

KONSUMENT

Das österreichische Testmagazin

AUSSCHREIBUNG

VKI-Preis für jungen Journalismus 2021

Der VKI ist eine Non-Profit-Organisation. Seit 1961 vertritt er die Interessen von Konsumentinnen und Konsumenten, stärkt ihre Position und informiert sie über ihre Rechte und Pflichten. In seinem wichtigsten Sprachrohr, dem monatlich erscheinenden **Testmagazin KONSUMENT**, veröffentlicht der VKI jährlich mehr als hundert vergleichende Waren- und Dienstleistungstests. Das Ziel ist es, Verbrauchern unabhängige, objektive und seriöse Informationen zur Verfügung zu stellen. Mehr über uns und unser Leistungsportfolio finden Sie auf www.vki.at. Der VKI schreibt anlässlich seines 60-Jahr-Jubiläums erstmals einen VKI-Preis für jungen Journalismus aus. Ausgezeichnet werden herausragende Artikel in der Verbraucherinformation. Sie widmen sich komplexen Fragestellungen mit Relevanz für Konsumentinnen und Konsumenten, berichten aus dem Blickwinkel von Verbrauchern und legen den Fokus auf „Digitalisierung“ und „Nachhaltiger Konsum“.

INHALTLICHE VORAUSSETZUNGEN

Mit dem VKI-Preis für jungen Journalismus werden herausragende Beiträge von Journalistinnen und Journalisten unter 30 Jahren gewürdigt, die Aspekte des täglichen Konsums und des Verbraucherschutzes mit Fokus auf „Digitalisierung“ und „Nachhaltigkeit“ beleuchten und mit entsprechender Relevanz für Konsumentinnen und Konsumenten aufbereitet sind. Die Gewinnerbeiträge werden in der September-Ausgabe von KONSUMENT veröffentlicht.

Nominiert werden können Beiträge, die in deutscher Sprache und in schriftlicher Form verfasst sind; sie sollen sich für Print- und Online-Medien eignen und können aus allen journalistischen Textgattungen stammen. Nicht eingereicht werden können bereits veröffentlichte Texte. Als Bewertungskriterien gelten:

- Ist der Beitrag für viele Menschen von Bedeutung?
- Ist er aus Konsumenten-Sicht verfasst?
- Ist er sorgfältig recherchiert?
- Ist er für ein breites Publikum gut verständlich?
- Bauen die Aussagen auf soliden Fakten auf?

Alle eingereichten Beiträge müssen der publizistischen und journalistischen Sorgfaltspflicht bzw. den presserechtlichen Bestimmungen entsprechen. Ein Verzeichnis der verwendeten Literatur und zitierter Quellen muss mit eingereicht werden.

ZIELGRUPPE UND EINREICHBEDINGUNGEN

Teilnahmeberechtigt sind (Berufs-)Journalistinnen und Journalisten bzw. journalistische Bloggerinnen und Blogger, die nicht älter als 30 Jahre sind (Geburtsjahrgang 1991 und jünger). Das Preisausschreiben richtet sich zudem explizit auch an angehende Journalistinnen und Journalisten in Ausbildung. Neben Einzelpersonen können sich auch Autorenteamer bewerben. Je einreichender Person dürfen pro Themenkategorie maximal ein Beitrag bzw. in Summe maximal zwei Beiträge nominiert werden. Die Länge Ihres Beitrags bzw. die Zeichenanzahl bleibt Ihnen überlassen.

THEMENKATEGORIEN

Unten finden Sie eine Auswahl von Themenvorschlägen in zwei Kategorien, denen Sie sich in Ihrem Beitrag widmen können. Selbstverständlich können Sie auch Beiträge zu selbst gewählten Themen einreichen.

Kategorie 1 „Digitalisierung“

Praktisch alle gesellschaftlichen Lebensbereiche sind von Digitalisierung, künstlicher Intelligenz, interaktiver Vernetzung und „Big Data“ durchdrungen. Dies bringt sowohl Chancen als auch Gefahren mit sich.

