

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/78753/1556019/oeffentlich-rechtliche-und-private-sender-stiften-deutschen-radiopreis-grimme-institut-betreut-jury> abgerufen werden.



DEUTSCHER RADIOPREIS 2011

Öffentlich-rechtliche und private Sender stiften Deutschen Radiopreis - Grimme-Institut betreut Jury-Arbeit - festliche Gala in Hamburg

04.02.2010 - 12:00 Uhr, Deutscher Radiopreis

Hamburg (ots) - Deutschland bekommt ein neues, glanzvolles Medienevent: den Deutschen Radiopreis. Mit dem neuen Preis sollen zum ersten Mal gemeinsam getragen von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in insgesamt elf Kategorien die herausragenden Leistungen eines Jahres im Medium Radio ausgezeichnet werden. Erstmals wird der neu geschaffene Preis am 17. September 2010 im Rahmen einer festlichen Gala in Hamburg verliehen - mit prominenten Gästen, musikalischen Top-Künstlern und bekannten Laudatoren. Die Hörfunkprogramme der ARD und die Privatradios in Deutschland stiften den bundesweit ausgerichteten Preis in Kooperation mit der Freien und Hansestadt Hamburg. Als Kooperationspartner fungiert das Adolf-Grimme-Institut: Es betreut die umfangreiche Jury-Arbeit. Die Federführung für die Organisation des Deutschen Radiopreises hat der NDR übernommen.

Peter Boudgoust, ARD-Vorsitzender: "Das Medium Radio hat längst einen eigenen Preis verdient. Es hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag fast aller Menschen. Es ist vielseitig und immer wieder überraschend: informativ und unterhaltsam zugleich. Preise gibt es schon viele, aber mit dem Deutschen Radiopreis kommt jetzt endlich der nationale Preis für das Medium. Eine verdiente Anerkennung für die vielfältigen Leistungen der Radiomacher in Deutschland."

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: "Die Preisverleihung soll dazu beitragen, dem Radio in Deutschland den Platz einzuräumen, der ihm zukommt. Als Marketing-Initiative privater und öffentlich-rechtlicher Radiostationen erarbeiten wir seit 2005 gemeinsam Konzepte und Kampagnen zur Profilierung unseres Mediums im Markt. Der Deutsche Radiopreis ist ein Paradebeispiel im dualen Zusammenspiel, um die Leistungs- und Innovationsfähigkeit von Radio emotional, glamourös und vor allem neutral besiegelt unter Beweis zu stellen."

Prof. Dr. Karin von Welck, Hamburger Senatorin für Kultur, Sport und Medien: "In der Medien- und Kreativhochburg Hamburg werden täglich eine Vielzahl öffentlich-rechtlicher und privater Hörfunkprogramme produziert. Ich freue mich, dass der Deutsche Radiopreis Qualität und Bedeutung dieses unverzichtbaren Mediums hier in Hamburg öffentlichkeitswirksam unterstreicht. Ich bin sicher: Hamburg wird ein guter Gastgeber für den Deutschen Radiopreis sein!"

Uwe Kammann, Direktor des Grimme-Instituts: "Es ist mehr als reizvoll, die Grimme-Qualitätsmaßstäbe auch auf das Radio zu übertragen. Denn bei dieser Jury-Arbeit müssen natürlich die Besonderheiten des akustischen Mediums angemessen berücksichtigt, beurteilt und gewürdigt werden."

Lutz Marmor, NDR-Intendant: "Drei Stunden hört jeder Deutsche im Schnitt täglich Radio - die Faszination dieses Mediums ist ungebrochen. Ein attraktives Medium braucht einen attraktiven Preis, und den gibt es jetzt. Besonders freut mich die gemeinsame Anstrengung öffentlich-rechtlicher und privater Radiomacher. Die Idee zum Preis ist im NDR entstanden, deshalb bringen wir uns bei der Organisation und der Preisverleihungs-Gala in besonderer Weise ein. Für den 17. September planen wir gemeinsam eine Show, die sich hören und sehen lassen kann."

Der Deutsche Radiopreis prämiert die aktuellen Topleistungen von Deutschlands Begleit- und Informationsmedium Nummer eins. Die journalistische Leistung wird dabei ebenso herausgestrichen wie die emotionale Kraft des Hörfunks. Jedes Programm kann maximal drei Produktionen aus dem Zeitraum Juni 2009 bis Mai 2010 einreichen und dabei die Kategorien selbst wählen. Analog zum Deutschen Fernsehpreis ist das Vorschlagsrecht für die Auszeichnungen auf Sender begrenzt, die die Produktionen selbst hergestellt haben oder sie haben herstellen lassen. Die Ausschreibung erfolgt im Mai dieses Jahres.

