



grimme



2016

Grimme Online Award

03 Grußwort

04 Vera Lisakowski

Spiele im Grimme Online Award
Von Form, Funktion und Inhalt

**06 Interview mit Dr. Frauke Gerlach,
Grimme-Institut**

Grimme und Games

08 Benjamin Rostalski

Immer immersiver
Leitmedium Computerspiel

10 Uwe Lothar Müller

Making of „Refugees“
Über ein Newsgame bei arte

11 Marcus Bösch

Newsgames
Warum Sie die Nachrichten spielen sollten

12 Daniel Heinz

Let's Plays als publizistische Verarbeitungsform
von Games
Performative Medienkritik

14 Statement der Jury

des Grimme Online Award 2016

PREISTRÄGER Grimme Online Award

Information

16 dekoder – Russland entschlüsseln

18 Straßengezwitscher

Wissen und Bildung

20 Klangökologie: Die Symphonien der Natur

Kultur und Unterhaltung

22 DADA-DATA

24 makellosmag – die blog (fem.)

26 Trappeto-Solingen-Trappeto ... und zurück

Spezial

28 Barbara.

30 Interaktiv-Team der Berliner Morgenpost

32 Statement der Nominierungskommission
des Grimme Online Award 2016

NOMINIERUNGEN Grimme Online Award

34 Information

37 Wissen und Bildung

40 Kultur und Unterhaltung

42 Spezial

KLICKSAFE PREIS Grimme Online Award

44 klicksafe Preis für Sicherheit im Internet:

Courage im Netz

45 klicksafe Preis

für Sicherheit im Internet 2016
Nominierungen

46 Interview mit Dr. Christian Esch,
NRW KULTURsekretariat

Über wertvolle Spiele, Speck und Mäuse

50 Preispaten

52 Moderation & Showact

53 Förderer, Partner & Sponsoren

56 Impressum



Abo?
www.kulturwest.de
vertrieb@kulturwest.de
0201/49068-14

Lust auf geballte Kultur aus NRW?

k.west – zehn Mal im Jahr, im gutsortierten Handel oder im Abonnement.

k.west

MAGAZIN FÜR KUNST, KULTUR, GESELLSCHAFT



GRUSSWORT

Franz-Josef Lersch-Mense

Foto: Land NRW / M. Hermenau

Meine Damen und Herren, liebe Leserinnen und Leser,

die Frage nach der Qualität im Netz muss immer wieder neu verhandelt werden. Es gilt Maßstäbe zu setzen anhand guter, vorbildlicher Beispiele. Dafür steht der Grimme Online Award, der im sechzehnten Jahr erneut Orientierung für Qualität im Netz bietet, immer auch im Abgleich zu den neuen technischen Möglichkeiten multimedialen Erzählens.

Dass wieder über 1.200 Vorschläge eingegangen sind, belegt eine immense publizistische Vielfalt. Erzählen und Berichterstattung im Netz haben sich geändert. Immer müheloser werden die Formatgrenzen übersprungen, Audios und Videos souverän integriert, spielerische Elemente angeboten. Die Experimentierfreude ist beeindruckend.

Nur: Kommt diese Vielfalt bei den Nutzerinnen und Nutzern an? Facebook und Google, allgemein Soziale Medien und Messengerdienste beeinflussen heute maßgeblich, was wir im Netz wahrnehmen. Sie selektieren vor, Inhalte wie Bedingungen. Sich davon zu lösen, bedeutet für jeden Einzelnen Aufwand. Das gilt es zu erkennen und entsprechend zu handeln. Die Menge an Informationskanälen führt dazu, dass gut gemachte, journalistisch anspruchsvolle Inhalte oftmals das Publikum nicht in dem Maße erreichen, wie sie es eigentlich verdienen. Wir alle bleiben meist in unseren „Netzwerken“ und „Gewohnheiten“.

Hinzu kommt, dass im Netz auch Nutzerinnen und Nutzer unterwegs sind, die vor allem eines wollen: Wut und Hass verbreiten. Wenn Anbieter dadurch gezwungen werden, Kommentar- und Diskussionsmöglichkeiten einzuschränken oder gar abzuschalten, dann bleibt eine der größten Stärken der digitalen Medien, nämlich der Rückkanal und die Vernetzung der Nutzer, auf der Strecke.

Zur Lösung dieser Herausforderung kann der Grimme Online Award nicht direkt beitragen. Aber für alle, die an fundierter Information, intelligenter Wissensvermittlung und ernsthafter Auseinandersetzung interessiert sind, funktioniert er wie ein Kompass, der die Richtung zu hochwertigen Angeboten weist.

Das können manchmal auch „die Kleinen“ sein, die ohne eine schlagkräftige Redaktion, aber mit herausragenden Ideen bei der Sache sind. Deshalb ist es gut, dass der Grimme Online Award gerade auch für die kleinen, feinen „Perlen im Netz“ offen ist. Nicht zuletzt ist der Preis ein Ansporn für Medienmacher, neue Formate auszuprobieren, sich weiter zu entwickeln und immer wieder Mut zu beweisen.

Wir sind stolz darauf, dass die Institution hinter den Grimme-Preisen bei uns in Nordrhein-Westfalen zuhause ist. Allen Teilnehmenden des Wettbewerbs danke ich dafür, dass sie mit ihren herausragenden Beiträgen den Grimme Online Award auszeichnen.

Herzlichen Glückwunsch
an die diesjährigen Nominierten und die Preisträger!

Franz-Josef Lersch-Mense

Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien
des Landes Nordrhein-Westfalen,
Chef der Staatskanzlei NRW

VON FORM, FUNKTION UND INHALT

Vera Lisakowski

Spiele und der Grimme Online Award? Geht das zusammen? Und wenn ja: wie? Diese Frage stellen sich das Preisteam und die Nominierungskommission jedes Jahr aufs Neue. Spielerische Elemente waren schon von Anfang an Teil der nominierten und prämierten Angebote. Allerdings meist der für Kinder. Aber auch Angebote für Erwachsene können mit Spielelementen bereichert werden – nur: was sind eigentlich Spielelemente? Wo beginnt das Game in den unendlichen Weiten des Internets?

Ist es schon als spielerisches Element zu sehen, wenn sich Artikel nicht hinter Textlinks sondern hinter Bildern verbergen? Wie bei der „museumsplattform nrw“, Preisträger 2013. Dort wird man von Stichwort zu Stichwort weitergeleitet, anstelle einer klaren Recherchelinie durch das Angebot zu folgen. Ganz sicher ist es aber spielerisch, wenn der Nutzer selbst eine „Reise durch das Sonnensystem“ antritt, wie bei einem 2005 nominierten Angebot, auch wenn die Auswahlmöglichkeiten noch eingeschränkt waren. Bei einer Reihe von Angeboten des deutsch-französischen Senders ARTE ist klar zu erkennen, dass sie sich immer mehr in Richtung eines Spiels bewegen: War bei dem 2011 prämierten „Prison Valley“ noch der Clou, dass sich der Nutzer mithilfe von Spielelementen auf einen individuellen Rundgang begeben und mit anderen Nutzern in Kontakt treten konnte, konnte man bei dem 2014 ausgezeichneten Doku-Game

„Fort McMoney“ darüber hinaus bereits mit den Protagonisten des Angebotes sprechen und musste selbst über die Zukunft der Stadt entscheiden – wurde am Ende aber auch an seinen Entscheidungen gemessen. Ganz klar ein Newsgame war dann das 2015 nominierte „Refugees – 4 Monate, 4 Camps“, bei dem der Nutzer in die Rolle eines Reporters schlüpft und unter Zeitdruck eine Reportage aus einem Flüchtlingscamp erstellen muss. ARTE-Redakteur Uwe-Lothar Müller berichtet in dieser Publikation über den Entstehungsprozess dieses Angebotes.

Um Newsgames geht es auch im Beitrag von Marcus Bösch, der mit seiner Firma „the Good Evil“ eben diese produziert. Und Benjamin Rostalski von der Stiftung Digitale Spielkultur geht ebenso darauf ein, spricht gar vom Computerspiel als neuem Leitmedium und reflektiert den Begriff der Publizistik im Spiel.

Dieser Begriff der Publizistik ist auch der zentrale Punkt des Grimme Online Award: Er ist ein Preis für publizistische Websites und Apps – die durchaus auf das Mittel der spielerischen Vermittlung zurückgreifen dürfen, wie auch die Grimme-Direktorin Dr. Frauke Gerlach im Interview auf den kommenden Seiten erläutert. Das Spiel muss dabei aber über den reinen Selbstzweck hinausgehen. Ein Spiel, das nur seine eigene Geschichte transportiert, ist zu wenig. Wenn das Spiel aber genutzt wird, um einen Sachverhalt besser darzustellen, ihn zu



Vera Lisakowski ist seit 2007 beim Grimme-Institut für den Grimme Online Award tätig, seit 2015 leitet sie den Preis. Die studierte Online-Redakteurin ist außerdem Journalistin für Architektur- und Kunst-Websites und ein Kultur-Fernsehmagazin. Foto: Grimme-Institut/Georg Jorczyk

illustrieren, passt es gut in den Betrachtungsbereich des Preises. Das Spiel muss sich also in den Dienst des Inhalts stellen – und der Inhalt sollte sich gut in Form eines Spiels oder mit spielerischen Elementen vermitteln lassen. Oft kommt es vor, dass Spielelemente nur eingesetzt werden, um ein Angebot vermeintlich moderner und attraktiver für schwer zu begeisternde Nutzergruppen zu gestalten. Memorys, kleine Jump and Runs oder Varianten des Schiebspiels „2048“ stehen aber neben den eigentlichen Inhalten und haben mit deren Vermittlung nichts zu tun. Das kann hilfreich sein, um den Nutzer bei der Stange zu halten oder um ihm vielleicht im Fluss der Informations- oder Wissensvermittlung ein paar Minuten Entspannung zu gönnen.

Die eigentliche Entwicklung sind aber die Spiele, die selbst die Informationen vermitteln. Hier ist allerdings die Produktion wesentlich aufwendiger, weil nicht auf vorgefertigte Baukästen zurückgegriffen werden kann, sondern eine Story entwickelt und umgesetzt werden muss. Game-Entwickler machen so etwas schon lange – aber im wenig profitablen publizistischen Bereich? Nur damit die zu vermittelnden Inhalte erlebbarer werden und sich besser festsetzen?

Solch komplexe Spielhandlungen zur Informationsvermittlung können mit vertretbarem Aufwand noch gar nicht so lange produziert werden. Damit aber überhaupt mehr Menschen über Spiele an Informations- und Bildungs-

inhalte herangeführt werden können, müssen die Inhalte bei ihnen ankommen. Entscheidend ist dabei auch die technische Entwicklung mit hohen Bandbreiten und leistungsstarken Computern. Sie macht es möglich, dass Durchschnittsnutzer – nicht etwa Hardcore-Gamer – die aufwendigen Spiele zu Hause spielen können.

So ist der Game-Bereich inzwischen aus der „Schmuddelecke“ herausgekommen, spielerische Elemente auch bei ernsthaften Themen sind nicht mehr verpönt, sondern das Experiment wird im Gegenteil hoch anerkannt. So attestiert Christian Esch Computerspielen im Interview, dass sie selbstverständlich Kultur, manchmal sogar Kunst seien. Im Feuilleton seien sie allerdings noch nicht angekommen. Kein Wunder also, dass es ein eigenes Medien-genre gibt, das sich auf seine eigene Art der Spiele-Kritik widmet: „Let’s Plays“, wie sie Daniel Heinz in seinem Beitrag beschreibt.

Und so erwarten wir auch, dass sich in Zukunft im Bewertungsspektrum des Grimme Online Award noch mehr Spiele und spielerische Elemente finden werden. Oft werden sie heute schon so geschickt eingesetzt, dass der Nutzer kaum merkt, dass es sich um Spielelemente handelt. Informationsinhalte und spielerische Interaktion fließen wie selbstverständlich zusammen, die Nutzer werden in die Geschichten hineingezogen und gefesselt, die Informationsvermittlung erfolgt quasi nebenbei. Mission erfüllt.

GRIMME UND GAMES

Was hat Grimme mit Games zu tun?

Wahrscheinlich mehr, als man so denkt! Das Grimme-Forschungskolleg beschäftigt sich mit Games, aber auch im Institut sind sie Thema: Schon lange wird in unserem Medienbildungsbereich über Computerspiele nachgedacht, sei es in Projekten, auf Veranstaltungen oder in Publikationen.

Dabei lässt sich beobachten: Die Debatte um gewaltverherrlichende Spiele ist eigentlich vorbei, eher geht es hier um Fragen der exzessiven Mediennutzung. Das nennen wir den Risikendiskurs, der aber flankiert wird von einem Potenzialdiskurs: Was lehren Computerspiele und vor allem wie? Und was können sie uns erzählen? Fließend geht der Diskurs um Lehr- und Lernpotenziale von Computerspielen über in ästhetische Fragen – und kommt schließlich im Qualitätsdiskurs an, also ganz bei Grimme.

Sie meinen bei den Preisen?

Genau, der Qualitätsdiskurs erfährt vor allem im Zusammenhang mit den Preisen eine große Resonanz. Und hier lässt sich feststellen, dass sich gerade beim Grimme Online Award

immer häufiger Angebote finden, die entweder Spielelemente umfassen oder gleich komplette Spielmechaniken adaptieren, um ihre Geschichte interaktiv zu vermitteln.

Manche Einreichung hat es bereits zur Nominierung geschafft, einzelne aber auch schon zur Auszeichnung. Es ist nicht die Masse, aber Spiele oder Angebote mit spielerischen Elementen sind seit einigen Jahren kontinuierlich im Wettbewerb vertreten. Darunter sind Angebote für junge Zielgruppen, ebenso wie für ältere.

Haben auch die Öffentlich-Rechtlichen das Spiel für sich entdeckt oder trägt der Schein?

Die Öffentlich-Rechtlichen experimentieren viel. Besonders hervorzuheben hat sich hierbei ARTE, die als deutsch-französischer Sender unter anderen Rahmenbedingungen arbeiten können als andere öffentlich-rechtliche Sender, die rundfunkrechtlichen Beschränkungen unterliegen. Darüber hinaus sind Spiele aber auch aufwendig zu programmieren und daher kostspielig, weshalb sie eher ein Thema für finanziell besser ausgestattete Anbieter sind.

Der Grimme-Preis wurde gerade refor-

Foto rechts: Screenshot „Fort McMoney“ von ARTE, Preisträger 2014
Foto links: Screenshot „Der Kanzlersimulator“ des Südwestrundfunk, nominiert 2014





Dr. Frauke Gerlach leitet seit Mai 2014 das Grimme-Institut und ist seit Dezember 2014 Geschäftsführerin des Grimme-Forschungskollegs. Zuvor war die promovierte Juristin Justiziarin der Landtagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen im Landtag Nordrhein-Westfalen. Außerdem war sie langjährige Vorsitzende der Medienkommission der LfM NRW, des Aufsichtsrates der Filmstiftung NRW, des Grimme-Instituts und Mitglied im Aufsichtsrat der LfM-Nova GmbH.

Foto: Annette Etges

miert. Immer wieder kommt die Frage auf: Gehen Grimme Online Award und Grimme-Preis irgendwann ineinander auf?

Sicher nicht! Eine wichtige Änderung beim Grimme-Fernsehpreis ist, dass eingereichte Produktionen künftig nicht mehr im Fernsehen ausgestrahlt worden sein müssen. Es reicht, dass sie der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden. So öffnet sich künftig der Grimme-Preis für andere Distributionswege wie Mediatheken, Streamingdienste oder Video on Demand. Entscheidend ist und bleibt aber, dass ein Angebot „fernsehgemäß“ gestaltet wurde.

Was bedeutet das für den Grimme Online Award?

Erstmal wenig, und das liegt am Profil des Preises, das sich deutlich vom Grimme-Preis unterscheidet. Der Grimme Online Award ist und bleibt der Qualitätspreis für Netzpublizistik. Als solcher achtet er unter anderem auf Webspezifika und -ästhetik. Wir müssen doch festhalten: TV und Web unterscheiden sich noch maßgeblich, selbst wenn sie technisch konvergieren mögen.

Stichwort Medienkonvergenz: Jan Böhmermann hat beim 52. Grimme-Preis nicht nur eine Auszeichnung für die Satire #varoufAKE erhalten. An ihn ging auch die „Besondere Ehrung“. Beim Grimme Online Award wurde er für seine persönliche Leistung im Netz nominiert. Die Preise mögen nicht zusammenwachsen, aber die Personen, die sie erhalten, irgendwie schon.

Jan Böhmermann ist zu Recht mehrfach ausgezeichnet beziehungsweise nominiert worden. Er führt uns wie kein anderer die Wirkungsmechanismen öffentlicher Meinungsbildung in der modernen Mediengesellschaft vor Augen. Dass er dabei auch zu drastischen Provokationen greift, wurde mittlerweile breit diskutiert. Abseits dessen spielt er seine Themen souverän über unterschiedliche Plattformen – online wie offline. Aktuell gibt es wohl kaum einen versierteren „Transmedia-Storyteller“. Ende 2015 hat Jan Böhmermann mit der Produktionsfirma Bildundtonfabrik übrigens auch ein Spiel gelauncht: das Adventure „Game Royale“ im Retro-Stil. Der verpixelte Böhmermann irrt hier durch den Backstage-Bereich des Neo Magazins auf der Suche nach seinem TV-Sidekick William Cohn. Auch der Grimme-Preis hat hier seinen Auftritt – alles hängt mit allem zusammen. Wir dürfen also gespannt sein, was da noch kommt.

Das gilt wohl auch für Games und den Grimme Online Award generell!

Sicherlich. Aber lassen Sie mich an dieser Stelle danke sagen: Danke an alle diejenigen, die sich an der Preisträgerfindung und dieser Publikation beteiligt haben. Das sind zum einen die Autoren und zum anderen natürlich die Mitglieder von Nominierungskommission und Jury, die einiges an Zeit und Engagement investiert haben. Das sind unsere Förderer und Partner, ohne die ein solcher Preis nicht möglich wäre, und das sind nicht zuletzt diejenigen, die als Online-Akteure unermüdlich dafür sorgen, dass immer wieder herausragende Qualität auszuzeichnen ist.