Ihr Beitrag könnte sich z.B. diesen Fragestellungen widmen

- Welche Vorteile ergeben sich dadurch für uns Konsumentinnen und Konsumenten und welche für den Handel bzw. die Dienstleistungsunternehmen? Welche Nachteile gehen damit für beide Seiten einher, wer sind die Gewinner, wer die Verlierer? Welche (volkswirtschaftlichen) Konsequenzen hat die Tatsache, dass wir immer mehr Tätigkeiten selber erledigen (Stichwort: Schattenarbeit)? Geht es mit der Digitalisierung auch unaufhaltsam in Richtung „gläserner Mensch“? Braucht es Regulierungsmaßnahmen von staatlicher Seite oder auf EU-Ebene?
- Noch nie war der Zugang zu Informationen so einfach; aber noch nie war es auch so einfach, Fake News in die Welt zu setzen und Bewertungen zu fälschen. Wo verlaufen die Linien zwischen seriöser Information bzw. Testarbeit und gekauften Beiträgen? Wie können Konsumentinnen und Konsumenten seriöse Quellen von unseriösen unterscheiden? Welche neuen Kommunikationswege sollten Konsumentenschutzorganisationen in Zukunft beschreiten, welche Kanäle nutzen, um sich eindeutig zu positionieren und die Menschen bestmöglich zu erreichen?

Konkretere Fragestellungen zur Inspiration für Ihren Beitrag in der Kategorie „Digitalisierung“

- **Digitalisierung und Diskriminierung.** Auch wenn viele Seniorinnen und Senioren Tablets bedienen können – viele Prozesse im Konsumenten-Alltag sind für eine große Gruppe von Menschen mit beträchtlichen Hürden verbunden. Von manchen Angeboten und Möglichkeiten sind sie sogar völlig ausgeschlossen. Gibt es Unternehmen oder Initiativen, die gegensteuern?
- **Digitalisierung und Schattenarbeit.** Ob in der Bankfiliale, am Flughafen, an der Tankstelle oder im Logistik-Bereich: Die Konsumenten erledigen immer mehr selbst. Wer profitiert davon in welchem Ausmaß und in welchem Bereich? Habe ich als Kunde mehr Freiheit, ein besseres Angebot, günstigere Preise, andere Vorteile? Was bedeutet das für die Volkswirtschaft?
- **Alles super im Supermarkt der Zukunft?** Die Folgen der Digitalisierung. Dynamic pricing, Selbstbedienungskassen, Beratungsroboter ... Was kommt da noch alles? Für wen ist das ein Fortschritt? Wo liegen da die Vorteile für die Konsumenten?

Kategorie 2 „Nachhaltiger Konsum“

Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Entwicklung sind zwei der großen Themenbereiche unserer Zeit und zudem fester Bestandteil der Berichterstattung im Testmagazin KONSUMENT.

Ihr Beitrag in dieser Kategorie könnte sich z.B. diesen Fragestellungen widmen

- Erkenntnisse aus der Jugendforschung deuten darauf hin, dass eine neue Konsumentengeneration heranwächst, die dieses Thema sehr ernst nimmt. Nachhaltigkeit ist allerdings auch eine Kostenfrage. Gibt es Projekte, Initiativen, Angebote, die Nachhaltigkeit und Leistbarkeit für junge Menschen unter einen Hut bringen?
- Im Jahr 2020 hat die Pandemie unseren Alltag über viele Monate hinweg beeinträchtigt. Gibt es Hinweise darauf, dass der Rückzug ins Private, die Regionalisierung und Entschleunigung in unserem Konsumverhalten Spuren hinterlassen, es tatsächlich nachhaltig verändert haben? Welche Chancen wurden ergriffen, welche sind ungenutzt vorübergegangen, welche befinden sich weiterhin in realistischer Nähe?

Konkretere Fragestellungen zur Inspiration für Ihren Beitrag in der Kategorie „Nachhaltiger Konsum“

