

Teilnahmebedingungen

MARKENVERBAND Verbraucherjournalistenpreis 2013

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.

Prämierungswürdige Beiträge:

Gekürt werden Beiträge, die in deutschsprachigen Print-Medien oder mit diesen verbundenen Online-Portalen erschienen sind, 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.

Die Auslobung der Preise beträgt

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

Für das Jahr 2013 lautet der Themenschwerpunkt:

„Energiewende – Perspektiven und Probleme für den Verbraucher“

Bewerbungsphase und Einreichungsbedingungen

Angenommen werden alle Beiträge zum Themenschwerpunkt des Jahres 2013, deren Veröffentlichung in deutschsprachigen Printmedien oder mit diesen verbundenen Online-Portalen im Zeitraum vom **1. Januar 2012** bis **30. Juni 2013** stattgefunden hat.

Bewerbungen werden vom **25. Juli 2013** bis zum **31. Oktober 2013** von dem Autor / Autorenteam eines Beitrags entgegengenommen. Pro Autor / Autorenteam kann ein Beitrag eingereicht werden.

Die Preisverleihung findet voraussichtlich im November / Dezember 2013 in Berlin statt. Die Preisträger erklären sich damit einverstanden, dass ihre Namen und die eingereichten Beiträge in Verbindung mit dem Medium öffentlich genannt werden.

Bewerbungen sollten bitte folgende Angaben und Dokumente enthalten:

- Angaben zur Person: Name, Anschrift, Telefonnummer (tagsüber) und E-Mail-Adresse
- Angabe zum Beitrag: Name des Mediums in dem veröffentlicht wurde und Veröffentlichungsdatum
- Print-Beitrag: Original oder Kopie mit Datum der Veröffentlichung
- Online Beitrag: Ausdruck / Screenshot der Internetseite mit Datum der Veröffentlichung

Die Bewerbungen können unter dem Betreff „MARKENVERBAND Verbraucherjournalistenpreis“ direkt an die Geschäftsstelle an s.stohn@markenverband.de gesendet werden.

Mit Einsendung der Bewerbung werden die Einreichungsbedingungen anerkannt.

Ansprechpartner:

Dr. Alexander Dröge

Leiter Recht & Verbraucherpolitik

a.droege@markenverband.de

Johannes Ippach

Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit

j.ippach@markenverband.de

Organisatorisches:

Sandra Stohn

Tel. 030 206168-33

s.stohn@markenverband.de

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 Markenwirtschaft. 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 Dienstleistungen. 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, MdL, Fraktionsvorsitzende der CDU-Fraktion im Landtag von Rheinland-Pfalz. Frau Klöckner begleitet und unterstützt darüber hinaus aktiv die Entwicklung und Vergabe des Preises. Als Verbraucherpolitikerin weiß sie, 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
- Prof. Dr. Barbara Brandstetter, Professorin an der Hochschule für angewandte Wissenschaften - Fachhochschule Neu-Ulm
- 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, „Guter Rat“