



## PRESSEMITTEILUNG

### Luxus und die heile Welt – Werben im Corona-Jahr

#### BDZV verleiht „Anzeige des Jahres 2020“

Berlin, 14. April 2021

Gold für Hermès, Silber für Oatly, Bronze für das Magazin „Der Spiegel“, Sonderpreis Text für die Covid-19-Präventionskampagne von visitBerlin: Der Award „Anzeige des Jahres 2020“ des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) geht an vier Kampagnen, die in ihrer Unterschiedlichkeit die große Bandbreite dessen aufzeigen, was bei Zeitungswerbung möglich ist.

„So macht Luxus plötzlich Sinn“, kommentiert **Sascha Hanke** (CCO & Co-Owner der Agentur häppy und Board Member ADC Germany) die mit **Gold** ausgezeichnete Kampagne der Agentur **Publicis Et Nous** (Paris) für das französische Modehaus **Hermès**. „Mit dieser subtilen Anzeigenstrecke setzt sich Hermès über die artifiziiell distanzierte Kommunikation eines ganzen Genres eindrucksvoll hinweg. Virtuos kombiniert die herausragende Artdirektion höchste Exklusivität mit der Idylle einer ganz normalen heilen Welt, nach der sich die Menschen gerade jetzt mehr denn je sehnen.“

**Silber** geht an die Anzeigenserie „Hey, Bundestag!“ von **Oatly**. Das Hafermilchunternehmen hatte die Kampagne anlässlich einer Anhörung im Deutschen Bundestag zur Lebensmittel-CO2e-Kennzeichnung am 14.9.20 initiiert. Sie wurde im hauseigenen „Oatly Department of Mind Control“ in der schwedischen Zentrale entwickelt und in Deutschland mit insgesamt sieben Unternehmen umgesetzt, die sich für klimafreundlichere Ernährung einsetzen. Für den Juryvorsitzenden **Armin Jochum** (Vorstand der Agentur thjnk) ist das ein Beweis, „wie man einem wichtigen Anliegen mit aufmerksamkeitsstarker Umsetzung und kluger Platzierung in Tageszeitungen zu Sichtbarkeit und Wirkung verhilft.“

Die mit **Bronze** prämierten Anzeigen der Agentur **Serviceplan Campaign** (Hamburg) für das Magazin „**Der Spiegel**“ nehmen den Namen des Absenders wörtlich: „Die Kampagne bringt den Anspruch des Magazins auf den Punkt und unterstreicht die Idee des Spiegelns gekonnt in Text und Bild.“, so Juror **Hermann Waterkamp** (CCO und Gründer, Leagas Delaney Hamburg). „‘Der Spiegel’ hält nicht nur der Welt den Spiegel vor, sondern überzeugt mit inhaltlicher Tiefe, die einen sehr differenzierten und mitunter überraschenden Blick auf das Geschehen erlaubt.“

Einen **Sonderpreis Text** vergibt die Jury für die Covid-19-Präventionskampagne von **visitBerlin**. Die offizielle Tourismusmarketing-Plattform der Stadt Berlin stand im Corona-Jahr 2020 vor der Herausforderung, Berliner Bürger und Stadtbesucher gleichermaßen für die Einhaltung der AHA-Regeln zu sensibilisieren. Die ortsansässige Agentur **Römer Wildberger** setzte das mit Berlin-typischen Headlines um: „Diese Kampagne hat es gewagt, ein Corona-Tabu zu brechen: Sie ist witzig. Sie spricht nicht wie Politiker oder Gesundheitsexperten, sondern wie die Leute auf der Straße, und kommt nicht mit erhobenem Zeigefinger daher, denn auf den reagieren die Berliner oft nur mit dem Mittelfinger. Die Anzeigen leben von tollen Headlines, die die Betrachter zum Schmunzeln, Nachdenken und hoffentlich zum Handeln bringen“, so **Matthias Spaetgens** (CCO & Partner bei **Scholz & Friends**).

Der Award **Anzeige des Jahres** wird unter der Dachmarke **Die Zeitungen. Awards** in diesem Jahr zum 36. Mal verliehen. Veranstalter ist der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV). Eine Jury aus renommierten Expertinnen und Experten aus Werbung, Verlagen und Unternehmen trifft die Entscheidung auf der Grundlage qualitativer Exzellenz. Basis für die Vorauswahl bildeten die monatlich ermittelten Favoriten der Jurorinnen und Juroren.

**Jurymitglieder 2020:**

**Manfred Bosch** (Geschäftsführer, MediaMarktSaturn Content Factory, München)  
**Niklas Frings-Rupp** (CO-Founder & Advisor, Miami Ad School Europe, Hamburg)  
**Peter Gocht** (Geschäftsführer, Saint Elmo's, Hamburg)  
**Sascha Hanke** (CCO & Co-Owner, häppy, Hamburg)  
**Uwe Hellmann** (Leiter Brand Management, Corporate Marketing, Commerzbank, Frankfurt am Main)  
**Armin Jochum** (Vorstand thjnk, Jury-Vorsitzender, Hamburg)  
**Robert Köhler** (Leiter Marketingkommunikation, Bauhaus, Mannheim)  
**Silke Lehm** (Leiterin Marketing-Kommunikation, DSGVO, Berlin)  
**Christian Mommertz** (Geschäftsführer, Hamlet, Düsseldorf)  
**Ingo Müller** (Gesamtleiter Werbemärkte & Media Solutions, FAZ, Frankfurt am Main)  
**Matthias Spaetgens** (Partner und CCO, Scholz & Friends, Berlin)  
**Katrin Tischer** (Geschäftsführerin, BDZV, Berlin)  
**Hermann Waterkamp** (CCO und Partner, Leagas Delaney, Hamburg)

**Kontakt:**

Presse: Anja Pasquay, [pasquay@bdzv.de](mailto:pasquay@bdzv.de), Telefon 030/ 726298-214  
 Award: Sirid Heuts, [heuts@bdzv.de](mailto: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)

Zum Download stehen bereit:

Logos:

- BDZV
- Die Zeitungen. Awards.

Gold: 8 aus der Kampagne „L'orange de Noël“

Kunde: Hermès

Agentur: Publicis Et Nous, Paris

Silber: 3 Motive aus der Kampagne „Hey Bundestag!“

Kunde: Oatly

Agentur: inhouse („Oatly Department of Mind Control“)

Bronze: 3 Motive aus der Kampagne „Wir halten dieser Welt den Spiegel vor.“

Kunde: Spiegel-Verlag

Agentur: Serviceplan Campaign Hamburg GmbH & Co. KG

Sonderpreis Text: 4 Motive aus Corona Sensibilisierungskampagne 2020

Kunde: visitBerlin

Agentur: Römer Wildberger Werbeagentur, Berlin

Foto des Awards (Fotograf: ©Bernd Brundert/BDZV)