

"Spammt uns zu!"

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Sonos / Schweizerischer Verband für Gehörlosen- und Hörgeschädigten-Organisationen**

Band (Jahr): **109 (2015)**

Heft 3

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

«Spammt uns zu!»

Der gehörlose Jonas Straumann hat sich einen Namen gemacht: Die einen kennen ihn aus der Generali-Werbung, die anderen durch sein interaktives Magazin hearzone.net. Das Februar-Kommunikationsforum in Bern bot ihm eine Plattform, um sowohl sein Projekt wie auch seine Gedanken zur Hörbehindertenkultur vorzustellen.

«Bereits beim ersten Treffen differenzieren sich Hörbehinderte über ihren Hör- und Sprachstatus», sagte Jonas Straumann vor seinem interessierten Publikum. «Die ersten Gesprächsfragen, wenn man sich kennenlernt, sind immer: Sprichst du Gebärden- oder Lautsprache, bist du schwerhörig oder gehörlos?»

Sich über die sprachlichen Eigenschaften und den Hörstatus zu differenzieren: So sollte es nicht sein, war die Meinung von Jonas Straumann. Es gebe zu viele Differenzierungen in der Hörbehindertenszene. Letztendlich hätten doch alle die gleichen Interessen, egal, welche Sprache sie benutzen, und egal, ob gehörlos oder schwerhörig: «Wir alle wollen Akzeptanz und Toleranz, wollen Teilhabe und Solidarität.» Der Referent plädierte deshalb dafür, ausschliesslich die Bezeichnung «hörbehindert» zu verwenden.

Über 22'000 Online-Leserinnen und -Leser pro Monat

Jonas Straumann ging im Landenhof zur Schule und absolvierte das KV. Heute engagiert sich der 20-Jährige vielfältig. Er macht Musik und ist in der Werbung des Versicherers Generali zu sehen. Und vor allem ist er Inhaber des interaktiven Online-Magazins hearzone.net. Die Plattform betreibt er zusammen mit sieben weiteren Personen, wobei er der einzige Schweizer ist, der Rest des Teams wohnt in Deutschland. Entsprechend richtet sich [hearzone](http://hearzone.net) an die gesamte D-A-CH-Region (D-A-CH: ein Kunstwort für Deutschland, Österreich und die Schweiz). Online unterhält [hearzone](http://hearzone.net) inzwischen über 22'000 Leserinnen und Leser pro Monat.

[hearzone](http://hearzone.net) hat sich seit seinem Start im September 2013 intensiv entwickelt. Zu den Hauptkomponenten zählen heute News, Events, On-Tour-News, Blogs für Organisationen, Social

Network und eine Zeitschrift, die vor Mai 2015 online zum Download bereitgestellt wurde – neu können Begeisterte die 56- bis 64-seitige Zeitschrift kostenpflichtig im Druck bestellen. Auch gibt es einen Newsletter.

«Kommentare im Netz können Ende Monat im Magazin aufgegriffen werden», sagte der [hearzone](http://hearzone.net)-CEO in Bern und forderte sein Publikum auf, aktiv zu werden: «Bringt eure Meinungen ein, macht Fotos zu Gastbeiträgen, meldet uns Flyer – spammt uns zu!»

Nase zuvorderst haben

Die Macher und Macherinnen von [hearzone](http://hearzone.net) wollen Synergien für alle Hörbehinderten schaffen. Sie informieren, unterhalten – und sie wollen die Nase zuvorderst haben: «Wir pflegen enge Kontakte zu den Firmen. Kommt ein neues Hörgerät oder Hilfsmittel auf den Markt, so sind wir oft die ersten, die darüber berichten», so Jonas Straumann. Diese Kontakte sind es auch, die auf der Werbeseite mittelfristig dazu beitragen sollen, dass [hearzone](http://hearzone.net) ein gutes Business wird.

fm

Links

Jonas Straumanns interaktives Magazin:
www.hearzone.net

[hearzone](http://www.hearzone.net/abo) als Zeitschrift bestellen:
www.hearzone.net/abo

Jonas Straumann im Werbeclip:
www.generali.ch/zuhoren



Jonas Straumann: «Es gibt zu viele Differenzierungen in der Hörbehindertenszene.»