lab ist das Long-Read-Format des Instituts. An diesem Ort gehen wir mit unseren Jahresthemen bewusst in die Tiefe und veröffentlichen in den jeweiligen Dossiers Beiträge, die viele Aspekte berühren und in denen wir auch diejenigen befragen, die sich mit dem jeweiligen Inhalt tatsächlich auskennen. Den Rahmen für unsere Themen, die oft etwas mit Stärkung oder Gefährdung von Demokratie zu tun haben, setzen die digitale Gesellschaft und ihre Akteure. Als Beispiel sei hier das Thema „Rechtspopulismus und die Verantwortung der Medien“ genannt, das wir nicht nur mit mehr als 25 Artikeln und Interviews veranschaulicht, sondern darüber hinaus mit zwei Veranstaltungen und einer Gesprächsreihe des Journalisten Georg Restle unter anderen mit medienpolitischen Sprecher*innen des Landtags NRW vertieft haben. Das aktuelle Dossier mit dem Titel „Wissenschaft und Medien“ wendet sich Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsjournalismus zu und verdeutlicht, wie sehr die kommunikative Teilhabe an Gesellschaft von verlässlichen Informationen und Einordnung abhängt und welche Rolle Wissenschaftler*innen und Journalist*innen dabei einnehmen.



2023

Podcast „Läuft“

Seit Jahresbeginn 2023 produzieren der Fachdienst epd medien und das Grimme-Institut einen gemeinsamen Podcast. Als mediale Programmschau werden Seh- und Hörtipps formuliert, aktuelle Fernseh-, Radio- und Streaming-Produktionen in den Blick genommen, ebenso wie Podcasts und besondere Webangebote. Daneben sind Preisentscheidungen und weiterführende medienpolitische Debatten Thema bei „Läuft“, also auch die „Programme“ und Programmatiken der Medienpolitik. In Gesprächen mit Kolleg*innen und Expert*innen untersuchen epd medien und Grimme-Institut zudem die Rahmenbedingungen, unter denen Qualität entstehen kann. Regelmäßig zweimal pro Monat, mit einer Länge von 20 bis 25 Minuten pro Folge, richtet sich „Läuft“ an Menschen, die sich für Medien und ihre Inhalte interessieren und zugleich einen vertiefenden Blick in die Branche schätzen. Host ist der Journalist und Podcaster Alexander Matzkeit, der für epd medien schreibt. Gelegentlich moderieren und produzieren auch Mitarbeiter*innen des Grimme-Instituts.



Perspektiven einer Fernsehstadt

Ein Interview mit Claudia Schwidrik-Grebe
und Uwe Frank Bauch

Marl zwischen Tradition und Entwicklung: **Claudia Schwidrik-Grebe** (Dezernentin für Schule & Sport, Kultur & Weiterbildung, Arbeit & Soziales und Jugend der Stadt Marl) und **Uwe Frank Bauch** (Leiter der Volkshochschule der Stadt Marl) über die Verbindung von Grimme-Institut, Volkshochschule und Marler Gruppe und der Identifikation der Bürger*innen mit dem Haus.

Woran denken Sie, wenn Sie an Grimme denken?

C. Schwidrik-Grebe: Natürlich denke ich zuerst an den Grimme-Preis. Ich habe in Marl eine langjährige berufliche Vergangenheit als Theaterleiterin und bin im Rahmen meiner Tätigkeit sehr schnell in Kontakt mit dem Grimme-Institut und der Veranstaltung des Grimme-Preises gekommen. Als ich 2001 meine Tätigkeit in Marl aufgenommen habe, war der erste Berührungspunkt dabei allerdings mehr die organisatorische und technische Abwicklung der Preisverleihung.

U.F. Bauch: Es geht sicherlich vielen Marlerinnen und Marlern so, dass sie direkt an den Grimme-Preis denken. Ich verbinde damit vor allem eine Diskussion um Qualitätsfernsehen, denn das ist ja auch im Sinne des Schöpfers des Grimme-Preises, Bert Donnep. Es geht um einen Qualitätsdiskurs über das Leitmedium Fernsehen. Fernsehen war zu der Zeit, als der Grimme-Preis initiiert wurde, das Leitmedium schlechthin. Das hat sich jetzt geändert. Aber ich finde, Grimme hat darauf gut reagiert, beispielsweise mit dem Grimme Online Award.

Was glauben Sie, woran die Marler Bürgerinnen und Bürger denken?

C. Schwidrik-Grebe: Das kommt sehr auf die Generation an, die man fragt. Diejenigen, die noch die Geschichte von Grimme und die Entwicklung der Volkshochschule in Marl in Verbindung mit Bert Donnep kennen, werden auf die Frage anders antworten als diejenigen jungen Bürgerinnen und Bürger, die sich eher auf die bekannten Gesichter fokussieren, die dann beim Grimme-Preis zu sehen sind, Stars und Sternchen aus dem Fernsehen. Um diese Wissenslücke zu schließen und die Geschichte des Grimme-Instituts wieder mehr ins Bewusstsein zu bringen, müssen wir mehr tun.

U.F. Bauch: Die Marler Bürger und Bürgerinnen verbinden mit dem Grimme-Preis sicher den roten Teppich und die Gala im Theater. Vonseiten der Volkshochschule versuchen wir aber natürlich auch über die Marler Gruppe den Qualitätsdiskurs, also alles was hinter dem Grimme-Preis steht, mehr in die Breite zu tragen. Wir möchten Schülerinnen und Schüler, also auch die junge Generation, wieder an solche Formate wie Grimme-Preis und die Qualitätsdiskussion im Fernsehen herantragen.

Schon 2018 feierten im Grimme-Institut Mitglieder und Ehemalige der „Marler Gruppe“ deren 50. Geburtstag.



*Warum braucht es den Preis der Marler Gruppe für die Relevanz des Grimme-Preises, der sonst ein Expert*innen-Preis ist?*

C. Schwidrik-Grebe: Erstens ist die Marler Gruppe ja ein Querschnitt des Publikums, das die Sendungen im Fernsehen zu Hause schaut. Aufgrund der Tradition und der Verwurzelung des Preises in Marl ist diese Gruppe unerlässlich. Zudem haben wir über die Volkshochschule in Marl eine lang gelebte Tradition, schwerpunktmäßig die Medien und ihre Entwicklung im Fokus zu halten, das heißt: In Marl ist die Arbeit der VHS und des Grimme-Instituts inhaltlich eng miteinander verzahnt. Dabei ist die Marler Gruppe ein ganz wichtiger Baustein, diese Tradition in die Zukunft zu tragen. Zudem haben Expertinnen und Experten tatsächlich oftmals einen anderen, sehr fachlichen Blick – die Marler Gruppe als diejenigen, die diese Arbeit nicht professionell machen, ist unbefangener und offen für andere Blickwinkel. Wäre der Grimme-Preis ein Preis, der ausschließlich von Expertinnen und Experten verliehen werden würde, wäre die Akzeptanz beim Publikum, nicht nur in Marl, sondern allgemein, nicht so groß. Klar, Expertinnen und Experten, die das Ganze inhaltlich füllen und flankieren, sind wichtig und richtig, aber ebenso wichtig ist diese Öffnung in die Bevölkerung bzw. in das Publikum.

U.F. Bauch: Letztendlich steht ja auch die Marler Gruppe in der Tradition dieser Idee der Medienkompetenz von Bert Donnep. Donnep wollte die Medienkonsumenten zu Medienproduzenten machen, einen Rollentausch vollziehen, um darüber Kompetenz zu erzeugen. In großen Teilen steht die Marler Gruppe für Medienkompetenz-erfahrung. Hier wird unter fachkundiger Moderation Fernsehen anders beleuchtet. Die Marler Gruppe steht für eine zuschauernahe Juryarbeit. Was uns besonders freut, ist, dass viele Mitglieder der Marler Gruppe junge Menschen sind.

C. Schwidrik-Grebe: Dass eben aus diesen Laien inspiriert durch die Jury-Tätigkeit gegebenenfalls auch Expertinnen und Experten werden, finde ich eine wunderbare Perspektive. Die Schülerinnen und Schüler aus der Gruppe gehen ins Land, zum Beispiel zum Studium, und haben ihre Erfahrungen aus der Jury im Gepäck, sie schauen anders Fernsehen – mitunter erwächst daraus die nächste Fachjury. Tatsächlich hat Marl ja einige prominente Beispiele in der Filmbranche hervorgebracht, die immer wieder mal nach Marl zurückkehren.

Man betreibt damit also auch eine Art Nachwuchsförderung.

C. Schwidrik-Grebe: Absolut. Das ist der erste Schritt, in die Medienbranche reinzuschmecken. So einen besonderen Blick auch hinter die Kulissen, wie wir ihn hier anbieten können, bekommt man ja nicht in jeder Stadt. Das ist etwas ganz Besonderes.

2023 ging der Publikumspreis der Marler Gruppe an die Produktion „Zum Schwarzwälder Hirsch – eine außergewöhnliche Küchencrew und Tim Mälzer“.



Was macht den Standort Marl für das Grimme-Institut und die Grimme-Preisverleihung so besonders?

C. Schwidrik-Grebe: In einer größeren Stadt wäre die Grimme-Preis-Verleihung eine Veranstaltung unter vielen ihrer Art im Medien- und Kulturbereich. Der Preis hat in Marl seine Wurzeln, hier hat er Tradition. Klar, wir sind keine große Stadt, aber Marl ist eine Stadt, die sich schon immer offen und mutig für besondere Entwicklungen und Ideen gezeigt hat. Eine dieser wunderbaren Ideen stammt von Bert Donnep. Der Grimme-Preis und das Grimme-Institut gehören einfach nach Marl. Hier kommt der Grimme-Preis her, hier gehört er hin. Aus meiner Sicht darf diese Verbindung zur Stadt nicht abreißen. Ganz wichtig ist, der Preis ist dadurch besonders und für die Region einzigartig.

U.F. Bauch: Das Grimme-Institut und der Grimme-Preis strahlen natürlich in die Arbeit der VHS hinein. Die Insel-VHS ist sehr aktiv im Bereich der Medienkompetenz, auch in Zusammenarbeit mit der Grimme-Akademie zu Themen wie Fake News oder Desinformation. Die Schulabschlusskurse produzieren gerade unter fachkundiger Leitung eine Reportage über den Zweiten Bildungsweg. Sie durchlaufen den Rollentausch von Konsumenten zu Produzenten, womit wir wieder bei einer der Grundideen von Bert Donnep wären. Im vergangenen Semester initiierte die Volkshochschule beispielsweise eine Veranstaltung über die Glaubwürdigkeit der Medien und warum die Glaubwürdigkeit gerade der Mainstream-Medien abnimmt. Dazu gewinnen wir viele Partner aus den unterschiedlichsten Medienbereichen, seien es Produzenten, Journalisten oder die Gewerkschaften. In der VHS gibt eine ganze Reihe von ständig laufenden Programmangeboten zur Medienkompetenzvermittlung. Als Volkshochschule fühlen wir uns dem Medienkompetenzansatz von Bert Donnep und dem Institut besonders verpflichtet.

C. Schwidrik-Grebe: Gerade die Veranstaltungen mit besonderem Medienbezug, das kann ich aus Erfahrung sagen, sind in Marl sehr interessiert besucht. Ich will nicht behaupten, dass sie woanders nicht auch gut frequentiert wären, aber hier haben sie einfach eine Tradition und hier haben sie einen hohen Stellenwert. Dies wird auch vom Publikum so gesehen und durch den Besuch dann entsprechend auch deutlich gemacht.

U.F. Bauch: Ich glaube schon, dass wir in Marl auch im Bereich der Volkshochschule ein Publikum haben, das an Medienthemen interessiert ist. Wir müssen uns da um die „Einschaltquote“ keine großen Sorgen machen. Sobald das im Programm steht, kann ich mich auch solide darauf verlassen, dass der Abend gut besucht ist. Ich glaube, das hat

auch damit zu tun, dass, wenn man sich vielleicht nicht direkt als Fernsehstadt versteht, es aber jedenfalls eine hohe Medienaffinität gibt.

C. Schwidrik-Grebe: Die Identifikation der Menschen mit der Stadt und dem Grimme-Institut ist eng. Diese Verbindung, diese Nabelschnur würde man tatsächlich kappen, wenn man die Grimme-Preisverleihung an einen anderen Ort bringt. Ich glaube, dass die Veranstaltung dann die besondere Bedeutung und Wahrnehmung verlieren würde. Auch der Deutsche Volkshochschul-Verband fühlt sich dieser Tradition verpflichtet und zollt dem durch die besondere Ehrung im Rahmen des Grimme-Preises seine Anerkennung.

Was wünschen Sie sich für die nächsten 50 Jahre Grimme-Institut und den Standort Marl?

