

NEW(S)COMERS BEST 2022

Universen in Nusschalen,
Welten in Zeilen,
Freiheit in Worten.



Deine Ideen sind originell und Du bist bereit nach den Sternen zu greifen?
Roll das Plakat, blicke hindurch und fokussiere deine Idee für den
NEW(S)COMERS BEST 2022! Mach mit und gewinne neben der begehrten
Award Trophäe bis zu 4.000 € und eine Zeitungsveröffentlichung.



NEWSCOMERS BEST 2022

JURY



Niklas Frings-Rupp
Miami Ad School
Europe Berlin



Peter Gocht
Saint Elmo's
Hamburg



Sascha Hanke
happy
Hamburg



Uwe Hellmann
Hamburg



Lars Huvart
Ogilvy Advertising
Frankfurt



Armin Jochum
think
Hamburg



Prof. Richard Jung
Hochschule
Niederrhein
Krefeld



Ilona Klück
Grabarz & Partner/
Shibuya
Hamburg



Silkin Lehm
Deutscher Sparkassen-
und Giroverband
Berlin



Christian Mommertz
Hamlet
Düsseldorf



Ingo Müller
Republic
Frankfurt



Eric Schoeffler
Hayas Germany
Düsseldorf



Prof. Spaergens Matthias
Scholz & Friends
Berlin



Anja Tirtzy
Edeka
Hamburg



Katrin Tischer
BDZV
Berlin



Hermann Waterkamp
Leagas Delaney
Hamburg

WETTBEWERB

New(s)comers Best ist der Nachwuchs-Kreativwettbewerb der Zeitungen, veranstaltet vom Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV). Die Teilnehmer*innen entwickeln eine Anzeige für das Medium Zeitung, eine renommierte Fachjury bewertet die Arbeiten. Zu gewinnen gibt es eine Veröffentlichung der Siegermotive in mehreren Zeitungen und Geldpreise im Gesamtwert von 7.000 Euro. Der Wettbewerb richtet sich an Junior Texter*innen und Junior Art Directors mit bis zu drei Jahren Berufspraxis sowie an Studierende in Kreativ-Studiengängen an einer Fachhochschule bzw. Universität.

BRIEFING

THEMA

„Die Zeitungen: Wörter können die Welt verändern.“

AUFGABE

Konzipiere ein Anzeigenmotiv, das folgende zentrale Aspekte widerspiegelt: die Funktion der Zeitungen als Seismographen des gesellschaftlichen Wandels und Spiegel der Veränderung. Berücksichtige dabei, dass dein Entwurf in der gedruckten Zeitung und ihren digitalen Kanälen verwendet werden kann.

Formuliere eine prägnante Headline und entwickle einen starken Claim – dieser soll mit dem Absender-Logo „Die Zeitungen.“ das Thema auf den Punkt bringen und gleichzeitig überraschen.

HINTERGRUND

Die Themen Nachhaltigkeit, Diversity und Individualisierung sind als Treiber gesellschaftlichen Wandels allgegenwärtig:

- ob als politisches Ziel, wie es die Vereinten Nationen in ihren Sustainable Development Goals* formuliert haben,
 - in der Arbeitswelt**
 - oder als Mega-Trend, wie vom Zukunftsinstitut postuliert***.
- (Quellen: * sdgs.un.org/goals, ** charta-der-vielfalt.de, *** zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-individualisierung/)

KOMMUNIKATIONSZIEL

Bestärke die Leser:innen in ihrer Entscheidung, Zeitung zu lesen; veranschauliche dabei mögliche Kriterien für die Wahl gerade des Mediums Zeitung, etwa weil ... Zeitung in Zeiten des Wandels eine verlässliche Informationsquelle ist. ... Zeitung eine professionelle Analyse bietet. ... Zeitung ausgewogen und umfassend informiert. ... Zeitung aktuelle Themen und Trends fundiert einordnet.

KOMMUNIKATIONSZIEL ZWEITEN RANGES

Überzeuge Werbungtreibende von der Relevanz der Zeitung als Werbeträger, verdeutliche ihre Wirkung als professionelles Medium auf allen ihren Kanälen, zeige auf, dass Zeitung hochwertige redaktionelle Umfeldler bietet.

ZIELGRUPPE

Kernzielgruppe: Leserschaft der Zeitungen (gedruckt und digital).
Erweiterte Zielgruppe: Werbungtreibende, die sich mit den Themen Nachhaltigkeit, Diversity und Individualisierung beschäftigen oder beschäftigen sollten.
Außerdem: Nutzer:innen, die im Internet auf die entsprechenden Themen stoßen.

