

## PRESSEMITTEILUNG

Berlin, den 29. Juni 2011

### Verleihung des FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preis 2011

Die Verleihung des FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preises 2011 hat im Rahmen des Kongresses Deutscher Lokalzeitungen am 29. Juni 2011 in Berlin stattgefunden.

Der Preis würdigt seit 2008 kommunikationsstärkende und verbindende Maßnahmen zwischen Leser und Verlag. Aus mehr als 65 Einsendungen wurden die Gewinner ermittelt. Die Gewinner des FERAG-Leser-Blatt-Bindungs-Preises 2011 sind:

#### Kategorie Integriertes Verlagsmarketing

- 1. Platz:** Mittelbayerische Zeitung, „Mittelbayerischer Landkreislauf“
- 2. Platz:** Schweriner Volkszeitung, „Wir grill'n Euch eins“
- 3. Platz:** Stader / Buxtehuder Tageblatt, „Tageblatt on Tour“

#### Kategorie Redaktion

- 1. Platz:** Süderländer Tageblatt, „Sonderredaktion Senioren / Unsere Themen unsere Zeitung“
- 2. Platz:** Wetzlarer Neue Zeitung, „Besser leben!“
- 3. Platz:** Rundschau für den Schwäbischen Wald, „Rundschau WM Stammtisch“

#### Kategorie Veranstaltungen / Aktionen

- 1. Platz:** Schaumburger Nachrichten, „SN-Schülerzeitungen“
- 2. Platz:** Segeberger Zeitung, „Bad Segeberg bewegt“
- 3. Platz:** Hildesheimer Allgemeine Zeitung, „Erzähl doch mal!“

**Die Begründungen der Jury und Fotos von der Preisverleihung finden Sie auf den Folgeseiten.**

**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. Tim Kuhrau, Verkaufsleiter Ferag GmbH. Doortje Sabin, Verlagsleiterin Jeversches 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)

Seite 2 >>>

## PRESSEMITTEILUNG

### KATEGORIE INTEGRIERTES VERLAGSMARKETING

#### **1. Platz: Mittelbayerische Zeitung, Regensburg mit dem „Mittelbayerischen Landkreislauf“**

Der Mittelbayerische Landkreislauf konnte im September 2010 erfolgreich Premiere feiern und wird deshalb auch in diesem Jahr in einer anderen Region des Verbreitungsgebietes der Mittelbayerischen Zeitung fortgesetzt. 1.500 kleine und große Läufer stellten sich der Laufstrecke entlang der 10 Etappenorte und den 15.000 Zuschauern. Am Ziel wurde mit einem abwechslungsreichen Begleitprogramm für Groß und Klein bis in die Nacht gefeiert. Kooperationspartner waren die Kommunen und Vereine vor Ort, die aktiv in die Vorbereitung und Durchführung des Landkreislaufes eingebunden wurden. Alle Startgelder wurden unter ihnen und dem Verein zur Förderung krebskranker und körperbehinderter Kinder Ostbayern e.V. aufgeteilt. Für die Finanzierung des Landkreislaufes trugen örtliche Anzeigenkunden mit 35.000 Euro ihren Teil bei. Die Jury lobt zweierlei: Erstens die Einbeziehung aller lokalen Kräfte und zweitens die Crossmedialität des Projekts. Alle Kanäle wurden vor, während und nach dem Landkreislauf bespielt und – um ein Beispiel zu nennen – bereits im Rahmen der Abschlussveranstaltung wurde noch vor der Siegerehrung ein Film mit den schönsten Bildern des Tages aufgeführt.

#### **2. Platz: Schweriner Volkszeitung, Schwerin mit der Aktion „Wir grill'n Euch eins“**

So schmeckt der Sommer: Die Schweriner Volkszeitung (SVZ) hat im Rahmen ihrer Sommertour 2010 ihren Lesern in Zusammenarbeit mit örtlichen Firmen insgesamt 14 mal in der Mittagspause ein Steak oder eine Bratwurst mit Brötchen und Getränk ausgegeben. Unter dem Motto „Wir grill'n Euch eins!“ wurden Coupons in der Zeitung abgedruckt, die dann an vielfrequentierten Plätzen des Verbreitungsgebietes eingelöst werden konnten. Vor Ort kamen Zeitungsmacher und Leser ins Gespräch, nachmittags wurde online und am Folgetag in der jeweiligen Lokalausgabe berichtet. Mit einem Flyer wurden Nichtabonnenten beworben, lokale Anzeigenkunden erhielten ein attraktives Werbeumfeld im Rahmen der einzelnen Veranstaltungstermine. Zusätzlich wurden Leser aufgefordert, ihre schönsten Grillrezepte einzureichen, um daraus ein kleines Büchlein zu gestalten. Die Jury lobt nicht nur die Aktionsidee selbst, sondern insbesondere auch den opulenten Auftritt bis hin zur Panoramaseite und einem eigens mit „Wir grill'n Euch eins!“ gebrandetem Auto.

