



grimme

2023

Grimme Online Award

Grimme Online Award 2023

Gratulation allen
Nominierten und
Preisträgern!

- 02 Editorial
- 03 Grußwort
- 04 Ist das Medienkritik, oder kann das weg?
Nora Frerichmann
- 06 Die neuen digitalen Citoyens
Martin Niewendick
- 08 Ein Gefühl der Ohnmacht
Enissa Amani
- 09 Medien besser kritisieren
Boris Rosenkranz
- 10 Von allem zu viel?
Christian Bartels

PREISTRÄGER Grimme Online Award

- 12 Statement der Jury
- Kategorie Information**
- 14 DeinBruderStève
- 16 Schwangerschaftsabbruch in Deutschland
- 18 Teurer Wohnen
- Kategorie Wissen und Bildung**
- 20 Das Ende vom ewigen Eis
- 22 Im Takt: Wege in den
Geschlossenen Jugendwerkhof Torgau
- 24 Stolpersteine NRW
- Kategorie Kultur und Unterhaltung**
- 26 Hand drauf
- 28 TO BE SEEN. queer lives 1900-1950

NOMINIERUNGEN Grimme Online Award

- 30 Statement der Nominierungskommission
- 32 Information
- 36 Wissen und Bildung
- 39 Kultur und Unterhaltung
- 41 Spezial
- 43 Die Demokratisierung der Medienkritik
Thomas Lückerrath
- 44 Mehr Macher*innen für den Medienjournalismus
Iris Ockenfels im Interview
- 46 Von Clickbaitkritik zur Netzwerkanalyse
Fynn Kröger
- 47 Zwischen Shitstorms und Likes
Robin Blase & Lisa Ludwig
- 48 Medienkompetenz als Säule der Demokratie
Satu Siegemund
- 49 „Wir haben einen gesetzlichen Bildungsauftrag“
Prof. Dr. Kai Gniffke im Interview
- 51 Moderation und Showact
- 52 Preispat*innen
- 54 Partner, Sponsoren und Förderer
- 56 Impressum



EDITORIAL

Dr. Frauke Gerlach
Direktorin Grimme-Institut

Foto: Annette Etges / Grimme-Institut

Sehr geehrte Damen und Herren,

der 23. Grimme Online Award ist ein besonderer – zum einen, weil er in seiner Ausgestaltung einmalig ist, zum anderen durch die dahinterstehende Institution: Das Grimme-Institut steht seit nunmehr fünf Dekaden für den Diskurs über die Qualität der Medien.

Stand in den ersten Jahrzehnten das Fernsehen im Mittelpunkt der Institutsarbeit, geht es seit einem Vierteljahrhundert um mehr. Wegweisend hat man sich bereits frühzeitig mit der digitalen Massenkommunikation, mit dem Internet und seinen Inhalten befasst. Folgerichtig wurde der Grimme Online Award vor 24 Jahren ins Leben gerufen. Der Qualitätsdiskurs über Medien hat sich weiter ausdifferenziert und wird im Grimme-Forschungskolleg an der Universität zu Köln wissenschaftlich begleitet.

Das Grimme-Institut hat sich in seiner Arbeitsweise dabei grundlegend verändert – wie die Medien selbst. Die Werte, die die Grundlage des Qualitätsdiskurses, der Medienbildung, der Forschung und der Preise des Grimme-Instituts bilden, sind indes gleich geblieben: Sie gelten analog wie digital und leiten sich von den demokratischen Grundwerten unserer Verfassung ab. Der Grimme Online Award steht dabei für die kritische Auseinandersetzung mit digitalen Massenmedien, wiewohl er in seiner Gründungsphase ein Medium in den Blick nahm, welches „die Massen“ erst noch für sich entdecken mussten. Keine Frage: Dieses anfängliche „Neuland“ darf als entdeckt gelten, mit dem Grimme Online Award als Kompassnadel.

Grundlage für seine hohe Reputation und Glaubwürdigkeit sind dabei vor allem die Unabhängigkeit seiner Gremien,

das transparente Beurteilungsverfahren sowie die sorgsame und verantwortungsvolle Auseinandersetzung mit den eingereichten Vorschlägen. Im vorliegenden Heft erfahren Sie dabei nicht nur mehr über den aktuellen Wettbewerbsjahrgang. Im Magazinteil dreht sich alles um das Thema Medienkritik.

Abseits dessen sei erwähnt: Die Grimme-Akademie fördert seit Jahren auch ganz praktisch die Fähigkeit zur Medienkritik mit einem Seminarangebot zur Einführung in den Medienjournalismus, welches so alt ist wie der Grimme Online Award. Erfahrene Referent*innen aus der Praxis stellen hier ihre Erfahrungen aus den Bereichen Print, TV, Hörfunk und Online vor.

Zu guter Letzt danke ich allen, die am Heft und der Preisfindung beteiligt waren, also den aktiven Medienkritiker*innen: Das sind zum einen die Autor*innen und zum anderen natürlich die Mitglieder der Nominierungskommission und der Jury des Grimme Online Award, die mit viel Zeit und Engagement Preisträger*innen gekürt haben. Ebenso danke ich aber auch unseren Förderern und Partnern, ohne die ein solcher Preis nicht möglich wäre. Und ich danke nicht zuletzt denjenigen, die als Online-Akteure unermüdlich dafür sorgen, dass immer wieder herausragende Qualität auszuzeichnen ist.

Ihre

GRUSSWORT



Nathanael Liminski
Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten,
Internationales sowie Medien und Chef der Staatskanzlei

Foto: Land NRW / Ralph Sondermann

Sehr geehrte Damen und Herren,

Medienqualität war immer wichtig. Heute aber ist sie überlebenswichtig: Die klassischen Medien, ob Zeitungen, Magazine oder Fernsehsender, müssen angesichts der wachsenden digitalen Konkurrenzmedien um ihr Publikum – und damit ihre Finanzierung – kämpfen. Nur wer überzeugende Qualität bietet, kann sich durchsetzen.

Auch innerhalb der rein digitalen Medien ist der Konkurrenzkampf groß und die Fülle an Angeboten geradezu unüberschaubar.

Der Grimme Online Award schafft dank seines Renommées jedes Jahr Aufmerksamkeit für hochwertige Formate im Netz – und stärkt so die Medienqualität im Digitalen. Was hier ausgezeichnet wird, findet sein Publikum. Und inspiriert oft genug Redaktionen, Journalistinnen und Journalisten, mutig selbst neue Formate zu entwickeln. Was beim Grimme Online Award eingereicht, nominiert und ausgezeichnet wird, regt auch den Diskurs an darüber, welche Formate wir online gern öfter sehen würden und welche wir durchaus kritisch sehen.

2023 wird das Grimme-Institut 50 Jahre alt. Der hoch angesehene Grimme Online Award zeigt, wie sich das Institut weiterentwickelt hat. War es zunächst auf das Fernsehen fokussiert – natürlich auch mit dem Grimme-Preis – und auf die Verankerung von Weiterbildung im Programm, geht sein Engagement heute längst darüber hinaus. Mit dem Grimme Online Award wird die Medienentwicklung im Digitalen begleitet. Angebote wie „DINA“ – kurz für

„Digitale Informations- und Nachrichtenkompetenz aktivieren“ – unterstützen die Förderung von Medienkompetenz.

Diese Fähigkeit ist für unsere Demokratie inzwischen lebenswichtig. Das haben uns die vergangenen Jahre gezeigt, in denen intensiv versucht wurde, unsere demokratische Gesellschaft mit Desinformation zu spalten. Die Menschen müssen selbst erkennen können, welchen Nachrichten, welchen Quellen sie glauben können. Als Gegengewicht zu Desinformationen brauchen wir deshalb zugleich mehr denn je vertrauenswürdige Informationen auch im Digitalen. Informationen, wie sie vor allem qualitativ hochwertiger, professioneller Journalismus liefern kann – die Art von Online-Publizistik, auf die der Grimme Online Award jedes Jahr aufmerksam macht.

Ich gratuliere daher dem Grimme-Institut zu seinem 50-jährigen Bestehen und dazu, dass es ihm gelingt, auch nach 50 Jahren weiter richtungsweisend und am Puls der Zeit zu sein. Und ich gratuliere natürlich den Nominierten und den Preisträger*innen des diesjährigen Grimme Online Award.

Sie alle leisten mit Ihrer Arbeit einen Beitrag dazu, unsere demokratische Gesellschaft zu stärken. Dafür danke ich Ihnen.

IST DAS MEDIENKRITIK, ODER KANN DAS WEG?

Nora Frerichmann

Es mag so wirken, als ginge es der Medienkritik in Deutschland wie den schmelzenden Polkappen: Den einen macht die Klimaerwärmung zu schaffen, der anderen Umstrukturierungen in Medienhäusern, wegbrechende Einnahmen und Leser*innen. Fundierte und differenzierte Auseinandersetzung mit Medienberichterstattung, -politik und -unternehmen ist häufig nicht unbedingt ein Klickmagnet – außer es geht um Themen wie den Rundfunkbeitrag, Trash-TV-Eskapaden oder dreiste Lügen der Klatschpresse.

Dabei ist kritische Medienbeobachtung in unserer Medien-Gesellschaft, in der man selbst vom stillen Örtchen aus via Smartphone mit der ganzen Welt verbunden ist, wohl so wichtig wie nie. Zu erklären, wie einzelne Bereiche des Mediensystems funktionieren, wie Digitalisierung sich darauf auswirkt, über gezielt platzierte „Fake News“ aufzuklären und Möglichkeiten für eigene Prüfung an die Hand zu geben, aber auch Fehlern oder blinden Flecken in journalistischer Berichterstattung nachzugehen, stärkt die Demokratie.

Während die Eiskappen an den Polen und Gletschern weltweit unwiederbringlich verschwinden, schmilzt die Medienkritik hingegen nicht komplett dahin. Sie steckt in einem tiefgreifenden Veränderungsprozess weg von festgelegten Formaten, Fachpublikum und institutionalisierten Anbietern mitten hinein in all die Sphären der sich immer weiter fragmentierenden Öffentlichkeit.

Während die meisten überregionalen Zeitungen in den 80er und 90er Jahren teils mehrere Medienseiten hatten, sind in den vergangenen

20 Jahren immer wieder renommierte Angebote wie etwa die Medienkorrespondenz oder kürzlich die Medienseite im Tagesspiegel in gewohnter Form eingestellt worden. Medienkritische Berichterstattung findet von diesen Anbietern noch statt, aber nicht mehr in der bisherigen Regelmäßigkeit und auch nicht mehr so gebündelt wie zuvor.

Gleichzeitig wurden nach und nach neue Portale gegründet, die den Journalismus und die Medienbranche unabhängig von größeren Medienhäusern beobachten, etwa das Onlinemagazin „Übermedien“, das „BILDblog“ oder „DWDL.de“. Neben den verschiedenen Medienmagazinen der öffentlich-rechtlichen Rundfunksender ist die Medienkritik auch in Podcasts angekommen, wo die Ereignisse in der deutschen Medienlandschaft in Formaten wie „quoted“, „Läuft“, „OMR Media“ oder „Druckausgleich“ in den Blick genommen und kritisch besprochen werden. Viele solcher neueren Formate sind auf Initiative selbstständig arbeitender Journalist*innen entstanden.

Und auch abseits von redaktionellen Angeboten tun sich Räume im Netz auf, in denen sich jede*r via Mastodon, Twitter & Co. medienkritisch äußern und von einer breiten Masse gehört werden kann. Die Medienkritik hat sich deutlich verbreitert und egalisiert. Das birgt Chancen, aber auch Risiken.

Einerseits ist diese Entwicklung eine tolle Sache, weil die Hürden für medienkritische Inhalte deutlich niedriger geworden sind. Menschen verschiedenster Herkunft, sozialer Hintergründe, unterschiedlichen Alters, gesundheitlicher Voraussetzungen, sexueller



Nora Frerichmann ist Nachrichten- und Medienjournalistin in Köln. Sie arbeitet als Redakteurin bei der Nachrichtenagentur epd sowie als freie Autorin, Kritikerin und Jurorin.

Foto: Yakob El Deeb

Orientierung, etc. können etwa via Social Media Kritik einbringen. So werden immer wieder Aspekte aufgegriffen, die klassische Medienressorts oft gar nicht im Blick haben. Zeitungen, Fachmagazine, TV- und Radio-redaktionen sind keine alleinigen Gatekeeper mehr – und Medienkritik wird um viele wertvolle Perspektiven erweitert.

Andererseits eröffnet diese Entwicklung aber auch Möglichkeiten für mehr Pauschalisierungen, fehlende Differenzierung in der Auseinandersetzung mit Medien und Berichterstattung. Um Entwicklungen umfassend einordnen und erklären zu können, ist nach wie vor Expert*innenwissen über das komplizierte deutsche Mediensystem mit all seinen zunächst unsexy wirkenden Details wie Kontrollinstanzen, Regulierungsbehörden, medienpolitischen Voraussetzungen und Schwachstellen nötig. Das Wissen über handwerkliche, rechtliche und berufsethische Regeln des Journalismus ermöglicht erst eine umfassende Einordnung von Berichterstattung, Verfehlungen und Unausgewogenheiten.

Denn ernstgemeinte Medienkritik, die Probleme faktenbasiert benennt, und Medienbashing sind zwei völlig verschiedene Paar Schuhe. So haben sich in den vergangenen Jahren auch einige sogenannte alternative Medien meist im Netz entwickelt, die vorgeblich den „Mainstream-Medien“ auf die Finger schauen. Statt konstruktiver Medienkritik, die konkrete Probleme und Zusammenhänge reflektiert, werden dort allerdings diverse Verschwörungserzählungen in die „Kritik“ eingebettet und populistische Pauschalisierungen verbreitet.

Dabei gibt es auch in der klassischen Medienkritik sicher einige Leerstellen: Wenn es um Trends auf Social-Media-Plattformen oder um kritikwürdige Äußerungen von Influencer*innen oder fragwürdige Marketingaktionen geht, fühlen die klassischen Player sich oft nicht zuständig oder steigen sehr spät in die Berichterstattung ein.

Bei allen Veränderungen bleibt letztendlich eins festzuhalten: Medienkritik wird auf allen Ebenen wichtiger. Mit der Medialisierung vieler Lebensaspekte bekommt die grundlegende Fähigkeit, Medieninhalte einschätzen und einordnen zu können, für alle mehr Bedeutung. Das haben wir nicht zuletzt gemerkt, als während der Hochphase der Corona-Pandemie jede Menge Falschbehauptungen und irreführende Posts die Social-Media-Plattformen fluteten, was sich aktuell im Zusammenhang mit dem russischen Angriffskrieg in der Ukraine wiederholt. Aber auch angesichts zunehmender Medienkonzentration und digitaler Umwälzungen im Bereich klassischer Medien ist ein kritisch-versierter Umgang mit Medien wichtig.

Medieninhalte einzuordnen, Fakten zu prüfen und Quellen beurteilen zu können, wird immer bedeutender – nicht nur für jede*n persönlich, sondern auch für eine funktionierende Gesellschaft und Demokratie. Durch Entwicklungen im Bereich KI, Stichwort ChatGPT, wird ein souveräner Umgang mit Medieninhalten und Quellen ohnehin nochmal einen ganz anderen Stellenwert bekommen.

DIE NEUEN DIGITALEN CITOYENS

Martin Niewendick



Martin Niewendick ist freier Journalist mit Schwerpunkt Politik und Gesellschaft. 2022 wurde er gemeinsam mit Rebecca Sawicki und Joana Rettig für eine Multimedia-Reportage über die bedrohte Demokratie in Polen für den Deutsch-Polnischen Tadeusz-Mazowiecki-Journalistenpreis nominiert.

Foto: Privat

Mit den Sozialen Netzwerken hat sich auch die Rolle der Medien-Nutzer*innen verändert. Aus eher passiven Konsument*innen von Nachrichten und Beiträgen sind lebendige Communitys geworden, digitale Citoyens, die sich etwa auf Facebook, Twitter oder Instagram aktiv in Debatten einbringen. Das hat auch die Arbeit der Medien grundlegend verändert. Populäre Beiträge werden auf Social Media teils noch Wochen nach der Veröffentlichung kommentiert – mal mehr, mal weniger konstruktiv. Ein gutes Community-Management wird dadurch für den Onlinejournalismus immer wichtiger. Zum einen, weil es dem eigenen Anspruch, Demokratie zu fördern, gerecht wird. Und weil es am eigenen Image kratzt, das Feedback von User*innen nicht ernst zu nehmen oder Hate Speech und Desinformation eine Plattform zu bieten.

Weil die meisten Medien ihre Inhalte längst vor allem über Facebook, Twitter, YouTube oder Instagram verbreiten, haben sie damit auch die Kontrolle über die Kommentarfunktionen aus der Hand gegeben. Für die Nutzer*innen bedeutet das: Nun können sie nicht nur in Echtzeit unter Beiträgen kommentieren, kritisieren, Lob aussprechen oder sich untereinander austauschen. Auch der filternde Effekt, den etwa der lange Dienstweg eines Leser*innenbriefes an ein Nachrichtenmagazin zeitigt, fällt weg. Aus den Empfänger*innen sind kleine Sender geworden – was den Journalismus online wie analog nachhaltig verändert hat.

In der journalistischen Ära vor Social Media galten klassische TV-Kanäle, Hörfunk und Zeitungen als oft ehrwürdige Institutionen des öf-

fentlichen Diskurses, munitioniert mit Fakten, Thesen und Ansichten, die mindestens bis zum nächsten Morgen ihre Gültigkeit bewahren. Mittlerweile muss diese einstige Autorität in den Sozialen Netzwerken täglich neu erstritten werden.

All dies hat nicht nur Auswirkungen auf die innere Struktur von Redaktionen, in denen die Online-Ressorts zu den wichtigsten Teilen der Gesamtedaktion gehören. Auch bei der Entscheidung, ob und wann bestimmte Beiträge ihren Weg auf die Plattformen finden, sind viele vorsichtiger geworden: Vor allem kleinere Medien können (oder wollen) sich keine „Nacht-schicht“-Redakteur*innen leisten, die auch nachts ein Auge auf die Kommentarspalten haben. Allzu kontroverse Beiträge werden dadurch nicht selten auf den nächsten Morgen verschoben, was wiederum zu Lasten der Aktualität geht.

Ein weiterer Fallstrick sind Shitstorms, bei denen es oft nur eine kritische Masse an Negativkommentaren braucht, um Redakteur*innen ins Rudern zu bringen. Ein überbordender, öffentlich artikulierter Unmut über einen bestimmten Beitrag nötigt mindestens zu einer Stellungnahme, manchmal zur Korrektur, in manchen Fällen zur Löschung desselben.

Welche Dynamiken durch das veränderte Verhältnis zwischen den Medien und ihren Nutzer*innen entstehen können, zeigt ein Beispiel von Anfang des Jahres. Als der Kultursender ARTE eine kurze Dokumentation über den Horrorautor Howard Phillips Lovecraft auf YouTube postete, häuften sich die Kommentare irritierter Fans und Zuschauer*innen. Sie

störten sich daran, dass der werkprägende Rassismus und Antisemitismus des 1870 geborenen Literaten in dem Film keine Erwähnung fand.

Daraus entspann sich eine bemerkenswerte Folge von Reaktionen: Kurz darauf ließ das Social-Media-Team von ARTE in der Kommentarspalte wissen, man habe die Kritik zur Kenntnis genommen, sehe dies genauso und werde die Beschwerden an die zuständige Redaktion weitertragen.

Einer der Produzenten der Lovecraft-Dokumentation war allerdings anderer Meinung. In einem später unter dem Video nachgereichten Statement verwehrte er sich gegen die Kritik der User*innen. Lovecrafts Ressentiments seien hauptsächlich in Briefen zum Vorschein gekommen, und ein im Film gefeierter Experte habe sich mit dem Thema an anderer Stelle hinreichend befasst.

Bei diesem Vorfall konnten Außenstehende live verfolgen, wie direkte Kritik an journalistischen Inhalten von einem Medium aufgenommen, diese intern vorgetragen und am Ende als Stellungnahme zurück an die Nutzer*innen transportiert wird.

Es ist dies die neue Macht der Konsument*innen, die sich auch auf die Arbeit der Journalist*innen auswirkt: Zu viel „schlechte Presse“ kann sich eben auch die Presse nicht leisten. Aus Mediensicht ist dies verständlich, für die öffentliche Debatte ist es ein Verlust. Gerade bei Themen, welche die Gesellschaft entzweien, kann ein offener, fairer Austausch von Meinungen, ohne vorgelagerte Beschränkungen, konstruktiv sein. Denn es ist vor allem die

Erzählung von einer vermeintlichen Unterdrückung der Meinungsfreiheit, welche von radikalen Rändern propagandistisch ausgeschlachtet wird.

2015 demonstrierte die Online-Redaktion der WELT, wie man humorvoll mit Hasskommentaren umgeht. Weil sich immer mehr Verschwörungstheoretiker*innen und Populist*innen in den Facebook-Kommentaren tummelten, gingen die Redakteur*innen in die Offensive: Sie antworteten en masse mit satirischen Punchlines, in denen sie „bestätigten“, Teil der Weltverschwörung zu sein – und gaben so die Kommentator*innen und ihre verqueren Anschuldigungen der Lächerlichkeit preis.

Blogs und reine Online-Formate kennen diese Dynamiken schon länger. Vor allem zu Beginn der Zehnerjahre schossen diese aus dem Boden und mussten entsprechend früh den Umgang mit „direct response“ lernen. Sie sind es auch, die heute eine nicht zu unterschätzende Expertise in die Branche einbringen können. Dem Journalismus und den Nutzer*innen ist es zu wünschen, dass auch klassische Medien auf diese Ressource stärker zugreifen und die Kolleg*innen vermehrt in ihre Prozesse integrieren.



„Die beste Instanz“ als Gegenentwurf zu gängigen Paneldiskussionen

EIN GEFÜHL DER OHNMACHT

Enissa Amani

Enissa Amani ist eine deutsch-iranische Stand-Up-Künstlerin und Aktivistin. Im Fokus ihrer Arbeit stehen Themen wie Rassismus, Sexismus, Diskriminierung, aber auch Krisenherde und Terrorregime wie Iran und die internationale Verantwortung. Sie arbeitet vernetzt mit Menschenrechtler*innen, Politiker*innen und Aktivist*innen weltweit. „Die beste Instanz“ wurde 2021 mit einem Grimme Online Award in der Kategorie Spezial ausgezeichnet.

Foto: Erhan Dogan

„Die beste Instanz“ ist aus reiner Wut entstanden, einem Gefühl der Ohnmacht gegenüber dem immer wiederkehrenden Rassismus im deutschen Fernsehen, der auf entsprechenden Plattformen und Panels, aber auch in der Satire immer wieder reproduziert und auch von der breiten Masse der Zuschauer akzeptiert und angenommen wird.

Die Aktion war zunächst nicht als Medienkritik gedacht – um ehrlich zu sein war das Projekt überhaupt nicht systematisch durchdacht und konzipiert. Es war der binnen zwei Tagen entstandene Wunsch, wirkliche Expert*innen zu unterschiedlichen Bereichen der gesellschaftlichen Diskriminierung zu Wort kommen zu lassen. Bei jedem anderen Thema wäre es geradezu obszön, keine wissenschaftlichen Expert*innen sprechen zu lassen. Wir würden beispielsweise nie eine Sendung zum Thema Sonnensystem sehen und dann einfach Menschen mit „Meinungen“ dazu befragen, eventuell sogar einen „flat-earther“ in ein Panel setzen, der seine Meinung zum Thema Kosmos zum besten gibt und erklärt, warum er die Erde für flach hält.

Bei Themen wie Rassismus, Sexismus, Diskriminierung jedoch nehmen wir uns gesellschaftlich heraus, Meinungen in den Vordergrund der Debatten zu stellen.

