

Wrigley GmbH und BBDO Düsseldorf gewinnen Gold

ZMG präsentiert auf der Award Show 2017 in Berlin acht ausgezeichnete Zeitungsanzeigen und Nachwuchsarbeiten

Frankfurt am Main/Berlin, 31. März 2017. Vor 140 Gästen präsentierte die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft (Frankfurt am Main) am 30. März 2017 im Microsoft Atrium in Berlin die Gewinner der beiden Kreativ-Wettbewerbe „Anzeige des Jahres 2016“ und „New(s)comers Best 2016“. Beide Wettbewerbe sind gebündelt unter der Dachmarke „Die Zeitungen. | Awards“.

Anzeige des Jahres 2016:

Zum 32. Mal zeichnete die ZMG die besten Zeitungsanzeigen des Jahres aus.

Gold gewann die Kampagne „Classics last longer“ für Wrigleys Spearmint von Wrigley GmbH. Verantwortliche Agentur: BBDO Düsseldorf.

Silber erhielt die „Leistungskampagne“ von Toom Baumarkt (Agentur: Scholz & Friends).

Jeweils **Bronze** erhielten die Anzeige „Ganz großes Tennis“ für den Ampera-e von Adam Opel AG (Agentur: Scholz & Friends) und die Kampagne für smart „Drive it or hate it“ von Daimler AG/smart (Agentur: BBDO Düsseldorf).

...2

Nachwuchswettbewerb New(s)comers Best 2016:

Beim New(s)comers Best prämiert die ZMG die besten Nachwuchskreativen mit bis zu drei Jahren Berufspraxis. Die kreativen Junioren und Studierenden hatten in diesem Jahr die Aufgabe, eine Kampagne zum aktuellen Thema Meinungs- und Pressefreiheit zu entwickeln. „Ein Thema, mit dem der Nachwuchswettbewerb den Nerv der Zeit getroffen hat“, so Prof. Matthias Spaetgens, Kreativchef von Scholz & Friends, der die Gewinnerarbeiten präsentierte. Die Nachwuchspreise gingen in diesem Jahr an diese jungen Talente:

Gold für die Kampagne „Meinungen: Donald, Kim, Chris“ für Kaj Gebhardt (Grey Düsseldorf).

Silber für die Anzeige „Überwachungskamera“ für Frauke Ehlers (Text) und Virgie Cheong (Art Direction) (dieckertschmidt Berlin).

Jeweils **Bronze** für die Anzeige „Redefreiheit“ für Chae Yeong Seo (Miami Ad School, Hamburg) und für die Anzeige „Waterboarding“ für Marco Maglieri (Text) und Amadeus Weineck (Art Direction) (Heye München)

Zusätzlich zu den attraktiven Geldpreisen im Gesamtwert von 7.000 € dürfen sich die Youngsters über Veröffentlichungen ihrer Kreationen in Tageszeitungen freuen. Die Förderer des New(s)comers Best 2016 sind Badische Zeitung, Badisches Tagblatt, Boyens Medien, General-Anzeiger Bonn, Hannoversche Allgemeine, Neue Presse, Remscheider General-Anzeiger, Mittelbayerische Zeitung, Südwest Presse und Solinger Tageblatt.

Jochen Wegner, Chefredakteur von ZEIT Online, hob in seiner Keynote die Bedeutung von Qualitätsjournalismus hervor. „Es gibt bei der ganzen Lügenpresse-Debatte einen positiven Effekt: Wir merken, dass es ein viel größeres Interesse daran gibt, was wir Nachrichtenmedien machen.“

ZMG-Geschäftsführer Markus Ruppe betonte den Wert von Glaubwürdigkeit: „Die sogenannten Fake-News profitieren von den Diskreditierungsversuchen. Die NYT hatte ihr erfolgreichstes Quartal ever, die deutschen Zeitungen profitieren auch.“

...3

Glaubwürdigkeit zählt. Glaubwürdigkeit schafft Vertrauen. Vertrauen ins Medium nutzt der Werbung. Zeitung macht Werbung wertvoll.“

Mehr Informationen zu den beiden Kreativwettbewerben der Zeitungen, die Jurystatements und die nominierten Anzeigenmotive bietet die Microsite awards.die-zeitungen.de.

Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft zeigt die Kraft der Zeitung. Das Medium erreicht mit seinen gedruckten und digitalen Ausgaben über 60 Millionen Leser. Die ZMG bietet Werbekunden und Agenturen Orientierung im Zeitungsmarkt. Sie unterstützt diese mit Werbewirkungsforschung sowie Planungs- und Buchungssystemen. Zudem ist sie Marketingdienstleister für Zeitungshäuser.

Microsite: awards.die-zeitungen.de

Facebook: facebook.com/diezeitungenawards

Hashtags: #3KOMMA6KILOFAME #DZA16

Foto: David Ausserhofer

Weiteres Bildmaterial und Anzeigenmotive auf Anfrage.

Ansprechpartnerin:

ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft
Petra Gremmelpacher
Die Zeitungen. Awards
Tel. 069/97 38 22 – 0
Fax 069/97 38 22 – 51
E-Mail: awards@die-zeitungen.de