



Medieninformation

Medienpreis Mittelstand: Die Gewinner werden am 8. Februar 2010 ausgezeichnet
Preisverleihung im Technologiepark Berlin Adlershof

Berlin-Adlershof, 08.02.2010

Der renommierte „Medienpreis Mittelstand“ wurde zum siebten Mal vergeben. Die Jury hatte im November 2009 unter mehr als 150 Einsendungen die Preisträger für Print, Online, Hörfunk und TV ermittelt. Die Preisverleihung fand am 8. Februar 2010 anlässlich des Jahresempfangs des Wissenschafts- und Technologieparks Berlin Adlershof statt.

Der „Medienpreis Mittelstand“ wurde 2003 ins Leben gerufen und hat mittlerweile bundesweite Beachtung gefunden. Ziel ist es, Journalisten anzuregen, differenzierte und spannende Bilder vom unternehmerischen Mittelstand in Deutschland zu zeichnen. Der Preis erfüllt eine wichtige wirtschaftspolitische Aufgabe, denn die Medien prägen die Stimmung in Deutschland zu einem erheblichen Teil. Ausgezeichnet werden herausragende Arbeiten, die sorgfältig recherchiert, allgemein verständlich und stilistisch ansprechend formuliert und dem Thema angemessen umgesetzt sind.

Die Schirmherrschaft haben 2009 die Wirtschaftsunioren Deutschland übernommen, der mit rund 10.000 Mitgliedern größte Verband junger Unternehmer und Führungskräfte in Deutschland. Organisiert wird der Wettbewerb von der Agentur wbpr public relations. Der Journalistenwettbewerb wird von der WISTA-MANAGEMENT GMBH, der Germanwings GmbH sowie dem Märkischen Presse- und Wirtschaftsclub und den Wirtschaftsunioren Deutschland. Den Sonderpreis Modernes Bauen präsentiert die ECHO Betonfertigteile GmbH.

Die Preisträger

Preisträger der Kategorie „**Print Überregional**“ sind **Ileana Grabitz** und **Steffen Fründt** mit ihrem Beitrag „Leben nach der Pleite“, erschienen am 25. Januar 2009 in der „Welt am Sonntag“.

Krisenzeiten sind Pleitezeiten. Die Jahre nach dem Lehman-Brothers-Debakel sind solche Zeiten. Wirtschaftsnachrichten sind weitgehend Insolvenznachrichten. Aber was ist eigentlich mit den Menschen, die – gelegentlich sogar noch unverschuldet – so eine betriebswirtschaftliche Bauchlandung hingelegt haben? Wie verkraften die das? Welche psychischen Spuren hinterlässt diese Erfahrung persönlichen Scheiterns? Steffen Fründt und Ileana Grabitz haben mehrere von ihnen besucht und ihre Lebensgeschichten vor und nach der Pleite aufgeschrieben. Ihr Beitrag „Leben nach der Pleite“ für die „Welt am Sonntag“ ist



sauber recherchiert. Neben den Betroffenen kommen Psychologen zu Wort. So gelingt es den Autoren, einen Einblick in die Psyche gescheiterter Unternehmerpersönlichkeiten zu

vermitteln. Der Beitrag überzeugt durch seinen Faktenreichtum, den konsequenten Perspektivenwechsel und eine lebendige Sprache. Und er zeigt, wie das Leben der Betroffenen weiter geht – nach der Pleite.

Miriam Schröder wird für ihren Beitrag „Kriegel kriegt die Krise“, erschienen am 15. Juli 2009 im Berliner „Tagesspiegel“ in der Kategorie **Print Regional** ausgezeichnet.

Miriam Schröder erzählt die Geschichte von Bernd Kriegel, von einem, der nach 1989 auszog, seinen Traum von sozialer Marktwirtschaft zu verwirklichen. Er hat die Silicon Serns AG aus der Taufe gehoben, hat am ganz großen Rad gedreht und am Ende (fast) alles verloren. Es ist die Geschichte einer der vielen „gebrochenen Biographien“ Ostdeutschlands – Menschen, die 1989 unter die Räder hätten kommen können, die aber alles daran setzten, dass genau dass ihnen nicht passiert. Sie führten nach 1989 ein ganz anderes Leben als vorher, wurden, was sie in der DDR nicht werden durften: Unternehmer. Es sind dies die eigentlichen Erfolgsgeschichten des wiedervereinigten Deutschlands. Die Kriegels gehört dazu, auch er am Ende seinen Vorstandsposten verlor. (Immerhin deutet alles darauf hin, dass er weich gefallen ist.) Es gibt viele Kriegels in Ostdeutschlands, die mehr Erfolg hatten.