Daher die Wut. Daher die Ohnmacht von Betroffenen: Die Dominanzgesellschaft diskutiert, ob sich die Minderheit überhaupt angegriffen fühlen darf, und verkehrt sogar Opfer zu Tätern.

So war innerhalb weniger Stunden die Idee entstanden und der Entschluss gefasst, eine

Sendung zu machen. Ich denke, das ist gerade die Besonderheit der „Besten Instanz“: der Rebellionsgedanke, das Schnelle, Unkonstruierte, Undiplomatische. Eine Liste von zwanzig bis dreißig möglichen Gästen, alle mit fantastischer Expertise auf ihrem Gebiet, wurde schnell notiert, und anschließend habe ich alle angerufen. Zu meiner großen Freude gab es eigentlich nur Zusagen.

Drei Tage lang habe ich mit unserem Cutter im Office geschnitten, mit dem Fokus darauf, nur die klaren, deutlichen und mutigen Aussagen drin zu lassen – die meiner Gäste und meine eigenen. Ich wollte die Schärfe herausarbeiten, mit meinen Fragen aber auch im Schnitt, denn naturgemäß war auch viel Gesprochenes dabei, das zwar keineswegs weniger wichtig war, aber dennoch der Sendung die Schärfe genommen hätte.

Und dann ging es unerwarteterweise viral. Medienkritik ist wichtig. Denn Medien sind in jeder Form Spiegel unserer Gesellschaft. Sie formen unsere Meinungen und wir formen sie zurück, kreieren die Nachfrage nach all diesen Inhalten. Probleme der Gesellschaft werden in den Medien gespiegelt, Diskriminierungen in jeder Form, Makel unserer Moral, unbearbeitete Themen, alles was gesellschaftlich stattfindet. Somit muss auch auf wissenschaftlicher und Expert*innen-Ebene die Rebellion, der Protest gegen eine zu lange zelebrierte Ignoranz, laut sein und deutlich und ohne Angst. Ich verstehe die Angst. Ich hatte sie lange selber auch. Aber für mich war „Die beste Instanz“ ein wichtiger Schritt in eine fairere mediale Darstellung von all den oben genannten Themen.

Weshalb „Übermedien“ unverzichtbar ist

MEDIEN BESSER KRITISIEREN

Boris Rosenkranz



Wenn wir gefragt werden, an wen wir uns mit „Übermedien“ richten, lautet die Antwort: An alle, die Medien nutzen, also tatsächlich: an alle! Weil jede*r Medien konsumiert, Tag für Tag, und diese Medien unser Bild von der Welt prägen: wie wir über bestimmte Dinge denken, wie und worüber wir als Gesellschaft debattieren.

Umso wichtiger ist es, dass es auch Journalist*innen gibt, die kritisch begleiten, was andere Journalist*innen so fabrizieren. Damit sich in den Redaktionen (hoffentlich) etwas ändert, und damit sich das Publikum ein Bild davon machen kann, wie Medien funktionieren. Wir hinterfragen und überprüfen deshalb Berichte über Klima, Corona, Flüchtlinge, befassen uns unter anderem mit Clickbait, Schleichwerbung, der Boulevardpresse. Und schauen genau hin, wenn es zum Beispiel um mögliche Interessenkonflikte geht, etwa eine zu große Nähe zwischen Medien und der Wirtschaft oder der Politik. Als neulich über Journalisten diskutiert wurde, die nebenbei für Ministerien arbeiten, haben wir versucht, diese Debatte mit gründlicher Recherche zu versachlichen, ganz ausgeruht. Während andere es möglichst laut skandalisierten.

„Übermedien“ ist kein Branchendienst, kein Fachportal, kein Blog, sondern ein Magazin, ein Internet-Magazin, ein Internet-Medienmagazin. Wie andere über Politik, Sport, oder Wirtschaft berichten, widmen wir uns eben Medien. Weil wir damals, im Gründungsjahr 2016, dem pauschalen „Lügenpresse“-Geschrei differenzierte und unabhängige Medienkritik entgegensetzen wollten: unab-

hängig von politischen Positionen, aber auch von Verlagen, Sendern, anderen Geldgebern. Auch Werbung gibt es bei uns nicht. Von Anfang an finanziert sich „Übermedien“ durch seine Übonnent*innen, derzeit sind es rund 8.000.

Medien tun sich in der Regel schwer damit, Kolleg*innen zu kritisieren. Weil sie befangen sind oder finden, es sei eine Art „Nestbeschmutzung“. Was eigenartig ist. Journalist*innen sollen die Politik kontrollieren – wer aber kontrolliert die Journalist*innen, wenn nicht: andere Journalist*innen? Wir machen uns deshalb frei von falschen Rücksichtnahmen. Und im Grunde ist es die Leidenschaft für guten Journalismus, der Menschen klüger macht, die uns fortwährend antreibt. Und andererseits der Ärger darüber, wenn Medien mal wieder Unsinn verbreiten oder Grenzen überschreiten.

„Übermedien“ wirkt mitunter schon als Korrektiv im Vorwege. Einfach, weil wir da sind und Journalist*innen meist wenig Lust haben, bei uns aufzutauchen. „Everyone loves it until they are on it“, lautet der Slogan des australischen TV-Medienmagazins „Media Watch“. Und dass professionelle Medienkritik notwendig ist, daran hat sich seit Gründung von „Übermedien“ nichts geändert, im Gegenteil: Sie wird immer wichtiger.

Boris Rosenkranz hat „Übermedien“ zusammen mit Stefan Niggemeier gegründet. 2017 wurde das Internet-Medienmagazin mit dem Bert-Donnepp-Preis für Medienpublizistik ausgezeichnet und war 2018 für den Grimme Online Award nominiert.

Foto: Übermedien



VON ALLEM ZU VIEL?

Christian Bartels

Christian Bartels, Mitglied der GOA-Jury, schreibt vor allem für die Online-Medienkolumne Altpapier (mdr.de/altpapier), die sich seit dem Jahr 2000 um Überblick über die Medien-Entwicklung bemüht.

Foto: Achim Steffenhagen

Das Internet ist jung im Vergleich zu allen anderen Medien-Infrastrukturen und hat trotzdem viele Wandlungen hinter sich. Nicht nur, dass der zeitweise mächtig vorherrschende Glaube, das Netz befördere automatisch Demokratie, Wissen und alles andere Schöne, zurückgewichen bis ins Gegenteil umgeschlagen ist. Zum Beispiel der Hyperlink. Die Möglichkeit, alles per Link in den eigenen Text reinzuholen und interessierten Leser*innen zu ermöglichen, ungefiltert die Original-Quelle zu lesen, hören oder sehen, ist für die meisten Nachrichtenportale längst wieder obsolet. Sie verlinken nur noch eigene Seiten, weil das zur Suchmaschinenoptimierung beitragen und in der Konkurrenz aller mit allen um dieselbe Aufmerksamkeit helfen soll.

Die dem Instagram-Gründer Kevin Systrom zugeschriebene Äußerung, dass Menschen sich lieber Fotos anschauen als Text, hat sich dadurch relativiert, dass Apps statt unbewegter längst bewegte Bilder bevorzugen, weil Menschen sich die noch lieber anschauen (und weil es die Verweildauer erhöht). Der ebenfalls zutreffende Gedanke, dass Menschen noch lieber hören (oder der, dass man das auch beim Autofahren und Kochen tun kann, da also noch Mediennutzungszeit zu holen ist), setzte die Podcast-Welle in Gang. Insofern gilt das „Riepl'sche Gesetz“ von 1913, demzufolge kein Medium vollkommen verschwindet, weiter. Im Internet fließt alles einfach zusammen. Längst nerven auch in Portalen text-basierter Presseverlage bewegte Werbefilme. Auf immer kleineren Geräten, mit denen alle im Prinzip alles sowohl konsu-

mieren als auch produzieren können, gehen Zusammenwachsen und Fragmentarisierung Hand in Hand. Am besten funktionieren in den 2020ern Plattformen, die alles aufnehmen und nach geschäftsgeheimen Regeln in jeweils individuelle Reihenfolgen gießen. Seien es private Katzen- oder Essensfotos oder -filme. Seien es Texte, die am nächsten Tag auch in gedruckten Zeitungen erscheinen. Seien es Sätze von Fernseh-Talkshow-Gästen, die immer öfter vor allem gesagt werden, um online geteilt zu werden – gern werden sie dann übrigens wieder in Nachrichtenportalen gebündelt, die „Trends“ beobachten und ihre Artikel mit spektakulären Talkshow-Aussagen anreichern können, ohne dass jemand zeitraubend ganze Sendungen ansehen muss.

All das heißt auch: Weite Teile der in der Summe immer noch größeren Medien-Produktion bekommen knapp über null Aufmerksamkeit, weil die Plattformen am besten triggern und daher alle deren Regeln oder dem, was davon bekannt ist, folgen.

Diese laufenden Entwicklungen groß zu bewerten, muss nicht sein, schon weil sich alles dynamisch weiter verändert. Das hat Nachteile, wie sich in der Netzpolitik zeigt, deren schwerfällig zustande kommende Gesetze den Entwicklungen immer noch weiter hinterherhinken. Es hat Vorteile, etwa dass Innovatives sich weitgehend ohne gesetzliche Einschränkungen entwickeln kann. Als sogar größten Facebook-Fans schwante, dass der Konzern sich mit Instagram und WhatsApp genug Macht und Reichweite sowie ständig weiterwachsendes Datenmaterial zusam-

mengekauft hatte, um seine Vormachtstellung auf Jahre zu zementieren, hätte sich kaum jemand eine noch intuitivere und bewegtere Bilder-App aus Asien ausmalen können, die global noch schneller wachsen und die Vormacht so aushebeln würde. Ob es sonst noch Vorteile hat, dass viele Daten außer in die USA auch noch zu TikTok nach China fließen, steht auf einem anderen Blatt. Im Internet stoßen – aus werblichen Gründen veröffentlichten Zahlen zufolge – stündlich 30.000 Stunden neu auf YouTube raufgeladene Videos und 60.000 täglich auf Spotify neu veröffentlichte Songs auf fast alles, was die Menschheit jemals kulturell erzeugt hat. Dass andererseits Filterblasen (von denen manche sagen, es gebe sie doch gar nicht) oder Algorithmen, die jeder und jedem das „relevanteste“ versprechen, Übersichtlichkeits-Eindruck erzeugen, ist, falls nicht selbst ein Problem, dann auch kein Teil einer Lösung. Das ist verdammt unübersichtlich.

An Medienkritik mangelt es in der deutschen Medienlandschaft nicht. Natürlich bemühen sich viele um vergleichenden Überblick. Und tun das naturgemäß im Rahmen der eigenen Medienform, der jeweils genutzten Geräte und der aufwendbaren Medienzeit. Fernsehen versucht den Umstieg von linearen in nonlineare Abrufangebote hinzukriegen (und eine gewisse Wiedererkennbarkeit zu erhalten). Zeitungen, von denen es in Deutschland noch immer viele unterschiedliche gibt, orientieren sich an Portalen anderer Zeitungen (und versuchen online vor allem, nichts auszulassen, was bei dieser Konkurrenz gut zu klicken scheint).

Darunter leiden leider insbesondere hybride Formen, die alle Möglichkeiten des Netzes spezifisch nutzen. Der arg altmodische Begriff „Multimedial“ wird kaum mehr benutzt. Die Grenzen zwischen Medienformen sind ja nicht erst in diesem Jahrzehnt verschwommen. Und da kommt der Grimme Online Award ins Spiel.

Aberhunderte Vorschläge kommen von Anbietern wie Nutzern aller Online-Formen. In Nominierungskommission und Jury treffen oft sehr unterschiedliche Blickwinkel aufeinander und bemühen sich seit je um Gewichtung. Nicht zu viele Videos, nicht zu viele Podcasts. „Nicht zu viel Scrollytelling“ heißt es eher nicht mehr, sondern: noch etwas davon. Gerade diese Form zeigt, wie sich das Beste kombinieren lässt: schöne oder aussagekräftige Fotos (bei denen Unbewegtheit mehr hermacht), Audio (das ohne gefühlten Zwang zu vermeintlich attraktiver Bebilderung oft mehr überzeugt) und Video mit schriftlichem Text (zu dessen Vorzügen zählt, dass man ihn im eigenen Tempo lesen kann) – und die vergessene Selbstverständlichkeit, dass alle Quellen vollständig zur Verfügung stehen. Solche Formen, die sich kaum in knappe, gefällig bewegtbebilderte Teaser gießen lassen, drohen im Plattform-dominierten Internet der 2020er unterzugehen. Dabei fasziniert das Internet auch, weil es viel mehr Möglichkeiten bietet als die jeweils populärsten Plattformen und Apps für sich nutzen. Das zu zeigen, gelingt dem Grimme Online Award ziemlich oft.

STATEMENT DER JURY

Zwei Jahrzehnte Grimme Online Award haben gezeigt, dass es sich mit Innovationen der Online-Publizistik wie an der Börse mit Hausse und Baisse verhält. In einigen Jahren zeigen Nominierungen und Preisträger, was der aktuell vorherrschende Trend beim Erproben neuer Webtechnologien ist. In anderen Jahren reihen sich diese Technologien eher unaufgeregt als Standard in den Kanon digitaler Darstellungsformen ein. 2023 ist ein solches „Standard-Jahr“ – und damit Vorbote für kommende „Innovations-Jahre“.

Und weil sich demzufolge die Angebote nicht gegenseitig im Wettlauf um die Interaktionstechnologie überbieten mussten, konnte die Jury preiswürdige Nominierungen diskutieren, die sich darauf fokussierten, das aktuelle Weltgeschehen vielfältig im Netz abzubilden. Die Frage nach bezahlbarem Wohnraum, die Auswirkungen der Kolonialisierung, der russische Angriffskrieg in der Ukraine und seine Folgen und nicht zuletzt das global drängende Thema des Klimawandels: Viel von dem, was derzeit für die rasanten Veränderungen in einer multipolaren Welt steht, findet sich in vielen guten Beiträgen im Netz.

Diese Vielfalt und Informationstiefe spürte auch in diesem Jahr die Nominierungskommission, die aus den über 800 Einreichungen 28 bemerkenswerte Preis-Kandidaten herausarbeitete. Die Jury sagt hierfür herzlichen Dank: Ohne diese intensive Vorarbeit hätte sie nicht arbeiten können.

Mit Blick auf die diesjährigen Preisträger zeigt sich, dass oft eine intensive Recherche im Vordergrund stand – insbesondere in „Das

Ende vom ewigen Eis“ und „Schwangerschaftsabbruch in Deutschland“. Das eine ist ein Longread, der als sehr gelungener Beitrag des Wissenschaftsjournalismus die globalen Auswirkungen zunächst eher regionaler Klima-Ereignisse in hervorragender Weise aufbereitet. Das andere ist eine Umsetzung des 2022 mit einem Grimme Online Award ausgezeichneten Konzepts von CORRECTIV.Lokal, das Umfragen, Interviews, lokale Recherchen und Datenjournalismus zum Thema Schwangerschaftsabbruch kombiniert und sein relevantes Thema in einem „Deepdive“ zugänglich macht.

Das Autorinnenteam des Podcasts „Teurer Wohnen“ beginnt seine umfangreiche Recherche zunächst vor Ort, entblättert in sieben Folgen tatsächlich aber ein überregional relevantes Thema und zeigt, was für ein gesellschaftliches Spannungsfeld Wohnungswirtschaft, Politik und der Wunsch nach bezahlbarem Wohnraum letztlich erzeugen. Ein stringenter übergeordneter roter Faden webt die Erzählung der Wohn-Geschichte ausgesuchter Protagonist*innen mit ein und macht diesen Podcast so hörenswert.

Persönlicher ist das TikTok-Angebot „DeinBruderStève“: Kompakter kann die Vermittlung aktueller Themen und historischer Zusammenhänge mit Fokus auf den afrikanischen Kontinent nicht sein. Stève Hiobi verleiht diesen oft vernachlässigten Themen mehr Sichtbarkeit, trotz des kanalspezifischen Kurzformats. Dass das Konzept verfängt, zeigt der Zuspruch in Form von Follower*innen und Views. Es ist aus Sicht der Jury lobenswert,



Die Jury des Grimme Online Award 2023 (von links nach rechts): Michael Hauri (Hochschule Hannover), Petra Werner (TH Köln), Johanna Bernklau (Volontärin Passauer Neue Presse), Ulrike Trampus (Ludwigsburger Kreiszeitung), Kai Heddergott (selbstständiger Kommunikationsberater), Christian Bartels (freier Medienjournalist), Stephan Anpalagan (Demokratie in Arbeit)

Foto: Grimme-Institut / Jorczyk

dass hier ein Einzelkämpfer der nachwachsenden Zielgruppe, die klassische Nachrichtenangebote wenig nutzt, hilft, auf zeitgemäße Weise gegenwärtige Ereignisse einzuordnen. Den Blick zurück werfen die prämierten Angebote „Im Takt: Wege in den Geschlossenen Jugendwerkhof Torgau“, „Stolpersteine NRW“ und „TO BE SEEN. queer lives 1900–1950“. Digitale Erinnerungskultur hat seit jeher einen festen Platz beim Grimme Online Award, weil gelungene Angebote immer wieder zeigen, wie wichtig die interaktive Aufbereitung von historischen Zusammenhängen ist – auch für aktuelle Debatten.

„TO BE SEEN“ bereitet die Geschichte(n) queeren Lebens zwischen 1900 und 1950 als Scrollytelling auf und berichtet mit vielen Zeitdokumenten vom Versuch, in der bewegten deutschen Geschichte der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts und zuletzt in der alle Lebensbereiche durchdringenden Diktatur queeres Leben aufrechtzuerhalten. Das Thema ist angesichts der Tatsache, dass auch heute noch queere Menschen ihre Lebensweise gegen Anfeindungen behaupten müssen, höchst aktuell.

Die multimediale Dokumentation des Jugendwerkhofs Torgau ist aus Sicht der Jury bemerkenswert, da sie ein ostdeutsches Thema sichtbar macht, das in der oft gesamt- oder westdeutsch geprägten zeitgeschichtlichen Debatte sonst Gefahr liefe, unterzugehen. Mit „Stolpersteine NRW“ erschließt sich per Website und ergänzender (Augmented Reality-)App Geschichte für Nutzer*innen buchstäblich vor Ort und bringt durch den interak-

tiven Ansatz Vergangenes in die Gegenwart. Insbesondere die Bereitstellung von Materialien für den Unterricht hat der Jury gut gefallen – und sie würde es begrüßen, wenn über Nordrhein-Westfalen hinaus auch Stolpersteine in anderen Regionen über diesen digitalen Weg erschlossen und erlebbar gemacht werden könnten.

Dass das Internet auch ein Ort sein kann, der mit inklusiven Angeboten die Lebenssituation von Menschen mit Behinderungen verdeutlicht und zugleich gehörlosen Menschen auch auf Social Media einen Informationsort bietet, zeigt das Angebot von „Hand drauf“. Hier werden in gebärdensprachlichen Videos Themen aus der und für die Community behandelt und im Ergebnis eine Brücke zwischen Hörenden und Nichthörenden gebaut. Diese Integrationsleistung hält die Jury für preiswürdig.

Immer wieder erörterte die Jury bei der Diskussion der Nominierungen, ob der im Zuge der Twitter-Übernahme durch Elon Musk viel diskutierte dezentrale Ansatz der Microblogging-Lösung Mastodon wegweisend für den Versuch stehen könnte, der Abhängigkeit von den großen zentralen Social-Media-Plattformen zu entkommen, und ob Mastodon per Nachnominierung in den Kreis preiswürdiger Konzepte der Online-Publizistik aufgenommen werden sollte. Die Entscheidung wurde zwar gewissermaßen vertagt. Gleichwohl ist sich die Jury sicher, dass in den kommenden Jahren die Debatte um alternative Plattform-Konzepte intensiver werden wird, gerade im Umfeld öffentlich-rechtlicher Programm-anbieter.

DEINBRUDERSTÈVE

Preis verliehen für Idee und Umsetzung

Internetadresse:

www.tiktok.com/@brudersteve

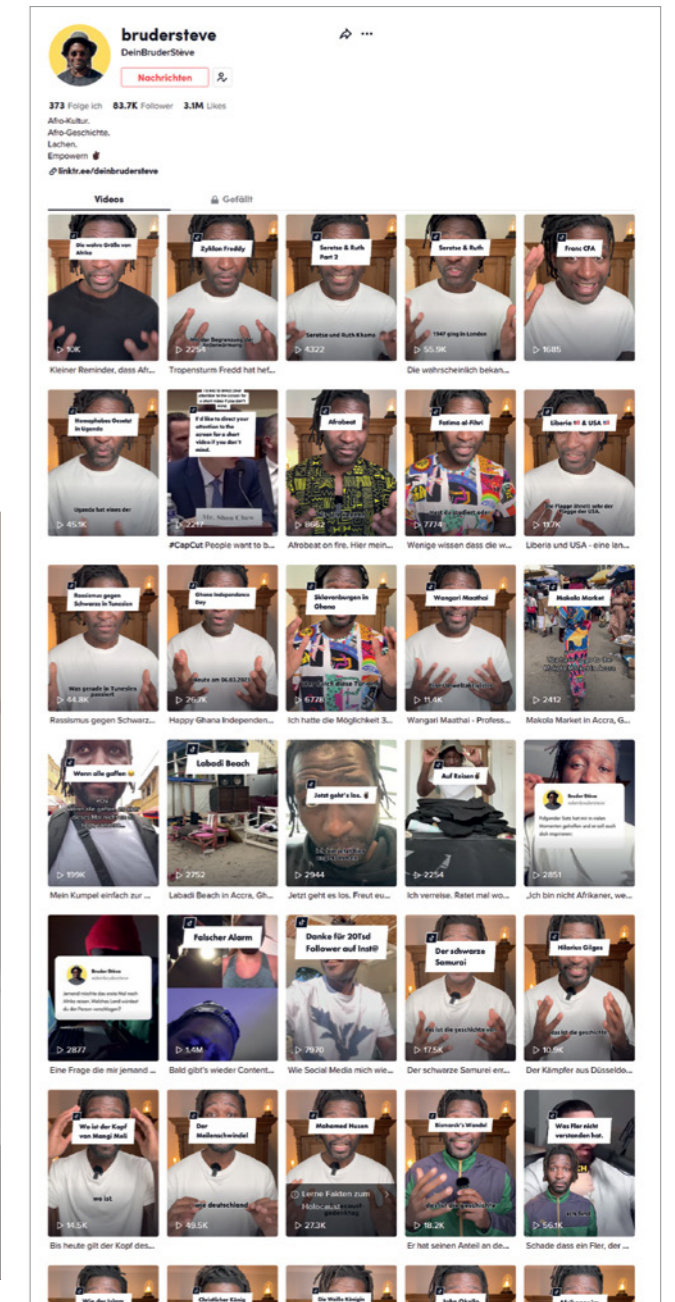
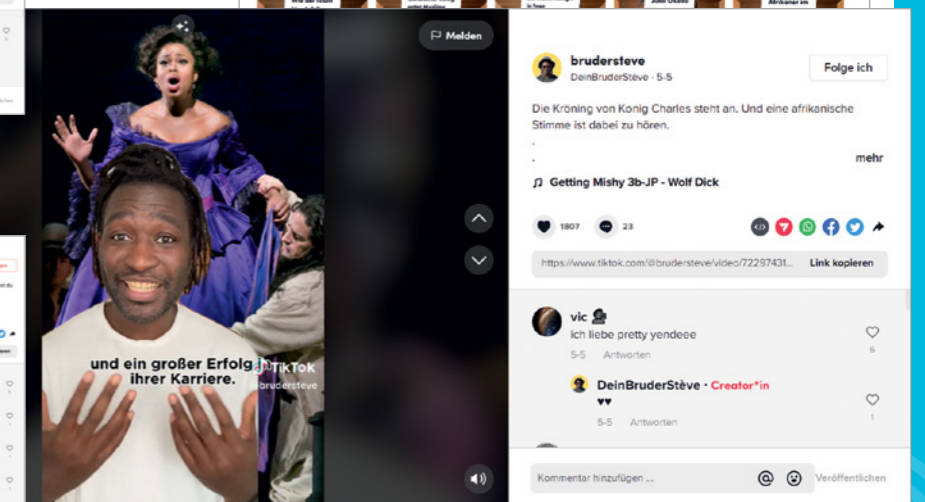
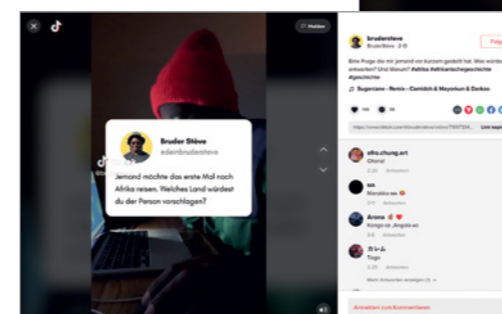
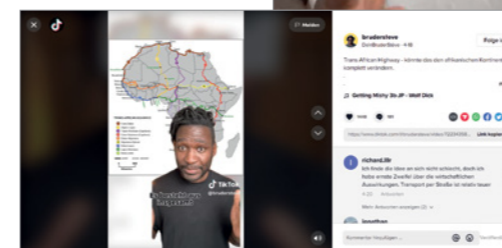
Verantwortliche Person:

Stève Hiobi (Idee, Umsetzung)

Begründung der Jury: Stève Hiobi bietet seinen Follower*innen auf TikTok das, was sie im Geschichtsunterricht oder den klassischen Medien selten derart ausführlich zu hören bekommen: Nachrichten und Hintergründe rund um den afrikanischen Kontinent. Stève Hiobis stark verdichteter Themenfokus hebt ihn im Vergleich zu anderen Anbieter*innen auf Social Media hervor. Seine unaufgeregte Erzählart und sein erkennbares Wissen verleihen ihm Glaubwürdigkeit in einem durchschauenden Medium voller schneller Schnitte. Fakten und Meinung präsentiert er verständlich, unterhaltsam und informierend. Bei alledem nimmt er sich Zeit für eine ausführliche historische Einordnung der Geschehnisse. Hiobi recherchiert und produziert seinen Content selbst und erbringt so eine herausra-

gende Einzelleistung, die mit dem Social-Media-Content größerer Teams durchaus vergleichbar ist. Der Kanal „DeinBruderStève“ thematisiert mehr als nur schlechte Nachrichten und eröffnet mit Videos zur Infrastruktur oder Kultur afrikanischer Länder seiner jungen Zielgruppe neue Anknüpfungspunkte zur Gegenwart und Geschichte des afrikanischen Kontinents. Gerade bei schwierigen Themen, wie beispielsweise dem Krieg im Sudan, liefert er eine Einordnung, mit der junge TikTok-Nutzer*innen etwas anfangen können. Obwohl die Plattform TikTok durchaus kritisch zu bewerten ist, treffen die Videos von Stève Hiobi genau dort auf eine junge Zielgruppe, die sonst nur sehr schwer mit nachrichtlichen Inhalten zu erreichen ist.

