

BEWERTUNGSKATALOG DES GREMIUMS UND DER JURY

Bitte kreuzen Sie auf der Likert-Skala die für Sie zutreffende Ausprägung (Zahl) des jeweiligen Kriteriums an.

Alle Felder in Grün beziehen sich auf die / den Akteur*in des Medienbeitrags & deren / dessen konstruktive Lösung für die Gesellschaft.

Alle Felder in Blau beziehen sich auf die / den Medienschaffende*n & deren / dessen kritisch-konstruktiven Beitrag in verschiedenen Medien.

Name des Beitrags:	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme weder zu noch lehne ab	Stimme zu	Stimme voll & ganz zu
1. Repräsentativität und starke Relevanz des behandelten Problems für die Gesellschaft	1	2	3	4	5
2. Dem gesellschaftlichen Problem wird durch Idee/Initiative/Lösung der Akteur*innen zukunftsorientiert und innovativ begegnet	1	2	3	4	5
3. Change-Potenzial: Die Idee/Initiative/Lösung kann Missstände in der Gesellschaft (perspektivisch) grundlegend verbessern	1	2	3	4	5
4. Neuer Status Quo: Die Idee/Initiative/Lösung hat das Potenzial bestehende Ansätze abzulösen und die einzige relevante Lösung für das gesellschaftliche Problem zu werden	1	2	3	4	5
5. Die Idee/Initiative/Lösung ist praktikabel und umsetzbar, da (perspektivisch) unternehmerisch oder gesellschaftlich tragbar	1	2	3	4	5
6. Replizierbarkeit (z.B. unabhängig von Zielgruppen/Märkten/Ländern) und Skalierbarkeit (erweiterte Anwendbarkeit) sind möglich	1	2	3	4	5
7. Der / die Akteur*in agiert als Vorbild und spendet Hoffnung sowie Motivation für Menschen	1	2	3	4	5

8. Der / die Akteur*in und sein / ihr Vorgehen zeichnet sich durch Kreativität, Durchhaltevermögen und visionäres Denken aus	1	2	3	4	5
9. Die Idee/Initiative/Lösung wird durch den / die Medienschaffende*n anschaulich, nachvollziehbar und detailliert aufgezeigt	1	2	3	4	5
10. Kritische Beleuchtung der Idee/Initiative/Lösung (Grenzen, Risiken, Nebenwirkungen) wird deutlich aufgezeigt und transparent besprochen	1	2	3	4	5
11. Beantwortung der Frage "What now?" ist vollumfänglich und mit klarer Zukunftsperspektive erfolgt	1	2	3	4	5
12. Gesamteindruck: Kritisch-konstruktiver Beitrag hoher journalistischer Qualität mit ansprechend ausgestalteter Storyline liegt vor	1	2	3	4	5
13. Der Beitrag des / der Medienschaffenden ist "inspirierend", "emotional" und "Neugier erweckend"	1	2	3	4	5
14. Der / die Medienschaffende und sein / ihr Vorgehen zeichnet sich durch Kreativität und Recherche-Kompetenz aus	1	2	3	4	5
15. Wirksamkeit: Der kritisch-konstruktive Beitrag hat weitreichende und bedeutende Resultate nach sich gezogen, wie z.B. weitere Berichterstattung, Investments, Spenden	1	2	3	4	5
16. Der Beitrag des / der Medienschaffenden ist bedeutend für die Weiterentwicklung und Verbreitung des konstruktiven Journalismus im deutschsprachigen Raum	1	2	3	4	5

Glossar:

- 1) Das Problem muss mit mind. einem „Sustainable Development Goal“ der UN verknüpft sein.
 - 2) Die Idee/Initiative/Lösung ist nicht nur sehr innovativ, sondern gleichsam darauf ausgelegt, dem beschriebenen gesellschaftlichen Problem sowohl im hier & jetzt als auch in der Zukunft zu begegnen.
 - 3) Die aufgezeigte Idee/Initiative/Lösung hat das Potential, gesellschaftliche Probleme nachhaltig anzugehen & eine grundlegende Verbesserung des gesellschaftlichen Missstandes herbeizuführen.
 - 4) Die Idee/Initiative/Lösung löst den bisherigen Status Quo ab & hat das Potential, andere mögliche Lösungsansätze in deren Relevanz zu übertreffen.
 - 5) Um perspektivisch angewendet/adaptiert/skaliert werden zu können, hat die Idee/Initiative/Lösung Potential, unternehmerisch oder gesellschaftlich tragbar zu sein.
 - 6) Die vorgestellte Idee/Initiative/Lösung soll – bedingt durch die Repräsentanz & Relevanz des zugrunde liegenden gesellschaftlichen Problems – auf weitere Anwendungsfälle replizierbar sein & Möglichkeit zur Skalierung auf andere Zielgruppen/Märkte/Länder etc. bieten.
 - 7) Die/der im Beitrag besprochene Akteur*in ist zum einen Urheber*in der Idee/Initiative/Lösung, zum anderen in seiner Tätigkeit ein Vorbild für andere Menschen, welches diese selbst zum Handeln anregt.
 - 8) Das Vorgehen der/des Akteur*in bzgl. der Ideen-/Lösungsfindung sowie deren Implementierung ist sowohl kreativ als auch visionär & zeugt von starker Resilienz während dieses Prozesses.
 - 9) Die Methode / das Vorgehen der Initiative/Idee/Lösung, das „How?“ sollte so konkret beschrieben sein, sodass Replizierbar- & Skalierbarkeit möglich ist.
 - 10) Risiken, Nebenwirkungen & Grenzen der Initiative/Idee/Lösung werden benannt & diskutiert. Darüber hinaus wird der Ursächlichkeit & den Rahmenfaktoren auf den Grund gegangen.
 - 11) Die/der Medienschaffende gibt einen umfassenden Ausblick auf die künftige Perspektive bzw. die weiteren Schritte, welche in Bezug auf die Idee/Initiative/Lösung durch die/den Akteur*in unternommen werden.
 - 12) Der Beitrag der/des Medienschaffenden zeichnet sich durch dessen hohe konstruktive Qualität aus, die Lesende durch die Ausgestaltung einer attraktiven Storyline von der Ausführung des Problems über den Turningpoint durch die einzelnen Schritte der Idee/Initiative/Lösung begleitet.
 - 13) Konstruktiver Journalismus ist weder positiv noch negativ. Der konstruktive Beitrag informiert & löst bei der Leserschaft Inspiration & Tatendrang aus.
 - 14) Durch den vorliegenden Beitrag wird die Sorgfalt, Recherchekompetenz der/des Medienschaffenden evident, welche der Kreation des konstruktiven Stücks zugrunde liegt.
 - 15) Auf Basis der zusätzlich eingereichten Angaben durch Akteur*in/Medienschaffende*n sind die Auswirkungen/Resultate, die auf den Beitrag folgten, als weitreichend zu beurteilen.
- Disclaimer:** Diese Angaben basieren auf der freiwilligen Einreichung zusätzlicher Informationen durch Medienschaffende*n & Akteur*in
- 16) Der Beitrag der/des Medienschaffenden nimmt eine Leuchtturmfunktion innerhalb des konstruktiven Journalismus in der deutschsprachigen Region ein & dient als Vorbild für weitere Medienschaffende.