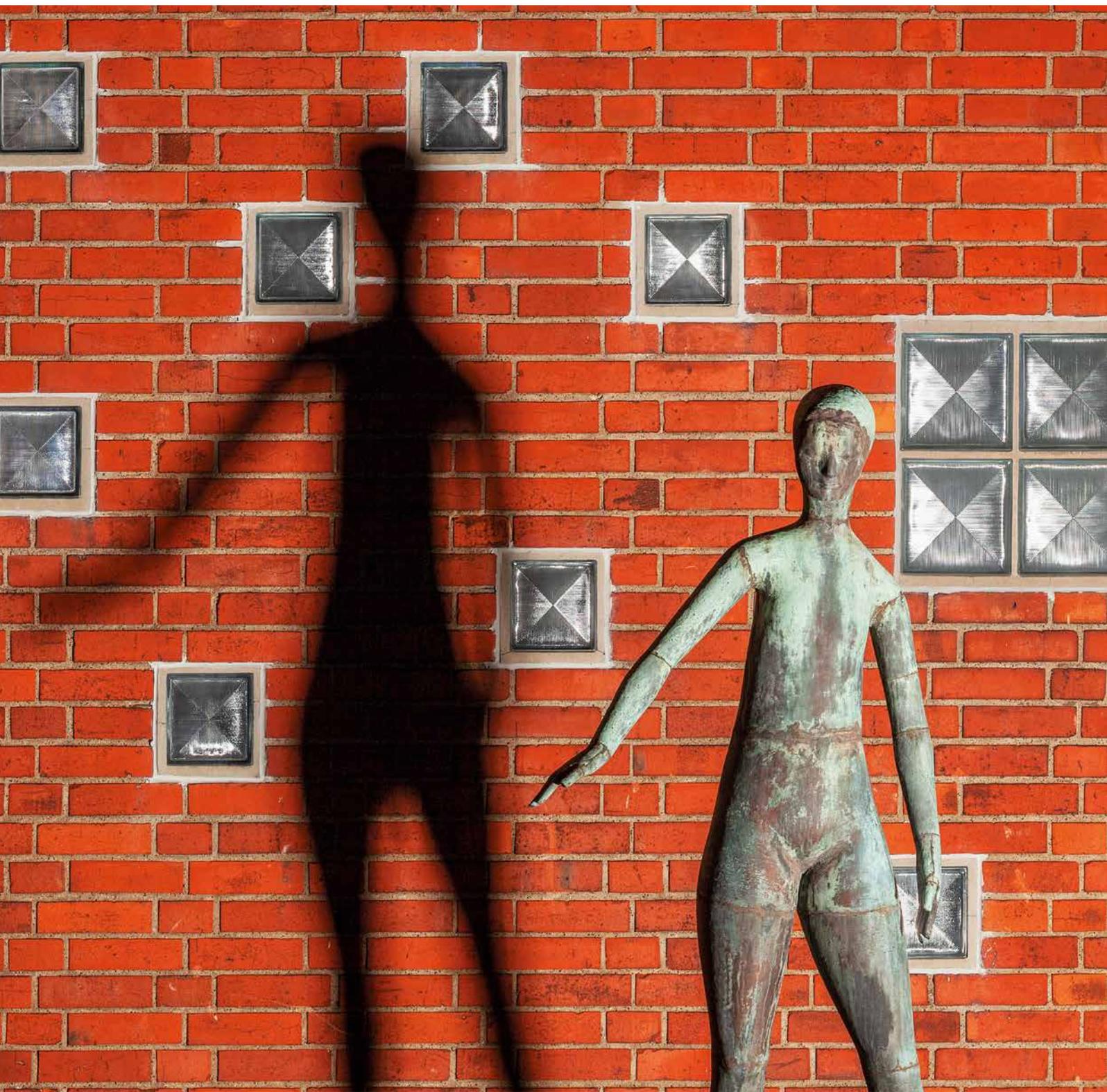
C. Schwidrik-Grebe: Ich finde es sehr wichtig, wieder mehr auf die Gesellschaft, auf die Menschen, besonders hier in Marl, zuzugehen. Man darf meiner Meinung nach nicht vergessen, dass das, was beim Grimme-Preis ausgezeichnet wird, für Menschen, für das Publikum gemacht ist. Hier wünsche ich mir einen intensiveren Diskurs. Natürlich ist der fachliche Diskurs elementar, aber die Rückkopplung zum Zuschauer, die müsste noch intensiver geschehen. Ich würde mir auch wünschen, dass wieder etwas mehr Publikum für die Aftershow-Party eingeladen werden kann, um in diesem Rahmen eben diese Rückkopplung mit den Bürgerinnen und Bürgern zu feiern.

U.F. Bauch: Für das Grimme-Institut und den Standort Marl habe ich eine eindeutige Wunschliste: Ich würde mir aus Sicht der Volkshochschule noch mehr Impulse und Kooperation in Richtung Medienkompetenz wünschen. Entsprechende Nachfrage ist in der gesamten Volkshochschullandschaft vorhanden. Und ich wünsche mir natürlich insgesamt eine Offenheit gegenüber solchen Anfragen. Wer weiß, wie sich Medien, Mediennutzung und Fernsehen noch weiterentwickeln? Und was müssen wir tun, um die Nutzerinnen und Nutzer kompetent zu machen? Das, finde ich, sind ganz spannende Fragen, die wir als VHS gerne im Bereich der Erwachsenenbildung diskursiv begleiten wollen. Ich wünsche mir eine engere Verbindung zwischen dem Mediendiskurs des Grimme-Instituts und den Bildungsmöglichkeiten der VHS-Landschaft. Das muss auch nicht in den nächsten 50 Jahren passieren, vielleicht lieber in den nächsten 5 Jahren.

Das Interview führte **Katharina Schmitz**. Sie ist derzeit Volontärin im Grimme-Institut; zuvor hat sie ihren Masterabschluss in der Fächerkombination Literatur- und Medienpraxis und Germanistik absolviert.



50 Jahre Grimme-Institut bedeuten nicht nur Geschichte und Tradition. Sie stehen auch für fünf Jahrzehnte Wandel und Veränderung. Das wird um so deutlicher in diesem Kapitel, welches sich mit der Institutsgeschichte auseinandersetzt und dem Versuch, eben diese Institutsgeschichte neu zu erzählen – als Jahrbuch, eine Art Chronik der Coronajahre, und als Multimedia-Reportage in und für das Netz, welche 50 Jahre Grimme-Institut in den Blick nimmt.



Geschichte und Wandel

Wie das Grimme-Institut wurde, was es ist

von Lars Gräßer



Dr. Peter von Rüden (Leitung 1974 – 1984)



Hans Janke (Leitung 1984 – 1989)



Dr. Lutz Hachmeister (Leitung 1989 – 1995)

Im Jahr 1964 wurde erstmals der vom Deutschen Volkshochschul-Verband (DVV) gestiftete Adolf-Grimme-Preis in Marl verliehen, benannt nach dem deutschen Kulturpolitiker und ersten Generaldirektor des Nordwestdeutschen Rundfunks.

Das Institut wurde 1973 gegründet: Auf Initiative von Prof. Dr. Bert Donnepp, Leiter des Marler Bildungswerks „die Insel“, verabschiedete der Vorstand des DVV am 25. September eine Geschäftsordnung für das Adolf-Grimme-Institut. Dieser ist zu entnehmen: Das Institut sollte – im Medienverbund – Modelle für die Zusammenarbeit zwischen Volkshochschulen und Fernsehen entwickeln, Veranstaltungen zur Qualifizierung der Erwachsenenbildung im Umgang mit Medien organisieren sowie Arbeitsgruppen zur Programmbeobachtung gründen und betreuen. Eine weitere Aufgabe bestand in der Vorbereitung und Organisation des bestehenden Fernsehpreises. Peter von Rüden wird am 2. September 1973 eingestellt und wenig später der erste Leiter des neu gegründeten Instituts. Weitere folgen.

Neben dem Qualitätsdiskurs lag bis Anfang der 1980er Jahre der Schwerpunkt der Institutsarbeit also in der Entwicklung von sogenannten Medienverbundprojekten, gemeint ist damit die Nutzung des Fernsehens als Lehr- und Lernmedium, also das Lernen „mit Medien“. Das Lernen „über Medien“ kam erst später hinzu. Ab 1983 öffnete sich das Institut weiter und bezog Presse und Hörfunk in seine Arbeit mit ein.

Ab 1990 prägte mehr und mehr der Forumsgedanke das öffentliche Engagement des Instituts. Neben dem Grimme-Preis sollten die Marler Tage der Medienkultur den Diskurs über Medien fördern. Seit 1996 engagiert sich das Institut mit der Gründung der Grimme-Akademie zudem in der Aus- und Fortbildung für die Medienbranche sowie in der Vermittlung von professioneller Medienkompetenz.

Fragen der Digitalisierung wurden immer wichtiger, was zur Jahrtausendwende in die Etablierung des Grimme Online Award einmündete. Der Grimme Online Award versteht sich – bis heute – als Qualitätspreis für Online-Publizistik und prämiiert deutschsprachige Online-Angebote, die sich an die allgemeine Öffentlichkeit richten. Mit der seit 2001 jährlich verliehenen Auszeichnung werden herausragende Formen und Entwicklungen öffentlicher

Kommunikation und Information im Netz geehrt, womit der Grimme Online Award Anbieter*innen und Nutzer*innen eine beispielhafte Orientierung für publizistische „Qualität im Netz“ bietet.

Im Jahr 2010 sind das Adolf-Grimme-Institut und das ebenfalls in Marl ansässige Europäische Zentrum für Medienkompetenz (ecmc) zu einer Institution verschmolzen. Seither firmiert das Institut als Grimme-Institut, Adolf Grimmes Vorname verschwand aus dem Institutsnamen – dem praktischen Sprachgebrauch folgend.

„Durch die Zusammenführung der beiden Institutionen wurde das Leistungsspektrum des Grimme-Instituts erheblich erweitert; die Arbeitsfelder Onlinekommunikation und Medienkompetenz haben an Umfang und Expertise hinzugewonnen. Durch die neue IT- und Design-Kompetenz im Hause konnten von nun an zahlreiche Online-Angebote eigenständig entwickelt werden“, erinnert sich Grimme-Direktorin Gerlach, zu der Zeit Vorsitzende der Medienkommission der damaligen Landesanstalt für Rundfunk NRW.

Seit der ersten Preisverleihung im Jahr 2010 begleitet und betreut das Grimme-Institut zudem die Arbeit der Auswahlgremien des Deutschen Radiopreises.

Mit der Gründung des Grimme-Forschungskollegs an der Universität zu Köln Ende 2014 wurde die praxisorientierte Forschung über Medien und Gesellschaft im digitalen Zeitalter dauerhaft(er) im Grimme-Institut institutionalisiert. Das Forschungskolleg ist eine gemeinnützige GmbH, an der das Grimme-Institut und die Universität zu Köln zu jeweils 50% beteiligt sind. Mit dem Grimme-Forschungskolleg kooperieren die Philosophische, Humanwissenschaftliche, Juristische und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät.

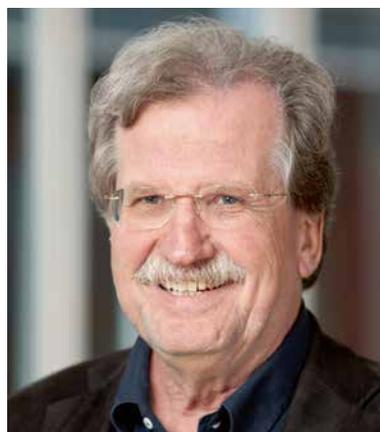
Der Grimme-Preis wurde im Jahr 2015 grundlegend reformiert und an das digitale Zeitalter angepasst, indem er sich für das Netz geöffnet hat. Der klassische Fernsehapparat hat damit zwar nicht ausgedient, ist aber als Verbreitungsmedium nicht mehr entscheidend für die Teilnahme am Wettbewerb. Das Spektrum der Angebote sowie der Anbieter hat sich seitdem deutlich erweitert. Im selben Preisjahr wurde außerdem die Kategorie „Kinder & Jugend“



Dr. Hans Paukens (Leitung 1995 – 2001)



Bernd Gäbler (Leitung 2001 – 2005)



Uwe Kammann (Leitung 2005 – 2014)



Dr. Frauke Gerlach (Leitung seit 2014)

sowie die Ehrung für besondere journalistische Leistungen eingeführt

Im Februar 2017 wurde das Center for Advanced Internet Studies (CAIS) in Bochum offiziell eröffnet. Gründungsgesellschafter des Zentrums sind die Universitäten Bochum, Bonn, Düsseldorf und Münster sowie das Grimme-Institut. Das CAIS hat sich seitdem zu einem Ort für die interdisziplinäre Erforschung des Internets für kreative Köpfe aus dem In- und Ausland entwickelt.

Seit 2015 sind neue interne Arbeitsstrukturen des Grimme-Instituts wirksam, sie dienen der Bewältigung der Anforderungen des erweiterten Aufgabenspektrums. Dazu zählt beispielsweise die Stärkung und der Ausbau des Mediendiskurses. Ein Instrument hierfür ist der Podcast „Läuft“, der seit 2023 gemeinsam mit dem Fachdienst epd medien produziert wird.

„Mit seinem Profil und seiner außergewöhnlichen Struktur ist das Grimme-Institut im deutschsprachigen Raum einzigartig“, so Grimme-Direktorin Gerlach. In den fünf Dekaden seines Bestehens habe sich das Grimme-Institut dabei stetig weiterentwickelt und verändert. Die Notwendigkeit, den tiefgreifenden Wandel der Medien sowie die Ausdifferenzierung von Öffentlichkeiten zu erfassen und in die Instituts-DNA zu integrieren, werde aber noch herausfordernder als die Bemühungen gestern und heute:

„Auch wenn wir aktuell noch nicht wissen, wie die Welt in 25 Jahren kommunizieren wird, so vertraue ich darauf, dass das Grimme-Institut auch dann noch für den unabhängigen, wertorientierten und wissensbasierten Diskurs über die Qualität von Medien stehen wird. Darin liegt das kulturelle Kapital der Institution, die wir in diesem Jahr feiern wollen – mit Veranstaltungen, Publikationen und anderen Aktivitäten.“

Lars Gräber ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Pressesprecher des Grimme-Instituts (seit 2015). Abseits dessen ist er in der Grimme-Akademie und beim Grimme-Forschungskolleg an der Universität zu Köln aktiv.



Ein Kämpfer in Marl.

Zur Aktualität des Werkes von Bert Donnepp

von Thomas Tekster

Das 1973 auf Initiative von Bert Donnepp gegründete Medieninstitut des Deutschen Volkshochschul-Verbandes, das – wie der 1964 zum ersten Mal verliehene Fernsehpreis – den Namen Adolf Grimmes trägt, war das Ergebnis einer exzeptionellen Lebensleistung. Dass es beide Institutionen heute noch gibt, hängt nicht zuletzt damit zusammen, dass Bert Donnepp die Klaviatur der Kultur- und Medienpolitik beherrschte, „hartnäckig, listenreich, diplomatisch“ (Friedrich-Wilhelm Hymmen) vorging und als Kämpfer und „Menschengewinner“ (Hans Janke) alle relevanten Akteure, zuvorderst den Marler Bürgermeister Rudi Heiland, mit ins Boot holte und dauerhaft an seine Projekte zu binden wusste.

Wer war der Mann, der seine Arbeit 1946 in einer Baracke an der Barkhausstraße begann und schließlich als „versierter Bildungsorganisator“ (Franz Pöggeler), als „Gremienfuchs und Konfliktvirtuose“ (Hans Janke) in Politik und Verwaltung, in den Rundfunkanstalten und Redaktionen, den Volkshochschulverbänden und Universitäten Verbündete und Allianzen für sein „Projekt mit dem Fernsehen“ suchte und fand?

Bert (Albert) Donnepp wurde am 22. April 1914 in Roßlau an der Elbe geboren und wuchs in einem sozialdemokratisch geprägten Elternhaus auf. Sein Vater Albert Julius Donnepp (1870-1958) galt als ausgezeichnete Verwaltungsfachmann und war bis zu seiner Amtsenthebung 1933 Bürgermeister von Roßlau. Nach dem Besuch des Goethe-Reform-Realgymnasiums in Dessau nahm Bert Donnepp an der Universität Leipzig das Studium der Psychologie und Pädagogik bei Theodor Litt sowie der Geschichte und Publizistik auf, dass er 1938 mit dem pädagogischen Staatsexamen abschloss. Bert Donnepp schätzte das demokratische Bildungsideal Theodor Litts, der bis zu seinem Tod regelmäßig Gast im Bildungswerk „die insel“ war.