Beschreibung: Afrikanische Geschichte, Hintergründe und Empowerment, das Ganze mit einer Prise Humor: Das ist „DeinBruderStève“, der auf TikTok in kurzen Videos sein Wissen über afrikanische Kultur in Deutschland, Afrika und weltweit teilt, über die Länder Afrikas informiert, aber auch rassistische Erfahrungen thematisiert. Ernste Themen wechseln sich mit Comedy ab und Vernachlässigtes findet hier seinen Platz. In unter einer Minute schließt Stève Hiobi Wissenslücken – dynamisch, pointiert, aber niemals oberflächlich.



SCHWANGERSCHAFTS- ABBRUCH IN DEUTSCHLAND

Preis verliehen für Konzept, Redaktion und Umsetzung

Internetadresse:

correctiv.org/schwangerschaftsabbruch

Verantwortliche Personen:

- Mohamed Anwar (Umsetzung)
- Avi Bolotinsky (Redaktion)
- Friedrich Breitschuh (Umsetzung)
- Vera Deleja-Hotko (Redaktion)
- Max Donheiser (Umsetzung)
- Till Eckert (Redaktion)
- Emilia Garbsch (Redaktion)
- Antonia Groß (Redaktion)
- Katarina Huth (Redaktion)
- Hatice Kahraman (Redaktion)

Mitwirkende:

- Jamie Grenda (Kommunikation)
- Luise Lange-Letellier (Kommunikation)
- Charlotte Liedtke (Kommunikation)

Begründung der Jury: Rund 100.000 Schwangerschaftsabbrüche werden jährlich in Deutschland durchgeführt, 96 Prozent davon nach der sogenannten Pflichtberatung – und dennoch ist ein Schwangerschaftsabbruch mehr als 50 Jahre nach dem von Alice Schwarzer initiierten Stern-Titel „Wir haben abgetrieben!“ noch immer ein Tabu: Viele Betroffene müssen lange Wege in Kauf nehmen, bekommen nicht die Versorgung, die sie benötigen, müssen die Prozedur ohne Vertrau-

Anbieter:

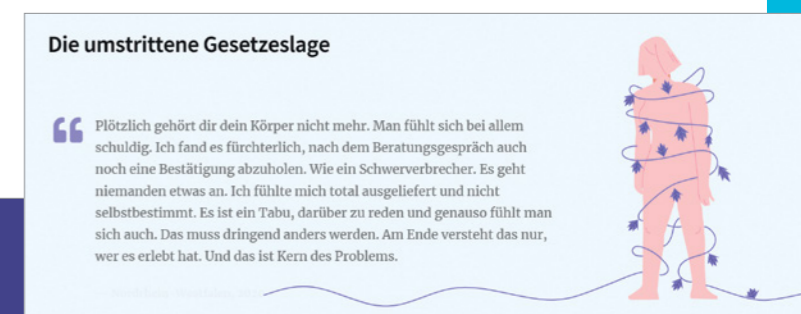
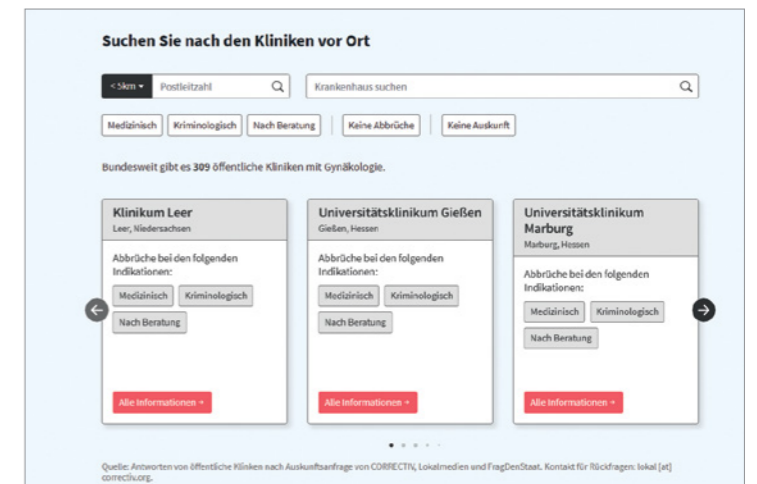
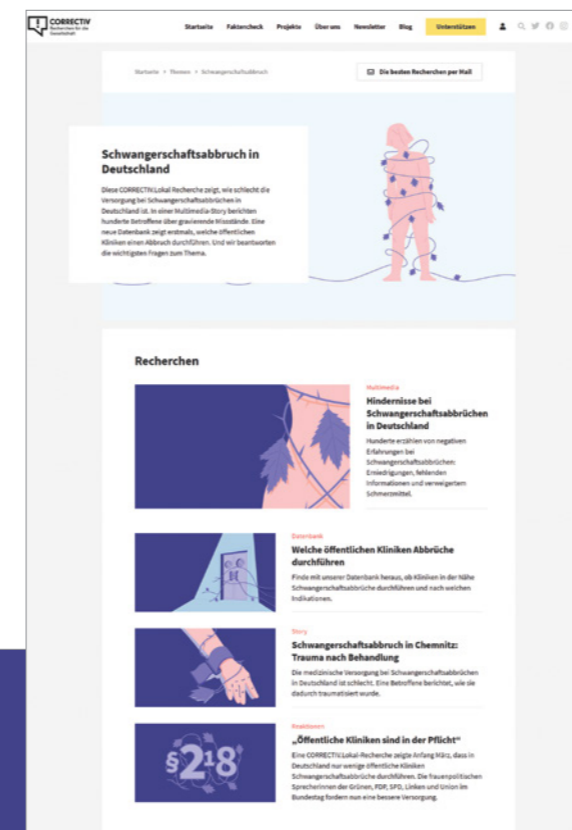
CORRECTIV.Lokal

- Miriam Lenz (Konzept, Redaktion)
- Mustafa Nada (Umsetzung)
- André Ricci (Redaktion)
- Belén Ríos Falcón (Umsetzung)
- Benjamin Schubert (Umsetzung)
- Arne Semsrott (Redaktion)
- Pia Siber (Redaktion)
- Sophia Stahl (Redaktion)
- Gesa Steeger (Redaktion)
- Stefan Wehrmeyer (Redaktion)
- Anne Ramstorf (Kommunikation)
- Jonathan Sachse (Leitung CORRECTIV.Lokal)
- Valentin Zick (Kommunikation)

ensperson überstehen und wissen danach nicht, mit wem sie ihre Erfahrungen teilen können. Die CORRECTIV.Lokal-Recherche „Schwangerschaftsabbruch in Deutschland“ deckt diese Missstände auf: Eine treffend illustrierte Multimedia-Story ist das Herzstück, sie wird ergänzt durch die minutiöse Rekonstruktion eines traumatisierenden Falls, der kein Einzelfall ist – und bietet als Service und hervorstechendes Alleinstellungsmerkmal eine Datenbank, die zeigt, welche öffentlichen Kli-

niken überhaupt Abbrüche durchführen. Spoiler: Nur rund 38 Prozent der Kliniken bieten Abbrüche nach der sogenannten Beratungsregel an. Beeindruckend ist besonders der journalistische Tiefgang, der in Kooperation mit „FragDenStaat“ und zahlreichen lokalen Medienhäusern die Daten von 1.500 Betroffenen aufbereitet und mit rund 20 intensiven Interviews anreichert. Mehr als 30 Beiträge sind bereits in den beteiligten Lokalmedien erschienen – das zeigt, dass das bereits im vergangenen Jahr mit dem Grimme Online Award ausgezeichnete Recherchenetzwerk-Konzept von CORRECTIV.Lokal aufgeht und mit diesem Angebot nunmehr konkrete Früchte trägt.

Beschreibung: Frauen, die einen Schwangerschaftsabbruch durchführen möchten, sind mit einer schlechten Informations- und Versorgungslage konfrontiert und werden stigmatisiert. Das zeigt die umfangreiche Recherche „Schwangerschaftsabbruch in Deutschland“ von CORRECTIV.Lokal in Kooperation mit „FragDenStaat“ und Lokalmedien. Sie deckt Missstände auf und lässt Betroffene selbst von traumatischen Erfahrungen berichten. Hilfreich ist zudem eine umfassende Datenbank, die darüber informiert, welche Kliniken Abbrüche vornehmen.



Verbotene Informationen

“ Es ist ganz furchtbar gewesen, nach dem positiven Test überhaupt an Informationen zu kommen. Es kamen nur christliche Adoptionsstellen und ich habe mich wie eine Mörderin gefühlt.”

— Heise, 2020

TEURER WOHNEN

Preis verliehen für Recherche und Umsetzung

Internetadresse:

detektor.fm/teurer-wohnen

Verantwortliche Personen:

Volker Bertelmann (Umsetzung)
 Rabea Schloz (Recherche)
 Benjamin Serdani (Umsetzung)
 Charlotte Thielmann (Recherche)

Anbieter:

detektor.fm, radioeins/rbb

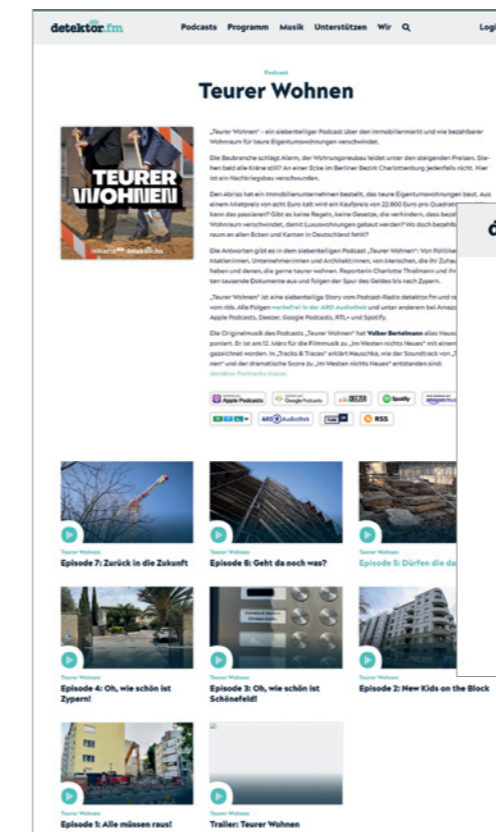
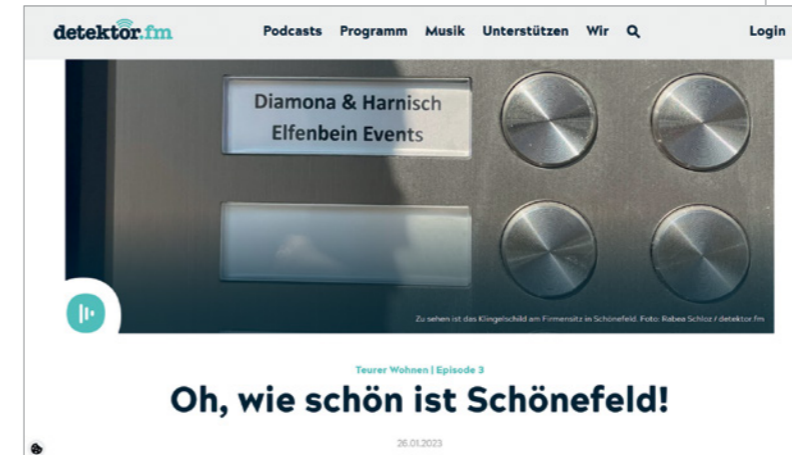
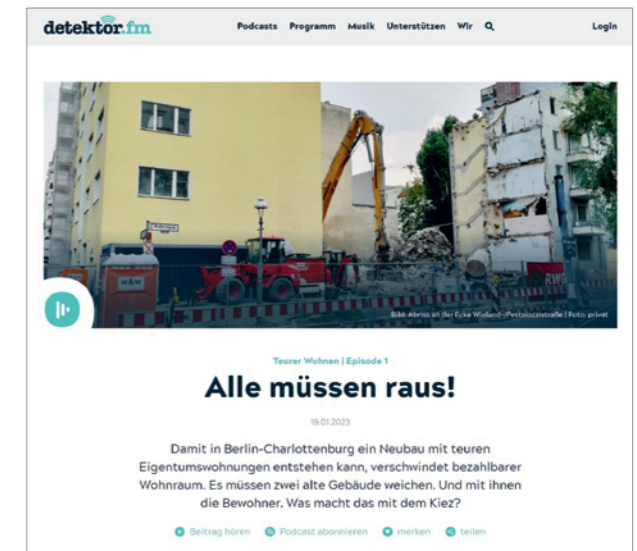
Mitwirkende:

Diane Arapovic (Redaktion)
 Christian Bollert (Executive Producer)
 Jens Jarisch (Executive Producer)
 Steen Lorenzen (Redaktion)
 Scarlett Nimz (Covergestaltung)
 Stephan Ziegert (Redaktion)

Begründung der Jury: „Diese Geschichte, die ich euch erzähle, die könnte eigentlich überall stattfinden“, sagt die Journalistin Charlotte Thielmann. Und genau das ist es, was den Podcast „Teurer Wohnen“ preiswürdig macht. In jeder größeren, aber mittlerweile auch kleineren Stadt in Deutschland gibt es sie, die Häuser, die seit vielen Jahren an Straßenecken oder in Häuserzeilen stehen, mehr oder weniger sanierungsbedürftig sind und dann plötzlich verschwinden. Und es gibt die Großbaustellen mit Hochglanzplakaten für Luxuswohnungen, einen überhitzten Immobilienmarkt und die Schwierigkeiten der Menschen in der Stadt, bezahlbaren Wohnraum zu finden. Das Autorinnenteam Charlotte Thielmann und Rabea Schloz fächert in der siebenteiligen Podcast-Serie an einem Beispiel aus Berlin-Charlottenburg auf, wie alle

das miteinander zusammenhängt. Immer tiefer tauchen die Journalistinnen in das Thema ein, ohne die Hörer*innen auf ihrer Reise durch Berlin und Brandenburg zu verlieren. Dabei schlüsseln sie Zusammenhänge auf, die komplizierter sind als erwartet und sich nicht mal eben nebenbei hören lassen. „Teurer Wohnen“ liefert ein spannendes Stück vordergründig lokalen Wirtschaftsjournalismus zu einem Thema, das tatsächlich ein überregionales, gesamtgesellschaftliches und hochpolitisches ist. Für den Podcast wurde eine herausragende Rechercheleistung erbracht, die Antworten auf eine der relevanten sozialen Fragen der Gegenwart sucht. Das gelungene Konzept wurde hier konsequent umgesetzt und bleibt auch durch die Musik von Hauschka besonders in Erinnerung.

Beschreibung: Ein Haus mit billigen Mietwohnungen wird abgerissen, teures Eigentum entsteht. Und die Mieter*innen? Die Podcast-Serie „Teurer Wohnen“ von detektor.fm und radioeins vom rbb erzählt in sieben Teilen eine investigative Recherche aus Berlin, die als Beispiel für den globalisierten Immobilienmarkt steht. Ausgehend von einem Neubauprojekt in Charlottenburg wird gezeigt, wie ein international aufgestelltes Immobilienunternehmen agiert, die Politik bezahlbaren Wohnraum nicht schützen kann und wie sich dadurch die Städte verändern.



Der Neubau
 Heiko soll raus aus der Wohnung, in der er seit einigen Jahren mit seinem Ehemann wohnt. Er und alle, die in den zwei Häusern an der Ecke Wieland/Pestalozzistraße wohnen. Der Projektentwickler Diamona & Harnisch will hier bauen, er hat sich gegen eine Sanierung entschieden und den Abriss bestellt. Bezahlbarer Wohnraum wird abgerissen. Zwei Häuser aus den 1950er Jahren müssen weichen, das Unternehmen will auf dem Grundstück einen Neubau mit teuren Eigentumswohnungen bauen. Bis zu 22.000 Euro den Quadratmeter sollen die dann kosten.
 Einer, der an dem Neubau-Projekt beteiligt ist, ist der Architekt Dominik Krohm. Er freut sich über die tolle Lage für das Objekt, das er entwerfen darf: mitten in Charlottenburg, nur ein paar Minuten vom berühmten Savignyplatz entfernt. Wie viel bleibt von diesem Kiez noch übrig, wenn überall Neubauten entstehen? Wenn die alten Bewohner*innen und Bewohner wegziehen müssen, weil sie sich die neuen Wohnungen nicht leisten können und bezahlbarer Wohnraum verschwindet?

Bezahlbarer Wohnraum?
 Dieter und Stevie wohnen noch in Charlottenburg. Regelmäßig treffen sie sich an der Diamona & Harnisch-Baustelle, um ihr Feierabendbier zu trinken. Sie sind sich sicher: Ihr Charlottenburger Kiez wird gerade umgekipelt; für die mit dickem Einkommen. Doch wie kann es sein, dass die Pläne umgesetzt werden dürfen – wo in der Stadt bezahlbarer Wohnraum fehlt?
 Wie groß die Wohnungsnot ist, das hat die neu veröffentlichte Pestel-Studie gezeigt: In Deutschland fehlen demnach 700 000 Wohnungen. In der ersten Folge geht Charlotte Thielmann durch den Charlottenburger Kiez. Sie trifft die Menschen, die ihr Zuhause verloren haben, damit der Projektentwickler bauen kann – und sie will wissen, was das aus dem Kiez macht.

„Teurer Wohnen“ ist eine siebenteilige Story vom Podcast-Radio detektor.fm und radioeins vom rbb – neue Folgen erscheinen immer donnerstags. Den Podcast gibt es unter anderem bei Amazon Music, Apple Podcasts, Deezer, Google Podcasts, RTL+ und Spotify. „Teurer Wohnen“ könnt ihr in der ARD-Auslotterie übrigens werbefrei hören.
 Alle Folgen zum Nachhören auch hier: detektor.fm/teurer-wohnen

DAS ENDE VOM EWIGEN EIS

Preis verliehen für Recherche und Umsetzung

Internetadresse:

www.tagesanzeiger.ch/thwaites-gletscher

Anbieter:

Das Magazin/Tamedia

Verantwortliche Personen:

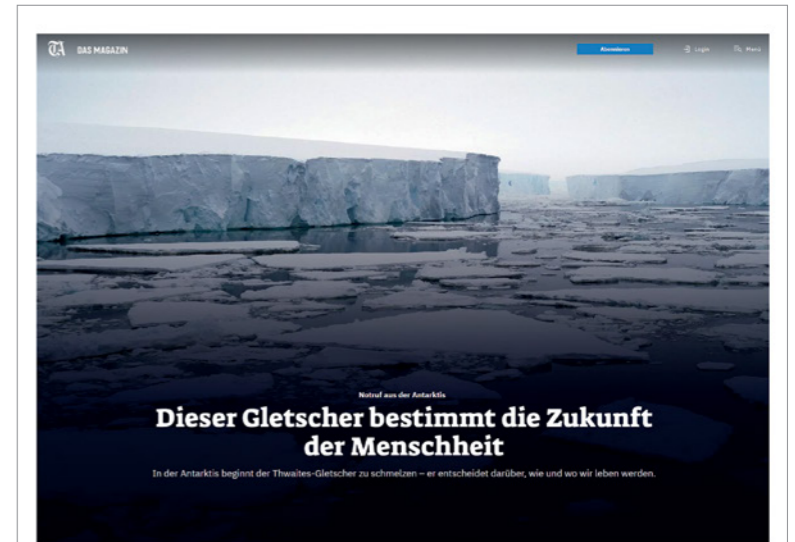
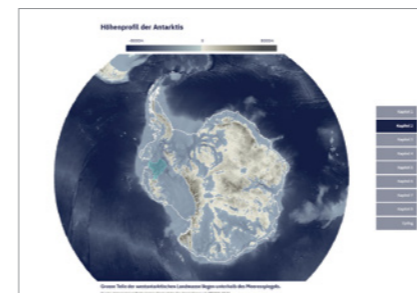
- Laura Bachmann (Umsetzung)
- Sebastian Broschinski (Umsetzung)
- Carmen Brunner (Umsetzung)
- Severin Bruttin (Umsetzung)
- Nicolas Fäs (Umsetzung)
- Mirja Gabathuler (Umsetzung)
- Christof Gertsch (Recherche, Umsetzung)

- Mikael Krogerus (Recherche, Umsetzung)
- Vivienne Kuster (Umsetzung)
- Maria Leutner (Umsetzung)
- Boris Müller (Umsetzung)
- Adrian Panholzer (Umsetzung)
- Sarah Sbalchiero (Umsetzung)

Begründung der Jury: Die Autoren von „Das Ende vom ewigen Eis“ haben es geschafft, ein hochkomplexes naturwissenschaftliches Phänomen in einer zugänglichen Geschichte zu erzählen, die auch Nicht-Wissenschaftler*innen verstehen. Damit bringen sie ein brisantes und sehr aktuelles Thema aus der Nerd-Ecke in die breite Öffentlichkeit und zeigen ohne erhobenen Zeigefinger die erschreckenden Auswirkungen der Klimaerwärmung anhand eines treffenden und medial bisher selten aufbereiteten Beispiels. Die Leser*innen können die intensive und tiefgehende Recherche mitverfolgen und tauchen gemeinsam mit den Autoren weiter in das Thema ein. Dabei treffen sie auf gut ausgewählte Wissenschaftler*innen und erfahren Schritt für Schritt beinahe körperlich die Bedrohung, die vom Abschmelzen des Thwaites-Gletschers ausgeht. Der

lesenswerte Inhalt und dessen kluger Aufbau tragen durch die fast schon provokative Länge des Textes, die lockere Sprache bietet eine kurzweilige Leseerfahrung und die richtige Wahl der Worte lässt die Rezipient*innen weiterlesen – immer auf der Suche nach mehr Information und stellenweise auch Unterhaltung. Und sollten noch Fragen offen sein, beantworten die Autoren diese in den Kommentaren. Nicht nur der Inhalt, sondern auch die schlichte visuelle Gestaltung des Longreads mit gezielt gesetzten Medienelementen überzeugt: Sie ist durch den gesamten Beitrag hindurch stimmig. Das Angebot ist ein herausragendes Beispiel dafür, wie mit wenigen Mitteln ein großer Effekt erzielt werden kann, dessen Ergebnis ein Stück fesselnder Wissenschaftsjournalismus ist.