Immer immersiver

LEITMEDIUM COMPUTER- SPIEL

Benjamin Rostalski

Benjamin Rostalski studierte Politikwissenschaft in Berlin und war bei der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) beschäftigt. Seit 2011 leitet er das Awardbüro des Deutschen Computerspielpreises und ist seit 2012 Projektmanager der Stiftung Digitale Spielkultur.

Foto: Dirk Mathesius

Foto unten: Screenshot „Papers, Please“

Moderne Blockbuster-Spiele finden ein globales Millionenpublikum über kulturelle Barrieren hinweg, erlangen Deutungshoheit über darin verhandelte Themen, prägen Wertorientierungen und bieten Stoff für Diskussionen. Vieles spricht dafür: Digitale Spiele sind das Leitmedium des 21. Jahrhunderts.

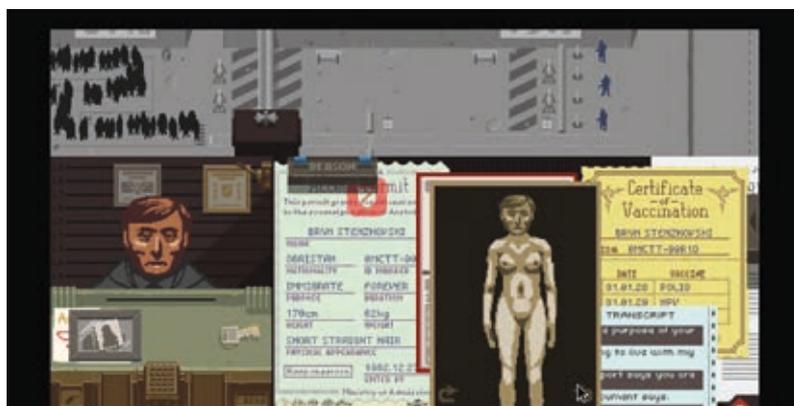
Dieser Befund mag zunächst überraschen, handelt es sich bei Spielen doch in erster Linie um ein popkulturelles Unterhaltungsmedium. Meinungsbildung war bislang den publizistischen Medien vorbehalten, denen man ein Sendungsbewusstsein unterstellen kann. Dabei ist unser Medienbegriff noch sehr geprägt vom linearen Modell, das wenige autoritative Sender und viele „hörige“ Empfänger vorsieht. Die Bedürfnisse des Publikums haben sich aber spürbar gewandelt. Als Gegenbewegung zur Verflachung von Unterhaltung und Medien und den immer schnelleren Erregungsspiralen in Print, Fernsehen und den sozialen Netzwerken gibt es ein wachsendes Interesse an tieferem Eintauchen, an Immersion – sowohl inhaltlich als auch interaktiv.

Weitläufige Welten digitaler Spiele wirken besonders einnehmend und bieten durch Komplexität und intellektuelle Herausforderung ein Kontrastprogramm zu linearen Unterhaltungs-

formaten. Der Spieler agiert innerhalb der Parameter des Spiels symbolisch und erfährt etwas über sich selbst. Das schult die Fähigkeit zur kritischen Reflexion und hat damit auch Auswirkungen auf Lebenswandel und Charakterbildung. Das Probe-Handeln im Spiel ist zwar gefahrlos, bleibt aber nicht ohne Konsequenzen. Ethische Fragen wirken im Kontext der Interaktion nachhaltiger, nötigen sie dem Spieler doch eine aktive Positionierung ab.

Gute Spiele wie der dystopische Thriller „Papers, Please“ wecken Interesse für ihr Thema und legen den Grundstein für eine eingehendere Beschäftigung damit, was im modernen informationellen Überfluss äußerst wertvoll ist. Sie stoßen Debatten in den Spieler-Communities an, denn aus der digitalen Spielkultur ist längst ein eigener sozialer Kommunikationsraum entstanden, in dem gesellschaftliche Konflikte am Beispiel ihrer medialen Abbildung diskutiert werden. Agenda Setting ist nicht länger klassischen Medien vorbehalten.

Publizistisch bieten Spiele also ganz neue Möglichkeiten – wenn die Entwickler sie denn zu nutzen wissen. Die Message tritt dabei aber nicht immer gleich so klar zutage, wie man das von Print oder Fernsehen gewohnt ist. Die nötige Rezeptionsfähigkeit vorausgesetzt, verbirgt sich im Gameplay ein zusätzliches Stilmittel von subtiler Eindringlichkeit. Gehen audiovisuelle Gestaltung, Narration und Gameplay Hand in Hand, überflügelt ein modernes Computerspiel den herkömmlichen Medienkanon spielend, was Wirkung und Überzeugungskraft angeht.



Begriffswelten Islam



#travellingIslam

#whatIS



Das Bildungsangebot „Begriffswelten Islam“ setzt sich mit wichtigen Begriffen der in Deutschland über den Islam geführten Diskurse auseinander. Das Projekt wurde gemeinsam mit Islamwissenschaftler/-innen und YouTuber/-innen entwickelt. Es richtet sich an Jugendliche, die sich für aktuelle Debatten über den Islam interessieren.

www.bpb.de/begriffswelten-islam



Making of „Refugees“

ÜBER EIN NEWSGAME BEI ARTE

Uwe Lothar Müller

Uwe Lothar Müller studierte Germanistik, Philosophie und Politische Wissenschaften und besuchte die Henri-Nannen-Schule. Nach sechs Jahren bei Radio Bremen, war er ab 1997 Reporter bei ARTE. Dann vier Jahre lang Redaktionsleiter von ARTE Info und Stellvertretender Chefredakteur der Informationssendungen. Seit 2009 ist er Stellvertretender Redaktionsleiter von ARTE Reportage.

Foto: Frédéric Maigrot/ARTE

Foto unten: Screenshot „Refugees“

Für Spielchen sind die Redakteure bei „ARTE Reportage“ natürlich schon zu reif, doch der Senior und Chef, Philippe Brachet, wollte mal etwas Neues ausprobieren: Da gebe es doch diese „Newsgames“ im Internet, bei denen man ersthafte Themen spielerisch aufbereite, um mal ein anderes Publikum zu erreichen, die Jungen, die dauernd surfen und spielen. Da könnte man doch unsere Webdokumentation „Refugees“ – vier Künstler besuchen Flüchtlingscamps in Nepal, im Irak, im Libanon und im Tschad – prima um ein fünftes Element bereichern. Skeptische Blicke: Ein Spiel mit Flüchtlingen? Bei ARTE?

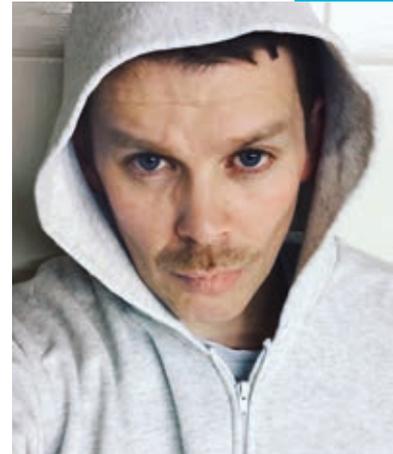
Aber die jungen Multimediaredakteure, alle halb so alt wie wir, waren begeistert! Wir luden eine Produktionsfirma ein, die zeigte uns, was man im Netz schon alles angestellt hatte, um Themen wie Hunger, Flucht und Vertreibung ernsthaft-spielerisch in Szene zu setzen. Uns wurde klar: Das können wir auch! Ja, allem Anfang wohnt ein Optimismus inne... Der Plot: „Werden Sie ARTE-Reporter und berichten Sie über das Leben im Flüchtlingscamp“. Die User gehen im Spiel in die Camps, treffen Flüchtlinge und Helfer, interviewen sie und

schneiden ihre eigene Reportage, die die Chefredakteurin dann abnimmt. Die gelungenen Reportagen werden im Internet gezeigt und ausgezeichnet. Ganz einfach! Dachten wir... Zwei Multimediaredakteure entwarfen das Spiel: Es entstanden, zu unser aller Überraschung, Pläne von allerhöchster Komplexität, eine Art mathematischer Alptraum. Nepal war das erste Camp. Der Kameramann drehte mit dem Kinoregisseur, der Schriftstellerin, dem Comiczeichner und dem Fotografen, um dann noch die Szenen für das Newsgame zu filmen. Natürlich waren es viel zu wenige, das merkten wir aber erst zuhause. Eine von vielen Krisensitzungen folgte, wir hatten den Aufwand für das Newsgame total unterschätzt. Aber wir zogen es durch. Obwohl wir uns schon mal im Stillen schworen: Nie wieder – etwa, als der Lagerleiter im Tschad uns die Genehmigung für den Dreh des Newsgames unter der Nase wegzog. Oder als unsere Vorgesetzten uns am Ende noch freundlich baten, den Begriff „Game“ im Zusammenhang mit Flüchtlingen doch lieber zu vermeiden. Als es dann endlich online ging, nach allen Pannen und Krisen, da wurden wir überrascht von der Resonanz: Alleine das Newsgame brachte so viele Klicks wie der Rest der Webdokumentation. Viele Anfragen kamen, wie wir das denn gemacht hätten, das Erziehungsministerium in Paris wollte das Newsgame für den Unterricht an Schulen. Heute, zwei Jahre danach, sind alle Wunden verheilt, da träumt der Senior und Chef schon wieder von einem neuen Newsgame, bald, bei ARTE...



WARUM SIE DIE NACHRICHTEN SPIELEN SOLLTEN

Marcus Bösch



„Was soll das?“ Das ist ein Lied von Herbert Grönemeyer. Und eine sehr gute Frage, wenn man sich mit neuen Technologien, Geräten und Formaten im Kontext Journalismus auseinandersetzt. Nach fast zehn Jahren öffentlich-rechtlichem Journalismus für die Deutsche Welle, Deutschlandradio Kultur und das ZDF stolperte ich 2009 das erste Mal über den Begriff „Newsgame“. Das klang verheißungsvoll, neu und ganz anders als Begriffe wie „Audio-Slideshow“.

Die Frage, was Newsgames jetzt genau sollten und wollten, führte dazu, dass ich eine Website zum Thema aufsetzte, jedem Experten den ich auftreiben konnte, eine Mail mit Bitte um ein Interview schickte, berufsbegleitend einen Master of Arts in „Game Development and Research“ absolvierte, ein Game Studio gründete, Deutschlands erstes Newsgame „PRISM“ veröffentlichte, um dann Europas ersten Newsgames „Hackathon“ zu veranstalten.

Inzwischen hat mein Game Studio „the Good Evil“ Newsgames, also die Kombination aus journalistischen Inhalten und Spielmechaniken, unter anderem für die Deutsche Welle, den RBB und die ZDF heute-show fabriziert und das Thema in Deutschland ein bisschen bekannter gemacht. „Was soll das?“ Diese Frage ist uns dabei ein ums andere Mal begegnet. Leider selten mit der Journalisten eigentlich von Berufs wegen innewohnenden zugewandten Neugier, sondern eher belächelnd bis ablehnend.

Schade. Denn Newsgames können Dinge, die traditionellere Medien nicht können: Sie sind interaktiv. Und damit bestens für moder-

ne Ein- und Ausgabegeräte geeignet, die mehr leisten als Videos, Bilder und Texte darzustellen. Fragen Sie einfach mal Siri. Spiele ermöglichen eine eigene interaktive Erfahrung, ein Erlebnis. Und sind so nachhaltiger als der passive Konsum. Oder haben Sie Fahrradfahren durch Anschauen von Videos gelernt? Spiele eignen sich, um Systeme zu verstehen. Sie können ein Buch über Stadtplanung lesen oder Sie können die Städtebausimulation „SimCity“ spielen. Hier werden Sie mit den Konsequenzen Ihres Handelns konfrontiert. Abwassersystem vergessen? Schlecht. Keinen Platz für öffentlichen Personennahverkehr gelassen? Schlecht.

Das Genre der digitalen Newsgames gibt es seit gut 15 Jahren. Seitdem wurden Spiele und spielerische Anwendungen von zahlreichen internationalen Medienanbietern ausprobiert: BBC, ARTE, Washington Post, Channel 4, El País, Al Jazeera, um nur ein paar zu nennen. Der erfolgreichste Artikel der New York Times 2013 war gar kein Artikel, sondern ein kleines interaktives Quiz über Dialekte. „How Y'all, Youse and You Guys Talk“ brauchte genau elf Tage, um zur meist angeschauten Geschichte des Jahres zu werden.

„Was soll das?“ Diese Frage stellen sich aktuell viele Journalisten in Anbetracht von zahlreichen Virtual- und Augmented-Reality-Brillen. Auch sie werden vermutlich – genau wie Newsgames – zur näheren Zukunft des Journalismus gehören. Das Beste daran: Die Inhalte auf diesen Brillen sollten natürlich idealerweise interaktiv sein. Also: Newsgames + VR = <3. Herbert Grönemeyer ist begeistert.

Marcus Bösch arbeitet als Journalist und Unternehmer in Berlin und Köln. Er ist Geschäftsführer des Game Studios „the Good Evil“ und Gründungsmitglied des Virtual Reality Startups „Vragments“. Er twittert unter @m_boesch.

Foto: privat



Let's Plays als publizistische Verarbeitungsform von Games

PERFORMATIVE MEDIENKRITIK

Daniel Heinz

Daniel Heinz ist Projektleiter beim Spieleratgeber-NRW der Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW. Der Diplom-Sozialpädagoge ist unter anderem Referent bei der „Initiative Eltern und Medien“ sowie den „Medienschouts NRW“ und Jugendschutzsachverständiger bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK).

Fotos: Daniel Heinz

Anderen beim Spielen zuschauen? Das kennt man sonst nur vom Fußball. Doch gerade auf YouTube sind sogenannte „Let's Plays“ Kult und bilden nach Musik das beliebteste Genre der Webvideoplattform. Die kommentierten Gameplayvideos können als performative Medienkritik verstanden werden. Durch die persönliche Bewertung des Spiels, humoristische Einlagen, ironische Anspielungen und unterhaltsame Anekdoten aus dem Privatleben des Produzenten entsteht eine neue Inhaltsebene. Die Community kann darauf mit Bewertungen und Kommentaren reagieren – und ist offensichtlich fasziniert. Als neue publizistische Verarbeitungsform von digitalen Spielen geben Let's Plays einen Einblick in die Qualität, die Handlungsmöglichkeiten und den Inhalt eines Produkts und bieten wertvolle Hilfestellung beim Spielfortschritt. Die Videos sind kostenlos, können überall und wiederholt angeschaut werden, und das ohne Bindung an Sendezeiten. Es gibt einen regelmäßigen Veröffentlichungsrhythmus, der Zuschauer identifiziert sich mit den persönlich wirkenden Machern, will den Fortgang miterleben und sich mit Gleichgesinnten darüber austauschen. Neben den Let's Plays hat sich auf Streaming-Plattformen wie Twitch eine weitere Verarbeitungsform herausgebildet: Hier werden die kommentierten Spielszenen live übertragen

und die Zuschauer können sich unmittelbar und interaktiv beteiligen.

Der amateurhafte Charme dieses beliebten Formats sorgt dafür, dass viele – vorwiegend männliche – Jugendliche ihren Stars nacheifern und eigene Kanäle gründen. Dabei konkurrieren sie allerdings mit kommerziell ausgerichteten Netzwerken mit hohen Nutzerzahlen, hinter denen sich nicht selten große Medienkonzerne verbergen. Und sie müssen sich einer kritischen Öffentlichkeit und dem Bewertungssystem auf YouTube stellen.

Der Spieleratgeber-NRW macht in pädagogisch angeleiteten Let's Play-Projekten das lebensweltnahe Thema zum Gegenstand der handlungsorientierten Medienbildung. Hier finden Jugendliche einen geschützten Raum, in dem sie von Rezipienten zu Produzenten werden und sich bewusst, intendiert, aktiv und kreativ mit ihrem Hobby auseinandersetzen. Zieldimension des pädagogischen Handelns ist die Vermittlung von Medienkompetenz. Im Sinne des Medienwissens lernen Jugendliche den Aufbau und die Funktionsweise von Let's Plays, die Strukturen von Videoplattformen und Communities kennen. Die Medienbewertung findet gleich in doppelter Form statt. Einerseits wird das Spiel als Gegenstand kritisch reflektiert und kommentiert, andererseits setzen sich die Jugendlichen auch mit den formalen wie kommerziellen Strukturen hinter ihren Idolen und den Umgangsformen im Internet auseinander. Durch das produktive Medienhandeln erlernen sie zudem wertvolle technische und kommunikative Kompetenzen für die selbstbestimmte Partizipation in einer digital geprägten Gesellschaft.



D A d a -
e T H D



SRG SSR

www.dada-data.net

Nominiert für den
Grimme Online Award 2016

STATEMENT DER JURY

Auch in diesem Jahr durfte die Jury des Grimme Online Award wieder aus dem Vollen schöpfen. 28 Nominierungen waren zu sichten, allesamt eindrucksvoll, ausgereift und preiswürdig.

Besonders reichhaltig war das Angebot in der Kategorie Information. Hier schlugen sich aktuelle Brennpunktt Themen nieder wie die Flüchtlingskrise, mit Nominierungen wie dem hervorragenden Webspecial der Schweizer Rundfunkanstalt SRF „Sandalen im Schnee“, oder wie die Überwachungsaffäre, mit dem nominierten, ebenso kenntnis- wie voraussetzungsreichen Podcast „Technische Aufklärung“ zum NSA-Untersuchungsausschuss. Preiswürdig fand die Jury letztlich den Twitter-Account „Straßengezwitscher“, der Partei ergreifend, aber sachlich über aktuelle rechtsradikale und fremdenfeindliche Aktivitäten im Osten Deutschlands informiert, sowie das Onlinemagazin „dekoder – Russland entschlüsseln“, das mit der Übersetzung und erläuternden Kuratierung russischer Medienbeiträge auf hohem Niveau dazu beiträgt, eine echte Aufmerksamkeits- und Wissenslücke in der hiesigen Öffentlichkeit zu schließen.

