

# Partizipativ – unabhängig – transparent.

## Das Wettbewerbsverfahren zum Grimme Online Award

---

*Vera Lisakowski und Lisa Wolf*

»Hier findet ja eine richtige, konstruktive Diskussion statt – ich dachte, in der Sitzung könnte jeder einfach seine Meinung durchdrücken«, zeigte sich vor einigen Jahren ein besser anonym bleibendes neues Nominierungskommissions-Mitglied des Grimme Online Award überrascht. Und auch sonst wird von außen viel über die Arbeit von Nominierungskommission und Jury spekuliert und über Abhängigkeiten gemutmaßt.

Dabei steht das Grimme-Institut seit 20 Jahren mit seinem Preisfindungsverfahren, das sich an dem des Grimme-Preises orientiert, für würdige und qualitativ hochwertige Preisträger – nicht umsonst gilt der Grimme Online Award als der renommierteste Preis auf seinem Gebiet im deutschsprachigen Raum.

Oft gibt es schon Missverständnisse darüber, wer die Preisentscheidung trifft: Dem Grimme-Institut kommt im Verfahren eine rein organisierende Rolle zu, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schaffen mit ihrer Arbeit zwar die Grundlage für die Entscheidungen von Nominierungskommission und Jury, beeinflussen diese aber nicht und sorgen auch dafür, dass sie nicht von anderen beeinflusst werden.

Diese organisatorische Arbeit beginnt mit der Berufung von Nominierungskommission und Jury. Die beiden Gremien bestehen aus je sieben Mitgliedern, die aus möglichst unterschiedlichen Bereichen der Online-Welt kommen: Journalisten, Wissenschaftler, Gestalter, Netz-Akteure, Usability-Fachleute oder Social-Media-Experten. Wichtig für die praktische Arbeit ist, dass Angebote, an denen ein Mitglied von Nominierungskommission oder Jury verantwortlich beteiligt ist, vom Wettbewerb ausgeschlossen sind. Bei anderen Gründen für eine mögliche Befangenheit enthalten sich die jeweiligen Gremienmitglieder bei der Abstimmung.

## Offenes Einreichungsverfahren

Bevor es aber zu einer Abstimmung kommen kann, muss es Vorschläge geben. Diese können im sechswöchigen Vorschlagszeitraum zu Beginn des Jahres über Online-Formulare eingereicht werden. Dem im Statut verankerten Grundsatz der Partizipation folgend können dabei sowohl Internet-Anbieter wie auch Online-Nutzer einreichen. Kontingente für Produzenten oder Sender oder eine Einreichungsgebühr gibt es nicht – auch um ein möglichst großes Feld an Vorschlägen abzudecken. Das Netz ist unbegrenzt, wer weiß schon, wie viele deutschsprachige, publizistische Online-Angebote es gibt? Sie alle kämen als Vorschläge für den Grimme Online Award in Frage, es gibt keine Einschränkung über das Veröffentlichungsjahr und jeder nicht nominierte Vorschlag kann auch im Folgejahr wieder eingereicht werden – unüberschaubar. Davon möchte der Grimme Online Award wenigstens einen Bruchteil betrachten. Rund 1000 Vorschläge werden es pro Jahr. Über die Relevanz des Preises für Journalisten und Publizisten ist wohl gewährleistet, dass die wichtigsten professionellen Produktionen eingereicht werden. Jedoch gibt es sicher unzählige hervorragende private Angebote, von denen das Grimme-Institut nie erfährt, auch wenn natürlich immer wieder »kleine Angebote« im Wettbewerb reüssieren.

## Arbeit der Nominierungskommission

Die zum Wettbewerb eingereichten Vorschläge werden zunächst im Team des Grimme Online Award vorgesichtet und auf Zulässigkeit geprüft. Erst danach greift die Nominierungskommission über eine Datenbank darauf zu. Um für die Sichtung, die jedes Nominierungskommissionsmitglied für sich durchführt, eine gemeinsame Bewertungsgrundlage festzulegen, bietet das Grimme-Institut eine erste Sitzung der Nominierungskommission an. Hier werden anhand von ausgewählten Angeboten vor allem die Grenzfälle der Kriterien ausgelotet, dies betrifft insbesondere die Grenzbereiche der Publizistik oder der Unabhängigkeit, es wird aber auch diskutiert, ob ein Angebot eine allgemeine Öffentlichkeit anspricht und wie relevant es ist, ob es webspezifisch genug ist für den Grimme Online Award oder ob es der richtige Zeitpunkt für eine Nominierung ist. Besonderen Wert legt die Nominierungskommission – wie im Statut verankert – auf journalistische Qualitätsmaßstäbe, die gesellschaftliche Verantwortung eines Angebotes und ob ein Angebot eine beispielhafte Interaktion zeigt oder damit ein Diskurs ausgelöst wird.

