

Das Besondere unter der Oberfläche

Bei den Grimme Online Awards 2008 wurden auffällig viele Web 2.0 Portale prämiert. „medium magazin“ fragte die Macher nach den Besonderheiten ihrer Websites (s. a. MM 7+8/08 S. 17f)

- Die ausführlichen Statements der Macher -

- WDR Mediathek regional

Wolfgang Schmitz (*Bildmitte, mit dem Team der Mediathek*) WDR Hörfunkdirektor und Leiter Programmbereich Internet:



Nicht die Idee, die wir mit dem regionalen Portal verwirklichen, ist preiswürdig, sehr wohl aber die super Umsetzung, die dem Team gelungen ist. Dabei ist es natürlich ein Startvorteil, wenn man mit den Möglichkeiten ausgestattet ist, die wir im WDR haben. Trotzdem wird ja mit dem Grimme Online Award journalistische Qualität ausgezeichnet und da müssen wir uns nicht verstecken. Die WDR Mediathek ist ein echtes Qualitätsprodukt. Die Verleger sind daran interessiert, genau solche Angebote auch für ihre eigenen Seiten zu bekommen. Wir machen aber kein flächendeckendes Lokalangebot, weder Fernsehen, noch im Radio, noch im Internet. Wir haben nicht den Ehrgeiz, ein Nachbarschafts-Internet für Wanne-Eickel, Bochum oder Wattenscheid zu machen, sondern wir bilden die Region ab. Lokale Berichterstattung ist jeweils beispielhaft zu sehen für die Region. Wenn man das so einordnet, muss kein Verlag Sorge haben, dass man ihm zu nahe kommt.

- Störungsmelder



Markus Kavka (*links im Bild*), Autor:

Ich komme aus einem kleinen Dorf zwischen München und Nürnberg und musste, um etwas zu erleben, immer in die Stadt fahren. Nürnberg hatte damals - Mitte bis Ende der 80er Jahre - eine sehr gut durchorganisierte Nazi-Skinhead-Szene. Ich hatte immer Probleme mit Rechten, auch in München, wo ich lange gelebt habe oder in Köln. Ich habe kaum eine Anti-Nazi-Demo ausgelassen. Als dann Ole Tillmann, der auch als Autor für den Störungsmelder schreibt, von Nazis versprügelt wurde, haben wir beschlossen, etwas zu tun. Ich schrieb damals schon eine Kolumne für den Zünder und bin darüber zum Störungsmelder gekommen. Wir waren noch nicht lange online, da war Störungsmelder schon auf ganz viele Naziseiten verlinkt, weil die ja ganz gut organisiert sind. Dann hatten wir die ganzen Nazis auf der Seite. Die Auseinandersetzung mit rechten Argumenten soll aber auch Lernziel von Störungsmelder sein. Wir haben uns da alle entsprechend gewappnet. Für junge Leute ist es aber manchmal schwierig, zwischen den Zeilen herauszulesen, ob jemand rechts argumentiert. Indem wir auf die Beiträge und Postings von Rechten antworten und ihre Argumente entkräften, geben wir auch jüngere Leuten, die da nicht so erfahren sind, eine Anleitung. Es gibt natürlich eine gewisse Grenze. Über Postings, die sogar einen Straftatbestand erfüllen, brauchen wir nicht zu reden. Aber man merkt, dass Leute aus dem rechtskonservativen Spektrum versuchen, das Ganze auch argumentativ zu unterwandern. Wir wollen dem etwas entgegenzusetzen.

>>>

Christian Bangel (*Bildmitte*) Initiative:

Wir haben nicht nur eine Rund-um-die-Uhr-Moderation, wir schalten das Blog nachts auf Vormoderation, so dass die Beiträge erst mal geprüft werden und nicht mehr live online gehen. Wir haben das Ganze ähnlich wie beim "Netz gegen Nazis" (ein weiteres Projekt von "Die Zeit", Red.) so definiert, dass wir erstens Kampagnen verhindern, wenn wir sehen, da wird ein Link geschaltet.