Noch während seiner Schulzeit volontierte Bert Donnepp bei verschiedenen Tageszeitungen in Dessau und Roßlau und war freier Mitarbeiter der Mitteldeutschen Sender (Leipzig) und der Mitteldeutschen

Sportzeitung. Dabei wird ihn auch die Nähe zum Bauhaus mit seinem ästhetischen und demokratischen Gestaltungsanspruch beeinflusst haben. Von 1940 bis 1945 leistete Bert Donnepp Kriegsdienst. Nach seiner Desertion aus der Wehrmacht und der Entlassung aus amerikanischer Kriegsgefangenschaft wurde er 1946 als Lehrer beim Schulverband Marl eingestellt, aber schon im Herbst 1946 für den Aufbau der Volkshochschule Marl beurlaubt, die er bis 1948 nebenamtlich leitete. In diese Zeit fiel seine Mitarbeit der Organisation des ersten erwachsenenbildungnerischen Programms von April bis Juni 1946 im Südlager der Chemischen Werke Hüls. Er gab Bildungskurse und leitete die ersten Arbeitsgemeinschaften „Probleme der Zeit“ und „Publizistik“, zunächst ehrenamtlich, später nebenamtlich.

Als Direktor des Bildungswerks der Stadt Marl „die insel“ (1949-1979) hatte Bert Donnepp die Erwachsenenbildung herausgeführt aus den „stillen Kammern der Innerlichkeit“ mit dem Anspruch, „die

Es ist das Verdienst von Bert Donnepp, die Volkshochschulen in eine Partnerschaft mit den Rundfunkanstalten geführt zu haben.

öffentliche Meinung weit über den Ort hinaus mitzuprägen“ (Franz Pöggeler). Die „insel“ wurde zum „öffentlichen Ereignis“ (Franz Pöggeler), zu einer Marke, die nach allen Richtungen gesellschaftliche und politische Diskurse anstieß und kultivierte. Auch die Organisationsform der „insel“, die Vernetzung von Volkshochschule, Stadtbücherei, Lesesaal/Informationszentrum, Medienarchiven und Filmarbeit auf kommunaler Ebene, war damals wegweisend und spielt aktuell bei der Frage, was Kulturinstitutionen den Menschen gemeinsam anbieten können, wieder eine große Rolle. Es ist das Verdienst von Bert Donnepp, die Volkshochschulen in eine Partnerschaft mit den Rundfunkanstalten geführt zu haben, die gegen eine bildungsbürgerliche Geringschätzung des Fernsehens als „Idiotenlaterne“ anzukämpfen hatten und deshalb die auf gegenseitiger Anerkennung beruhende kritische und zu-

die insel

Eine Ausstellung
von
Fari Shams
und Arne Schmitt

27.10.2019
— 1.3.2020

Der Vordenker sozialer Medien war ein Marler!



Dr. Bert Donnepp
@ Direktor_des_Bildungswerks

Skulpturenmuseum
Glaskasten

Creiler Platz
45768 Marl

Eröffnung:
27.10.2019, 12 Uhr

Di–Fr 11–17 Uhr,
Sa–So 11–18 Uhr



Skulpturenmuseum
Glaskasten Marl

WDR 3

STIFTUNGSKUNSTFONDS

Das Grimme Institut
Marl



weilen auch konfliktträchtige Zusammenarbeit mit den Volkshochschulen zu schätzen lernten. Die Idee des Fernsehpreises, „Meinungen und Wirkungen in der Öffentlichkeit zu erzielen“ (Bert Donnep), ist bis auf den heutigen Tag aktuell und hat die Medienkultur der Bundesrepublik Deutschland nachhaltig geprägt.

In der bleiernen Zeit der Adenauer-Ära gerieten die in Marl geführten Diskurse schnell unter den Verdacht der Einseitigkeit und Linkslastigkeit. Das Schlagwort von der „roten Insel“ machte die Runde. Dass die „Insel“ Demokratietarbeit leistete, sozial und gemeinschaftsbildend wirkte, wurde geflissentlich übersehen. Bert Donnep hatte früh erkannt, dass die freiheitliche Demokratie von Voraussetzungen

Bert Donnep hatte früh erkannt, dass die freiheitliche Demokratie von Voraussetzungen lebt, die sie zu einem wesentlichen Teil selbst mitgestalten kann und muss.

lebt, die sie zu einem wesentlichen Teil selbst mitgestalten kann und muss. Er hatte kreative Räume für Laien geschaffen, die dazu einluden, den eigenen geistigen Horizont zu erweitern und die historische, politische und ästhetische Urteilskraft zu schulen. Die dort geleistete Bildungsarbeit spiegelt sich auch in der Architektur des „Insel“-Gebäudes, das Bert Donnep in enger Zusammenarbeit mit dem Architekten Günther Marschall als einen offenen und nach allen Seiten lichtdurchfluteten Bau im Stil der klassischen Moderne konzipierte und 1955 bezog. Der kritische Umgang mit Presse, Rundfunk und Fernsehen wurde nicht nur theoretisch vermittelt, sondern durch eigene publizistische Arbeit praktisch eingeübt. Erinnerung sei an den Marler Fernsehbeitskreis, den 1950 ins Leben gerufenen Filmklub, die 1951 gegründete Zeitschrift „Marler Monat“, eine von Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Volkshochschule Marl gestaltete Monatszeitschrift, oder die Idee eines Marler Stadtsenders, über den die Marlerinnen und Marler eigenständig Rundfunkbeiträge veröffentlichen sollten. Die Erwachsenenbildung in Marl bot vielfältige Möglichkeiten, sich mit der Arbeit und Wirkungsweise der Medien aus-

einanderzusetzen, Fernsehstudios zu besichtigen, Volontariate bei Rundfunkanstalten und Fortbildungen in der Rundfunkschule des NWDR zu absolvieren oder mit Fernsehexpertinnen und -experten aus den Funkhäusern und Redaktionen zu diskutieren. All dies sollte persönlichkeitsbildend wirken, politisch mündig und immun machen gegen den Einfluss demagogischer Propaganda, die den Untergang der Weimarer Republik beschleunigt hatte und deren Zeuge Bert Donnep in seinen Jugendjahren geworden war.

Dass der Fernsehpreis schließlich nach Adolf Grimme benannt wurde, lag nicht zuletzt an dem ausgeprägten demokratischen Sendungsbewusstsein seines Initiators, der das Neue mit dem Bewahrenswerten, die demokratische Volksbildung mit dem christlichen Volkshumanismus Adolf Grimmes zu verbinden suchte.

Völlig zu Recht und sehr zutreffend haben Fari Shams und Arne Schmitt Bert Donnep augenzwinkernd als den Vater der sozialen Medien bezeichnet, der die damaligen Medien so benutzt habe, wie wir heute Twitter, Facebook oder Blogs nutzen. Er hielt die „Insel“

im Gespräch, platzierte, wo es ging, Meldungen, schüttelte viele Hände, teilte Informationen und pflegte 20 Jahre lang die Fachkorrespondenz „Volkshochschule und Fernsehen“, eine Fundgrube über die Fernsehbeiträge der Volkshochschulen in ganz Deutschland und den Einfluss des Fernsehens auf die Gesellschaft.

Was Bert Donnep anlässlich der Verleihung des Allgäuer Friedenspreises an Inge Aicher-Scholl 1987 über sie schrieb, galt auch für seine Arbeit: Sie habe „oft gewarnt vor dem Versponnensein der Menschen in eigene, enge Grenzen. Die einen würden von ihren eigenen Interessen geblendet, die anderen seien so in den Geleisen einer geistigen Richtung festgefahren, dass sie die Not des Lebendigen nicht mehr bemerkten.“

Im Andenken an die Verdienste von Bert Donnep benannte die Stadt Marl im April 2014 das alte „Insel“-Gebäude, heute Sitz des Grimme-Instituts, in „Bert-Donnep-Haus“ um. Sein Nachlass wird zurzeit im Rahmen eines von der DFG geförderten Projekts erschlossen.

Thomas Tekster, Bibliothekar und wissenschaftlicher Mitarbeiter im Grimme-Institut, beschäftigt sich mit Fragen der archivischen Überlieferungsbildung im Kontext der Erschließung der Bestände des Grimme-Preises. Zurzeit erschließt er im Rahmen eines von der DFG geförderten Projekts den Nachlass von Prof. Dr. Bert Donnep.





So gehen die Jahre ins Land ...

von Georg Jorczyk und Annette Schneider

Das aktuelle Grimme-Jahrbuch umfasst erstmals drei Jahre. Denn der Beginn dieses Jahrzehnts ist auch im Grimme-Institut geprägt von den Veränderungen, die uns die Pandemie beschert hat. Im Rückblick auf diese nicht allzu weit zurückliegende Vergangenheit können wir zu unserer Zufriedenheit (und nicht geringen Überraschung) sagen: Das haben wir gut hinbekommen.

Einen Eindruck der Fülle dessen, was wir zwischen 2020 und 2022 gemacht haben, kann man in unserem Grimme-Jahrbuch erhalten: Auf knapp 170 Seiten haben wir unsere Projekte und Veranstaltungen, Publikationen und Qualifizierungen in dieser Zeit abgebildet – zum ersten Mal auch im digitalen Flipbook-Format anzusehen.

Nachdem wir die Werkschau dreier Institutsjahre vollendet haben, lag es selbstverständlich auf der Hand zu sagen: 50 Jahre bekommen wir auch noch hin ... Dies, verbunden mit dem Anliegen, als Medieninstitut auch etwas Interaktives ins Jubiläumsprogramm aufzunehmen, führte auf nicht immer direktem Weg (vielen Dank an unseren IT-Administrator Jan Richert fürs Suchen und Testen und Unterstützen!) zu einem Longreadformat mit Texten und Multimedia-Elementen, mit einem Wort: zu einer Grimme-Scrollytelling-Geschichte.

Am Anfang war das Wort. Wenn möglich: präzise und korrekt. Möchte man die Geschichte des Instituts zusammenfassen, sollte man sie kennen. Also begann alles mit einer intensiven Recherche – und einer Standleitung zu unserer Grimme-Preis-Archivkollegin Sibylle Backmann / zu unserem Grimme-Preis-Archivkollegen Thomas Tekster in Münster.

Über den tränenreichen Prozess, die Fundstücke auf einen formattauglichen Umfang zu kürzen, schweigen wir an dieser Stelle ebenso wie über die teils quälende Suche nach Urheberschaft. Entstanden ist aber, auch wenn wir an der einen oder anderen Stelle auf etwas verzichten mussten, eine – nun ja – doch recht umfangreiche Zeitreise in Bild und Ton durch die Grimme-Geschichte, inklusive der Zeit davor sowie eines Blicks in Gegenwart und Zukunft.

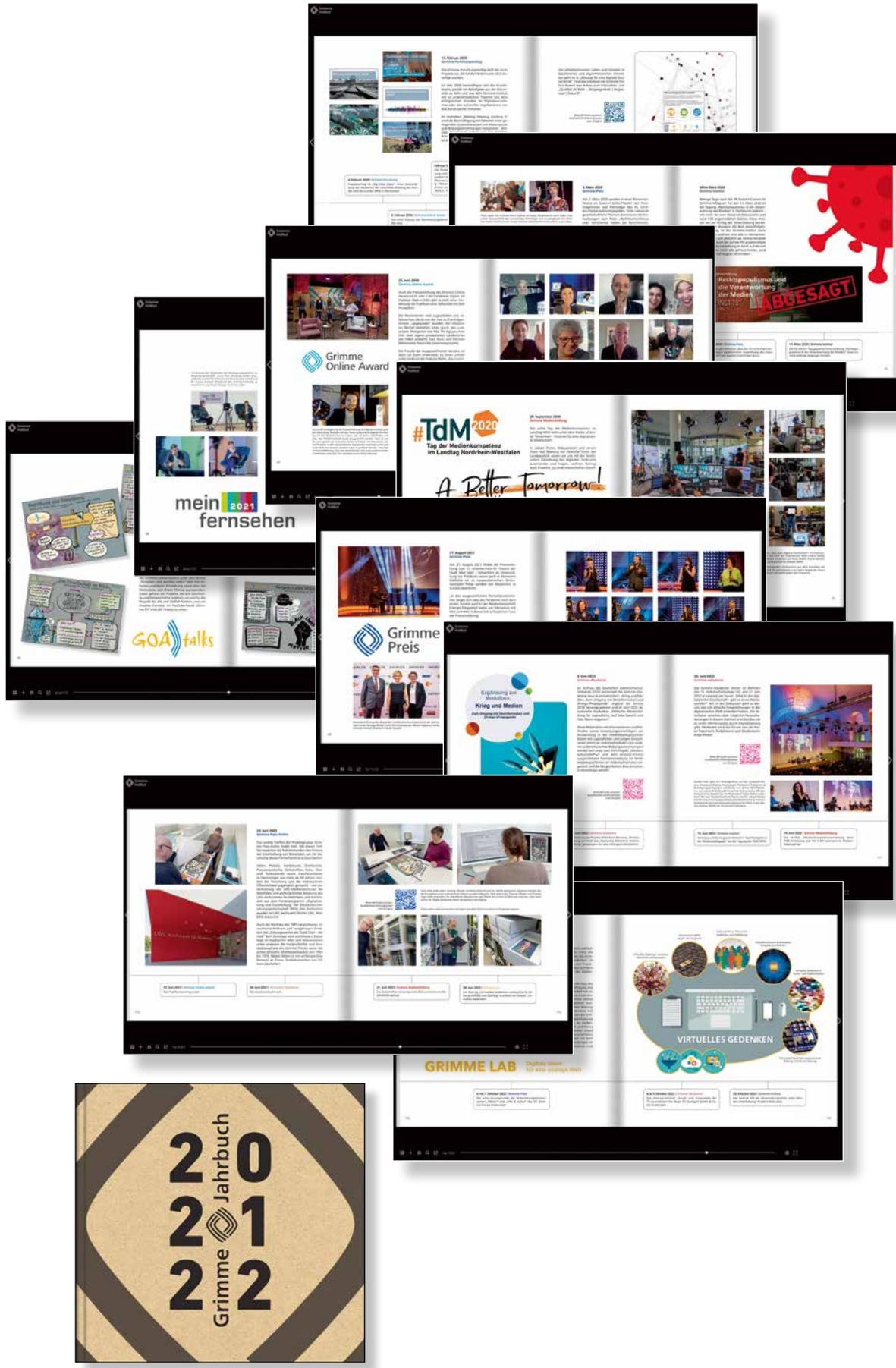
Wir wünschen eine gute Reise.

