



Verbraucher-Journalistenpreis des Markenverbandes 2015

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.

Thema 2015:	„Eigenheimfinanzierung“
Einreichungsfrist:	31.3.2016
Erscheinungszeitraum:	1.1.2015 bis 31.12.2015

Voraussetzungen: Beiträge die in deutschen Printmedien oder mit diesen verbundenen Online-Portalen erschienen sind. Beiträge die im deutschen Fernsehen gesendet wurden.

Einreichungsform: Textbeiträge können elektronisch (z.B. Scan) oder in Papierform eingereicht werden. Filmbeiträge müssen in PC-gängigen Formaten (z.B. AVI, MPEG2/4, DivX, WMV etc.) entweder auf Speichermedien wie USB oder externen Festplatten mit USB-Anschluss oder auf CD/DVD eingereicht werden. Bei allen Beiträgen sind die Autoren, das Erscheinungsmedium und das Erscheinungsdatum zu benennen. Bei Online-Beiträgen ist das zugehörige Printmedium zu benennen. Es können nur solche Online-Beiträge berücksichtigt werden, deren zugehöriges Printmedium im Hinblick auf die Reichweite bei der IVW geführt ist.

Die Bewerbungen können unter dem Stichwort „Verbraucherjournalistenpreis 2015“ direkt an die Geschäftsstelle des Markenverbandes, Unter den Linden 42, 10117 oder an s.stohn@markenverband.de gesendet werden.

Die Auslobung der Preise beträgt:

Verbraucherjournalistenpreis Print:	10.000,-€
Verbraucherjournalistenpreis-TV:	10.000,-€



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 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, Fraktionsvorsitzende der CDU Landtagsfraktion Rheinland-Pfalz und Landesvorsitzende der CDU Rheinland-Pfalz. 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:

- **Prof. Dr. Barbara Brandstetter**, Professorin für Wirtschaftsjournalismus
Hochschule Neu-Ulm
- **Prof. Dr. Christoph Fasel**
- **Prof. Dr. Siegfried Quandt**, Leiter TransMIT Zentrum für Kommunikation,
Medien und Marketing an der Justus-Liebig-Universität Gießen
- **Prof. Dr. Lucia Reisch**, Professorin für Konsumverhalten und Verbraucherpolitik
Copenhagen Business School
- **Dr. Jörg Schillinger**, Leiter Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit, Dr. August Oetker
KG
- **Werner Zedler**, OYSTER Verlag GmbH (vormals Chefredakteur „Guter Rat“)

Prämierungswürdige Beiträge:

Gekürt werden Beiträge im Medium Print und TV, 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. 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.



Ihr Ansprechpartner im Markenverband:

Dr. Alexander Dröge Leiter Recht & Verbraucherpolitik

Tel.: 030-20616833

a.droege@markenverband.de