



Nova
Innovation
Award



Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger

PRESSEMITTEILUNG

Nova Innovation Award der deutschen Zeitungen - Neun Bewerbungen nominiert / Verleihung bei BDZV. Der Kongress am 13. September in Berlin

Berlin, 30. Juni 2022

Überraschend, technologisch anspruchsvoll, kreativ oder nachhaltig: Die Jury des Nova Innovation Awards der deutschen Zeitungen hat neun aus über 40 Einreichungen als preiswürdig nominiert. Die Auszeichnung, mittlerweile zum sechsten Mal durchgeführt, wird vom Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) in Kooperation mit der Unternehmensberatung SCHICKLER (Hamburg) ausgeschrieben. Sie wird in drei Kategorien vergeben. Über die Preisträger entscheidet die unabhängige Jury am Tag der Preisverleihung; sie findet am 13. September 2022 bei BDZV. Der Kongress. in Berlin statt.

In der **Kategorie „Nova Produktinnovation“** sind nominiert:

- **„#Humbug – Die Rheinische Post widerlegt Verschwörungstheorien auf TikTok“** (Rheinische Post, Düsseldorf): Mit dem „Humbug“-Format will die Rheinische Post gegen die Verbreitung von Falschmeldungen und Verschwörungstheorien vorgehen. Dabei setzt das Medienhaus bewusst auf TikTok als noch vergleichsweise neues und besonders bei jungen Menschen beliebtes Medium. Mit kurzen, unterhaltsamen und kreativen Videos soll die jüngere Zielgruppe erreicht werden.

- **„Storybox“** (Schwäbisch Media, Ravensburg): Berichterstattung aus Vereinen, Kirchengemeinden, Schulen, Kindergärten und ähnlichen lokalen Gruppen gehören zum Brot-und-Butter-Geschäft vieler Regionalverlage. Der Schwäbische Verlag will dauerhaft Sprachrohr dieser Gruppen in ihrer Heimatregion bleiben, da es die Leserbindung und Treue erhöht und zu den Kernaufgaben regionaler Medien gehört. Mit der Bereitstellung des Webportals "StoryBox" hat Schwäbisch Media begonnen, Inhalte der genannten Nutzergruppen vollauf zu standardisieren und teilautomatisiert zu verarbeiten. Vereine und Gruppen erstellen Berichte fortan selbst im Webportal "Storybox". In einer geführten Journey verfassen sie alles, was für die Publikation notwendig ist, selbst. Die Inhalte werden am Ende in den Redaktionen des Verlags geprüft - und als "externer Leserinhalt" gekennzeichnet in Web und Print veröffentlicht.

- **„NewsUp“** (VRM Mainz): Mit NewsUp können Jugendliche ab 13 Jahren aus dem Rhein-Main-Gebiet erfahren, was in ihrem Umfeld passiert. Das Format fasst lokale, regionale, aber auch deutschlandweite und weltweite Geschehnisse passend zur Lebensrealität der Nutzer:innen zusammen. In Kurzvideos werden aktuelle Nachrichten und Diskussionen aufgegriffen, erklärt und eigeordnet. NewsUp setzt auf einen Themenmix aus Berichten über die Region/Wohnort der Zielgruppe, internationale Ereignisse, Umwelt und Natur, sowie lustige oder teils skurrile Ereignisse.

Für die Auszeichnung in der **Kategorie „Nova Vermarktungsinnovation“** nominiert die Jury:

- **„Golden Shopping“** (Medienhaus - Pforzheimer Zeitung - J. Esslinger GmbH & Co. KG): Golden Shopping - das neue digitale Eventformat der „Pforzheimer Zeitung“ für den Einzelhandel: Gemeinsam mit dem Eigenbetrieb Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim (WSP) entwickelt das Medienhaus eine Internetplattform, die Videounterhaltung, digitales Shoppen und komfortablen Lieferservice miteinander verbindet. Im Zentrum des Formats steht ein mehrstündiges Teleshopping-Event für den lokalen Einzelhandel und die Menschen in Pforzheim und der Region. Der „Golden Sunday“ als Alternative zu einem Verkaufsoffenen Sonntag in Präsenz und der „Golden Friday“ als Weihnachtsshopping im Internet stehen für Innovation und digitale Kompetenz von Medienhaus, Wirtschaftsförderung und Teilen des Einzelhandels in der Goldstadt Pforzheim.