Wir erwarten aber auch von unseren Nutzern, dass sie Rechtsextremismus ablehnen. Ein Nazi, der geschult ist, kann sich tarnen und als Demokrat ins Szene setzen. Die, fangen an mit Vaterland und Patriotismus bei der Fußball-EM und versuchen dann die Diskussion zu drehen in Richtung Ethnopluralismus - nach dem Motto, Türken sind ja nichts Schlimmes, die müssen bloß zurück, jede Rasse hat ihre Heimat. Wenn wir so etwas sehen, warten wir auf Reaktionen aus der Community und die kommen glücklicherweise auch immer.

Wenn man solche Postings da stehen sieht, dann wird man auch leicht wütend und entwickelt einen Impuls darauf zu antworten. Wir haben das hinbekommen, wenn auch zwischenzeitlich mit starker Moderationsarbeit, als sich die Rechten auf dem Blog massiv gesammelt haben.

Inzwischen wissen auch die Rechten, dass sie sich an Regeln halten müssen. Sie können gewisse Dogmen, die wir vorgeben, einfach nicht übertreten. Wir haben auch sehr junge User, vor alle die Antifas aus dem linksextremen Milieu sind sehr jung. Wenn "Die Zeit" oder "Zeit Online" einen >>> Artikel über Rechtsextremismus bringt und Störungsmelder verlinkt, dann kommen manchmal auch 60-jährige Lehrer aus dem nationalen rechtsdemokratischen Spektrum, das ist wirklich nicht einschränkbar.

Wir hatten anfangs geplant, ein Portal für Jugendliche zu machen, aber ein Forum zum Thema Rechtsextremismus anzubieten und es dann noch gut zu moderieren ist offensichtlich so attraktiv, dass alle kommen. Uns freut besonders, dass daraufhin der Impuls für "Netz gegen Nazis" kam.

● **Intro :**



Matthias Fricke (*Bildmitte*), Gesamtverantwortung/Konzept:

Wir verstehen uns als klassisches redaktionelles Format, aber im Austausch und in der Gleichzeitigkeit mit unseren Community-Mitgliedern, die uns einen wunderbaren Rückkanal geben zu dem, was wir redaktionell publizieren. Außerdem fahren wir einen sehr crossmedialen Ansatz. Wir kommen vom Print, unser Magazin gibt es seit 17 Jahren und wir machen zusätzlich auch Events, wor wir die musikalischen Dinge erlebbar machen, die wir redaktionell entdecken. Wir arbeiten sehr kontinuierlich und intensiv und sind stolz darauf, was wir mit vergleichsweise bescheidenen Mitteln auf die Beine stellen. Wir können uns in puncto Reichweite natürlich nicht mit YouTube und MySpace oder anderen musikgetriebenen Plattformen vergleichen. Aber unter den qualitativ hochwertigen Angeboten, die sich auch um alternative Musik und die angrenzenden Bereiche der Popkultur kümmern, sind wir die reichweitenstärksten. Wir haben circa zwei Millionen Page Impressions und circa 180.000 Unique User im Monat. Wir sind sehr stark in urbanen Regionen, vor allem Berlin und Köln. Unser Heft wendet sich ja auch vornehmlich an eine urbane Klientel zwischen 20 und 29, stark studentisch geprägt. Und unsere Events vor allem in Berlin und Köln fördern natürlich auch die Markenbekanntheit. Wir sind ein relativ umtriebiger Verlag, aus unserem Haus kommt ja auch das innovative Fußballmagazin "11 Freunde".

Peter Flore (*links*), Redaktion:

Wir versuchen, unter der Oberfläche zu schürfen und die Themen zu nehmen, die nicht sowieso jeder hat. Außerdem sind wir immer sehr früh dabei, dabei hilft uns auch die Community. Wir treten in einen täglichen Austausch mit den Nutzern. Wir greifen Themen auf und berichten dann darüber, wir holen also auch die Community in den redaktionellen Bereich hinein und wir führen mit ihnen Streitgespräche wie in einer Studenten-WG. Wir versuchen auch Mainstream-

Themen auf unsere ganz spezielle Art anzugehen. Wenn wir das neue Album von Scooter oder Britney Spears besprechen, dann suchen wir einen unterhaltenden Aspekt abseits der Musik heraus. Anders als MySpace verstehen wir uns als redaktionelle Plattform. Wir haben 1996 angefangen, wir waren ursprünglich eine Webplattform zum Heft. Aber schon seit 2001 tragen wir den Community-Gedanken sehr weit in die Welt hinaus, also lange bevor es MySpace gab. MySpace und YouTube picken sich Highlights aus den User-Angeboten heraus und setzen einzelne Spotlights, sie bringen aber kaum eigene Inhalte. Wir leisten tagesaktuelle redaktionelle Arbeit, die Feedback durch die Community bekommt.

