

# Pressemitteilung

Bonn, 06.01.10

## Der W(ahl)-Award

Der W(ahl)-Award der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb nimmt die Berichterstattung vor der Wahl in den Fokus: journalistisch überzeugende Arbeiten, die auf einzigartige Weise demokratisches Bewusstsein schärfen. "Politisch engagierte Journalistinnen und Journalisten sind Wahlkämpfer mit besonderem Anspruch. Jede originelle Wahlberichterstattung vor der ersten Hochrechnung ist eine Chance, Wahllust zu wecken - und damit ein Quotenbringer für die Demokratie", so bpb-Präsident Thomas Krüger.

In diesem Jahr wird der mit insgesamt 11.500 Euro dotierte Journalistenpreis bereits zum dritten Mal vergeben. Bewertet wurden die Beiträge durch eine unabhängige Jury aus erfahrenen Print- und Hörfunk-Journalistinnen und Journalisten. Die Preisträger des W-Award|09 zeichnen sich durch ihre große journalistische Ideenvielfalt und Qualität aus und sind damit auch wichtiger Impulsgeber eines engagierten Journalismus.

## Print

### 1. Preis

#### für die Neue Osnabrücker Zeitung (NOZ)

Die Wahl multimedial: Die NOZ hat alle Register gezogen und für die Bundestagswahl im Blatt, online und per Video zum Mitbestimmen angestiftet. Kernstück der Teamleistung von Mantel- und Lokalredaktionen war die Wahl-Serie „Wir wählen unsere Zukunft“. Die NOZ brachte dabei unter anderem ein Porträt der aus Osnabrück stammenden Büroleiterin von Angela Merkel. Sie befragte ihre Auslandskorrespondentin in Peking, was man in China vom Wahlkampf in Deutschland mitbekommt. Die Redaktion analysierte Onlineauftritte von Politikern und verteilte Kopfnoten fürs Kabinett. Anschließend kreierte die NOZ eine fiktive Stellenanzeige fürs Kanzleramt und entwarf ein ganzseitiges Würfelspiel „Auf dem Weg nach Berlin“. Sie setzte auch auf überraschende Interviews – etwa mit der Psychoanalytikerin Margarete Mitscherlich über „Merkel, Männer und Macht“. Und täglich im Blatt: das Wahl-Lexikon. Ein besonderes Angebot machte die Zeitung mit ihrem Schüler-Wahl-Abo: In den vier Wochen vor der Bundestagswahl gab es für Schulklassen die NOZ zum Nulltarif.

Die Jury meint: „Das schwerste journalistische Pfund, das eine Tageszeitung zur Bundestagswahl 2009 geboten hat: ausgesprochen guter Journalismus – multimedial präsentiert. – Nachahmenswert!“

### 2. Preis

#### für die Volontäre der Rhein-Zeitung

Der Redaktionsnachwuchs der Rhein-Zeitung machte zur Bundestagswahl mobil. Die Volontäre reisten mit einem Wahl-Mobil vier Wochen lang kreuz und quer durch Rheinland-Pfalz. Dabei berichteten sie

#### Kontakt bpb-Lokaljournalistenprogramm:

Bundeszentrale für politische Bildung  
Berthold L. Flöper  
Adenauerallee 86  
53113 Bonn

Tel.: +49 (0)228 99 515-558

Fax: +49 (0)228 99 515-586

[floeper@bpb.de](mailto:floeper@bpb.de)

[www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm](http://www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm)

#### Pressekontakt bpb:

Bundeszentrale für politische Bildung  
Daniel Kraft  
Adenauerallee 86  
53113 Bonn

Tel +49 (0)228 99515-200

Fax +49 (0)228 99515-293

[presse@bpb.de](mailto:presse@bpb.de)

[www.bpb.de/presse](http://www.bpb.de/presse)

# Pressemitteilung

Bonn, 06.01.10

hautnah über das, was die Bürgerinnen und Bürger im Wahlkampf bewegt. Zusammen mit dem privaten Radiosender RPR1 entstand so ein crossmediales Projekt – immer auf der Spur der Wähler vor Ort und im ständigen interaktiven Dialog durch Fotos, Videos, Blogs, Aktionen sowie Tweets auf der eigenen Homepage [www.wahlmobil.de](http://www.wahlmobil.de).

