



PREIS FÜR CROSSMEDIALE PROGRAMMINNOVATIONEN

nordmedia
Film- und Mediengesellschaft
Niedersachsen/Bremen mbH

Expo Plaza 1
30539 Hannover

www.nordmedia.de
info@nordmedia.de

Tel. +49 511/123 456-0
Fax +49 511/123 456-29

Presse: Wibke Schimpf
Tel. +49 511/123 456-22
w.schimpf@nordmedia.de

PRESSEMITTEILUNG

3. März 2017

Preis für crossmediale Programminnovationen 2017

Shining Stars: „Wishlist“ in der Kategorie Online, „Jam FM Takeover“ in der Kategorie Hörfunk und „Galileo: You are President“ in der Kategorie TV

Während der fünften Preisverleihung zeichneten Radio Bremen und die Bremische Landesmedienanstalt (bre(ma) am Donnerstag, dem 2. März 2017, erneut die innovativsten crossmedialen Formate der 70 Einreichungen von privaten und öffentlichen Rundfunksendern aus. Die diesjährigen Crossmedia-Preise gingen an „Wishlist“ (Radio Bremen & MDR für funk) als Beitrag in der erstmalig ausgelobten Kategorie Online. In der Kategorie Hörfunk wurde das Format „JAM FM Takeover“ (93,6 JAM FM Berlin) ausgezeichnet und die Produktion „Galileo: You are President“ (ProSieben) konnte sich über die Ehrung in der Kategorie TV freuen.

Alle Preise wurden am Donnerstagabend im glamourösen Setting des Bremer Schüttings (Handelskammer) in Anwesenheit von rund 150 geladenen Gästen der Medienbranche durch die Juroren Dr. Michael Heiks (Geschäftsführer der TV Plus GmbH), Prof. Egbert van Wyngaarden (Professor für Film und Fernsehen an der MHMK München) und Cornelia Holsten (Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt (bre(ma) an die Verantwortlichen der Projekte überreicht. Lena Döring moderierte das Event, welches von der nordmedia – Film- und Mediengesellschaft Niedersachsen/Bremen mbH verwirklicht wurde.

Die Mystery-Web- und Hörspiel-Serie „Wishlist“ wurde auf YouTube, via funk-App sowie im Radio erfolgreich veröffentlicht. Im Zentrum der Handlung steht die namensgebende App „Wishlist“. Sie kann alle Wünsche erfüllen – doch dafür müssen die UserInnen im Gegenzug immer eine Aufgabe erfüllen. Das junge Team aus kreativen ProduzentInnen und AutorInnen, aufstrebenden



Jungschauspielern und bekannten YouTubern schuf ein Format, welches nicht nur die Zielgruppe von 14- bis 25-jährigen NutzerInnen, sondern auch die Jury begeisterte – und den Preis in der Kategorie Online abräumte.

In der TV-Kategorie wurde die interaktive, crossmediale Wissensdoku „Galileo: You are President“ zum Gewinner gekürt. Das Online- und TV-Experiment ließ die Zuschauenden einen Tag vor der tatsächlichen US-Wahl in die Haut des US-Präsidenten schlüpfen – um in mehreren Szenarien an Stelle des mächtigsten Menschen der Welt Entscheidungen zu fällen. Jedes Szenario stellte die Teilnehmenden vor ein moralisches Abwägen mit sofortigen Konsequenzen. 2,23 Millionen ZuschauerInnen sowie über 180.000 Galileo App-SpielerInnen machten das Format zur erfolgreichsten Galileo-Jahressendung.

Das „JAM FM Takeover“ veranschaulichte, wie aus einem einstündigen Senderbesuch strategisch eine nachhaltige Drei-Tages-Aktion gestrickt werden kann – vom vorhergehenden Hype bis zum kreativen und vielseitigen Content, der bleibt. Dabei wurden alle Channels plattformgerecht bespielt: On Air, Website sowie Social Media via YouTube, Instagram, Snapchat und Twitter fungierten zum Storytelling aktueller Themen. Die Programmaktion überzeugte die Juroren zur Überreichung des Crossmediapreises in der Kategorie Hörfunk.

Musikalischer Input kam dieses Jahr von der namhaften Band Hundreds – die mit ihren elektronischen Sounds und den Hits „Happy Virus“, „Beehives“ und „Machine“ ordentlich Stimmung machten. Im Anschluss an die Preisverleihung genossen die Gäste den Abend bei Häppchen, Drinks und angeregten Gesprächen.

