



MARKENVERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Verbandskommunikation
presse@markenverband.de

Preisträger für Verbraucherjournalistenpreis 2010 ausgezeichnet

Berlin, 28. September 2010. Den ersten Platz beim Verbraucherjournalistenpreis 2010 erhält Michael Höfling. Den 2. Platz belegt das Team Martin Eisenlauer, Cordula Posdorf, Holger Karheck, Michael Quandt, Nils Starnick. Karsten Seibel erhält den 3. Platz beim Verbraucherjournalistenpreis 2010. Zum ersten Mal wurde heute vom Markenverband der Verbraucherjournalistenpreis vergeben. Dieser Preis steht unter der Schirmherrschaft von Herrn Prof. Dr. Roman Herzog. Der Verbraucherjournalistenpreis würdigt journalistische Beiträge, die komplizierte Fragestellungen alltagsrelevanter Themen aus der Sicht des Verbrauchers umfassend und gut verständlich erläutern. Der Preis wird für jährlich wechselnde Themen vergeben. Aktuelles Thema für den Verbraucherjournalistenpreis 2010 war „Finanzkrise – Erkenntnis- und Beratungschancen“.

„Verbraucherjournalisten sind die Hidden-Stars des Journalismus. Zumeist unspektakulär, aber verständlich, einprägsam und jede Zeile nutzbringend für die Leser, das ist Verbraucherjournalismus“, sagt Dr. Alexander Dröge, Leiter Recht und Verbraucherpolitik des Markenverbandes. Er betont: „Genau deshalb hat der Markenverband den Verbraucherjournalistenpreis gestiftet. Damit können wir den Fokus auf diejenigen richten, die sich durch ihre tägliche Arbeit um den mündigen und informierten Verbraucher bemühen.“

Die Initiatorin und Ideengeberin des Preises, Julia Klöckner, MdB und Parlamentarische Staatssekretärin des BMELV, äußerte anlässlich dessen Verleihung: „Wir brauchen einen Verbraucherjournalismus, der dem Konsumenten die notwendige Wissensgrundlage für eigenverantwortliche Entscheidungen bei komplizierten Sachverhalten vermittelt. Es gilt die Arbeit von Journalisten zu fördern, die es sich zur Aufgabe machen, sachlich, informativ, politisch und ideologisch neutral zu berichten. Ich freue mich, dass es uns mit dem Verbraucherjournalistenpreis gelungen ist, eine Auszeichnung zu kreieren, die genau diese Aufgabe honoriert.“

Michael Höfling, Preisträger des ersten Platzes, informiert mit seinem Beitrag „Was will der Berater wirklich“ die Verbraucher in kurzer und allgemeinverständlicher Form darüber, welche Motive die Anlageberater treiben, welche Auswirkungen dies auf den Erfolg der eigenen Vermögensanlage hat. Die Mischung aus wichtiger Hintergrundinformation in Verbindung mit einer Handlungsanleitung machte den Artikel aus Sicht der Jury prämiierungswürdig.

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin
Telefon +49 (0)30 206 168 50
Telefax +49 (0)30 206 168 750
Postfach 080 629 | D-10006 Berlin
www.markenverband.de

Martin Eisenlauer, Cordula Posdort, Holger Karheck, Michael Quandt, Nils Starnick, teilen sich den zweiten Platz des Verbraucherjournalistenpreises als Team. Die Jurymitglieder hoben hervor, dass dieser Beitrag „Die 50 besten Geldtipps in der Krise“ so besonders ist, weil er nicht Hintergrundwissen rund um die Finanzkrise und deren Entstehung vermittelt. Vielmehr werden Verbrauchern 50 Tipps in all ihren Lebensbereichen präsentiert, mit denen Sie praktisch Geld sparen können. Der hohe Praxisbezug, die verständliche Darstellung und das breite Spektrum der Tipps wurden von der Jury gewürdigt.

Den dritten Platz belegte Karsten Seibel mit seinem Artikel „Welche Beratung rechnet sich?“. Den Lesern vermittelt er gut recherchiertes Wissen rund um das Geschäftsmodell der Honorarberatung. Dabei handelt es sich aus Sicht der Jury um einen Beitrag, der die Verbraucher aufgrund seiner Praxistipps gut auf eigene Gespräche mit Finanzberatern vorbereitet und ihnen veranschaulicht, welche Ziele Honorarberater oder Berater, die auf Provisionsbasis arbeiten, verfolgen.

Aus den bis zum 30. November 2009 beim Markenverband eingegangenen Arbeiten wählte eine unabhängige und hochkarätig besetzte Jury die Preisträger aus. Bei den Jurymitgliedern handelt es sich um: 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; bis zu seiner Emeritierung Leiter des Studiengang Fachjournalistik der Justus-Liebig-Universität Gießen, Werner Zedler, Chefredakteur „Der gute Rat“.

Der Verbraucherjournalistenpreis wird jährlich vergeben und ist mit insgesamt 17.500 Euro dotiert. Unter allen eingereichten Beiträgen zu einer zuvor benannten Fragestellung, werden die Plätze eins bis drei ausgezeichnet. Die Wettbewerbsbedingungen für den Verbraucherjournalistenpreis 2011 werden in Kürze über die Presse kommuniziert.

Ansprechpartner:

Dr. Alexander Dröge

Leiter Recht/Verbraucherpolitik

Tel.: 030/20 61 68 40

a.droege@markenverband.de

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, Mode und Textil, 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.