



## Presseinformation

Nr. 02/07

Berlin Adlershof, 16. Januar 2007

### Prämierung der Sieger des zum vierten Mal ausgeschriebenen Journalistenwettbewerbs „Forum Mittelstand“ am 16. Januar

**Berlin-Adlershof, 16.01.2007** Die Sieger des zum vierten Mal ausgeschriebenen deutschlandweiten Journalistenwettbewerbs „Forum Mittelstand“ stehen fest. Neun der über 70 eingereichten Beiträge werden am Dienstag in den Räumlichkeiten der WISTA-MANAGEMENT GMBH in Berlin-Adlershof ausgezeichnet. Die Preise werden durch Mario Ohoven, Präsident des Bundesverbandes mittelständische Wirtschaft sowie Susanne Gelhard, ZDF, und weitere Jurymitgliedern überreicht. Journalisten und Redakteure aus den Bereichen Print, Online, Hörfunk und TV waren aufgefordert, ihre Beiträge zum Thema Mittelstand einzureichen.

Zum dritten Mal wird der Sonderpreis zum Thema IT und Mittelstand vergeben. Organisiert wurde der Wettbewerb von wbpr Public Relations.

#### **Preisträger der Kategorie Print**

Der 1. Platz - und die damit verbundenen 2.000 Euro - gehen an **Rolf-Herbert Peters**, Redakteur für den Beitrag "Die fränkische Revolution", erschienen im Stern.

Globalisierungsdruck, Preisdumping und blockierende Gewerkschaften - trübe Aussichten am Standort Deutschland? Rolf-Herbert Peters hat ein Gegenbeispiel gefunden. In seinem knappen Magazinbeitrag beschreibt er die Strategie von Loewe-Vorstandschef Rainer Hecker, um sein Unternehmen vor dem drohenden Untergang zu retten: von der bevorstehenden Pleite zurück in die schwarzen Zahlen. Wie das? Durch eine Portion gesunden Optimismus und vor allem durch Vernunft. Hecker dachte nicht nur über die Sanierung des Unternehmens nach, sondern holte dazu seine Belegschaft mit ins Boot. Und gemeinsam haben sie es geschafft. Der Beitrag erzählt die Sanierungsgeschichte in einer klaren kurzweiligen Sprache, wechselt klug zwischen szenischen Beschreibungen, Hintergrundinformation und den Statements der beteiligten Parteien. „Die fränkische Revolution“ von Rolf-Herbert Peters ist eine gelungene Geschichte, mit der er vor allem eines beweist: Man muss nicht unbedingt jammern, man kann als Unternehmen auch etwas tun - am Standort Deutschland.

Über eine Revolution ähnlicher Art berichtet **Thilo Großer**, der Zweitplatzierte in der Kategorie Print, in seinem Beitrag „Es riecht nach Revolution“, erschienen in der FTD Beilage „enable“. Für die Beschreibung des Ideenmanagements durch Mitarbeiter bei einem renommierten deutschen Tabakhersteller, das dem Unternehmen sowohl ideellen als auch finanziellen Gewinn bringt, erhält Thilo Großer den zweiten Preis.

Platz 3 geht an **Walter Beck**, Redakteur bei den Stuttgarter Nachrichten für seinen Beitrag „Wenn Arbeitnehmer zugleich Chefs sind“, erschienen in den Stuttgarter Nachrichten.

#### **Kontakt:**

Christine Griese  
wbpr Public Relations  
Parkstraße 2  
14469 Potsdam

Tel.: 0331/ 201 66 71  
Fax: 0331/ 201 66 77

E-Mail: christine.griese@  
wbpr.de

Dr. Peter Strunk  
Bereich Kommunikation  
WISTA-  
MANAGEMENT GMBH  
Rudower Chaussee 17  
12489 Berlin

Telefon: (030) 63 92 22 25  
Telefax: (030) 63 92 21 99

E-Mail: strunk@wista.de

www.adlershof.de

### **Sonderpreis Nachwuchs in der Kategorie Print**

Den von der Deutschen Post präsentierten Nachwuchssonderpreis erhält Kerstin Kullmann, Redakteurin des Magazins Neon, für ihren gut recherchierten, journalistisch hervorragend aufbereiteten und zugleich provokanten Beitrag „Wer ist hier der Boss?“.

### **Preisträger der Kategorie Hörfunk**

Den mit 2000 Euro dotierten 1. Platz belegt **Karsten Böhne** mit seinem Hörfunkbeitrag „**Teure Handwerker**“, gesendet auf Radio Bayern 2. Das olympische Motto des Hörfunks der letzten Jahre könnte lauten: lauter, flacher kürzer. Womit vor allem natürlich die wachsende Anzahl privat finanzierter Radiostationen gemeint ist. Gut ist dann aber auch, dass es noch solche Sender gibt wie zum Beispiel Bayern2, mit Platz für Hintergrund, für Recherche, gründlichen Journalismus. Für 30 Minuten zu einem Thema. Ein Stück – von einem Autor. Private Radiomacher wüssten jetzt schon nicht mehr, wovon die Rede ist. Von dem Stück „Teure Handwerker“, das der Autor Karsten Böhne für Bayern2 produziert hat und das eine halbe Stunde lang ist, aber nicht langweilig, das unterhält, aber nicht aufhält, das also zeigt, wie mit der ganzen Vielfalt des Hörfunk-Handwerks 30 Minuten vergehen wie im Fluge und am Ende hat man auch noch etwas gelernt. Und zwar nicht nur über Schwarzarbeit, Mehrwertsteuer und Minijobber, sondern auch über Dispersionsfarben, Malergesellen und Gewinnspannen. Der Autor hat es vermocht, aus dem trockenen Thema einen sehr lebensnahen, abwechslungsreichen und dramaturgisch professionell gebauten Beitrag zu bauen. Besonders gefiel der Jury die geschickte Verzahnung der gut ausgesuchten Protagonisten und die darin eingebettete lehrreiche aber nicht belehrende Vermittlung der für das Thema relevanten Daten und Fakten. Wir wissen nicht, wie teuer dieses Handwerk war, aber es ist wirklich gutes Handwerk und dafür gibt es den ersten Preis dieser Kategorie.