Beschreibung: Viele tausend Kilometer entfernt von uns in der Antarktis entscheidet sich die Zukunft der Menschheit: Der Thwaites-Gletscher kollabiert. Die zu erwartenden Folgen sind verheerend: Der Meeresspiegel kann um 16 Meter ansteigen, ganze Landstriche versinken. Der Tagesanzeiger erklärt im Scrollytelling „Das Ende vom ewigen Eis“ in acht Kapiteln anschaulich die Bedeutung des Gletschers. Komplexe Sachverhalte werden mit Karten, Grafiken und Bildern verständlich gemacht. Ein dreiteiliger Podcast ergänzt das Angebot.



IM TAKT WEGE IN DEN GESCHLOSSENEN JUGENDWERKHOF TORGAU

Preis verliehen für Idee und Umsetzung

Internetadresse:

www.heimerziehung-ddr.de

Verantwortliche Personen:

Raphael Bergmann (Umsetzung)
Gabriele Beyler (Idee, Umsetzung)
Robert Cölln (Umsetzung)
Christian Gaubert (Umsetzung)
Jens-Uwe Grau (Umsetzung)
Emil Kupfer (Umsetzung)
Alexander Lahl (Umsetzung)
Laura Ludwig (Umsetzung)
Viktoria Machulskaya (Umsetzung)
Max Mönch (Umsetzung)
Mike Plitt (Idee, Umsetzung)
Manuela Rummel (Umsetzung)
Hannes Schulze (Umsetzung)
Falk Schuster (Umsetzung)

Begründung der Jury: Der Name allein war eine sprichwörtliche Drohung: „Wenn du dich nicht benimmst, kommst du nach Torgau.“ Was es aber damit auf sich hatte, ist noch kein gesamtdeutsches Wissen: Der dortige Geschlossene Jugendwerkhof war Teil des Unrechtssystems in der DDR, das sich durch die staatliche Einweisung von Kindern und Jugendlichen in Jugendwerkhöfe bereits an den Kleinsten verging, wenn diese sich nicht systemkonform verhielten oder auch nur auffällig benahmten. Facettenreich, schonungslos und gleichzeitig einfühlsam führt „Im Takt“ durch die Geschichte der Heimerziehung in der DDR und mündet in dem besonders brutalen Geschlossenen Jugendwerkhof Torgau. Den detaillierten Blick auf den Alltag im Heim, die fachlichen Defizite des „pädagogischen“ Per-

Anbieter:

Gedenkstätte Geschlossener Jugendwerkhof Torgau

Mitwirkende:

Yvonne Günther (Zeitzeugin)
Jana Mendes-Bogas (Zeitzeugin)
Alexander Müller (Zeitzeuge)

sonals und die Hinterlist der Heimleitung, die die Arglosigkeit der Kinder ausnutzte, sind einige der Themen des multimedialen Storytellings. Eindrücklich vermittelt die gute Aufbereitung die Heimtücke und die Bösartigkeit des Heimsystems in der ehemaligen DDR, ohne zu dramatisieren. „Im Takt: Wege in den Geschlossenen Jugendwerkhof Torgau“ ist eine sorgsam recherchierte, beklemmende Zeitreise, bei der ehemalige Heimkinder als Zeitzeug*innen von ihrem Martyrium erzählen. Original-Aufnahmen wechseln sich ab mit handschriftlichen Aufzeichnungen der Kinder. Ein beeindruckendes Angebot, das sowohl in journalistischer Hinsicht überzeugt, als auch alle Möglichkeiten der crossmedialen Erzählung eindrucksvoll unter Beweis stellt.

Beschreibung: „Torgau“ war eine Drohung in der DDR: Dort kamen die Jugendlichen hin, die sich in den Kinderheimen nicht auf die strenge sozialistische Spur bringen ließen. Das umfangreiche Scrollytelling „Im Takt: Wege in den Geschlossenen Jugendwerkhof Torgau“ der gleichnamigen Gedenkstätte erzählt dynamisch die Geschichte und erschreckende Praxis der DDR-Heimerziehung. Dabei kommen ausgiebig drei ehemalige Heimkinder zu Wort, die die User*innen an ihren persönlichen Eindrücken und Erfahrungen teilhaben lassen.



STOLPERSTEINE NRW

Preis verliehen für Konzept und Realisierung

Internetadresse:

stolpersteine.wdr.de

Anbieter:

WDR

Verantwortliche Personen:

- Marco Bellof (Realisierung)
- Michelle Blum (Konzept)
- Stefan Domke (Konzept, Realisierung)
- Sandra Fomferek (Konzept)
- Thomas Hallet (Konzept)
- Ulrich Hendrix (Realisierung)
- Luisa Höppner (Konzept)
- Tom Koop (Realisierung)
- Jule Küpper (Konzept)
- Ole Leifels (Realisierung)
- David Ohrndorf (Konzept)
- Elena Riedlinger (Konzept, Realisierung)
- Florian Schulz (Realisierung)
- Isabel Surges (Konzept)

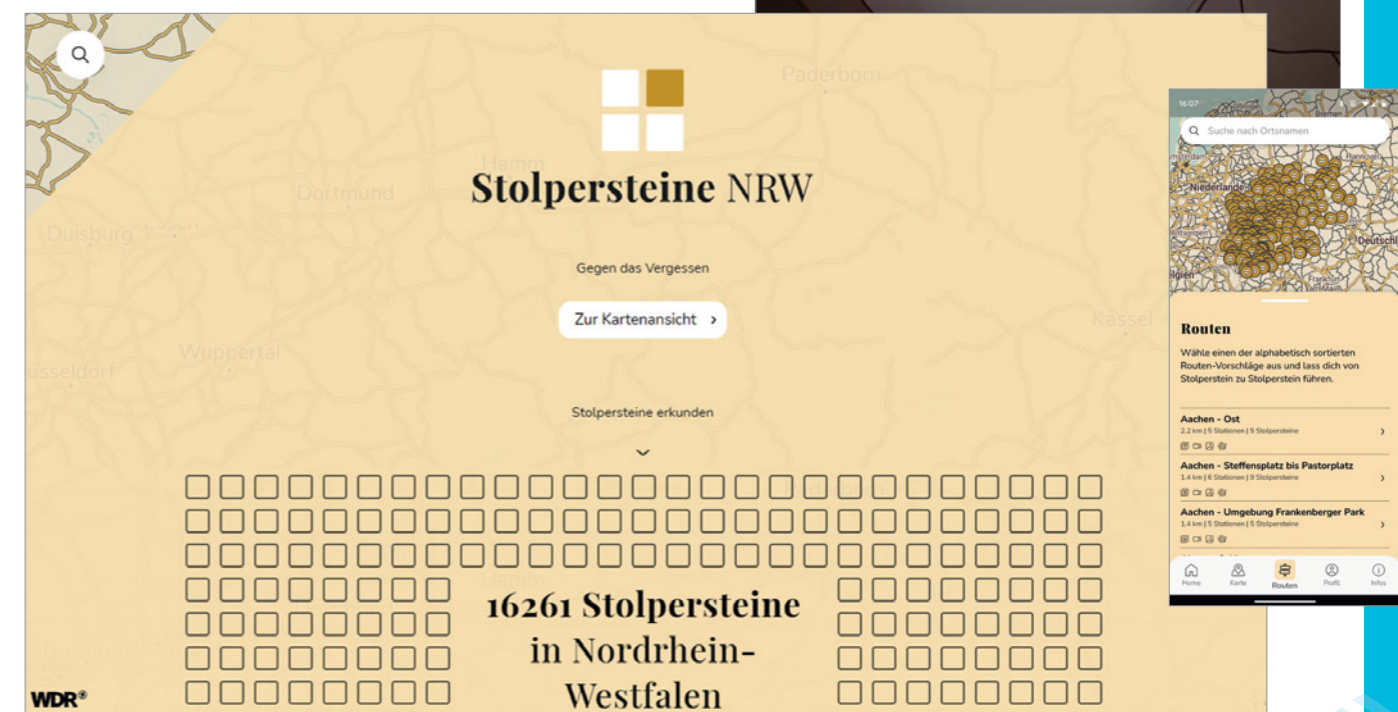
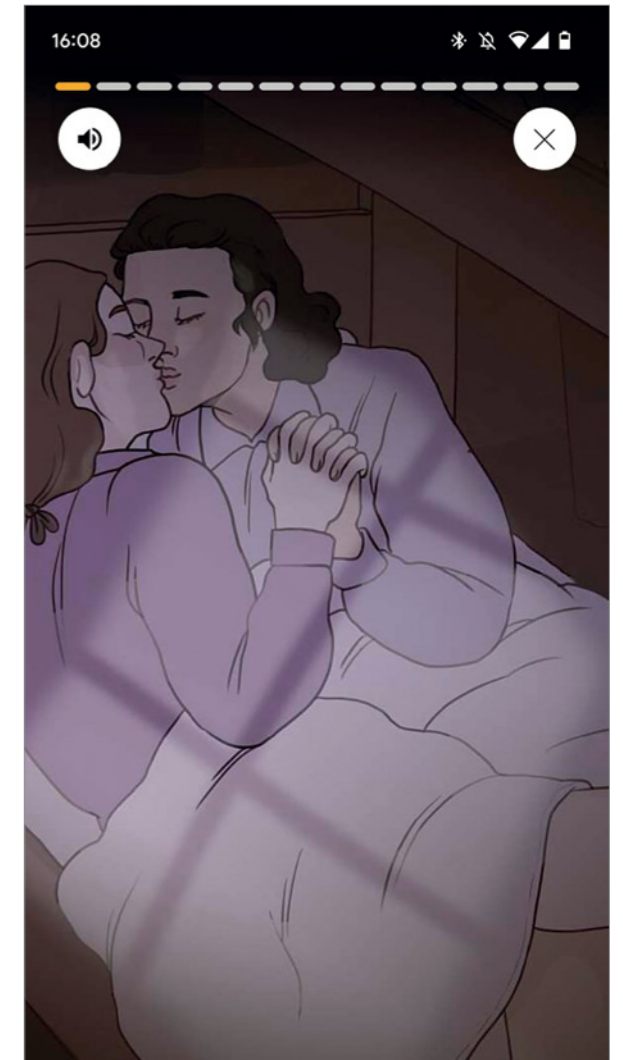
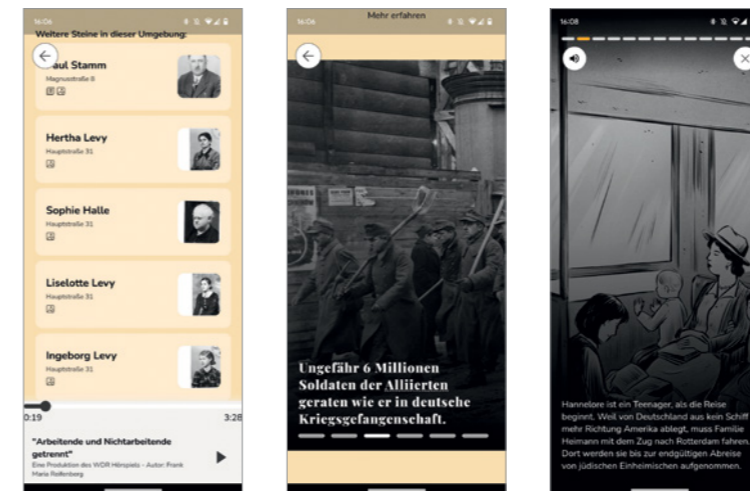
Mitwirkende:

- Michael Kaes (Redaktionelle Verantwortung)
- Stefan Moll (Redaktionelle Verantwortung)
- sowie weitere etwa 500 Personen, die an Recherche und Umsetzung beteiligt waren.

Begründung der Jury: Das Projekt „Stolpersteine NRW“ verzeichnet auf einer interaktiven Karte alle rund 16.000 Stolpersteine in Nordrhein-Westfalen und beleuchtet die Hintergründe zu den Steinen. Das Angebot macht die Lebensgeschichten der Opfer in verschiedenen Formaten verfügbar. Während automatisierte Foto-Text-Strecken die Biografien in den historischen Kontext einbetten, visualisieren Infografiken verstörende Fakten und Zahlen zum Holocaust. Trotz der sachlichen Tonlage vermögen die Beiträge zu berühren. Die Inhalte sind hervorragend recherchiert und geben einen umfassenden Einblick in das Leben und Schicksal der Deportierten. Die Navigation in jeweils komplementär wirkender App und Website ermöglicht eine unkomplizierte Nutzung, ob zu Hause am Laptop oder vor Ort auf

einer der vorgeschlagenen Routen mit dem Smartphone. Dabei hilft besonders die Möglichkeit, Stolpersteine nach Kriterien wie Geburtsjahr, Opfergruppe, Deportationsort oder Art der inhaltlichen Aufbereitung zu filtern. Lehrer*innen finden auf der Website gut aufbereitete Unterrichtsmaterialien – und Schüler*innen die Option, weitere Informationen einzupflegen. Das Projekt zeichnet sich insgesamt durch eine hohe gestalterische Qualität, gutes Storytelling und eine einwandfreie technische Umsetzung aus. Mit über 140 Graphic-Stories und über 80 Text- und Audiobeiträgen ist es ein herausragendes digitales Angebot, das einen wichtigen Beitrag zur Erinnerungskultur leistet und das Potenzial hat, auf andere Regionen ausgedehnt zu werden.

Beschreibung: Mit „Stolpersteinen“ erinnert der Künstler Gunter Demnig an Menschen, die während des Nationalsozialismus verfolgt wurden. In der App und auf der Website „Stolpersteine NRW“ des WDR sind sie erfasst. Die Lebensgeschichten vieler Opfer sind als Graphic-Stories, Text, Audio und in einer AR-Umgebung verfügbar, in der sich virtuelle Kerzen platzieren lassen. In Zusammenarbeit mit Initiativen vor Ort macht die Anwendung Geschichte vor der Haustür erlebbar und arbeitet gegen das Vergessen an. Ein Vorbild auch für andere Regionen.



HAND DRAUF

Preis verliehen für Redaktion und Präsentation

Internetadresse:

www.instagram.com/hand.drauf

Anbieter:

funk/WDR

Verantwortliche Personen:

- Teresa Bechtold (Redaktion)
- Pia Billecke (Redaktion)
- Maïke Elger (Redaktion)
- Nicolas Feißt (Redaktion)
- Lena Hering (Redaktion)
- Tobias Hölle (Präsentation)
- Nora Holtgreffe (Redaktion)
- Selina Kramer (Redaktion)
- Toma Kubiliute (Präsentation)
- Iris Meinhardt (Präsentation)
- Jennifer Metaschk (Redaktion)
- Björn Pfeiffer (Präsentation)
- Melissa Wessel (Redaktion)

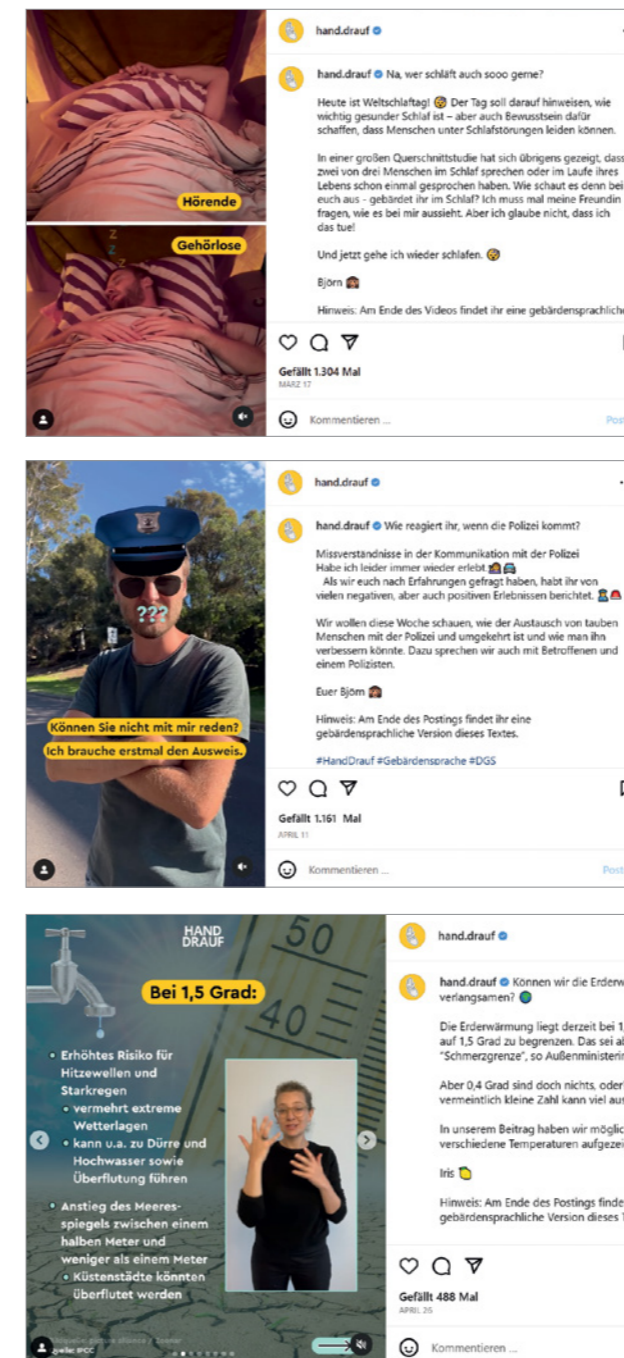
Mitwirkende:

- Laura Schulte (funk-Partnermanagement)

Begründung der Jury: In der Regel erschließen Videos in Gebärdensprache Gehörlosen klassische Medienangebote nur als Zusatzangebot und in nur wenigen Fällen via Social Media. Der Instagram-Kanal „Hand drauf“ legt den Fokus auf die zeitgemäße Darstellung von Themen für Gehörlose, auf die man als hörende Person mitunter nicht kommt. Die Beiträge aus der und für die Community befassen sich neben Alltagsthemen (ein verlorener Schlüsselbund oder eine überlaufende Badewanne werden von Gehörlosen zum Beispiel nicht bemerkt) auch mit strukturellen Problemen wie der Kommunikation mit der Polizei. Die informativen und unterhaltsamen Videos in Deutscher Gebärdensprache werden durch Untertitel ergänzt – so erschließt das auf seine Art muttersprachliche Angebot auch Hörenden die Welt der Gehörlosen und zeigt bei-

spielhaft, vor welche Herausforderungen Menschen mit Behinderungen oft gestellt werden. Das ist Inklusion: Anderen die Teilhabe an der eigenen Lebenswirklichkeit und dem eigenen Blick auf die Welt zu ermöglichen, um letztlich die Abgrenzung zu verkleinern. Im Zuge einer Gesetzgebung, die bereits heute von öffentlichen Einrichtungen – und bis 2025 auch von (Medien-)Unternehmen – die Barrierefreiheit in der Kommunikation verlangt, ist „Hand drauf“ Vorreiter für inklusive digitale Angebote: Das Redaktionsteam schafft durch die Themensetzung Verständnis für die Belange von Gehörlosen über einen reinen Gesetzestext hinaus. Und präsentiert schon jetzt auf der – dem ersten Anschein nach – nicht-inklusiven Plattform Instagram inkludierende Inhalte.

Beschreibung: In Deutschland leben etwa 83.000 gehörlose Menschen. Für viele von ihnen ist die Deutsche Gebärdensprache Muttersprache. In Medien ist Gebärdensprache aber höchstens ein Zusatzangebot. Nicht so beim Instagram-Kanal „Hand drauf“ von funk: Gehörlose Hosts bieten Information und Unterhaltung für die Deaf Community in Deutscher Gebärdensprache. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Themen, die Gehörlose betreffen, aber für alle interessant sind. Untertitel sorgen dafür, dass auch Hörende einbezogen werden – ganz inklusiv eben.



