

FERAG-LBB-Preis Gewinner 2009

Berlin, den 14. Januar 2011

FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preis 2009

würdigt kommunikationsstärkende und verbindende
Maßnahmen zwischen Leser und Verlag



Die Gewinner des zweiten **FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preis 2009** stehen fest.
Die Jury hatte am 13. Mai 2009 in Berlin über 40 Einsendungen zu entscheiden.

Die Preisträger sind:

Vertrieb 1. Platz: Nordkurier, „Geburtstagsbriefaktion“

Vertrieb 2. Platz: Aichacher Zeitung, „Aichacher Zeitung für Noch-Nicht-Leser“

Vertrieb 3. Platz: Borkener Zeitung, „Reisebüro, Urlaubsservice“

Redaktion 1. Platz: Oberbayerisches Volksblatt, „Was mich freut – Was mich ärgert“

Redaktion 2. Platz: Torgauer Zeitung, „Start in den Frühling mit der TZ“

Redaktion 3. Platz: Fränkischer Tag, „Franken 2020“

Veranstaltungen / Aktionen 1. Platz: Grenz Echo, „Journalist für einen Tag“

Veranstaltungen / Aktionen 2. Platz: Emdener Zeitung, „Anzeigenfüller“

Veranstaltungen / Aktionen 3. Platz: Heilbronner Stimme, „Leseraktion - Dreierpack“

FERAG-LBB-Preis Gewinner 2009

KATEGORIE VERTRIEB

1. Platz Kurierverlags GmbH & Co. KG, Nordkurier, Neubrandenburg

mit der Geburtstagsbriefaktion.

Abonnenten des Nordkurier bekommen vom Verlag zum Geburtstag einen Glückwunschbrief mit einem Geschenk (Buchgutschein, Flasche Sekt) sowie einen Gutschein für eine Familienanzeige im Wert von 10,- €. Innerhalb von vier Jahren hat der Verlag von knapp 53% seiner Abonnenten die Geburtstage sammeln können. Eine schöne und sympathische Aktion zur Leser-Blatt-Bindung, denn im elektronischen Zeitalter ist die Geburtstagspost im Briefkasten deutlich gesunken und fällt daher beim Geburtstagskind besonders positiv auf. Angenehmer Nebeneffekt für den Verlag: Die Altersstruktur der Abonnenten lässt sich mit dieser Aktion sehr einfach ermitteln.

Der Jury ist diese persönliche und äußerst sympathische Kommunikation mit dem Leser und die gute Pflege des Kundenstamms vom Nordkurier besonders aufgefallen und soll daher den ersten Platz verliehen bekommen.

2. Platz Verlag Mayer & Söhne Druck- und Mediengruppe GmbH, Aichacher Zeitung, Aichach

mit der Aichacher Zeitung für Noch-Nicht-Leser.

Alle Nichtabonnenten der Aichacher Zeitung erhalten jeden Samstag das Abdeckblatt „Aichacher Anzeiger“. Für einen Erscheinungstermin hat der Verlag das Abdeckblatt durch eine Aichacher Zeitung für Noch-Nicht-Leser ersetzt. Diese Zeitungsausgabe besteht aus einer Mischung von lokalen Inhalten und den Mantelseiten und soll den Leser auf die richtige Aichacher Zeitung neugierig machen.

Besonderer Clou: Störer mit Querverweisen auf die echte Zeitungsausgabe auf einigen Seiten. Als Alternative für Steckzeitungen für Verlage mit Resthaushaltsverteilungen zu empfehlen.

Die Aktion ist gut kalkulierbar, umwirbt den Leser mit dem direkten Produkt und liefert dabei gute und schlüssige Argumente für die Zeitung. Diese ehrliche und ökonomische Aktion wird von der Jury mit dem zweiten Platz bedacht.

3. Platz Verlag J. Mengelsberg GmbH & Co. KG, Borkener Zeitung, Borken

für den Urlaubsservice in Kooperation mit Reisebüros.

Die Borkener Zeitung hat den bekannten Urlaubsservice in Form einer Reisenachsendung geschickt erweitert. Dafür wurden örtliche Reisebüros als Partner gewonnen. Bei Buchung einer Reise an einen Urlaubsort innerhalb Deutschlands werden Abonnenten auf den bestehenden Service der portofreien Nachsendung durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Reisebüros hingewiesen. Die Besonderheit: Nichtabonnenten bekommen die Zeitung für die Urlaubszeit gratis an ihr Urlaubsdomizil. Vorteil für das Reisebüro: Ein kostenlos zusätzlicher Service für jeden Kunden. Vorteil für den Verlag: Gewinnung von neuen Lesern und Vermeidungen von Lieferunterbrechungen bei bestehenden Abos.