- **„Zuversichtskampagne“** (FUNKE): Deutschlands größte Zuversichtskampagne unterstützt Einzelhandel, Gastronomie und Kultur im harten Pandemie-Jahr 2021. Im Frühjahr rief die Bundesregierung erneut den Lockdown aus – mit weitreichenden Konsequenzen für den Einzelhandel, die Gastronomie und die Kulturlandschaft. Die FUNKE Mediengruppe startete im Frühsommer als Reaktion auf diese Entwicklung die größte deutschlandweite Zuversichtskampagne im gesamten Verbreitungsgebiet ihrer Regionalmedien: In allen lokalen Erscheinungsgebieten – insgesamt mehr als 120 – bot FUNKE allen vom Lockdown betroffenen Unternehmen stark rabattierte Anzeigenkontingente an. Das Ziel: Mit der Hilfe von Sponsoren der Aktion sollten Hilfspakete geschnürt werden, um den Neustart nach dem Lockdown für die Unternehmen zu vereinfachen, Mut zu machen sowie Kundinnen und Kunden nach dem monatelangen Stillstand zu gewinnen.

- **„MOPO Werbelokal“** (Morgenpost, Hamburg): Bei rückläufiger Print-Auflage der Hamburger Morgenpost verzeichnet das digitale Angebot mopo.de signifikante Reichweitengewinne. Während durch die nationale Vermarktung vor allem große Handelskunden und programmatische Kampagnen für mopo.de gewonnen werden, finden lokale Kunden nur selten auf mopo.de statt. Das bestehende Portfolio der digitalen Vermarktung bildet die Bedürfnisse lokaler KMUs nicht ausreichend ab. Hauptwettbewerber um lokale kleinere Digital- Budgets sind große US-Plattformen, an die immer weitere Marktanteile an lokalen Werbebudgets verloren gehen, leicht erzielt über das jeweilige Selbstbuchungstool. Mit dem MOPO Werbelokal steht lokalen Kleinunternehmen ein einfach zu bedienendes Selbstbuchungstool für Hamburg und den Norden als echte Alternative zur Verfügung.

Die Nominierten in der **Kategorie „Nova Neue Geschäftsfelder“** sind:

- **„HamelnR“** (DEWEZET Deister- und Weserzeitung, Hameln): Über einen regionalen Lifestyle-Ansatz greift „HamelnR“ den Heimatbezug der jungen Zielgruppe auf und hat sich innerhalb kurzer Zeit zu einer relevanten und wachsenden Erlösquelle im Rahmen der Diversifizierungsstrategie der Verlagsgesellschaft entwickelt. Die Ansprache erfolgt über das Online-Stadtmagazin hamelnr.de sowie die dazugehörigen Social-Media-Kanäle. Eigene „HamelnR“-Produkte vermitteln Heimatgefühl, steigern die lokale Relevanz und stehen für ein innovatives Image des Zeitungsverlags. Influencer mit regional relevanter Reichweite unterstützen diesen Ansatz als Markenbotschafter. Werbepartner profitieren von der Strahlkraft der Marke und der Ansprache der jungen Nutzerzielgruppe über individuell entwickelte Werbekonzepte, die sich ins Angebot einfügen.

- **„Heimatladen Niederrhein“** (FUNKE Logistik, Essen): Man möchte das Gute vom Lande erntefrische am nächsten Tag auch im urbanen Raum genießen, hat aber keinen Hofladen in der Nähe? Das Problem: Viele Hofläden liefern in der Regel nicht direkt nach Hause. Mit dem Online-Shop: www.heimatladen-niederrhein.de gibt es jetzt die Lösung für das Ruhrgebiet. Durch vertrauensvolle Partnerschaften mit Landwirten vom Niederrhein können regionale Hofprodukte auf einer digitalen

Plattform angeboten werden. Wird eine Bestellung ausgelöst, erhält der Landwirt in Form einer Picking-Liste eine Information darüber, welche Waren bestellt wurden. Die Abholung vor Ort am nächsten Tag, die direkte Kommissionierung und abendliche Zustellung beim Endkunden werden durch die verlagseigene FUNKE Logistik GmbH umgesetzt.