TO BE SEEN. QUEER LIVES 1900-1950

Preis verliehen für Konzept und Recherche

Internetadresse:

www.stories.nsdoku.de/tobeseen

Verantwortliche Personen:

Juliane Bischoff (Recherche)
Angela Hermann (Recherche)
Ilona Holzmeier (Konzept)
Sebastian Huber (Recherche)

Anbieter:

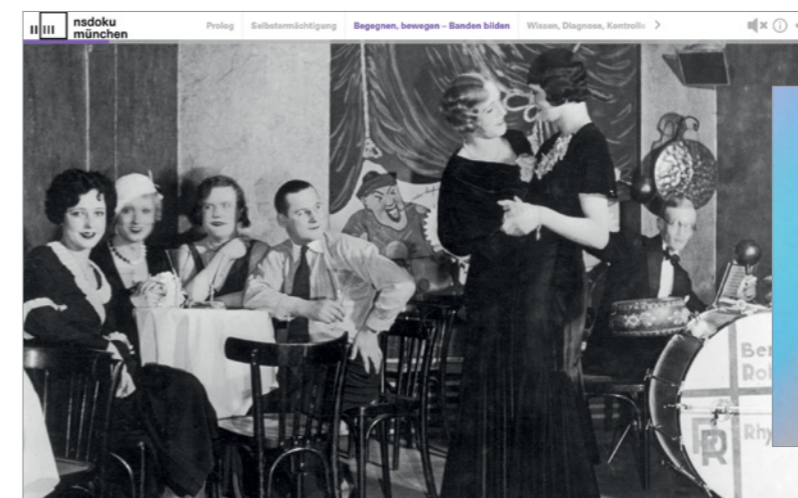
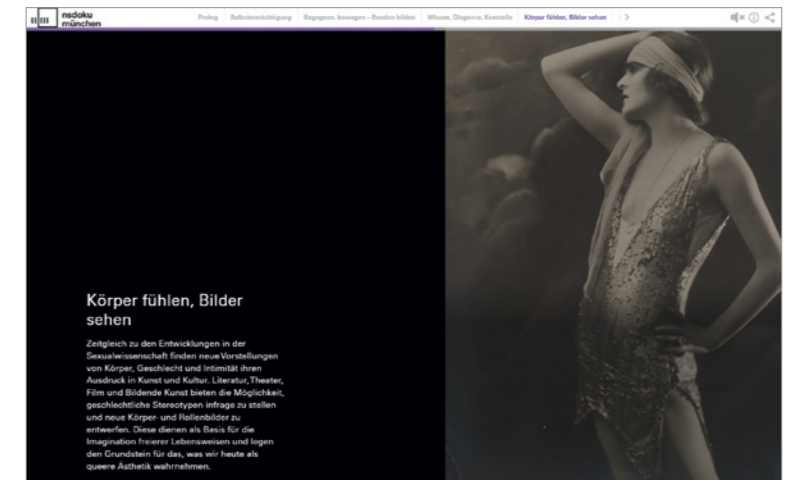
NS-Dokumentationszentrum München

Karolina Kühn (Konzept, Recherche)
Anna Straetmans (Recherche)
Ulla-Britta Vollhardt (Recherche)

Begründung der Jury: Ungeheuer alt sind die Begriffe LGBTQI* und „queer“ noch nicht. Doch was sie bezeichnen, ist beileibe nicht neu. Das zeigen zahlreiche Fotos, Filmausschnitte und Lieder auf der Ausstellungs-Seite „TO BE SEEN. queer lives 1900-1950“ des NS-Dokumentationszentrums München. Konzipiert als textbasiertes, chronologisches Scrollytelling, verfolgt die Online-Ausstellung vom Anfang des 20. Jahrhunderts an die Vielfalt von queeren Medien und Engagement, von avantgardistischen wie populären Kunstformen sowie Zensur, von Lebensentwürfen, Selbstermächtigung und Verfolgung durch die politischen Systeme in Deutschland. Sie spannt dabei den Bogen vom wilhelminischen Kaiserreich, mit dessen Gründung Homosexualität in einigen süddeutschen Ländern überhaupt erst strafbar wurde, über die Wei-

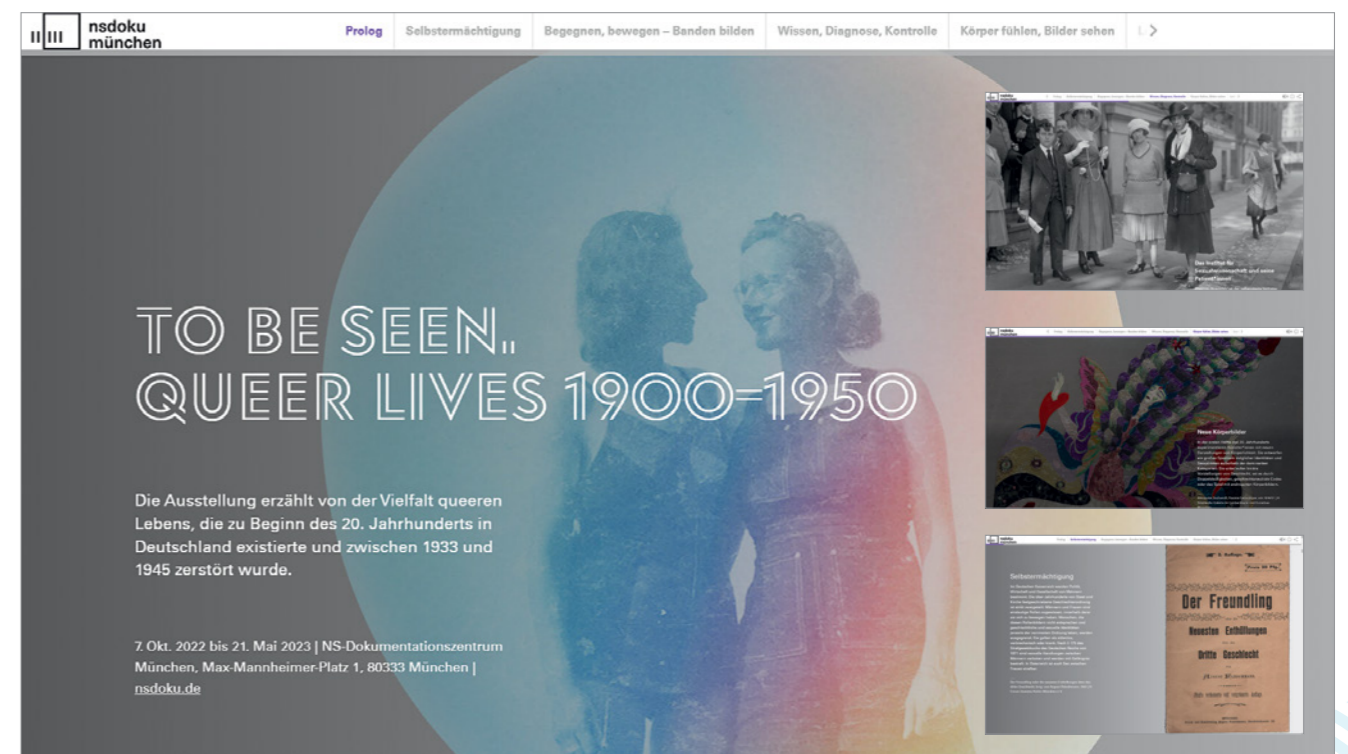
marer Republik in die nicht nur „goldenen“ 20er Jahre. Über die brutale Zerstörung der Subkulturen im Nationalsozialismus geht es bis in die frühe Bundesrepublik, in der sich keineswegs alles zum Besseren wandelte. Geschichten einzelner Persönlichkeiten ziehen die Nutzer*innen durch das Angebot. Die akribisch zusammengetragene Fülle von Material und Informationen beeindruckt und vermittelt Wissen auf sehr anschauliche Weise. Dabei scheut die schlicht gestaltete Seite keine Ambivalenz, sondern setzt auf eine kluge Auswahl an Medien und Mitteln, um gegenwärtigen Zeitgenoss*innen ein umfassendes Bild von den Modernen der Vergangenheit, von den Brüchen und Kontinuitätslinien zu geben, die die Vorgeschichte der laufenden Echtzeit bilden.

Beschreibung: Zu Beginn des 20. Jahrhunderts existierte in Deutschland eine erstaunliche Vielfalt queeren Lebens – die zwischen 1933 und 1945 zerstört wurde. In fünf Kapiteln erzählt die multimediale Ausstellungsdokumentation „TO BE SEEN. queer lives 1900-1950“ des NS-Dokumentationszentrums München aus diesen 50 Jahren. Neben fundierten Textabschnitten vermitteln Originaldokumente, zahlreiche Fotos sowie Film- und Musikausschnitte Hintergründe und die Stimmung der jeweiligen Zeit und schaffen so ein Archiv queerer Geschichte.



“ Das Geschlecht des Menschen ruht viel mehr in seiner Seele als in seinem Körper, oder, um mich einer medizinischen Ausdrucksweise zu bedienen, vielmehr im Gehirn als in den Genitalien.

Magnus Hirschfeld, Sexualwissenschaftler, 1907



STATEMENT DER NOMINIERUNGSKOMMISSION



Die Nominierungskommission zum Grimme Online Award 2023: Caro Keller (NSU-Watch), Marc Hippler (Sächsische Zeitung), Karin Boczek (Katholische Universität Eichstätt), Shahrzad Golab (Studentin), Refiye Ellek (Radio Bremen), Brigitte Baetz (freie Medienjournalistin), Michael Schwertel (Power-Toons)

Foto: Grimme-Institut / Jorczyk

Nachdem ein direktes Miteinander drei Jahre lang durch Corona verhindert worden war, hat das Grimme-Institut die diesjährige Nominierungskommission wieder in Präsenz empfangen können – erstmals in der Geschichte des Grimme Online Award im Grimme-Institut selbst. Es waren zwei intensive Tage voller konstruktiver und erkenntnisreicher Diskussionen. Aus einer Vielzahl qualitativ hochwertiger Einreichungen wurden 28 Nominierte ausgewählt. Dabei ergab sich erneut ein starker Schwerpunkt in den Kategorien Information sowie Wissen und Bildung, was den Krisen der Zeit und einem starken Bedürfnis nach Einordnung Rechnung trägt.

Die diesjährigen Einreichungen waren so vielfältig wie das gesellschaftliche Leben in Deutschland und unsere immer globalisierter werdende Welt. Das Netz zeigte sich dabei wieder einmal als Abbild der Wirklichkeit. Die Bandbreite der Themen reichte von den Protesten im Iran, dem Krieg gegen die Ukraine bis hin zum Klimawandel und seinen Auswirkungen, zum Beispiel der Hochwasserkatastrophe in Rheinland-Pfalz und NRW. Auch historische relevante Themen kamen nicht zu kurz, wie etwa Zeitzeugenberichte aus der Epoche des Nationalsozialismus oder die Aufarbeitung der Schicksale von Heimkindern in der DDR. Die Nominierungskommission freute sich über diese Themenbreite ebenso wie über die Vielfalt der Darstellungsformen: von der App über Scrollytellings, interaktive Angebote und Podcasts bis zu Social-Media-Formaten.

Besonders positiv hervorzuheben ist, dass in diesem Jahr viele gute und innovative Projekte von Museen und anderen Kulturinstitutionen eingereicht wurden – sicher auch ein Ergebnis neuer Förderprogramme, die während der Corona-Pandemie ins Leben gerufen worden waren. Auch diese Angebote haben es unter die Nominierungen für den Grimme Online Award geschafft. Sie können Inspiration dafür sein, wie Ausstellungen ihren Weg in den digitalen Raum finden und damit eine größere Öffentlichkeit erreichen können.

Zwar ist die Plattform TikTok aus Gründen des Datenschutzes und der Intransparenz der Gewichtung von Themen kritisch zu sehen, dessen ist sich die Nominierungskommission bewusst. Doch ist es erfreulich, dass Medienschaffende – und vor allem Einzelpersonen – TikTok dazu nutzen können, Informationen und Hintergrundwissen zu teilen. Dieses Jahr gab es mehr Formate als in den vergangenen Jahren, die sich plattformgerecht mit relevanten Themen auseinandersetzen und ebenso gekonnt wie authentisch für Wissensvermittlung insbesondere bei einer jungen Zielgruppe sorgen. Drei dieser Formate gehen in diesem Jahr als Nominierte in das Rennen um den Grimme Online Award.

Eine ähnliche Entwicklung bezüglich der Qualität lässt sich auch im Bereich Podcast beobachten. Das Medium war, wie in den vergangenen Jahren, stark unter den Einreichungen vertreten – wieder einmal inhaltlich wie auch in der Art der Produktion herausragend. Der Trend zu immer ausgefeilterem Storytelling über sechs bis acht Folgen setzt

sich fort. Mit relevanten und gut recherchierten Inhalten können sich aber auch weniger aufwändig produzierte Audio-Projekte durchsetzen, insbesondere, wenn sie ihr Thema kontinuierlich verfolgen. Die Nominierungskommission ist sich einig, dass Podcasts auch in den nächsten Jahren eine zentrale Rolle in der Online-Publizistik spielen werden. Beeindruckt war die Nominierungskommission auch in diesem Jahr von den Rechercheleistungen, die sich über alle Formate hinweg zeigen. Mit Hartnäckigkeit, konstruktiver Herangehensweise an Fragen und Lösungen sowie mühevoller Kleinarbeit erschließen die Macher*innen ihrem Publikum ihre Themen bis in die Tiefe, fördern teils erschreckende Ergebnisse zutage und übersetzen sie allgemeinverständlich.

Es ist erfreulich, dass fernab von Publikationen durch die Big Player der Branche vor allem auch gute, kreative und innovative Arbeiten von kleineren Medienunternehmen und unabhängigen Medienschaffenden sichtbar wurden. Ebenso wurden in diesem Jahr erneut inklusive Medienprojekte in den Wettbewerb eingereicht, bei denen Menschen mit Behinderung über Themen berichten, die sie besonders betreffen, und diese so allen zugänglich machen. Zwei davon hat die Nominierungskommission in die Auswahl für die Jury genommen. Und bei aller Ernsthaftigkeit in den ausgewählten Themen war die Nominierungskommission doch beglückt, über einige vorgeschlagene Angebote herzhaft lachen zu können. Reine Unterhaltung, insbesondere „auf hohem inhaltlichen und forma-

len Niveau“, wie es das Statut fordert, ist selten im Wettbewerb. Die Vielzahl dieser Angebote stellte eine erfreuliche Neuerung in den Vorschlägen dar – ein Angebot hat es in die Nominiertenliste geschafft.

Dennoch sind es die ernstesten Themen, die den Wettbewerb auch in diesem Jahr geprägt haben. Im Schatten des Krieges in der Ukraine ist es bedauerlich, dass es nur wenige Einreichungen gab, die ukrainische Stimmen und ihre Perspektiven dem Publikum in Deutschland näher bringen. Die Nominierungskommission appelliert daher an die Medienschaffenden und Medienhäuser, innerhalb der Kriegsberichterstattung differenzierte Blickrichtungen und konstruktive Ansätze zum Leben der Geflüchteten in Deutschland zu behandeln. Im Gesamtbild der Einreichungen würde sich die Nominierungskommission schärfere Analysen und konstruktive Kritik und Lösungsansätze in der Behandlung von Themen wünschen. Daher die Aufforderung für nächstes Jahr, sich mit genau diesen Angeboten vermehrt zu bewerben.

INFORMATION

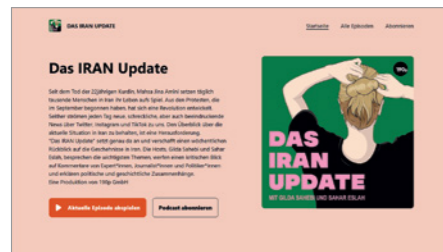


Das Geschäft mit ukrainischen Flüchtlingen

Geflüchtete aus der Ukraine werden – teilweise systematisch – in Schwarzarbeit nach Deutschland vermittelt. Das deckt die Recherche „Das Geschäft mit ukrainischen Flüchtlingen“ von Business Insider auf. Die zwei umfangreichen Abschnitte des Multimedia-Features zeigen am Beispiel des Jobvermittlers Alexander und der jungen Ukrainerin Anastasiia das ausbeuterische Geschäftsmodell auf. Dokumente, Social-Media-Auszüge, Chat-Nachrichten, Illustrationen sowie als Audio integrierte O-Töne belegen die Recherche.

Internetadresse: reportage.businessinsider.de

Anbieter: Business Insider Deutschland **Autorinnen:** Ekaterina Bodyagina, Joana Lehner **Fotoredaktion, Grafik:** Lisa Kempke **Videoschnitt:** Pascal Ertl **Schlussredaktion:** Lars Petersen, Uta Weisse



Das Iran Update

Seit dem Tod der 22-jährigen Kurdin Jina Mahsa Amini protestieren die Menschen im Iran und setzen dabei ihr Leben aufs Spiel. Den Überblick über die aktuellen Ereignisse zu behalten, fällt schwer. Mit dem Podcast „Das Iran Update“ von 190p ordnen Gilda Sahebi und Sahar Eslah seit November 2022 wöchentlich und auch im Gespräch mit Gästen die politischen Geschehnisse im Iran und die internationalen Reaktionen ein und erklären politische, geschichtliche und kulturelle Hintergründe.

Internetadresse: 190p.de/das-iran-update

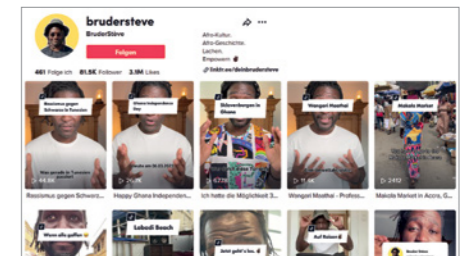
Anbieter: 190p GmbH **Autorinnen, Hosts:** Sahar Eslah, Gilda Sahebi **Regie:** Sahar Eslah **Schnitt, Redaktion:** Franziska Schill **Executive Producer:** Sahar Eslah, Oliver Meske

DeinBruderStève

Afrikanische Geschichte, Hintergründe und Empowerment, das Ganze mit einer Prise Humor: Das ist „DeinBruderStève“, der auf TikTok in kurzen Videos sein Wissen über afrikanische Kultur in Deutschland, Afrika und weltweit teilt, über die Länder Afrikas informiert, aber auch rassistische Erfahrungen thematisiert. Ernste Themen wechseln sich mit Comedy ab und Vernachlässigtes findet hier seinen Platz. In unter einer Minute schließt Stève Hiobi Wissenslücken – dynamisch und pointiert, aber niemals oberflächlich.

Internetadresse: www.tiktok.com/@brudersteve

Gesamtverantwortung: Stève Hiobi



Die Flut – Warum musste Johanna sterben?

Die Jahrhundertflut 2021 im Ahrtal hatte über 180 Todesopfer und Schäden in Milliardenhöhe zur Folge. Eines der Opfer ist die 22-jährige Johanna Orth. Der sechsteilige Podcast „Die Flut – Warum musste Johanna sterben?“ von SWR und WDR berichtet über ihre Todesumstände, ohne voyeuristisch zu sein. Anhand dieses Einzelschicksals und mit vielen Gesprächspartner*innen werden die komplexen Zusammenhänge auch mit Blick auf politische Verantwortung oder Konsequenzen der Katastrophe begreifbar gemacht.

Internetadresse: www.swr.de/flutpodcast

Anbieter: SWR, WDR **Head-Autor*innen:** Laura Krzikalla (SWR); Till Krause (WDR) **Host:** Marius Reichert (WDR) **Reporter*innen, Autor*innen:** Christina Nover, Constantin Pläcking (SWR); Kay Bandermann, Sabine Büttner (WDR) **Projektleitung:** Cynthia Walther (SWR); Ralf Becker, Christian Beisenherz (WDR) **Schnitt:** Sarah Fitzek, Michael Franke, Christina Gabriel (WDR) **Musik:** Volker Bertelmann **Sounddesign:** Angela Traud (WDR)

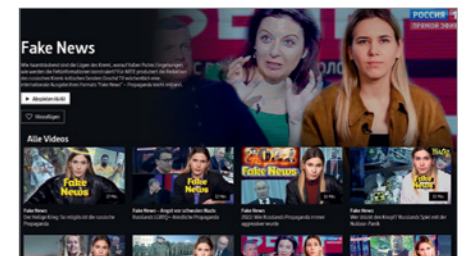


Fake News – Russische Propaganda für Anfänger

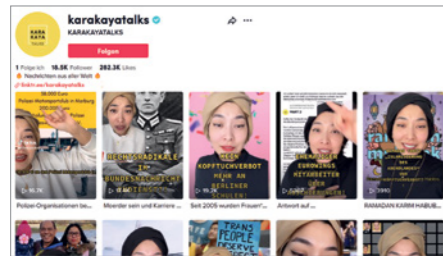
Das russische Staatsfernsehen steuert mit gezielten Fehlinformationen die öffentliche Meinung über den Angriff auf die Ukraine. Doch wie genau wird hier gelogen? Das Team von „TV Rain“ um Moderatorin Masha Borzunova entschlüsselt dies mit „Fake News – Russische Propaganda für Anfänger“ in der ARTE-Mediathek und auf YouTube auch für ein deutsches Publikum. In aufwändig produzierten kurzen Episoden mit Einspielern aus dem russischen TV werden die größten Lügen auf pointierte Weise entlarvt.

Internetadresse: arte.tv/fakenews

Anbieter: ZDF/ARTE, Kobalt Productions GmbH, TV Rain **Moderation:** Masha Borzunova (TV Rain) **Autorin:** Vladlena Savenkova (Kobalt Productions) **Redaktion:** Nahuel Stoppa (Kobalt Productions); Lena Goliasch, Dieter Schneider (ZDF) **Redaktionelle Mitarbeit:** Christian Böhke (Kobalt Productions) **Sounddesign, VFX, Schnitt:** Daria Merinova (TV Rain) **Produktion:** Tikhon Dzyadko (TV Rain); Tita von Hardenberg, Stefan Mathieu, Katrin Sandmann (Kobalt Productions)



KARAKAYA TALKS



Von der Brotkrise im Libanon über das Shisha-Verbot in Mali bis hin zum Elefanten als Klimaretter – Esra Karakaya behandelt auf ihrem TikTok-Kanal „KARAKAYA TALKS“ Themen, die in traditionellen Redaktionen eher übersehen werden. Das divers besetzte Team bereitet sie zielgruppen- und plattformgerecht mit Tiefe und Humor auf. Die kurzen Clips sind journalistisch hochwertig und gleichzeitig locker in der Darstellung und werden von einer umfangreichen Quellenübersicht begleitet.

Internetadresse: www.tiktok.com/@karakayatalks

Moderation, Produktion, Redaktion: Esra Karakaya **Head of Operations & Strategy:** Djenna Wehenpohl **Redaktionelle Mitarbeit:** Djamilia Prange de Oliveira, Sonja Smolenski **Social Media Redaktion:** Melis Eda Poyraz, Melis Ntente

Legion. Hacking Anonymous.



2022 erklärt das Hacker-Kollektiv „Anonymous“ Wladimir Putin den Cyberkrieg – und ist anfangs durchaus erfolgreich. Der sechsteilige, sorgfältig inszenierte Podcast „Legion. Hacking Anonymous.“ von rbb, NDR und Undone fragt: Wer steckt dahinter? Bei ihrer Recherche reisen die Macher*innen durch Europa, treffen Hacker*innen, blicken in die Geschichte von Anonymous, prüfen, ob vielleicht Geheimdienste für die Cyberangriffe verantwortlich sind – und erzählen so nicht die Geschichte von Nerds, sondern von Aktivist*innen.

Internetadresse: www.rbb-online.de/legion

Anbieter: rbb, NDR, Undone **Autor, Redaktionsleitung:** Patrick Stegemann (Undone) **Host, Script Editor:** Khesrau Behroz **Producer:** Serafin Dinges (Undone) **Reporter*innen:** André Dér-Hörmeyer, Sylke Gruhnwald, Vika Soloviova **Associate Producerin:** Luisa Joa (Undone) **Executive Producer*innen:** Jens Jarisch (rbb); Johanna Leuschen (NDR); Khesrau Behroz, Patrick Stegemann (Undone) **Projektleitung:** Romy Sickmüller (rbb) **Redaktion:** Romy Sickmüller (rbb); Katharina Mahrenholtz (NDR) **Fact Checking:** Team Recherche & Verifikation NDR **Technische Produktion, Sound Design:** Nikolaus Löwe, Jannik Werner **Originalmusik:** Tim Schwerdtler **Cover:** Max Guthert, Max Kuwertz

Memento Moria



Immer noch sterben an den Grenzen Europas täglich Menschen auf der Flucht. Wie kann das sein? Für die acht Teile des Doku-Podcasts „Memento Moria“ von Spotify Studios und ACB Stories recherchiert das Team am äußersten Rand Europas. Sie zeigen auf, was systematische Menschenrechtsverletzungen mit Rassismus zu tun haben, sie sprechen mit Menschen über ihre Fluchterfahrungen und über humanitäre Hilfe. So liefert der eindrückliche Podcast einen umfassenden Blick auf die Situation an den europäischen Grenzen.

Internetadresse: spotify.com/mementomoria

Anbieter: Spotify Studios, ACB Stories **Redaktion, Konzept:** Viola Funk, Franziska Grillmeier, Sham Jaff, Dinah Rothenberg **Moderation:** Sham Jaff **Dramaturgische Beratung:** Rob Rosenthal **Faktencheck:** Amina Aziz, Nerges Azizi, Julius Wußmann **Originalmusik:** Yousef Kekhia **Sounddesign,** **Musik:** Denis Hürter, Marc Übel **Ton, Schnitt:** Denis Hürter, Marc Übel, Isabel Woop **Schnittassistentz:** Milan Fey, Heinrich Matis **Redaktionelle Unterstützung:** Hannah El-Hitami, Tasnim Rödder, Lisa Tuttlies, Jan Philipp Wilhelm, Julius Wußmann **Executive Producer*innen:** Viola Funk, Daniel Nikolau, Dinah Rothenberg **Assistant Producerinnen:** Wiebke Achterwinter, Isabel Woop **Line Producer*innen:** Davide Bortot, Saruul Krause-Jentsch **Covergestaltung:** Jonathan Gehlen, Kaan Kanbur

Schwangerschaftsabbruch in Deutschland

Frauen, die einen Schwangerschaftsabbruch durchführen möchten, sind mit einer schlechten Informations- und Versorgungslage konfrontiert und werden stigmatisiert. Das zeigt die umfangreiche Recherche „Schwangerschaftsabbruch in Deutschland“ von CORRECTIV.Lokal in Kooperation mit „FragDenStaat“ und Lokalmedien. Sie deckt Missstände auf und lässt Betroffene selbst von traumatischen Erfahrungen berichten. Hilfreich ist zudem eine umfassende Datenbank, die darüber informiert, welche Kliniken Abbrüche vornehmen.