Eine vom Adolf-Grimme-Institut ausgewählte Jury vergibt Preise in insgesamt elf Kategorien - sie decken die publizistische Breite des traditionsreichsten Massenmediums ab. Ausgezeichnet werden die beste Morgensendung und die beste Reportage, die beste Recherche und die beste Moderation, das beste Interview, die beste Comedy und die beste Musiksendung/Sendung, aber auch die herausragenden Leistungen in den Bereichen Sounddesign, Höreraktion, Sportformat und Innovation. Die Entscheidung über die Gewinner des Deutschen Radiopreises trifft allein die vom Adolf-Grimme-Institut ausgewählte Jury. Sie setzt sich aus neun Experten zusammen. Um eine unabhängige Auswahl und Bewertung der eingereichten Produktionen zu gewährleisten, werden keine Vertreter aus dem Hörfunk der ARD und der privaten Radiosender in der Jury mitwirken. Der Deutsche Radiopreis ist - ähnlich wie die vom Grimme-Institut verliehenen Fernseh- und Onlinepreise - nicht dotiert.

Die Gala wird live im Radio und als Zusammenfassung zeitversetzt im Fernsehen gesendet. Die Koordination des Deutschen Radiopreises liegt in den Händen eines Beirats, in dem die ARD, die Radiozentrale, das Grimme-Institut sowie die Freie und Hansestadt Hamburg vertreten sind.

Die Preiskategorien

Beste Moderation

Personality des Moderators: professionelle Performance, Kreativität, Spontanität, Hörernähe, Emotionalität und Stimme. Herausragende Radiopersönlichkeiten, die Begeisterung für Radio wecken und in ihrer Präsentation die große Breite der Möglichkeiten des Radios nutzen.

Beste Morgensendung

Alle moderierten Sendestrecken in der "Primetime" des Radios. Außergewöhnliche Beispiele für die Kernkompetenz des Mediums. Die Hörer werden auf kreative und kompetente Art unterhalten, informiert und geweckt.

Beste Höreraktion

Interaktionsinitiativen, von Call-in-Aufrufen bis zu Hörerrunden. Auch Off-air-Aktionen. Besondere Ideen, mit denen Radio die Hörer zu Wort kommen lässt, mit ihnen in Dialog tritt und sie zum Teil des modernen Programms werden lässt.

Beste Comedy

Alles, was Spaß macht, ob Primetime-Comedy oder politische Satire. Auch einzelne Sketches, humoristische Aktionen und Serien. Herausragende Formate für Witz und Humor im Radio.

Bestes Interview

Entertainment-Talk oder hintergründiges Interview: sämtliche Gesprächsformen im Radio. Themen von Pop bis Politik.

Beste Reportage

Bunt oder eindringlich, live oder gebaut, kurz oder lang: Radiostücke mit dichter Atmosphäre, packenden O-Tönen und Schilderungen sowie spannender Dramaturgie. Sämtliche Themen, auch unterhaltsame Stoffe.

Beste Recherche

Recherchebeiträge, die politisch, wirtschaftlich oder gesellschaftlich relevante Vorgänge öffentlich machen. Thematisch offen.

Bestes Sportformat

Unterhaltsame O-Ton-Stücke, Live-Reportagen, aktuelle Berichte, Sendungen - alle Formate im Sport.

Beste Musiksendung | Beste Sendung

Alle Sendungen des Tages. Die Show am Nachmittag, am Abend oder auch einzelne moderierte Musiksendungen.

Bestes Sounddesign

Jingles, Dropins, Programmtrailer, Senderkennungen. Auch akustische Gesamtgestaltung von Wellen oder Sendestrecken durch Soundelemente.

Beste Innovation

Neue Radioformate oder -konzepte. Vernetzung von Radio und Internet, Podcast- und Online-Aktivitäten. Initiativen, die auf besondere Weise die Möglichkeiten des modernen Radios verdeutlichen.

@@infblk@@

Pressekontakt:

Deutscher Radiopreis
NDR Presse und Information
Telefon: 040 / 4156 - 2300
Fax: 040 / 4156 - 2199

Originaltext:

Deutscher Radiopreis

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/78753/deutscher-radiopreis>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_78753.rss2