In der Kategorie Kultur und Unterhaltung gab es insgesamt weniger Nominierungen, aber deshalb nicht weniger harte Konkurrenz, und die Entscheidung ist uns nicht leicht gefallen. Insbesondere der nominierte Twitter-Account „@schafzschwitschern“ war für einige Jurymitglieder ein echter „Kandidat der Herzen“. Letztlich haben wir uns für drei Preisträger entschieden:

Das Multimedia-Special „Trappeto-Solingen-Trappeto ... und zurück“ greift von der Gegenwart in die europäische Nachkriegsgeschichte zurück, um vielschichtig über Migration, Integration und Heimat zu erzählen. Das „makellosmag – die blog (fem.)“ ist ein mit viel Witz und Leidenschaft gepflegtes Blog, in dem Feminismus und Leichtigkeit bestens zueinander passen. Und das breit angelegte Webarchiv „DADA-DATA“ schließlich führt uns spielerisch mitten in eine immer wieder aktuelle Avantgarde des frühen 20. Jahrhunderts hinein.

Wenn einzelne Personen oder Teams sich besonders um die Erneuerung ihres publizistischen Arbeitsfeldes verdient machen, wenn sie klug und mutig Barrieren überwinden und neue Standards setzen, so verdient das unsere Aufmerksamkeit und unseren besonderen Respekt. Für diese Art von Leistungen hat der Grimme Online Award Platz in seiner Kategorie Spezial. Hier stach besonders das Interaktiv-Team der „Berliner Morgenpost“ hervor, das kontinuierlich und auf hohem Niveau interessante Geschichten mit den Mitteln der Statistik und einer geschickten Datenvisualisierung erzählt. Nicht nur die Produkte dieses Teams erschienen uns preiswürdig, auch die Art und Weise, wie es ihm ganz zwanglos gelingt, eine neue, zeitgemäße Darstellungsform in den klassischen Lokaljournalismus des Muttermediums zu integrieren. Den zweiten Award in dieser Kategorie bekommt eine Grenzgängerin: die Künstlerin Barbara., die anonym witzige, erhellende Bot-



Die Jury zum Grimme Online Award 2016 (v.l.):
 Juliane Wiedermeier
 (freie Journalistin),
 Achim Schaffrinna
 (Diplom-Designer),
 Carina Waldhoff
 (Kommunikationsberaterin),
 Esther Schulz
 (razorfish),
 Lorenz Lorenz-Meyer
 (Hochschule Darmstadt),
 Lorenz Maroldt
 (Der Tagesspiegel)

schaften in den (realen) öffentlichen Raum klebt, dies auf Facebook dokumentiert und zur Diskussion stellt. Sie ist ein hervorragendes Beispiel dafür, dass die sogenannte „virtuelle“ und die reale Welt nicht sinnvoll zu trennen sind – besonders dann nicht, wenn die Online-Medien uns einen besseren Blick auf das ermöglichen, was um uns herum geschieht und uns sonst vielleicht verborgen geblieben wäre.

Auch Jan Böhmermann, der für seine persönliche Leistung und somit für seine Verdienste um die Überwindung der Grenzen von Fernsehen und Internet nominiert war, soll hier erwähnt werden. In den Diskussionen der Jury wurde seine Integrationsleistung noch einmal hervorgehoben, aber eher als ein Fortschritt aus Sicht der klassischen elektronischen Medien eingeordnet. Insofern begrüßen wir ausdrücklich die besondere Würdigung, die er im Rahmen der Verleihung des Grimme-Preises für seine Verdienste um die Zukunft des Fernsehens erhalten hat.

Ein breites Feld mit hervorragenden Nominierungen gab es auch im Bereich Wissen und Bildung, wie der Podcast „Staatsbürgerkunde“, der sich über die Jahre zu einem phantastischen Steinbruch von Geschichten über den Alltag in der DDR entwickelt hat, oder das Blog „Opas Krieg“, in dem ein Enkel in „versetzter Echtzeit“ den Ersten Weltkrieg aus den Feldpostkarten seines Großvaters rekonstruiert. Durchgesetzt hat sich letztlich ein wissenschaftsjournalistischer Beitrag, der uns alle

beeindruckt und bezaubert hat: Mit seinem Special zur „Klangökologie“ bringt Andreas von Bubnoff wirklich erstaunliche „Symphonien der Natur“ zu Gehör und nutzt sehr geschickt Klangvisualisierungen und Text, um die besondere Bedeutung einer in diesem Zusammenhang oft vernachlässigten Sinnesmodalität hervorzuheben.

Es gibt so viele Dimensionen, nach denen sich das Feld der Einreichungen bei einem Preis wie dem Grimme Online Award ordnen lässt: Kleine vs. große Produktionen, Einzelleistungen vs. Teamplay, ernsthafte vs. unterhaltsame Inhalte, kurzfristige Projekte vs. dauerhafte Formate... Es kann nicht die vorrangige Aufgabe der Nominierungskommission und der Jury bei ihrer Auswahl sein, hier für eine perfekte Balance zu sorgen. Wenn es trotzdem gelingt, darf man sich freuen: Unter den Preisträgern sind kleine und größere Projekte, Einzelleistungen und Teamwork, eher ernsthafte und eher unterhaltsame Inhalte, sowohl einmalige als auch langfristig angelegte Formate.

Bei aller Freude, die uns die Juryarbeit gemacht hat, wollen wir nicht vergessen, dass der Triumph der einen oft die Enttäuschung der anderen bedeutet. Deshalb sei hier noch einmal betont: Die Qualität der Angebote auf der Shortlist, die uns die Nominierungskommission übermittelt hat, war hervorragend. Unsere Hochachtung und unsere Glückwünsche gelten somit natürlich besonders den Preisträgern, sie schließen aber auch alle Nominierten mit ein.

DEKODER – RUSSLAND ENTSCHLÜSSELN

Preis verliehen für Idee und Redaktion

Internetadresse:

www.dekoder.org

Anbieter:

dekoder-gGmbH

Verantwortliche Personen:

Jan Matti Dollbaum (Redaktion)

Alena Göbel (Redaktion)

Nastya Golovenchenko (Redaktion)

Leonid Klimov (Redaktion)

Martin Krohs (Idee)

Tamina Kutscher (Redaktion)

Daniel Marcus (Redaktion)

Friederike Meltendorf (Redaktion)

Mitwirkende:

Kim Meyer (Gestaltung)

Ivan Velichko (Gestaltung)

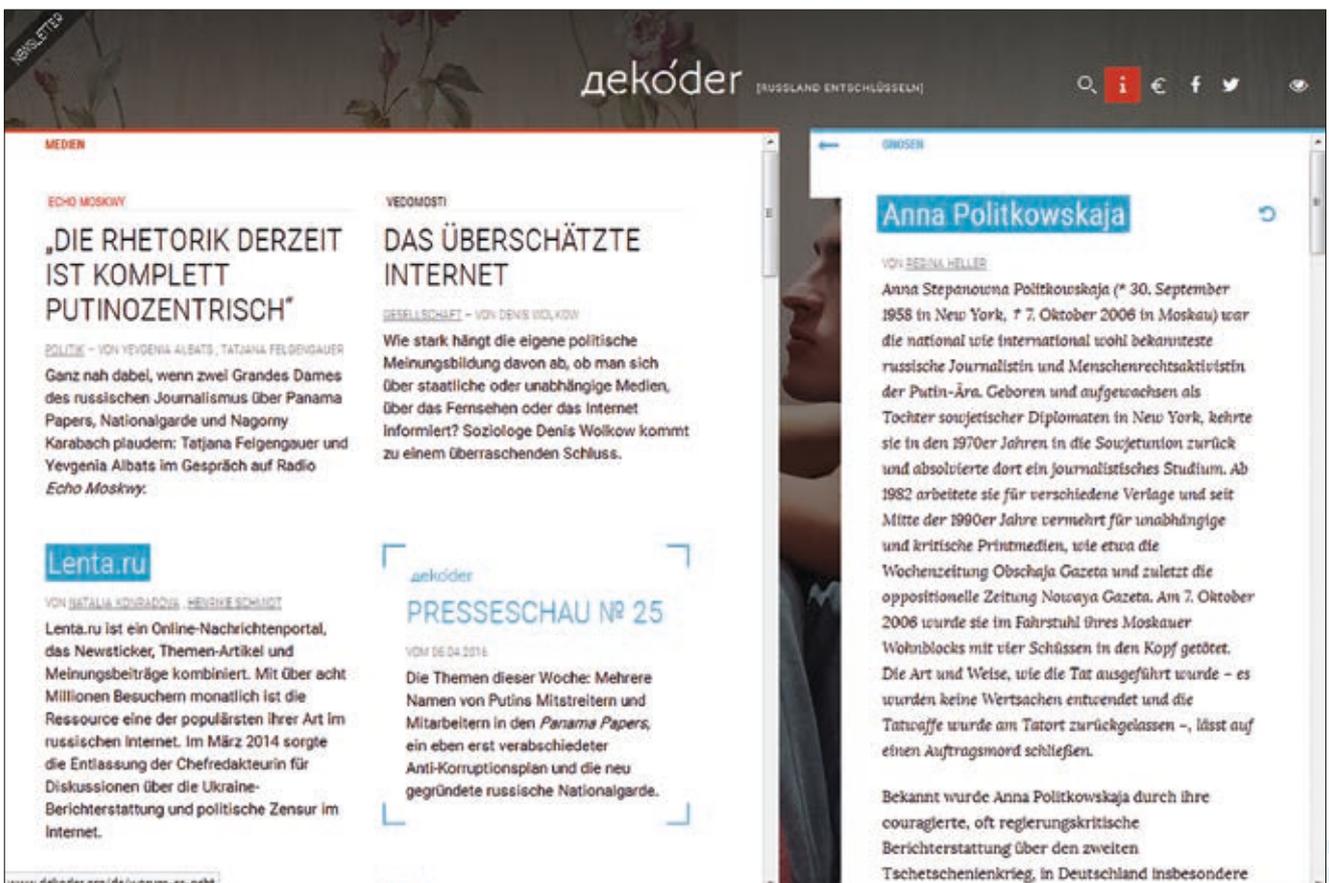
Begründung der Jury: Eines ist klar: Zur aufgeheizten Debatte über Strategie und Auswirkungen russischer Politik im In- und Ausland gibt es mehr als eine Sichtweise. Doch eine wichtige, nämlich die russische, bleibt vielen Menschen im Westen verschlossen – schlicht, weil sie die Sprache nicht beherrschen und nur laute Propaganda-Fetzen bis zu ihnen durchdringen.

Genau diese Lücke füllt „dekoder – Russland entschlüsseln“. Dem Team gelingt es, die Brücke zwischen wissenschaftlichem und journalistischem Arbeiten zu schlagen. Das von einem privaten Förderer und aus Spenden finanzierte Portal bietet aktuelle Artikel aus unabhängigen russischen Medien nicht nur als Übersetzung an, sondern stellt diese auch in

Zusammenhang und liefert Erläuterungen, wo sie nötig erscheinen. Kulturelle Unterschiede, gesellschaftliche Besonderheiten und politische Hintergründe werden fundiert erklärt, Widersprüche thematisiert – eine Einordnung der öffentlichen Meinung in Russland, die sonst so in Deutschland nicht stattfindet.

Das erfolgt neutral und angenehm unaufgeregt. Indem „dekoder“ Russland für deutschsprachige Leser entschlüsselt, eröffnet es diesen neue Perspektiven. Weil Informationen und Meinungen zugänglich gemacht, aber niemals aufgedrängt werden, wird ihnen alles an die Hand gegeben, um sich ein eigenes Bild zu machen. Damit übernimmt „dekoder“ die urjournalistische Aufgabe, auch die andere Seite hörbar zu machen.

Beschreibung: „Verstehen kann man Russland nicht ... Nur glauben kann man an das Land“, sagte der russische Dichter Tjutschew. Doch genau damit will das Portal „dekoder“ mit seinem Expertenteam aus Journalisten und Wissenschaftlern aufräumen. Ausgewählte Recherchen, Reportagen und Projekte aus unabhängigen russischen Medien werden ins Deutsche übersetzt und damit auf einzigartige und professionelle Weise einem breiten Publikum zugänglich gemacht. „Russland entschlüsseln“ – das ist das Ziel.



STRASSEN- GEZWITSCHER

Preis verliehen für Idee und Initiative

Internetadresse:

twitter.com/streetcoverage

Verantwortliche Personen:

Johannes Angermann (Initiative)

Johannes Filous (Idee und Initiative)

Paul Hildebrand (Initiative)

Alexej Hock (Idee und Initiative)

Konstantin Kumpfmüller (Initiative)

Nadja Neqqache (Initiative)

Ludwig Rehnolt (Initiative)

Johannes Schneider (Initiative)

Begründung der Jury: Fast täglich versammeln sich in Sachsen Menschen, um gegen Flüchtlingsunterkünfte zu protestieren, vielfach dabei: bekannte Rechtsradikale. Immer wieder kommt es zu Übergriffen, auch gegenüber Journalisten, es fliegen Feuerwerkskörper, Naziparolen werden skandiert. Die Polizei hält sich oft zurück, eine typische Meldung lautet: „Mit einer Abschlusskundgebung endete diese Versammlung kurz vor 20 Uhr störungsfrei.“

Die Macher des Twitter-Accounts „Straßengezwitscher“ halten dagegen: Kontinuierlich durchsuchen sie das Netz nach Aufrufen zu solchen Aktionen, die oft von organisierten Rechtsradikalen initiiert und gesteuert werden, und sie fahren hin, um selbst zu berichten. Über Twitter geben sie unmittelbar in Wort und Bild weiter, was sie hören und sehen, und

zeichnen auf diese Weise ein einzigartiges Bild vom tatsächlichen Ausmaß rechter Mobilisierung im Land.

Mit großem Engagement und Mut stellt „Straßengezwitscher“ dort Öffentlichkeit her, wo ansonsten vieles im Verborgenen bliebe. Die Autoren stellen sich damit in den Dienst der Aufklärung und füllen eine Informationslücke. Aus ihrer Haltung machen sie kein Geheimnis: „Reportagen und Liveticker von dort, wo es brennt. Gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit“, heißt es programmatisch in ihrem Account. Die Beobachtungen selbst sind in sachlichem Stil gehalten, der es auch fern des Geschehens erlaubt, die Ereignisse zu verfolgen. „Straßengezwitscher“ nutzt das Netz effektiv und auf direktem Weg als Mittel gegen eine menschenverachtende Haltung.

GRIMME ONLINE AWARD

Beschreibung: Nüchtern und authentisch berichtet das Dresdner Twitter-Duo Johannes Filous und Alexej Hock seit März 2015 über rechte Demos, Angriffe auf Flüchtlingsunterkünfte, aber auch über Willkommensaktionen. Möglichst objektiv aber mit einer Grundhaltung gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit vermittelt ihr „Straßengezwitscher“ ein genaues Bild der Lage. Ein unaufgeregter und sachlicher Live-Report direkt von der Straße, früh vor Ort, manchmal früher als die etablierten Medien – und immer eine gute Quelle für diese.

Straßengezwitscher @streetcoverage · 1. Juni
19:28 Der Nope-Aufzug ist wieder an seinem Ausgangsort, dem Kronstädter Platz in #Laubegast, angekommen. #DD0106

Straßengezwitscher @streetcoverage · 1. Juni
19:15 Die Nope-Kundgebung ist mittlerweile auf etwa 150 TN angewachsen. #DD0106

Straßengezwitscher @streetcoverage · 1. Juni
19:10 Die Solikundgebung hat sich in Bewegung gesetzt und passiert die Geflüchtetenunterkunft in #Laubegast

Straßengezwitscher @streetcoverage
Reportagen und Liveticker von dort, wo es brennt. Gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit.

706 Fotos und Videos

TWEETS 4.193 FOLGE ICH 612 FOLLOWER 12,8 Tsd. GEFÄLLT MIR 1.534

Straßengezwitscher @streetcoverage · 15 Std.
Wir freuen uns, eine weitere Vergrößerung unseres Teams bekanntgeben zu können. Aus #Chemnitz berichtet ab heute @coverage_che.

sz-online.de @scr-online · 15 Std.
Großer Polizeieinsatz in #Dresden beendet - Grund war Nachbarschaftsstreit. bit.ly/1Q3BaoQ

Neu bei Twitter?
Melde Dich jetzt an, um Deine eigene personalisierte Timeline zu erhalten!
Registrieren

Vielleicht gefällt Dir auch:
Aktualisieren

- Matthias Meisner @MatthiasMeisner
- Johannes Grunert @johannesgrunert
- Buntes Dresden @BuntesDresden
- Amadeu Antonio St. @AmadeuAntonio
- NO LEGIDA @NOLEGIDA

Trends

- #Boehmermannfilme Trend seit 2 Stunden
- #tisa Trend seit 4 Stunden
- #toj16 Trend seit 5 Stunden
- #FoGip16 Trend seit 5 Stunden
- #HTC10 In der letzten Stunde angefangen zu trenden
- Montagsspiele

KLANGÖKOLOGIE: DIE SYMPHONIEN DER NATUR

Preis verliehen für Konzept, Autorenschaft und multimediale Integration

Internetadresse:

www.faz.net/natursymphonie

Anbieter:

Frankfurter Allgemeine Zeitung

Verantwortliche Person:

Andreas von Bubnoff (Konzept, Autorenschaft und multimediale Integration)

Mitwirkende:

Joachim Müller-Jung (Redaktion)
Robert Wenkemann (Art Direction)

Jochen Rößler (Gestaltung, Umsetzung)
Marion Dubberke (Bildredaktion)

Begründung der Jury: Eine winzige Ruderwanze reibt ihren Penis an ihrem Körper und erzeugt damit eine rekordverdächtige Lautstärke von fast 100 Dezibel im heimischen Teich – nur eine von vielen lehrreichen und verblüffenden Erkenntnissen, mit der die Scrollreportage „Klangökologie: Die Symphonien der Natur“ die Nutzer in ihren Bann zieht.

Andreas von Bubnoff hat sich von Meeresakustikern, Musikern und Klangforschern in die noch junge Disziplin der Ökoakustik einführen lassen und visualisiert mit so informativen wie kunstvollen Spektrogrammvideos den „Herzschlag der Biosphäre“. Eine interaktive Weltkarte ermöglicht einen ersten Überblick zu lauten, leisen, harmonischen und konfliktreichen Klangwelten – ebenso, wie sich die Arbeit von Experten rund um den Globus zur Bedeutung von Klangnischen erst langsam zu einem Gesamtbild zusammenfügt.

