



# DIE MEDIEN DER ZUKUNFT

## *Das Slow Media Manifest*

**Wer in der Informationsüberflutung seine Ruhe finden will, braucht «Slow Media». Wir haben nicht gewusst, dass es sie gibt, stellen aber fest: Der Zeitpunkt gehört dazu.**

→ von Sabrina David, Benedikt Köhler und Jörg Blumtritt

Analog zu Slow Food geht es bei Slow Media nicht um schnelle Konsumierbarkeit, sondern um Aufmerksamkeit sowohl bei der Zubereitung als auch beim Verzehr. Slow Media teilen gerne.

Das Manifest stammt von den deutschen Medienwissenschaftlern Benedikt Köhler, Jörg Blumtritt und Sabrina David und wurde am 22. Medienforum Nordrhein-Westfalen im Juni 2010 vorgestellt. Hier die Kurzversion:

### 1. Slow Media sind und wirken nachhaltig

Sie zielen auf Nachwirkung, werden fair und umweltgerecht hergestellt. Nutzer kommen gerne zu ihnen zurück.

### 2. Slow Media fördern Monotasking

Sie laden die Nutzer ein, sich ihnen aufmerksam und konzentriert zu widmen. Nutzer vertiefen sich gerne in sie.

### 3. Slow Media zielen auf Perfektionierung

Sie verstehen sich als lernenden Organismus, tauschen sich mit der Außenwelt aus und wollen sich kontinuierlich verbessern.

### 4. Slow Media machen Qualität spürbar

Sie sind gut gemacht und ihre Nutzer suchen diese Qualität gezielt auf.

### 5. Slow Media fördern Prosumenten

Prosumenten entscheiden bewusst, wie sie Medien rezipieren und produzieren und beteiligen sich aktiv.

### 6. Slow Media sind diskursiv und dialogisch

Sie suchen und ermöglichen das Gespräch, sprechen und hören zu.

### 7. Slow Media sind soziale Medien

Sie aktivieren die Entstehung von offenen Deutungs- und Interessengemeinschaften.

### 8. Slow Media nehmen ihre Nutzer ernst

Sie kommunizieren aufrecht, hierarchiefrei, freundschaftlich einvernehmlich und auf respektvolle Art kontrovers.

### 9. Slow Media werden empfohlen

Sie rufen danach, zitiert, weitererzählt, verschenkt, geteilt und mitgeteilt zu werden.

### 10. Slow Media sind zeitlos

Sie sind vielschichtig und können auch Jahre später immer wieder neu rezipiert werden.

### 11. Slow Media sind auratisch

Sie leben und strahlen eine Präsenz aus, die über das Material, auf dem sie dargereicht werden, hinausweist.

### 12. Slow Media sind progressiv

Sie bauen auf den Errungenschaften der Netzwerkesellschaft auf und begegnen neuen Medienmöglichkeiten offen und interessiert.

### 13. Slow Media zielen auf Verantwortung bei Rezeption und Produktion

Sie fördern einen mündigen Umgang mit Medien und suchen die Kontexte hinter den Informationen.

### 14. Slow Media werben um Vertrauen und nehmen sich Zeit, glaubwürdig zu sein

Hinter Slow Media stehen echte Menschen. Und das merkt man auch.

Weitere Infos: [www.slow-media.net](http://www.slow-media.net)