50 Jahre Grimme-Institut

<https://link.grimme-institut.de/50Jahre/01/>

Grimme Jahrbuch 20·21·22

<https://link.grimme-institut.de/50Jahre/02/>







Erinnerungen

Vergleichsweise besonders

von Norbert Schneider

TV-Chef*innen und TV-Produzent*innen, die jeden Morgen auf die Quoten warten, reagieren auf die Frage nach der Qualität ihrer Produkte zurückhaltend. Erfolg ist für sie primär eine hohe Quote. Und sie stellen Gegenfragen: Was soll das überhaupt sein – Qualität? Wer definiert sie? Beschwört, wer auf Qualität pocht, am Ende nur das *Selbstgefühl eines Gespenstes, das noch nie jemandem erschienen ist* (Stanislav J. Lec)? Ist das Wort „Qualität“ Robert Gernhardts ironischer Spitaltrost für Minderheiten: *Die große Menge wird mich nie begreifen, die Pfeifen?*

Das mag so sein. Doch der Kern der Aversion gegen die Qualitätsfrage ist nicht die Frage der Definition, sondern der Irrtum, dass Quantität und Qualität für Gegensätze gehalten werden. Tatsächlich gibt es keine Quantität *ohne mehr oder weniger* Qualität. „Ich will euch“, sprach der sterbende Winzer zu seinen Söhnen, „ein Geheimnis verraten: Man kann Wein auch aus Trauben machen.“ Er wollte damit

Es genügt nicht, das Grimme-Institut einfach hochleben zu lassen. Es muss anschließend auch weiterleben können.

sagen: Es macht keinen Sinn, Quantität ohne Qualität zu denken – und zu produzieren. Pure Quantität gibt es ebenso wenig wie pure Qualität. Es sind die Trauben, die unter den tausend Weinen das *vergleichsweise Besondere* ausmachen. Quote und Qualität können deshalb sehr wohl den Bund fürs Publikum schließen.

Doch man kann die Qualität eines Weines nur schmecken, nicht messen. Das vergleichsweise Besondere an TV-Programmen ist *unermesslich*. Man kann es nur im Produkt finden, auf eine Art, die man in Marl Jahr für Jahr praktiziert hat, suchend, erwägend, entscheidend – basierend auf der Annahme, dass Qualität immer einen zeitlichen, finanziellen, gesellschaftlichen Kontext hat, nichts Absolutes ist, nichts Objektives, aber eben doch durch kompetente Kritiker gut bestimmbar. Jahr für Jahr hieß das Ergebnis: Es gibt unter den gewöhnlichen Gutsweinen die Hochgewächse, die Spätlesen, die Eisweine. Die mit den hundert Punkten.

Und nun? Braucht nicht auch dieses Institut mit seinem Preis nach fünfzig Jahren, was heute jeder ankündigt, der auf sich hält – einen Paradigmenwechsel? Einen Neu-Start? Einen unique selling point? Einen Markenkern?

Wenn es schon um einen Markenkern geht, dann um den von gestern: *das Suchen und Finden einer Qualität der Medien mit Hilfe einer professionellen Medienkritik*. Sie ist in einer Mediengesellschaft nicht der Schnee von gestern, sondern auch das Wasser für morgen.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk glaubt, Erfolg habe nicht, wer Vieles *zeigt*, sondern wer Viele *erreicht*. Seit der Neoliberalismus mit seinem *large of scale* auch diesen Rundfunk infiziert hat – wie Krankenhäuser, Universitäten oder Volksparteien –, seither verdrängt die Performance mehr und mehr die Relevanz und Prominenz die Exzellenz. Talkshows hatten einmal einen Namen. Heute haben Namen

eine Talkshow. Das *Verbreiten* von Information erscheint wichtiger als das *Vermitteln*. *Nur nicht langweilen?* Dafür hat man Intendant*innen, die nicht durch Qualität, durch den Gehalt ihrer Arbeit auffallen, sondern durch die Quantität ihrer Gehälter. Dabei muss dieser Rundfunk sich

nicht vermarkten, muss seine Mittel nicht erwirtschaften, muss keine Gewinne machen. Ihm droht Inkompetenz, aber keine Insolvenz. Er verliert oder er gewinnt mit seinem Programm. Um dieses Programm, um die Trauben zu prüfen, braucht es auch in Zukunft professionelle, unabhängige Sommeliers: Medienkritiker*innen für unbezahlbare Juries. Denn bei fünfzig und mehr TV-Preisen macht die Jury den Unterschied.

Doch genau dies könnte zum Problem werden. Juries wie in Marl wird es immer weniger geben, je mehr eine Kritiker-Generation, Frau für Mann, abtritt und der Nachwuchs für diese Disziplin leidet, auch, weil immer mehr Blätter ihre Medienseite abschaffen. Diese Lücke wird nicht durch das Nacherzählen der Talkshow von gestern oder die regelmäßigen Annoncen der neuesten Netflix-Serie geschlossen. Auch wenn Fernsehkritik nicht dasselbe hohe Ansehen hat und nicht besonders gut bezahlt wird – sie ist keine Fingerübung für Journalist*innen mit freier Zeit, sondern eine Spezialdisziplin der Literaturkritik. Man muss sie lernen. Man muss den Stoff beherrschen.



Ein Blick ins Magazin des Stadtarchivs Marl: Mit dem Grimme-Preis ausgezeichnete Produktionen.

Eine Möglichkeit, einem Fachkräftemangel abzu-
helfen, wäre – der Vorschlag ist nicht neu –, das
Grimme-Institut in eine „Stiftung Medien“ zu ver-
wandeln, mit festangestelltem Personal, das sich
professionell mit Medienqualität befasst.

Doch wer soll das bezahlen? Ein(e) reiche(r) Deut-
sche(r) könnte von einem Medienpolitiker überre-
det werden, die Mittel für die ersten Jahre aufzu-
bringen. Und das Land könnte dann übernehmen.
Wo ein Wille ist, ist immer auch ein Geld. Das Institut
könnte den Namen des Sponsors tragen. Das wäre

– auch Rockefeller war Kapitalist – nicht die allent-
halben praktizierte Kommerzialisierung von Kultur.
Nicht nur die Quantität hat einen qualitativen, auch
die Qualität hat einen quantitativen Kern. Es genügt
nicht, das Grimme-Institut einfach *hochleben* zu las-
sen. Es muss anschließend auch *weiterleben* können.
Der Hochgewächse wegen.

Prof. em. Dr. Norbert Schneider war 1993 bis 2010 Di-
rektor der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-West-
falen (LfR), die seit Juli 2018 Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM NRW) heißt, und langjähriges
Mitglied der Gesellschafterversammlung und des Auf-
sichtsrats des Grimme-Instituts.



Marler Einsichten

von Petra L. Schmitz

„Unsere Medien – Unsere Republik“ hieß 1989 der Beitrag des Grimme-Instituts zum 40-jährigen Bestehen der Bundesrepublik. Waren bisher in den Grimme-Bildungsprojekten Medien vor allem Träger von Inhalten, so waren sie jetzt Objekt der Erforschung. Innerhalb von zweieinhalb Jahren sollte das deutsche Mediensystem aus Presse, Fernsehen, Hörfunk, Film, Telekommunikation in seinen Dimensionen Inhalte/Programme, Technik, Wissenschaft und Politik für die Erwachsenenbildung nachvollziehbar dargestellt werden.

Die Ergebnisse versammelte ein „Medienpaket“ mit einer Heftreihe zu Schlüsseldaten der Medien-geschichte, einer vierteiligen Fernsehserie und mit der Dokumentation von Zeitzeugen-Hearings. Die neuen Mitarbeiter*innen, der Medienjournalist Norbert Weigend und ich, machten sich auf den täglichen Weg in die westfälische Provinz nach Marl, wo es nur einen S-Bahn-Anschluss und einen (Sonder-) Landeplatz für Flugzeuge in Marl-Loemühle gibt, es blieb nur das Auto. Die abseitige Lage hatte dem Renommee des Instituts als Ort unabhängiger Expertise für die Qualität des deutschen Fernsehens nicht

*Ein Credo des Instituts war und ist, dass Medien zur Bildung ihrer Nutzer*innen stets beitragen und dass für ihre sinnvolle Nutzung zugleich Kompetenzerwerb nötig ist.*

geschadet. Und so unterstützten namhafte Fachwissenschaftler*innen und Medienpraktiker*innen mit ihren Beiträgen das ambitionierte Projekt.

„1949: Ein großes Angebot“ hieß das erste Heft und die Artikel beschrieben die Politik der Westalliierten, die mit der Lizenzpresse ab August 1945 und dem Aufbau von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den drei Zonen Grundzüge der bis heute geltenden Medienordnung festlegten. Die Medien sollten, das war der politische Hintergrund, der Demokratisierung und Reorientierung der Deutschen nach dem Ende des fatalen NS-Regimes dienen und sie sollten nie mehr der Übernahme durch Parteien und Regierungen ausgeliefert sein.

Der gesetzliche Ausgestaltungsprozess zog sich durch die Jahre, in denen die Politik in Landespresse-

und Rundfunkgesetzen – und heute in Medienstaatsverträgen – garantiert, dass sie sich aus der Programmgestaltung und der Kontrolle von Presse und Rundfunk selbst herauszuhalten hat. Diese Spannung erwies sich als permanentes Konfliktfeld und betraf die Verteidigung der Presse- und Rundfunkfreiheit und Machtkämpfe zwischen Bundes- und Landesgesetzgebung, die zugunsten der föderalen Medienordnung ausgingen.

Die Wirkung neuer Technologien und das sich ändernde Nutzungsverhalten waren ebenfalls Thema. Der stetig steigende Medienkonsum als Teil des Modernisierungsprozesses der jungen Republik lieferte wohl die tiefer liegende Motivation, Medien-geschichte für die Erwachsenenbildung zu erschließen. Ein Credo des Instituts war und ist, dass Medien zur Bildung ihrer Nutzer*innen stets beitragen und dass für ihre sinnvolle Nutzung zugleich Kompetenzerwerb nötig ist. Ein Kerngedanke, der für die Massenmedien Internet und Social Media aktueller ist denn je.

Kaum waren die ersten Zeitzeug*innen der Gründungsphase befragt, die ersten Hefte erschienen, da holte der aufregende Umbruch in der DDR ab Ende 1989 das Projekt ein. Es war aus westdeutscher Perspektive gestartet, es hatte gelegentlich den Blick nach Osten gewandt, zum Beispiel bei der Frage des Frequenzausbaus in West wie Ost. Spiegel der realpolitischen Vorgänge war ein Zusatzheft mit dem prophetischen Titel „1989: Grenzenlose Aussichten“

und schließlich ab Ende 1991 ein neuer Teil 2 von „Unsere Medien – Unsere Republik“. Teil 2 sollte die Mediengeschichte der DDR, in der Medien als partei- und staatsnahes System völlig anders funktionierten, nachzeichnen, unter einer neuen Fragestellung. Im Mittelpunkt standen die wechselseitigen Beziehungen zwischen beiden Gesellschaften, die aus bewusster Abgrenzung und Ignoranz bestanden hatten (Werner Weidenfeld). Als gegenseitigen „Wahrnehmungsverzicht“ hatte das der Schriftsteller Uwe Johnson in den 60er Jahren bezeichnet. Die historische Spurensuche nach den „Selbst- und Fremdbildern in den Medien von BRD und DDR“ war die neue Perspektive des Projekts, das Projektteam verstärkte der Medienwissenschaftler Rolf Geserick.

Kurz nach der Maueröffnung gab es Ideen, eine dritte Länderkette mit den Frequenzen des Deut-

schen Fernsehfunks zu etablieren und ein eigenes Gesetz zu formulieren für ein jetzt staatsfernes Mediensystem. Die DDR-Journalist*innen leisteten auf einmal glaubwürdige Aufklärung in eigener Sache, die man vorher nie für möglich gehalten hatte. Bald machten der Einigungsvertrag und ein Rundfunküberleitungsgesetz deutlich, dass die ARD mit zwei neuen Sendern und das ZDF sowie die private Pressewirtschaft aus dem Westen in den neuen Bundesländern alleine agieren würden. Die ostdeutschen Rezipient*innen, die zuvor den westdeutschen Medien alles geglaubt hatten, fühlten sich von ihnen nicht mehr repräsentiert. Fehlende Regionalkompetenz und die stereotype Präsentation der neuen Bundesländer als Problemregionen (Wolfgang Mühl-Benninghaus) führten zur Enttäuschung. Die Entfremdung gegenüber den Westmedien wirkte fort und stellt sich heute als Herausforderung für die Wahrnehmung und den Bestand der Medienordnung im gesamten Deutschland dar.

Mit einer CD-ROM zur Mediengeschichte zogen auch im Grimme-Institut die digitalen Medien ein, die für Bildungszwecke immer beliebter wurden. Die „Bildbox für Millionen“ konzentrierte sich nicht nur auf Fernsehgeschichte, sondern erforderte für die non-lineare und verlinkte Darstellung eine konzeptionelle Neuorganisation aller Materialien und Texte, die mit Hilfe von Kooperationspartnern bewältigt wurde.

Konzeption und Produktion dieser CD-ROM fanden schon parallel zu meiner Tätigkeit bei der Dokumentarfilminitiative im Filmbüro NW statt, in der es um

die Analyse der Vielfalt und der Facetten dokumentarischer Bilderproduktion geht. Dabei entstehen Ansprüche an die Qualität des Fernsehens und des Kinos durch die Definition des Dokumentarfilms als essentieller Methode von Wirklichkeitsrepräsentation.

Die stetige Diskussion um die Qualität des Fernsehprogramms ist der Markenkern des Grimme-Instituts. Sie folgt der Einsicht, dass es primär das Programm und die Breite des Angebots ist, das die Existenz der Rundfunksender und der Rundfunkgebühr legitimiert. Diese Einsicht prägt auch meine derzeitige Mitwirkung im Rundfunkrat des WDR. Dessen Mitglieder sind wie nie zuvor aufgefordert, die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die Entfremdung gegenüber den Westmedien wirkte fort und stellt sich heute als Herausforderung für die Wahrnehmung und den Bestand der Medienordnung im gesamten Deutschland dar.

mitzugestalten. Dabei ist für mich klar: Es gilt den Kern des „großen Angebots“ aus der Nachkriegszeit in das digitale Mediensystem der Gegenwart zu transformieren. Dabei sind die Demokratiestärkung und die Orientierungsleistung der Medien für die Allgemeinheit und seine Staatsferne gesetzlich zu garantieren und von den Sendern in der täglichen Berichterstattung und der Programmproduktion umzusetzen.

Petra L. Schmitz leitete bis 2020 die Dokumentarfilminitiative im Filmbüro NW (Köln). Zuvor Projektarbeit im Grimme-Institut, u.a. Konzeption und Redaktion der „Bildbox für Millionen“, einer CD-ROM zur Fernsehgeschichte. Mitarbeit im Kulturrat NRW, seit 2016 Sprecherin der Sektion Film/Medien. Mitglied des WDR-Rundfunkrats seit Dezember 2016.





Zwei bis drei Liebeserklärungen und eine Kritik

Ein Interview mit den ehemaligen Grimme-Mitarbeiterinnen
Heidi Weinert und Katrin Bernsmann



Heidi Weinert (Foto links; während einer Grimme-Preis-Verleihung) arbeitete 30 Jahre lang im Grimme-Institut, davon 20 Jahre als betreuende Sachbearbeiterin für den Grimme-Preis. **Katrin Bernsmann** (Foto unten; im Interview mit der Fernsehmoderatorin Bärbel Schäfer) war ab 1997 zunächst in diversen Bildungsprojekten des Instituts beschäftigt, von 2005 bis 2009 war sie Pressesprecherin des Instituts.