- **kids-hotline**



Emily Engelhardt (*links*), Gesamtverantwortung / redaktionelle Betreuung:

Die Initiative für das Portal entstand schon 1999 in einem sozialpädagogischen Hochschulfachbereich. Die Idee war: die Jugendlichen nutzen das Internet, lasst uns doch mal auf diesem Weg versuchen, Beratung anzubieten. Das war damals ein Pionierprojekt, das sich sukzessive weiterentwickelte und irgendwann für ein studentisches Projekt zu groß wurde, deshalb hat der Kinderschutzverein e.V. München das Projekt als Träger übernommen. Wir arbeiten völlig ohne öffentliche Gelder, weil sich niemand für zuständig hält. Wir bewerben das Projekt nicht sehr stark, das läuft von ganz alleine über Mund-zu-Mund-Propaganda im Internet. Die meisten Jugendlichen geben bei der Registrierung an, wie sie uns gefunden haben – entweder über eine Suchmaschine oder über Empfehlungen von Freunden. Wir sind auch auf vielen Websites verlinkt und machen sehr viel Beratung über öffentliche Foren. Man kann ohne Registrierung in den Foren lesen und einen ersten Eindruck bekommen, wie die Beratung abläuft. Die Jugendlichen sehen dann aber auch, "Hey, ich bin nicht der einzige mit dieser Frage oder diesem Problem, es gibt auch viele andere, die das bewegt." Wenn sie sich regis-

trieren wollen, um eine Beratung zu eröffnen, legen sie sich einen Nickname zu und schreiben bei uns. Klar, man hat im Internet immer ein paar Leute, die nicht der jugendlichen Zielgruppe angehören, wir können das aber relativ gut abwehren, weil wir ein großes Team sind, das rund um die Uhr online ist, und weil wir einen geschulten Blick dafür haben, ob da jemand schreibt, der weit außerhalb der Zielgruppe ist. So jemanden sperren wir dann. Das kommt aber ohnehin nicht oft vor, weil wir kein attraktives Angebot für diese Leute machen. Die Jugendlichen sprechen nur über das Forum miteinander. Es werden keine Fotos und keine email-Adressen veröffentlicht und keinerlei private Daten ausgetauscht.

- **zeitzeugengeschichte.de**



Birgit Marzinka (*links*), Idee, Redaktion und Gesamtverantwortung:

Das Besondere an dem Projekt ist, dass Jugendliche Zeitzeugen begegnen. Die Schüler, die mitmachen, werden größtenteils von uns angesprochen. Wenn sie ohnehin schon politisch interessiert sind, ist es natürlich einfacher. Bevor ein Interview stattfinden kann, bekommen die Jugendlichen eine Einführung. Sie müssen sich mit relevanten Fragen auseinandersetzen: Was ist Erinnerung? Was ist das Besondere an Interviews mit Zeitzeugen? Was ist ein solches Interview als historische Quelle? Und das ist etwas anderes als bei anderen Websites, bei uns steckt ein pädagogische Konzept dahinter und wir richten uns nach journalistischen Standards. Wir erstellen gemeinsam den Fragebogen. Die Jugendlichen gehen zwar ohne uns aber nicht unvorbereitet zu den Interviews. Das passiert in Schulklassen ganz häufig. Da kommt ein Zeitzeuge, die Jugendliche wissen nichts über ihn und müssen dann irgendwelche Fragen stellen – genau das wollen wir vermeiden. Zum Teil wird das Portal auch im Geschichtsunterricht genutzt, aber wir können nicht feststellen, in welchem Umfang und wie intensiv. Wir wissen nur, wieviele Downloads wir haben - durchschnittlich 400 am Tag. Wir machen es den Schulen aber leicht, unsere Interviews zum

