

## PRESSEMITTEILUNG

### „Wörter können die Welt verändern!“ – Siegermotive des Nachwuchspreises New(s)comers Best 2022 diskutieren Relevanz des Mediums Zeitung

Berlin, 11. Oktober 2022

Die Preisträgerinnen und Preisträger des Awards New(s)comers Best 2022 stehen fest. Bei der 20. Ausschreibung des Nachwuchs-Kreativpreises der Zeitungen hatte der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) das Motto „**Die Zeitungen: Wörter können die Welt verändern**“ vorgegeben. Juryvorsitzender Christian Mommertz (Geschäftsführer Kreation, Yellow Brick Road, Düsseldorf) fasste zusammen: „Im Wettstreit Text gegen Bild stand der Gewinner diesmal schon vor dem Jurieren fest: Mit einem klaren 1:0. Nicht wirklich überraschend: Denn das Briefing des New(s)comers Best Award lautete in diesem Jahr ‚Wörter können die Welt verändern‘. Und das war über 100 Einreichungen diesmal in erster Linie: jede Menge Worte wert.“

Und das sind die Preisträger:

**Gold** geht an die dreiteilige Anzeigenserie „Worte machen einen Unterschied“ von **Mats Witte** und **Andreas Stifel**, Nachwuchskreative in der Kölner Agentur Palmer Hargreaves.

Dazu Juror **Hermann Waterkamp**, Gründer / CCO, Leagas Delaney, Hamburg: „*Wir alle kennen die Herausforderung, Inhalte nicht nur richtig zu kommunizieren, sondern mit unserer kreativen Übersetzung zu überraschen, zuzuspitzen, zu frappieren und damit das Denken in Bewegung zu setzen. Und das am besten direkt und ohne Umwege. Die Jury der New(s)comers Best 2022 fand einstimmig, dass die Arbeit 'Worte machen den Unterschied' diese Aufgabe perfekt löst. Hier ist es ein Wort, dass die vordergründige Bedeutung eines Bildes auf den Kopf stellt. Wieder so eine Kampagne, die man gerne selber gemacht hätte.*“

**Silber** gibt es für die drei Anzeigenmotive „Wir nicht.“ von **Kimberly Rebscher** (Hochschule RheinMain, Prof. Ercan Taner), die das Format der ganzseitigen Zeitungsanzeige mit markanten Claims gestaltete. „*Worte können die Welt verändern? Vor allem Widerworte und Gegenargumente. Diese Kampagne bringt den großen Wert von Journalismus plakativ und provokant auf den Punkt: Die Suche nach der Wahrheit ist ein permanenter Prozess, der sich lohnt*“, lobt Juror **Peter Gocht** (Managing Partner, St. Elmo's, Hamburg).

Den Award in **Bronze** erhält **Omar Shoikh** von der Hochschule RheinMain, Wiesbaden (ebenfalls Prof. Taner Ercan) für seine dreiteilige Anzeigeserie „Wörter können alles verändern“.

Juror **Torsten Pollmann** (Executive Creative Director, Havas, Düsseldorf) würdigt: „*Wenn ein einziges Wort den ganzen Satz verändert ..., wenn ein einziges Wort den Leser zum Nachdenken bringt ..., wenn*

*ein einziges Wort das ganze Briefing auf den Punkt bringt ..., dann ist das ausgezeichnet und auszeichnungswürdig. Glückwunsch. Einfacher und überzeugender kann Kommunikation nicht sein.“*

Zudem wird in diesem Jahr ein **Sonderpreis Art Direction** verliehen, und zwar an **Alina Kraut, Alexa Bock** und **Liza Driesener** von der Agentur **häppy**, Hamburg. *„Im Krieg der Meinungen zählt nichts mehr als Fakten‘ – überall dort, wo es eine freie Presse gibt, die faktenbasiert berichten kann, haben Wörter das Potential, Lügen, Verschleierungen und Fake News mit aller Kraft zu begegnen. Dies in gestalterisch reduzierter Form zu transportieren, ist unseren Sonderpreisträgern gelungen. Ein Panzer, gebaut aus Messaging und Social Media-Icons, unübersehbar platziert auf dem großzügigen Weiß der Zeitungsseite, stoppt unseren Blick vor dem Weiterschweifern und unseren Daumen vor dem Umblättern“*, fasst Juror **Lars Huvart** (Executive Creative Director, Ogilvy, Frankfurt) zusammen.