- „**Württembergischer Weinmeisterschaft**“ (Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten): Die "Württembergischer Weinmeisterschaft" gibt den Leser:innen von StZ/StN einen vertieften, kuratierten Einblick in die Vielfalt der Württemberger Weinproduktion. Winzerbetriebe aus der Region Württemberg erhalten eine Bühne, auf der sie ihre Produkte vorstellen können. Die beiden Zeitungstitel präsentieren sich als "Sachwalter und Hüter" des Kulturgutes Württemberger Wein. Dies geschieht konkret in Form der vom langjährigen StZ-Weinkolumnisten Holger Gayer geleiteten Fachjury sowie der von ihm moderierten "virtuellen Verkostungen", bei denen Leser:innen von StZ/StN die Wein-Favoriten der Fachjury präsentiert werden.

Fazit des Jury-Vorsitzenden **Dr. Wolfram Kiwit** (Chefredakteur „Ruhr-Nachrichten“, Dortmund): „Der NOVA bleibt auf Kurs: Auch in der sechsten Runde des Innovations-Awards zeigt die Medien-Branche ihre kreative Kraft und zukunfts-gewandtes Unternehmertum. Auffällig dieses Jahr: Einreichungen mit großer gesellschaftlicher Relevanz als Reaktion auf die Pandemie und Produktinnovationen mit dem Fokus auf jüngere Zielgruppen. Fazit der Jury: „Der NOVA macht Mut.“

Die Nominierten und ihre Beiträge werden in den kommenden Monaten in den Medien des BDZV und auf der Website <https://Nova-award.de> näher vorgestellt.

Über die Preisvergabe entscheidet eine unabhängige Jury: **Meinolf Ellers** (CDO, dpa), Hamburg; **Dr. Wolfram Kiwit** (Chefredakteur und Chief Structure & Strategy Officer, Ruhr Nachrichten), Dortmund; **Rolf-Dieter Lafrenz** (geschäftsführender Gesellschafter, SCHICKLER Unternehmensberatung), Hamburg; **Freya Oehle** (Gründerin und Beraterin) Hamburg, **Larissa Pohl** (CEO Europe, Wunderman), Hamburg; **Jörg Rheinboldt** (Geschäftsführer APX, Axel Springer Porsche), Berlin; **Martin Wunnike** (Vorsitzender des Beirats Nordwest Zeitung), Oldenburg.

Der Nova Innovation Award der deutschen Zeitungen ist 2017 erstmals vom BDZV ausgeschrieben worden. Der Preis wird in den Kategorien Produktinnovation, Vermarktungsinnovation und Neue Geschäftsfelder vergeben; er ist nicht dotiert. Mit dem Award werden die jeweils besten Produkt-Neueinführungen gedruckt und digital, außergewöhnliche Geschäftsmodelle, kreative Strategien und Vermarktungsideen ausgezeichnet. Gewürdigt werden innovative Leistungen für Leser:innen/Nutzer:innen und Werbetreibende ebenso wie beispielsweise die Erschließung neuer Märkte außerhalb des Kerngeschäfts der Zeitungen.

Kontakt:

Presse: Alexander von Schmettow, Telefon 030/726298-212, E-Mail schmettow@bdzv.de

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

Lisa Wilhelm, Projektmanagerin Redaktion, 030 726298-212, wilhelm@bdzv.de

Alle Informationen zum Nova Innovation Award erhalten Sie auf nova-award.de.

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](https://twitter.com/BdzvPresse) und Instagram [bdzv.de](https://www.instagram.com/bdzv.de) #BDZVNova22 #supernova22