Wir lernen, wie die Wissenschaft mit Hilfe von Soundscapes, also durch Geräusche erschaffene Landschaften, die Auswirkungen der globalen Erwärmung zu beschreiben versucht. Wie sie Wechselwirkungen zwischen menschengemachtem Lärm und einer Verwirrung bis zum Verstummen im Tierreich belegt. Und wir ertappen uns dabei, schon lange nicht mehr richtig hinzuhören. Diese multimediale Produktion der Frankfurter Allgemeinen Zeitung lenkt unseren Fokus auf unser Hörverhalten und unerhörte Kommunikationsformen. Sie vermittelt durch ihre einzigartige Orchestrierung von Klang, Visualisierung und Text ein einmalig sinnliches Informationserlebnis. „Klangökologie: Symphonien der Natur“ ist ein herausragendes Beispiel dafür, was Wissenschaftsjournalismus heute leisten kann.

Beschreibung: Wie klingt es, wenn eine Seespinne frisst? Die Scrollreportage der Frankfurter Allgemeinen Zeitung spielt uns „die Symphonien der Natur“ vor und zeigt, was sich hinter dem Begriff Klangökologie verbirgt. Die recht junge Form der Naturforschung sammelt überall auf der Welt Töne. Sie werden hier in aufwendigen Klangvisualisierungen dargestellt und in einer interaktiven Karte verortet. So bringen sie uns Lebensräume rund um den Globus näher, egal ob mit Elefantenrufen im Regenwald oder dem Grunzen und Knurren von Fischen.



Frankfurter Allgemeine | Klangökologie: Die Symphonien der Natur

So knistert ein Korallenriff

Von ANDREAS VON BUBNOFF

10.12.2015 - Die Natur wird völlig neu beschrieben: Hören Sie, wie Klangforscher Lebensräume rund um den Globus neu erkunden. Und dabei eine flirrende Vielfalt aufzeichnen, die zu verschwinden droht.

DADA-DATA

Preis verliehen für Konzept, Redaktion, Produktion und Gestaltung

Internetadresse:

www.dada-data.net

Anbieter:

SRG SSR in Koproduktion mit ARTE

Verantwortliche Personen:

Bruno Choiniere (Gestaltung)

David Dufresne (Konzept und Redaktion)

Stéphanie Émond (Gestaltung)

Judith Hardegger (Redaktion)

Anita Hugi (Konzept und Redaktion)

Léa Klaue (Produktion)

Alexander Knetig (Redaktion)

Christian Lebel (Gestaltung)

Patrick Müller (Produktion)

Caroline Mutz (Redaktion)

Ninetta Roggli (Produktion)

Sven Wälti (Redaktion und Produktion)

Begründung der Jury: Das Portal „DADA-DATA“ vermittelt auf einzigartige Weise die vielschichtigen Erscheinungsformen der Dada-Bewegung. Hoch interaktiv, technisch brillant und gestalterisch aufwendig werden prägende Protagonisten samt ihren Werken ideenreich präsentiert. Kunstvermittlung, die zum Mitmachen anregt. Mit Hilfe sogenannter „Hacktionen“ lassen Nutzer ihre Rolle als stiller Leser hinter sich, um sogleich als Dada-Akteur des 21. Jahrhunderts Konventionen zu brechen.

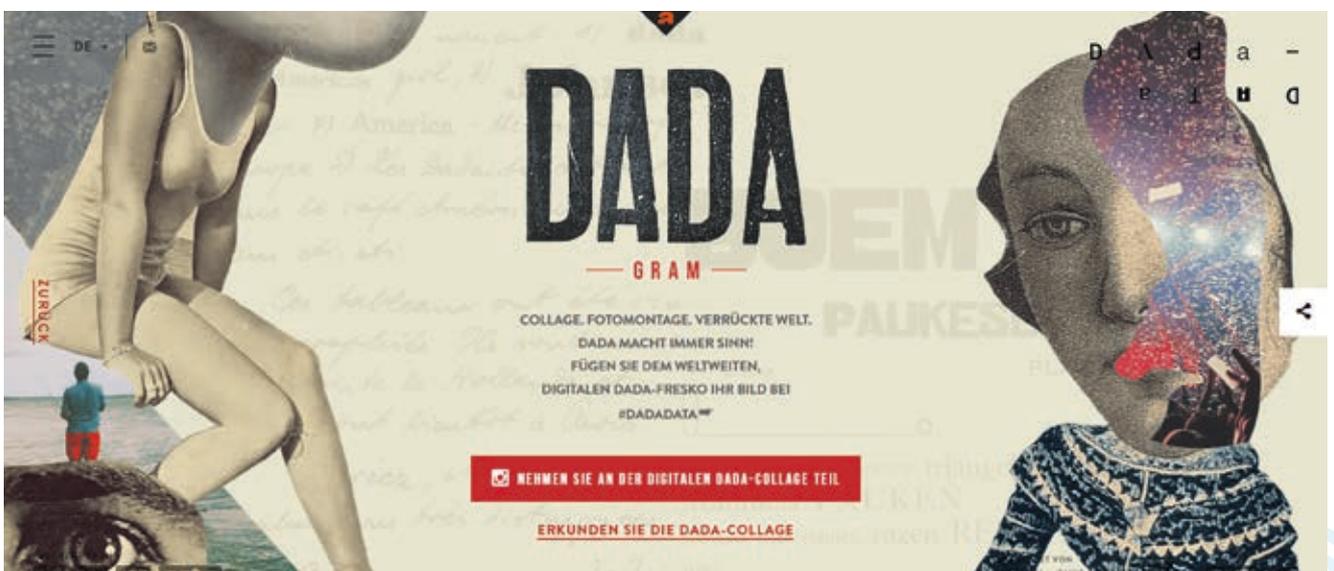
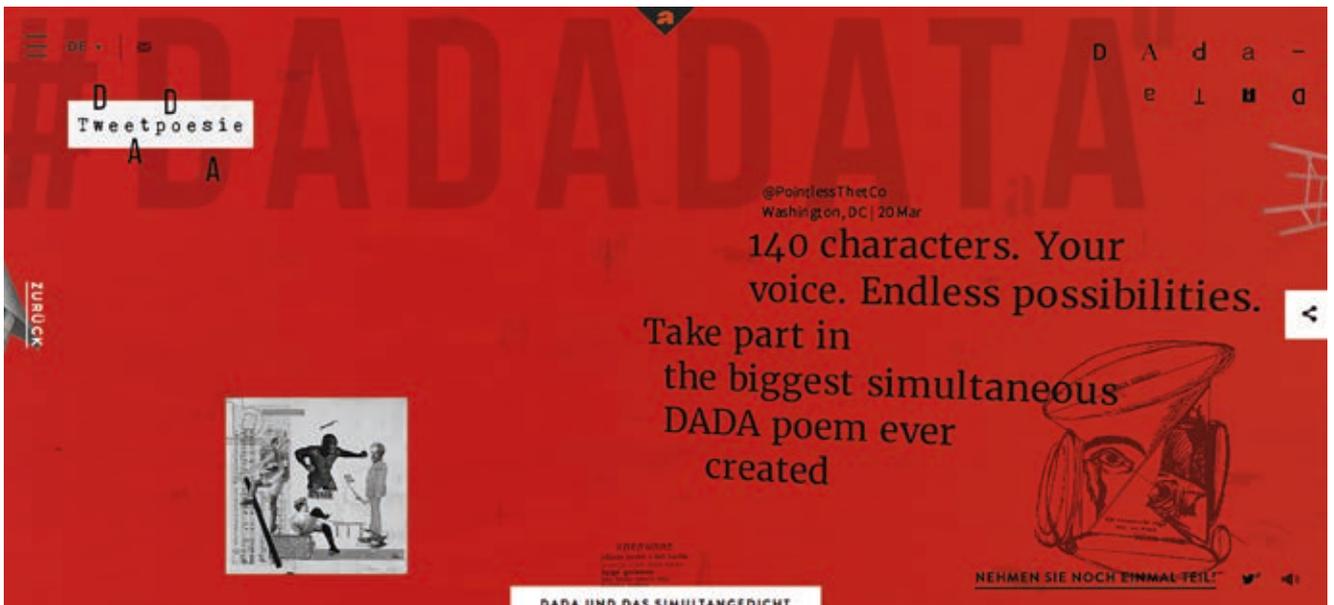
„DADA-DATA“ ist alles andere als eine Unsinnssammlung. Mit der Gegenüberstellung von kunstgeschichtlichen Ereignissen und neuzeitlichen Entwicklungen werden Denk- und Arbeitsweisen von Dada besonders anschaulich beschrieben. Waren es vor 100 Jahren politische und künstlerische Umwälzungen, die die Dadaisten zum Aufbegehren veranlassten, ist

es heutzutage der technologische Wandel, der vielen Menschen Angst macht. Deshalb kann sich der Nutzer hier im wilden Marionettentanz von Datensammlern wie Google, Apple, Facebook und Amazon befreien oder den Ad-Blocker installieren, der garantiert echte Dada-Reklame zeigt.

Das Spiel mit den Standards, wie es Hugo Ball, Emmy Hennings oder Hans Arp beherrschten, lässt sich auf „DADA-DATA“ erleben. Scheinbar wild und in der für Dada typischen, collageartigen Machart reflektiert das Interface mittels Parallax-Scrolling die sehr unterschiedlichen Spielarten dieser künstlerischen Bewegung auf exzellente und kreative Weise. Dabei ermöglicht das explorative Navigationskonzept einen individuellen Zugang. Dada und Punk, Collage und Mashup – das Prinzip Dada funktioniert bis heute!

GRIMME ONLINE AWARD

Beschreibung: Surfen Sie DADA! DADA dreht sich um alles. Und alles dreht sich um DADA. Instagram, Twitter, Ad-Blocker oder die Befreiung des Telefons von Google, Apple, Facebook und Amazon: „DADA-DATA“ ist ein Depot zum 100jährigen Jubiläum der künstlerischen und literarischen Bewegung, das Werke, Zitate und Fotos bereithält und bei dessen Erkundung man sich verlieren kann. Eine virale Hommage an Dada, an der sich der Nutzer aktiv beteiligen kann, denn wie sagte Richard Huelsenbeck: „Dada kann man nicht begreifen, Dada muss man erleben“.



MAKELLOSMAG – DIE BLOG (FEM.)

Preis verliehen für Gesamtverantwortung

Internetadresse:

www.makellosmag.de

Verantwortliche Person:

Corinne Luca (Gesamtverantwortung)

Begründung der Jury: Ein Frauenmagazin ohne Diättipps? Undenkbar! Doch wie diese ausfallen, sagt viel über das Frauenbild aus, das derartige Magazine vermitteln. Im „makellosmag“ empfiehlt dessen Macherin Corinne Luca, in Zukunft nur noch Salz von den winzigen Tellerchen eines Puppengeschirrs oder zum Sound von Madonnas „Vogue“ zu essen, der einem garantiert jeden Appetit verderbe. Freunde der Brigitte-Diät werden damit nicht viel anfangen können. Alle anderen erfreuen sich an der ironischen Brechung der Themen klassischer Frauenmagazine.

Denn genau das hat Luca sich zur Aufgabe gemacht. Ihr „makellosmag“ reduziert Frauen weder auf Gewichts- und Haarfarbsorgen, noch predigt es ihnen den Feminismus von oben. Stattdessen kommt dieser auf leisen Sohlen durch die Hintertür daher, was das Angebot erfrischend undogmatisch macht. Gut geschrieben und schön gestaltet ist es außer-

dem. Ein Beleg dafür, dass es auch heute nicht unbedingt ein Feuerwerk multimedialer Aufbereitung braucht, sondern dass das gute alte Bloggen immer noch hochwertigen Content liefert.

Was macht eine Geburt mit dem Körper? Welches Arbeitsmodell ist mit Kindern das richtige? Und warum zur Hölle hat Margarine so ein uncooles Image, obwohl sie doch die gesunde Schwester der Butter ist? Die Themenauswahl geht von seicht bis schwer; der Zugang ist immer humoristisch und niemals verbissen. Dazu trägt auch die Fotoauswahl bei, die gerne das Frauenbild feiert, das im Text als veraltet und unrealistisch enttarnt wird.

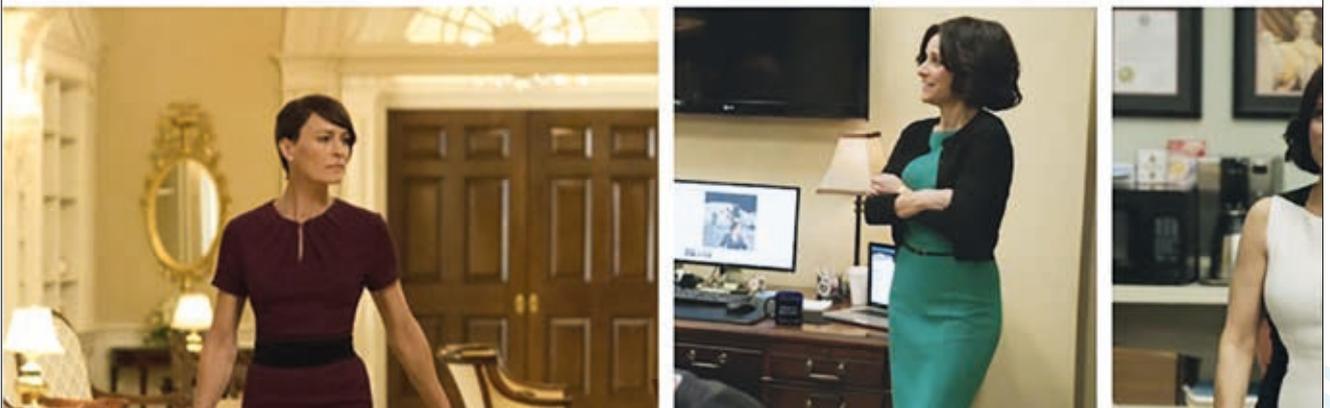
Das alles stemmt Luca seit über zwei Jahren alleine. Ihr Engagement und ihr persönlicher Zugang machen diese Anti-Cosmopolitan und Anti-Emma in einem zu einer ziemlich makellosen Angelegenheit.

Beschreibung: Im „makellosmag“ werden klassische Frauenthemen verhandelt: Haushalt, Karriere, Kinder, Beauty. Allerdings deutet schon der Titel-Zusatz „die blog (fem.)“ an, dass es hier nicht nur mit Sprach-Witz zugeht, sondern dass sich hinter der harmlosen Fassade ein kritisches Magazin verbirgt. Seit April 2014 schreibt Corinne Luca persönlich, aber auch analytisch in ihrem gut gestalteten Blog über Themen, die ihr am Herzen liegen. Und die sind immer feministisch geprägt. Und immer unterhaltsam geschrieben.



makellos mag
die blog (fem.)

► IM BLOG STÖßERN



TRAPPETO-SOLINGEN- TRAPPETO ... UND ZURÜCK

Preis verliehen für Autorenschaft und audiovisuelle Umsetzung

Internetadresse: deutschlandradiokultur.de/solingen

Anbieter: Deutschlandradio Kultur

Verantwortliche Personen:

Michaela Böhm (Autorenschaft)

Stephan Morgenstern (audiovisuelle Umsetzung)

Mitwirkende:

Ellen Häring (Redaktion)

Manfred Hilling (Redaktion)

Begründung der Jury: Vertreibung, Flucht, Migration – diese Phänomene sind uns in den letzten Monaten so nahe gekommen wie lange nicht mehr. Dabei übersehen wir leicht, dass große Bevölkerungsbewegungen zur Geschichte unseres Kontinents immer dazu gehört haben.

Ein fast vergessenes Kapitel europäischer Migrationsgeschichte wird in der bei Deutschlandradio Kultur erschienenen Multimedia-Reportage „Trappeto-Solingen-Trappeto ... und zurück“ aufgeschlagen: Im Zuge der ersten Einwanderungswelle von italienischen Gastarbeitern kamen in den 1960er Jahren viele Bewohner der sizilianischen Kleinstadt Trappeto ins Bergische Land nach Solingen, um dort in der Klingindustrie zu arbeiten.

In ruhigem Ton, anschaulich und einfühlsam, erzählt die Reportage die Geschichte dieser Bevölkerungsgruppe, von ihrem Ankommen,

von den Herausforderungen der Integration und vom späteren Niedergang des Wirtschaftszweigs, in dem sie gearbeitet haben. So wird aus der Auswanderergeschichte in vielen Fällen eine Geschichte der Rückkehr, mit ambivalenten Gefühlen. Denn Heimat, so erfahren wir hier, ist nicht immer ein eindeutiger Begriff. Die Reportage nutzt die Multimediaplattform „Pageflow“ auf herausragende Weise: Statische Bilder und O-Töne lösen sich im linearen Fluss ab mit Karten, Texten und Videosequenzen. Beteiligte kommen ebenso zu Wort wie gut ausgewählte Experten. Das Ganze hat einen langsamen Rhythmus, wird aber nie langweilig.

So ist „Trappeto-Solingen-Trappeto ... und zurück“ ein hervorragendes Beispiel für multimediales Storytelling im Dienste einer vielschichtigen Sozialreportage.

Beschreibung: Wie passen sich Menschen an eine neue Heimat an und wie ist ihr Umgang mit den bisherigen Einwohnern? Fragen, die nicht nur heute bewegen: In den 1960er Jahren wanderten Tausende Trappetesi aus ihrem Fischerdorf in Palermo nach Deutschland aus und landeten fast allesamt in Solingen – einer Stadt, in der nun über 5.000 Italiener ihre Sprache, Tradition und Kultur leben. In der Multimedia-Reportage „Trappeto-Solingen-Trappeto ... und zurück“ erzählen Michaela Böhm und Stephan Morgenstern ihre Geschichten.



BARBARA.

Preis verliehen für Gesamtverantwortung

Internetadresse:

www.facebook.com/ichwillanonymbleiben

Verantwortliche Person:

Barbara. (Gesamtverantwortung)

Begründung der Jury: Wer ist eigentlich Barbara.? Die Antwort ist immer gleich: „Ich bin Barbara.“ Das muss reichen. Und seien wir mal ehrlich, es ist auch egal. Es sind schließlich ihre Botschaften, die im Mittelpunkt stehen. Und die sind so charmant subtil, schon fast poetisch, dass sie sich ihre Anonymität leisten kann und nicht als Person in den Vordergrund treten muss.