Hintergrund des Preises für crossmediale Programminnovationen

Die zielgerichtete Verzahnung von medialem Content und verschiedenen Ausspielwegen schafft neue Formate. Sie lässt Innovation dort entstehen, wo alte Sehgewohnheiten gebrochen und neue Mischformen ausprobiert werden. Diese inhaltliche, kreative und redaktionelle Verknüpfung unterschiedlicher Channels trägt maßgeblich zur Erneuerung der Medienlandschaft in Deutschland bei. Daher loben Radio Bremen und die Bremische Landesmedienanstalt (bre(ma auch in diesem Jahr den „Preis für crossmediale Programminnovationen“ aus.

www.nordmedia.de/crossmediapreis



Projektbeschreibungen und Laudatio-Auszüge

Kategorie Online: „Wishlist“, Radio Bremen & MDR für funk

Wie weit würdest Du gehen, damit deine größten Wünsche in Erfüllung gehen? Das ist die zentrale Frage in „Wishlist“, der ersten Mystery-Web- und Hörspielserie aus Deutschland. Im Zentrum der Handlung steht die App „Wishlist“. Sie kann alle Wünsche erfüllen – allerdings müssen die UserInnen im Gegenzug immer eine Aufgabe erfüllen. In der wöchentlich erscheinenden Webserie (10 Folgen à 15 Minuten), die auf YouTube und in der App von funk veröffentlicht wurde, entdecken die 17-jährige Mira und ihre Freunde die App und sind anfangs hellauf begeistert von ihren Möglichkeiten. Doch bald müssen sie feststellen, dass ihr Handeln Konsequenzen nach sich zieht, die sie nie erwartet hätten. Die App ist gefährlich... Zusätzlich zur Webserie ist „Wishlist“ auch eine Hörspiel-Serie (10 x 2,30 Min), die in allen Jugendradios der ARD ausgestrahlt wurde. Das Hörspiel basiert auf der Grundidee von „Wishlist“, verfolgt aber einen anderen Erzählstrang: Die App taucht in einem Erziehungscamp in der brandenburgischen Pampa auf und sorgt auch dort dafür, dass sich die Ereignisse schnell dramatisch zuspitzen.

Auszug aus der Laudatio von Prof. Egbert van Wyngaarden

„Wishlist war das bis jetzt erfolgreichste Format von funk in der jungen Zielgruppe. Die Erfinder konnten bereits als YouTube-Produzenten eine Fangemeinde aufbauen. Mit Wishlist dürften sie sich einen großen Wunsch erfüllt haben: das Format hat mehrere Preise gewonnen und es soll nun eine zweite Staffel geben. Vielleicht können wir dann alle auf diese magische App zugreifen?“

Kategorie TV: „Galileo: You are President“, ProSieben

„Galileo: You are President“ ist ein interaktives Online- und TV-Experiment: Die ZuschauerInnen hatten einen Tag vor der tatsächlichen Wahl in den USA die Chance, in die Haut des US-Präsidenten zu schlüpfen und in mehreren Szenarien an Stelle des mächtigsten Menschen der Welt Entscheidungen zu treffen. Jedes Szenario stellt die AkteurInnen vor eine moralische Entscheidung: Waffengesetze verschärfen oder lockern? Für ein Konjunkturprogramm Militär abbauen oder bei der Krankenversicherung kürzen? Über eine App konnten die Zuschauenden mitentscheiden und den Verlauf des Films vom Sofa aus bestimmen. Der Film hat insgesamt acht unterschiedliche Enden: Vom Rücktritt, einem zweiten Vietnam bis hin zur Nominierung zum Friedensnobelpreis war alles möglich. Im TV geht die interaktive Wissensdoku den Weg der Mehrheit. So stimmten am 7. November 2016 die ZuschauerInnen sehr gewissenhaft ab, doch die Kombination ihrer Entscheidungen führte schließlich zu einem der schlimmsten Szenarien.



Auszug aus der Laudatio von Dr. Michael Heiks

„Eine intelligente Verzahnung von TV, Web, App, Online-Video. Das wirklich Spannende hier ist nach Ansicht der Jury, die neue Art des Storytellings. Aus einer TV Sendung wird plötzlich ein Spiel, das dich mitnimmt – und dann wird es ernst. Du wirst zu Entscheidungen gezwungen und erlebst die Konsequenzen.“

Kategorie Hörfunk: „JAM FM Takeover“, 93,6 JAM FM Berlin

Das JAM FM Takeover ist eine immer wiederkehrende Programmaktion von 93,6 JAM FM Berlin – ein gut strukturiertes Format, das zeigt, wie man strategisch präzise, multiplattform-gerecht und crossmedial arbeitet. Aus einem einstündigen Senderbesuch wird strategisch eine Drei-Tages-Aktion gestrickt. Dabei werden alle zur Verfügung stehenden Kanäle genutzt: On Air, Online (Website), Social Media (YouTube, Instagram, Snapchat, Twitter). Die Aktion wird auf allen Kanälen einen Tag vorher angekündigt, findet einen Tag lang statt und klingt am Tag danach aus – stets begleitet von aktuellem und neuem Content.

Auszug aus der Laudatio von Cornelia Holsten

„Das Konzept geht auf! Hier zeigt JAM FM, wie man ein Event glaubhaft und zielgruppengerecht promotet und nachbereitet. Der oft angekündigte „Blick hinter die Kulissen“ ist tatsächlich mal einer, das Publikum kann sich einmischen und erlebt die Gäste von JAM FM von verschiedenen, mitunter unbekannt Seiten. Der Kanal „Snapchat“ wird mit seinen ganz eigenen Stärken eingebunden und ergänzt das Programm sinnvoll. Eine auf den ersten Blick einfache Idee, die perfekt aufgeht. Der „Takeover“ gelingt!“

Partner der Veranstaltung