Nachdem alle Nominierungskommissionsmitglieder die Vorschläge gesichtet und auf einer Punkteskala vorbewertet haben, findet die zweite, entscheidende Sitzung der Nominierungskommission statt. In den zwei Tagen, die sie dau-

ert, können nicht alle eingereichten Vorschläge diskutiert werden. Das Team im Grimme-Institut filtert die Angebote heraus, die am höchsten bewertet waren, aber auch die hohe Werte von einzelnen Mitgliedern erhalten haben, und prüft, ob relevante Themen und Zielgruppen in der Auswahl ausreichend berücksichtigt sind. So entsteht ein Portfolio von 60 bis 80 Online-Angeboten, über die in der zweiten Sitzung gesprochen wird. Wobei jedes Nominierungskommissionsmitglied zu jeder Zeit die Möglichkeit hat, Vorschläge erneut in die Diskussion zu holen.

## Kriterien im Raster?

Ein oft gehörtes Missverständnis über die Arbeit der Gremien betrifft die im Statut<sup>1</sup> aufgeführten Bewertungskriterien wie Inhalte, Gestaltung, Innovation, Nutzerfreundlichkeit oder Vernetzung. Von außen betrachtet scheint es so, als würde die Nominierungskommission ein Bewertungsraster mit all den Kriterien über alle zu beurteilenden Angebote legen – und das mit der höchsten Punktzahl in allen Kriterien gewinnt. Ganz so einfach ist es dann aber doch nicht. Denn je nach Thema und Zielgruppe kann es durchaus sinnvoll sein, einige Kriterien gar nicht zu beachten statt das Angebot zu überfrachten. Je nach Anbieter ist es auch gar nicht möglich, alle Kriterien zu erfüllen – so hat zum Beispiel jemand, der ein Social-Media-Angebot betreibt, wenig Einfluss auf die Barrierefreiheit, und eine Einzelperson, die in der Freizeit ein Blog schreibt, wird im Punkt Innovation sicher schlecht abschneiden, es ist aber für diese Form des Angebotes auch gar nicht notwendig. Es hilft also nichts: Die Nominierungskommission muss für jedes einzelne Angebot die Bewertungskriterien individuell betrachten, sie dienen als Orientierung für die Diskussion und sind mitnichten ein absoluter Maßstab. Nur so ist gewährleistet, dass völlig unterschiedliche Angebote miteinander verglichen werden und verschieden große und finanzkräftige Anbieter miteinander in Konkurrenz treten können. Dies bedeutet aber auch, dass jedes einzelne Angebot diskutiert werden muss, offline und von Angesicht zu Angesicht.

In der zweiten Sitzung legt die Nominierungskommission bis zu 28 Nominierte in den vier Kategorien »Information«, »Wissen und Bildung«, »Kultur und Unterhaltung« sowie »Spezial« fest. Die Nominierungen müssen sich dabei nicht gleichmäßig über die Kategorien verteilen, im Statut steht dazu: »Nominierungskommission und Jury sollen die Möglichkeiten aller Kategorien ausschöpfen, können in ihrer Entscheidung aber durchaus Gewichtungen vornehmen.«<sup>2</sup>

1 [https://www.grimme-online-award.de/ueber-den-preis/statut/\(letzter Zugriff 15.01.2020\)](https://www.grimme-online-award.de/ueber-den-preis/statut/(letzter%20Zugriff%2015.01.2020))

2 Ebd.

## Arbeit der Jury

Während das Grimme-Institut nun die Nominierten über die Nominierung informiert, sie zur öffentlichen Bekanntgabe der Nominierungen einlädt und die Veröffentlichungen zur Nominierung vorbereitet, beginnt bereits die Jury mit ihrer Arbeit. Aufgrund der geringeren Zahl hat sie die Möglichkeit, jedes nominierte Angebot intensiv zu prüfen, mehr Podcast- oder Video-Folgen zu sehen und stärker auch in die technischen und inhaltlichen Feinheiten einzusteigen. Die Jury erhält jedoch auch Zugriff auf alle eingereichten Vorschläge mit dem Auftrag, zu prüfen, ob die Nominierungskommission bei der Nominierung möglicherweise relevante Angebote übersehen hat. Sollte dies der Fall sein, hat die Jury die Möglichkeit, bis zu zwei Angebote aus den eingereichten Vorschlägen nachzunominieren und so das Feld der Nominierten auf 30 zu erweitern.