Barbara. nutzt die Aufmerksamkeit nicht für zügellose Meinungsmache, wie es besonders im Netz leider oft gang und gäbe ist, sondern für eine gelungen ironische und konstruktive Kritik. Dank ihrer Kreativität und ihrem Wortwitz sehen wir Schilder und Plakate mit anderen Augen, erkennen selbst in bürokratischen Anweisungen eine politische Dimension, die uns zum Grübeln bringt und uns fragen lässt, wie wir das Zusammenleben in der Gesell-

schaft gestalten wollen. So zielt ihre Intervention gerne auf sinnfreie oder harsche Verbote, bevormundende Werbung und hohle politische Aussagen im öffentlichen Raum ab. Und sie führt diese mit einfachen aber wirkungsvollen Mitteln ad absurdum.

Ihr Stil macht es leicht sie zu mögen: mal amüsan, mal tiefsinnig – aber immer mit einem Augenzwinkern. Auch ihre fast 500.000 Fans auf Facebook zeigen, dass eine Meinung nicht immer als Kampfansage formuliert sein muss, um beachtet zu werden, und vor allem ein wenig mehr Liebe und Freundlichkeit im Ton vertragen kann.

Kurzum: Barbara. schafft mit ihren Aktionen eine sehr sympathische Gegenöffentlichkeit in einer lobenswerten Art. Und eines ist gewiss: Die Inspiration für ihre Street-Art wird ihr in Deutschland so schnell wohl nicht ausgehen.

GRIMME ONLINE AWARD

Beschreibung: Barbara. hinterlässt Spuren. Spuren im öffentlichen Raum, an Reklame, Graffiti oder auch Verkehrsschildern. Spuren vor allem aber auch bei Facebook. Ihre kleinen, witzigen Botschaften, unterzeichnet mit „Barbara.“, gehen viral. Von ihr selbst: keine Spur. Wer sich hinter dem Namen verbirgt, bleibt offen. Fest steht, dass Barbara. mit Kreativität und Sprachwitz gegen Hass, Fremdenfeindlichkeit, Diskriminierung und Verbote vorgeht und für eine tolerante und weltoffene Gesellschaft einsteht. Denn: „Das Kleben ist schön.“



INTERAKTIV-TEAM DER BERLINER MORGENPOST

Preis verliehen für Gesamtleistung

Internetadresse:

morgenpost.de/interaktiv

Anbieter:

Berliner Morgenpost

Verantwortliche Personen:

Max Boenke (Gesamtleistung)

Moritz Klack (Gesamtleistung)

Christopher Möller (Gesamtleistung)

André Pätzold (Gesamtleistung)

Julius Tröger (Gesamtleistung)

David Wendler (Gesamtleistung)

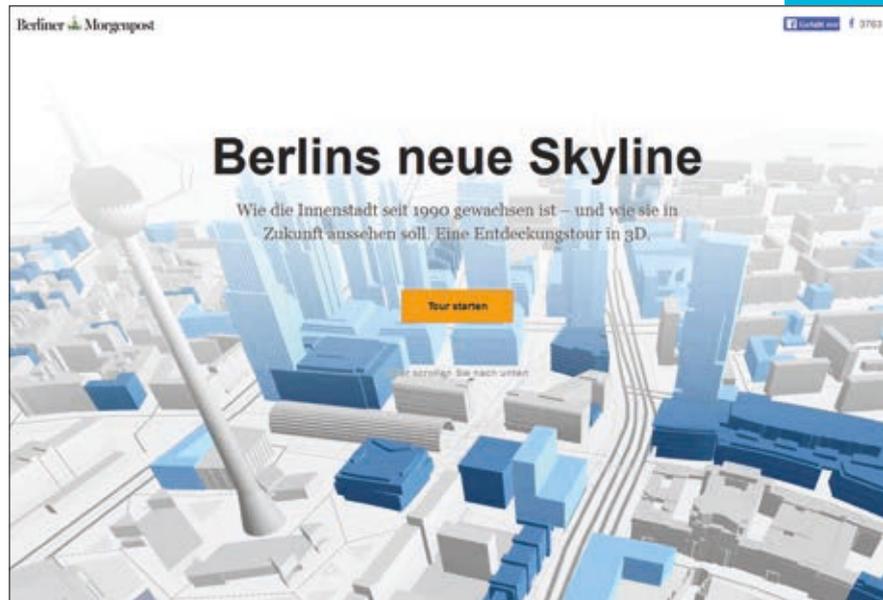
Begründung der Jury: Daten sind Schätze, die noch zum Glänzen gebracht werden müssen – deshalb machen sich viele Journalisten erst gar nicht auf die Suche. Das Interaktiv-Team der Berliner Morgenpost dagegen hat mit großer Kontinuität diese Disziplin zu einer eigenen Klasse entwickelt und damit die eigene Zeitung zum Strahlen gebracht.

Nicht nur der Lokaljournalismus wird so bereichert und auf eine andere Stufe gebracht. Fantasievoll und leidenschaftlich greift das Team um Julius Tröger aktuelle, relevante und lebensnahe Themen auf, sucht nach der passenden Datengrundlage und einer überzeugenden grafischen Darstellungsform – mit immer wieder verblüffenden Ergebnissen.

Die Leser werden unmittelbar einbezogen, etwa wenn sie im „Zugezogenen-Atlas“ nach-

schauen können, wie viele Berliner aus derselben Heimatgemeinde stammen wie sie. Oder wenn sie vor dem Hintergrund des Fahrrad-Volksentscheid in die Lage versetzt werden, schnell mal zu überprüfen, wie viel Prozent der von ihnen genutzten Straßen tatsächlich mit einem Radweg ausgestattet sind. Auch wie laut ihr Viertel im Vergleich zu anderen ist, in welchem Bezirk wie oft umgezogen wird, wie an jedem Tag im Jahr der Himmel über Berlin ausgesehen hat, wie dramatisch sich die Stadt architektonisch verändert: Das Interaktiv-Team wertet die Datengrundlage aus und visualisiert sie in leicht zugänglicher, immer wieder neu anregender Weise. Mit der gelungenen Integration des Datenjournalismus ist der Berliner Morgenpost ein vorbildliches, interdisziplinäres Projekt mit Signalwirkung gelungen.

Beschreibung: Woher kommen die Flüchtlinge? Wie laut ist es vor meiner Haustür? Wie pünktlich ist der Nahverkehr? Alles Fragen, die sich bestens mit interaktiven Grafiken, Karten, Anwendungen oder auch Storytelling-Formaten beantworten lassen. Das sechsköpfige Interaktiv-Team der Berliner Morgenpost experimentiert mit immer neuen Darstellungs- und Erzählformen. So demonstrieren sie, wie sich auch aus Statistiken und Zahlen Geschichten erzählen und neue Perspektiven auf die Umgebung gewinnen lassen.



Berliner Morgenpost

Home Berlin Bezirke Politik Wirtschaft Sport Aus aller Welt Kultur Wissen Reise Lifestyle Gesundheit Abo & Apps Specials Service

In den Nachrichten: Best of Berlin | Panama Papers | Hilfe für Flüchtlinge - Help for refugees | Alle Themen

INTERAKTIV

Das Interaktiv-Team

Das Interaktiv-Team der Berliner Morgenpost veröffentlicht regelmäßig Anwendungen, Grafiken, Karten und Storytelling-Formate. Julius Tröger (Ltg.), André Pätzold, Moritz Klack, Christopher Möller und David Wendler finden Nachrichten in Daten und experimentieren mit Darstellungsformen. interaktiv@morgenpost.de

05.02.2016

Hass gegen Flüchtlinge in Berlin – eine Chronologie

Immer öfter kommt es zu Angriffen auf Berliner Flüchtlingsunterkünfte. Die Berliner Morgenpost dokumentiert 96 Fälle seit 2014.

21.01.2016

Zugezogenen-Atlas – Woher die Berliner wirklich kommen

Gebürtige Berliner sind in Berlin in der Minderheit. Eine Karte zeigt erstmals, aus welchen (Klein-)Städten die Zugezogenen kommen.

STATEMENT DER NOMINIERUNGS- KOMMISSION

Das nennt man wohl ein Luxusproblem: aus einer Menge hochwertiger Angebote die Besten herausuchen zu dürfen. Sowohl die Dichte aus inhaltlich wie formal gelungenen Onlineauftritten war hoch, als auch in besonderem Maß die Vielfalt an netzspezifischen Formaten: Vom Podcast über den Twitter-Account, das gute alte Blog, die inzwischen ausgereifte und weit verbreitete Multimedia-Reportage bis hin zum Meme aus der Kohlenstoffwelt war die Konkurrenz groß und leistungsstark. Und ein Moderator ohne Prime-Time-Platzierung wurde erst durch seine nahtlos verzahnte Online-Präsenz, die wir für nominierungswürdig halten, zunächst zum Thementreiber – und dann auch zum Thema und Getriebenen.

Es hat also seinen guten Grund, dass wir das Kontingent von 28 möglichen Nominierungen vollständig ausgeschöpft haben. Der Konkurrenzkampf um die Plätze wäre sogar noch härter ausgefallen, hätten die Tücken der Technik nicht so manchem vor allem thematisch und journalistisch eigentlich nominierungsfähigen Angebot auf den letzten Metern noch den Zieleinlauf vermässelt. Es ist jedoch nach Überzeugung der Nominierungskommission nicht möglich, heutzutage Internetangebote auszuzeichnen, wenn beispielsweise

Videos nicht abspielbar sind, die Darstellung und/oder Nutzerführung mobile Geräte mit Touchscreen ignoriert oder lange Ladezeiten zum parallelen Kuchenbacken einladen – mögen die Angebote auch sonst noch so gut durchdacht oder publizistisch wichtig sein.

Apropos publizistisch, kommen wir zur Sache: Natürlich hat sich das „Thema des Jahres“ – Flucht und Migration – in den eingereichten Angeboten niedergeschlagen. Jedoch vermissten wir neben den vielfältigen und wichtigen Berichten über Fliehen und Ankommen und den zahlreichen Hilfsangeboten für Flüchtlinge online-spezifisch aufbereitete Angebote über Hintergründe, über Fluchtursachen und politische wie wirtschaftliche Zusammenhänge. Gerade die aktuellen Entwicklungen, die unterschiedlichen Akteure und ihre zum Teil verdeckten Interessen hätten einen Teil der publizistischen Energie nötig.

Das Netz zeigte in diesem Jahr seine Stärken auch im unmittelbaren Zugang zu Einzelschicksalen, über die die Hintergründe aus sehr persönlicher und damit subjektiver Perspektive und in Blitzlichtern beleuchtet werden. Es braucht kein bedeutendes Medienhaus im Rücken, um auszeichnungsfähige Publizistik im Internet zu betreiben. Deshalb haben in diesem Jahr neben Verlagshäusern und Medi-



Die Nominierungs-
kommission zum Grimme
Online Award 2016:
Vorne v.l.: Brigitte Baetz
(freie Medienjournalistin),
Monika Gemmer
(Frankfurter Rundschau),
Christian Nuernbergk
(LMU München)
Mitte v.l.: Friederike Sobiech
(Redakteurin und Desig-
nerin), Darja Lena Martens
(„Blinde Kuh“), Sebastian
Brauns (Journalist)
Hinten: Henning Grote
(User Experience Konzepter)

enprofis auch wieder viele „Privatinitiativen“ Nominierungswürden erreicht – und das auf ganz unterschiedlichen Kanälen: Wir entdeckten meinungsstark Bloggende, die nicht auf Empörung, sondern auf Argumente und Reflektion setzen, die engagiert ihr Thema verfolgen und ihm ihre persönliche Note geben. Wir hörten Menschen, die das Potenzial von Podcasts ausschöpfen, vielleicht gerade weil sie nicht „Radio denken“. Und wir haben Twitter-Accounts entdeckt, denen es gelingt, Nischen zu füllen: Sie nehmen ihre Follower in unbekannte Alltagswelten mit oder dokumentieren, was andernfalls unbeobachtet bliebe.

Stark angewachsen ist in diesem Jahr das unabhängige, digitale Dokumentieren bei den brisanten Themen unserer Zeit in oder nahezu in Echtzeit. Das Internet wird nicht nur zur Information, sondern auch und zur Zeit verstärkt zur Desinformation genutzt – gerade darum ist die Auseinandersetzung und Aufklärung wiederum im Netz wichtig: schnell und jederzeit verfügbar und aus verlässlicher Quelle, deren Vertrauenswürdigkeit sich manchmal genau daraus speist, kein Verlagshaus, keine Partei und kein Digital-Promi zu sein.

Aber es waren nicht nur die ernstesten Themen, die begeisterten: Ganz besonders gefreut hat

sich die Nominierungskommission auch darüber, dass unterhaltende Angebote im Netz ihren Platz haben. Wenn sie dabei noch Wissen vermitteln – oder wissensvermittelnde Angebote auch unterhaltend sind – umso besser. Derweil haben die Online-Redaktionen der Verlage, einst eher als zweitverwertender Ableger der Print-Redaktion konstruiert, ihre Möglichkeiten stark ausgebaut und können nun oftmals guten Text- und Foto-Inhalt anreichern und erweitern: Multimedia-Geschichten werden mit der frei verfügbaren Produktions-Software Pageflow (Grimme Online Award 2014) inzwischen auch von Lokalredaktionen gekonnt genutzt. Interaktive Diagramme und um Daten oder Überlagerungen angereicherte Fotos sind nicht mehr nur Teil von zahlengetriebenem Journalismus, sondern hier und da schon Alltag geworden. Ein guter Moment, die Besten darunter zu nominieren.

Herausragendes Publizieren ist manchmal auch einfach Kunst. Als verspielte App, als Playlist mit Animationsvideos und Bildungsauftrag oder wenn Street-Art mit Haltung zum Meme-Fixstern wird – gerade in bewegten Zeiten.

Danke allen Nominierten (und denen, die auf den weiteren Plätzen folgen) für so viel Gutes in der Netzwelt.

INFORMATION



Airbnb vs. Berlin

Tragen Portale wie Airbnb dazu bei, dass in Berlin die Wohnungen knapp werden und die Mieten in die Höhe schießen? Die Debatte wird nicht nur unter den Anwohnern, sondern auch auf politischer Ebene geführt. Die Seite „Airbnb vs. Berlin“ schafft eine datenjournalistische Grundlage: Hier werden die frei verfügbaren Daten von Airbnb ausgewertet und im Detail grafisch aufbereitet. So zeigt sich, welche Anbieter mehrere Wohnungen vermieten, wo sich diese konzentrieren und wie viel sich damit verdienen lässt.

Internetadresse: www.airbnbsvsberlin.de

Autoren: Jonas Parnow, Alsinio Skowronnek, Lucas Vogel



Das Paris-Protokoll

Die Weltklimakonferenz in Paris im Dezember 2015 war ein gigantisches Ereignis mit etwa 25.000 Teilnehmern, das wegen der schwierigen Verhandlungen sogar um einen Tag verlängert wurde. Hoffnung macht: Am Ende stand ein Ergebnis. „Das Paris-Protokoll“ dokumentiert in Texten, Videos und Audios die einzelnen Tage der Konferenz. Anhand von sieben Delegierten werden die Sichtweisen der Verhandlungspartner dargelegt, so dass ein hautnaher Einblick in die Kontroversen der internationalen Klimadiplomatie entsteht.

Internetadresse: www.parisprotokoll.de

Anbieter: parisprotokoll.de in Zusammenarbeit mit dem NDR und mit Unterstützung der Robert Bosch Stiftung **Idee:** Christian Frey, Kai Schächtele, Jan M. Schäfer **Redaktionsleitung:** Christian Frey, Max von Klitzing, Kai Schächtele, Jan M. Schäfer **Redaktion/Regie TV-Reportage:** Jan M. Schäfer **Redaktion/Texte/Interviews:** Kai Schächtele **Redaktion, Social Media:** Tina Friedrich **Videoreporter:** Christian Frey, Hanna Halfon, Babette Hnup, Philipp Katzer, Max von Klitzing, Jan M. Schäfer **Radioreporterin:** Nina Zimmermann **Fotoreporter:** Christian Frey **Videoschnittsupervisor:** Moritz Ohlsen **Webentwicklung, Programmierung und Design:** Philipp Dittrich, Christian Frey **Rechercheunterstützung:** Annika Joeres (CORRECTIV) **Produktionsleitung:** Max von Klitzing (freeeye.tv GmbH)



dekoder – Russland entschlüsseln

„Verstehen kann man Russland nicht ... Nur glauben kann man an das Land“, sagte der russische Dichter Tjutschew. Doch genau damit will das Portal „dekoder“ mit seinem Expertenteam aus Journalisten und Wissenschaftlern aufräumen. Ausgewählte Recherchen, Reportagen und Projekte aus unabhängigen russischen Medien werden ins Deutsche übersetzt und damit auf einzigartige und professionelle Weise einem breiten Publikum zugänglich gemacht. „Russland entschlüsseln“ – das ist das Ziel.

Internetadresse: www.dekoder.org

Anbieter: dekoder-gmbh **Idee, Gründer und Herausgeber:** Martin Krohs **Chefredaktion:** Tamina Kutscher **Redaktion Hintergrundtexte Kultur:** Leonid Klimov **Redaktion Übersetzungen:** Friederike Meitendorf **Redaktion Hintergrundtexte Politik:** Jan Matti Dollbaum **Redaktion Social Media:** Alena Göbel, Daniel Marcus **Fotoredaktion:** Nastya Golovenchenko **Gestaltung:** Kim Meyer (palasthotel.de); Ivan Velichko (shuka.design)

Draußen – 24 Stunden mit einem Obdachlosen

Er ist 59. Gelernter Werkzeugmechaniker, umgeschulter Industrieelektroniker, Ex-Mann und Ex-Hausbesitzer. Seit 2003 lebt Peter True auf der Straße. Wie sieht das Leben eines Obdachlosen aus? Was trieb ihn an den Rand der Gesellschaft? Die Autorin Kathrin Aldenhoff und die Fotografin China Hopson vom „Weser-Kurier“ begleiten Peter True einen Tag und eine Nacht lang und präsentieren seinen Tagesablauf in Fotos, Videos und Audios in dem Pageflow-Projekt „Draußen – 24 Stunden unterwegs mit einem Obdachlosen“.