Internetadresse: correctiv.org/schwangerschaftsabbruch

Anbieter: CORRECTIV.Lokal **Leitung CORRECTIV.Lokal:** Jonathan Sachse **Projektleitung:** Miriam Lenz **Redaktion:** Emilia Garbsch, Antonia Groß, Hatice Kahraman, Miriam Lenz, André Ricci, Pia Siber, Sophia Stahl; Vera Deleja-Hotko, Arne Semsrott, Stefan Wehrmeyer (FragDenStaat) **Redaktionelle Mitarbeit:** Avi Bolotinsky, Till Eckert, Katarina Huth, Gesa Steeger **Datenbank, Datenanalyse:** Max Donheiser **Webdesign:** Belén Ríos Falcón **Mitarbeit Webdesign:** Friedrich Breitschuh, Benjamin Schubert **Illustration:** Mohamed Anwar **Animation:** Mustafa Nada **Leitung Kommunikation:** Valentin Zick **Kommunikation:** Jamie Grenda, Luise Lange-Letellier, Charlotte Liedtke, Anne Ramstorf, Valentin Zick

So bringen Biometrie-Geräte Afghanen in Gefahr

Beim überstürzten Abzug aus Afghanistan 2021 ließen die NATO-Truppen auch Biometrie-Geräte zurück, mit denen sie Millionen Menschen erfasst hatten. Die Recherche hinter dem interaktiven Angebot „So bringen Biometrie-Geräte Afghanen in Gefahr“ des BR belegt: Sie können den Taliban zur Identifizierung von Menschen dienen, an denen sie Rache üben wollen. Das Scrollytelling mit aufwendigen 3D-Visualisierungen zeigt die Funktionsweise der Scanner, macht Risiken erfahrbar und verfolgt die Spur bis in US-Biometriedatenbanken.



Internetadresse: interaktiv.br.de/biometrie-afghanistan

Anbieter: BR **Autor*innen:** Rebecca Ciesielski, Maximilian Zierer **Webdesign:** Sebastian Bayerl, Steffen Kühne **Redaktion:** Helga van Ooijen, Robert Schöffel

Teurer Wohnen

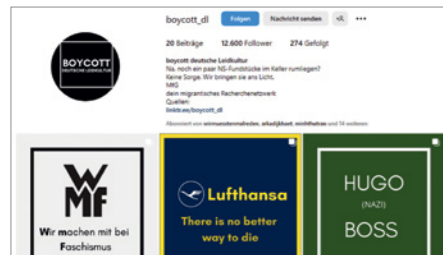
Ein Haus mit billigen Mietwohnungen wird abgerissen, teures Eigentum entsteht. Und die Mieter*innen? Der Podcast „Teurer Wohnen“ von detektor.fm und radioeins vom rbb erzählt in sieben Teilen eine investigative Recherche aus Berlin, die als Beispiel für den globalisierten Immobilienmarkt steht. Ausgehend von einem Neubauprojekt in Charlottenburg wird gezeigt, wie ein international aufgestelltes Immobilienunternehmen agiert, die Politik bezahlbaren Wohnraum nicht schützen kann und wie sich dadurch die Städte verändern.



Internetadresse: detektor.fm/teurer-wohnen

Anbieter: detektor.fm, radioeins/rbb **Story, Recherche:** Rabea Schloz, Charlotte Thielmann (detektor.fm) **Redaktion:** Diane Arapovic, Steen Lorenzen (radioeins/rbb); Stephan Ziegert (detektor.fm) **Technische Produktion, Sound Design:** Benjamin Serdani **Executive Producer:** Christian Bollert (detektor.fm); Jens Jarisch (rbb) **Covergestaltung:** Scarlett Nimz (rbb) **Originalmusik:** Volker Bertelmann

WISSEN & BILDUNG



Boycott deutsche Leidkultur

Schuhe, Kleidung oder Autos: Wie haben sich deutsche Traditionsunternehmen in der Zeit des Nationalsozialismus verhalten? Die Journalistin Sonja Smolenski recherchiert für ihr Instagram-Projekt „Boycott deutsche Leidkultur“ die Geschichte von Unternehmen, die von Nationalsozialismus und Kolonialismus profitiert haben. In teils sarkastischen, gut aufbereiteten und niedrigschwelligen Posts legt sie sowohl die Historie der Firmen dar, als auch den heutigen Umgang damit. Eine lange Linkliste von Quellenangaben begleitet das Angebot.

Internetadresse: www.instagram.com/boycott_dl

Gesamtverantwortung: Sonja Smolenski



Das Ende vom ewigen Eis

Viele tausend Kilometer entfernt von uns in der Antarktis entscheidet sich die Zukunft der Menschheit: Der Thwaites-Gletscher kollabiert. Die zu erwartenden Folgen sind verheerend: Der Meeresspiegel kann um 16 Meter ansteigen, ganze Landstriche versinken. Der Tagesanzeiger erklärt im Scrollytelling „Das Ende vom ewigen Eis“ in acht Kapiteln anschaulich die Bedeutung des Gletschers. Komplexe Sachverhalte werden mit Karten, Grafiken und Bildern verständlich gemacht. Ein dreiteiliger Podcast ergänzt das Angebot.

Internetadresse: www.tagesanzeiger.ch/thwaites-gletscher

Anbieter: Das Magazin/Tamedia **Autoren:** Christof Gertsch, Mikael Krogerus **Gestaltung:** Sebastian Broschinski **Bildredaktion:** Carmen Brunner, Maria Leutner, Boris Müller **Videos:** Nicolas Fäs, Adrian Panholzer **Video-Grafiken:** Sarah Sbalchiero **Schlussredaktion:** Severin Bruttin **Podcast:** Laura Bachmann, Mirja Gabathuler, Vivienne Kuster



Doktor Watson

Wie ein Korrespondent aus der Zukunft wirkt „Doktor Watson“ alias Cedric Engels manchmal in seinen YouTube-Videos, wenn es um Strom aus dem All oder KI-gestützte Schnittstellen im Hirn geht. Auf dem Wissenschaftskanal werden jeden Sonntag Videos veröffentlicht, die den 300.000 Abonnent*innen gut recherchierte Themen aus Physik, Umwelt, Philosophie, Nachhaltigkeit oder Technologie verständlich erklären. Dabei nutzt das Team aufwändige Animationen und liefert immer Quellen mit.

Internetadresse: www.youtube.com/DoktorWatson

Anbieter: TWENTYTWO Film GmbH **Idee, Moderation:** Cedric Engels **Redaktionsleitung:** Jonas Bradtke **Redaktion:** Dennis Eckmeier, Carolin Riethmüller, Lia Springer **Kamera:** Marian Knittler, Pascal Rausch **Leitung Postproduktion:** Marian Knittler **Schnitt:** Stefan Dämmig, Hannes Gabelmann, Maria Hartig, Ivan Kolesov, Pascal Rausch **Animationen:** Stefan Dämmig, Marian Knittler **Produktion:** Cedric Engels, Manuel Zilleken **Produktionsassistent:** Jakob Göb

Fritz Bauer: Im Kampf um des Menschen Rechte

Der Name des Staatsanwalts Fritz Bauer ist untrennbar verbunden mit der Aufklärung von Nazi-Verbrechen und der öffentlichen Auseinandersetzung mit dem Holocaust. Die interaktive Ausstellung „Fritz Bauer: Im Kampf um des Menschen Rechte“ der Buxus Stiftung präsentiert auf wissenschaftlicher Grundlage Fritz Bauers Leben und Arbeit. Eine Dokumentation des Widerstands bis in die Gegenwart und historischer Kontext ergänzen die Inhalte, die über eine Virtual-Reality-Ansicht wie über eine klassische Website zugänglich sind.

Internetadresse: wimbv.fritz-bauer-forum.de

Anbieter: FRITZ BAUER FORUM/BUXUS STIFTUNG **Idee:** Irmtrud Wojak **Wissenschaftliche Konzeption:** Tobias Fetzter, Jennifer Haas, Magdalena Köhler, Irmtrud Wojak **Texte, Recherchen:** Tobias Fetzter, Jennifer Haas, Magdalena Köhler, Stefan Schuster, Irmtrud Wojak **Plattform-Konzeption, UX-Design, Entwicklung:** Sheila Bierend, Erik Breit, Sandrine Breit, Mike Eisermann, Jonas Lörken, Dominik Speckenbach (pechschwarz GmbH) **Virtual-Reality-Konzeption:** Tobias Fetzter **Videointerviews:** Magdalena Köhler, Irmtrud Wojak **Kamera:** Jakob Gatzka **Lektorat:** Tobias Fetzter, Jennifer Haas, Magdalena Köhler



Im Takt: Wege in den Geschlossenen Jugendwerkhof Torgau

„Torgau“ war eine Drohung in der DDR: Dort kamen die Jugendlichen hin, die sich in den Kinderheimen nicht auf die strenge sozialistische Spur bringen ließen. Das umfangreiche Scrollytelling „Im Takt: Wege in den Geschlossenen Jugendwerkhof Torgau“ der gleichnamigen Gedenkstätte erzählt dynamisch die Geschichte und erschreckende Praxis der DDR-Heimerziehung. Dabei kommen ausgiebig drei ehemalige Heimkinder zu Wort, die die User*innen an ihren persönlichen Eindrücken und Erfahrungen teilhaben lassen.

Internetadresse: www.heimerziehung-ddr.de

Anbieter: Gedenkstätte Geschlossener Jugendwerkhof Torgau **Idee, Konzept:** Gabriele Beyler, Mike Plitt **Produktion:** Alexander Lahl, Max Mönch (mobyDOK); Mike Plitt **Autor, Regie:** Mike Plitt **Gestaltung, Programmierung:** Jens-Uwe Grau **Grafik, Animationen:** Falk Schuster **Kamera:** Robert Cöllén **Schnitt:** Emil Kupfer **Musik:** Hannes Schulze **Zeitzeug*innenrecherche, redaktionelle Mitarbeit:** Gabriele Beyler, Manuela Rummel **Archiv- und Bildrecherche:** Raphael Bergmann, Christian Gaubert, Laura Ludwig, Viktoria Machulskaya **Zeitzeug*innen:** Yvonne Günther, Jana Mendes-Bogas, Alexander Müller



Keeping Memories

Wie in einer Mind Map können User*innen auf der interaktiven Lernplattform „Keeping Memories“ Bezüge zwischen den Lebensgeschichten von Gefangenen des KZ Flossenbürg selbst entdecken. Sechs Personen stehen im Mittelpunkt der Videos, Audios, Texte und Dokumente, die über eine Verknüpfung von Schlagworten oder eine Zeitachse zugänglich sind. Die Plattform entstand in Zusammenarbeit mit Schüler*innen und Studierenden und kann so Erinnerungen von Zeitzeug*innen an eine junge Generation vermitteln.

Internetadresse: keepingmemories.gedenkstaette-flossenbuerg.de

Anbieter: KZ-Gedenkstätte Flossenbürg **Idee, Konzept:** Johannes Lauer, Julius Scharnetzky, Louis Volkmer **Projektleitung:** Julius Scharnetzky **Kuratoren:** Johannes Lauer, Julius Scharnetzky, Louis Volkmer **Kuratorische Mitarbeit:** Vera Kruse, Miriam Pütz, Marcus Schäfer, Annika Scharnagl, Pascal Simon **Grafik, Webentwicklung:** Werner Goldbach, Mario Kunze, Gabor Rein, Nadja Zenker (Zum Kuckuck) **Beratung didakt. Konzept:** Fiona Enzinger, Johannes Grapentin, Marcus Ventzke (Institut für digitales Lernen) **Social Media:** Eva Hasel **Teilnehmer*innen Digital Memorial Lab:** Felix Breitner, Jakob Engel, Fiona Enzinger, Margaretha Graml, Johannes Grapentin, Eva Hasel, Maria Hesi, Vera Kruse, Mario Kunze, Johannes Lauer, Ronja Militisch, Miriam Pütz, Lukas Reil, Marcus Schäfer, Annika Scharnagl, Julius Scharnetzky, Pascal Simon, Marcus Ventzke, Louis Volkmer, Luisa Winhöfer **Finanzielle Förderung:** dive in. Programm für digitale Interaktionen; Neustart Kultur; Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus



Schwarz Rot Blut



True-Crime – aber anders: Der Podcast „Schwarz Rot Blut“ von der WDR-Welle COSMO erzählt sensibel von rassistisch motivierten Verbrechen. Die Beispiele in den sieben Folgen haben gemein, dass die Ermittlungsbehörden Rassismus als Tatmotiv nicht erkannten. Manches Mal wurde erst Jahrzehnte später in diese Richtung ermittelt. Die Fälle reichen von den 1980er Jahren bis in die jüngere Vergangenheit. Zur Rekonstruktion studieren die Autor*innen Gerichtsakten und sprechen mit Angehörigen, Zeug*innen und Expert*innen.

Internetadresse: www.wdr.de/k/srb

Anbieter: COSMO/WDR **Idee, Konzept:** Dinah Rothenberg **Recherche, Manuskript:** Marianna Deinyan, Lena Kampf, Gilda Sahebi, Nele Posthausen, Andreas Spinrath **Redaktion:** Tobias Gnädig, Miriam Hochhard, Johannes Nichelmann, Leslie Rosin, Georgia Seifert **Regie:** Philippe Brühl **Regieassistenz:** Hajar Asyura, Katarina Schnell **Inhaltliche Beratung:** Heike Kleffner **Technische Realisation:** Peter Harrsch **Technische Unterstützung:** Timothy Field, Christian Hagmayer **Covergestaltung:** Rouven Bäumer, Philipp Pongratz **Sprecher*innen:** Philipp Anft, Claudia D'Avino, Miltiadis Oulios, Ioannis Skouras

Stolpersteine NRW

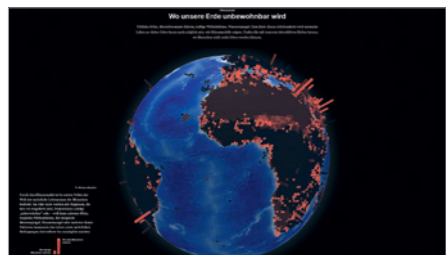


Mit „Stolpersteinen“ erinnert der Künstler Gunter Demnig an Menschen, die während des Nationalsozialismus verfolgt wurden. In der App und auf der Website „Stolpersteine NRW“ des WDR sind sie erfasst. Die Lebensgeschichten vieler Opfer sind als Graphic-Stories, Text, Audio und in einer AR-Umgebung verfügbar, in der sich virtuelle Kerzen platzieren lassen. In Zusammenarbeit mit Initiativen vor Ort macht die Anwendung Geschichte vor der Haustür erlebbar und arbeitet gegen das Vergessen an. Ein Vorbild auch für andere Regionen.

Internetadresse: stolpersteine.wdr.de

Anbieter: WDR **Projektleitung:** Stefan Domke, Elena Riedlinger **Redaktionelle Verantwortung:** Michael Kaes, Stefan Moll **Idee, Konzept:** Michelle Blum, Stefan Domke, Sandra Fomferek, Thomas Hallet, Luisa Höppner, Jule Küpper, David Ohrndorf, Elena Riedlinger, Isabel Surges **Gestaltung, Website-Entwicklung:** Tom Koop, Ole Leifels (Kubikfoto) **Datenbank-Programmierung, CMS-Entwicklung:** Ulrich Hendrix **App-Entwicklung:** Marco Bellof, Florian Schulz (VS-Apps)
Sowie weitere etwa 500 Personen, die an Recherche und Umsetzung beteiligt waren. Sie werden auf der Projektseite aufgeführt.

Wo unsere Erde unbewohnbar wird



Riesige Säulen leuchten rot über Indien: 1,2 Milliarden Menschen werden im Jahr 2100 dort von Hitze, Wasserknappheit und Überschwemmungen betroffen sein. Die interaktive Anwendung „Wo unsere Erde unbewohnbar wird“ der Funke Zentralredaktion Interaktiv zeigt mit einem Globus eindrucksvoll, wo man in 80 Jahren nicht mehr leben kann. Nutzer*innen können die Region und die einzelnen Folgen des Klimawandels auswählen und direkt sehen, wie viele Menschen betroffen sind. Texte und Quellenangaben begleiten das Tool.

Internetadresse: morgenpost.de/unbewohnbar

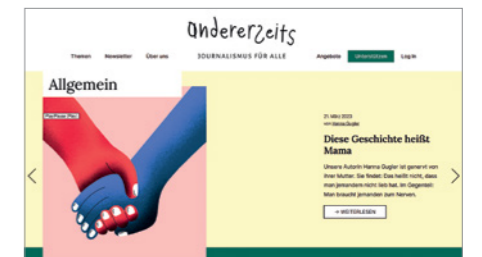
Anbieter: FUNKE Zentralredaktion Interaktiv **Projektleitung, Text:** André Pätzold **Recherche, Berechnungen:** Ida Flik **Visualisierung:** Benja Zehr

andererseits

Menschen mit Behinderungen sind im Journalismus stark unterrepräsentiert, als Medienschaffende wie als Rezipienten. Die Barrieren sind einfach zu hoch. Das Magazin „andererseits“ schafft Abhilfe: In einer inklusiven Redaktion arbeiten Menschen mit und ohne Behinderung zusammen und schreiben über das, was sie betrifft. Von der nervigen Mutter kommt die Autorin auf die Vier-Tage-Woche, der Autor vom Diskobesuch auf Inklusion im Nachtleben und in einem Recherchevideo kritisiert die Redaktion fundiert eine große Spendenaktion.

Internetadresse: www.andererseits.org

Anbieter: Medienhaus andererseits GmbH **Geschäftsführung:** Lukas Burnar, Clara Porák **Redaktionsleitung:** Lisa Kreutzer **Autor*innen:** Katharina Brunner, Fabian Füreder, Emilia Garbsch, Hanna Gugler, Luise Jäger, Katharina Kropshofer, Artin Madjidi, Nikolai Prodöhl, Sandra Schmidhofer **Illustrationen:** Clara Sinnitsch, Moritz Wildberger **Website:** Wolfram Huber

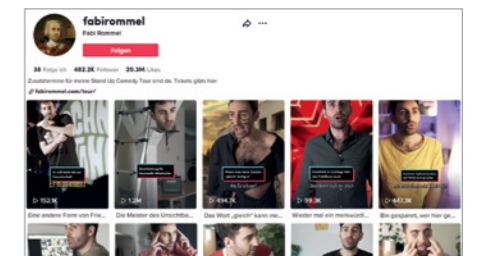


Fabi Rommel auf Tiktok

Als „Der Typ aus den Videos“ geht Comedian Fabi Rommel derzeit auf Tour – und diese Videos finden sich auf seinem TikTok-Kanal mit fast 500.000 Follower*innen. Tücken der Technik, Dorfleben, Zwischenmenschliches oder Fußball: Fabi Rommel verarbeitet seinen Alltag humoristisch in kurzen Sketchen, in denen er verschiedene Personen spielt. Dabei führt er seine Sujets in den perfekt geloopten Clips bis in die Absurdität: An der Küchenspüle ertrinken? Ein Angriff von Außerirdischen wegen eines Handylichts? Kann passieren!

Internetadresse: www.tiktok.com/@fabirommel

Gesamtverantwortung: Fabi Rommel

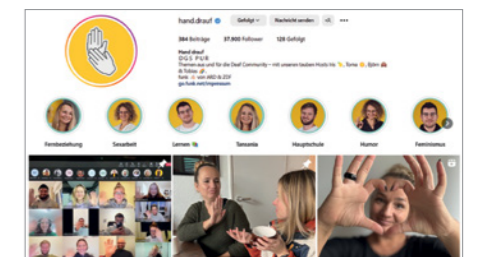


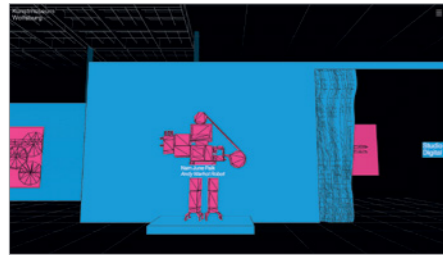
Hand drauf

In Deutschland leben etwa 83.000 gehörlose Menschen. Für viele von ihnen ist die Deutsche Gebärdensprache Muttersprache. In Medien ist Gebärdensprache aber höchstens ein Zusatzangebot. Nicht so beim Instagram-Kanal „Hand drauf“ von funk: Gehörlose Hosts bieten Information und Unterhaltung für die Deaf Community in Deutscher Gebärdensprache. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Themen, die Gehörlose betreffen, aber für alle interessant sind. Untertitel sorgen dafür, dass auch Hörende einbezogen werden – ganz inklusiv eben.

Internetadresse: www.instagram.com/hand.drauf

Anbieter: funk/WDR **Redaktion:** Teresa Bechtold, Pia Billecke **Redaktionelle Mitarbeit:** Selina Kramer, Jennifer Metaschk **Hosts:** Tobias Hölle, Toma Kubiliute, Iris Meinhardt, Björn Pfeiffer **Autor*innen:** Maike Elger, Nicolas Feißt, Lena Hering, Nora Holtgreffe, Melissa Wessel **Community Management:** Nicolas Feißt, Melissa Wessel **funk-Partnermanagement:** Laura Schulte



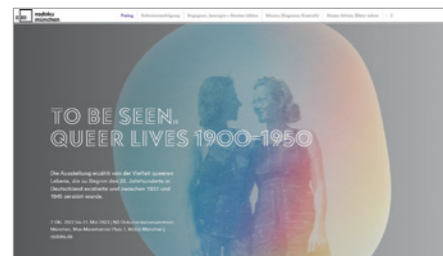


Studio Digital

Basierend auf Kunstwerken des Kunstmuseums Wolfsburg können Jugendliche auf der interaktiven Plattform „Studio Digital“ Rätsel lösen, selbst Kunst schaffen, Literatur recherchieren und Fakten – wie auch Fun Facts – zu Werken und Künstler*innen erfahren. Gemeinsam mit Schüler*innen für den Unterricht entwickelt, bietet das digitale Museum für alle Anwender*innen einen vergnüglichen und lehrreichen Einstieg in die moderne und zeitgenössische Kunst – und der Code kann auch von anderen Museen genutzt werden.

Internetadresse: studiodigital.kunstmuseum.de

Anbieter: Kunstmuseum Wolfsburg **Idee:** Sarah Groß, Ute Lefarth-Polland; Sara Dahme (Max-Born-Gymnasium Backnang) **Projektleitung:** Sarah Groß **Konzept:** Sarah Groß; Martin Härtlein (FuzzyFusion); Sara Dahme mit Schüler*innen (Max-Born-Gymnasium Backnang), **Grafik, technische Umsetzung:** Martin Härtlein (FuzzyFusion) **Redaktion:** Andreas Beitin, Otmar Böhmer, Holger Broeker, Katharina Derlin, Elena Engelbrechter, Sarah Groß, Ute Lefarth-Polland, Uta Ruhkamp, Anja Westermann **Podcast:** Sara Dahme mit Schüler*innen (Max-Born-Gymnasium Backnang); Michael Fiedler **Geschichten Erzähl-O-Mat:** Kai Bleifuß **Prototyping:** Dana Müller **Evaluation:** Beate Kegler, Claudia Roßkopf **Zoom Workshops:** Bernd Schulz, Elisabeth Stumpf **Diary-Dokumentation, Imagefilm:** Martin Härtlein (FuzzyFusion); Volkmar Sorg **Beratung:** Matthias Henkel, Dana Müller, Claudia Roßkopf **Rechtsberatung:** Paul Klimpel, Fabian Rack (iRights.Law) **Finanzielle Förderung:** dive in. Programm für digitale Interaktionen



TO BE SEEN. queer lives 1900-1950

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts existierte in Deutschland eine erstaunliche Vielfalt queerer Lebens – die zwischen 1933 und 1945 zerstört wurde. In fünf Kapiteln erzählt die multimediale Ausstellungsdokumentation „TO BE SEEN. queer lives 1900-1950“ des NS-Dokumentationszentrums München aus diesen 50 Jahren. Neben fundierten Textabschnitten vermitteln Originaldokumente, zahlreiche Fotos sowie Film- und Musikausschnitte Hintergründe und die Stimmung der jeweiligen Zeit und schaffen so ein Archiv queerer Geschichte.