Heidi, weißt Du noch, wann Du hier im Grimme-Institut angefangen hast?

H. Weinert: Am ersten Februar 1978. Und ich kam genau zum 14. Grimme-Preis. Da war die Hölle los! Die Jurysitzung wurde vorbereitet, es gab damals noch eine Gesamt-Jury mit ca. 20 Personen, statt der heutigen getrennten Jurys. Als ich kam, war im Institut ein ziemliches Gewusel, ich habe gar nicht so richtig durchgeblickt. Im Keller stand ein Matrizendrucker, und dann hieß es, jetzt zieh mal die Schürze an und mach. Ich war ganz neu und dachte, was ist denn hier los?

Trotz des Chaos bist Du geblieben. Irgendetwas hat Dir gefallen.

H. Weinert: Ja, das war die tolle Mannschaft: Jeder machte alles, was zu machen war. Man wurde vom ersten Tag an geduzt, das war zu Anfang schwierig für mich. Irgendwann hat ein Kollege mich vorgestellt: „Also das ist die Heidi Weinert, die darauf besteht, gesiezt zu werden.“ (lacht) Ich habe gesagt, das stimmt überhaupt nicht, aber ich kannte ja die Menschen einfach noch nicht.

Katrin, Du hast hier viele Jahre später angefangen. Weißt Du noch, wann Du das erste Mal Kontakt hattest mit dem Grimme-Institut?

K. Bernsmann: Ja, das war für das Projekt „Lernfest 1997“, also auch schon eine ganze Weile her. Ich war gerade von dem Gedanken, Lehrerin werden zu wollen, wieder abgekommen, wollte mich mehr in Richtung Journalismus und Medien orientieren und habe ich mich um einen Praktikumsplatz beworben. Ich weiß noch, wie ich vorm Bewerbungsgespräch vor diesem Gebäude stand und dachte: Das ist das Grimme-Institut? In meiner Vorstellung hatte es zwanzig Etagen und es liefen hunderte von Leuten rum ... Das fand ich zuerst merkwürdig und hinterher wunderbar, dass in diesem Haus ein relativ kleines, aber sehr schlagkräftiges Team gearbeitet hat. Begonnen habe ich in verschiedenen Medienprojekten als Praktikantin, dann war ich als wissenschaftliche Hilfskraft beschäftigt. Unvergessen das großartige Projekt zu ‚Daily Talkshows‘ als Medienpaket für Schulen. Von Anfang an habe ich mich total gut aufgenommen gefühlt. Geblieben bin ich natürlich auch wegen interessanter Projekte, aber letztendlich auch wegen der Menschen.



Einige Jahre später sagte die damalige Pressesprecherin Beate Corbach zu mir, dass sie geht und man ein Volontariat ausschreiben wolle, auf das ich mich doch mal bewerben könnte – was ich auch gemacht habe. So ging der Weg mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit weiter. Auch dort konnte ich noch andere Aufgaben übernehmen. Die Vielfalt und Vielseitigkeit meiner Aufgaben war toll: Ich durfte forschen, an einer wissenschaftlichen Publikation mitschreiben und das neben den Aufgaben rund um Pressespiegel, Pressemitteilungen und Website. Ich habe so tatsächlich unglaublich viel gelernt. Und, ja, durch die Menschen war das hier für mich einfach viel mehr als der erste Job.

H. Weinert: Also ich hatte ja zuvor schon in mehreren Firmen gearbeitet, aber so einen Zusammenhalt, das hatte ich noch nicht erlebt. Bis 1990 war ich im Grimme-Institut allerdings immer nur auf Projekten befristet beschäftigt. Dann wurde 1990 die Stelle der Sekretärin für den Grimme-Preis frei. Und da hieß es, wenn du weiter beschäftigt werden möchtest, bewirb dich. Ich war dann in Vollzeit beim Grimme-Preis und es ging auch gleich los. Gott sei Dank haben die Kolleg*innen, vor allem Hildegard Engler, mir geholfen und die Arbeit leichter gemacht.

Gut, dass Du das ansprichst: Die vielen befristeten Verträge waren schon ein Problem. Und ich glaube, dass es für einige besonders schwer war Familienplanung und Beruf zusammenzukriegen.

K. Bernsmann: Da bin ich das beste Beispiel. Vielleicht wäre ich heute noch im Grimme-Institut, wenn ich nicht immer auf Projektverträgen gewesen wäre. Alle, die es betraf, mussten regelmäßig beim Arbeitsamt vorsprechen und ankündigen, dass wahrscheinlich demnächst das Projekt ausläuft. Und es lag ja nie an der Qualität der Arbeit und auch nicht daran, dass man selber vielleicht nicht wollte, trotzdem hing man am seidenen Faden und hat immer nur gehofft und gebetet. Und wenn deine Beschäftigung gar nicht damit zusammenhängt, ob du gut oder schlecht abgeliefert hast, dann ist das anstrengend für die Seele. Bei mir ergab es sich zuletzt, dass mein Mutterschutz und das Auslaufen des aktuellen Projektvertrages zusammenfielen. Mir wurde dann gesagt: Mensch prima, dann brauchen wir uns gar keine andere Lösung zu überlegen. Das war schon schlimm.

Dass das Institut nun institutionell gefördert wird, ist natürlich viel besser für die Mitarbeitenden, aber auch für die Arbeitsprozesse und Ergebnisse. Anders als früher ist auch, dass hier im Haus aktuell nur zwei Mitarbeiterinnen in Marl wohnen. Wie war es für Dich, Heidi, als Marlerin, wenn Du Nachbarn oder Bekannten erzählt hast, Du arbeitest im Grimme-Institut?

H. Weinert: Da wussten damals viele nicht Bescheid. Also mein Freundeskreis schon, weil die dann auch immer gern zur Preisverleihung kommen wollten – „Kannst du mir 'ne Karte besorgen?“ (lacht). Das habe ich am häufigsten gehört. Ich musste immer wieder erklären, dass im Institut auch noch viele andere Projekte liefen, zum Beispiel „Ausländer – Inländer“ und viele andere.

Du kannst durch Deine Arbeit alle nominierten Sendungen und die Preisträger – guckst Du anders Fernsehen als Deine Familie oder Dein Freundes- und Bekanntenkreis?

H. Weinert: Früher auf jeden Fall. Ich habe zum Beispiel darauf geachtet, ob der Ton in Ordnung war oder wie die Musik eingesetzt wurde. Da störten mich dann oft auch die Kommentare von meinem Mann und bin ich ins andere Zimmer gegangen, um dort alleine zu schauen. Später war ich auch noch eine ganze Zeit lang in der Maler Gruppe. Dort fand ich es schön, mit einem größeren Kreis von interessierten Menschen, auch jungen Menschen, fernzusehen. So bekommt man mal eine ganz andere Sicht.

Katrin, Du arbeitest heute in einer ganz anderen Branche. Wie ist es denn bei Dir, guckst Du anders Fernsehen, fällt es Deinem Umfeld auf, dass Du anders fernsiehst?

K. Bernsmann: Mein Umfeld habe ich damals gleich mit infiziert, also meine Eltern und meine Familie sehen auch anders fern. Allein die Entdeckung von Dokumentationen um 23:50 Uhr auf Arte! Dass man sich das inzwischen über die Mediathek angucken kann, macht es deutlich leichter – aber als es das noch nicht gab, musste man wirklich sagen: so ein hochwertiger Beitrag, so wichtig, mit so einem hohen Qualitätsanspruch produziert, und wird zu einer Sendezeit ausgestrahlt, bei der sich kaum jemand leisten kann, zuzugucken – wie schade. Nach wie vor glaube ich an das deutsche Fernsehen, auch wenn junge Menschen das nicht mehr als Leitmedium nutzen und ganz anders konsumieren und gucken – aber ich hänge noch dran.

Wir werden es nicht schaffen, in diesem Heft alle ehemaligen Kolleginnen und Kollegen zu nennen, aber gibt es jemanden den oder die Ihr hier erwähnen möchtet?

H. Weinert: Eva Thirring, die damalige Chefsekretärin, war, seit ich hier war, meine lebenslange Freundin. Als ich anfang, hat sie mich an die Hand genommen und mir immer geholfen. Sie war die Stelle, wo man Dinge besprechen und auch mal Frust loswerden konnte. Auch Hildegard Engler war immer hilfsbereit und hat immer geholfen, wenn ich Hilfe brauchte. Und das ist eben auch, was es ausmachte.

K. Bernsmann: Ich möchte Günter Clobes, den ersten Leiter der Grimme-Akademie, nennen. Für mich so viel mehr als ein Kollege: Er war Mentor und Freund. Er war ein so wichtiger Bestandteil auch dieses Instituts und hat so viel getan dafür, dass das hier lebendig blieb. Günter war streitbar und gradlinig und einfach einer der tollsten Menschen, die mir jemals begegnet sind. Er hat sich auch immer für den Nachwuchs interessiert, konnte auch mal um die Ecke denken und gleichzeitig sehr kritisch sein. Alle haben ihn respektiert, auch wenn bestimmt einige öfter mal Reibereien mit ihm hatten.

Und mein Grimme-Weg wäre auch niemals möglich gewesen ohne Heinz H. Meyer. Bei seinem Projekt „Lernfest“ durfte ich mein erstes Praktikum absolvieren – und fand in Heinz einen engagierten Verfechter lebenslangen Lernens, der sein Herzensthema voller Leidenschaft vorantrieb. Ich erlebte Heinz als überzeugten Förderer junger Menschen und als Vorgesetzten mit viel Herz und Humor.

Katrin, gibt es für Dich auch noch ein Highlight aus Deinen Projekten?

K. Bernsmann: Das Projekt „TeleVisionen“ der Bundeszentrale für politische Bildung war für mich persönlich etwas ganz Besonderes, weil ich da in die Fernsehgeschichte auch der DDR eintauchen durfte. Ich konnte unfassbar viel sichten und habe so noch mal einen ganz anderen Blick auf das Fernsehen bekommen. Das Projekt war sehr ambitioniert: Was und wie haben die ostdeutschen und westdeutschen Bürger in all den Jahren ferngesehen? Welche politische und gesellschaftliche

Macht und Stellung hatte das Medium Fernsehen? Diese Fragen aufzuarbeiten fand ich ungeheuer spannend. Es war eine große Herausforderung, aber auch eine tolle Aufgabe für mich, mitarbeiten zu dürfen.

Eine Sache möchte ich noch sagen: Als wir damals 2004 mit dem gesamten Institut umziehen mussten, weil hier umgebaut und saniert wurde, ist mir klar geworden, dass nicht nur die Menschen und die Projekte dazu beitragen, wie man sich bei der Arbeit fühlt, sondern auch die Bauweise eines Gebäudes. Die Transparenz und die Offenheit hier haben sehr viel dazu beigetragen, dass das Klima und die Verzahnung so war, wie sie war. Man konnte seine Ruhe haben, die Büros haben aber auch immer dazu eingeladen, zusammenzuarbeiten. Dass unter diesem Dach die Gedanken anders fließen als in einem gemieteten Bürogebäude mit Neonröhren und Nullachtfünfzehn-Schreibtisch ist bestimmt nicht zu viel gesagt.

Schön, dass Du das sagst. Energetisch ist das Haus eher problematisch: im Sommer heiß und im Winter kalt, aber es ist halt wunderbar hell und offen.

K. Bernsmann: Und jeder Raum ist komplett unterschiedlich, deine Augen haben viel zu gucken. Und bis heute ist es für mich so, auch wenn es schon mehr als vierzehn Jahre her ist – aber trotzdem, ich komme hier rein und bin zuhause.

Zuhause – das ist natürlich ein großes Wort.

K. Bernsmann: Ich fand die Stimmung gut, die Menschen, die mir begegnet sind, die Freundlichkeit und Offenheit und vor allem, dass ich gefördert wurde von fast allen Seiten, das hat es tatsächlich zu einem beruflichen Zuhause gemacht. Ich mochte trotzdem den Feierabend sehr gern, aber – egal, wie das damals geendet hat, und damals war ich wirklich sehr, sehr enttäuscht, gehe ich hier trotzdem immer ohne Bitterkeit rein. Das Gefühl ist sofort: Hier bin ich richtig.

Das Interview führten **Aycha Riffi** (Leitung Grimme-Akademie) und **Elisabeth Turowski** (Grimme Medienbildung).

Aufbruch ins digitale Zeitalter

von *Friedrich Hagedorn*

Als ich 1984 durch die Türen des – damals noch so benannten – Adolf-Grimme-Instituts trat, war dort das digitale Zeitalter noch weit entfernt. In den Büros des ehemaligen Volkshochschul-Gebäudes herrschte das Papier: ob als Bücher in Regalwänden, als gestapelte Unterlagen und Notizen auf den Schreibtischen oder konserviert in zahllosen Aktenordnern. Lediglich die obligatorischen Telefonapparate, vereinzelte Fernseher oder die elektrischen Schreibmaschinen der Sekretärinnen in den Vorzimmern – eine im Institut noch lange beibehaltene Rollenteilung – waren erste Vorzeichen einer elektronischen, wenn auch nach wie vor analogen Medienentwicklung. Bert Donnep, der in unmittelbarer Nachbarschaft wohnte, war, selbst ohne offizielle Funktion, während der 80er Jahre in den Räumen des Instituts noch omnipräsent.

Auch mein erstes Projekt, bei dem wir mit europäischen Kooperationspartnern videobasierte Fortbildungsmaterialien für die Weiterbildung produzierten, war noch geprägt von schwer wiegenden U-Matic-Magnetband-Aufnahme- und -Bearbeitungs-Einheiten. Dafür standen sogar ein eigener Techniker und ein größerer Technik-Raum zur Verfügung. Und es war die Zeit der großen und kleinen Medienver-

In den Büros herrschte das Papier: ob als Bücher in Regalwänden, als gestapelte Unterlagen und Notizen auf den Schreibtischen oder konserviert in zahllosen Aktenordnern.

