

# PRESSEMITTEILUNG

Berlin, den 25. Juni 2014

FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preis 2014

## Gewinner in Berlin ausgezeichnet



Am 25. Juni 2014 wurden die Gewinner des Ferag-Leser-Blatt-Bindungs-Preises 2014 beim 40. Kongress Deutscher Lokalzeitungen in feierlichem Rahmen ausgezeichnet:

### Kategorie Integriertes Verlagsmarketing

1. Platz: Oberhessische Presse, Marburg – „Besser Esser“
2. Platz: Hanauer Anzeiger, Hanau – „Hanauer Fitmacher“
3. Platz: Pfälzischer Merkur, Zweibrücken – „Betreten der Baustelle erwünscht“

### Kategorie Redaktion

1. Platz: Deister- und Weserzeitung, Hameln – „DeWeZet-Test“
2. Platz: Nordbayrischer Kurier, Bayreuth – „Sicher zur Schule“
3. Platz: Mühlhäuser Allgemeine, Erfurt – „Geschichten einer Straße“

### Kategorie Veranstaltungen / Aktionen

1. Platz: Waldeckische Landeszeitung/Frankenberger Zeitung, Korbach – „WLZ-FZ suchen den Superverein“
2. Platz: Mediengruppe Oberfranken, Bamberg – „Franken sucht das Dorf der Dörfer“
3. Platz: Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten, Aachen – „Die Foren“

## PRESSEMITTEILUNG

Kategorie: Integriertes Verlagsmarketing

1. Platz: Oberhessische Presse, Marburg,  
mit der als Jahresprojekt angelegten Serie „Besser Esser“



Die Oberhessische Presse nahm die vielen Lebensmittelskandale zum Anlass, dem Thema Ernährung mehr Gewicht zu verleihen. Nach intensiver Vorbereitung startete im April 2013 das Projekt „Besser Esser“. Das Credo: „Um den Teufelskreis zu durchbrechen, lohnt es sich, auf Qualität und eben nicht nur auf den Preis zu achten. Auf einen bewussten Umgang mit Nahrungsmitteln. Auf den Verzehr saisonaler Produkte. Auf kurze Lieferwege und regionale Erzeugnisse. Wenn diese dann noch ökologisch angebaut und umweltschonend produziert worden sind, haben wir die Pflicht hinter uns gelassen und die Kür gemeistert.“ Entstanden ist ein ganzer Blumenstrauß aus redaktionellen Angeboten und Aktionen. Leser dürfen sich beispielsweise über Serien, Webspecials und Spartipps freuen bis hin zum „Besser Esser“-Abo. Die Jury lobt den Einsatz aller Beteiligten und ist begeistert, dass sogar ein eigener Bio-Garten angelegt wurde, der von Redakteuren und Lesern gemeinsam „beackert“ wird.

2. Platz: Hanauer Anzeiger, Hanau,  
mit „HANAUER Fitmacher“



Zwei Volontäre und zwei Auszubildende konzipierten Anfang 2013 mit dem „HANAUER Fitmacher“ ein Projekt, das zum vollen Erfolg für den Verlag wurde. Ein schönes Beispiel, welche Synergien sich auch in einem eher kleinen Medienhaus ergeben, wenn alle Abteilungen an einem Strang ziehen. Initiiert wurden eine Serie, die Fitness und Gesundheitstipps abseits des organisierten Sports liefert, eine Vertriebskampagne und mehrere Marketing-Produkte. Flankiert wurde die Serie von einer eigenen Facebook-Präsenz, die ebenfalls von den Volontären konzipiert und betreut wurde. Die eigentlich auf sechs Wochen angelegte Aktion „HANAUER Fitmacher“ hat sich so bewährt, dass sie mehrfach verlängert wurde und bis heute mit einer wöchentlichen Seite im HANAUER ANZEIGER fortgeführt wird. Die Jury lobt doppelt: Erstens den Mut des Verlages, dem Nachwuchs eine derartige Aufgabe und Verantwortung zu übertragen und zweitens die gute bereichsübergreifende Zusammenarbeit im Sinne des Lesers.