Internetadresse: www.stories.nsdoku.de/tobeseen

Anbieter: NS-Dokumentationszentrum München **Konzept:** Karolina Kühn, Ilona Holzmeier **Texte, Recherchen:** Juliane Bischoff, Angela Hermann, Sebastian Huber, Karolina Kühn, Anna Straetmans, Ulla-Britta Vollhardt **Online Redaktion:** Ilona Holzmeier



Who the f*** is Alice?

Den einen gilt sie als Wegbereiterin des Feminismus, für andere ist sie wegen ihrer Haltung zu Transrechten oder zum Islam nicht mehr tragbar: Alice Schwarzer. Mit den Journalistinnen Susan Djahangard und Gabi Herpell treffen in dem sechsteiligen Podcast „Who the f*** is Alice?“ des Süddeutsche Zeitung Magazins zwei Generationen aufeinander. Ihre verschiedenen Perspektiven und diverse O-Töne ermöglichen einen kritischen und differenzierten Blick auf Alice Schwarzer und zeichnen die Geschichte des Feminismus nach.

Internetadresse: www.sueddeutsche.de/alice-schwarzer

Anbieter: Süddeutsche Zeitung Magazin **Moderation, Redaktion:** Susan Djahangard, Gabriela Herpell **Projektleitung, Konzept, Dramaturgie:** Patrick Bauer, Till Krause **Redaktionelle Mitarbeit:** Monika Rathmann **Produktion:** SZ-Audio **Sprecher:** Lars Langenau **Digitales Design:** Lea Sophie Fetkötter **Illustrationen:** Pauline Rochault **Projektleitung SZ:** Oliver Neumann **Digitalredaktion SZ-Magazin:** Annabel Dillig, Sara Peschke

SPEZIAL

Augen auf Beton

Überall in der Stadt sind sie, sie stören uns mit Lärm, Schmutz oder weil die Straße blockiert ist: Baustellen. Doch was passiert hinter dem Bauzaun? Wer arbeitet dort? Janine Baumeister holt mit ihrem Online- und Offlineprojekt „Augen auf Beton“ exemplarisch 16 Menschen von der Baustelle an den Bauzaun und ins Internet: Mit Fotos, Texten und einfühlsamen Videos macht sie die Bauleiterin mit Kopftuch unter dem Helm oder den Maurer aus Kamerun, der Angst hat, abgeschoben zu werden, sichtbar.

Internetadresse: www.augenaufbeton.berlin

Anbieter: LOBOCITOfilm GmbH **Idee, Initiative, Porträtfotografie:** Janine Baumeister **Texte:** Judith Nestroy-Schöll **Filmische Bildgestaltung:** Benjamin Kahlmeyer **Schnitt, Postproduktion:** Tim Foresta **Musik:** KitschKrieg, Trettmann feat. Alli Neumann **Grafik, Gestaltung:** Anke Schneider **Website:** Frank Thamm **Bildbearbeitung:** Moritz Christoph Ullrich



Joko & Klaas: Reichweite für Iran-Aktivistinnen

Seit die Proteste im Iran im September 2022 begannen, wird hierzulande über mangelnde Aufmerksamkeit diskutiert. Die Entertainer Klaas Heufer-Umlauf und Joko Winterscheidt verschenkten deshalb ihre Instagram-Accounts mit zusammen über zwei Millionen Follower*innen dauerhaft an die Aktivistinnen Azam Jangravi und Sarah Ramani. Diese posten seitdem regelmäßig Videos und Fotos aus dem Regime und informieren über die Zustände. Eine mögliche Vorbildaktion für andere Influencer, ihre Reichweite zu teilen.

Internetadresse: www.instagram.com/p/CkMBAbDgqOI

Aktion: Klaas Heufer-Umlauf, Joko Winterscheidt



LÄUFT



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

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

DIE PROGRAMMSCHAU VON

epd medien

Grimme Institut

Wie das Internet Kritik diverser machte

DIE DEMOKRATISIERUNG DER MEDIENKRITIK

Thomas Lückerath



Seit der Gründung des ÖRR lag die Kontrolle von Radio wie Fernsehen über Jahrzehnte in den Händen von wenigen Auserwählten. Einerseits in den installierten Kontrollgremien bei ARD und ZDF. Andererseits bei einem Journalismus, der sich mit Radio und Fernsehen ein mitunter überhebliches Sendungsbewusstsein teilte. Qualität oder Anstand waren elitär und reaktionär definiert.

Erst mit dem Internet kam eine Demokratisierung der Medienkritik. Es waren nicht länger nur wenige Verlage, die publizieren konnten. Jede*r konnte es – so auch ein paar TV-Fans, die ab 2001 unter www.dwdl.de das Internet mit Fernsehkritik beglückten, und das frei lesbar für alle. Damals war Branchenjournalismus über das Massenmedium TV fast immer gedruckt und nur im teuren Abo verfügbar. Elitär. Und dann startete eine kostenlose Website ohne Verlag dahinter – das galt 2001 als extrem ungewöhnlich.

Das hat sich glücklicherweise geändert, gleich geblieben ist bei uns aber 22 Jahre später die Information Equality: Alles ist kostenfrei lesbar, erreicht damit gleichermaßen Praktikant wie Geschäftsführerin. Debatten über Qualität und Verantwortung von Medien werden über die Grenzen kostspieliger Fachdienste hinweg demokratisiert, weil produzierende und konsumierende Seite aufeinandertreffen. Aus der Website für TV-Fans wurde längst ein Branchendienst, mit einem Unterschied: Die Branche ist bei uns nicht unter sich.

Durch eine neue Vielfalt von Medienkritik im Netz bekommen viele Medien einen ungleich größeren Spiegel vorgehalten. Dabei kann

Medienkritik viele Formen haben, etwa eine Bewertung von Handwerk, künstlerischem oder wirtschaftlichem Wert sein, ebenso wie die immer wichtigere Dimension von Verantwortung annehmen – und das im Journalismus ebenso wie in der populären Unterhaltung.

Entgegen aller Abgesänge jener, die Journalismus den Verlagen vorbehalten sehen, war Medienkritik nie stärker und spezialisierter als heute. „DWDL.de“ fokussiert sich auf diesem breiten Feld weitgehend auf das, was man einst Fernsehen nannte und heute sowohl linear als auch auf Abruf, also im Streaming, geboten wird.

Ob beim Versagen von WDR und SWR bei der Flut-Katastrophe von 2021 oder dem gerade erst überstandenen Irrweg von RTLZWEI bei der Verpflichtung eines untragbar gewordenen Schlagersängers: Immer wieder zeigte sich, wie effektiv es ist, wenn Medienkritik das Publikum einbindet, ob nun als Quelle oder Multiplikator.

Verfehlungen bleiben seltener unentdeckt. Eine große Chance, nicht ohne Risiko natürlich. Greift man journalistisch auf Meinungen zurück, muss man sich der Dynamiken von Social Media bewusst sein. Fünf Tweets zu Sendung Y machen kein Thema und drei schimpfende Internet-User*innen entsprechen nicht „dem Internet“. Und doch überwiegen bei verantwortungsbewusster Nutzung die Chancen, weil der Spiegel im Netz größer geworden ist und weitaus besser – sowie aus mehr Blickwinkeln – reflektiert, was früher so oft ohne Korrektiv und ohne Chance auf Gegenöffentlichkeit gesendet wurde.

Thomas Lückerath ist Gründer und Chefredakteur des Medienmagazins „DWDL.de“, das seit 2001 über die deutsche Medienbranche berichtet. Er war in der Vergangenheit schon mehrfach Mitglied der Jury des Grimme-Preises und wurde 2014 mit dem Bert-Donnepp-Preis für Medienpublizistik ausgezeichnet.

Foto: DWDL / Walter



Interview mit Iris Ockenfels,
Redaktionsleiterin beim Medienmagazin „Zapp“

MEHR MACHER*INNEN FÜR DEN MEDIENJOURNALISMUS

Iris Ockenfels ist Redaktionsleiterin beim Medienmagazin „Zapp“. Die gebürtige Rheinländerin war zunächst als Autorin, Reporterin und Redakteurin bei den Panorama-Sendungen des NDR. Für die Abteilung Innenpolitik hat sie neue Formate für Social Media entwickelt.

Foto: NDR, Christine Lutz

Frau Ockenfels, wie steht es aktuell um die Medienkritik?

Man hört und liest ja immer mal wieder einen Abgesang auf den Medienjournalismus. Zu unkritisch, zu irrelevant sei der im Vergleich zu früher. Da schwingt die berechtigte Sorge mit, dass durch den Abbau von Medienressorts in den Verlagen die Berichterstattung zu kurz kommen könnte. Und so bedauerlich die Entwicklung dort auch ist und obwohl immer wieder für Medienjournalismus gekämpft werden muss, habe ich doch Hoffnung: Wir haben eine große Vielfalt an Hörfunkangeboten, wie die Medienmagazine vom rbb oder vom BR. Online haben sich neben den wichtigen Mediendiensten Player wie „Medieninsider“ oder „Übermedien“ etabliert. Und wir bei „Zapp“ als einzigem Fernseh-Medienmagazin sehen uns sehr vielfältig gefordert. Denn das ist gerade eine der spannendsten Zeiten für Medienjournalist*innen. Es gilt ein Deutungsfeld zu beleuchten, das es ja zuvor so nicht gab: Die Tech-Riesen bestimmen den Diskurs auf Social Media, gleichzeitig suchen die großen Verlage nach Zukunftsstrategien – da knirscht es teilweise ganz gewaltig – und das öffentlich-rechtliche System steht vor einem Reformprozess und muss seine Daseinsberechtigung viel mehr erklären. All das gilt es kritisch zu begleiten und mit Recherchen zu hinterfragen und einzuordnen.

Die Medienkritik hat sich ins Netz bewegt, auch bei „Zapp“, das mehr bei YouTube und weniger im Fernsehen stattfindet.

Bei „Zapp“ haben wir uns vor gut zwei Jahren

neu aufgestellt, um gezielt Kanäle von YouTube über Instagram bis Twitter zu bespielen und Geschichten zu erzählen, die ein noch breiteres, jüngerer und diverseres Publikum ansprechen. Wir sehen das nicht als Beschneidung, im Gegenteil. Wir machen „Zapp“-Videos zudem nicht nur für YouTube, sondern auch für die ARD-Mediathek. Und einmal im Monat haben wir die lineare Sendung im NDR-Fernsehen, die wir nutzen, um aktuelle Schwerpunkte zu setzen.

Social-Media-Kanäle folgen eigenen Mechanismen: Wie schwierig ist es, die Medienkritik daran anzupassen?

Es ist natürlich entscheidend, ein Team zu haben, das intensiv bei YouTube, Instagram oder TikTok unterwegs ist, um die Themen zu finden, die für Nutzer*innen relevant sind; zu wissen, was dort diskutiert wird. Gleichzeitig befinden wir uns mit den Inhalten auf Plattformen, die wir kritisch beleuchten. Sei es den Selbstoptimierungswahn bei Instagram, die Macht der Algorithmen bei YouTube oder die Prangfunktion von Twitter. Gerade diese Mechanismen auf Social Media sind es ja, die den Medienjournalismus noch relevanter machen, und genau darüber lohnt es sich zu berichten.

Medienkritik wird nicht nur von Journalist*innen gemacht, sondern jede*r kann sofort mitreden. Inwiefern hat das einen Effekt?

Wir haben als Journalist*innen schon lange keine alleinige Deutungs- und Erklärungshoheit mehr. Wir können uns nur kritisch fragen, wie wir als Journalist*innen unserer Rolle gerecht werden – und damit einen Unterschied

machen können. Das ist wichtig in Zeiten, in denen die Grenzen zwischen Journalist*innen, Aktivist*innen und Influencer*innen verschwimmen. Wie treten wir eigentlich auf? Atmen wir noch einmal durch, bevor wir die Debatte mit befeuern? Oder könnten wir eher ein bisschen entschärfen? Ich denke, dass auch Journalist*innen manchmal dazu beitragen, wenn Debatten überdrehen.

Gibt es weniger blinde Flecken und mehr Korrektiv, weil sich jede*r äußern kann?

Natürlich werden Fehler schneller entdeckt, das finde ich absolut positiv. Wenn wir nicht genau genug sind, laufen wir immer Gefahr, dass uns die Dinge um die Ohren fliegen. Gleichzeitig ist spannend, dass es eben neben den Medienjournalist*innen auch andere sind, die punktuell sehr gute Medienkritik betreiben, ob Jan Böhmermann, Rezo, „Reschke-Fernsehen“ oder die Podcast-Reihen „Cui Bono“ und „Boys Club“, die ich exzellent finde, oder auch die Springer-Berichterstattung beim SPIEGEL. Aber es braucht eben gleichzeitig die Medienredaktionen und -dienste, die sich quasi 24/7 damit beschäftigen, um auch wirtschaftliche Zusammenhänge oder Motivlagen der einzelnen Player zu beleuchten und Einordnung zu bieten; auch durch investigative Recherchen.

Wird auch ein neues Publikum erschlossen? Bekommen Themen mehr Reichweite?

Absolut, weil viele Akteur*innen eine eigene Community und Glaubwürdigkeit haben. Wenn wir uns mit dem Fall des „Angry German Kid“ bei YouTube oder mit Medizin-Influ-

encer*innen bei Instagram beschäftigen, bekommen wir Aufmerksamkeit von neuen Gruppen, piksen eine neue Bubble an. Und wir merken: Die Nutzer*innen haben ein großes Interesse, sich auch kritisch mit Medienphänomenen und den Hintergründen zu beschäftigen.

Welche Bedeutung hat Medienkompetenz für die Medienkritik?

Wir verwenden den Begriff nicht explizit, obwohl wir immer versuchen, Medienkompetenz gleich mit zu erzählen. Wir merken, dass es ein großes Bedürfnis nach Einordnung und Orientierung gibt. Deshalb haben wir die Reihe „MedienWissen2go“ mit Mirko Drotschmann entwickelt. Da nehmen wir uns gezielt Themen vor wie beispielsweise den YouTube-Algorithmus, falsche Zahlen in der Berichterstattung oder große Medienskandale.

Nochmal zurück zu den Plattformen: Ist Medienkritik im Netz fragmentierter und selbstreferenzieller?

Fragmentierter ja, zu selbstreferenziell besser nicht, dann verlieren wir die Nutzer*innen aus dem Blick. Es ist sicher wichtig, dass wir uns immer wieder bewusst sind: Wir bedienen zwar auch die Mechanismen der Plattformen, auf denen wir uns bewegen. Aber entscheidend sind für uns die journalistischen Inhalte, die wir rüberbringen möchten. In diesem Spannungsfeld bewegen wir uns.

Interview: Christina Quast



„Ultrativ“ und das deutsche YouTube-Angebot

VON CLICKBAITKRITIK ZUR NETZWERKANALYSE

Fynn Kröger

Fynn Kröger betreibt seit 2016 den YouTube-Kanal „Ultrativ“, ist Grafikdesigner und Sprecher. Auf seinem Kanal befasst er sich in animierten Video-Essays mit Verschwörungserzählungen, Kuriositäten im Internet und gesellschaftlichen Entwicklungen im Netz. „Ultrativ“ erhielt 2019 den Grimme Online Award in der Kategorie Wissen und Bildung.

Foto: Grimme-Institut / Wernz

Die Idee für „Ultrativ“ kam spontan. Während meines ersten Semesters saß ich in meiner Universität, scrollte gedankenverloren durch meinen Twitter-Feed und stieß auf eine Galerie aus Vorschaubildern für populäre YouTube-Videos. „Medienkritik“ sagte mir damals noch nicht wirklich etwas, aber ich hatte beim Anblick der stark retuschierten, schockierten Gesichtsausdrücke und der Skandalisierung von Belanglosigkeiten das Bedürfnis, darüber zu sprechen. In meinem alten Schulfreund Paul fand ich jemanden, der meine Frustration über die damals aktuellen Praktiken auf YouTube teilte. Wir begannen, die Vorschaubilder zu analysieren, mit den Videos, für die sie eingesetzt wurden, zu vergleichen und unsere Beobachtungen aufzuschreiben. Diese sehr lange Liste sollte deutlich machen, dass es sich bei diesen Bildern nicht um Versehen, sondern um bewusste Provokationen für größere Aufmerksamkeit handelte, obwohl man im eigentlichen Video nicht wirklich etwas zu sagen hatte. Innerhalb von einem Jahr erreichte unser YouTube-Kanal 100.000 Abonnent*innen.

Doch schnell wurde klar, dass es da draußen weit mehr und gefährlicheres gibt, das kritisch eingeordnet gehört. In den ersten Monaten der COVID-19-Pandemie beschloss ich, den Blick weniger auf den Mikrokosmos „YouTube-Fehlritte“ und mehr auf die aufkeimenden Verschwörungserzählungen, unsere mentale Veranlagung für sie, ihre Gefahren, ihre Profiteur*innen und ihre unwissenden Katalysatoren zu lenken. Dies mündete in eine groß angelegte Netzwerkanalyse aller bedeuten-

den deutschsprachigen YouTube-Kanäle, die zeigte, dass die Kanäle, die Verschwörungserzählungen zum Coronavirus und anderen Themen verbreiten, stark vom Rest der Plattform isoliert sind.

Über die Jahre ist „Ultrativ“ mit der Rolle, die Medien – insbesondere das Internet – bei der Entwicklung von Meinungen in der Bevölkerung spielen, mitgewachsen. Ich habe gelernt, dass die so häufig angestrebte „Authentizität“ im Internet auch bedeutet, dass man Fehler in den eigenen Reihen selbstständig aufzeigen und Besserung loben kann. Und ich merke jeden Tag, dass es immer wichtiger wird, schnell und präzise zu erkennen, wo jemand ehrliches Interesse an einer Auseinandersetzung hat und wo nur Scheinargumente geäußert werden, um anderen die Positionierung im Thema zu erschweren.

Medienkritik wird in den kommenden Jahren nur noch wichtiger werden. Die Medien, vor allem die, die im Internet stattfinden, sind schon jetzt ein Schlachtfeld um die Deutung der Welt, ihrer Persönlichkeiten, Fakten, Vergangenheit und Zukunft. Medienkritisch zu arbeiten ist, wenn man in die richtigen Wunden fasst, ziemlich anstrengend und manchmal auch gefährlich. Es ist nicht leicht, Kritik zu formulieren, die nicht nur von denjenigen verstanden wird, an die sie sich richtet, sondern auch diejenigen zum Nachdenken anregt, die die kritisierten Inhalte zuvor für unproblematisch hielten. Aber es lohnt sich. Sehr.

Der Podcast „Lästerschwestern“ sieht bei Influencer*innen genauer hin

ZWISCHEN SHITSTORMS UND LIKES

Robin Blase & Lisa Ludwig



Spätestens seit der Pandemie spielt sich auch für den Letzten ein großer Teil des wahren Lebens im Internet ab. Für Gen Z und jüngere Millennials sowieso. Ob auf YouTube, Instagram oder TikTok, Menschen teilen ihr Privatleben und kommentieren das von anderen. Es spielen sich Dramen ab wie früher auf Schulhöfen, Karrieren beginnen oder werden beendet und das alles passiert in rasendem Tempo – wie beim Influencer Fynn Kliemann und dessen Masken-Skandal.

Influencer*innen sind inzwischen digitale Meinungsführer*innen und Werbefiguren. Sie sind Vorbilder für die Einen oder Hassfiguren für die Anderen. Und egal, welche Themen sie bedienen, durch ihre Reichweite tragen sie eine Verantwortung, derer sie sich nicht unbedingt immer bewusst sind. Sie haben die Macht, Weltbilder zu formen und zu verändern. Aus dem Wunsch heraus, diese wilde Social-Media-Welt und auch die Gefahren, die sie mit sich bringt, zu reflektieren und kritisch einzuordnen, ist vor über fünf Jahren der Podcast „Lästerschwestern“ entstanden. Als sogenannte Digital Natives und Personen der Internet-Öffentlichkeit betrachten wir wöchentlich die aktuellen Geschehnisse im Internet und bemühen uns, diese auf unterhaltsame Weise zusammenzufassen und zu beurteilen.

Warum bekommt Streamer Gronkh einen Shitstorm ab, wenn er Hogwarts Legacy spielt? Wieso ist Parfüm-Influencer Jeremy Fragrance jetzt Gesicht eines Aldi-Nord-Werbespots? Ist BibiBeautyPalaces Ex-Mann Julienco mit seiner neuen Freundin verlobt – oder heizen die beiden nur absichtlich die Gerüchteküche an?

Es ist uns wichtig, aus der Szene heraus Hintergrundinfos zu liefern und Trends zu hinterfragen. Zu unseren Hörer*innen gehören auch zahlreiche andere Medienschaffende und Marketing-Verantwortliche, die den Podcast nutzen, um die Branche im Blick zu behalten. Wir möchten aber vor allem aufklären und unsere Hörer*innen animieren, Medieninhalte kritisch zu konsumieren und kontinuierlich auf die eigenen Werte zu prüfen.

Gestartet haben wir den Podcast damals vor allem aus einem Grund: Influencer*in genannt zu werden, war quasi ein Schimpfwort. Aufgrund des Verhaltens mancher Kolleg*innen haben wir uns geschämt, mit ihnen in einem Atemzug genannt zu werden. Unser Ziel war deswegen immer, zu zeigen: Nicht alle sind so. Und: Die Kritik an dem Verhalten einiger kommt nicht nur aus klassischen Medien, sondern auch von Kolleg*innen aus der eigenen Szene.

Am besten funktioniert diese Kritik, wenn sie die Community zusätzlich motiviert, selbst mit aufzupassen. In unserem eigenen Reddit-Forum posten Mitglieder aus der Community Storys, die sie für kritisch halten. So sammelte ein User im letzten Jahr eine ausführliche Liste an Beweisen dafür, dass ein Influencer, der an der beliebten YouTube-Show „7vsWild“ teilnehmen wollte, mutmaßlich rechtsextreme Dog-Whistles gepostet hatte. Der Post ging so viral, dass der Influencer und andere Kolleg*innen darauf reagierten – bevor wir selbst im Podcast überhaupt darüber geredet hatten.

Robin Blase ist Moderator für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, YouTuber und Geschäftsführer der Content-Agentur Richtig Cool GmbH. Lisa Ludwig ist Bestseller-Autorin und Chefredakteurin bei Moviepilot. Sie schrieb bereits für VICE, die ZEIT und die Vogue.

Foto: Johanna Wittig / Richtig Cool GmbH



Lehr- und Lernmaterialien beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk am Beispiel von so-geht-medien.de

MEDIENKOMPETENZ ALS SÄULE DER DEMOKRATIE

Satu Siegemund

Satu Siegemund ist seit 2022 freie Redakteurin bei „so geht MEDIEN“. Als Absolventin der HFF München arbeitet sie außerdem seit 2013 als Regisseurin und Drehbuchautorin. Von 2020 bis 2022 war sie Teil des Vorstands des Bundesverbands Regie (BVR) und betreute in dieser Zeit als Projektleiterin den 7. Regie-Diversitätsbericht, der in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Elizabeth Prommer von der Universität Rostock entstand.

