

„Man hat das Gefühl, die Zeitung erfindet sich noch einmal neu“

- **LeadAcademy gibt Nominierte für die diesjährigen LeadAwards in den Kategorien „Zeitung“ und „Werbung“ bekannt**
- **Alle Nominierten ab Freitag dieser Woche in den Hamburger Deichtorhallen zu sehen**
- **„B.Z.“, „Der Tagesspiegel“, „Neues Deutschland“ und „Süddeutsche“ als „Zeitung des Jahres“ nominiert**

Nach einer dreimonatigen Sichtungsphase und fünf abschließenden Jurysitzungen mit insgesamt 122 Experten aus der Kommunikations- und Medienbranche gibt die LeadAcademy für Medien heute die Nominierten für die diesjährigen LeadAwards in den Kategorien „Zeitung“ und „Werbung“ bekannt.

„Die Jury war überrascht und erfreut über den enorm großen kreativen Output der Zeitungs- und Werbebranche“, sagt Markus Peichl, Vorsitzender der LeadAcademy und der LeadAwards-Jury. „Wir haben seit Jahren nicht mehr so viele herausragende, fantasievolle und qualitativ hochwertige Leistungen gesehen wie in diesem Jahr. Insbesondere bei den Zeitungen hat man das Gefühl: Hier erfindet sich eine Gattung noch einmal neu.“

„SZ“, „B.Z.“, „BamS“, „WamS“ und Kölner-Stadt-Anzeiger in der Zeitungskategorie vorn

In der Zeitungs-Kategorie liegt die „Süddeutsche Zeitung“ mit vier Nominierungen vor dem „Tagesspiegel“, der „B.Z.“, der „Bild am Sonntag“, der „Welt am Sonntag“ und dem „Kölner Stadtanzeiger“, die allesamt auf drei Nominierungen kommen. Gefolgt werden sie mit je zwei Nominierungen von der „Zeit“, dem „Hamburger Abendblatt“, dem „Neuen Deutschland“ und der „Bild“. Sechs weitere Zeitungen haben jeweils einmal die Chance auf einen LeadAward, darunter diesmal auch Regionalzeitungen wie die „Neue Presse“ aus Chemnitz und die „Main Post“ aus Bayern und Baden-Württemberg.

Die „Süddeutsche Zeitung“ punktet insbesondere mit ihren Rubriken aus der Wochenendausgabe („Buch Zwei“ und „Großformat“) sowie ihrer Sonderbeilage zur großen Robert-Frank-Ausstellung, bei der die gezeigten Exponate in Kooperation mit der „SZ“ auf Zeitungspapier gedruckt wurden. Die „B.Z.“ beeindruckte mit einer minutiösen Dokumentations-Serie über den letzten großen Auschwitz-Prozeß gegen Oskar Gröning und einer Sonderbeilage auf Arabisch für ankommende Flüchtlinge – „nur zwei von vielen Beiträgen, mit denen die B.Z. einen Journalismus pflegt, der über das normale Boulevardangebot weit hinausgeht, ohne die Boulevardmechanismen zu verleugnen“, urteilte die Jury. Der „Tagesspiegel“ wiederum bestach durch seine Sonderausgabe zum Mauerfalljubiläum, die unter dem Motto „25 Jahre Wahnsinn“ stand, und durch die zur Fußball-WM erschienene Beilage „11 Freunde täglich“, die „in deutschen Tages- und Wochenzeitungen einzigartig und vorbildlich ist“, wie die Jury festhielt. Die drei Nominierungen der „Welt am Sonntag“ gehen auf das Konto von zwei Beiträgen der Sektion „Titelthema“, mit der die „WamS“ laut Jury „Maßstäbe gesetzt und Magazintugenden frühzeitig auf das Zeitungsgenre übertagen hat“, sowie auf die seit kurzem erscheinende Autobeylage „PS-Welt“. Mit letzterer habe die WamS „sowohl in ästhetischer als auch in journalistischer Hinsicht einen neuen Standard für Autoberichterstattung gesetzt“.

Blattmacherische Leidenschaft und kreativer Turn-Around – Die Begründungen für „Zeitung des Jahres“

Auf den Titel „Zeitung des Jahres“ können sich vier Blätter Hoffnung machen. In dieser Königsklasse sind die „B.Z.“, „Der Tagesspiegel“, das „Neue Deutschland“ und die „Süddeutsche Zeitung“ nominiert. Die „B.Z.“ weil sie „mit großer blattmacherischer Leidenschaft heiße Eisen anpackt und dabei immer wieder moralische Anliegen an Leser heranbringt, denen man nachsagt, für Moral nicht besonders empfänglich zu sein.“ Der „Tagesspiegel“ weil er „kontinuierlich ein herausragendes, im besten Sinne zeitgemäßes Qualitätsblatt macht, das laufend mit einer Fülle neuer Ideen und originellen Herangehensweisen aufwartet.“ Die „Süddeutsche

Zeitung“ weil sie seit langem einen blitzsauberen, anspruchsvollen Journalismus auf höchstem Niveau liefert und durch ihre neue Wochenendausgabe jetzt endlich auch gestalterisch, blattmacherisch und konzeptionell Anschluß an die Anforderungen der heutigen Zeitungspublizistik gefunden hat.“ Das „Neue Deutschland“ weil es „der Redaktion gelungen ist, ein völlig verstaubtes und fast schon totgeglaubtes Blatt mit neuem Leben zu füllen.“ Selbst Juroren, die sich offen dem konservativen Lager zurechnen, stimmten für die Nominierung des Linken-Zentralorgans und gaben als Begründung an: „Der kreative, zeitgemäße Turn-Around des ‚Neuen Deutschlands‘ ist die größte Überraschung des diesjährigen Zeitungsjahrgangs. Niemand hat damit gerechnet, dass es diesem Blatt nochmal gelingen würde, zumindest formal, ästhetisch und konzeptionell eine so beachtliche Neu- und Repositionierung hinzulegen“.