## PRESSEMITTEILUNG

### 3. Platz: Pfälzischer Merkur, Zweibrücken, mit „Betreten der Baustelle erwünscht“



Die Neugestaltung der Zweibrücker Fußgängerzone sorgte 2013 für Zündstoff bei den ansässigen Gewerbetreibenden. Das Frustrationspotenzial war groß, die Sorge vor Umsatzeinbußen enorm. Der Pfälzische Merkur setzte sich deshalb zum Ziel, die Geschäftsleute in dieser schweren Zeit zu unterstützen. Neben einer Serie erschienen zwischen Mai und September vier Baustellenzeitungen unter dem Motto „Betreten der Baustelle erwünscht“. Die Zeitung informierte ihre Leser in Print und Online bis hin zu Facebook regelmäßig über die Entwicklungen auf der

Baustelle, stellte Bauunternehmen vor, initiierte und unterstützte Aktionen, um die Fußgängerzone trotz Baustelle zu beleben und wies regelmäßig auf das Baustellenpass-Gewinnspiel hin - eine Aktion der Gewerbetreibenden, bei der sich natürlich auch der Pfälzische Merkur beteiligte. Das Ergebnis: Alle Gewerbetreibenden überstanden die schwere Zeit, von Lesern kam die Rückmeldung: „Gut, dass Ihr euch so einsetzt“. Und das denkt auch die Jury.

Kategorie: Redaktion

### 1. Platz: Deister- und Weserzeitung, Hameln, mit dem „DeWeZet-Test“



Investigativer Journalismus: eine Domäne von Spiegel & Co, aber doch nicht im Lokalen! Zumindest nicht geplant und dauerhaft. Dass dies nicht zwangsläufig gilt, beweist die Deister- und Weserzeitung mit ihrer Serie „DeWeZet-Test“, die die Jury mit dem ersten Preis auszeichnet. Wie sehen die öffentlichen Toiletten aus? Welche Fahrradwerkstatt ist wie gut? Wie frisch sind die Brötchen in der Bäckerauslage? Wie viel Geld gibt es für Gold in den diversen Ankaufstellen? Wie sieht der Service in der Innenstadt kurz vor Ladenschluss aus? Wie bürgernah sind Politiker wirklich, und wie

offen ist das Rathaus, das sich als gläsern bezeichnet? Die Redaktion beantwortet diese und andere Fragen authentisch: indem sie die Probe aufs Exempel macht und die jeweiligen Versprechen selbst testet. Teils undercover, indem ein Redakteur inkognito in die Rolle des interessierten Bürgers schlüpft, teils offen mit einem entsprechenden Experten für das jeweilige Thema im Schlepptau. Dieses sicherlich nicht immer einfache, aber dafür extrem spannende journalistische Format vereint kritischen Lokaljournalismus mit Service- und Ratgeberthemen, es ist investigativ und unterhaltsam zugleich. Die Test-Stücke sind nicht nur konsequent lokal ausgerichtet und reportagehaft geschrieben, sondern auch vorbildlich aufwendig illustriert. Der „DeWeZet-Test“ wird folgerichtig als Dauerserie weitergeführt. Besser kann man Leser nicht an die Zeitung binden, fand die Jury.

## PRESSEMITTEILUNG

**2. Platz: Nordbayerischer Kurier, Bayreuth,  
mit dem Thema „Sicher zur Schule“**



„Nachhaltigkeit“ ist oft ein leeres Schlagwort: Heute gehypt, morgen vergessen, ist meist das Schicksal von redaktionellen Aufregern. Bestes Gegenbeispiel ist die crossmediale Serie „Wie sicher sind unsere Schulwege“, die von Ortsreportern und Onlineredaktion des Nordbayerischen Kurier gemeinsam konzipiert und gestemmt wurde. Anlass war ein tödlicher Unfall eines Jungen im Landkreis Bayreuth an einer Schulbus-Haltestelle im Jahr zuvor. Der Kurier reagierte wie eine gute Lokalzeitung bei so einem aufwühlenden Ereignis reagieren muss: über Wochen wurde aus der Perspektive besorgter Eltern berichtet, weitere gefährliche Stellen benannt, Politik und Behörden zum Handeln aufgefordert. Genau ein Jahr später hakte die Redaktion nach: Was ist seitdem geschehen und wie lassen sich die Schulwege noch sicherer machen? Bei der Beleuchtung der verschiedenen Maßnahmen wurden multimedialen Möglichkeiten genutzt. So bekam ein Mädchen eine Kamera auf die Mütze, um ein hautnahes Video vom Schulweg zu erstellen. Bilder können mit einem digitalen Vorhang verdunkelt werden, um zu zeigen, wie schlecht ein Kind im Dunkeln an der Haltestelle zu sehen ist. Diese Nachhaltigkeit und die konsequente Crossmedialität gaben den Ausschlag für Platz zwei des Ferag-Leser-Blatt-Bindungs-Preises.