### **Preisträger der Kategorie TV**

**Hans-Georg Moeck**, Freier Journalist, erhält für den Beitrag „Teekampagne“ gesendet im Magazin WAS im rbb Fernsehen, den ersten Preis.

In dem Beitrag „Teekampagne“ geht es um eine einfache, sehr anschauliche – und verblüffende Geschichte: Ein Professor aus Potsdam möchte seinen Studenten beweisen, dass seine Theorien zu Handel, Ökologie und Wirtschaftlichkeit nicht nur Gedankenspiele sind. Er setzt sie in die Praxis um. Er beginnt mit Tee zu handeln, ein weltweites Netz aufzubauen. Seine Marketing-Idee: Gute Qualität, Beschränkung auf nur eine sorgfältig ausgesuchte Teesorte und niedrig gehaltene Verpackungskosten. „In der Einfachheit liegt die höchste Vollendung“ – so das Motto.

Der Plan geht auf, der Professor und sein Tee sind machen Furore – nicht nur in Deutschland, sondern auch international sogar bis ins Teetrinker-Land Japan. Die Teekampagne wird zum größten Teeversandhaus Deutschlands.

Eine Erfolgsgeschichte wie aus dem Bilderbuch – und ein wunderbares Beispiel dafür, wie Mittelstand entstehen und wachsen kann: mit einer schlaun Idee, guten Produkten, geschickter Umsetzung.

Der Beitrag beschreibt die „Teekampagne“ von der Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung.

Er reist mit der Kampagne von Kontinent zu Kontinent: Angefangen in Potsdam über Indien an den Fuß des Himalaya, wo der Darjeeling gepflückt wird, immer weiter bis ins Geschäft zum Verbraucher.

Dabei werden auch die sozialen und ökologischen Komponenten des Projekts erwähnt.

Ein positives Beispiel, vom Autoren Hans-Georg Moeck vom RBB-Fernsehen und die Sendung WAS „Wirtschaft, Arbeit Sparen“ einfallsreich umgesetzt – entschied die Jury. Ein Beispiel vor allem, das Mut macht – und Lust auf kreatives Unternehmertum über alle Grenzen hinweg.

Den 2. Platz in der Kategorie TV belegt **Klaus Stern** mit seinem Film „Gestatten, Bestatter“, gesendet im WDR Fernsehen. Nach seinem bereits im vergangenen Jahr ausgezeichneten Werk "Weltmarktführer - Die Geschichte des Tan Siekmann", zeigt Klaus Stern diesmal die Arbeit eines Insolvenzverwalters. Der Autor kommentiert, wie bei seinen Dokumentationen üblich, weder Bilder noch Statements. Der Insolvenzverwalter wird so in Szene gesetzt, dass es nichts hinzuzufügen gibt.

Den 3. Platz belegte Oliver Schmid mit seiner sehr anschaulichen, ja fast beschaulichen Reportage über „Tante-Emma-Läden auf Rädern“, gesendet im Fernsehen des Hessischen Rundfunks.

### ***Sonderpreis IT und Mittelstand***

Der Beitrag „Digitaler Müllberg“ von **Stefanie Heyduck**, erschienen im Magazin Business & IT, gewinnt den Sonderpreis IT und Mittelstand.

Stefanie Heyduck ist es mit ihrem Beitrag „Digitaler Müllberg“ gelungen, das Phänomen digitaler Postwurfsendungen, den so genannten Spam, zu entmystifizieren. Herausragend ist die präzise und umfassende Recherche. Sie stützt sich auf Urteile namhafter IT-Experten und setzt damit den Leser umfassend über alle themenrelevanten historischen, wirtschaftlichen und juristischen Aspekte dieser digitalen Post kompetent ins Bild.

Im Ganzen hat es die Autorin verstanden, einen an sich spröden Stoff sehr verständlich und unterhaltend zu präsentieren und hat damit auch nicht speziell vorgebildeten Lesern die Möglichkeit verschafft, tiefer in die Geheimnisse der IT-Welt einzudringen und mögliche Berührungsängste abzubauen.

Der Journalistenwettbewerb wurde unterstützt von der Deutschen Post, Air Berlin, Germanwings, Eplus und Robowatch Technologies und der WISTA-MANAGEMENT GMBH. Der Sonderpreis IT und Mittelstand wird präsentiert von Symantec.

Weitere Infos zum Wettbewerb erhalten Sie unter:  
**[www.journalistenwettbewerb.de](http://www.journalistenwettbewerb.de)**