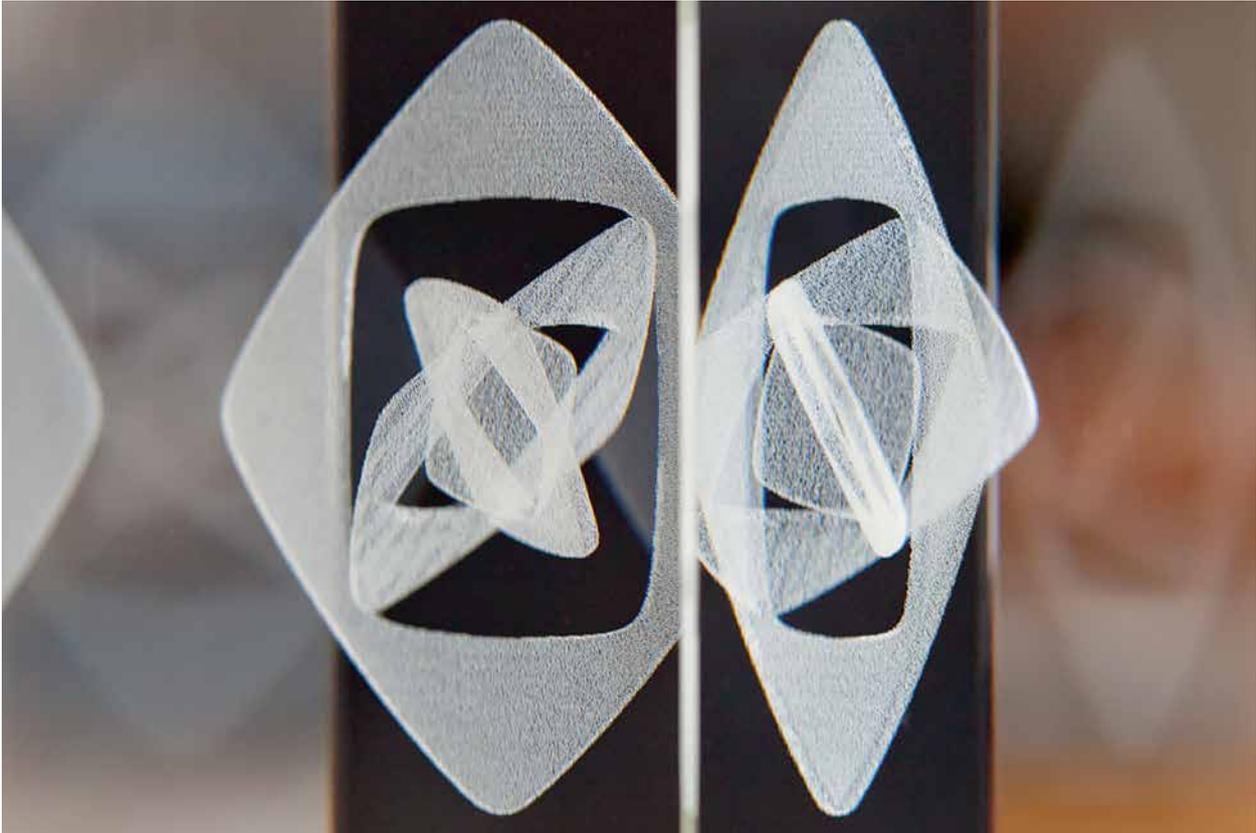
bünde. „Erziehen ist nicht kinderleicht“, „Ausländer – Inländer“ oder „Holocaust“ – ich erinnere mich noch gut an meine kontroverse Podiumsdiskussion mit Claude Lanzmann zur angemessenen medialen Darstellung der „Shoa“ – sind Beispiele, in denen begleitend zum oder zusammen mit dem Fernsehen TV-Sendungen und pädagogische Materialien zu relevanten gesellschaftlichen Themen erarbeitet und für ein interessiertes Publikum und im Besonderen der Erwachsenenbildung angeboten wurden.

Zu diesen Themen gehörte zweifellos das allseits erwachte Umweltbewusstsein. Anti-Atomkraft-Demonstrationen, Bürgerinitiativen, der erstmalige Einzug der Grünen in den Bundestag oder die Gründung und das Erstarken von Naturschutz-Organisationen fanden auch im Fernsehen ihren Widerhall.

Fast alle (öffentlich-rechtlichen) Sender richteten eigene Umwelt-Redaktionen ein, Sendungen wie „Septemberweizen“ (1981), „Bitterer Zucker“ (1984) oder „Ewig stinken die Felder“ (1985) erhielten Adolf-Grimme-Preise. So konnte ich 1987 ein erstes „Medienpaket Ökologie“ konzipieren und damit einen inhaltlichen Schwerpunkt der Institutsarbeit begründen, der unter den zeitgeschichtlich wandelnden Titeln – von „Umwelt und Ökologie“ über „Eine Welt“ hin zu „Nachhaltiger Entwicklung“ – der anhaltenden Bedeutung dieser Thematik mit unterschiedlichen medialen Bildungsangeboten bis in die 2010er Jahre Rechnung trug.

In den 90er Jahren änderten sich die Verhältnisse. Computer, Kommunikation per E-Mail und schließlich der Zugang zum World Wide Web verschafften auch dem Grimme-Institut den Anschluss ans aufkommende digitale Zeitalter. Die traditionellen Medienverbund-Systeme wurden abgelöst durch internetbasierte Kommunikations- und Lernmodelle – Stichwort „E-Learning“ – und auch der Horizont des grimme-spezifischen Fernsehbezuges stand auf dem Prüfstand. Dass diese mediale Begrenzung nicht länger aufrechtzuerhalten war, wurde mir spätestens Ende der 90er Jahre klar, als viele TV-Sender und Redaktionen mit eigenen Angeboten ins Internet drängten und gleichzeitig neue Anbieter mit bemerkenswerten Initiativen und Projekten eine neue Welt der Online-Kommunikation kreierte. Die quantitative und qualitative Ausdehnung der medialen Kommunikation in den Raum des WWW musste, so meine Überzeugung, auch von Seiten des Grimme-Instituts qualitativ gewürdigt und beurteilt werden.

Zum Glück war es nicht schwer, für meine Überzeugung Partner und Unterstützer zu finden. Die Idee für einen neuen Grimme-Preis zur Bewertung publizistischer Angebote im Internet stieß allerdings nicht überall auf Zustimmung, und so war es gut, dass sich mit finanzieller Förderung durch das Land NRW eine einjährige Konzeptionsphase durchsetzen ließ – mit ausgiebigen Recherchen, Expertenbefragungen, diversen Workshops, der Suche nach Finanzierungsquellen u.a.m. Während es anfänglich noch offen war, ob ein solcher Preis nicht lediglich als zusätzliche Kategorie des Grimme-Preises, etwa für das beste Internetangebot des Fernsehens, verliehen werden sollte, zeigte sich schnell, dass der Bedeutung und zunehmenden Eigenständigkeit des Internets auch nur ein eigenständiger Preis gerecht werden konnte (zumal der Deutsche Volkshoch-



Grimme Online Award: Jedes ausgezeichnete Angebot erhält eine Trophäe aus Glas.

schul-Verband als Stifter des Grimme-Fernsehpreises dem Internet seinerzeit noch sehr skeptisch gegenüberstand), der dies auch bereits im Namen zum Ausdruck brachte – der Grimme Online Award war geboren.

Mit Intel, die zunächst auch den Grimme-Preis unterstützten, konnte für die Preisverleihung auch gleich ein großer Sponsor gewonnen werden, der den Grimme Online Award durch prominente Preispaten und ausgewählte Locations für die Verleihung von Beginn an in die Schlagzeilen brachte. Ich erinnere mich noch gut an die gemeinsame Zigarre mit Dennis Hopper, für den wie für die meisten anfänglichen Laudatoren das Internet ein unbekanntes Terrain war, im ersten Jahr 2001 in der Kölner Flora. Oder an den abendlichen Umtrunk in der Suite von John Malkovich, der sich bereits als überzeugter Blogger zu inszenieren bemühte, und Nick Nolte auf Schloss

Bensberg, nachdem 2005 zum ersten Mal mit Bild-Blog und mit Wikipedia wegweisende partizipative Online-Formate ausgezeichnet wurden.

Doch diese Popularität war auch ein Balanceakt: Denn die ersten Jahre waren trotz der gründlichen Vorbereitungsphase bestimmt durch die Suche nach adäquaten Kategorien, Bewertungskriterien und Verfahren, und das Grimme-Institut musste seine Glaubwürdigkeit im digitalen Raum erst noch beweisen. So war denn das Ende des Intel-Sponsorings 2006 trotz der damit verbundenen finanziellen Einbußen auch der Beginn größerer Unabhängigkeit – und einer Konzentration auf die qualitative Ausstrahlung des Preises. Auf dieser Grundlage konnte ich meine Leitung des Grimme Online Award bis zum Jahr 2015 gut verantworten.

Friedrich Hagedorn ist Initiator des Grimme Online Award und hat diesen bis zum Jahr 2015 geleitet. Außerdem war er Leiter des Referats Grimme Medienbildung.



Lebendig und vielfältig – die Marler Gruppe

Anlässlich des 50-jährigen Jubiläums des Grimme-Instituts unterhalten sich Monika Kaczerowski (Leiterin der Marler Gruppe 2006-2016) und Emil Guttek (Schüler, Mitglied seit 2022) über die Besonderheiten der Marler Gruppe in der Fernseh- und Medienlandschaft.

Ein Grundprinzip zur Qualifizierung mit Medien in der VHS lautet: Das Medium Fernsehen sollte, wenn es einen bildungspolitischen oder erzieherischen Anspruch haben will, nicht der Jagd nach Quote verfallen. Diesen Anspruch verdanken wir den Visionären Adolf Grimme und Bert Donnep. Sie wollten ein kritisches Bewusstsein bei den Menschen schaffen, die sich mit Rundfunk und Fernsehen beschäftigen. Diesem Prinzip folgt seit 1968 auch die Arbeitsgemeinschaft der Marler Gruppe, die sich monatlich trifft, um Beiträge zu sichten und zu diskutieren, und einmal jährlich den Grimme-Publikumspreis vergibt.

E. Guttek: Seit wann bist du in der Marler Gruppe und wieso?

M. Kaczerowski: Ich bin seit 1994 dabei, weil ich seit meiner Kindheit in den 60er Jahren fernsehaffin bin, meine Mutter nannte das „fernsehstüchtig“. Sie hat den Fernsehkonsum kontrolliert und eingeschränkt, was ich damals nicht toll fand, heute jedoch als sinnvoll betrachte. Die Arbeit in der Marler Gruppe hat mich gelehrt, die Arbeit der Filmschaffenden zu verstehen, einzuschätzen und zu würdigen. Die Begegnungen mit den Menschen, die die Produktionen verantworten, üben einen großen Reiz aus. Zudem sind die Gespräche mit Regisseuren und Regisseurinnen Motivation für mich, dabei zu bleiben. Auch ist es etwas Besonderes und ein großes Geschenk, Schauspielerinnen und Schauspieler wie Senta Berger, Iris Berben, Götz George oder Olli Dittrich kennengelernt zu haben.

E. Guttek: Das geht mir genauso. Die Gespräche nach der Preisverleihung oder beim Bergfest sind auch für mich eine große Motivation. Ebenso begleitet mich die Auseinandersetzung mit dem Fernsehen schon sehr lange und auch die Differenziertheit der Meinungen in der Gruppe ist mir sehr wichtig, da sie den eigenen Horizont erweitert und zum Nachdenken animiert.

M. Kaczerowski: Nach einer gewissen Müdigkeit, die ich nach einigen Jahren verspürt habe, ist durch die Ergänzung der Marler Gruppe um Schülerinnen und Schüler aus den Oberstufen meine Lust

und Freude an der Arbeit wieder neu entfacht. Für mich ist der Austausch mit jungen Menschen die Hauptmotivation, verändert meinen Blick auf das Ganze und zeigt mir Dinge, die ich nicht wahrgenommen hätte.

Wie kamst du eigentlich zur Marler Gruppe?

E. Guttek: Ganz klassisch über das Insel-Programmangebot. Schon vor Jahren habe ich über eine Teilnahme nachgedacht, mich dann aber dagegen entschieden, weil man für manche Beiträge ein gewisses Alter oder eine gewisse Belastbarkeit benötigt.

Was meinst du, welche Rolle spielt die Marler Gruppe heute und in Zukunft?

M. Kaczerowski: Ich sehe uns als Vertreter des normalen Fernsehzuschauers, als Integrationsfigur für gelebtes Miteinander in einer Demokratie. Ich glaube, dass unsere Arbeit und unser Urteil von Filmschaffenden und Bürgern wertgeschätzt werden.

E. Guttek: Mich beeindruckt immer wieder, auf welchem hohem Niveau die Marler Gruppe arbeitet und ihre Preisträger auswählt. Der gesamte Grimme-Preis ist mit viel Arbeit und einem außergewöhnlichen Engagement jedes Teilnehmenden verbunden, was ihn so besonders macht. Als Publikumspreis kommt der Ehrung durch die Marler Gruppe jedoch ein besonderer Stellenwert zu, agieren wir doch als Stellvertretung für das Fernsehpublikum.

Welcher Publikumspreis hat auch heute noch einen großen Stellenwert für dich?



M. Kaczerowski: Das ist der Dokumentarfilm von Eric Friedler von 2014 „The Voice of Peace – Der Traum des Abie Nathan“ über den israelischen Friedensaktivisten Abie Nathan, der sich bereits in den 1970er Jahren für die Aussöhnung der arabischen Welt mit Israel einsetzte.

E. Guttek: Welcher Moderator oder welche Moderatorin der Preisverleihung hat dich am nachhaltigsten beeindruckt?

M. Kaczerowski: Ich kann mich noch lebhaft an die 36. Grimme-Preisverleihung im Jahr 2000 erinnern. Die wurde vom legendären Roger Willemsen moderiert. Seine exzellente Vorbereitung bezüglich der zu vergebenden Preise hat mich sehr fasziniert.

E. Guttek: Im Jubiläumsjahr des Grimme-Instituts und dem 60. Preisjahr werden wir uns mit der Kategorie Information und Kultur befassen. Die Treffen beginnen bereits ab dem 30. August. Ich

freue mich schon auf neue lebhaftere Diskussionen und Gespräche so wie heute.

M. Kaczerowski: Ich fand den Austausch mit dir sehr informativ und lebendig. Wie schon gesagt, ist dies meine Motivation zur aktiven Teilnahme an der Marler Gruppe.

E. Guttek: Mir ging es ganz genauso. Ich würde mir jedenfalls wünschen, dass der Grimme-Preis und insbesondere der Publikumspreis der Marler Gruppe auch in Zukunft ihre Relevanz für die Gesellschaft und die Medienwelt behalten.

M. Kaczerowski: Ein schöner Satz zum Abschluss unseres Gesprächs. Da stimme ich dir voll zu.





Gratulationen



Ina Blumenthal

Medienpolitische Sprecherin
der SPD-Landtagsfraktion

Ein halbes Jahrhundert Grimme-Institut – „jut gemacht“ würde der Rheinländer jetzt sagen. Ich gratuliere herzlichst zu diesem außerordentlichen Meilenstein.