CROSS MEDIA

Du liebst die Herausforderung? Dann gehe einen Schritt weiter und konzipiere eine Cross-Media-Kampagne. Im Mittelpunkt steht nach wie vor deine Idee für eine Anzeige. Doch neben Print bieten die Zeitungen gerade online viele Möglichkeiten wie Websites, Social Media oder Apps. Und genau hier kannst du dich austoben. Weil gute Cross-Media-Ideen immer wichtiger werden, gibt es dafür auch ein extra Preisgeld von 1.000 Euro. Dieser Sonderpreis erhöht jedoch nicht die Gewinnchancen deines Anzeigenentwurfs.

TEILNAHME

Grundsätzlich gilt: Halte dich ans Briefing. Gestalte zunächst eine ganzseitige Anzeige für DIE ZEITUNGEN – und gern zusätzlich eine Cross-Media-Kampagne. Lade dir die Teilnahmeunterlagen für deine Einreichung herunter unter: awards.die-zeitungen.de

FORMAT: 1/1 Seite

SATZSPIEGEL: 330 mm breit x 490 mm hoch

ABSENDER/LOGO: Die Zeitungen.

Teilnehmen dürfen Junior Texter*innen und Junior Art Directors mit bis zu drei Jahren Berufspraxis sowie Studierende an einer Fachhochschule bzw. Universität. Dein Wohnsitz muss in Deutschland sein. Natürlich müssen bei allen Entwürfen die Grundsätze des Deutschen Werberats, aber auch Urheber- und Datenschutzrechte eingehalten werden. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Einsendeschluss ist Dienstag, 30. August 2022.

PREISE

Die prämierten Anzeigen werden ganzseitig in mehreren Tageszeitungen geschaltet – eine Voraussetzung für die Teilnahme auch an weiteren Kreativ-Wettbewerben der Branche. Die Gewinner*innen dürfen sich außerdem über folgende Geldpreise freuen:

GOLD 3.000 €, SILBER 2.000 €, BRONZE 1.000 €, CROSS-MEDIA 1.000 €

Zusätzlich dürfen alle Preisträger*innen an einem exklusiven Kreativ-Workshop teilnehmen, den der BDZV gemeinsam mit dem Art Directors Club für Deutschland (ADC) veranstaltet. Die Preisverleihung wird in einem festlichen Rahmen stattfinden.

KONTAKT

Fragen zum Wettbewerb? Wir stehen gerne zur Verfügung:

BDZV – Bundesverband Digitalpublisher
und Zeitungsverleger

Markgrafenstraße 15
10969 Berlin

Dr. Joachim Donnerstag
030-72 62 98 223
donnerstag@bdzv.de

Die Vorjahressieger*innen, Teilnahmeunterlagen und alles über den Kreativwettbewerb gibt es hier: awards.die-zeitungen.de

[AWARDS.DIE-ZEITUNGEN.DE](https://awards.die-zeitungen.de)

/newscomers-best
Veranstalter:



Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger

NEWSCOMERS BEST 2022

DAS THEMA IST: „DIE ZEITUNGEN: WÖRTER KÖNNEN DIE WELT VERÄNDERN.“

Es nehmen nur Arbeiten an der Bewertung teil, die den Teilnahmebedingungen entsprechen.

WER TEILNEHMEN KANN

Teilnehmen können Junior Texter*innen und Junior Art Directors in Werbeagenturen mit einer Berufserfahrung bis maximal drei Jahre sowie freiberufliche Kreative mit maximal drei Jahren Berufspraxis. Studierende kreativer Studiengänge im Bereich Kommunikation an Hochschulen, Universitäten, Fachschulen und Akademien können ebenfalls teilnehmen. Ideal sind Zweierteams für Art und Text. Die maximale Gruppengröße beträgt drei Teilnehmer*innen. Der Wohnsitz muss in Deutschland sein.

UMFANG UND ANZAHL VON WETTBEWERBSBEITRÄGEN

Jede*r Teilnehmer*in bzw. jedes Team kann **maximal drei** Anzeigenmotive einreichen. Cross-Media-Ideen müssen mit einem Storyboard (Hochformat) erklärt werden sowie gern zusätzlich in Form von Videos, Bewegtbild, Animationen oder Apps bzw. Links.

