

**Statement Christoph Kannengießer, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes,  
zum Verbraucherjournalistenpreis**

**Berlin, 20.08.2009**

**Es gilt das gesprochene Wort**

---

Sehr geehrte Damen und Herren,

dass Journalismus für die Informationen von Verbrauchern von elementarer Bedeutung ist, ist selbstverständlich und bedarf eigentlich keiner besonderen Erwähnung. Dies gilt für alle Bereiche, seien sie politischer, wirtschaftlicher, wissenschaftlicher oder gesellschaftlicher Natur. Doch warum und mit welchen Zielen vergibt der Markenverband einen Verbraucherjournalistenpreis? Was sind die Interessen der markenorientierten Wirtschaft Verbraucherjournalismus zu goutieren bzw. diesen zu fördern? Der Grund ist, dass qualitativ hochwertiger Verbraucherjournalismus einen wichtigen Beitrag leistet, dass Verbraucher in immer komplizierter werdenden Märkten informierte und bewusste Entscheidungen treffen und damit umgekehrt all jene Unternehmen im Wettbewerb stärken, die ihre Bemühungen am Wohle und Interesse der Verbraucher ausrichten.

Markenorientierte Unternehmen selbst nehmen seit jeher eine Vorreiterrolle bei der Bemühung um den Verbraucher als Kunden ein. Sie investieren jährlich große Summen in die Bedarfsermittlung und Analyse der Kundenwünsche, woraus eine besondere Kompetenz bezüglich der Verbraucherinteressen resultiert. Dieses Wissen wird zur Entwicklung hochwertiger Produkte und Dienstleistungen sowie für Information und Aufklärung eingesetzt und ist somit die Basis im Wettbewerb um die verbraucherfreundlichsten Produkte und Dienstleistungen. Hierbei leisten viele Unternehmen deutlich mehr als ihnen bspw. im Bereich von Informationspflichten auferlegt ist. Gerade markenorientierte Unternehmen bieten vielfach einen besonderen Informationsservice über Telefonhotlines, Faxinformationen, Internetseiten oder über Veranstaltungen. Dabei geht das vermittelte Wissen weit über die reine Produktinformation hinaus. So bieten bspw. viele Lebensmittelhersteller Informationen rund ums Kochen oder hinsichtlich einer gesunden Ernährung an. Hersteller von Haushaltsgeräten oder Waschmitteln geben Haushaltstipps und Ratschläge zum ressourcenschonenden Umgang mit Haushaltsmitteln und Hersteller von Babynahrung bieten Hotlines zu Fragen rund um die Probleme und Herausforderungen einer jungen Familie. Doch auch wenn die markenorientierte Wirtschaft vielfältige Anstrengungen zur Verbraucherinformation unternimmt, sind die enormen Angebote an Waren- und Dienstleistungen, die fast täglich die Angebotslandschaft auch zum Wohle des Verbrauchers bereichern, häufig unüberschaubar oder zumindest nur durch ein langfristiges Befassen mit der Materie nachvollziehbar.

Gerade an dieser Stelle kommt Verbraucherjournalismus eine besondere Bedeutung zu. Der Markenverband möchte deshalb solche Journalisten auszeichnen, die sich um die informative Verbraucheraufklärung verdient machen. Gekürt werden daher Beiträge, die sich mit komplizierten Fragestellungen alltagsrelevanter Themen der Verbraucher befassen und diese sachlich und gut verständlich erläutern und dem Verbraucher auf diese Weise die nötige Wissensgrundlage verschaffen, eine informierte Entscheidung zu treffen. Es wird im Qualitätsanspruch klar, zwischen reißerischen und skandalisierenden Beiträgen und solchen mit einem echten Wissensmehrwert auch in Form von Entscheidungshilfen unterschieden. Mehrwertige Beiträge für den Verbraucher bauschen Probleme nicht unnötig auf, sondern analysieren diese sachlich und liefern dann mit einfach verständlichen Worten ein hohes Maß an Erklärungsleistung und Entscheidungshilfen. Diese Leistung steht vor dem Hintergrund des Leitbildes des Markenverbandes für eine moderne Verbraucherpolitik, die sich um den mündigen, eigenverantwortlichen und informierten Verbraucher bemüht. Dieser will keine staatliche Bevormundung, sondern einen fairen Wettbewerb, bei dem er als Kunde informiert und bewusst Entscheidungen trifft, die je nach seinen eigenen Vorstellungen auch über die Frage von Produktqualität und Preis-/Leistungsverhältnis hinausgehen können und damit direkt Wirkungen im gesellschaftlichen oder ökologischen Verhalten von Marktakteuren entfalten können. Förderungswürdig ist somit die Schaffung von Transparenz und nicht von ideologisch gefärbter Verbraucherbeeinflussung. Zur Erreichung dieses Zieles möchte der Markenverband mit dem Verbraucherjournalistenpreis einen Beitrag leisten.