## PRESSEMITTEILUNG

### KATEGORIE INTEGRIERTES VERLAGSMARKETING

#### **3. Platz: Stader / Buxtehuder Tageblatt, Stade mit dem „Tageblatt on Tour“**

Sublokale Marktbearbeitung gilt als eine der großen Chancen und Herausforderungen im Zeitungsgewerbe. Das Stader- und das Buxtehuder Tageblatt nehmen diese Herausforderung konsequent an und produzieren jeden Monat reihum in einer neuen Mikrozelle des Verbreitungsgebiets unter dem Motto „Tageblatt on Tour“ eine Sonderausgabe mit vier bis 12 Seiten. Die Redaktion geht jeweils zwei Tage auf die Straße und sucht im Gespräch mit den Bürgern die kleinen Sorgen und Nöte, um sie ins Blatt zu heben, die Anzeigenabteilung bietet Kleinstkunden erfolgreich ein Werbepodium rund um den Kirchturm, der Vertrieb verteilt die Sonderausgabe und nutzt sie zur Abonentengewinnung. Die Jury lobt Bürger- und Kundennähe sowie insbesondere den langen Atem des Stader- / Buxtehuder Tageblatts: „Tageblatt on Tour“ entwickelte sich in den letzten 1,5 Jahren zum eigenen Geschäftsfeld, das sich für alle Beteiligten rechnet und als Nebeneffekt die Zusammenarbeit zwischen Redaktion und Verlagsabteilungen stärkt.

Die Jury zeichnet besonders den Umfang, die Ausdauer und mit welcher Konsequenz das Tageblatt auf Tour geht aus.

### KATEGORIE REDAKTION

#### **1. Platz: Süderländer Tageblatt, Plettenberg mit der „Sonderredaktion Senioren / Unsere Themen unsere Zeitung“**

Als im vergangenen Jahr in der sauerländischen Kleinstadt Plettenberg eine Seniorenvertretung gegründet und als Kommunikations-Plattform dazu eine Internetseite installiert wurde, zögerte die Redaktion des ST nicht lange und lud die Senioren ein, in einer „Sonderredaktion Senioren“ gemeinsam monatliche Seniorensseiten „Unsere Themen, unsere Zeitung“ zu machen. Ein bemerkenswerter Schritt in einer Zeit, in der Zeitungen eher Anstrengungen zur Gewinnung junger Zielgruppen unternehmen und ihre älteren treuen Leser mitunter alleinlassen. Nicht so beim Süderländer Tageblatt. In monatlichen Redaktionssitzungen werden die Themen der Sonderseiten vorbesprochen und dann mit Hilfe der Lokalredaktion produziert. Das gesetzte Ziel der Zeitung, die Themen der älteren Generation ins Blatt zu holen und gleichzeitig der Seniorenvertretung mit der Zeitung mehr Durchsetzungskraft zu verschaffen, ging voll auf. So wurde beispielsweise eine aus Spargründen gestrichene Buslinie zum Stadtkrankenhaus nach einem Bericht in der Seniorenzeitung wieder eingesetzt. Die monatlichen Sonderseiten reichen von hilfreichen Alltagstipps wie dem beschwerlichen Schneeschippen im Winter, bis zur Betrachtung, wie die „ehemalige Jugend“ ohne Handy und PC überleben konnte - was gleichzeitig der Bewusstseinerweiterung der jüngeren Leser dient. Die Jury lobte das nachhaltige und gesellschaftsrelevante Engagement der kleinen Lokalzeitung. Das allgemeine Problem, dass Senienthemen im Allgemeinen schwer im Lokalteil untergebracht werden können, wurde durch die Konstruktion toll gelöst.