Internetadresse: multimedia.weser-kurier.de/draussen

Anbieter: Weser-Kurier **Autorin:** Kathrin Aldenhoff **Fotos, Videos:** China Hopson **Redaktion:** Klaas Mucke **Chefredaktion:** Moritz Döbler



Geld zieht Ärzte an

Wo viele Privatpatienten leben, finden sich auch viele Arztpraxen. Das Vergütungssystem der gesetzlichen Krankenkassen befördert die ungleiche Verteilung von Ärzten. ZEIT ONLINE nimmt diese Zusammenhänge in „Geld zieht Ärzte an“ datenjournalistisch unter die Lupe. Interaktive Karten folgen dem Lesefluss und illustrieren – inhaltlich passend – für unterschiedliche Landkreise die jeweilige Entfernung zum nächsten Arzt, den Zusammenhang mit der Kaufkraft oder was einen Standort für einen Mediziner interessant macht.

Internetadresse: www.zeit.de/geld-lockt-aerzte-an

Anbieter: ZEIT ONLINE **Autoren:** Paul Blickle, Karsten Polke-Majewski, Julian Stahnke, Sascha Venohr



In den Dschungel von Calais

Bis zu 6.000 Menschen lebten im illegalen Flüchtlingslager in der Nähe von Calais. Ihre Hoffnung: Irgendwie nach England kommen. Hammed Khamis ist „In den Dschungel von Calais“ gereist und hat darüber in zwölf Blogbeiträgen geschrieben. Einfühlsam berichtet er über seine vielen Begegnungen – mit Beamten, mit der Bevölkerung und mit Flüchtlingen. Sein Vorteil: Er sieht aus wie ein Flüchtling und er spricht ihre Sprache. So ist er mittendrin und kann stellvertretend die Geschichten erzählen, die sie nicht erzählen können.

Internetadresse: seinsart-magazin.de/calais

Anbieter: seinsart Magazin **Autor:** Hammed Khamis **Redaktion:** Nicolas Flessa



NOMINIERUNGEN



Sandalen im Schnee

Wie fühlt sich ein Flüchtling, wenn er in die Schweiz kommt? Was ist die Erwartung? Wie wird er begrüßt? Wie ist der weitere Weg? Mit der Scroll-Dokumentation „Sandalen im Schnee“ zeigt das Schweizer Radio und Fernsehen, wie es Asylsuchenden in der Schweiz ergeht. In den ausführlich erklärenden Text sind Video-Interviews mit sechs Flüchtlingen eingebettet, die ihre persönliche Sicht auf das Ankommen, das Asylverfahren, die Ungewissheit, die Integration und ihren möglichen weiteren Weg schildern.

Internetadresse: www.srf.ch/asyl

Anbieter: Schweizer Radio und Fernsehen SRF **Redaktionsleitung:** Sylke Gruhnwald **Redaktion:** Timo Grossenbacher, Sylke Gruhnwald, Marco Morell, Julian Schmidli, Roman Vital **Autor:** Julian Schmidli **Videos:** Salomé Jost, Vinoth Vasanthakumar, Roman Vital **Fotos:** Roberto Crevatin, Julian Salinas **Gestaltung, Umsetzung:** Timo Grossenbacher, Marc Heer



Straßengezwitscher

Nüchtern und authentisch berichtet das Dresdner Twitter-Duo Johannes Filous und Alexej Hock seit März 2015 über rechte Demos, Angriffe auf Flüchtlingsunterkünfte, aber auch über Willkommensaktionen. Möglichst objektiv aber mit einer Grundhaltung gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit vermittelt ihr „Straßengezwitscher“ ein genaues Bild der Lage. Ein unaufgeregter und sachlicher Live-Report direkt von der Straße, früh vor Ort, manchmal früher als die etablierten Medien – und immer eine gute Quelle für diese.

Internetadresse: twitter.com/streetcoverage

Idee, Gründer: Johannes Filous, Alexej Hock

Team: Johannes Angermann, Paul Hildebrand, Konstantin Kumpfmüller, Nadja Neqqache, Ludwig Rehnolt, Johannes Schneider



Technische Aufklärung

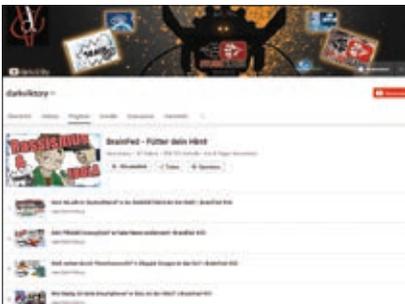
Als einziges Parlament der Welt hat der Deutsche Bundestag nach den Snowden-Enthüllungen im Juni 2013 einen Untersuchungsausschuss zu diesem Thema eingesetzt. Seit Juni 2015 dabei: Felix Betzin und Jonas Schönfelder von „Technische Aufklärung“, dem Podcast zum deutschen Geheimdienst-Untersuchungsausschuss. Er bietet Eindrücke rund um das Geschehen, Berichte von Zuschauern, Hintergrundinformationen und Experteninterviews – denn Audio- und Videoaufzeichnungen sind im Saal verboten.

Internetadresse: technische-aufklaerung.de

Gesamtverantwortung: Felix Betzin, Jonas Schönfelder

Mitwirkende: Anna Biselli, Daniel Lücking, Andre Meister, Daniel Meßner, Sebastian Müller, Stella Schiffczyk

WISSEN & BILDUNG



BrainFed

„BrainFed“, das Newsmagazin des YouTubers DarkViktory, alias Marik Roeder, will das Hirn mit News füttern: Alle 14 Tage geht es in dem redaktionell betreuten Format um Aktuelles, Politisches, Internet-Sicherheit und das, was Jugendliche interessiert oder interessieren sollte. In den etwa dreiminütigen animierten Clips werden in typischer YouTube-Machart Hintergründe zu relevanten Themen geliefert und verlinkte Quellen bieten die Möglichkeit zur Überprüfung und inhaltlichen Vertiefung.

Internetadresse: bit.ly/BrainFedNews

Anbieter, Leitung: MESH Collective @UFA LAB **Idee, Konzept:** Marik Roeder/DarkViktory; Julia Althoff, Franz von Kempis
Redaktion, Recherche: Franz von Kempis **Autor:** Marik Roeder/DarkViktory **Umsetzung:** Marik Roeder/DarkViktory; Alican Kuzu
Auftraggeber: Bundeszentrale für politische Bildung, Arne Busse



Falcianis Swissleaks

In dem interaktiven Webspecial „Falcianis Swissleaks“ erzählt ARTE die wahre Geschichte des Bankangestellten Hervé Falciani, der Daten von 130.000 geheimen Konten einer Schweizer Bank raubte und sich seitdem auf der Flucht befindet. Der Krimi in fünf Episoden führt packend an das Thema Steuerhinterziehung heran und lässt den Nutzer über partizipative Elemente eine eigene Haltung zum Thema entwickeln. Kurze Videosequenzen und anschauliche Datenvisualisierungen ergänzen die Scroll-Dokumentation.

Internetadresse: falciani-info.arte.tv

Anbieter: ARTE, SWR **Idee, Konzept:** Christian Beetz (Gebr. Beetz Filmproduktion) **Autor:** Jakob Vicari **Redaktion:** Katja Dünnebacke, Hugues Jardel, Kay Meseberg, Bernd Seidl **Crossmedia Producerin:** Tanja Schmoller (Gebr. Beetz Filmproduktion) **Producer:** Georg Tschurtschenthaler, Bettina Walter (Gebr. Beetz Filmproduktion) **Gestaltung:** Jens-Uwe Grau

NOMINIERUNGEN



Jagd aufs Matterhorn

Die Erstbesteigung des Matterhorns vor 150 Jahren endete mit einem tragischen Unglücksfall: Beim Abstieg stürzten vier der Bergsteiger in den Tod. In drei Kapiteln widmet sich die Neue Zürcher Zeitung mit der Webreportage „Jagd aufs Matterhorn“ dieser Geschichte, ergänzt von einem 3D-Modell, in dem der Nutzer beim Lesen Aufstieg und Absturz nachverfolgen und in dem er den Berg frei erkunden kann. Damit gelingt auch gestalterisch ein ganz eigener Zugang, der weiter in die Zukunft weist.

Internetadresse: matterhorn.nzz.ch

Anbieter: Neue Zürcher Zeitung **Konzept, Projektleitung:** Alexandra Kohler, Benjamin Schudel **Autorinnen:** Alexandra Kohler, Ruth Spitzenpfeil **Gestaltung, Programmierung:** Benjamin Schudel, Simon Wimmer **Fotos:** Christoph Ruckstuhl **Redaktion:** Marvin Milatz, Susanna Rusterholz **Bildredaktion:** Besiana Bandilli, Catharina Hanreich **Korrektorat:** Yvonne Bettschen **Mitarbeit:** Daniel Anker, Marc Lauper



Klangökologie: Die Symphonien der Natur

Wie klingt es, wenn eine Seespinne frisst? Die Scrollreportage der Frankfurter Allgemeinen Zeitung spielt uns „die Symphonien der Natur“ vor und zeigt, was sich hinter dem Begriff Klangökologie verbirgt. Die recht junge Form der Naturforschung sammelt überall auf der Welt Töne. Sie werden hier in aufwendigen Klangvisualisierungen dargestellt und in einer interaktiven Karte verortet. So bringen sie uns Lebensräume rund um den Globus näher, egal ob mit Elefantenrufen im Regenwald oder dem Gurren und Knurren von Fischen.

Internetadresse: www.faz.net/natursymphonie

Anbieter: Frankfurter Allgemeine Zeitung **Konzept, Autor, Klangvisualisierung:** Andreas von Bubnoff **Redaktion:** Joachim Müller-Jung **Art Director:** Robert Wenkemann **Gestaltung, Umsetzung:** Jochen Rößler **Bildredaktion:** Marion Dubberke



Nollendorfblog – Ich hab ja nichts gegen Schwule, aber

Wenn in Politik, Medien oder Gesellschaft homophobe Kommentare oder unerschwellige Hetze gegen Schwule auftauchen, schreibt Johannes Kram darüber in seinem „Nollendorfblog“. Dabei geht es nicht um Schnellschüsse gegen die Hetzer, sondern um analytische Beiträge, die der Debatte eine neue Ebene hinzufügen. Entsprechend schreibt er nicht jeden Tag, auch nicht jede Woche, sondern dann, wenn es etwas zu sagen gibt. Und er schreibt: mit Bedacht, kontinuierlich und das seit sieben Jahren.

Internetadresse: www.nollendorfblog.de

Gesamtverantwortung: Johannes Kram

Opas Krieg

Wie kann heute gegenwärtig werden, was schon so lange her ist wie der erste Weltkrieg? Auf „Opas Krieg“ gelingt es: Christian Mack veröffentlicht die Feldpostkarten seines Großvaters, der als Infanterist an der französischen Front kämpfte. Die Feldpost geht „tagesaktuell“, also 100 Jahre danach, online. Neben den originalen Postkartenmotiven und den beschrifteten Rückseiten werden eine Transkription und eine Audioversion angeboten. Zur besseren Einordnung wird außerdem der offizielle Heeresbericht des jeweiligen Tages verlinkt.

Internetadresse: www.opaskrieg.de

Gesamtverantwortung: Christian Mack



Staatsbürgerkunde – Vom Leben in der DDR

Über 25 Jahre ist die Wiedervereinigung inzwischen her, die Erinnerung an die DDR verblasst langsam. Nicht so bei Martin Fischer: Er erzählt in seinem Podcast „Staatsbürgerkunde“ gemeinsam mit Gästen vom Leben in der DDR. Propaganda, Gesundheitssystem, Sprache, Geld – der frühere Alltag wird lebendig in diesem Audioangebot. Ausführlich werden die Themen in den inzwischen über 70 Folgen behandelt, so dass auch DDR-Kenner noch eine Menge lernen – oder ihre eigenen Erinnerungen abgleichen können.

Internetadresse: www.staatsbuergerkunde-podcast.de

Gesamtverantwortung: Martin Fischer



TOUCHDOWN 21

Wenn das gesamte 21. Chromosom oder Teile davon dreifach vorhanden sind, spricht man von Trisomie 21 – oder eben Down-Syndrom. Das Forschungsprojekt „TOUCHDOWN 21“ lässt Menschen mit Down-Syndrom zu Wort kommen: Als was können sie arbeiten? Was ist Liebe und Freundschaft für sie? Wie darf man sie nennen? Und was ist Trisomie 21 eigentlich? Die Website beantwortet Fragen, die man sich sonst vielleicht nicht zu stellen traut, und betrachtet das Thema umfassend. Vor allem aber: für alle verständlich.

Internetadresse: www.touchdown21.info



Leitung: Katja de Bragança **Beirat:** Julia Bertmann, Heinz Schott **Projektentwicklung, Onlineredaktion:** Anne Leichtfuß
Projektmitarbeit: Verena Günnel, Anna-Lisa Plettenberg, Daniel Rauers **Wissenschaftliche Projektmitarbeit:** Katja Weiske
Technische Umsetzung: Alex Lohse, Elisa Otto **Webdesign:** Thomas Glöwing **Logodesign:** Maya Hässig

KULTUR & UNTERHALTUNG

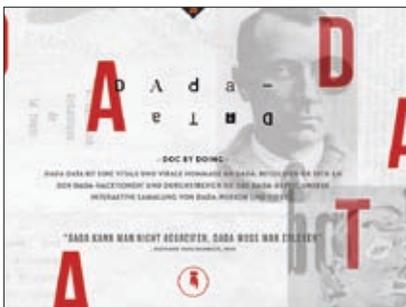


@schafzwitchern

Auf seinem Twitterkanal @schafzwitchern kann man seit einem Jahr mit Sven de Vries auf Reisen gehen. Doch er ist nicht allein: Der Wanderschäfer ist mit rund 1.000 Schafen und seinen beiden Hütehunden in Süddeutschland unterwegs. Was er dabei erlebt, was „typisch Schaf“ ist, und wie ein Schafslieben von der Geburt bis zum Schlachthof aussieht, vermittelt er auf seinem Twitterkanal anschaulich und beantwortet dabei auch die zahlreichen Fragen. Inzwischen ist er mit seiner Herde auch auf Instagram, Vine, Facebook und Snapchat.

Internetadresse: twitter.com/schafzwitchern

Gesamtverantwortung: Sven de Vries



DADA-DATA

Surfen Sie DADA! DADA dreht sich um alles. Und alles dreht sich um DADA. Instagram, Twitter, Ad-Blocker oder die Befreiung des Telefons von Google, Apple, Facebook und Amazon: „Dada-Data“ ist ein Depot zum 100jährigen Jubiläum der künstlerischen und literarischen Bewegung, das Werke, Zitate und Fotos bereithält und bei dessen Erkundung man sich verlieren kann. Eine virale Hommage an Dada, an der sich der Nutzer aktiv beteiligen kann, denn wie sagte Richard Huelsenbeck: „Dada kann man nicht begreifen, Dada muss man erleben“.

Internetadresse: www.dada-data.net

Anbieter: SRG SSR in Koproduktion mit ARTE **Idee, Konzept:** David Dufresne, Anita Hugli **Autoren:** David Dufresne, Anita Hugli
Produktion: Sven Wälti **Ausführende Produktion:** Léa Klaue, Patrick Müller, Ninetta Roggli (DOCMINE) **Redaktion:** Judith Hardegger (SRF); Alexander Knetig, Caroline Mutz (ARTE); Sven Wälti (SRG SSR) **Gestaltung:** Bruno Choiniere, Stéphanie Émond, Christian Lebel (Akufen)



Imagoras – Die Rückkehr der Bilder

Kunst ist nur etwas für Kunstkenner? Die App „Imagoras“ des Städel Museums entführt Kinder und Erwachsene in eine fantasievolle Welt der Bilder, welche – von der Dunkelheit verschluckt – wieder zurück ins Reich der Farben gebracht werden müssen. Auf spielerische Weise lernen Kinder, Kunstwerke genau zu betrachten und ihre Vorstellungskraft einzusetzen. In eine spannende Geschichte gehüllt, erweckt das Spiel Meisterwerke zu neuem Leben und zeigt, wie eine zeitgemäße, kindgerechte Kunstvermittlung funktioniert.

Internetadresse: www.imagoras.de

Anbieter: Städel Museum **Projektkonzeption:** Axel Braun, Chantal Eschenfelder, Jannike Möller, Franziska Pollin, Laura Salice, Jakob Schwerdtfeger
App-Entwicklung: Fedja Adam, Maik Bärwald, Janine Bertet, Daria Döpfer, Holger Durach, Daniel Dünchem, Benjamin Glatzel, Philipp Haderdauer, Philip Hammer, Lennart Kessler, Maxime van der Kloet, Jan Klose, Max Kübler, Thorsten Lange, Vanessa Latzko, Falko Löffler, Mathias Reichert, David Reinig, Felix Rischbieter, Ralf Risto, Timm Schwank, Sebastian Seubelt, Florian Stadlbauer, Timo Treffer, Melanie Wojtischek, Sarah Wrensch (Deck 13 Interactive) **Musik:** Wolfram Gruß

makellosmag – die blog (fem.)

Im „makellosmag“ werden klassische Frauenthemen verhandelt: Haushalt, Karriere, Kinder, Beauty. Allerdings deutet schon der Titel-Zusatz „die blog (fem.)“ an, dass es hier nicht nur mit Sprach-Witz zugeht, sondern dass sich hinter der harmlosen Fassade ein kritisches Magazin verbirgt. Seit April 2014 schreibt Corinne Luca persönlich, aber auch analytisch in ihrem gut gestalteten Blog über Themen, die ihr am Herzen liegen. Und die sind immer feministisch geprägt. Und immer unterhaltsam geschrieben.

Internetadresse: www.makellosmag.de

Gesamtverantwortung: Corinne Luca



Puerto Patida

Der Gourmet-Kannibale Jacques Gusto lädt herzlich auf die wohl verrückteste Insel der Welt ein. Aber Vorsicht: Wer nicht innerhalb von 60 Minuten alle Rätsel löst und Bürger der Insel wird, den jagt und verspeist er. Der Podcast „Puerto Patida“ ist ein Hörspiel zum Mitmachen, ein Audio-Rollenspiel in bislang 21 Folgen. In diesem innovativen Format kann sich jeder als Kandidat bewerben, Rätsel vorschlagen, mit anderen Kandidaten interagieren, gemeinsam ums Überleben kämpfen und auf wundersame Charaktere treffen.