Die Jury meint: „Wahlkampf konsequent und interessant multimedial aufbereitet – informativ und bürgernah. – Nachahmenswert!“

## 3. Preis

### **für den Braunschweiger Zeitungsverlag (Braunschweiger Zeitung | Wolfsburger Nachrichten | Salzgitter Zeitung)**

Der Braunschweiger Zeitungsverlag ließ Schülerinnen und Schüler in die Rolle von Wahlforschern schlüpfen. Vom Wahlfieber gepackt klemmten sie sich ans Telefon und organisierten ihre eigene Wahlumfrage für die vier heimischen Wahlkreise: Mehr als 4.000 Wahlberechtigten stellten sie die Sonntagsfrage – begleitet durch die kontinuierliche Berichterstattung der sieben Lokalredaktionen und im Mantel. Die Braunschweiger Zeitung motivierte mit ihrer Aktion mehr als 350 Schülerinnen und Schüler. Sie machten ihre Klassenzimmer zu Wahlforschungslaboren.

Die Jury meint: „Die Bundestagswahl als Anlass, Politik und Zeitung ins Klassenzimmer zu bringen: Ein prima Rezept, um Wähler-Nachwuchs zu begeistern. – Nachahmenswert!“

## 4. Preis

### **für die Madsack Heimatzeitungen im Umland Hannovers**

Zwei Tage vor der Bundestagswahl packten die Redaktionen ihre Ausgaben in einen eigenen „Wahl-Mantel“. Ihn gab es für alle acht Heimatzeitungen im Umland von Hannover (Leine-Zeitung Neustadt & Wunstorf, Leine-Zeitung Garbsen & Seelze, Nordhannoversche Zeitung, Anzeiger Burgdorf & Uetze, Anzeiger Lehrte & Sehnde, Leine-Nachrichten, Deister-Anzeiger und Calenberger Zeitung). Vorab, bereits im August, hatten die Redaktionen ihre Leserinnen und Leser mit einem Wahl-Spezial für den 27. September „vorgewärmt“. Den Sonderdruck gab es auch als kostenloses Unterrichtsmaterial für die Schulen. Zusätzlich brachten die Zeitungen Porträts, Sonderseiten und stellten den Direktkandidaten für den Deutschen Bundestag Leserfragen.

Die Jury meint: „Das Blatt von außen mit Wahl verpackt und von innen mit Wahl gespickt – ein Wahlerfolg. – Nachahmenswert!“

# Pressemitteilung

Bonn, 06.01.10

## Hörfunk

### 1. Preis

#### **für Tanja Schmidt und das Team vom Bonner Uni-Radio „bonncampus 96,8“**

Mit ihrem „Wahlzeit-Spezial“ haben die Bonner Uni-Radiomacher zwei Sendeblocke voll mit Lockrufen in die Wahlkabine gesendet. Quasi als „Last-Minute-Wahlaktion“ gingen sie am Morgen und am Nachmittag des 27. September 2009 auf Sendung. Die Uni-Wahl-Werber präsentierten dabei einen Mix aus Wahl-News und Comedy mit einer beeindruckenden Bandbreite. Sie berichten vom jungen Abdul, der per Fingerabdruck seine Stimme in Afghanistan abgibt – obwohl Anschläge drohen. Und sie interviewten eine chinesische Doktorandin an der Uni Bonn zur Wahl in China. bonncampus blickte technisch nach vorn und präsentierte den Wahlstift. Das Uni-Radio startete eine Umfrage zu „uneinlösbaren Wahlversprechen“, rückte den Online-Wahlkampf in den Fokus, ließ Zeitzeugen über die erste Bundestagswahl 1949 sprechen und sah sich auch hinter den Wahlkulissen um: In 3.03 Minuten erklärte eine Briefwahlhelferin ihren Job.