Mit der Idee gewinnt die Borkener Zeitung neue Leser, vermeidet Kündigungen oder

Lieferunterbrechungen und überzeugt den Leser in einer entspannten Atmosphäre vom Wert der Zeitung. Dies überzeugt die Jury und sie verleiht der Borkener Zeitung den dritten Platz in der Kategorie Vertrieb.

FERAG-LBB-Preis Gewinner 2009

KATEGORIE VERANSTALTUNGEN / AKTIONEN

1. Platz Grenz-Echo AG, Grenz Echo, Eupen (Belgien)

mit der Aktion „Journalist für einen Tag“.

"Journalist für einen Tag" ist ein neues crossmediales Projekt für Schulklassen. Schüler schlüpfen eine Woche lang in die Rolle eines Journalisten, Chefredakteurs, Layouters, Fotografen, Radio- und TV-Moderators oder Kameramanns. Eigenständig wählen sie am frühen Morgen ihre Themen, stimmen sich in einer Redaktionskonferenz ab und produzieren ihre Beiträge unter fachkundiger Anleitung, die dann auch im GRENZ-ECHO, im Rundfunk, im Fernsehen und im Internet veröffentlicht werden. Alle Schüler arbeiteten mit den gleichen technischen Mitteln wie die Profis. Auch vom zeitlichen Druck der Medienbranche bleiben sie nicht verschont. Zum Wochenabschluss werden im Rahmen einer großen Veranstaltung Preise in verschiedenen Kategorien vergeben. Während die Schüler jeweils einen spannenden Tag in den ostbelgischen Redaktionen verbringen, gewinnen auch die Profis wichtige Erkenntnisse: So wissen sie heute besser als früher, welche Themen Jugendliche interessieren. Die Aktion "Journalist für einen Tag" ist beim GRENZ-ECHO und den anderen Medienpartnern auch für das kommende Jahr 2010 fest eingeplant. Die Jury erkennt vor allem, das crossmediale und altersübergreifende Denken, das gerade in der aktuellen Situation besonders wichtig ist und möchte diese zukunftsorientierte und für die Zeitung besonders gewinnbringende Aktion mit einem Preis auszeichnen.

2. Platz Emdener Zeitung GmbH & Co. KG, Emdener Zeitung, Emden

mit der Aktion „Anzeigenfüller“.

Die Emdener Zeitung begeistert ihre Leser jeden Monat mit neuen Kinderzeichnungen, die als Füllanzeigen geschaltet werden. Zusammen mit wechselnden Anzeigenkunden, die attraktive Preise ausloben, die dann unter allen Teilnehmern verlost werden, wird jeden Monat in einer großen Ankündigungsanzeige ein neues Thema vorgegeben: "Winter in Ostfriesland" und "Hier lese ich meine Zeitung" sind zwei dieser Themenvorgaben, deren Ergebnisse farbig in der Emdener Zeitung abgedruckt werden. Die Resonanz der Kinder ist so überwältigend, dass die Leser sich jeden Tag auf mehrere neue Zeichnungen freuen können. Angenehmer Nebeneffekt für Anzeigenkunden: Die Kinderzeichnungen werten den Anzeigenteil und die ganze Zeitung inhaltlich und optisch auf. Dieser besondere Effekt, Leser und zugleich Anzeigenpartner zu binden, indem die Zeitung optisch aufgewertet wird und verschiedene Altersklassen mit einbezogen werden, wird von der Jury mit dem zweiten Platz bedacht.

3. Platz Heilbronner Stimme GmbH & Co. KG, Heilbronner Stimme, Heilbronn

mit der Aktion „Leseraktion – Dreierpack“.

Wie wird aus einem Thema ein Artikel? Aus Artikeln und Bildern eine Zeitungsseite? Wie sieht crossmediales Arbeiten aus? Leser der Heilbronner Stimme sind beim Zeitungsmachen stundenlang hautnah dabei: ob Redaktionskonferenz, Blattkritik, Stimme-Desk oder Grafik. Redakteure, Chefredakteur und Geschäftsführer nehmen sich Zeit und lassen keine Frage unbeantwortet. Und das Beste: beim regelmäßigen Dialog mit den Lesern erfahren die Zeitungsmacher in Heilbronn Dinge, die sie sofort abstellen, ändern oder einführen können. Die Aktion "Leser zu Gast in der Redaktion" ist nur einer von mehreren Bausteinen, um mit den Lesern in einen Dialog zu treten. Monatlich gibt's den Chefredakteur zum Anfassen. Uwe Ralf Heer besucht eine der 72 Gemeinden im Verbreitungsgebiet der Heilbronner Stimme. Wöchentlich bereitet die Redaktion ein brisantes lokales Thema besonders auf und bittet ihre Leser am Erscheinungstag, in der Redaktion anzurufen, und sich zum Thema zu äußern. Am Folgetag wird auch darüber ausführlich berichtet. Diese Aktion, die auf drei Wegen den Leser erreicht, ist besonders erwähnenswert und wird daher von der Jury ausgezeichnet.