Beispiel in Lernmodulen zu benutzen, sie haben dafür unsere Genehmigung. Wir haben auch Kontakt mit der Berliner Zweigstelle des amerikanischen Projektes der Shoah Foundation, die ebenfalls Zeitzeugeninterviews für die Nachwelt festhalten. Wir sind aber nicht von denen inspiriert, sondern die Idee entstand aus meiner medienpädagogischen Arbeit. Die Jugendlichen fasziniert an unserem Projekt vor allem die Begegnung mit den Zeitzeugen. Geschichte bekommt eine emotionale Ebene und wird zugänglich. In der eigenen Familiengeschichte wird der Nationalsozialismus auch heute noch eher tabuisiert. Für Jugendliche ist dieses Projekt oft die erste Möglichkeit, mit Zeitzeugen zu reden. In unserem Archiv stehen jetzt rund 40 fertige geschnittene Interviews. Wir führen die Interviews in Berlin, das liegt an der Förderung und daran, dass es in Berlin viele Zeitzeugen gibt. Unser Wunsch wäre natürlich, dass wir auch mal nach Polen oder nach Israel fahren können.

● Hobnox.com



Alexander Gorny, (rechts im Bild), Idee :

Wir haben das Konzept für Hobnox aus der Sicht von Multimedia-Kreativen entwickelt. Die großen Communities wie MySpace und YouTube benutzen zwar Musik, um Reichweiten zu generieren, aber nicht, um gemeinsam etwas Kreatives zu schaffen und zu publizieren. Unsere Startidee war: Wir müssen die Perspektive des Künstlers einnehmen. Wir haben Musik, Film- und Kulturchannel. Und natürlich unser Audiotool – eine browserbasierte Software, um Musik zu machen. De ist momentan noch eine Demoversion, zeigt aber schon, was beim Musik machen im Web alles möglich ist.

Yousef Hammoudah (links im Bild), Idee:

Technologisch ist das, was wir machen, durchaus Web 2.0, wir gehen aber inhaltlich einen Schritt weiter. Zusätzlich zu dem allgemeinen Mitmachweb haben wir eine Redaktion, die den Mitmach-Prozess begleitet und eine gewisse Wertschöpfung ermöglicht, so dass wir für gerade für Nutzer mit kreativem Potenzial ein attraktive Plattform sind. Diese Leute sollen bei uns von erfahrenen Redakteuren gefunden und unterstützt werden. Wir haben zwei Arten von Kernzielgruppen. Die eine ist das typische Publikum unserer Web-TV-Channels, von Teen bis zum 30-Jährigen, der sich ein Konzert seiner Lieblingsband ansieht, das im Fernsehen nicht gezeigt wird. Auf der anderen Seite gibt es die Kreativen, die für Webentertainment sorgen: Musiker, Filmemacher, Leute, die viele musikalische Disziplinen beherrschen und mixen. Deshalb sind unsere Musiktools auch multimedial angelegt und nicht nur auf eine Technik oder ein Genre begrenzt.

Andreas Jacobi (Bildmitte), Idee:

Bei allem, was wir tun, versuchen wir die Perspektive des Künstlers einzunehmen und uns zu überlegen, was dessen Interessen sind. Wie sind seine Werke über die Plattform hinaus für die weitere Vermarktung die er sich vorbehalten möchte geschützt? Welche Tools hat er dafür zur Verfügung? Bei uns ist außerdem die technische Qualität von Videos höher als bei MySpace oder YouTube. Aber wir haben überhaupt nichts dagegen, wenn sich ein Musiker auch ein Profil bei MySpace zulegt. Das ist heutzutage absolut üblich. Bei uns kommen seine Inhalte allerdings in einen Qualifizierungsprozess – ähnlich wie bei Current. Dafür haben wir unterschiedliche Methoden, dafür sind Userstimmen wichtig und am Ende werden Inhalte von Redakteuren ausgesucht und in den Channels vorgestellt. Das ist eine Promotion für denjenigen, der das Material einstellt. Zukünftig werden wir auch verschiedene Modelle einführen, wie Künstlern an Einnahmen partizipieren können.