Die Jury meint: „Wahlmotivation pur. Ein prima Themen-Mix. Informativ, pfiffig, originell. – Nachahmenswert!“

### 2. Preis

#### **für Kristof Kien und Sebastian Müller von SWR3**

Die Parteien sportlich: Mit seinem „Polikick“ ist es dem Südwestrundfunk gelungen, die Bundespolitik in der Fußballarena zu inszenieren – und das mit enorm hohem Unterhaltungswert. In einer siebenteiligen Serie präsentierte der Sender Parteien als Fußball-Teams, jede Folge eine Mannschaft: CDU, CSU, FDP, SPD, Bündnis '90/Die Grünen, Die Linke und die Piratenpartei. Die CDU, zum Beispiel, bekam als Trikotfarbe ein konservatives, aber nicht unparteiisches Schiedsrichter-Schwarz verpasst. Angela Merkel agierte als „Spielmacherin“, an ihrer Seite „Innen-Verteidiger“ Wolfgang Schäuble. SWR3 hat dabei tief ins Schallarchiv gegriffen: Von jedem „Spieler“ gab es passende Zitate, ein bunter O-Ton-Mix machte dieses Polit-Spiel zum wahlmotivierenden Hörergenuss. „Polikick“ verrät Taktiken, beleuchtete Stärken und Schwächen der Parteien. So wusste spätestens bei der Präsentation der Durchschnittsfans jeder Hörer, welcher „Polit-FC“ der für ihn passende war.

Die Jury würdigt das außergewöhnliche Konzept und meint: „Mal was ganz Neues. Eine originelle Idee – pfiffig umgesetzt. Ein ‚Hinhörer‘. – Nachahmenswert!“

# Pressemitteilung

Bonn, 06.01.10

## 3. Preis

**für Thomas Klee von hr1**

Der Hessische Rundfunk hat eine Art „Dr. Sommer der Politik“ über den Sender geschickt: Der Wahl-Experte Thomas Klee hat konkrete Hörerfragen recherchiert und live on Air beantwortet – hörernah und meinungsfreudig. „Klartext mit Klee“ machte Politik transparent, klopfte Wahlaussagen der Parteien ab, und erklärte in einem Wahl-ABC das Wichtigste von A wie Ausweis im Wahllokal bis Z wie Zweitstimme. *Ich habe mich bei der Briefwahl verwählt; kann ich meine Stimme noch zurückholen? Was will die Piratenpartei? Wie viele Bayern müssen die CSU wählen, um bundesweit die 5-Prozent-Hürde zu knacken?* – Über 100 Fragen per Mail und 1a-Antworten im Radio.

Die Jury meint: „Mr. Wahl-Know-how liefert harte Fakten zu komplizierten Wahlthemen – hoch informative Sendeminuten mit äußerst interessanten (Seiten-)Aspekten zur Bundestagswahl. – Nachahmenswert!“

## 4. Preis

**für Ulrich Höhmann und Stefan Sprang von hr-INFO**

Die zwei Autoren vom Hessischen Rundfunk haben – mit einem Augenzwinkern – einen automatisierten Wahl-Helfer geschaffen. Es entstanden piffige Frage- und Antwortspiele zwischen „Otto Normalwähler“ und dem kompetenten Fräulein vom Wahl-Automaten. Diese ließ alle Fragen durch den Filter verschiedener Parteiprogramme laufen. Fragen, Antworten, Rückfragen, Missverständnisse – am Ende gab es immer ein skurril-witziges Fazit.

Die Jury meint: „Parteien und ihre Wahlthemen – mit soviel Ironie präsentiert, dass man die Ohren spitzt. – Nachahmenswert!“

## Die Preise

- 1. Preis: 2.500 €
- 2. Preis: 1.500 €
- 3. Preis: 1.000 €
- 4. Preis: 750 €

(Jeweils vier Preise für die Kategorien Print und Hörfunk)