Internetadresse: puertopatida.de

Konzeption, Moderation: Johannes Wolf **Chefredaktion:** Lars Engelmann **Storyentwicklung, Redaktion:** Nina Apfelbeck, Kai Daniel Du, Jonas Mahr **Sprecher, Abnahme:** Malik Aziz, Stefan Baumann **Zeichnungen:** Michaela Brückner, Julia zur Mühlen **Idee:** Stefan Proksch



Trappeto-Solingen-Trappeto ... und zurück

Wie passen sich Menschen an eine neue Heimat an und wie ist ihr Umgang mit den bisherigen Einwohnern? Fragen, die nicht nur heute bewegen: In den 1960er Jahren wanderten Tausende Trappetesi aus ihrem Fischerdorf in Palermo nach Deutschland aus und landeten fast allesamt in Solingen – einer Stadt, in der nun über 5.000 Italiener ihre Sprache, Tradition und Kultur leben. In der Multimedia-Reportage „Trappeto-Solingen-Trappeto ... und zurück“ erzählen Michaela Böhm und Stephan Morgenstern ihre Geschichten.

Internetadresse: deutschlandradiokultur.de/solingen

Anbieter: Deutschlandradio Kultur **Fotos, Videos:** Stephan Morgenstern **Autorin:** Michaela Böhm **Redaktion:** Ellen Häring, Manfred Hilling **Technische Umsetzung:** Stephan Morgenstern



SPEZIAL



Barbara.

Barbara. hinterlässt Spuren. Spuren im öffentlichen Raum, an Reklame, Graffiti oder auch Verkehrsschildern. Spuren vor allem aber auch bei Facebook. Ihre kleinen, witzigen Botschaften, unterzeichnet mit „Barbara.“, gehen viral. Von ihr selbst: keine Spur. Wer sich hinter dem Namen verbirgt, bleibt offen. Fest steht, dass Barbara. mit Kreativität und Sprachwitz gegen Hass, Fremdenfeindlichkeit, Diskriminierung und Verbote vorgeht und für eine tolerante und weltoffene Gesellschaft einsteht. Denn: „Das Kleben ist schön.“

Internetadresse: www.facebook.com/ichwillanonymbleiben

Gesamtverantwortung: Barbara.



Do Not Track

Man hat ja nichts zu verbergen – oder doch? Erstmal wirkt das Internet wie ein guter Deal: kostenlose Inhalte im Tausch gegen ein paar persönliche Daten. Doch das ist nicht alles, wie die interaktive Webdoku-Serie „Do Not Track“ zeigt. In insgesamt sieben Episoden wird dem Nutzer am eigenen Beispiel demonstriert, welche Tools und Methoden Tracker verwenden, um uns zu überwachen, und welchen Handel wir eingehen, wenn wir persönliche Daten gegen Informationen tauschen.

Internetadresse: donottrack-doc.de

Anbieter: Upian, ARTE France, BR, National Filmboard of Canada. Mit der Beteiligung von Radio-Canada, AJ+, RTS. Gefördert von CNC, TFI New Media Fund und der Ford Foundation. **Regie:** Brett Gaylor **Autoren:** Akufen, Zineb Dryef, Vincent Glad, Richard Gutjahr, Christiane Miethge, Virginie Raïsson, Sandra Rodriguez **Künstlerische Leitung:** Sebastien Brothier **Technische Leitung, Web-Entwicklung:** Nicolas Menet, Maxime Quintard (Upian) **Produktion:** Alexandre Brachet, Margaux Missika, Gregory Trowbridge (Upian) **Redaktion:** Alexander Knetig, Marianne Lévy-Leblond (ARTE France); Christian Daubner, Sandra Marsch, Christiane Miethge, Thomas Sessner, Rebecca Smit (BR); Marie-Pier Gauthier, Hugues Sweeney, Louis-Richard Tremblay (NFB)

Hoaxmap

Das Netz kann eine üble Gerüchteküche sein. Insbesondere zu Flüchtlingen finden sich aktuell die haarsträubendsten Unterstellungen. Die Hoaxmap hat sich dieses Problems angenommen und sorgt für Aufklärung, ohne auf diese Gruppe festgelegt zu sein. Die inzwischen fast 400 Gerüchte sind auf einer Landkarte eingetragen und direkt mit ihrer Widerlegung verlinkt. Diese werden hierbei etablierten Medien, oft Regionalzeitungen, entnommen. Natürlich darf sich jeder per Mail oder Twitter an der Aufklärung beteiligen.

Internetadresse: www.hoaxmap.org

Gesamtverantwortung: Lutz Helm, Karolin Schwarz



Interaktiv-Team der Berliner Morgenpost

Woher kommen die Flüchtlinge? Wie laut ist es vor meiner Haustür? Wie pünktlich ist der Nahverkehr? Alles Fragen, die sich bestens mit interaktiven Grafiken, Karten, Anwendungen oder auch Storytelling-Formaten beantworten lassen. Das sechsköpfige Interaktiv-Team der Berliner Morgenpost experimentiert mit immer neuen Darstellungs- und Erzählformen. So demonstrieren sie, wie sich auch aus Statistiken und Zahlen Geschichten erzählen und neue Perspektiven auf die Umgebung gewinnen lassen.

Internetadresse: morgenpost.de/interaktiv

Anbieter: Berliner Morgenpost **Leitung:** Julius Tröger **Team:** Max Boenke, Moritz Klack, Christopher Möller, André Pätzold, David Wendler

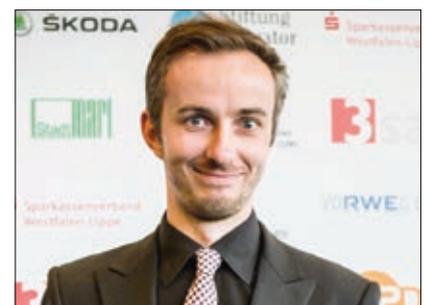


Jan Böhmermann für: persönliche Leistung

Fernsehmoderatoren sind auf Twitter, ja. Und auf Facebook. Satiriker auch. Jan Böhmermann ist beides, also Fernsehmoderator und Satiriker und auf Twitter und Facebook. Da allerdings ist er unvergleichlich, denn keiner bespielt das Netz so wie er und keiner spielt so mit dem Netz. Seine Sendung beginnt mit der Hashtagkonferenz im Internet und setzt sich dort auch fort. Aber auch unabhängig davon setzt er in den sozialen Medien Themen, provoziert und spielt auf der Klaviatur der Publikumsreaktion.

Internetadresse: twitter.com/janboehm

www.facebook.com/jboehmermann



Klicksafe Preis für Sicherheit im Internet

COURAGE

IM NETZ

klicksafe.de

Das Internet ist extrem, im guten wie im schlechten Sinne. Für Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit sorgen gerade viele rechtsextreme und islamistische Online-Inhalte. Hassbotschaften und Gewaltaufrufe – zum Beispiel gegen Flüchtlinge und „Ungläubige“ – sind insbesondere in den Sozialen Netzwerken weit verbreitet. Auch im persönlichen Umfeld von Jugendlichen nimmt der Umgang mit dem Internet heute oft extreme Formen an. Mehr als ein Drittel der Jugendlichen (38 Prozent) sagen, dass jemand aus ihrem Bekanntenkreis schon einmal im Netz beziehungsweise über das Handy fertiggemacht wurde. 17 Prozent der 12- bis 18-Jährigen geben laut der JIM-Studie 2014 an, dass auch über sie selbst online bereits Falsches oder Boshaftes behauptet wurde. Unter dem Motto „Extrem im Netz“ hat die EU-Initiative klicksafe bereits zum diesjährigen Safer Internet Day das Thema „Courage im Netz“ angerissen. Denn neben den besagten Inhalten bildet das Netz auch viel Positives ab: Ermutigende Solidaritätsbekundungen, kreative Aufrufe gegen Fremdenhass und weitere Innovationen für ein friedliches Miteinander verbreiten sich heute fast immer zuerst über das Internet. Und mit einem Klick lässt sich fast mit der ganzen Welt kommunizieren.

Auch der klicksafe Preis für Sicherheit im Internet widmet sich dieses Jahr dem wichtigen Thema „Courage im Netz“. Alle nominierten Wettbewerbsbeiträge machen sich hierfür stark – ob als Aktivitäten zur Demokratieförderung, zur Meinungsfreiheit im Netz, gegen menschenverachtendes Denken und „Hate Speech“ oder auch als soziale Projekte für verschiedene Minderheiten. Ziel der Web-Angebote und Projekte ist es immer, das Internet zu einem Ort zu machen, an dem sich jeder Nutzer vor Übergriffen und unerwünschten Inhalten sicher fühlen kann.

klicksafe ist eine Initiative im CEF Telecom Programm der Europäischen Union für mehr Sicherheit im Internet. In Deutschland ist das unabhängige und werbefreie Informationsportal www.klicksafe.de die erste Adresse für Sicherheitsfragen im Internet. Getragen wird klicksafe von den Landesmedienanstalten aus Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz. Neben klicksafe gehören auch die Hotlines internet-beschwerdestelle.de (durchgeführt von eco und FSM) und jugendschutz.net sowie das Kinder- und Jugendtelefon von Nummer gegen Kummer (Helpline) dem Verbund der deutschen Partner im CEF Telecom Programm der Europäischen Union an.

Safer Internet Day 2016
von klicksafe

Foto: Thomas Meyer



KLICKSAFE PREIS FÜR SICHERHEIT IM INTERNET

Goldene Regeln der Zivilcourage im Internet

Die Initiative „Tu Was! Zeig Zivilcourage! Auch im Netz!“ wurde initiiert von der Bremischen Landesmedienanstalt, dem ServiceBureau Jugendinformation und dem Verein „Tu was! Zeig Zivilcourage!“. Sie klärt darüber auf, dass Zivilcourage insbesondere auch in der Online-Welt gefördert werden muss, um das soziale Klima innerhalb der Gesellschaft zu verbessern. Dazu wurden sechs „Goldene Regeln“ für Zivilcourage im Internet erarbeitet, die Anlass zur Diskussion geben und dazu anregen sollen, eine eigene Haltung zum Thema zu entwickeln.

Anbieter: Tu was! Zeig Zivilcourage e. V.



Medien in die Schule: Hass in der Demokratie begegnen

Das Internetangebot „Medien in die Schule“ bietet mit der Unterrichtseinheit „Hass in der Demokratie begegnen“ hochwertige Materialien für Pädagoginnen und Pädagogen. Die Lehrkräfte können im schulischen Unterricht mit Hilfe des Angebots die (Netz-)Erfahrungen und Begegnungen der Schülerinnen und Schüler mit Rechtsextremismus, gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit und Hate Speech aufgreifen und Hintergründe und Zusammenhänge beleuchten sowie konkrete Reaktions- und Handlungsmöglichkeiten erarbeiten.

Anbieter: FSM e. V., FSF e. V., Google Deutschland



Mimikama.at

Die Plattform Mimikama engagiert sich im Internet seit 2011 gegen jegliche Form von Internetmissbrauch. Mittels verschiedener Social-Media-Kanäle und einer Webseite macht der Verein rassistisch motivierte Inhalte und Falschmeldungen transparent, informiert über Spam-Mails mit Viren im Anhang, Hoaxe und Urban Legends und klärt Hintergründe zu gefälschten Gewinnspielen auf. Regelmäßig werden außerdem Live-Chats zu verschiedenen Themen wie Urheberrecht, Account-Sicherheit oder Schutz vor Viren angeboten.

Anbieter: mimikama – Verein zur Aufklärung über Internetmissbrauch



Total vernetzt – und alles klar!?

Das interaktive Theaterstück „Total vernetzt – und alles klar!?“ bringt das Thema Cybermobbing auf die Bühne. Die Schüler erleben in der Aufführung, wie schwierig die Situation für Betroffene sein kann. Sie reflektieren gemeinsam mit den Darstellern, was jeder dazu beitragen kann, um Cybermobbing zu vermeiden und möglichen Übergriffen couragiert entgegenzutreten. Kritische Situationen werden diskutiert und die Schüler entwickeln selbst Tipps, wie man sich sicherer im Netz verhalten kann. Gleichzeitig werden sie ermutigt, das Gespräch mit erwachsenen Vertrauenspersonen zu suchen.

Anbieter: Theater Q-rage



ÜBER WERTVOLLE SPIELE, SPECK UND MÄUSE

Herr Dr. Esch, Computerspiele sind „kulturell wertvoll“, „ein Kulturgut“, so der Deutsche Kulturrat. Worin besteht dieser Wert für Sie?

Der Wert kann in der ästhetischen Gestaltung bestehen, er liegt aber auch allgemein in der kommunikativen Praxis der Spiele. Sie scheint sich angesichts ihrer enormen Verbreitung zu einer neuen Kulturtechnik auszuwachsen, worauf auch die Vielzahl von Anwendungen hindeutet – vom reinen Spiel bis zur Vermittlung von Lerninhalten und der Erforschung von gesellschaftlichen, ökologischen, ökonomischen, auch militärischen Problemstellungen. Wenn man an den kommerziellen, oft auch gewaltbezogenen Aspekt der Spiele denkt, wird deutlich, dass sie – ähnlich etwa dem Film – den Doppelcharakter von Kultur und Ware haben: Darauf deutet schon ihre historische Entwicklung hin, die einerseits mit künstlerischen

Ansätzen wie der Fluxus-Bewegung verbunden ist, andererseits mit dem Kalten Krieg.

Im Feuilleton scheinen sie mir allerdings noch nicht so richtig angekommen zu sein, sieht man einmal von vereinzelt Rezensionen neuer Spieletitel hier und da ab. Können Sie sich das erklären?

Vielleicht würde es ja eher für das Feuilleton sprechen, wenn es sich nicht so sehr an Kassenerfolgen orientieren würde. Im Ernst: Das ändert sich gerade. Im öffentlich-rechtlichen Fernsehen zum Beispiel gibt es – wenn auch eher randständig – ein entsprechendes Magazin sowie vereinzelt Kritiken von Spielen. Denken Sie aber auch an ProSieben Games. Ich bin sicher, das wird sich noch verstärken – allerdings natürlich nicht, ohne dass es dabei auch kommerziell zugeht, versteckt oder offen.

Sie veranstalten seit Jahren die „Next Level Conference“ zur „Kunst und Kultur

Fotos: © NRWKS, Robin Junicke





Dr. Christian Esch ist seit 2004 Direktor des Wuppertaler NRW KULTURsekretariats. Der promovierte Musikwissenschaftler war Musiktheater- und Schauspiel dramaturg, arbeitete als Journalist, war Rundfunkproduzent und Musikredakteur. Lehraufträge und Jurytätigkeiten in den Bereichen Musik und Theater kommen hinzu. 2013 war er Preisträger des Grimme Online Award mit der „museumsplattform nrw“.

Foto: Sven Pacher

digitaler Spiele“. Wollen Sie die „Beweisführung“ unterstützen: Computerspiele sind doch Kultur?

Sie sind Kultur, das ist gar keine Frage, das müssen wir nicht beweisen. Vielleicht war, als wir 2010 mit der „Next Level“ begonnen haben, ein bestimmter Legitimationsdruck darauf, aber davon ist keine Rede mehr. Spiele sind nicht nur selbstverständlich Kultur, sie sind manchmal auch Kunst. Ihre Verfahren halten zunehmend nicht nur in den Film, sondern auch in das Theater Einzug sowie in die Online-Präsenz von Museen wie etwa dem Frankfurter Städel. Das versuchen wir zu zeigen und auch voranzubringen, denn leider ist gerade die „klassische“ Kulturszene für solche digitalen Neuerungen nicht immer so offen, wie sie es sein könnte und müsste.

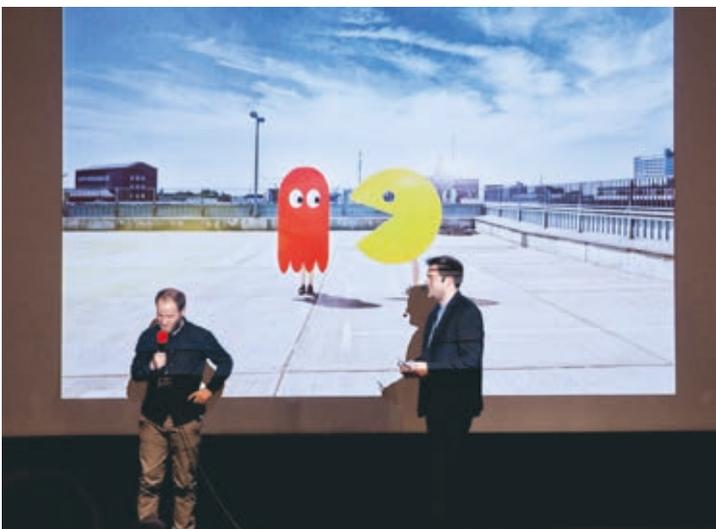
Die im Grimme Online Award ausgezeichneten Spiele können als „publizistisch

wertvoll“ betrachtet werden. Sind sie als publizistisches Medium ernst zu nehmen?

Unbedingt! Dass es bei den Spielen viel, leider noch zu viel, Verzeihung: Mist gibt, heißt doch nicht, dass das Medium per se nicht publizistisch reizvoll und auch wertvoll sein kann. Das lässt sich zeigen und erleben. Auch im Fernsehen gibt es jede Menge Müll. Trotzdem zeichnet das Grimme-Institut seit Jahrzehnten filmische Leistungen im Fernsehen aus, um damit einen Ansporn zu schaffen, Qualität und Massenmedium zusammenzudenken – warum sollte das Gleiche nicht für die Spiele gelten?

Längst gelten Computerspiele ja als Treiber der Hardware-Entwicklung, sind sie auch ästhetisch innovativ? Liefern sie etwa Beiträge zu einer Webästhetik?

Natürlich wirken sie auf die Webästhetik, genauso wie auf die -funktionalität – und da-



rüber hinaus: Denken Sie an die Nachrichtensstudios in ARD und ZDF, wenn sich etwa die Moderatorin zwischen virtuellen Figuren bewegt, um einen Bericht zu Computerspielen anzumoderieren.