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 2022 sind Badische Zeitung (Freiburg), Badisches Tagblatt (Baden-Baden), Boyens Medien (Heide), General-Anzeiger (Bonn), Kieler Nachrichten, Mediengruppe Attenkofer (Straubinger Tagblatt / Landshuter Zeitung), Remscheider General-Anzeiger, Rheinische Post (Düsseldorf), Solinger Tageblatt und Süddeutsche Zeitung (München).

Im dritten von der Pandemie gekennzeichneten Wettbewerbsjahr – mit den Herausforderungen Distanzunterricht an den Hochschulen und Homeoffice in den Agenturen – hatten 52 Teams insgesamt über 100 Motive sowie zusätzlich Crossmedia-Ansätze eingereicht. Die Trophäen werden im Rahmen des Workshops „Effektive Zeitungswerbung“ überreicht, zu dem die Preisträgerinnen und Preisträger als zusätzlichem Bestandteil des Preises eingeladen werden. Der Award „New(s)comers Best“ ist neben der „Anzeige des Jahres“ einer der beiden Preise unter der Dachmarke **Die Zeitungen. Awards**.

Die Mitglieder der Jury für den New(s)comers Best 2022 sind:

- **Peter Gocht**, Managing Partner, Saint Elmo's, Hamburg
- **Uwe Hellmann**, Markenberater, Hamburg
- **Lars Huvart**, International Executive Creative Director, Ogilvy, Frankfurt
- **Prof. Richard Jung**, Kommunikationsdesign und Corporate Identity, Hochschule Niederrhein, Krefeld
- **Christian Mommertz**, Geschäftsführer, Yellow Brick Road, Düsseldorf (Vorsitzender der Jury 2022)
- **Ingo Müller**, Geschäftsführer, Republic, Berlin
- **Torsten Pollmann**, Executive Creative Director, Havas, Düsseldorf
- **Prof. Matthias Spaetgens**, Chief Creative Officer Scholz & Friends, Berlin
- **Katrin Tischer**, Geschäftsführerin, BDZV, Berlin
- **Hermann Waterkamp**, Gründer und CCO, Leagas Delaney, Hamburg

Presse-Kontakt: BDZV, Anja Pasquay, Telefon 030/726298-214, E-Mail [pasquay@bdzv.de](mailto:pasquay@bdzv.de)

Ansprechpartner für Kreativwettbewerbe: Dr. Joachim Donnerstag, Telefon 030/726298-223, E-Mail [donnerstag@bdzv.de](mailto:donnerstag@bdzv.de)

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdZvPresse](https://twitter.com/BdZvPresse) oder Instagram [bdZv.de](https://www.instagram.com/bdZv.de) und Facebook [Die Zeitungen Awards](https://www.facebook.com/DieZeitungenAwards)

Zum Download stehen bereit:

Logos:

- BDZV
- New(s)comers Best 2022
- Die Zeitungen. Awards.

**Gold:** 3 Anzeigenmotive aus der Serie „Worte machen einen Unterschied.“

**Text / Art Direction:** Mats Witte und Andreas Stifel

**Agentur:** Palmer Hargreaves, Köln

**Silber:** 3 Anzeigenmotive „Wir nicht.“

**Text/ Art Direction:** Kimberly Rebscher

**Hochschule:** Hochschule RheinMain, Wiesbaden

**Dozent:** Prof. Taner Ercan

**Bronze:** 3 Anzeigenmotive “Wörter können alles verändern”

**Text / Art Direction:** Omar Shoikh

**Hochschule:** Hochschule RheinMain, Wiesbaden

**Dozent:** Prof. Taner Ercan

**Sonderpreis Crossmedia:** 1 Anzeigenmotiv „Krieg der Meinungen“

**Text/ Art Direction:** Alina Kraut / Alexa Bock / Liza Driesener (häppy, Hamburg)

**Agentur:** häppy, Hamburg

Fotos der Preisverleihung (zum Download ab 11.10.22), Fotografin: Heike Rost für BDZV