Seite 4 >>>

## PRESSEMITTEILUNG

### KATEGORIE REDAKTION

#### **2. Platz: Wetzlarer Neue Zeitung, Wetzlar für die Serie „Besser leben!“**

Den Alltag der Menschen in der Zeitung zu spiegeln und ihnen wertvolle Tipps liefern, wie sie ihr Leben in ihrer Stadt besser gestalten können: Das sollte eigentlich journalistisches Pflichtprogramm jeder erfolgreichen Lokalzeitung sein. Doch das ist schwerer als es sich anhört. Gut gelöst hat das Problem die Wetzlarer Neue Zeitung mit ihrer Serie „Besser leben!“. Mit einer Umfrage in der Zeitung, kombiniert mit einer Nichtleser-Werbung, sammelte die Redaktion Themen und strickte daraus eine tägliche Serie zu den Lebensbereichen „Zusammenhalt“, „Beruf und Karriere“, „Gesundheit“, „Geld“, „Wohnen“, „Sitte und Moral“ und „Schönheit“. Zu jedem Schwerpunkt lieferte die Zeitung Menschen aus der Region, die für ein bestimmtes Thema stehen, bereitete den Hintergrund mit vielen Fakten, Service und Lokalkolorit auf und garnierte das Ganze mit kleinen Tipps und guten Vorsätzen für ein besseres Leben. Das Themenspektrum reichte vom Burn-out bis zur Schönheitsoperation, von der Organspende bis zur Sucht nach Alkohol, Nikotin oder Sex. Die Jury befand die Serie als aufbauend und motivierend für Leser, die Anstoß und Begleitung brauchen, um ihrem Leben eine neue Richtung zu geben. Die konsequente Lokalisierung und Aufarbeitung der Hintergründe ist vorbildlich.

#### **3. Platz: Rundschau für den Schwäbischen Wald, Gaildorf mit dem „Rundschau WM Stammtisch“**

Es gibt kaum ein Thema, das die Deutschen mehr bewegt als Fußball. Finden Turniere wie EM oder WM statt, versucht jede Lokalredaktion, das Großereignis auch in der Region stattfinden zu lassen. Kaum eine andere Heimatzeitung machte das so konsequent und mit einem vergleichbaren Aufwand wie die „Rundschau für den Schwäbischen Wald / Der Köcherbote“. Was zur Fußball-EM 2002 zaghaft begann, wurde zur WM 2010 in Südafrika zu einem fulminanten Leserforum entwickelt, an dem sich die ganze Stadt um den virtuellen WM-Stammtisch versammelte. Hier durfte sich jeder zu Wort melden, Spiele kommentieren, Prognosen wagen, über Strategien diskutieren. 700 Realschüler mit Lehrern, Kindergartengruppen, Kabarettist und Musiker, Pfarrer und Polizei, Brauerei und Busfahrer - wirklich alle machten mit. Die Redaktion war mit mehr als 1000 Lesern in Kontakt. Unter den Fans, die durch ihre zum Teil sehr originellen Wort- und Bildbeiträge gleichsam auch zu Akteuren wurden, entstanden neue Freundschaften. Dafür hat die 5-köpfige Redaktion einen beispiellosen Kraftakt hingelegt und jeden WM-Tag eine lokale Sonderseite produziert - insgesamt 34 an der Zahl. Mit der Preisvergabe würdigte die Jury diese enormen Anstrengungen, die von Turnier zu Turnier gesteigert wurden, und die Einbindung der Leser ins Lokale, wie man es bei einem überregionalen Thema nicht besser machen kann.

Seite 5 >>>

## PRESSEMITTEILUNG

### KATEGORIE VERANSTALTUNGEN / AKTIONEN

#### **1. Platz: Schaumburger Nachrichten, Stadthagen mit dem Projekt „SN-Schülerzeitungen“**

Ein besonderes Leuchtturm-Projekt für ein Engagement in der jungen Zielgruppe: Mit Projekten wie Zeitung in der Schule, Lesecken und vielem mehr wecken heute die Mehrheit aller Verlage in der jungen Leserschaft die Lust am Zeitungslernen. Auf besondere Beachtung ist daher in der Jury das Projekt „Schülerzeitung“ der Schaumburger Nachrichten gestoßen. Darin werden allen Gymnasien im Landkreis Schaumburg sowie einer IGS dreimal im Jahr Schülerzeitungen kostenlos zur Verfügung gestellt. Diese Zeitungen mit einer Auflage von 1.500 Exemplaren pro Schule erscheinen in Magazinform und bestehen aus 28 Seiten. Davon sind 16 Seiten redaktionell als auch grafisch von den jeweiligen Schülerinnen und Schülern gestaltet. Die übrigen 12 Seiten sind sog. Mantelseiten und werden vom Verlag geliefert. Zusätzlich gibt es jeweils eine eigene Internetseite sowie eine Zusammenstellung der besten Inhalte auf Sonderseiten in der Tageszeitung. Die Jury empfiehlt: Nachmachen!

