

BETON' DEI NE KR EATIV E SE ITE

Die Zeitungen.

AWARDS

JETZT BEIM NEW(S)COMERS BEST 2019
MITMACHEN UND NEBEN DEM BEGEHRTEN
BETON-AWARD BIS ZU 4.000 € UND EINE
VERÖFFENTLICHUNG DEINER ARBEIT IN
DER ZEITUNG GEWINNEN.



Die Zeitungen.

AWARDS

NEWCOMERS BEST 2019

WETTBEWERB

New(s)comers Best ist der Nachwuchs-Kreativwettbewerb der Zeitungen, veranstaltet vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). Die Teilnehmer*innen entwickeln eine Anzeige für das Medium Zeitung, eine renommierte Fachjury bewertet die Arbeiten. Zu gewinnen gibt es eine Veröffentlichung der Siegermotive in mehreren Zeitungen und Geldpreise im Gesamtwert von 7.000 Euro. Der Wettbewerb richtet sich an Junior Texter*innen und Junior Art Directors mit bis zu drei Jahren Berufspraxis sowie an Studierende in Kreativ-Studiengängen an einer Fachhochschule bzw. Universität.

BRIEFING

THEMA:

Die Zeitungen – ein Stück Heimat.

DIE AUFGABE:

Entwickle ein ganzseitiges Anzeigenmotiv, das den Begriff „Heimat“ auf positive Art inszeniert und eine schlüssige Verbindung zum Medium Zeitung bildet. Gemeint ist dabei neben der gedruckten Zeitung selbstverständlich auch das Online-Angebot. Konzipiere eine starke Headline und einen starken Claim, der mit dem Absender-Logo „Die Zeitungen.“ das Thema auf überraschende Weise darstellt.

HINTERGRUND:

Unsere Zeit ist zwar stark von der Globalisierung und der ständigen Verfügbarkeit von Informationen durch das Internet geprägt. Dennoch halten 64% der Bundesbürger*innen die Zeitung gerade für lokale Informationen für unverzichtbar. Zeitungen gelten als das Sprachrohr in der Region (90%), das zu lokalpolitischen Themen Stellung bezieht (92%) und Missstände aufdeckt (84%).

Quelle: Zeitungsqualitäten 2018

KOMMUNIKATIONSZIEL:

Die Leserschaft in ihrer Entscheidung bestärken, Zeitung zu lesen. Deutlich machen, dass die Zeitung das Medium der Wahl für umfassende Informationen ist – egal ob lokal, regional, national oder global. „Wenn ich wissen will, was in meiner Region los ist, verlasse ich mich auf meine Zeitung.“ Aber auch: Anzeigenkunden an die Stärken der Zeitung als Werbeträger erinnern. Redaktionelle Inhalte aus der Region bilden das perfekte Umfeld für Angebote lokaler Anbieter.

ZIELGRUPPE:

Kernzielgruppe: Leserschaft der Zeitungen.

Erweiterte Zielgruppe: Anzeigenkunden aus der jeweiligen Region und „streunende Nutzer*innen“ im Internet.

CROSS MEDIA

Du liebst die Herausforderung? Dann gehe einen Schritt weiter und konzipiere eine Cross-Media-Kampagne. Im Mittelpunkt steht nach wie vor deine Idee für eine Anzeige. Doch neben Print bieten die Zeitungen gerade online viele Möglichkeiten: Websites, Social Media, Apps – du weißt Bescheid. Und genau hier kannst du dich austoben.

Weil gute Cross-Media-Ideen immer wichtiger werden, gibt es dafür auch ein extra Preisgeld von 1.000 Euro. Dieser Sonderpreis erhöht jedoch nicht die Gewinnchancen deines Anzeigenentwurfs.

JURY



ILONA KLÜCK
Shibuya
Hamburg



INGO MÜLLER
Frankfurter Allgemeine
Zeitung, Frankfurt



PROF. MATTHIAS
SPAETGENS
Scholz & Friends, Berlin



ANJA TIRTEY
Edeka
Hamburg



ARMIN JOCHUM
Thjnk
Hamburg



NIKLAS FRINGS-RUPP
Miami Ad School Europe
Berlin und Hamburg



MANFRED BOSCH
Redblue Marketing
München



SASCHA HANKE
BrawandRieken
Hamburg



DR. STEPHAN VOGEL
Ogilvy Advertising,
Frankfurt



PROF. RICHARD JUNG
Hochschule Niederrhein
Krefeld



SILKE LEHM
Deutscher Sparkassen-
und Giroverband, Berlin



CHRISTIAN MOMMERTZ
TBWA Deutschland
Düsseldorf



UWE HELLMANN
Commerzbank
Frankfurt



ERIC SCHOEFFLER
Havas Germany
Düsseldorf



KATRIN TISCHER
BDZV
Frankfurt



HERMANN WATERKAMP
Leagas Delaney
Hamburg



ALEXANDER SCHILL
Serviceplan Gruppe
München



LARS HUVART
Ogilvy Advertising,
Frankfurt

TEILNAHME

Grundsätzlich gilt: Halte dich ans Briefing. Gestalte eine ganzseitige Anzeige für „Die Zeitungen.“. Und wenn du es drauf hast, mach daraus eine Cross-Media-Kampagne. Lade dir die Teilnahmeunterlagen für deine Einreichung herunter unter: awards.die-zeitungen.de

FORMAT:

1/1 Seite

SATZSPIEGEL:

330 mm breit x 490 mm hoch

ABSENDER/LOGO:

Die Zeitungen.

Teilnehmen dürfen Junior Texter*innen und Junior Art Directors mit bis zu drei Jahren Berufspraxis sowie Studierende an einer Fachhochschule bzw. Universität. Dein Wohnsitz muss in Deutschland sein. Natürlich müssen bei allen Entwürfen die Grundsätze des Deutschen Werberats, aber auch Urheber- und Datenschutzrechte eingehalten werden. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Einsendeschluss ist der 15. August 2019.

PREISE

Die prämierten Anzeigen werden ganzseitig in mehreren Tageszeitungen geschaltet – eine Voraussetzung für die Teilnahme auch an weiteren Kreativ-Wettbewerben der Branche. Die Gewinner*innen dürfen sich außerdem über folgende Geldpreise freuen:

GOLD 3.000 € SILBER 2.000 € BRONZE 1.000 € CROSS-MEDIA 1.000 €

Zusätzlich dürfen alle Preisträger*innen am 16. Kreativ-Workshop teilnehmen, den der BDZV gemeinsam mit dem Art Directors Club für Deutschland (ADC) im Herbst 2019 in Hamburg veranstaltet. Die Preisverleihung wird in einem festlichen Rahmen stattfinden.

KONTAKT

Fragen zum Wettbewerb? Wir stehen gerne zur Verfügung:

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger
Markgrafenstraße 15
10969 Berlin

Sirid Heuts
030-72 62 98 218
heuts@bdzv.de

Die Vorjahresgewinner*innen, Teilnahmeunterlagen und alles über den Kreativwettbewerb gibt es hier: awards.die-zeitungen.de

AWARDS.DIE-ZEITUNGEN.DE

[f](https://www.facebook.com/DieZeitungenAwards) /DieZeitungenAwards

Veranstalter:



Diese Medienhäuser fördern den Award:

Badische Zeitung



General-Anzeiger
ga-bonn.de

REMSCHIEDER
GENERAL-ANZEIGER rga.

KN Kieler Nachrichten

Mittelbayerische



SÜDWEST PRESSE

ST Solinger Tageblatt

MEDIENGRUPPE
www.idowa.de
Straubinger Tagblatt/Landshuter Zeitung