FERAG-LBB-Preis Gewinner 2009

KATEGORIE REDAKTION

1. Platz Oberbayerisches Volksblatt GmbH & Co. Medienhaus KG, Oberbayerisches Volksblatt, Rosenheim

mit der Serie „Was mich freut – Was mich ärgert“.

Oft sind es die kleine Dinge, die für großen Unmut sorgen: Der von den Behörden entfernte Zebrastreifen, die regelmäßig von Dauerparkern blockierten Kurzzeit-Stellplätze vor der Post oder die fehlende Sitzbank an der Bushaltestelle. Vor mehr als fünf Jahren hat das Oberbayerische Volksblatt die Rubrik „Was mich freut – was mich ärgert“ eingeführt. Doch auch positive Berichte über erfreuliche Begegnungen und Ereignisse aus der Nachbarschaft rücken so in den Fokus des Lesers. Die Hinweisgeber werden für die Berichte in der Zeitung fotografiert und die Stellungnahmen der Behörden unkommentiert mit abgedruckt. Etwa ein halbes Jahr später nehmen sich Redakteure der Fälle noch einmal an und prüfen, ob sich etwas verändert hat. Genial und einfach ist die Idee, die sich auch für sehr kleine Redaktionen ohne großen Personalaufwand schnell umsetzen lässt – und zudem eine Leser-Blatt-Bindung in einer vorbildlichen Form darstellt. Die Jury verleiht diesem Beitrag den ersten Preis in der Kategorie „Redaktion“.

2. Platz Torgauer Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Torgauer Zeitung, Torgau

für die Artikelserie „Start in den Frühling mit der TZ“

Auf die Liebe ihrer Leser zur Heimat setzt die Torgauer Zeitung mit ihrer Aktion „Start in den Frühling“. Die Jury belohnte diese 18-teilige Serie mit dem zweiten Preis. Alte, teilweise auch vom Aussterben bedrohte Handwerke standen im Mittelpunkt. Den Lesern wurde mit Unterstützung von Wirtschaftspartnern und örtlichen Vereinen die Möglichkeit geboten, diese Betriebe zu besuchen. Bis zu 300 Gäste konnten jeweils begrüßt werden. Ein Gewinnspiel und ein Schnupper-Abo rundeten das attraktive Angebot ab.

3. Platz Fränkischer Tag GmbH & Co. KG, Fränkischer Tag, Bamberg

mit Franken 2020

Den demographischen Wandel wählten sich zehn Volontäre und Jungredakteure des Fränkischen Tags zum Thema ihres sechswöchigen Projekts „Franken 2020 – Wie gestalten wir die Zukunft?“. Täglich ging es in Artikeln und Sonderseiten um Familienleben- und -freundlichkeit, Zu- und Abwanderung, den Wertewandel sowie das Leben im Alter. Vertreter aller Generationen wurden dazu befragt. Diese Interviews erschienen auch auf einer CD, die während der Abschlussveranstaltung präsentiert wurde. Damit war dem Fränkischen Tag, der im vergangenen Jahr mit seiner Garten-Serie zu den Siegern gehörte und dieses Mal mit seinen ähnlich perfekt konzipierten „Genießerwochen“ überzeugen konnte, der dritte Rang in der Kategorie „Redaktion“ sicher.

Die Verleihung des **FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preises 2009** findet im Rahmen des Kongresses Deutscher Lokalzeitungen am 17. Juni 2009 in Berlin statt. Der FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preis ist eine Initiative des Verbandes Deutscher Lokalzeitungen e.V. in Zusammenarbeit mit der FERAG GmbH. Der FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preis teilt sich in drei Kategorien und bewertet Vertriebsmaßnahmen, redaktionelle Serien sowie Veranstaltungen und Aktionen, die die Kommunikation zwischen Leser und Verlag stärken und den Leser langfristig an die Zeitung binden.

Die Jurymitglieder sind Peter Wüst (Generalbevollmächtigter Ferag GmbH), Thomas Elsing (Ehem. Geschäftsführer Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG), Mathias Wöhler (Leiter Zeitungsverkauf Neuss- Grevenbroicher Zeitung), Thomas Bertz (Geschäftsführer TBM Marketing GmbH), Peter Schweinberger (Redaktionsleiter Pinneberger Tageblatt) und Martin Wieske (Geschäftsführer Verband Deutscher Lokalzeitungen e.V.)