#### **2. Platz: Segeberger Zeitung, Bad Segeberg mit der Aktion „Bad Segeberg bewegt“**

Das Motto: Für einen guten Zweck bewegen! Nein, bei diesem Projekt handelt es sich nicht um einen Marathonlauf, bei dem die örtliche Tageszeitung sich als Mitpräsentator darstellt, es ist vielmehr eine zweitägige Großveranstaltung, ein sogenannter Mega-Event. In Zusammenarbeit mit Kommune und Gewerbetreibenden ist es dem Zeitungsverlag gelungen, in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal eine karitative und kommerzfreie Großveranstaltung auf die Beine zu stellen. Das Programm bietet eine komplette Bandbreite, von Präsentationsmöglichkeiten für Vereine und Verbände über einen kulinarischen Abend mit Musik bis hin zum Spendenlauf und bringt die Stadt in Bewegung. Und nicht nur die Stadt, sondern auch die Segeberger Zeitung bewegt die Gemüter der Menschen vor Ort und ist an den Veranstaltungstagen in aller Munde. Nach Meinung der Jury ein gelungenes Projekt mit Wohltätigkeitsgedanken.

### KATEGORIE VERANSTALTUNGEN / AKTIONEN

#### **3. Platz: Hildesheimer Allgemeine Zeitung, Hildesheim mit der Reihe „Erzähl doch mal!“**

Ein crossmediales Projekt zum Vorzeigen. Der Projektstart erfolgt mit einem Aufruf zur Abgabe von selbst verfassten „Gute-Nacht-Geschichten“ der Leserinnen und Leser. Alle Einsendungen werden auf der Homepage online veröffentlicht und die besten Highlight-Geschichten in der Zeitung. Zusätzlich können Besucher der Stadtbücherei in einem Videoshooting ihre Geschichten vor laufender Kamera erzählen. Der Videoclip wird anschließend auf die Homepage gestellt. Der Verlag ist derzeit am Prüfen, ob eine Veröffentlichung der Geschichten in einem Buch zu realisieren ist. Die Jury meint: Ein Projekt mit Interaktionscharakter für den Leser, einfach und ohne großen Aufwand umzusetzen. Hildesheim wird zukünftig daher sicherlich nicht die einzige Stadt mit guten Geschichten zur Nacht bleiben.

## PRESSEMITTEILUNG



### Die Gewinner des Ferag-Leser-Blatt-Bindungs-Preises 2011

#### Hinten von links:

Dr. Uwe Graells, Schaumburger Nachrichten – Dirk Buchardt, Schweriner Volkszeitung – Thomas Bertz, Jurymitglied – Wolfgang Stephan, Stader/Buxtehuder Tageblatt – Michael Köhler, Wetzlarer Neue Zeitung – Richard Färber und Klaus Michael Oßwald, Rundschau für den Schwäbischen Wald – Thomas Elsing, Jurymitglied – Gideon Martz, Geschäftsführer Ferag GmbH – Judith Seiffert, Thomas Radtke, Stephan Möller und Detlef Max alle Hildesheimer Allgemeine Zeitung.

#### Vorne von links:

Alexandra Wildner und Sandra Feil, Mittelbayerische Zeitung – Mirja Martens und Georg Lempke, Stader/Buxtehuder Tageblatt – Anne Hundt und Stefan Aschauer-Hundt, Süderländer Tageblatt, Tanja Kracht und Thorsten Dücker, Segeberger Zeitung.



### Dirk Buchardt nimmt den Preis entgegen

#### Von links:

Dirk Buchardt, Schweriner Volkszeitung, Thomas Bertz, Jurymitglied / TBM-Marketing GmbH, Gideon Martz, Geschäftsführer Ferag GmbH



### Dirk Buchardt von der Schweriner Volkszeitung bei der Preisverleihung des Ferag-Leser-Blatt-Bindungs-Preises

#### Von links:

Dirk Buchardt, Schweriner Volkszeitung, Thomas Bertz, Jurymitglied / TBM-Marketing GmbH, Gideon Martz, Geschäftsführer Ferag GmbH



### Der dritte Platz in der Kategorie „Integriertes Verlagsmarketing“ bekam das Stader / Buxtehuder Tageblatt für „Tageblatt on Tour“

#### Von links:

von links Georg Lempke, Mirja Martens, Wolfgang Stephan alle Stader / Buxtehuder Tageblatt, Thomas Bertz, Jurymitglied / TBM-Marketing GmbH, Gideon Martz, Geschäftsführer Ferag GmbH