>>>

- **Literaturport**



Peter Walther, (*Bildmitte*), Gesamtverantwortung:

Literaturport bildet vor allem die Region Berlin und Brandenburg ab und zwar literarisch in Bezug auf Gegenwart und Geschichte. In dieser Begrenzung liegt eine Stärke des Portals. Was wir dort finden, versuchen wir in größtmöglicher Gründlichkeit zu präsentieren. Bei uns gibt es Gegenwartsautoren, die ihre Einträge selbst geschrieben haben und historische Autoren, die in Bezug auf etwa 1000 Orte in der Region indiziert sind. Dazu gibt es Autorentöne, d.h. Audiofiles, die man anhören und herunterladen kann. Außerdem haben wir für den ganzen deutschsprachigen Raum die Rubrik Reise und Stipendien - die größte Datenbankauflistung von literarischen Preisen und Stipendien im Internet. Und es gibt Veranstaltungen. Diese Symbiose aus historischen und aktuellen literarischen Informationen macht den Erfolg von Literaturport aus. Für historische Autoren gibt es viele Spezialisten, die Ergänzungen oder Korrekturen einbringen wollen. Dafür gibt es einen Link "Kontakt aufnehmen", wo man Hinweisen, Fotos oder Literaturangaben hochladen kann. Aufgenommen werden Änderungen aber nur mit überprüften Quellenangaben. Ein speziell konfektioniertes Mobilportal, um unterwegs zum Beispiel auf Wanderung oder Radtouren lokalisierte Informationen in Bild und Ton abzurufen, wäre eine sinnvolle Erweiterung, aber das ist leider nur mit großem technischen Aufwand zu realisieren, und da liegen unsere Grenzen. Wir sind, was viele in diesem Jahr mit dem Grimme Online Award ausgezeichnete Portale ausmacht: nicht üppig finanziert, sondern mehr oder weniger durch Selbstaussbeutung entstanden.

Ulrich Janetzky (*links*), Gesamtverantwortung):

Das Portal ist nicht mit Blick auf eine spezielle Altersgruppe konzipiert und wird auch tatsächlich von allen Altersgruppen genutzt. Urlauber in Brandenburg, die ihren Aufenthalt mit Literarischem und Literaturgeschichtlichem anreichern wollen, sind ebenso dabei wie Nutzer, die mal eben zehn Minuten lang in Autorentöne hineinhören wollen. Es ist etwas für alle dabei, die viel mit Literatur zu tun haben. Sei es, weil sie Gedichte schreiben und kleine Literaten sind ohne je etwas publiziert zu haben oder weil sie literaturversessen sind, Landschaften und Literatur zueinander in Beziehung setzen und von daher neugierig sind auf all das, was sie im Umfeld wahrnehmen. Ein konkretes Beispiel: Wenn Sie mit der Maus ein Rechteck ziehen um die Gegend, wo Sie in der Mark Brandenburg ihren Urlaub verbringen wollen, dann bekommen Sie Fontane oder andere Autoren geliefert. Dann können sie auf Texte klicken und lesen, was über den Ort X oder Y geschrieben wurde. Das bringt Sie länger und intensiver mit der Region in Verbindung, weil Sie einfach besser begreifen, was es bedeutet, dort zu sein. Alle Informationen, die Sie haben wollen, bekommen Sie in einer Form präsentiert, wie Sie das von Google und Co. gewohnt sind. Und wir werden in dem Maße mehr Dienste offerieren, wie die Stellen die dafür zuständig wären, das zu finanzieren, endlich begreifen, das wir diejenigen sind, die solche Angebot machen. Vielleicht braucht es diesen Preis, um zu kapiern, dass wir nicht bloß eine spinnerte Idee umsetzen, historische Autoren ins Internet zu bringen, sondern dass wir das tun, was wichtig wäre für das literarische Erleben und Gedächtnis einer jeden Region.

Interviews: Ulrike Langer

alle Fotos: Grimme-Institut / Jens Becker
