



Die Location der NBRZ Media Night: Das Apollo Theater Düsseldorf

## Branchenevents

# "Die NBRZ Media Night – ein großes Fest"

Zum 9. Mal fand in diesem Jahr die NBRZ Media Night statt – und zum dritten Mal in der Agentur-Metropole Düsseldorf. Viele hochkarätige Gäste aus Kommunikation und Medien besuchten die informative und unterhaltsame Veranstaltung.

Zur NBRZ Media Night kamen am 2. September 2014 mehr als 300 Gäste aus Agenturen, werbungstreibenden Unternehmen und Tageszeitungs-Verlagen ins Apollo-Theater nach Düsseldorf. Viele Marketing- und Werbechefs großer Unternehmen waren der Einladung von NBRZ-Geschäftsführer **Sven Holsten** gefolgt. Die NBRZ Deutsche Zeitungs-

allianz ist ein Zusammenschluss von 45 regionalen Zeitungsverlagen und Anzeigenkombinationen. Jeden Tag erreichen die über 500 Titel der NBRZ mehr als 27 Millionen Leser. Das Show-Programm der Media Night bot in diesem Jahr eine Zeitreise durch die 70er, 80er und 90er Jahre – mit Live-Auftritten von Harpo, Alphaville und La Bouche. Für jeden war also etwas dabei – (Jugend-) Erinnerungen inklusive.

Sven Holsten sagte zu den Gästen: "Ich

freue mich sehr, Sie zur diesjährigen NBRZ Media Night begrüßen zu dürfen – passenderweise in Düsseldorf, mitten im Ruhrgebiet, Deutschlands Wiege und Schatzkammer der großen Marken. Henkel, Bayer, E.ON, Klosterfrau, L'Oreal, Hakle, C&A, Vodafone – ein wunderbares Revier für die NBRZ Deutsche Zeitungsallianz. Gerade diese großen Marken sind es ja, die wir als größter deutscher Werbeträger weiterhin oder erneut für die Tageszeitungen gewinnen wollen. Für das Medium, das bei den Verbrauchern und Lesern heute ein geradezu historisch hohes Vertrauen genießt."

## 27 Millionen Leser Reichweite

Holsten unterstrich noch einmal die hohe Reichweite der NBRZ-Titel: "27 Millionen Leser, Tag für Tag, dank der großartigen Arbeit von Redakteuren, Druckern, Logistikern, Kioskverkäufern, nicht zuletzt auch Anzeigenverkäufern und – natürlich – umsichtigen Verlagschefs. 27 Millionen Leser, Tag für Tag. Um das mal einzuordnen – jeden Tag greifen so viele Leser freiwillig und erfreut zu einer Tageszeitung der NBRZ Deutsche Zeitungsallianz. Etwa genau so viele greifen alle fünf Jahre zum Stimmzettel der Europawahl. 27 Millionen Leser Tag für Tag. Das muss man auch im Kopf behalten, wenn mal wieder von einem neuen Youtube-Star berichtet wird,

Philipp Riediger,  
Combera GmbH,  
München



Quelle: pilot Hamburg

Idris-Lawrence Lachmann, pilot Hamburg



Quelle: NBRZ

Jörg Mattutat, RheinMainMedia GmbH

weil er fünf, sechs oder 10 Millionen Klicks hat. In drei Wochen. Im Übrigen – wo erfahren die Menschen vom neuen YouTube-Star? In der Tageszeitung. Oder auf deren Online-Seiten."

Die Gäste waren durchweg begeistert von der Veranstaltung. So sagte **Idris-Lawrence Lachmann**, Geschäftsführer / Managing Director, pilot Hamburg GmbH & Co. KG: "Kontaktgenauigkeit und Intensität sind bekanntlich die Stärken der Tageszeitungen. Der Veranstalter der NBRZ-Media-Night hat diese Stärken exzellent interpretiert und umgesetzt und eine Plattform geschaffen, wo ein sehr reger und interessanter Austausch stattgefunden hat und mit einem abwechslungsreichen Rahmenprogramm, das keinen Platz für Langeweile offen ließ. Für mich persönlich war das sehr inspirierend und unterhaltsam zugleich. Ich habe mich sehr gefreut, dabei gewesen zu sein. Vielen herzlichen Dank an dieser Stelle an den Veranstalter."

