

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

Berlin, 17. November 2020

New(s)comers Best: Dieses Jahr ist ein einziger Kampf

Junge Kreative entwickeln Anzeigen-Ideen für mehr Miteinander

„Jung gegen Alt. Klima-Aktivisten gegen Corona-Leugner. Und 2020 gegen alle. Dieses Jahr ist ein einziger Kampf. Und auch die Aufgabe beim New(s)comers Best Award war ein echter Endgegner.“ So beschreibt der Jury-Vorsitzende des Junior-Wettbewerbs New(s)comers Best 2020, **Sascha Hanke**, (CCO Agentur häppy, Hamburg und ADC-Vorstand, Fachbereich Werbung) die knifflige Aufgabenstellung des in diesem Jahr zum 18. Mal ausgeschriebenen Nachwuchs-Werbepreises. Das vom Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) vorgegebene Motto lautet: „Prima Klima? Gesellschaftlicher Zusammenhalt heute und morgen.“

Und das sind die Preisträger:

Silber geht an die Anzeige „Dein Verhalten entscheidet über meine Zukunft.“ von **Anna Dill** (Text) und **Daniel Geyer** (Art Direction) von der Hamburg School of Ideas. Sascha Hanke in seiner Bewertung: „Die Idee passt zum Briefing wie die Faust aufs Auge. Denn auf dem Sieger-Motiv steht nicht nur eine Headline im Zentrum, sondern ein echter Gedanke in einer doppelten Sprechblase. Das ist so einfach wie einleuchtend, so plakativ wie plausibel und so schlicht wie schlau.“

Bronze gibt es für die Anzeigenserie „Zwei Generationen. Zwei Gründe für Zusammenhalt.“ von **Sofie Thomé** (Text) und **Hendrik van Amstel** (Art Direction) von Havas, Düsseldorf. In seiner Laudatio führt **Christian Mommertz**, Executive Creative Director der Agentur Spark44 (Frankfurt am Main) aus, dass die Arbeit „Generationen zu

einer Schicksalsgemeinschaft“ verheirate, indem sie unabhängige Presse-Stories durch einen raffinierten visuellen Handgriff miteinander verbinde, auf dieselbe szenische Bühne hebe und damit in den Köpfen eine dritte Story erzeuge: „Dass die gesellschaftlichen und politischen Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft alle gleichermaßen angehen, weil sie alle gleichermaßen treffen können. Ohne belehrenden Fingerzeig, ohne kreative Umwege, ohne formelhaften Kitsch.“

Gold wurde in diesem Jahr nicht vergeben; ein **Sonderpreis** geht an die Crossmedia-Idee zur Kampagne „Wie wollen wir leben“ von **Daniel Boiu** (Text) und **Bettina Herz** (Art Direction) von Havas, München. Dazu Prof. **Richard Jung**, Hochschule Niederrhein, Krefeld: Gegensätze ziehen sich an – im gesellschaftlichen Miteinander scheint das nicht zu funktionieren. „Wahrnehmungen, Bedürfnisse, Meinungen bleiben lieber unter sich. Verstärkt durch Algorithmen, die Such- und Surfgewohnheiten und damit Wahrnehmungen, Bedürfnisse, Meinungen in Filterblasen clustern.“ Die crossmediale Kampagne bringe im Algorithmus-freien, öffentlichen Raum zusammen, was nicht zusammengehört. „Grundvoraussetzung für Diskurs und infolgedessen für mehr Miteinander.“

Diese Zeitungen fördern Preis und Preisträger*innen 2020/21:

Die New(s)comers Best-Auszeichnungen sind mit insgesamt 7.000 Euro dotiert. Darüber hinaus werden die prämierten Anzeigen ganzseitig in deutschen Tageszeitungen veröffentlicht: Die Förderer des New(s)comers Best 2020 sind Badische Zeitung (Freiburg), Badisches Tagblatt (Baden-Baden), Boyens Medien (Heide), General-Anzeiger (Bonn), Kieler Nachrichten, Remscheider General-Anzeiger, Mediengruppe Straubinger Tagblatt / Landshuter Zeitung, Mittelbayerische Zeitung (Regensburg), Rheinische Post (Düsseldorf), Südwest Presse (Ulm), Solinger Tageblatt und Süddeutsche Zeitung (München).

Trotz der Pandemie-bedingten erschwerten Arbeitsbedingungen bei Werbeagenturen, an Werbe- und Hochschulen haben in diesem Jahr 57 Teams insgesamt 104 Motive und elf Crossmedia-Ansätze eingereicht. Die Trophäen werden zusammen mit den Urkunden und Gutscheinen ausnahmsweise nicht live überreicht, sondern per Kurier verschickt. Ein wichtiger Bestandteil des Preises, die exklusive Teilnahme der Gewinner*innen am zeitungsspezifischen

Kreativworkshop von BDZV und ADC (Art Directors Club Deutschland), wird ins kommende Jahr verlegt.

Teilnahmeberechtigt am New(s)comers Best sind Nachwuchskreative in Ausbildung oder mit bis zu drei Jahren Berufspraxis. Ziel des Wettbewerbs ist es, die Begeisterung für das Medium Zeitung zu wecken und die Kreativität bei der Erarbeitung und Gestaltung von Zeitungsanzeigen – in Print wie auch crossmedial – zu fördern.

Die Mitglieder der Jury für den New(s)comers Best 2020 sind:

- **Manfred Bosch**, Redblue Marketing, München
- **Niklas Frings-Rupp**, Miami Ad School Europe, Berlin und Hamburg
- **Sascha Hanke**, häppy, Hamburg (zugleich Jury-Vorsitzender 2020)
- **Uwe Hellmann**, Commerzbank, Frankfurt
- **Lars Huvart**, Ogilvy, Frankfurt
- **Armin Jochum**, thjnk, Hamburg
- **Prof. Richard Jung**, Hochschule Niederrhein, Krefeld
- **Ilona Klück**, Shibuya, Hamburg
- **Isabel Lapp**, Scholz & Friends, Düsseldorf
- **Silke Lehm**, Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Berlin
- **Christian Mommertz**, Spark44, Frankfurt
- **Ingo Müller**, F.A.Z., Frankfurt
- **Torsten Pollmann**, Havas, Düsseldorf
- **Maximilian Florian Schöngen**, ServieplanGruppe, München / Hamburg
- **Eric Schoeffler**, Havas Germany, Düsseldorf
- **Prof. Matthias Spaetgens**, Scholz & Friends, Berlin
- **Anja Tirtey**, Leitung Werbung Edeka Zentrale, Hamburg
- **Katrin Tischer**, BDZV, Berlin
- **Hermann Waterkamp**, Leagas Delaney, Hamburg

Kontakt:

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

Sirid Heuts, heuts@bdzv.de, Telefon 030/726298-218

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](https://twitter.com/BdzvPresse) und Instagram [@bdzv.de](https://www.instagram.com/bdzv.de)

Mehr Informationen zum Kreativwettbewerb der Zeitungen, die Jurystatements und die nominierten Anzeigenmotive finden Sie unter awards.die-zeitungen.de und [Facebook](https://www.facebook.com/bdzv.de).