Über mögliche Nachnominierungen wird zu Beginn der zweitägigen Jurysitzung entschieden, in deren weiterem Verlauf eine intensive Diskussion über alle nominierten Angebote geführt wird. »Für die zwei Tage hier müsste man eigentlich als Fortbildung viel Geld bezahlen«, bemerkte vor einigen Jahren ein Jurymitglied, beeindruckt von dem Wissen und den unterschiedlichen Perspektiven, die sich in der Diskussion zeigen. Zahlen müssen die Nominierungskommissions- und Jurymitglieder natürlich nicht, bezahlt werden sie allerdings auch nicht: Für ihre Tätigkeit gibt es lediglich eine kleine Aufwandsentschädigung. Der Verlauf der Sitzung ist ähnlich der der Nominierungskommission, es wird zunächst bei jedem einzelnen Angebot entschieden, ob es in der weiteren Diskussion zur Preisfindung bleiben soll, erst danach wird über die maximal acht Preisträger abgestimmt. »Maximal acht« bedeutet, dass die Jury durchaus auch weniger Preise vergeben kann, genauso wie sie nicht alle Kategorien gleichmäßig oder überhaupt besetzen muss, sie kann sogar Angebote zur Preisvergabe von einer Kategorie in die andere verschieben. Große Freiheiten, die das Grimme-Institut seiner Jury (und auch der Nominierungskommission) gewährt, aber natürlich kann sich die Preisfindung nicht danach richten, ob es der Dramaturgie der Preisverleihung abträglich ist, wenn die Nominierten einer Kategorie alle enttäuscht im Saal sitzen, weil es in ihrer Kategorie gar keinen Preis gibt. Auch solche Entscheidungen werden selbstverständlich nicht unbedacht getroffen, es wird lange und kenntnisreich diskutiert, die Vor- und Nachteile eines jeden Angebotes angeführt, aber auch auf das gesamte Preiskontingent geblickt. Mit der Preisvergabe legt die Jury die Zuschreibung des Preises fest. In der Tradition des Grimme-Preises wird ein Angebot unter Umständen nicht in seiner Gesamtheit ausgezeichnet, sondern es werden einzelne Bereiche und die dafür verantwortlichen Personen hervorgehoben.

## So offen wie möglich

Mit der Festlegung der Preisträger durch die Jury beginnt die Hochphase der Vorbereitungen für die Preisverleihung und die Fertigstellung aller Veröffentlichungen zu den Preisträgern, also des Jurystatements, der Einzelbegründungen, aber auch der Einspielfilme für die Preisverleihung. Denn neben Partizipation und Unabhängigkeit ist Transparenz die dritte zentrale Säule des Grimme Online Award. Neben den grundlegenden Informationen zum Wettbewerb und zur Zusammensetzung von Nominierungskommission und Jury werden schon in der Einreichungsphase alle zulässigen Vorschläge zum Wettbewerb im Internet veröffentlicht. Dies soll Nutzer dazu anregen, sich die eingereichten Angebote bereits vor Auswahl durch die Nominierungskommission anzusehen, eine eigene Beurteilung vorzunehmen und gegebenenfalls weitere, womöglich qualitativ hochwertigere Angebote einzureichen.

Zu den Nominierungen veröffentlicht das Grimme-Institut nicht nur die Begründung der Nominierungskommission, sondern auch Beschreibungen der nominierten Angebote und Interviews mit den Nominierten, um den Nutzerinnen und Nutzern Hintergrundinformationen zu geben. Zudem ist die Bekanntgabe der Nominierung als öffentliche Veranstaltung konzipiert, bei der jede und jeder Interessierte mit den Nominierten in Kontakt treten und von ihnen selbst etwas über ihre Angebote erfahren kann. Das Grimme-Institut versucht, so weit möglich, eine Öffentlichkeit für alle Schritte des Wettbewerbs herzustellen – mit Pressemitteilungen, Newslettern, Social Media, einem Blog, der eigenen Website und einer gedruckten Preispublikation. So werden auch die Online-Angebote hervorgehoben, die zwar qualitativ hochwertig sind, aber vielleicht noch keine so große Öffentlichkeit haben. Dies bestärkt die Macher in ihrer Tätigkeit, kann aber gleichzeitig ein interessiertes Publikum dazu anregen, sich mit publizistischer Qualität im Netz zu beschäftigen. Diesem Ziel dient auch der Publikumspreis, bei dem alle Nutzerinnen und Nutzer parallel zur Juryarbeit ihre Favoriten aus den Nominierten auswählen können – und dabei vielleicht feststellen, dass Nominierungskommission und Jury schon gute Arbeit leisten und eine fundierte Auswahl treffen.