- **Social Media – Shitstorm der Konsumenten?** Noch nie war es so einfach, Feedback zu geben, eine Kampagne zu starten, große Reichweiten für Ärger oder Lob zu erzielen, gemeinsam Druck auf Unternehmen auszuüben. Zu recherchieren ist, welche Instrumente in welcher Form und mit welchem Erfolg genutzt werden. Positive (z.B. Crowdfunding) wie negative (Boykottaufrufe).
- **So geht Faktencheck! Auf der Suche nach „Wahrheit“ im Netz.** Noch nie war der Zugang zu Informationen so einfach. Aber noch nie war es auch so einfach, Unsinn mit großer Breitenwirkung (und mitunter fatalen Folgen) in die Welt zu setzen. Fakes sind nicht immer sofort erkennbar. Dabei gibt es ein paar Grundregeln, die allgemeine Gültigkeit haben. Wie kann man Glaubwürdigkeit selbst überprüfen, was deutet auf seriöse/unseriöse Quellen hin? Auch praktische Anleitungen und Tipps sind erwünscht – Beispiel: Wie kann man Echtheit eines Fotos prüfen u.Ä.
- **Amazon statt Greissler?** Influencer-Video statt konsument.at? Wie treffen junge Menschen ihre Kaufentscheidungen, wie informieren sie sich, wo kaufen sie warum ein? Ein Gedankenexperiment: Ein 20-Jähriger aus den 1980er- oder 1970er-Jahren und ein 20-Jähriger aus 2021 besorgen Weihnachtsgeschenke.

- **COVID-19 und die Folgen in der Konsumwelt.** Die Pandemie hat unseren Alltag verändert. Welche längerfristigen Folgen für Kundinnen und Kunden sind abzusehen? Gibt es Hinweise darauf, dass Regionalisierung, Nachhaltigkeit, „Entschleunigung“ auch in unserem Konsumverhalten Spuren hinterlassen?
- **Nachhaltig konsumieren für eine bessere Welt.** Befunde aus der Jugendforschung deuten darauf hin: Wächst da eine neue Konsumentengeneration heran, die Nachhaltigkeit sehr ernst nimmt? Größte Hürde: das Budget. Gibt es Projekte, Initiativen, Angebote, die Nachhaltigkeit und Leistbarkeit für diese jungen Menschen unter einen Hut bringen?

NOMINIERUNGEN

Der VKI-Preis für jungen Journalismus 2021 wird in den Kategorien „Digitalisierung“ und „Nachhaltiger Konsum“ ausgeschrieben.

Es gibt **drei Preise pro Kategorie**, davon je einen 1. Platz, der mit **1.500 Euro** prämiert wird. Der 2. und der 3. Platz sind je Kategorie mit **1.000 Euro** bzw. **500 Euro** dotiert.

Die eingereichten und prämierten Texte der Preisträgerinnen und Preisträger werden in der KONSUMENT-Jubiläumsausgabe im September 2021 sowie auf www.vki.at und www.konsument.at mit Namensnennung veröffentlicht.

ABSTIMMUNGSPROZEDERE/GEWINNERERMITTLUNG/ZEITPLAN

Eine Fachjury – siehe unten – erstellt aus allen Einreichungen eine Shortlist mit den Finalisten (5 Artikel je Kategorie). Diese 10 Artikel gelangen in einem öffentlichen SMS-Voting zur finalen Gewinnerermittlung. Jene Finalisten, die die meisten Stimmen erhalten, gewinnen die Ausschreibung.

Die Shortlist mit den Finalisten wird Ende Mai 2021 auf www.vki.at/journalistenpreis veröffentlicht. Das öffentliche SMS-Voting erfolgt im Juni 2021. Details dazu werden demnächst ebenfalls auf www.vki.at/journalistenpreis bekannt gegeben. Die Gewinnerinnen und Gewinner des VKI-Preises für jungen Journalismus 2021 werden im Juli 2021 benachrichtigt.

ANMELDUNG, EINREICHUNG UND FRISTEN

Bewerbungen sind nur in elektronischer Form möglich.

Reichen Sie Ihren Beitrag bis spätestens 31. März 2021, 23:59 Uhr, auf www.vki.at/journalistenpreis ein.

Füllen Sie dazu das Online-Bewerbungsformular aus und laden Sie die geforderten Dateien hoch. Ihre Bewerbung sollte neben dem nominierten Text auch eine Begründung für Ihre Auswahl, eine Liste verwendeter Literatur sowie eine kurze Zusammenfassung des Beitrags enthalten.

FACHJURY

Delna Antia-Tatić | das biber
 Stefan Apfl | hashtag.jetzt
 Matthias Däuble | ORF – Ö1
 Fritz Jergitsch | Die Tagespresse
 Katharina Schell | APA
 Nana Siebert | Der Standard
 Gerhard Frühholz | Testmagazin KONSUMENT

Sollten weitere Jurymitglieder folgen, werden diese auf www.vki.at/journalistenpreis bekannt gegeben. Wir freuen uns auf Ihre Einreichung!