GRUNDSÄTZLICHES UND RECHTLICH WICHTIGES

Die Layouts werden im Rahmen der Preisverleihung sowie evtl. in einer Ausstellung öffentlich gezeigt und die Anzeigen der Gewinner*innen in deutschen Zeitungen veröffentlicht. Der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) unternimmt Anstrengungen, die zum Wettbewerb eingesendeten Arbeiten einem möglichst breiten Publikum vorzustellen. Natürlich müssen bei allen Entwürfen die Grundsätze des Deutschen Werberats (www.werberat.de) eingehalten werden. Vor der Einsendung des Layouts sind von den Teilnehmer*innen, der Schule oder Agentur alle Nutzungs-, Urheber-, Marken-, Namens-, Bild- und Tonrechte abzuklären. Abgebildete Personen, andere Urheber oder Eigentümer sind hierzu zu informieren, eventuell notwendige Zustimmungen für den Verwendungszweck sind einzuholen und mit dem Layout einzusenden. Bei Fotos, auf denen Personen abgebildet sind, sind die Abgebildeten zu informieren, für welchen Zweck die Aufnahme verwendet wird, dass das Foto ausgestellt und eventuell in mehreren Zeitungen veröffentlicht wird. Die Zustimmung der Abgebildeten ist zusammen mit dem Layout einreichen. Entsprechendes gilt für Fotos, auf denen keine Personen abgebildet sind. Die Nutzungsrechte lizenzierter Fotos und Musikstücke sowie musikalische Aufführungsrechte sind von den Teilnehmer*innen zu erwerben. Sämtliche Nutzungsrechte an den prämierten Arbeiten gehen zeitlich, örtlich und medial unbeschränkt an den BDZV über. Die Nutzungsrechte sind mit den Siegerprämien vollständig abgegolten. Die Einsender*innen nicht-prämierter Anzeigen räumen dem BDZV unentgeltlich das Recht ein, die eingereichte Arbeit zeitlich, örtlich und medial unbeschränkt auszustellen, öffentlich vorzuführen, öffentlich zugänglich zu machen und/oder zu senden.

EINHEITLICHES LAYOUTFORMAT: DIE KLASSISCHE 1/1 SEITE

Der Layout-Satzspiegel beträgt 490 mm (Höhe) x 330 mm (Breite). Das gilt ggf. auch für die Storyboards. Andere Formate sind ausgeschlossen (kein Querformat!). Die Arbeiten werden als jpg- oder pdf-Datei, Dateigröße max. 5 MB, ohne Beschnittzugabe hochgeladen.

EINBINDUNG DES ABSENDERS

Das Logo „Die Zeitungen.“ ist als Absender in das Layout zu integrieren (Download unter awards.die-zeitungen.de).

EINREICHUNG DER ARBEITEN

Alle Anzeigen sowie Storyboards zur Erklärung von Cross-Media-Ideen müssen ausschließlich digital unter Newscomers-Best.submit.to eingereicht werden (als jpg oder pdf, Dateigröße max. 5 MB, ohne Beschnittzugabe). Eine Zusendung von Ausdrucken ist nicht notwendig.

TEILNAHMEGEBÜHREN

Die Teilnahmegebühr beträgt pro Motiv 50 Euro für Agenturen und Freiberufler*innen (für Azubis und Studierende 20 Euro pro Motiv). Für Schulen, Universitäten und Akademien fallen je Standort einmalig 50 Euro Gebühr an, wenn sie den Wettbewerb als Projektarbeit umsetzen und hieraus studentische Arbeiten zur Bewertung einreichen.

ZAHLUNG UND ZAHLUNGSNACHWEIS

Die Gebühr ist zahlbar auf das Konto des BDZV bei der Commerzbank AG: IBAN DE81 1208 0000 4100 1176 00, BIC DRESDEFF120 mit dem Zahlungszweck NEWSCOMERS BEST und dem Namen der einreichenden, teilnehmenden Person sowie der Agentur bzw. Schule. Ein Zahlungsnachweis muss im speziell gekennzeichneten Bereich hochgeladen werden (Screenshot/Foto...). Fehlt er, kann weder die Einreichung bearbeitet noch die Teilnahme bestätigt werden.

PRÄSENTATION DER ARBEITEN

Alle teilnehmenden Arbeiten werden der Jury ohne Bekanntgabe der Einsender*innen gezeigt. Sollte die Shortlist bereits vor der finalen Jurysitzung auf awards.die-zeitungen.de/newscomers-best/ veröffentlicht werden, werden die Motive ohne Nennung der Autor*innen gezeigt. Wenn die Jury-Entscheidung feststeht, können die Namen der Shortlist-Platzierten sowie Agentur/Schule ergänzt werden.

RECHTSWEG AUSGESCHLOSSEN

Die Entscheidung der Jury ist endgültig und kann nicht angefochten werden. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mit Ihrer Teilnahme erklären Sie sich mit allen Bedingungen dieser Ausschreibung einverstanden.

KONTAKT

Dr. Joachim Donnerstag, Leiter Marketingkommunikation
Telefon: 030 / 72 62 98-223
E-Mail: donnerstag@bdzv.de

awards.die-zeitungen.de