**3. Platz: Mühlhäuser Allgemeine, Erfurt,  
mit den „Geschichten einer Straße“**



Die Geschichte gibt es so oder in ähnlicher Form wohl in fast jeder Stadt. Da leiden Anwohner einer vielbefahrenen Bundesstraße unter dem Lärm, Dreck, Gestank und wünschen sich vergeblich den Bau einer Umgehungsstraße. In der Kleinstadt Großengottern sind die Probleme besonders krass. Schwere Unfälle in dem Gewirr von ungeeigneten Einbahnstraßen sind an der Tagesordnung. Ein Haus in einer Kurve wird ständig von Lastern gerammt, sämtliche Katzen einer Familie sind schon überfahren worden, eine Mutter konnte sich und ihr Baby nur durch den Sprung in einen Hauseingang vor dem sicheren Tod retten. Probleme, über die eine Lokalzeitung berichten muss. Die „Mühlhäuser Allgemeine“ startete die Serie „Geschichten einer Straße“. Der frühere Lokalchef Jürgen Wand hatte die Idee, die Leser selbst über ihre Straße, über „tote Hühner und leere Versprechungen der Politik“ schreiben zu lassen. Entstanden sind nicht nur lebensnahe, lebendige Geschichten, die sicher nicht nur die Betroffenen selbst in den Bann ziehen. Die „Volkskorrespondenten“ schreiben Gedichte wie das eines Gehörlosen, der unter den Erschütterungen seines Hauses leidet. Sie schildern Gefahren für Kinder und die Angst alter Leute, mit dem Fahrrad zu fahren; sie komponieren Lieder wie den „Umgehungsstraßen-Blues“. Auf der Website der Zeitung können Leser ihre Geschichten nach Ereignissen und Wohnorten anpinnen, Fotostrecken und Videos sind auf der Multimediaseite geplant. Die Lokalzeitung erfüllt hiermit auf hervorragende Weise ihre Aufgabe als Anwalt der Bürger, befand die Jury. Und das auch noch erfolgreich: Der ungewöhnliche und massive Protest führt wohl jetzt zum gewünschten Ergebnis. Ganz nebenbei konnten neue Abonnenten und einige der Ortsreporter dauerhaft als freie Mitarbeiter gewonnen werden.

## PRESSEMITTEILUNG

Kategorie: Veranstaltungen / Aktionen

### 1. Platz: Waldeckische Landeszeitung/Frankenberger Zeitung, Korbach mit der „Wahl des Supervereins 2014“



Der Jugendorchester Musikzug Battenberg, die Jugendfeuerwehr Volkmarsen oder die Naturschutzjugend Frankenberg – dies sind nur drei von insgesamt 30 Vereinen, die dem großen Aufruf der Waldeckischen Landeszeitung/Frankenberger Zeitung gefolgt sind und in einem 60 Sekunden Filmclip ihre Jugendarbeit zusammengefasst haben. Unter [www.wlz-fz-superverein.de](http://www.wlz-fz-superverein.de) konnten alle Leserinnen und Leser ihre Stimme abgeben. Die 30 Videos

wurden mehr als 30.000 Mal angesehen. In einem zweiten Verfahren gab eine Jury ein Vereinsranking ab. Aus Leservoting und Jurybewertung ergibt sich eine Platzierung. Die top 10-Vereine haben sich für die „Spiele ohne Grenzen“ qualifiziert. Nun müssen die Vereine ihr praktisches Geschick und Können unter Beweis stellen. Durch Anzahl der Zuschauer und das Gewinnen einer Ortsvette lassen sich wertvolle Zusatzpunkte erzielen. Mitte September 2014 stehen sich die beiden punktbesten Vereine aus dem Spielen in einem großen Finale gegenüber. Der Gewinner kann als Superverein 2014 ein Jahr lang kostenlos einen nagelneuen neusitzigen Superverein-Bus fahren.

