



PRESSEMITTEILUNG

Starke Motive – emotionale gesellschaftliche Themen

BDZV verleiht „Anzeige des Jahres 2021“

Berlin, 24. März 2022

Gold für IKEA, Silber für die Unabhängige Kommission zur Aufarbeitung sexuellen Kindesmissbrauchs, Bronze für das WWF und ein Sonderpreis „Gesellschaftliche Initiative“ für den markenübergreifenden Auftritt zur Impfkampagne: Der Award „Anzeige des Jahres 2021“ des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) geht an vier Kampagnen, die in ihrer Unterschiedlichkeit die große Bandbreite dessen aufzeigen, was bei Zeitungswerbung möglich ist.

„Eine tolle Idee trifft perfektes Timing“, kommentiert **Matthias Spaetgens** (CCO Scholz & Friends) das mit **Gold** ausgezeichnete Anzeigenmotiv der Agentur **thjnk Berlin** für das schwedische Möbelhaus **IKEA**. „‘Fertig‘ ist ein Motiv, das in das kollektive Werbegedächtnis der Deutschen einkehren könnte. Man spürt förmlich, wie Angela Merkel nach 16 Jahren Kanzlerschaft erleichtert im Sessel versinkt. Diese Entspannung hat sie sich verdient. Danke Angie und herzlichen Glückwunsch, Ikea!“

Silber geht an die drei Motive der Anzeigenserie „Werden Sie los, was Sie nicht loslässt“ – die Kampagne mit Fokus auf den Schulalltag wurde von der **Unabhängigen Kommission zur Aufarbeitung sexuellen Kindesmissbrauchs** initiiert und von der **Agentur Ballhaus West** – Agentur für Kampagnen (Berlin) umgesetzt. Für Jurymitglied **Silke Lehm** (Leitung Marketing-Kommunikation, Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Berlin) wird hier „ein extrem bedrückendes Thema in eine leicht verständliche und eindeutige Bildsprache übersetzt: Ein abgegriffener Schulranzen aus vergangenen Zeiten als Symbol für das Unvergessene. Für das, was viele Kinder und Jugendliche, die sexuell missbraucht wurden, das ganze Leben mit sich herumtragen. Eindrucksvoll präsentieren sich diese Anzeigen. Und auch so klar in ihrem Aufruf, sich von dieser Last des Lebens ein Stück zu befreien.“

Die mit **Bronze** prämierten Anzeigen der Agentur **Kolle Rebbe** (Hamburg) für den **WWF** und seine Kampagne N4TURE’S NUMB3R5 verdeutlichen: „Schmelzende Pole, gerodete Wälder und Erderhitzung – von der Menschheit geschaffene Tatsachen und deutlich mehr als Statistiken, wie der WWF in seiner Anzeigenserie titelt“, würdigt Juror **Ingo Müller** (Geschäftsführer Republic, Berlin). „Eindrucksvolle Bildwelten erzeugen Aufmerksamkeit für die zentrale Botschaft und zeichnen beim zweiten Blick zugleich den Lauf der Dinge entlang der Fakten nach. Bildgewaltig, informativ und spannend – ein starker Auftritt für den WWF in der Zeitung.“

Erneut vergibt die Jury einen **Sonderpreis** – erstmals für **Gesellschaftliche Initiative** und adelt damit den umfassenden Auftritt ‚Alle #ZusammenGegenCorona‘, mit dem die Covid-19-Impfkampagne entscheidend angestoßen wurde. Der Agentur **antoni** gelang es, mehr als 150 Marken zu bewegen, ihren jeweiligen Marken-Claim für diesen Weckruf in die Gesellschaft abzuwandeln. Für Armin Jochum (CCO und Gründer thjnk, Hamburg) war dies daher „eine kategorieübergreifend richtungweisende Arbeit, die beweist, wie wirkungsvoll Kommunikation heute sein kann“. Der Idee, Markenclaims bekannter Unternehmen in aktivierende Impfstements zu verwandeln, habe sich nicht nur eine beeindruckende Zahl großer Brands angeschlossen – „die Initiative beherrschte über viele Wochen auch den Dialog auf Social Media“, hob Jochum hervor.

Der Award **Anzeige des Jahres** wird unter der Dachmarke **Die Zeitungen. Awards** in diesem Jahr zum 37. 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.

Die Zeitungen. Awards. Anzeige des Jahres 2021 - Jurymitglieder:

Niklas Frings-Rupp (CO-Founder & Advisor, Miami Ad School Europe, Hamburg)
Peter Gocht (Geschäftsführer, Saint Elmo's, Hamburg) – Jury-Vorsitzender -
Sascha Hanke (CCO & Co-Owner, häppy, Hamburg)
Uwe Hellmann (Branding und Marketing Expert, Hamburg)
Armin Jochum (CCO und Vorstand thjnk, Hamburg)
Siyamak Jung (CCO, Ogilvy Ogilvy Frankfurt)
Robert Köhler (Leiter Marketingkommunikation, Bauhaus, Mannheim)
Silke Lehm (Leiterin Marketing-Kommunikation, Deutscher Sparkassen- und Giroverband (DSGV), Berlin)
Christian Mommertz (Geschäftsführer, Hamlet, Düsseldorf)
Ingo Müller (Geschäftsführer Republic, Berlin)
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, Telefon 030/ 726298-214

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

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

[Zum Download](#) stehen bereit:

Logos:

- BDZV
- Die Zeitungen. Awards.

Gold: IKEA - MERKEL
 Kunde: IKEA DEUTSCHLAND GMBH & CO. KG
 Agentur: THJNK BERLIN GMBH

Silber: Werden Sie los, was Sie nicht loslässt
 (3 Anzeigenmotive) aus der Kampagne Aufbruch Schule
 Kunde: UNABHÄNGIGE KOMMISSION ZUR AUFARBEITUNG SEXUELLEN
 KINDESMISSBRAUCHS
 Agentur: BALLHAUS WEST - AGENTUR FÜR KAMPAGNEN GMBH

Bronze: Kampagne N4TURE'S NUMB3R5 (3 Motive)
 Kunde: WWF Deutschland
 Agentur: Kolle Rebbe GmbH

Sonderpreis Gesellschaftliche Initiative:

Kunde: ALLE #ZUSAMMENGEGENCORONA
 Agentur: ANTONI HOLDING GMBH

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