

P R E S S E M I T T E I L U N G

Sperrfrist: Dienstag, 2. April 2019, 17:15 Uhr

Berlin, 2. April 2019

Zeitungen zeichnen Anzeigen des Jahres aus

Gold für Lufthansa, Silber für Nike, Bronze für Burger King

„Das Wettbewerbsjahr war nicht nur geprägt von kreativen Höchstleistungen, die Finalisten und Gewinner zeigen auch einmal mehr, warum die Zeitung aus dem Mediamix nicht wegzudenken ist.“ Mit diesen Worten würdigt **Hermann Waterkamp**, Gründer und Chefkreativer von Leagas Delaney (Hamburg), die Preisträger des zum 34. Mal ausgeschriebenen Kreativ-Wettbewerbs ebenso wie den Werbeträger selbst. "Vor allem die Verbindung ihrer ungebrochenen Glaubwürdigkeit in den Zielgruppen mit absoluter Aktualität und Regionalität machen die Zeitungen unersetzlich. Vom Format einmal ganz zu schweigen. Eine super Vorlage für ganz besondere Kreation, die wir heute gerne auszeichnen“, erklärte Waterkamp vor den rund 130 Gästen der Preisverleihung, die der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) im Rahmen seines zweitägigen Vermarktungsgipfels in Berlin veranstaltete.

Die Preisträger:

Mit **Gold** ausgezeichnet wird der Kampagnenauftritt von **Lufthansa** zu #SayYesToTheWorld. Die Jury schwärmte insbesondere für das Motiv „Waren die Lücken das Beste in deinem Lebenslauf?“ aus der 16-teiligen Anzeigenserie. Kreativ umgesetzt wurde die Kampagne von Kolle Rebbe, Hamburg.

Silber geht an den Sportartikelhersteller **Nike** für „Just do it. Dream Crazy“. Hier gratulierte der Ausstatter dem Weltrekordler Eliud Kipchoge mit „Don't be the fastest runner in the world, be the fastest in history.“ für dessen sensationellen Lauf in Berlin in 2:01:39 Minuten direkt am Tag nach dem

Berlin Marathon 2018. Dahinter steckt das Kreativteam der Agentur W + K Wieden + Kennedy (Portland, USA).

Mit **Bronze** wird die Anzeige „Hard to resist“ des Kunden **Burger King** geehrt. Entwickelt wurde das Motiv von der Agentur David the Agency (Miami, USA).

Darüber hinaus zeichnete die Jury die Anzeigenserie „Remember Me“ der Kampagne der **Alzheimer Forschungsinitiative** e.V. mit einem **Sonderpreis** für gelungene Art Direction aus. Die Agentur BBDO (Düsseldorf) erhält den Preis, weil „gerade in Zeiten der Bildarchiv-Fotos und anderer Spielarten des Pragmatismus diese gekonnte konzeptionelle und gestalterische Arbeit einen Sonderpreis für Art Direction wert“ sei, erklärte die Jury.

Der Jury für „Die Zeitungen. Awards. Anzeige des Jahres“ und die Monatsnominierungen gehören an: **Manfred Bosch** (Geschäftsführer redblue Marketing, München), **Björn Bremer** (CCO, Ogilvy, Frankfurt), **Markus Daubenbüchel** (Scholz & Friends, Berlin) **Niklas Frings-Rupp** (Miami Ad School Europe, Hamburg/Berlin); **Sascha Hanke** (geschäftsführender Gesellschafter/Geschäftsführer Kreation BrawandRieken, Hamburg), **Uwe Hellmann** (Leiter Brand Management und Corporate Marketing, Commerzbank AG, Frankfurt), **Armin Jochum** (Co-Gründer und Kreativvorstand der Agentur Thjnk, Hamburg), **Robert Köhler** (Leiter Marketingkommunikation Bauhaus AG, Mannheim), **Christian Mommertz** (CCO von TBWA\Group Germany, Düsseldorf), **Ingo Müller**, (Gesamtleiter Werbemärkte und Media Solutions, FAZ, Frankfurt), **Torsten Pollmann** (Havas Düsseldorf), **Alexander Schill** (Chief Creative Officer Serviceplan Gruppe, Hamburg), **Eric Schoeffler** (CCO Havas Group Germany, Düsseldorf), **Prof. Matthias Spaetgens** (Partner und Chief Creative Officer Scholz & Friends, Berlin), **Anja Tirtey** (Gruppenleitung Nationale Werbung Edeka Zentrale, Hamburg), **Katrin Tischer** (Geschäftsführerin Märkte BDZV), **Dr. Stephan Vogel** (CCO EMEA Ogilvy & Mather Advertising, Frankfurt), **Michael Wilk** (Geschäftsführer Serviceplan, München/Hamburg), **Hermann Waterkamp** (CCO und Partner Leagas Delaney, Hamburg) und **Gerrit Zinke** (Geschäftsführer Kreation, thjnk Hamburg).

Der Wettbewerb „Die Zeitungen. Awards. Anzeige des Jahres.“

Zeitungswerbung ist kreativ. Deshalb prämiieren die Zeitungen in Deutschland seit mehr als 30 Jahren die besten Zeitungsanzeigen. Die Jury besteht aus ADC-Mitgliedern sowie Marketing- und Verlagsexperten.

Wichtige Kriterien für die Auszeichnung als Anzeige des Jahres sind „klare Botschaft, überzeugende Idee und gelungene Gestaltung“.

Die prämierten Anzeigen sowie das Award-Logo finden Sie, ab Dienstag, 2. April 2019, 17:15 Uhr, zum Download hier:

[Gesamtpaket Anzeigen des Jahres 2018](#)

Inhalt der zip-Datei incl. Award-Logo:

- 1_Gold_AdJ_2018_Lufthansa: für #SayYesToTheWorld“
- 2_Silber_AdJ_2018_Nike für Just do it. „Dream Crazy“
- 3_Bronze_AdJ_2018_Burger King für „Hard to resist“
- 4_Sonderpreis_AdJ_2018_Kampagne „Remember Me“ der Alzheimer Forschung Initiative e.V.

Kontakt:

Presse: Anja Pasquay, pasquay@bdzv.de, Telefon 030/ 726298-214

Preis: Dr. Joachim Donnerstag, donnerstag@bdzv.de, Telefon 030/ 726298-223.

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](#) oder Instagram [@die_zeitungen](#)