

## Pressemitteilung

1. Dezember 2009

### Der econsense-Journalistenpreis 2009 geht an Christian Schwägerl, DER SPIEGEL, und Sabine Gusbeth, EURO

**Der Hauptpreis des econsense-Journalistenpreises 2009 geht an Christian Schwägerl für seinen Beitrag „Faule Kredite“, erschienen am 20. Oktober 2008 im SPIEGEL. Den Nachwuchs-Sonderpreis 2009 erhielt Sabine Gusbeth für ihren Artikel „Soziales Netzwerk“, veröffentlicht in der Ausgabe Mai 2009 des Wirtschaftsmagazins EURO. Die feierliche Preisverleihung fand am Abend des 30. November 2009 beim Gastgeber BMW Group im BMW Museum in München statt.**

Die Verantwortung von Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung ist ein Thema, das in die Medien gehört. Um dies zu fördern, hat econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft zum sechsten Mal den econsense-Journalistenpreis verliehen. Die diesjährige Ausschreibung stand ganz im Zeichen der Wirtschafts- und Finanzkrise. Die Wettbewerbsbeiträge sollten zeigen, wie sich nachhaltiges Wirtschaften in Krisenzeiten gestalten lässt.

Der Preisträger Christian Schwägerl zeigt in seinem Beitrag "Faule Kredite" auf, wie dicht beieinander die Logik der globalen Finanzkrise und die ungedeckte Übernutzung unserer natürlichen Ressourcen liegen. Mit brillanten Analogien, so die Begründung der Jury, skizziert Schwägerl welche Folgen eine Übertragung der Handlungsmuster, die zur Finanzkrise geführt haben, für unsere Ökosysteme hätte. Nachhaltiges Wirtschaften wird in diesem Beitrag grundsätzlich durchdacht.

Sabine Gusbeth, Siegerin in der Kategorie „Nachwuchs“, thematisiert in ihrem Artikel "Soziales Netzwerk" beispielhaft, wie Unternehmen als Social Entrepreneurs auch in Krisenzeiten neue Geschäftsmodelle entwickeln und so einen Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung leisten können. Die Jury zeigte sich beeindruckt, wie die Autorin mit solidem journalistischem Handwerkszeug und sachlich-kritisch das Konzept der Social Businesses zwischen Markterschließung und Produktangebot in den ärmsten Ländern dieser Welt erläutert. Das Fazit: Ganz einfach preiswürdig.

econsense nahm die Preisverleihung zum Anlass, im Rahmen eines Dialogforums unter dem Titel „Nachhaltigkeit in der Krise!? Was Journalisten bewegt.“ zu diskutieren, wie die Medien als Bindeglied zur Gesellschaft Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise aufgreifen. Ist die Skandalisierung des Scheiterns der einzige Business Case für Nachhaltigkeit in den Medien? Oder sollte man es positiv sehen: Hat die Finanzkrise gar als trojanisches Pferd gewirkt und Nachhaltigkeit in die Medien gebracht? Was braucht es zukünftig, damit die Medien zum positiven Treiber für das junge Themenfeld nachhaltigen Wirtschaftens werden? Diese Fragen diskutierten Alexandra Borchardt, Süddeutsche Zeitung, Volker Bormann, Financial Times Deutschland, und Joachim Mahrholdt, ZDF.Umwelt, mit 150 Gästen.

Der Journalistenwettbewerb 2009 und die ausgezeichneten Beiträge sind dokumentiert auf: [http://www.econsense.de/\\_presse/\\_journalistenpreis/](http://www.econsense.de/_presse/_journalistenpreis/)

Allianz  
BASF  
Bayer  
BMW Group  
Bosch  
Daimler  
Deloitte  
Deutsche Bahn  
Deutsche Bank  
Deutsche Börse  
Deutsche Telekom  
EnBW  
E.ON  
Evonik  
HeidelbergCement  
Linde  
Lufthansa  
RWE  
SAP  
Siemens  
Tetra Pak  
ThyssenKrupp  
TUI  
VCI  
Vodafone  
Volkswagen

**Kontakt:**

Elisa Jäkel, Tel.: 030-2028-1739, <mailto:e.jaekel@econsense.de>

econsense | Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V.  
Breite Straße 29 | 10178 Berlin  
Telefon: +49 (0)30-2028-1474 | Fax: +49 (0)30-2028-2474  
[info@econsense.de](mailto:info@econsense.de) | [www.econsense.de](http://www.econsense.de)