Einigen Computerspielen sagt man nach, sie würden Spieler regelrecht eintauchen lassen in die Spielwelt. Kann das Spielerische ein anderes Erleben ermöglichen?

Wenn ich mich als Spieler mit meinem Avatar in eine Situation gebe, teile ich mich gewissermaßen in mindestens zwei Subjekte – das eine diesseits, das andere jenseits der Konsole. Das kann bedeuten, dass ich ein Alter Ego auslebe, dass also die Grenzen, die für mich als Person gelten, im Spiel nicht mehr gelten. Solche Entgrenzung hat natürlich unter Umständen auch eine problematische Seite, wenn etwa Gewaltexzesse die Folge sind.

Die andere Seite der gleichen Medaille ist die Empathie: Indem ich mich in die Figur teile, die all das erlebt, was meiner Lebenswelt fern ist, wächst mir Erfahrung zu, kognitiv und emotional. Ich denke, das kann mit solchen Spielen gelingen.

Es gibt aber auch Beispiele, die arg didaktisch daherkommen, statt aufregende spielerische Erlebniswelten vorzuhalten. Kommt noch eine gewisse Vorhersehbarkeit hinzu, bleibt der Effekt aus. Anders gesagt: Mit Speck fängt man Mäuse – auch im Positiven.

Die Computerspielbranche reklamiert für sich gerne den Begriff des „transmedialen Erzählens“ – auch eine Art Entgrenzung. Sehen Sie im Computerspielbereich die Entfaltung eines neuen, medienübergreifenden Erzählens?

Tatsächlich ergeben sich aus den Spielen Narrative, die auf andere, auch auf analoge Medien wirken, wie zum Beispiel auf das Theater. Manches freilich geht auf Gemeinsamkeiten zurück. Interaktivität ist einerseits ein Merkmal der Spiele, gab es aber bereits in Shakespeares Globe-Theatre: Teils veränderten sich die Stücke mit jeder Inszenierung, etwa wenn die Schauspieler auf das Publikum reagierten und die gesprochenen Texte im Spiel weiterentwickelten. Auf diese Weise erhielten die Stücke erst die Form, in der wir sie heute kennen. Die Spielerfahrung und -praxis war also auch im Theater damals schon inter-

aktiv oder, wenn man so will, transmedial: Auch bei der Wechselbeziehung zwischen Bühne, Publikum und Buch haben wir es mit Formen der Inter- und Transmedialität zu tun. Wenn das Theater Dortmund auf der Next Level Conference 2015 eine installative Spielsituation schafft und die Rezeption für das Publikum wie auch die Aktion medial gesplittet wird, im Raum wie auf Bildschirmen, so entsteht da, auch im Zusammenklang mit der dafür entwickelten Musik, eine multiple, transmediale Erfahrung. Oder denken Sie an Filme: Quentin Tarantino beispielsweise macht immer wieder Anleihen bei Spielen. Umgekehrt war ursprünglich die Ästhetik des Films für die Spiele maßgeblich.

Der Medienbildung kommen zusehends die Medien abhanden, kann doch plötzlich scheinbar alles ein Medium sein. Wie gehen Sie mit diesem Entgrenzungsphänomen um? Wie lange wollen Sie noch von Computerspielen sprechen? Wie sieht der „next level“ aus?

Das muss einen tatsächlich umtreiben, aber keineswegs defensiv, sondern mit offenem Blick nach vorn: Meines Erachtens handelt es sich um eine durchaus neue Qualität der Entgrenzung. Wenn der Kühlschrank, so wie längst das Smartphone, dann die Drohne, bald das Auto zum gesteuerten, erweiterten Handlungsraum werden, verändert das auch den Handelnden. Wie im Game. Da ist diese Wechselbeziehung zwischen Spieler und Spiel lange schon ganz wichtig. Im Fokus stehen also zunächst einmal wir selbst, als handelnde Subjekte. Es geht um etwas wirklich Grundlegendes: Das ist nichts weniger als die Veränderung des Individuums hin zum erweiterten, multiplen, geteilten „Dividuum“, anders gesagt: zum „Quantified Self“. Verschiedene Arten der Perzeption und der Aktion, physisch wie virtuell, simultan wie fragmentiert, reflexiv wie instrumentell, überlagern und verbinden sich. Das hat Folgen und verändert das Verhältnis von Innen und Außen, von Subjekt und Objekt. Das hat natürlich auch gesellschaftliche und politische Auswirkungen. Eine ziemlich aufregende Sache, wenn man daran denkt, dass unser abendländisches Menschenbild vom unteilbaren Wesen ausgeht. Wie unteilbar es bei alledem wesentlich bleibt, das werden wir sehen.

Grimme Online Award 2016

Gratulation den
Nominierten und
Preisträgern!

PREISPATEN

Jeannine Michaelsen

Ihre Moderationskarriere begann Jeannine Michaelsen beim ersten deutschen Internetfernsehen „Ehrensenf“. Es folgten journalistisch-moderative Engagements wie „Die lange Nacht der US-Wahl“ (ZDF), „log in“ (ZDFinfo) oder „X:enius“ (ARTE). Bei Pro 7 präsentiert Jeannine Michaelsen gleich drei Samstagabend-Shows: „Joko und Klaas – Das Duell um die Welt“, „Teamwork“ und „Die beste Show der Welt“. Für das „Duell um die Welt“ gab es dieses Jahr den Deutschen Fernsehpreis, für „Teamwork“ eine Nominierung für den Grimme-Preis. Und für ihre Personalityshow „Ponyhof“ bei TNT Comedy konnte sie sich gleich über eine Fernsehpreis- und eine Grimme-Preis-Nominierung freuen. Sie moderiert regelmäßig Live-Veranstaltungen wie die „1Live Krone“, den „Young IT Day“ oder die Wettbewerbsvorstellungen der Berlinale.



Foto: Paul Ripke



Caroline Peters

Schon während ihres Studiums wird Caroline Peters an die Berliner Schaubühne engagiert. Es folgen Engagements auf allen wichtigen deutschsprachigen Bühnen. Seit 2004 ist sie Ensemblemitglied am Burgtheater in Wien. Das Feuilleton schätzt ihr besonderes und genaues Spiel. Ihre temporeichen, präsenten und klugen Abbilder menschlicher Motive machen sie zu einer gefragten Schauspielerin für Film und Theater und wurden vielfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Grimme-Preis, dem Bayerischen Fernsehpreis und dem Ulrich-Wildgruber-Preis. Im Theater sind es die Zusammenarbeiten mit Barbara Frey, Dimiter Gotscheff, Karin Beier, Luc Bondy, Nicolas Stemann und René Pollesch, im Film die mit Adolf Winkelmann, Arne Feldhusen, Dieter Wedel und Isabel Kleefeld sowie ihre Hauptrolle in dem Zuschauererfolg „Mord mit Aussicht“, die sie einem breiten Publikum nahebringen. Caroline Peters wurde 2015 für den Nestroy-Preis nominiert und 2016 mit dem Deutschen Schauspielerpreis als „Beste Schauspielerin in einer komödiantischen Rolle“ ausgezeichnet.

Anja Reschke

Seit Juni 2001 ist die Journalistin Anja Reschke Moderatorin des ARD-Politikmagazins „Panorama“. Sie präsentiert das Medienmagazin „Zapp“ im NDR Fernsehen sowie „Wissen vor Acht – Zukunft“ im ARD-Vorabendprogramm. Seit Januar 2015 leitet sie die Abteilung Innenpolitik beim NDR Fernsehen und ist dort zuständig für die Sendungen „Panorama“, „Panorama3“, „Panorama – die Reporter“ und „Zapp“. Als Reporterin berichtet Anja Reschke immer wieder über gesellschaftsrelevante Themen und Missstände, etwa in der vielbeachteten Reportage „Unter Lehrern“ oder „Das Lügenfernsehen“. Große Aufmerksamkeit erlangte sie auch mit ihren Kommentaren in den Tagesthemen zu rechtsextremer Gewalt und dem Gedenken an Auschwitz, für die sie für den Deutschen Fernsehpreis nominiert wurde. Anja Reschke wurde in München geboren, studierte dort Politische Wissenschaften mit Abschluss Magister Artium. Im Jahr 2015 wurde sie vom medium Magazin als „Journalistin des Jahres“ ausgezeichnet.



Foto: NDR/Thomas Pritschet



Foto: Ingo Pertramer

Thees Uhlmann

Dieser norddeutsche Hooligan der Herzen, Thees Uhlmann, der seine Band Tomte über eine Dekade lang mit der Peitsche ungezügelter Leidenschaft von Club zu Club und von Platte zu Platte gejagt hat, um dann 2011 mit seinem ersten, selbstbetitelten Soloalbum den ganz großen Wurf zu landen, ist Musiker, Chef eines Plattenlabels und Autor. Als Musiker feiert er große Erfolge, so erreichte sein zweites Soloalbum Platz zwei der deutschen Albumcharts. „Er ist die Stimme des deutschen Herbstes 2013. Uhlmann besingt die letzten Träume der Enddreißiger. Mit seinem zweiten Soloalbum ›#2‹ gelingt Thees Uhlmann die Vermessung der Republik. Wirklich anrührende, erzählerische Kleinode hat Uhlmann geschaffen“, urteilte Die Welt. Mit „Sophia, der Tod und ich“ veröffentlichte er 2015 seinen ersten Roman, der von Kritik und Publikum begeistert aufgenommen wurde und es bis auf Platz neun der Spiegel-Bestsellerliste schaffte.

Preispaten für den klicksafe Preis für mehr Sicherheit im Internet

Dagi Bee gehört mit über 2,7 Millionen Abonnenten ihres Hauptkanals zu den erfolgreichsten YouTube-Stars in Deutschland. Bekannt wurde sie vor allem mit ihren Schmink-Tutorials im Netz. Inzwischen produziert sie auch sogenannte „Challenge“-Videos und „Follow Me Aounds“. In Gastauftritten war sie zudem in den Kinofilmen „Fack ju Göhte 2“ und „Er ist wieder da“ zu sehen. Dagi Bee unterstützt unter anderem die Anti-Cybermobbing-Aktion #smilestorm.

Simon Beeck zählt zu den bekanntesten Moderatoren der jungen WDR-Radiowelle 1LIVE. Seit 2012 ist Simon Beeck immer wieder auch im Fernsehen zu erleben, zum Beispiel als Moderator der 1LIVE-Krone-Preisverleihung und einer Jubiläumssonderausgabe von „Geld oder Liebe“. Zusammen mit Linda Zervakis moderierte er im Oktober 2015 die Sondersendung „Deutschland und die Flüchtlinge – Schaffen wir das?“, die live auf allen jungen Wellen der ARD ausgestrahlt wurde.



Fotos: Frank Lothar Lange; WDR/Annika Fußwinkel

MODERATION



Foto: Ingo Brunner

Jo Schück

Der Moderator und Journalist für Kultur und Politik Jo Schück moderiert im ZDF seit 2014 das renommierte Kulturmagazin „aspekte“. Zudem fungiert er als Autor und Presenter bei „ZDFzoom“. Zusammen mit seinen Kollegen recherchiert, konzipiert und produziert er Dokumentationen im Bereich Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Als Reporter im On geht er mit den Zuschauern auf die Reise.

Jo Schück volontierte nach seinem Studium beim ZDF und arbeitet seit 2007 als Autor und Moderator im TV. Zur Gründung 2011 wurde er einer der Hauptmoderatoren von zdf.kultur, dem damaligen öffentlich-rechtlichen Popkultur-Sender, wo er unter anderem die Sendungen „Der Marker“, „The Vice Reports“ oder „zdf@bauhaus“ präsentierte. Für „Der Marker“ wurde er 2012 für den Grimme-Preis nominiert. Für seine Dokumentationen wurde er 2014 unter anderem mit dem CNN Journalist Award und dem Ernst-Schneider-Preis ausgezeichnet. 2013 erhielt Jo Schück den Axel-Springer-Preis für junge Journalisten. Zusammen mit der Redaktion aspekte gewann er 2016 einen Echo.

SHOWACT

Wellness

Seit knapp zwei Jahren gibt es die Band Wellness, die den Soundtrack liefert für einen deutschsprachigen Tarantino-Film, der noch zu drehen wäre. Bereits Monate vor der Veröffentlichung des Debüt-Albums „Immer Immer“ im Februar 2016 auf popup-records wurden Wellness als Support-Act von Wanda, sowie zum New Fall Festival eingeladen. Außerdem spielten die vier Kölner mit der Band Trümmer in der Kölner Interzone und waren 2015 für den Förderpreis des PopUp NRW nominiert.

Mit ihrem einzigartigen Stilmix interpretiert Wellness den Surfsound der frühen Sechziger neu, um Indie-Pop mit eingängigen deutschen Texten schillernd in Szene zu setzen. Songs wie „Bazooka“ oder „Transmitter“ dürsten nach einem Dance-Off mit John Travolta, bei „Endlich Endlos“ oder „Kleine Wunde“ scheint man Uma Thurman direkt in die glasigen Augen zu blicken und zum instrumentalen „Aloha Arne“ stolpert man high durch ein nächtliches Los Angeles. Ein Sound, der auch die Sportfreunde Stiller überzeugt: Im Sommer sind Wellness bei einem Open-Air-Konzert als Special Guest dabei.



Foto: Nicole Müller

FÖRDERER, PARTNER & SPONSOREN

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

Minister für Bundesangelegenheiten,
Europa und Medien
des Landes Nordrhein-Westfalen
und Chef der Staatskanzlei



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

Auch die Daimler AG als einer der führenden Anbieter von Premium-Pkw und größter weltweit aufgestellter Nutzfahrzeug-Hersteller ist höchsten Innovations- und Qualitätsstandards verpflichtet. Diesen Anspruch haben wir auch gegenüber den Medien. Aus diesem Grund unterstützt die Daimler AG sowohl die Verleihung des 52. Grimme-Preises als auch die Verleihung des Grimme Online Award. Im digitalen Medienzeitalter leistet Daimler damit einen aktiven Beitrag zur Wahrung von Qualitätsstandards in Online-Medien.“

DAIMLER

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





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

Ein Engagement für den Grimme Online Award ist für TV Spielfilm naheliegend und folgerichtig. TV Spielfilm-Leser zeichnen sich durch eine überdurchschnittlich hohe Affinität aus und sind bei der Wahl von Online-Angeboten ebenso kritisch und qualitätsbewusst wie bei der Auswahl des Fernsehprogramms – gerade, wenn es um Web-Angebote mit TV-Bezug, nützliche Informationsquellen und anspruchsvolles Entertainment geht. Neben www.tvspielfilm.de mit 11,5 Mio. Visits (IVW 04/16) spiegeln dies auch die TV Spielfilm Apps für Smartphones, Tablets und TV wider, die erfolgreichen Entertainment Apps mit aktuell 18 Mio. Downloads (Verlagsangaben) und über 44 Mio. Visits (IVW 04/16). Printmedien, TV, Internet und Mobile ergänzen sich zusehends. Das belegt TV Spielfilm seit Juli 2015 auch mit dem nächsten Transformationsschritt – vom Marktführer EPG hin zu Live-TV. TV SPIELFILM live bietet den Nutzern mit nur einem Klick aus dem EPG das Live-Signal von annähernd 80 Fernsehsendern – am Computer, auf Tablets und Smartphones. Dabei hat das neue Live-TV-Angebot inzwischen über 1 Mio. Registrierungen erreicht.“



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



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

klicksafe (www.klicksafe.de) ist eine Initiative im CEF Telecom Programm der Europäischen Union für mehr Sicherheit im Internet und wird gemeinsam von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) umgesetzt. Das Portal www.klicksafe.de richtet

sich mit aktuellen Informationen zu Sicherheits- und Verbrauchertemen vor allem an Eltern, Pädagogen und Kinder. Ob Chatten, Abzocke, Mobbing oder Computerspiele: Im Mittelpunkt stehen neben Risiken immer auch die Chancen einer kompetenten Nutzung des Internet. Dazu stellt klicksafe mehrsprachige Infomaterialien sowie Referenten für Fortbildungen und Elternabende bereit. Mittels Aufklärungsspots, Info-Veranstaltungen, dem klicksafe Preis für Sicherheit im Internet und dem jährlichen Aktionstag Safer Internet Day will die Initiative eine breite Öffentlichkeit für das Thema Internetsicherheit sensibilisieren. Zur Unterstützung seiner diversen Arbeitsschwerpunkte pflegt klicksafe intensive Netzwerkaktivitäten in ganz Deutschland und in Europa.“

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

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



**WIR DANKEN FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG
DER STADT MARL.**



IMPRESSUM

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

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

Dr. Frauke Gerlach

Redaktion:

Lars Gräßer

Gestaltung und Realisierung:

DIGIBOX GmbH, Gestaltung, Prepress und digitale Medien, Düsseldorf

Druck:

becker druck F.W. Becker GmbH, Arnberg



Grimme
Institut

Weitere Informationen und einen ausführlichen Presseservice erhalten Sie unter:

www.grimme-online-award.de

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

GRIMME ONLINE AWARD

Grimme-Institut

Eduard-Weitsch-Weg 25

45768 Marl

Telefon: 02365/9189-0

Telefax: 02365/9189-89

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

Erst die tatkräftige Mithilfe vieler engagierter Kolleginnen und Kollegen hat den Grimme Online Award 2016 ermöglicht. Dafür danken wir allen Beteiligten ganz herzlich!

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

Ihre Ansprechpartner:



Vera Lisakowski
Leitung
lisakowski@grimme-institut.de



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



Kathrin Schröder
Projektassistenz
schroeder@grimme-institut.de



Elisabeth Makiseva
Praktikum
makiseva@grimme-institut.de



Dem digitalen Auto gehört die Zukunft – und wir gestalten sie

Daimler treibt die Digitalisierung sowie das autonome Fahren weiter voran: Online-Kommunikation und vernetzte Dienste im Auto informieren den Fahrer jederzeit aktuell – Assistenzsysteme unterstützen ihn während der Fahrt. Damit setzt Daimler den nächsten Meilenstein für die Zukunft des Automobils. Mehr Informationen unter www.daimler.com oder www.next.mercedes-benz.com

DAIMLER