MedienPREIS 2010 Ausschreibung

der DiabetesStiftung DDS – gemeinsam mit dem Lehrstuhl Kommunikations-Wissenschaften der LMU München

---

Der Preis

Der MedienPREIS der DDS gehört laut Fachpublikationen bzw. Verbänden zu den renommiertesten Auszeichnungen Deutschlands. Dennoch wird er 2010 NEU ausgeschrieben, fokussiert auf NEUE Medien.

DIABETES ist eine Pandemie, die Bevölkerung und Volkswirtschaft gleichermaßen bedroht – über 10 Millionen Betroffene in Deutschland.

Der MedienPREIS 2010 richtet sich aktiv an ALLE Medien-Schaffenden, die einen Beitrag zur Eindämmung dieser Pandemie leisten wollen:

- Einsatzfeld NEUE Medien
- Dotierung 5.000,- Euro
- Laufzeit bis Ende 2010 – Einreichungen bis 31.12.10 bei der DDS
- Bewertung primär durch Reichweite und Verbreitung der Botschaft, sekundär durch die Jury – Mitglieder:
  Prof. Hans-Bernd Brosius, München; Ulla Gastes, Mülheim;
  Prof. Rüdiger Landgraf, München; Donald P.T. McLoughlin, Berg; Olivier Memminger, Köln; Prof. Martin Traub, Hannover
- Weitere Infos und Bewerbungs-Unterlagen im Web unter:
  www.diabetesstiftung.de/medienpreis.html

Der Hintergrund

Gesundheitsproblematik Diabetes mit Adipositas („Metabolisches Syndrom“):

- Adipositas und deren Folgen sind eines der größten weltweiten Probleme, gesundheitlich wie volkswirtschaftlich.
- Diabetes Typ 2 ist eine pandemische Zivilisations-Krankheit – die einzige nicht übertragbare, von der UN-Vollversammlung per Resolution anerkannt.
- Etwa 8 Millionen Diabetiker sind in Deutschland in Behandlung.
- Dunkelziffer in Millionenhöhe, ein Drittel der Bevölkerung gefährdet.
- Kosten für Behandlung mit allen Folgen ca. 60 Mrd. Euro p.a. in D.
- Chance = Frühzeitige Risiko-Erkennung („FINDRISK“) zur möglichen Vermeidung der Krankheit mit ihren dramatischen Folgen !

Die Zielsetzung

Anders als zum Beispiel die Krankheit Krebs „elektrisiert“ das Thema Diabetes die Menschen nicht. Bisherige „klassische“ Botschaften und Wege der Kommunikation haben die Problematik nicht entscheidend beeinflussen können.

Deshalb müssen neue Wege „aktiv“ eingeschlagen werden, um die Awareness und das Gesundheitsbewusstsein – zur Vermeidung dieser Zivilisationskrankheiten – bei der Bevölkerung massiv und nachhaltig zu steigern. Es geht um mehr Aufmerksamkeit und Betroffenheit – zur frühst möglichen Risiko-Erkennung (und durchaus möglichen Vermeidung).

Dabei können relevante Themen (z.B. Diabetes – was ist das eigentlich ? / Prävention / Diabetes – was nun ?) und unterschiedliche Zielgruppen (Bevölkerung / potentiell Betroffene Typ 1 und Typ 2 / z.B. auch Allgemeinmediziner als potentielle Diabetologen) konkret – generell unter dem Anspruch „Awareness RISIKO Diabetes“.

Die Umsetzung

Die Aufgabenstellung lautet: Erstellung eines Viralclips, der eine der o.g. Botschaften transportiert. Über Social Networks wie Facebook werden diese Clips dann auf Plattformen wie ‚youtube’ gepostet.

Wer der den ausgelobten Preis bekommt, entscheidet vorrangig nicht eine Jury, sondern die Empfänger der Botschaft, die User. Denn in erster Linie bestimmen die Anzahl der Clicks für die jeweiligen Clips die Gewinner (der Tracking-Algorithmus sollte, in Absprache mit den Plattformen, bis zur Preisverleihung des Wettbewerbes ausgeblendet werden).

Die Vorgaben

Die Rechte Dritter dürfen durch den Beitrag nicht verletzt werden. Der Beitrag darf nicht Gegenstand rechtlicher Auseinandersetzungen sein.

Dazu gehört die unbedingte Vermeidung von Stigmatisierung, Diskriminierung, sexistischer (pornographischer) Inhalte – frei auch von politischen Richtungen, Aussagen …

Alle Rechte an den Beiträgen verbleiben bei den Autoren. Mit der Bewerbung um den MedienPREIS der DDS 2010 erklären sich die Teilnehmer damit einverstanden, dass die prämierten Beiträge von der DDS dokumentiert und im Zusammenhang veröffentlicht werden.

Kontakt

DDS: reinhart.hoffmann@diabetesstiftung.de
Jury: olivier@united-editors.de (Olivier Memminger)