Foto: Satu Siegemund

Innerhalb der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen spielen Soziale Medien eine große Rolle. In einer Phase der Identitätsentwicklung machen es ihnen YouTube, Instagram, TikTok und Co. möglich, mit Freund*innen in Kontakt zu bleiben, zu experimentieren und sich (an anderen) zu orientieren.

Der Bayerische Rundfunk bietet mit „so geht MEDIEN“ eine Plattform von ARD, ZDF und Deutschlandradio, auf der Lehrende und Pädagog*innen kostenlose Unterrichtsmaterialien finden, um Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen zu fördern. Ziel aller Unterrichtseinheiten ist es, Heranwachsende zur kritischen Reflexion von Medieninhalten zu befähigen. Die Einheiten behandeln unterschiedliche Themen, beispielsweise „Fake News durchschauen“ oder „Extremismus im Netz erkennen“.

Denn „auch politisch- und religiös-extremistische Akteursgruppen sind sich der Bedeutung Sozialer Medien für Heranwachsende bewusst. Sie nutzen Soziale Medien gezielt, um ihre Botschaften schnell und mit großer Reichweite zu verbreiten, und sind dort anzutreffen, wo Heranwachsende Zeit verbringen“, berichtet Dr. Claudia Riesmeyer vom Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München.

Gemeinsam mit Kolleg*innen untersuchte sie, wie Heranwachsende extremistische Akteure und Botschaften wahrnehmen (C. Reinemann et al., „Jugend – Medien – Extremismus“, 2019). Ihre Forschungsergebnisse zeigen, dass Schüler*innen die ansprechend verpackten und auf den ersten Blick meist harm-

los anmutenden Botschaften extremistischer Akteur*innen oft nicht erkennen. „Um dennoch Absender*in und Intention identifizieren zu können, benötigen Heranwachsende die Fähigkeit, Inhalte aus dem Internet kritisch zu reflektieren und zu kontextualisieren“, konstatiert Dr. Claudia Riesmeyer.

Die Inhalte von „so geht MEDIEN“ werden unter pädagogischer Fachberatung aufbereitet. Zum Team gehört Andrea Holler, die die Einheit „Extremismus im Netz erkennen“ in Schulen eingesetzt und evaluiert hat. Ihre Ergebnisse zeigen deutlich, dass die Verankerung von Medienkompetenz in der Schule ein wichtiger Schritt ist: Während vor der Unterrichtseinheit lediglich eine*r von 10 Jugendlichen die Absichten hinter verdeckten Posts von extremistischen Organisationen erkannte, waren es danach 8 von 10.

Weiter konnten 80% der Teilnehmenden die Strategien extremistischer Akteur*innen in den Sozialen Netzwerken nennen und 85% gaben an, etwas gelernt oder konkret aus der Unterrichtseinheit mitgenommen zu haben, z.B. wie man unangemessene Inhalte meldet. Am auffälligsten ist jedoch, dass es die Jugendlichen schätzten, über ein so wichtiges Thema aufgeklärt zu werden und einen Raum für Gespräche und Ansprechpartner*innen zu haben, die sie ermutigten, sich mit einer Gegenrede unter einem extremistischen Beitrag zu äußern.

Hier wird die Relevanz der medienkritischen Betrachtung für die eigene Meinungsbildung deutlich, die die Grundlage für eine funktionierende Demokratie darstellt.

Interview mit Prof. Dr. Kai Gniffke, ARD-Vorsitzender und Intendant des Südwestrundfunks



„WIR HABEN EINEN GESETZLICHEN BILDUNGS-AUFTRAG“

Warum ist Medienbildung Aufgabe der ARD?

Nachrichten und Informationen erreichen die Menschen längst nicht mehr nur über die sogenannten traditionellen Medien, sondern sie ploppen bei Twitter oder Telegram auf. Oft ohne Quellen. Gleichzeitig ist die Gefahr der Manipulation gerade in Krisenzeiten groß: Worte können Menschen sogar in Videos täuschend echt in den Mund gelegt werden. „Das bedeutendste Problem ist unsere kollektive Unfähigkeit, zwischen Fakten und Fiktion zu unterscheiden“, schreibt der „Club of Rome“ in seinem Bericht „Earth for all“. Drängender noch als der Klimawandel. Befragungen zeigen, dass Jugendliche immer öfter mit Fake News in Berührung kommen. Mittlerweile verdienen Unternehmen mit Desinformationen Geld. Medienbildung ist wichtig, um unterscheiden zu können: Was ist wahr und was ist falsch? Eine Studie der „Stiftung Neue Verantwortung“ zeigt, dass Befragte die Unterschiede sowohl zwischen Desinformation und Information als auch zwischen Werbung und Meinung nur schwer erkennen. Die ARD hat den gesetzlichen Auftrag zur Bildung und dazu gehört die Medienbildung.

Wie kommt die ARD diesem Auftrag nach?

Die Nutzenden können sich in ARD-Angeboten mit Medieninhalten auseinandersetzen: beispielsweise im „Medienmagazin“ von radioeins (rbb), in „Medien – Cross und Quer“ vom SR oder im NDR-Fernsehen bei „Zapp“. Zum anderen lernen Kinder und Jugendliche in der ARD, wie Medien funktionieren: mit der „Maus“ (WDR) können Kinder programmieren

lernen oder das „Team Timster“ (KiKa) zeigt, was ChatGPT ist. Und die ARD kämpft gegen Desinformation, checkt Inhalte und Bilder mit dem „ard-faktenfinder“ oder dem „faktenfuchs“ (BR).

Welche Angebote gibt es abseits des Programms?

Medienbildung ist – auch nach Ansicht der Kultusminister der Bundesländer – eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe für Schule, Eltern, Politik und Medien. Als föderaler Medienverbund sind wir ein idealer Partner für Schulen vor Ort. Die ARD lädt Schüler*innen in die Medienhäuser ein. Hier können sie erleben, wie wir Inhalte produzieren, und oft auch mitmachen. Zum WDR nach Köln kommen täglich bis zu sechs Klassen. Die ARD besucht auch Schulen, der SWR bietet zum Beispiel Workshops mit Nachrichtenprofis. Lehrkräfte finden bei der ARD Material für den Unterricht und für zu Hause: Erklärvideos, Stundenpläne, Quiz oder Spiele wie den SWR Fakefinder. Mit „einfach.medien“ (NDR) können Lehrende in einer Schulstunde vermitteln, wie Influencer*innen Geld verdienen – eben um Werbung und Meinung zu unterscheiden.

Was kann die ARD bei der Vermittlung von Medienkompetenz besser machen?

Auch hier müssen wir unsere Kräfte weiter bündeln. Ich fände es schön, wenn Kinder und Jugendliche in ihrer Schullaufbahn mindestens einmal, besser zwei- oder dreimal Kontakt mit der ARD hätten. Und das nicht nur im Gymnasium, sondern in allen Schulformen und bestenfalls schon in der Kita.

Interview: Stephan Lenhardt

Kai Gniffke ist seit Januar 2023 Vorsitzender der ARD und seit September 2019 Intendant des Südwestrundfunks. Mehr als zehn Jahre verantwortete er als Erster Chefredakteur ARD-aktuell unter anderem die Tagesschau, Tagesthemen und tagesschau.de. 2007 erhielt Kai Gniffke den Grimme Online Award für seine Autorenschaft im Tagesschau-Blog.

Foto: SWR / Patricia Neligan

Beste Aussichten für kreative Ideen.

Wir unterstützen dein Business in Köln.

www.koeln.business

MODERATION

Thilo Jahn

Thilo Jahn hat bereits einen! Einen Grimme-Preis. Den bekam er 2015 für seine Reportagen und die redaktionelle Leitung des Gesellschaftsmagazins „Mr. Dicks“. Vor der Kamera präsentiert er seit 2018 die WDR-Kultursendung „Westart“ und gelegentlich auch „Twist“ auf ARTE. Im Hörfunk geht es mit ihm von Kultur über Fußball bis zu den Infos. 2019 wurde Thilo Jahn mit dem Deutschen Radiopreis in der Kategorie „Beste Informationssendung“ für Deutschlandfunk NOVA ausgezeichnet. Für WDR2 moderiert er die Bundesliga-Kult-Sendung „LIGA LIVE“ und das politische „Mittagsmagazin“. Über Literatur spricht er in seinem täglichen Bücher-Podcast „Lesestoff“ (WDR3) und seit 2008 lernen Kinder in Schweden mit ihm Deutsch – online erscheint alle vierzehn Tage seine Kinder-Nachrichtensendung „Tyska Nyheter“ für den schwedischen Rundfunk. Foto: Annika Fußwinkel



SHOWACT



Alice Phoebe Lou

Alice Phoebe Lou begann als Straßenmusikerin Musik zu machen, nachdem sie 2013 von Südafrika nach Berlin gezogen war und sich in einen selbstbestimmten Lebensstil verliebt hatte. Als völlige Autodidaktin gelangte sie über Jahre hinweg von Straßenecken über kleine Clubs bis hin zu Festivalbühnen und darüber hinaus. Alices intuitive Art, Musik zu kreieren und zu performen, ist ihre Superkraft – innerhalb kurzer Zeit eroberte sie als komplett unabhängige Künstlerin die Welt im Sturm. In diesem Jahr veröffentlichte Alice Phoebe Lou bereits zwei Singles, „Shelter“ und „Open My Door“, mit denen sie an die Erfolge ihrer 2021 erschienen Alben „Glow“ und „Child’s Play“ anknüpft. Eine Reihe ausverkaufter Shows auf der ganzen Welt hat das Talent der Musikerin bekanntgemacht. Foto: Austin Augie

PREISPAT*INNEN



Aline Abboud

Aline Abboud hat Arabistik in Leipzig, Beirut und Istanbul studiert. Seit September 2021 ist sie Teil des Moderator*innenteams der ARD „tagesthemen“ und von „tagesschau24“. Zuvor ist Aline im ZDF als Moderatorin und Redakteurin beim „heute Xpress“ und als Reporterin für die Rubrik „außendienst“ des „auslandsjournal“ tätig gewesen. 2020 realisierte sie für ARTE die Dokumentation „Und jetzt Wir!“ über jugendliche Protestkultur in Europa. In „Zenith – Der Nahost Podcast“ beleuchtet sie die Lage im Nahen Osten, bei funk präsentiert sie „DIE DA OBEN!“. Foto: Jennifer Fey



Enissa Amani

Enissa Amani ist eine deutsch-iranische Stand-Up-Künstlerin und Aktivistin. Sie begann in Deutschland mit Comedy und von Beginn an ließ sie politische und gesellschaftliche Inhalte in ihr Bühnenprogramm einfließen. Heute ist sie eine Instanz, wenn es darum geht, Ungerechtigkeiten klar anzusprechen und die Einhaltung der Menschenrechte weltweit laut einzufordern. Im Fokus ihrer Arbeit in Deutschland stehen Themen wie Rassismus, Sexismus, Diskriminierungen, aber auch Krisenherde und Terrorregime wie Iran und die internationale Verantwortung. Sie arbeitet vernetzt mit Menschenrechtler*innen, Politiker*innen und Aktivist*innen weltweit und nutzt ihre verschiedenen Plattformen, um aufzuklären und Missstände klar zu benennen. Foto: Erhan Dogan



Gisa Flake

Gisa Flake, geboren 1985 in Braunschweig, ist auf der Kabarettbühne ihres Vaters aufgewachsen. Sie studierte Schauspiel in München, gewann 2009 den Bundeswettbewerb für Gesang und steht seitdem als Sängerin, Schauspielerin, Kabarettistin und Sprecherin auf der Bühne, vor der Kamera und vor dem Mikro.

2020 erhielt sie den Deutschen Schauspielpreis und ist bekannt aus Produktionen wie „Jerks“, „Polizeiruf 110“ oder der „heute -show“. 2024 wird sie ihr Debut an der Komischen Oper, Berlin unter Regie von Axel Ranisch geben und als neue Polizeiruf-Kommissarin für den rbb vor der Kamera stehen.

Foto: Ralf Keith

Hasnain Kazim

Hasnain Kazim wurde 1974 in Oldenburg geboren und ist Sohn indisch-pakistanischer Einwanderer. Er wuchs in Hollern-Twielenfleth im Alten Land, vor den Toren Hamburgs und in Karatschi in Pakistan auf, studierte Politikwissenschaften und schlug eine Laufbahn als Marineoffizier ein. Das journalistische Handwerk lernte er im Schwäbischen, bei der Heilbronner Stimme schrieb er unter anderem für das dpa-Südasiabüro in Delhi und von 2004 bis 2019 meist als Auslandskorrespondent für den SPIEGEL und SPIEGEL ONLINE. Für seine Arbeit wurde er mit diversen Preisen ausgezeichnet, darunter dem „CNN Journalist Award“. Er lebt als freier Autor in Wien und schreibt unter anderem für die ZEIT, taz, Süddeutsche Zeitung und den Deutschlandfunk. Er hat mehrere Bücher veröffentlicht, wie zum Beispiel „Post von Karlheinz“, in dem er seine Dialoge mit wütenden Leser*innen versammelt hat und das viele Wochen auf der Bestsellerliste stand. 2021 erschien sein erstes fiktionales Buch, die politische Satire „Mein Kalifat“. Foto: Peter Rigaud



Gert Scobel

Gert Scobel studierte Theologie und Philosophie in Frankfurt und Berkeley und ist seit 2016 Honorarprofessor für „Philosophie und Interdisziplinarität“ an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg und im Direktorium des „Zentrums für Ethik und Verantwortung“. Er war Anchorman von „Kulturzeit“ (3sat) und dem ARD-Morgenmagazin. Seit 2008 strahlt 3sat sein interdisziplinäres Wissenschaftsformat „scobel“ aus. Er wurde mit dem Deutschen und Bayerischen Fernsehpreis sowie mehrfach mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet. 2022 erhielt er den Publikumspreis des Grimme Online Award für seinen philosophisch orientierten YouTube-Kanal. Aktuelle Buchveröffentlichungen sind „Zwischen Gut und Böse. Philosophie der radikalen Mitte“ (mit Markus Gabriel) sowie (zusammen mit Karl-Rudolf Korte und Taylan Yildiz) „Heuristiken des politischen Entscheidens“. Foto: 3sat/ZDF



FÖRDERER, PARTNER & SPONSOREN

Staatskanzlei
des Landes Nordrhein-Westfalen



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

K KölnBusiness

„Traditionell am Puls der Zeit: Seit Bestehen des Grimme Online Award wurden Websites von Fernsehsendungen, Podcasts, Internetradios und ein Hashtag ausgezeichnet, die Wikipedia genauso wie längst wieder untergespülte Kreativplattformen. Dass die renommierten Preise dabei als Vorboten spannender Karrieren nicht nur in Köln verliehen werden, sondern immer wieder auch in Kölner Senderbüros und Co-Working-Spaces gehen, wirft ganz nebenbei ein Schlaglicht auf den großen Ideenreichtum des Standorts. Genau diese Energie der Kölner Kreativwirtschaft möchte KölnBusiness stärken und auch mit seinem Engagement beim Grimme Online Award weiter in die Welt tragen.“

fernsehzimmer
filmproduktion

„Das Internet ist für uns alle wichtiger denn je: Im digitalen Raum verfolgen und diskutieren wir Entwicklungen und Ereignisse, die jede Fiktion längst überholt haben. Wir erleben leider auch, wie das Internet als Brandbeschleuniger für heikle und gefährliche gesellschaftliche Entwicklungen wirkt. Umso kostbarer sind Plattformen und Initiativen, die sorgfältig kuratierte Inhalte in unser Blickfeld rücken. Wir von fernsehzimmer unterstützen den Grimme Online Award schon deshalb seit vielen Jahren so gerne, weil wir durch die Auseinandersetzung mit den Themen der Nominierten immer wieder auf inspirierende, oft überraschende Perspektiven gestoßen werden. Wir treffen auf tolle Menschen aus der Mitte der Gesellschaft. Und es ist uns eine Freude und Ehre, so viele förderungswürdige Projekte einer breiten Öffentlichkeit vorstellen zu dürfen.“

„Überall diese Maschinen! Die jetzt auch noch schreiben können und ChatGPT heißen. Ist es Künstliche Intelligenz, die bald den Kulturjournalismus bestimmt? Diese Fragen stellen wir uns als unabhängiges Magazin für Kunst und Kultur in NRW natürlich auch. Und bleiben gelassen: Als Computer die Welt eroberten, beurteilte sie Pablo Picasso abschätzig als völlig sinnlos. Sie seien bestenfalls dazu geeignet, Fragen zu beantworten. Nicht ahnend, dass das Maß an Antworten in der digitalen Welt eines Tages schier unendlich werden würde. Und die Netzwelt heute längst ihre ganz eigenen Fragen stellt – an uns. Ständig fordert sie von uns Kulturjournalist*innen Haltung ein: Was hat Qualität und was bedeutet das genau? Was lohnt sich anzuschauen? Was sollte, was muss bewertet, eingeordnet, ja gar kritisiert werden – und warum? Solche Fragestellungen passen natürlich gut zum Grimme Online Award, der schon so lange ein Gradmesser für interessante Formate, für ambitionierte Inhalte und ungewöhnliche Internetprojekte ist – und dessen Medienpartner wir deshalb gerne sind. Als Teil der Netzkultur, die sich ständig weiterentwickelt. Und nicht aufhört, Fragen zu stellen, auf die es nicht immer Antworten gibt. Nicht einmal von ChatGPT.“

„c/o pop als popkulturelle Leitveranstaltung mit einer zwanzigjährigen Tradition und der Grimme Online Award – das passt zusammen. Dass in der Musikbranche vermehrt Podcasts und Soziale Medien genutzt werden, kann kaum überraschen. Crossmediale Inszenierungen nach koreanischem Vorbild, eigene TikTok Charts für Songs und Instagram Reels als Ersatz für Musikvideos – das Netz hat längst die (Be-)Deutungshoheit für die Musikbranche übernommen. Umso spannender für Musikerinnen und Musiker sich aus anderen Bereichen inspirieren zu lassen. Und genau dafür stehen der Grimme Online Award und seine Nominierungen: für Vielfalt und Qualität, für den Mut, neue Wege zu gehen und Ideen einmal anders umzusetzen. Daher freuen wir uns über die erneute Zusammenarbeit mit dem Grimme-Institut und dem Grimme Online Award. Denn wie auch bei der c/o pop Convention wird hier vorgestellt und diskutiert, was vorbildlich ist und wohin die Entwicklung geht im Online-Bereich. So schaffen wir eine Verbindung zwischen der Musik-, der Online- und der Medien-Branche und konnten mit der Bekanntgabe der Nominierungen des Grimme Online Award unserem popkulturell interessierten Publikum einen spannenden Programmpunkt bieten, bei dem bestimmt auch wieder der/die eine oder andere Star von morgen dabei war.“

Wir danken für die Unterstützung der Stadt Marl.

MAGAZIN FÜR KUNST UND GESELLSCHAFT IN NRW
kultur.west

c/o pop

Stadt **marl**

Ansprechpartner*innen

Der Dialog mit Ihnen ist uns wichtig:
Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Wir freuen uns auf Ihre Nachrichten.



Vera Lisakowski
Leitung Wettbewerb
lisakowski@
extern.grimme-institut.de



Lisa Wolf
Projektmanagement
wolf@
grimme-institut.de



Astrid Obermanns
Projektassistentin
obermanns@
grimme-institut.de



Lars Gräßer
Pressesprecher
graesser@
grimme-institut.de

Der Regisseur der Preisverleihung war Marco Dittrich (15/08 entertainment). Die Spielfilme sprach Edda Fischer. Auch die tatkräftige Mithilfe vieler engagierter Kolleg*innen hat den Grimme Online Award 2023 ermöglicht. Wir danken allen Beteiligten ganz herzlich!

Informationen

- Web:** www.grimme-online-award.de
Blog: www.blog.grimme-online-award.de
Facebook: www.facebook.com/grimme.online.award
YouTube: www.youtube.com/GrimmeOnlineAward
Flickr: www.flickr.com/GrimmeOnlineAward

Impressum

Grimme-Institut
Eduard-Weitsch-Weg 25, 45768 Marl
Telefon: 02365/9189-0

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

Herausgeber:

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

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

Dr. Frauke Gerlach

Redaktion:

Grimme-Institut; redaktionelle Mitarbeit: Christina Quast, freie Journalistin

Bildnachweis:

Titel © AdobeStock/sodafish visuals

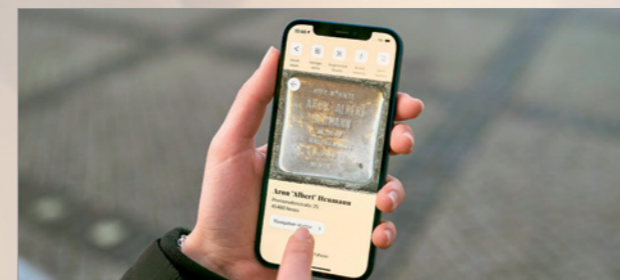
Gestaltung und Realisierung:

DIGIBOX GmbH, Agentur für Marken- und Unternehmenskommunikation, Düsseldorf

Druck:

Druckstudio GmbH, 40589 Düsseldorf

INNOVATIV. AUTHENTISCH.



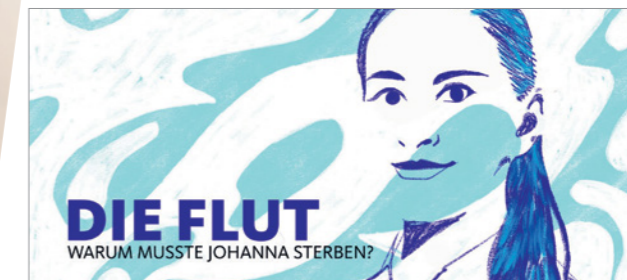
Stolpersteine NRW – Gegen das Vergessen

Stefan Domke, Elena Riedlinger (Projektleitung), Michael Kaes, Stefan Moll (Redaktionelle Verantwortung), Michelle Blum, Stefan Domke, Sandra Fomferek, Thomas Hallet, Luisa Höppner, Jule Küpper, David Ohrndorf, Elena Riedlinger, Isabel Surges (Idee, Konzept) sowie weitere etwa 500 Personen, die an Recherche und Umsetzung beteiligt waren.



Hand drauf

Teresa Bechtold, Pia Billecke (Redaktion), Selina Kramer, Jennifer Metaschk (Red. Mitarbeit), Tobias Hölle, Toma Kubiliute, Iris Meinhardt, Björn Pfeiffer (Hosts), Maïke Elger, Nicolas Feißt, Lena Hering, Nora Holtgreffe, Melissa Wessel (Autor:innen), Nicolas Feißt, Melissa Wessel (Community Management), Laura Schulte (funk-Partnermanagement)



Die Flut – Warum musste Johanna sterben?

Cynthia Walther (SWR), Ralf Becker, Christian Beisenherz (beide WDR) (Projektleitung), Laura Krzikalla (SWR), Till Krause (WDR) (Head-Autor:in), Christina Nover, Constantin Pläcking (beide SWR), Kay Bandermann, Sabine Büttner (beide WDR) (Reporter:innen, Autor:innen), Marius Reichert (Host), Christina Gabriel, Michael Franke, Sarah Fitzek (Produktion)



Schwarz Rot Blut

Tobias Gnädig, Miriam Hochhard, Johannes Nichelmann, Leslie Rosin, Georgia Seifert (Redaktion), Philippe Brühl (Regie), Marianna Deinyan, Lena Kampf, Gilda Sahebi, Nele Posthausen, Andreas Spinrath (Autor:innen), Dinah Rothenberg (Idee, Konzept)

Wir gratulieren zur Nominierung
für den Grimme Online Award 2023

KULTUR VOR DER TÜR?

Mit dem kultur.west Geschenkabo

online abonnieren auf
www.kulturwest.de