Herausragender Kampagnen- und Kreativjahrgang – Die Nominierten in der Kategorie „Werbung“

Auch in der Hauptkategorie „Werbung“ zeigte sich die Jury von der Fülle herausragender, wegweisender Arbeiten überrascht und angetan. „Das war mit Sicherheit der beste Kampagnen- und Kreativjahrgang, den wir seit langem vorliegen hatten, erklärt LeadAcademy- und Jury-Vorsitzender Markus Peichl. „Vor allem fällt auf, dass die Werbe- und Kommunikationsbranche langsam aber sicher die Möglichkeiten des Internets und des digitalen Zeitalters antizipiert. Früher wurde da viel Humbug, viel L’art-pour-l’art, viel unnötiger und bemühter Quatsch gemacht. Jetzt werden die neuen interaktiven und partizipativen Kommunikationsmittel endlich mit viel mehr Selbstverständlichkeit genutzt. Die Werber lernen langsam wie man das digitale Alphabet buchstabiert und auf der Internet-Klavatur spielt. Das setzt echte Kreativität frei, wo lange nur Unsicherheit und gequälter, gewollter Aktionismus war, der an der Sache vorbei ging.“

Bestes Beispiel für diese endlich wachsende Selbstverständlichkeit im Umgang mit digitalen Kommunikationsformen ist die Netflix-Kampagne von Kolle Rebbe, bei der die Serien-Figur Saul Goodman aus „Better call Saul“ live auf Spiegel Online deren Schlagzeilen kommentierte, oder die Viral-Kampagne des Deutschen Anwaltvereins von Serviceplan, für die ein verzweifelter Mann erfunden wurde, der – von seiner Frau verlassen, geschieden und auf Herausgabe der Hälfte seines Eigentums verklagt – sein gesamtes Hab und Gut mit der Kreissäge in zwei Teile zersägte und seinen Teil auf Ebay versteigerte. Beide Werbeevents sind in der Kategorie „Kampagne des Jahres“ nominiert. Aber auch klassische TV-Spots wie der neue Audi-Science-Fiction-Service-Horror-Film von Thjnk und die Volkswagen-Fünfzehn-Sekünder „Qualität für Geld“ von DDB schaffen es unter die Nominierten.

In der Kategorie „CreativeLeader des Jahres“, in der eine herausragende Persönlichkeit der Werbe- und Kommunikationsbranche ausgezeichnet wird, die das kreative Geschehen in Deutschland in den vergangenen Jahren nachhaltig geprägt hat, sind Ralf Heuel von Grabarz & Partner, Armin Jochum von Thjnk und Oliver Voss von der gleichnamigen Agentur Oliver Voss nominiert. Ralf Heuel, weil er laut Jury „wie kein zweiter die schwierige Aufgabe eines Generations- und Nachfolgewechsels bei Grabarz gemeistert hat und mit Aktionen wie ‚Rechts gegen Rechts‘ laufend für neue, durchschlagende, höchst effektive und dabei trotzdem nie platte sondern stets fantasievolle Kommunikationsideen sorgt.“ Armin Jochum, weil er „entscheidend dazu beigetragen hat, mit Thjnk in geradezu atemberaubendem Tempo eine absolute Top-Agentur mit absolutem Top-Kreativ-Output aufzubauen und schneller als je erwartet in die erste Kommunikationsliga aufzusteigen.“ Und Oliver Voss, weil er „seit Jahren zu den besten und kreativsten Köpfen des Landes zählt – einer, der vor allem über eine ganz eigene, unverwechselbare Handschrift verfügt und auch mit seiner eigenen Agentur eine echte Qualitätsware im Ramsch gefährdeten Werbegeschäft abliefert.“

Alle nominierten Arbeiten werden ab Freitag, 25. September 2015 neun Wochen lang im Haus der Photographie in den Hamburger Deichtorhallen, Deichtorstraße 1–2, 20095 Hamburg gezeigt. Die Ausstellung findet in diesem Jahr bereits zum 13. Mal statt und zählt mit rund 40.000 Besuchern zu den meistbesuchten Schauen dieser Art in Europa.

Mitte Oktober 2015 gibt die LeadAcademy bekannt, welche Nominierten von der Jury für eine Medaille vorgesehen sind und welche eine reguläre Auszeichnung erhalten. **Bei der großen LeadAwards-Verleihung am 29. Oktober 2015** werden schließlich die Gold-Gewinner bekannt gegeben. Nachdem die Verleihung im letzten Jahr wegen Renovierungsarbeiten in die Markthalle umziehen musste, findet sie in diesem Jahr wieder an ihrem angestammten Platz in der großen nördlichen Deichtorhalle Hamburg statt.

Die Nominierten in den Kategorien „Magazin“ und „Online“ werden am Donnerstag, 24. September 2015 bekannt gegeben.