Und **Philipp Riediger**, Gesellschafter und Mitglied der Geschäftsleitung, Combera GmbH, München, betonte: "Die NBRZ Mediengala ist für mich einer der wichtigsten

Branchenevents im Jahr. Kein Gastgeber überrascht seine Gäste derart und immer wieder mit neuen Showacts wie die NBRZ. Alphaville war für mich das Highlight der diesjährigen Show. Die Synthie-Pop-Gruppe wurde 1983 gegründet; es war auch jenes Jahr, als ich zu Combera gekommen bin. Zumindest bleibt die Band 'Forever Young'. Ich freue mich immer wieder, Branchenkollegen und über die Jahre gewonnene Freunde zu treffen. Die Moderation, die Ansprache und die Keynote waren unterhaltsam, kurzweilig und informativ. Die tägliche Reichweite dieser Tageszeitungsallianz von 27 Mio. ist mehr als beeindruckend. Meine Hochachtung gilt dem Geschäftsführer Sven.Holsten sowie seinem Team. Weiter so!"

### "Mitreißendes Programm"

Auch **Uwe Munzinger**, Geschäftsführer der Sasserath Munzinger Plus GmbH, Berlin, lobte den Event: "Eine super Location, ein mitreißendes Programm, das das Publikum musikalisch in die 70er, 80er und 90er zurückversetzte, ein gut aufgelegter Moderator, der mit viel Humor



Quelle: AuditStar

Rolf-Dieter Wulf, AuditStar Krefeld-Düsseldorf GmbH



Quelle: NBRZ

Uwe Munzinger, Sasserath Munzinger Plus GmbH, Berlin



v.l. Michael Mülbüsch (Carat Deutschland), Prof. Hans Georg Stolz (agma/Stolz Brands Friends & Media), Sven Holsten (NBRZ)



v.l. Boris Schramm (GroupM) und Harald Wahls (BZV Medienhaus) im Fachgespräch

durch das Programm führte. Leider verging die Zeit an diesem kurzweiligen Abend viel zu schnell, um sich mit allen alten und neuen Bekannten auszutauschen. Vielen Dank an den Veranstalter für einen tollen Abend!"

**Rolf-Dieter Wulf**, Managing Director AuditStar Krefeld-Düsseldorf GmbH, fügte hinzu: "In meinen Augen ist die NBRZ Night eines der schönsten Media-Events im Jahr. Ein toller Gastgeber mit Sven Holsten und seinem Team, ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm in einer schönen Location, nette Gäste aus der Mediaszene und 'garniert' mit guten Argumenten für die Gattung der Tageszeitungen.

Die Sommernacht ermöglichte es nach Abschluss des offiziellen Programms den Abend bei netten Gesprächen

mit Blick auf den Fernsehturm draußen angenehm ausklingen zu lassen."

**Jörg Mattutat**, Geschäftsführer RheinMainMedia: "1.000-Dank an Sven Holsten und sein Team. Die NBRZ-Gala ist mit 400 Gästen aus Wirtschaft und Werbung wieder zu einem großen Fest geraten. NBRZ – Die deutsche Zeitungsallianz hat die Gattung tauf fris ch präsentiert. Der Abräumer von Alphaville beschreibt die Zeitungs-party mit zwei Worten: Forever young."

So haben sich die Erwartungen der Gäste auch in diesem Jahr wieder voll erfüllt. Ihre Statements zeigen, dass die NBRZ Media Night in der Branche einen besonders hohen Stellenwert genießt. Und das schon seit langer Zeit. (vs)



v.l. Oliver Nothelfer (Rheinische Post) und Hans-Peter Ennemoser (C&A) auf der Media Night



v.l. Manfred Schüller (Nordpol), Philipp Riediger (Combera) und Peter Strahlendorf (New Business Verlag)