Die Gründung des Grimme-Instituts liegt nun bereits ein halbes Jahrhundert zurück. Namensgeber war Adolf Grimme, erster Generaldirektor des Nordwestdeutschen Rundfunks. Für den Sozialdemokraten stand der Bildungsauftrag durch den Rundfunk im Vordergrund. Dieser sollte als Instrument einer politischen Kultur genutzt werden, um die Grundprinzipien des demokratischen Zusammenlebens zu vermitteln. Aus diesen Grundgedanken entstanden die anfänglichen Ziele des Grimme-Instituts: Modelle für die Zusammenarbeit zwischen Volkshochschulen und Fernsehen zu entwickeln und Veranstaltungen zur Qualifizierung der Erwachsenenbildung im Umgang mit Medien zu organisieren. Seit der Gründung wurde das Leistungsspektrum Ihres Instituts kontinuierlich erweitert. So konnten neben den klassischen Medien – Fernsehen und Hörfunk – die Neuen Medien in die Analyse, Beobachtung und Bewertung der Medienangebote und -entwicklung mitaufgenommen werden. Besonders im Zeitalter der Digitalisierung ist die Medienkompetenz eines jeden Einzelnen von uns unabdingbar. Genau hier leistet Ihre Institution eine außerordentlich wichtige Aufklärung und trägt zur öffentlichen Meinungsbildung über Medien, deren Qualität, gesellschaftli-

che Verantwortung und Bedeutung bei – und dies nun bereits seit 50 Jahren. Der Name Ihres Instituts steht für Qualität und Kompetenz. Auch für uns Sozialdemokratinnen und Sozialdemokraten ist Ihre Institution damit von großem Mehrwert für die Teilhabe von Menschen und die Weitergabe von bestens aufgearbeiteten Informationen.

Dafür möchte ich Ihnen danken und herzlich zum 50-jährigen Bestehen Ihres Instituts gratulieren. Ich wünsche Ihnen für die Zukunft, dass Sie den bildungsorientierten Gründungsgedanken, Wissenstransfer in die Gesellschaft zu leisten, weiterhin so erfolgreich umsetzen können.



Iris Berben

SchauspielerIn, AktivistIn und
mehrfache Grimme-PreisträgerIn

2008 – das erste Mal für den Grimme-Preis nominiert zu sein – es war der langersehnte Ritterschlag für mich. Waren es doch genau die Menschen, die mit, um, für diese Auszeichnung arbeiteten, von denen ich mir Beachtung gewünscht hatte. Von ihnen wollte ich gesehen werden! Von diesen Hütern der Qualität, der Kreativität, der Wagnisse. Von den Unkorrumpierbaren, die das Publikum auf die außergewöhnlichen Beiträge (Filme) hinweist. Von den Schutzengeln, die mit Liebe, Respekt und Kritik auf unsere Arbeit schauen. Danke für Euren Blick, Eure Sensibilität, Eure Leidenschaft der ersten 50 Jahre ... Und weiter geht's.



Helmut Heinen

Vorsitzender des Kuratoriums
Theodor-Wolff-Preis

Zum 50-jährigen Bestehen des Grimme-Instituts gratuliere ich sehr herzlich. Grimme ist wichtiger Akteur in der Begleitung und Inspiration der Medienlandschaft, seine Preise zählen zu den großen, vor allem aber zu den angesehensten Medienpreisen. Mit ihrer Ausrichtung auf die elektronischen Medien stehen sie neben dem seit 1962 verliehenen Theodor-Wolff-Preis, dem Journalistenpreis der Digitalpublisher und Zeitungsverleger für Print- und Online-Journalismus. Zwischen uns bestehen freundschaftliche und fruchtbare Beziehungen – dafür sind wir dankbar.



Daniel Harrich (Bildmitte) bei einer Grimme-Veranstaltung im Bundestag in Berlin (Dezember 2016).

Daniel Harrich

Dokumentarfilmer, Autor
und Grimme-Preisträger

Es ist an der Zeit, Danke zu sagen. Danke für 50 Jahre Innovation, für Bildung, für Gedankenaustausch. Danke für „Grimme Unterwegs“. Danke für „Grimme macht Schule“. Danke für die besonderen gemeinsamen Veranstaltungen im Institut in Marl – in Köln – an Schulen überall – und im Deutschen Bundestag. Danke für Ihr ganz persönliches Engagement. Danke dafür, dass Sie Grimme zu noch viel mehr machen als „nur“ den wichtigsten Medienpreis unseres Landes. Und zum Abschluss noch eine Bitte: Mehr davon – machen Sie weiter! Ich bin jedenfalls gerne dabei.



Jennifer Jahnke

Ehem. Geschäftsführerin des ecmc

2010 gingen mit dem ecmc – dem Europäischen Zentrum für Medienkompetenz – und dem Grimme-Institut zwei einzigartige Institutionen aus dem Medienbereich zusammen – das eine seit Jahrzehnten etabliert, das andere vielleicht noch: ein Labor. Beide wurden getragen von dem Wunsch öffentlicher wie privater Partner, das Geschehen im wandlungsfähigen Sektor Medien zu begleiten, zu sortieren, zu kommentieren und nicht zuletzt durch Projekte und Preise mitzugestalten.

Inzwischen hat sich die Bedeutung des Mediensektors in der öffentlichen und wirtschaftlichen Wahrnehmung allerdings deutlich verschoben: Die großen ordnungspolitischen Schlachten scheinen geschlagen, die Ansiedlungen großer Medienunternehmen ist längst kein Thema mehr. Kleinteiligkeit dominiert die Mediendiskurse.

Allerdings tobt die Legitimationsdebatte: Wollen wir diesen öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Funktion und Umfang? Dabei ist gerade in Zeiten von Fake News und KI seine Verlässlichkeit wichtiger denn je, ebenso die Bedeutung von Medienkompetenzförderung, Medienbildung und die Einordnung von Medientrends und -gebaren.

Vor diesem Hintergrund hat das Grimme-Institut nichts an Bedeutung und Arbeitsfeldern verloren, präsentiert sich aktuell aber auch ein bisschen wie Marl: flüchtig betrachtet etwas abseits liegend und etwas „retro“. Bei genauem Hinsehen aber: „mittendrin“ und bereit für mehr.



André Kuper

Präsident des Landtags Nordrhein-Westfalen

50 Jahre. Seit einem halben Jahrhundert analysiert das Grimme-Institut alle Fragen rund um Medienkultur und Medienbildung. Dazu gratuliere ich Ihnen sehr herzlich!

Auch wenn Sie den Blick von außen auf die Medienlandschaft wahren, sind Sie in den letzten Dekaden selbst Medienphänomen geworden. Der von Ihnen geschaffene Grimme-Preis sowie der Grimme Online Award und der Deutsche Radiopreis sind aus den Köpfen der Medienschaffenden nicht mehr wegzudenken. Viele würden eine solche Auszeichnung gern ihr eigen nennen. Allein das zeigt, für welch große Qualität und Anspruch der Name „Grimme“ steht. Auf die nächsten 50 Jahre.



Dr. Katja Marx

Programmdirektorin NDR

So traditionsreich wie unser Mediensystem in Deutschland ist auch die wachsame Diskussion um seine Qualität. Seit einem halben Jahrhundert stellt das Grimme-Institut Qualität und Werte unserer Branche ins Licht der Aufmerksamkeit: Es fördert Innovation, belohnt programmlichen Mut und professionelle Exzellenz. Ein verlässlicher Kompass in einem hochdynamischen Geschäft. Zu dieser Leistung gratuliere ich dem Grimme-Institut auf das Herzlichste – und ich freue mich auf die nächsten Jahre optimistischer und fruchtbarer Zusammenarbeit.



Andrea Schafarczyk

**Programmdirektorin WDR
für NRW, Wissen und Kultur**

Herzlichen Glückwunsch zum 50-jährigen Bestehen, liebes Grimme-Institut! Ein halbes Jahrhundert voller Engagement für Medienkultur und Bildung verdient höchste Anerkennung und Respekt. Das Grimme-Institut steht für Vertrauen in Qualität. Ich wünsche dem Grimme-Institut, dass es sich stetig weiterentwickelt, damit auch die nächsten Generationen dem Institut ihr Vertrauen schenken. Als treuer Begleiter auf diesem Weg freuen wir uns im WDR auf weitere Jahrzehnte mit inspirierenden Impulsen. Alles Gute zum 50.!



Jo Schück

Moderator und Autor

Es ist heiß, die Fächer wedeln.
Hitze, Anspannung – Luft zum Schneiden.
Alle sind da, immer sind alle da.
Manche kommen im Massagesitz.
Die meisten im RE42.
Nach JWD, in die Provinz, mit zweimal Umsteigen.
Trotzdem: kein Platz übrig.
Keine(r) wills verpassen.
Für kein Geld der Welt.
Hier gibts eh keins.
Trotzdem: alle da.

Der Preis, so faszinierend wie das Institut: Exzellenz-Instanz, Qualitätsfelsen im stürmischen Medienmeer. Gäbe es das Grimme-Institut nicht, man müsste es erfinden.

Herzlichen Glückwunsch! Und immer dran denken: Wir müssen alles erwarten. Auch das Gute.



Andrea Stullich

Medienpolitische Sprecherin
der CDU-Landtagsfraktion

Herzlichen Glückwunsch zum 50. Geburtstag, Grimme-Institut! Trotz aktueller Herausforderungen wird das Grimme-Institut ein wichtiger Player in der NRW-Medienlandschaft bleiben, insbesondere bei der Würdigung journalistischer Exzellenz und besonderer Qualitätsangebote in TV und Internet. Grimme-Preis, Grimme Online Award und auch die Betreuung der Juryarbeit beim Deutschen Radiopreis durch das Grimme-Institut zeigen, welchen Stellenwert Qualitätsjournalismus, Vielfalt und Meinungsfreiheit für unsere Gesellschaft und für unsere Demokratie haben. Hierfür leistet die Arbeit des Teams rund um Direktorin Frauke Gerlach einen wichtigen und wertvollen Beitrag. Dafür danke ich herzlich und wünsche alles Gute für die Zukunft!



Ninia LaGrande

Moderatorin und Autorin

Den Grimme Online Award moderieren zu dürfen, hat sich wie ein Ritterschlag angefühlt – als Moderatorin und Autorin war und ist das Grimme-Institut für mich DIE Organisation, wenn es um demokratische Meinungsbildung geht. Ein Leuchtturm in Zeiten, in denen Medienkultur und Wissensvermittlung wichtiger denn je sind. Möge es das noch mindestens 50 weitere Jahre bleiben: Herzlichen Glückwunsch zu diesem großen Jubiläum!



Anja von Marenholtz

Mitglied im Ausschuss für Kultur und Medien des Landtags NRW (Bündnis 90 / Die Grünen)

Liebes Grimme-Institut, ein halbes Jahrhundert ist eine lange Zeit, ich gratuliere Dir von Herzen zu diesem Meilenstein! Du bist aus der deutschen Medienlandschaft nicht mehr wegzudenken und bereicherst sie Jahr für Jahr mit spannenden Projekten und fulminanten Grimme-Preisverleihungen an die Größen der Medienwelt. In diesem Jahr sollte Dir ein eigener Preis für Deine wichtige Arbeit verliehen werden. Für Deine Mühe und Dein Herzblut verdienst Du es, Dich feiern zu lassen! Ich freue mich auch auf die kommenden 50 Jahre mit Dir.



Anne Wizorek

Autorin und Beraterin

Der Kampf gegen Sexismus ist zäh und langwierig bis gefährlich. Als #aufschrei mit dem Grimme Online Award ausgezeichnet wurde, entschied sich die Jury nicht nur für eine einzigartige wie historische Wertschätzung dieses Engagements. Sie setzte auch ein solidarisches Zeichen, indem sie alle würdigte, die sich konstruktiv an #aufschrei beteiligten. Eine wichtige Geste, ganz im Sinne des Selbstverständnisses praktischer Bildungsarbeit, für die das Grimme-Institut steht. Alles Gute zum Fünfzigsten!



Ralf Witzel

Stellv. Mitglied im Ausschuss für Kultur und Medien des Landtags NRW (FDP)

Seit 50 Jahren leistet das Grimme-Institut einen wichtigen Beitrag zur Förderung und Anerkennung qualitativ hochwertiger und vielfältiger Medieninhalte.

Die Verleihung des renommierten Grimme-Preises ist ebenso wichtig wie der Dialog zwischen Medienschaffenden. Damit ist das Institut zu einem Ort des Austauschs, der Vernetzung und des Lernens für viele geworden, die sich mit den Herausforderungen der Medienwelt befassen.

Dieses Jubiläum ist auch ein Anlass, um nach vorne zu schauen und neue Themen aufzugreifen, damit das Grimme-Institut mit innovativen Ideen und Formaten zur Weiterentwicklung der Medienlandschaft beitragen kann.

www.grimme-diskurs.de/podcast

LÄUFT



Der Fachdienst **epd medien** und das **Grimme-Institut** produzieren den gemeinsamen **Podcast „LÄUFT“**. Die Programmschau nimmt in Seh- und Hör-tipps aktuelle Fernseh-, Radio- und Streaming-Produktionen, Podcasts und besondere Webangebote in den Blick. Daneben sind Preisentscheidungen und weiterführende medienpolitische Debatten Thema bei „LÄUFT“, also auch die „Programme“ und Programmatiken der Medienpolitik. In Gesprächen mit Kolleginnen und Experten untersuchen epd medien und Grimme-Institut zudem die Rahmenbedingungen, unter denen Qualität entstehen kann.

Regelmäßig **zweimal pro Monat**, mit einer Länge von 20 bis 25 Minuten pro Folge, richtet sich „LÄUFT“ an Menschen, die sich für Medien und ihre Inhalte interessieren und zugleich einen **vertiefenden Blick in die Branche** schätzen. Host ist der Journalist und Podcaster **Alexander Matzkeit**, der für epd medien schreibt. Gelegentlich moderieren und produzieren auch **Mitarbeiter*innen des Grimme-Instituts**. Verbreitet wird der Podcast über große Audio-Streamingdienste wie Spotify und Deezer, aber auch über die Grimme-Website und bei epd medien.



DIE PROGRAMMSCHAU VON

epd medien



**Grimme
Institut**





Grimme-Fest 2023

Zu einem Geburtstags-Fest hatte das Grimme-Institut am „Tag des offenen Denkmals“ (10. September) alle Marler Bürgerinnen und Bürger sowie alle Interessierten eingeladen. Rund 400 Gäste kamen ins denkmalgeschützte Gebäude und freuten sich über ein abwechslungsreiches Programm mit spannenden Aktivitäten und Einblicken in die Geschichte des Bauwerks und des Instituts.