Miriam Schröder hat eine Geschichte aufgeschrieben, wie ich sie mir als Zeitungsleser wünsche, eine Geschichte, aus der ich herauslesen kann, dass die Autorin sie mit Freude und Leidenschaft geschrieben hat: Aus einem Guss, flott geschrieben, irgendwie spannend, einfühlsam, aber nicht rührselig. Und lang genug, dass sie auf Details eingehen kann. Sie deutet Zusammenhänge nicht nur an, sondern erläutert sie auch. Das ist heute nicht mehr selbstverständlich, in einer Zeit des „Häppchenjournalismus“, der aufhört zu erklären, wenn der Leser beginnt sein Gehirn einzuschalten. Insofern ist das, was Miriam Schröder geschrieben hat, ermutigend. Ich wünsche von ihre viel mehr solcher Geschichten in unseren Zeitungen.

Den **Nachwuchssonderpreis** erhält **Antonia Götsch** für ihre Geschichte „Der Lack ist ab.“, erschienen im Magazin „impulse“ am 3. August 2009.

Ein Thema, an dem sich die Gemüter im letzten Jahr erhitzt haben, ist die Abwrackprämie. Welche Auswirkungen diese von der Regierung als Konjunkturspritze gedachte Förderung auf die verschiedensten Branchen hatte und hat, beschreibt Antonia Götsch in ihrem Artikel „Der Lack ist ab“ sehr treffend. Gut lesbar und nachvollziehbar schildert sie, wie die Abwrackprämie den gesamten Automobilmarkt durcheinander gebracht hat.

Von selbstständigen Verkäufern und Händlern, die kurzfristig vom ausgelösten Boom profitierten, aber langfristig dem Konkurrenzdruck mit den großen Autohäusern kaum werden stand halten können, über große Autohäuser, denen die Prämie ihr Leasinggeschäft und damit ihre Filiale ruinierte, über den Gebrauchtwagenhändler mit eigener Werkstatt, der darüber pleite ging, über Schrottplatzhändler, die statt dem Geschäft ihres Lebens mit Überauslastung und niedrigen Schrottpreisen kämpfen bis zu Spediteuren, denen die Gebrauchtwagen zur Verschiffung nach Afrika fehlen – der Artikel beleuchtet alle Seiten der Abwrackprämie.

Die Schicksale einzelner Personen und Branchen wurden durch Fakten und Experteneinschätzungen ergänzt – ein rundum gut recherchierter und aufbereiteter Artikel.

Für diesen sehr gelungenen Beitrag verleiht die Jury Antonia Götsch den Nachwuchspreis des Medienpreises Mittelstand 2009.

Preisträger in der Kategorie **Hörfunk** ist **Stefan Schmid** mit seinem Feature „Abgewickelt - Wenn Mittelständlern die Pleite droht“, gesendet am 24.06.2009 vom Bayerischen Rundfunk auf der Welle „Bayern 2“.

Spiel mir das Lied vom Tod – so der radiodramaturgische Einstieg in das Insolvenz-Thema, und doch handelt der Beitrag vor allem vom Über-Leben, zeigt, wie aus dem Ende ein Anfang wird. Stefan Schmid hat gute, nachvollziehbare Beispiele gefunden und die entscheidenden Protagonisten zum Reden gebracht. Er verpackt dann Interviews, Informationen und zudem Geräusche und die sparsam aber effektiv gesetzten Musikakzente in ein trotz der trockenen Thematik angenehm hörbares Gesamtkunstwerk. Nach solchen Perlen muss man heutzutage länger tauchen in der Hörfunklandschaft und umso schöner, wenn man eine findet – also einen Autor, der Inhalt und Form beherrscht und eine Redaktion, die dafür Sinn und Sendezeit hat.

Tim Gorbauch wird für seinen Film „Weltklasse – Im Zeichen der Krise“, der am 05.08 2009 im ZDF-Infokanal gezeigt wurde, in der Kategorie **TV Lang** ausgezeichnet.

Da passt alles: Bilder und Musik, Schnitt und Tempo, Text und Sprecher: das ist wirklich schönes Fernsehen. Tim Gorbauch steht drüber, aber in so einem Fall müsste man eigentlich auch noch die Namen derjenigen verlesen, die gedreht, geschnitten und gesprochen haben, geplant, abgenommen und produziert. Nur aus Zeitgründen lasse ich das, um die so gewonnene Zeit zu nutzen, ein weiteres Mal ein Film von Tim Gorbauch zu loben – er war ja schon mal hier. Besonders aufgefallen ist mir diesmal: wie offen die Chefs sprechen. Über die Krise, über schlechte Zeiten, über alles also, worüber man eigentlich lieber schweigt, zumindest der Presse gegenüber. Außerdem: Pressekonferenzen und Hauptversammlungen, in der Regel eine Bilderbremse, hier: ein Ereignis, ein ästhetisches Vergnügen. Chef geht durch die Produktionshalle und schüttelt Mitarbeitern die Hand? Eigentlich verboten: hier: schön anzusehen. Und so weiter und so fort. All das sorgfältig montiert, klug getextet, bestens vertont: da blieb gar keine andere Wahl: Erster Platz!

