

# Direkt zu mir!

---



Oliver Krüth,  
Chefredakteur

Vor einigen Jahren berichtete die Süddeutsche Zeitung über eine Internet-Plattform, die den absonderlichen Weg von Europa in die USA gefunden hatte. Nicht umkehrt, wie sonst. Kein Geringerer als Barak Obama hatte sich die Direkt-zu-Plattform für den Wahlkampf zu seiner zweiten Amtszeit zunutze gemacht. In Deutschland dürfte sie mit [www.direktzurkanzlerin.de](http://www.direktzurkanzlerin.de) ihren prominentesten Ableger haben. Bei der Direkt-zu-Plattform handelt es sich um ein „Promi-Tool“, mit dem ihnen der Kontakt zu ihren Fans erleichtert werden soll. Der Hintergrundgedanke ist folgender: Ein Prominenter hat Fans. Diese haben Fragen und Wünsche an ihr Idol. Wie kann man nun diese Unmenge an Anfragen so strukturieren, um den Arbeitsaufwand für den Promi möglichst gering zu halten? Schließlich kann kein Mensch 3000 E-Mails pro Tag neben seiner eigentlichen Arbeit beantworten.

Die Direkt-zu-Plattform hat eine ziemlich clevere Lösung gefunden. Wer ein Anliegen an Frau Dr. Merkel hat, muss es zunächst einem Themengebiet zuordnen. Sobald das Anliegen verfasst wurde, stimmen andere Nutzer der Plattform darüber ab, ob die Anfrage so relevant ist, dass sie zur Beantwortung an die Kanzlerin weitergeleitet werden soll. Einmal wöchentlich beantwortet sie eine Frage, je nach abgegebener Stimmenzahl. Alle Antworten werden auf einer eigenen Seite gesammelt, einschließlich der Kommentare. So bleibt der Arbeitsaufwand der Kanzlerin überschaubar, sie kann ihre Politik jenseits von Pressemeldungen verargumentieren und die Sympathisanten bekommen nach dem demokratisch eingeübten Mehrheitsprinzip Antworten auf ihre (relevanten) Fragen.

Was hat das nun alles mit videofilmen zu tun? Die Redaktion bekommt ebenfalls Anfragen und Wünsche hinsichtlich der Thematisierung bestimmter Inhalte im Heft. Doch anders als die Kanzlerin haben wir kein Problem mit der Bewältigung der Unmenge an Anfragen, sondern vielmehr mit der Einordnung der Relevanz für die Leser von videofilmen. Ein Beispiel: Ein Leser wünschte sich unlängst einen bundesweiten Vergleich von Anbietern, die VHS-Kassetten auf DVD überspielen. Nach journalistischen Grundprinzipien wie „neu“ und „für die Allgemeinheit relevant“ würde das Thema durchfallen. Daher meine Bitte an Sie: Schreiben Sie mir Ihre Wünsche im Allgemeinen. Stimmen Sie ganz konkret für oder gegen einen Artikel über Dienstleister, die VHS-Kassetten digitalisieren. Schließlich würde ich mich auch freuen, wenn Sie sich die Direkt-zu-Plattform einmal genauer anschauen könnten und sich zu der Idee äußern würden, ob Ihnen eine Adaption auf [videofilmen.de](http://videofilmen.de) gefiele? Sie könnten dann ganz konkrete Themen vorschlagen, über die andere Leser abstimmen. Das am meisten nachgefragte Thema würde im nächsten Heft behandelt und könnte auf [videofilmen.de](http://videofilmen.de) kostenfrei angeboten werden.

**Oliver Krüth**  
Chefredakteur videofilmen  
[oliver.krueth@videofilmen.de](mailto:oliver.krueth@videofilmen.de)