

Verbraucher-Journalistenpreis des Markenverbandes

Fact-Sheet

Ziel des Preises:

Der Preis soll Journalisten auszeichnen, deren Beiträge dem Verbraucher die notwendige Wissensgrundlage für eigenverantwortliche Entscheidungen bei komplizierten Sachverhalten vermitteln und auf diese Weise sachlichen, informativen, politisch und ideologisch neutralen Verbraucherjournalismus fördern.

Schirmherr

Die Schirmherrschaft für den Preis hat Herr Prof. Dr. Roman Herzog, Bundespräsident a.D., übernommen.

Stifter und Initiatorin des Preises

Der Preis wird vom Markenverband e.V. gestiftet. Die organisatorische Abwicklung der Bewerbungen und der Vergabe wird ebenfalls vom Markenverband durchgeführt. Der 1903 in Berlin gegründete Verband ist die Spitzenorganisation der deutschen Marktwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Mrd. Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Mrd. Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen u. a. aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, pharmazeutische Produkte sowie Telekommunikation. Zu den Mitgliedern zählen Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Volkswagen und viele andere renommierte Firmen.

Ideengeberin und Initiatorin des Preises ist Frau Julia Klöckner, MdB und Verbraucherschutzbeauftragte der CDU/CSU Fraktion im Deutschen Bundestag. Frau Klöckner begleitet und unterstützt darüber hinaus aktiv die Entwicklung und Vergabe des Preises. Als Verbraucherpolitikerin weiß die Journalistin, dass Krisen und Skandale leider häufig der einzige Grund sind, um Verbraucherthemen aufzugreifen und um über die Rolle der Konsumenten zu berichten. Eine fundierte und informative Berichterstattung ist aber gerade in diesem Bereich von Nöten, um den Verbraucherjournalismus aus der Skandalecke zu befreien.

Die Jury:

- Gerd Billen, Vorstand Verbraucherzentrale Bundesverband
- Dr. Barbara Brandstetter, Journalistin/Teamkoordinatorin Verbraucherfinanzen der Welt Gruppe
- Prof. Christoph Fasel, Professor für Medien- und Kommunikationsmanagement an der Hochschule für Wirtschaft und Medien in Calw; Mitglied der Verbraucherkommission Baden-Württemberg
- Prof. Dr. Lucia Reisch, Professorin für Konsumverhalten und Verbraucherpolitik an der Copenhagen Business School; Vorsitzende des Wissenschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV und Vorsitzende der Verbraucherkommission Baden-Württemberg
- Dr. Jörg Schillinger, Leiter Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit, Dr. August Oetker KG
- Prof. Dr. Siegfried Quandt, Präsident des Deutschen Fachjournalistenverbandes; Leiter des TransMIT-Zentrums für Kommunikation, Medien und Marketing
- Werner Zedler, Chefredakteur „Der gute Rat“

Prämierungswürdige Beiträge:

Gekürt werden Beiträge im Medium Print, die komplizierte Fragestellungen alltagsrelevanter Themen aus Sicht des Verbrauchers umfassend und gut verständlich erläutern und dem Verbraucher somit die nötige Wissensgrundlage verschaffen, informierte Entscheidungen zu treffen. Die besondere Leistung der Beiträge liegt darin, mit einfachen allgemeinverständlichen möglichst kurzen Darstellungen ein hohes Maß an Erklärungsleistung und so Transparenz bei Themen zu schaffen, die dem Verbraucher im Alltag kompliziert erscheinen oder aufgrund der Vielzahl der Informationen eine schnelle Entscheidung unmöglich machen und intensive und langwierige Vorbereitung voraussetzen. Hierbei werden auch und vor allem die Kriterien des Bemühens um eine Verbraucher-Perspektive, die originelle Thematisierung im Rahmen des vorgegebenen Themenschwerpunktes, die gründliche Recherche sowie die attraktive Darstellung in Sprache, Textform und ggf. Bild berücksichtigt.

Die Themen

Für jedes Jahr wird ein Leitthema festgelegt, zu dem ein erster, zweiter und dritter Preis vergeben wird. Die Themen sind unterschiedlicher Natur, betreffen jedoch immer Fragestellungen, die Verbraucher als besondere Herausforderung empfinden. Hierzu können beispielsweise gesunde und ausgewogene Ernährung, Energiekosten im Haushalt, Telefon-, Internet- und Handytarife oder Verbraucherrechte beim grenzüberschreitenden Warenkauf oder beim Kauf im Internet gehören.

Für das Jahr 2009 lautet der Themenschwerpunkt:

„Finanzkrise – Erkenntnis- und Beratungschancen“

Die Auslobung der Preise beträgt

1. Preis 10.000,-€
2. Preis 5.000,-€
3. Preis 2.500,-€

Zeitablauf und Bewerbungsphase

Bewerbungen werden vom 20. August bis zum 31. Dezember 2009 entgegengenommen. Die Bewerbungen können unter dem Stichwort „Verbraucherjournalistenpreis“ direkt an die Geschäftsstelle des Markenverbandes, Unter den Linden 42, 10117 oder an info@markenverband.de gesendet werden. Angenommen werden alle Beiträge, deren Veröffentlichung im Jahr 2009 (bis zum 31. Dezember 2009) stattgefunden hat.

Die Preisverleihung findet voraussichtlich im März 2010 statt.

Ihr Ansprechpartner im Markenverband:

Dr. Alexander Dröge Leiter Recht &
Verbraucherpolitik
Tel.: 030-20616833
a.droege@markenverband.de