In der Kategorie **TV Kurz** gewinnt der Beitrag „Elektroporsche“ von **Holger Trzeczak**, der von „DW TV“ am 30.06.2009 gesendet wurde.

Elektroautos sind die Zukunft – heißt es. Die „Stromer“ – wie die Stromgetriebenen liebevoll genannt werden – verdienen in der Öffentlichkeit zunehmend Anerkennung und wecken Kaufinteresse. Dabei werden offenbar die Großen in der Branche gepiesackt von den Kleinen. Nicht aus Fernost – sondern aus dem oberschwäbischen Pfaffenhäusern. Das zeigt der spannende Sechs-Minuten-Beitrag von Holger Trzeczak, der in der Kategorie „TV kurz“ in der Endrunde den ersten Platz belegt hat.

„Elektroporsche“ heißt der Film und gezeigt wird tatsächlich so ein grüner Bolide, an dem allerdings Greenster dransteht. Porsche selbst, so erfährt der Zuschauer, hat sich an dem Projekt nicht beteiligt.

Eine Manufaktur, in der an solchen schnellen Gefährten geschraubt wird, hat es sich zur Herzensangelegenheit gemacht, ganz neue Wege zu gehen. Filmmacher Holger Trzeczak nimmt uns mit auf eine Probefahrt, lässt uns bei Null auf Hundert in fünf Sekunden auf die Instrumententafel gucken, der Fahrtwind pfeift dem Zuschauer um die Ohren. Kein Auspuff, kein Kohlendioxid, nur Staunen. PS-Doktor Alois Ruf hat den Antrieb für den grünen Flitzer entwickelt, sogar für dieses Jahr die Serienproduktion angekündigt und lässt Neugierige vorher unter die Haube schauen.

Holger Trzeczak führt gekonnt vor, wie die Branche sich windet, wie ihre Vertreter nach Erklärungen suchen und Rechtfertigungen finden. Der Beitrag zeigt aber auch, dass die Entwicklung neuer Technologien aus den alten bisherigen gespeist wird. Derweil hat sich Alois Ruf mit seinem grünen Stromer schon auf den Weg gemacht.

Sonderpreis Modernes Bauen

Der Beitrag „Gut gebaut“ von **Sven Rohde**, erschienen im Magazin „Stern“ in der Ausgabe vom 2.4.2009, erhält den **Sonderpreis Modernes Bauen**.

Ein ausgezeichnete Artikel weckt Neugierde und gewinnt den Leser für das Thema. Genau das ist dem Autor Sven Rohde hervorragend gelungen.

Wer trockene Materie erwartet – schließlich geht es in dem Beitrag um den Kauf einer Immobilie und um alles, was dabei beachtet werden muss – der wird überrascht. Vergeblich sucht der Leser nach altbekannten Finanztipps und nach einer ermüdenden Aufzählung von Fehlern, die landläufig beim Hauskauf gemacht werden.

Gleich zu Beginn ködert Sven Rohde mit Begriffen wie „Hormone“, „Emotionen“, „Liebe“ und „Träume“ und betritt damit eine Metaebene, die Interesse für das vermeintlich dröge Thema weckt.

Gut recherchiert, in einer lebendigen, bildhaften Sprache gibt der Autor dem potentiellen Hauskäufer auf eine unterhaltsame Weise nützliche Ratschläge.

„Verliebte verlieren zeitweise Distanz und Urteilsvermögen“, schreibt der Autor – die Liebe zum Thema kann man Sven Rohde nicht absprechen, aber es ist ihm gelungen Distanz zu wahren - und auch das Urteilsvermögen ist ganz sicher nicht verloren gegangen.

Ein mustergültiger und auszeichnungswürdiger Beitrag: „Gut gebaut“ von Sven Rohde.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.journalistenwettbewerb.de
oder www.medienpreis-mittelstand.de oder www.medienpreismittelstand.de



Kontakt:

wbpr Public Relations

Christine Griese

Parkstraße 2

14469 Potsdam

Tel: 0331/ 201 66 71

Fax: 0331/ 201 66 99

E-Mail: christine.griese@wbpr.de

WISTA-MANAGEMENT GMBH

Dr. Peter Strunk

Rudower Chaussee 17

12489 Berlin-Adlershof

Tel: 030/6392-2225

Fax: 030/6392-2236

E-Mail: strunk@wista.de