Die Jury drückt schon heute allen 10 Vereinen ganz fest die Daumen und wünscht allen Beteiligten viel Freude bei der Teilnahme. Konzeption, Engagement im Jugendbereich der Vereine sowie den crossmediale Einsatz finden die Jury super und lassen die Supervereins-Aktion auf den ersten Platz in der Kategorie Aktionen rücken.

### 2. Platz: Mediengruppe Oberfranken, Bamberg mit der Aktion „Franken sucht das Dorf der Dörfer“



Bundesland: Bayern, Regierungsbezirk: Unterfranken, Landkreis: Haßberge. Hier liegt das Dorf Bischwind mit seinen 230 Einwohnern. Und Bischwind ist in dem großen Aufruf 2013 zum Dorf der Dörfer geworden. Wie ist es dazu gekommen? Die Mediengruppe Oberfranken rief zusammen mit der unterfränkischen Band „Dorfröcker“ alle Dörfer im Verbreitungsgebiet dazu auf, sich mit einem Video kreativ zu präsentieren. Das Lied „Dorfkind“ soll dabei

den musikalischen Hintergrund bilden und gibt die Länge des Videos vor. Jurybewertung und Leser-Onlinevoting ermittelten mit großer redaktioneller Berichterstattung in der Zeitung das Gewinner-Dorf Bischwind. Am Pfingstmontag 2013 feierte sich Bischwind mit den Dorfröckern. Die Jury gratuliert nachträglich und ist gespannt, welches Dorf 2014 den Titel holen wird. Aktionsidee, Einbindung der Leserinnen und Leser und die Gelegenheit, dass sich auch die kleinsten Dorfgemeinschaften einmal präsentieren können, haben die Jury überzeugt, daher ganz eindeutig Platz 2.

## PRESSEMITTEILUNG

### 3. Platz: Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten mit der Veranstaltungsreihe „Die Foren“



Dom, Printen und Konfitüren: Die Stadt Aachen hat nicht nur ein Unesco-Kulturdenkmal und süßes Naschwerk. Wie jede andere Großstadt bestimmen auch Themen wie Kriminalität, der öffentliche Personennahverkehr, Kulturetats und vieles mehr die öffentlichen Debatten. Die Lokalredaktionen der Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten greifen die aktuellen Themen auf und veranstalten dazu öffentliche Foren. Darin sitzen Verantwortliche aus der Verwaltung, von Organisationen, Polizei oder Politik auf dem Podium und stellen sich den Fragen der Redakteure sowie Leserinnen und Lesern. Umfangreiche Berichterstattung, teilweise mit Videos, vor und nach den Foren runden die Aktionen ab. Der Jury gefällt besonders die originelle Auswahl der Veranstaltungsorte, wie beispielsweise beim Thema „Bau der Campusstraßenbahn“ direkt im Bus auf der geplanten Straßenbahnroute.

**Hintergrund:** Der FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preis ist eine Initiative des Verbandes Deutscher Lokalzeitungen e.V. in Zusammenarbeit mit der FERAG GmbH und wird bereits zum vierten Mal verliehen. 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 Jury:** Thomas Bertz, Geschäftsführer TBM Marketing GmbH. Thomas Elsing, ehem. Geschäftsführer Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Stefan M. Kob, Chefredakteur Solinger Tageblatt und Remscheider General-Anzeiger. Tim Kuhrau, Verkaufsleiter Ferag GmbH. Doortje Sabin, Verlagsleiterin Jeverisches Wochenblatt. Martin Wieske, Geschäftsführer Verband Deutscher Lokalzeitungen e.V.. Mathias Wöhler, Leiter Zeitungsverkauf Bonner General-Anzeiger.

**Kontakt:** Stefanie Keller, Tel.: 0 30 / 39 80 51 -54, E-Mail: [stefanie.keller@lokalpresse.de](mailto:stefanie.keller@lokalpresse.de), [www.ferag-lbb-preis.de](http://www.ferag-lbb-preis.de)