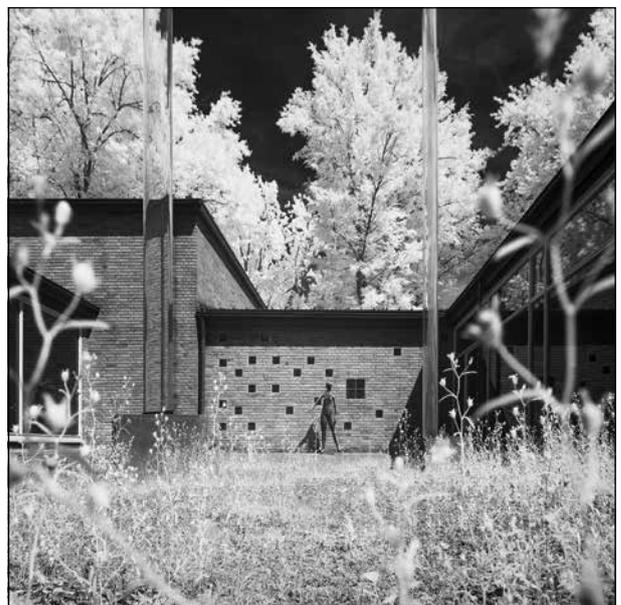
Neben Führungen durch das Haus gab es ein Filmprogramm für Kinder und Erwachsene, verschiedene Workshops, einen Medienparcours sowie eine Ausstellung. Auch Shaun das Schaf kam zu Besuch. Darüber hinaus konnte man sich mit einer Grimme-Preis-Trophäe vor einer Fotowand zum Jubiläum des Instituts ablichten lassen. Für musikalische Begleitung sorgten die Alphornbläser Marl und das Rebekka-Wilhelm-Duo.



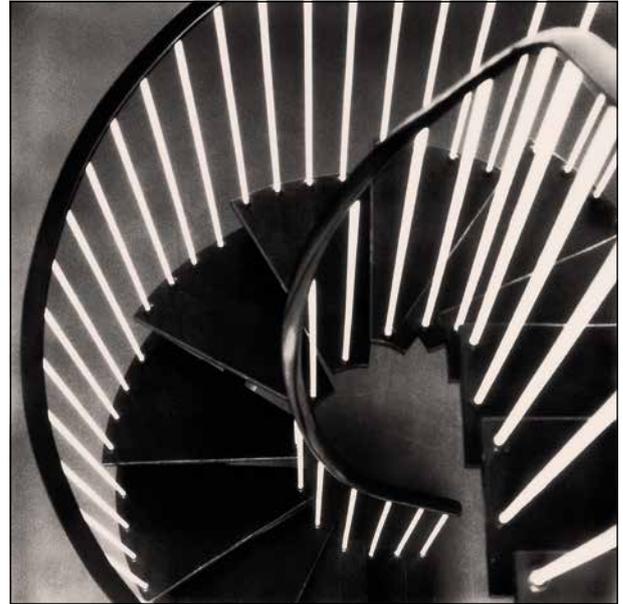
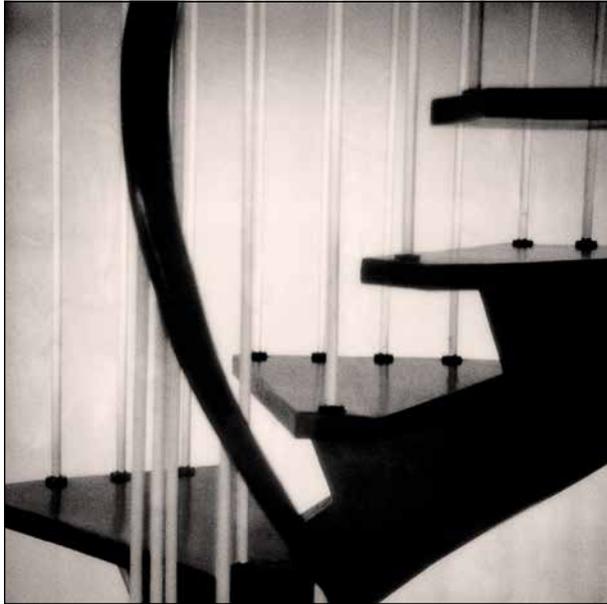


Infrared Institute

*Eine Fotoserie von Georg Jorczyk
für das Grimme-Jahrbuch 2020 · 2021 · 2022*

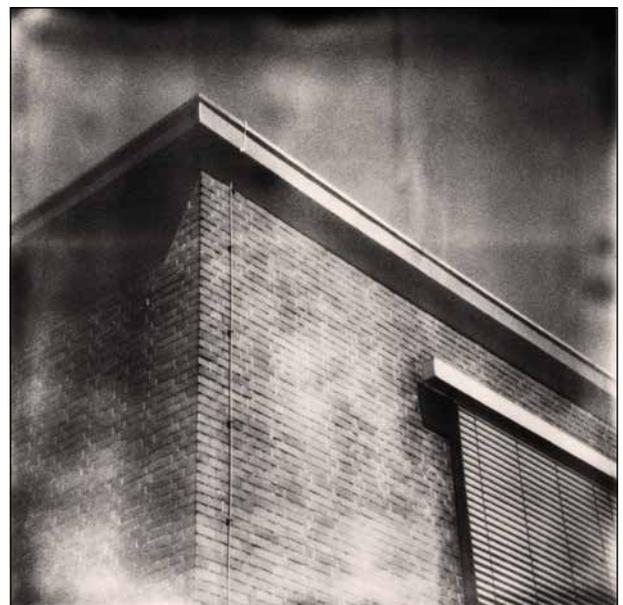


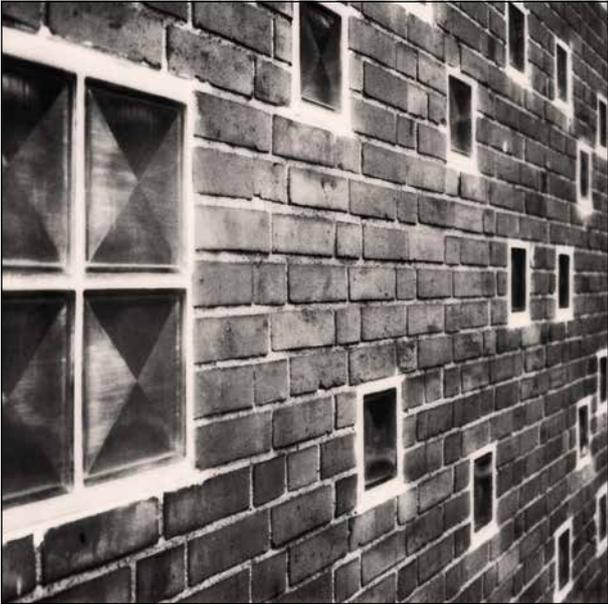




Instant Institute

*Eine Fotoserie von Georg Jorczyk
für das Grimme-Jahrbuch 2018*





Das Team

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Stand 15. Oktober 2023)



Dr. Frauke Gerlach
Direktorin / Geschäftsführerin



Lena Hungerige
Grimme-Preis



Dr. Sibylle Backmann
Grimme-Preis-Archiv



Georg Jorczyk
Kommunikationsdesign



Heinz Benner
Haustechnische Dienste



Gabriele Kochanski
Assistenz Geschäftsführung



Monika Elias
Grimme Forschung



Birgit Krutzke
Stellv. Kaufmännische Leitung /
Controlling / Administration



Lucia Eskes
Leitung Grimme-Preis



Franziska Lork
Assistenz Kaufmännische Leitung



Dr. Harald Gapski
Leitung Grimme Forschung



Dipl.-Kfm. Michael Piccolo
Prokurist / Kaufmännischer Leiter



Lars Gräßer
Pressesprecher / Projekte



Jan Richert
IT-Administration



Aycha Riffi

Leitung Grimme-Akademie /
Grimme trifft die Branche



Thomas Tekster

Grimme Forschung /
Grimme-Preis-Archiv



Sven Schlüter

Administrator Veranstaltungstechnik



Elisabeth Turowski

Grimme Medienbildung



Bernd Schmidt

Grimme Medienbildung



Julia Wilms

Projekte /
Aus- und Weiterbildung



Katharina Schmitz

Volontärin



Lisa Wolf

Grimme Online Award



Annette Schneider

Leitung Projekte /
Mediendiskurs



Wolfgang Zielinski

Leitung Grimme Medienbildung



Michael Schnell

Grimme Medienbildung



Stefan Schröer

Grimme-Akademie

Impressum

Grimme-Institut
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH
Eduard-Weitsch-Weg 25
45768 Marl

Telefon: 02365 9189-0
Fax: 02365 9189-89
E-Mail: info@grimme-institut.de
Internet: www.grimme-institut.de

Redaktion: Lars Gräber, Katharina Schmitz, Stefan Schröer
Gestaltung und Fotoredaktion: Georg Jorczyk
Satz: Georg Jorczyk, Elisabeth Turowski

Redaktionsschluss: 15. Oktober 2023

Das Grimme-Institut dankt seinen Partnern und Sponsoren für ihre Unterstützung.

Fotos und Grafik

Titelfoto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 1** Foto: Fabia Rombach | **S. 4/5** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 6** Foto Wüst: Land NRW / Ralph Sondermann | **S. 7** Foto Rabanus: Deutscher Bundestag / Inga Haar | **S. 8** Foto Arndt: Stadt Marl | **S. 9** Foto Himmeler: ZDF / Tim Thiel | **S. 10** Foto Gniffke: SWR / Sven Cichowicz | **S. 11** Foto Frerichs: epd-bild/Heike Lyding | **S. 12** Foto Leithäuser: Radiozentrale / Dirk Mathesius | **S. 13** Foto Schmid: Landesanstalt für Medien NRW | **S. 14/15** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 16/17** Fotos: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 18/19** Fotos: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 20** Foto: Michael Neuhaus / Grimme-Institut | **S. 21** Fotos: Michael Neuhaus / Grimme-Institut, Foto Grewenig: RTL / Frank Beer | **S. 23** Fotos: Lars Gräber, Aycha Riffi, Katharina Schmidt / alle Grimme-Institut, Foto Kagerer: Produzentenallianz, Foto Böhning: HC Plambeck | **S. 25** Fotos / Grafik: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Schönenborn: WDR / Annika Fußwinkel | **S. 26** Fotos Binninger / Bernet: AG DOK | **S. 27** Foto Beckedahl: mabb / Silke Weinsheimer | **S. 29** Fotos: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Neuberger: Weizenbaum-Institut / Kay Herschelmann | **S. 30/31** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 33** Fotos: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Gapski: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Gerlach: Anne Etges / Grimme-Institut | **S. 34** Fotos Peifer / Grohé: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 36/37** Fotos: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 38** Foto Baurmann: Michael Schwettmann, Foto Eilders: Conny Schoenwald | **S. 39** Foto: Tim Kramer / RUB | **S. 41** Foto: Thomas Mohn | **S. 43** Grafik: Monika Elias / Grimme-Institut, Foto Jarren: Frank Brüderli | **S. 44/45** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 47** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Lisakowski: Vera Lisakowski | **S. 49** Foto Thiele: privat | **S. 50** Foto Ellek: Christian Wasenmüller | **S. 52** Fotos: Michael Neuhaus / Grimme-Institut | **S. 53** Fotos: Mareen Meyer und Arkadiusz Goniwiecha / beide Grimme-Institut | **S. 55** Foto Eskes: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 57** Foto: Jörg Carstensen / Grimme-Institut, Foto Wick: Barbara Dietl | **S. 59** Fotos: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Seim: Michael Schwettmann | **S. 61** Grafik: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Fischer: privat | **S. 62** Foto Zaboura: Lars Weber, Foto Zarges: DWDL | **S. 65** Foto: Deutscher Radiopreis / Philipp Szyza | **S. 66/67** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 69** Foto: Grimme-Akademie, Foto Team: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 70** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Ottinger: RTL Journalistenschule / Falko Wenzel | **S. 72** Foto Klocke: privat | **S. 73** Foto Röpke: privat, Foto Masuhr: Andi Weiland | **S. 74** Foto Schwertel: privat | **S. 75** Foto: Michael Schwertel, Foto Haas: ZDF / Ulrike Lenz | **S. 76** Foto Tonekaboni: privat, Foto Mysorekar: Sarah Eick | **S. 78/79** Fotos: Grimme-Akademie | **S. 81** Fotos: Grimme-Institut, Foto Felling: AJS NRW | **S. 83** Foto: Insel-Archiv Marl | **S. 84** Foto: Michael Schnell / Grimme-Institut | **S. 87** Foto Gapski: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 89** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Rex: Deutscher Volkshochschul-Verband | **S. 91** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Gräber: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 100** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 101** Foto: Rabea Effelsberg / Stadt Marl | **S. 102** Foto: Michael Neuhaus / Grimme-Institut | **S. 104/105** Fotos: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 106** Foto von Rüden: Grimme-Institut, Foto Janke: ZDF Bilderdienst, Foto Hachmeister: Grimme-Institut | **S. 107** Foto Paukens: Grimme-Institut, Foto Gäbler: Grimme-Institut, Foto Kammann: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 108** Foto Gerlach: Annette Etges / Grimme-Institut, Foto Gräber: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 111** Foto Tekster: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 114/115** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 117** Foto: Thomas Tekster / Grimme-Institut, Foto Schneider: Uwe Völkner / FOX | **S. 119** Foto Schmitz: Uwe Völkner / FOX | **S. 120** Foto: Christoph Schneeweis | **S. 121** Foto: Klaus Pirke | **S. 125** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut, Foto Hagedorn: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 127** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 128/129** Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **ab S. 130** Foto Berben: Laurence Chaperon, Foto Blumenthal: Fabian Strauch, Foto Harrich: Jörg Carstensen / Grimme-Institut, Foto Heinen: Thomas Banneyer, Foto Jahnke: privat, Foto Kuper: Landtag NRW / Bernd Schälte, Foto LaGrande: Anna Spindelndreier, Foto Marx: NDR / Christian Spielmann, Foto Schafarczyk: WDR / HR / Sebastian Reimold, Foto Schück: Tim Hargesheimer, Foto Stullich: privat, Foto von Marenholtz: Alexander Franz, Foto Witzel: FDP-Landtagsfraktion NRW, Foto Anne Wizorek: Carolin Weinkopf | **S. 136/137** Fotos: Georg Jorczyk / Grimme-Institut | **S. 142/143** Foto Gerlach: Anne Etges / Grimme-Institut, Fotos Mitarbeiter*innen Georg Jorczyk / Grimme-Institut



Begeisterung

Die schönsten Momente werden noch schöner, wenn Menschen sie gemeinsam erleben.

Daher engagieren wir uns in unzähligen Kulturprojekten, wie z. B. bei der Verleihung des Grimme-Preises. Und sorgen so für unvergessliche Gänsehautmomente.
www.sparkasse-re.de

Weil's um mehr als Geld geht.



Sparkasse
Vest Recklinghausen

Ein echtes
QualitätsmerkMarl:
50 Jahre
Grimme-Institut!

Evonik und der Chemiapark Marl gratulieren dem Grimme-Institut zu 50 Jahren voller Engagement, Entwicklung, Erforschung und Expertise.