

Preise der Fachjury: Die Gewinner

spotlight PROFESSIONALS TV&KINO

Gold

Der Hornbach Hammer

Produkt: Hornbach

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Vermutlich die beste Arbeit des Jahres. Tolle Idee, toller Film – auch international Weltklasse.

Silber – ex aequo

Und was bleibt von Dir?

Produkt: Hornbach Baumarkt AG

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Ein kleiner Spielfilm, der trotzdem mehr berührt als so manches Zwei-Stunden-Epos. Tolle Schauspieler, perfekt inszeniert.

NIVEA Mama

Produkt: NIVEA Dachmarke

Einreicher: Labamba Agency

Begründung: Tolle Darsteller, perfekt gespielt, extrem gute Texte – das Ganze wirkt außerdem sehr echt.

Bronze – ex aequo

Cactus

Produkt: OTTO.de

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Verblüffend erzählt, fantastisch gespielt. Damit wird Otto gleich 20 Jahre jünger.

Land of Quattro

Produkt: Audi

Einreicher: Markenfilm GmbH & Co.KG

Begründung: Die Essenz von Audi, der Allradantrieb, wird bildgewaltig, prachtvoll und modern umgesetzt.

EDEKA „Kiffer“

Produkt: EDEKA

Einreicher: Jung von Matt AG

Begründung: Guter Film, der auch eine Menge Mut vom Kunden verlangt.

Die Welt braucht bessere Technik – Sportsbar

Produkt: Saturn

Einreicher: Scholz & Friends

Begründung: Der Film wirkt wie aus Hollywood. Sagenhafte Kulissen, tolle Geschichte, top Idee – so muss Werbung sein!

Spotlight PROFESSIONALS WEB&MOBILE

Der Award in Gold wurde dieses Jahr nicht vergeben.

Silber

EDEKA „Supergeil“

Produkt: EDEKA

Einreicher: Jung von Matt

Begründung: Der Herr Liechtenstein, ein notorischer Inspirierer, ein liebevoller Versöhner. Wir glauben an das Gute im Menschen, an das Gute in der Welt überhaupt und somit auch an das Gute in Edeka und deren Produkte, vom Saft bis zum Klopapier. Danke, Friedrich. Danke.

Bronze – ex aequo

MYKITA MYLON Brandfilm

Produkt: MYKITA MYLON

Einreicher: MYKITA GmbH

Begründung: Die Brillenbauer bei der Arbeit: leidenschaftlich, konzentriert und ein Team, sie stehen persönlich ein für ihr Produkt. Die Brillen: ästhetisch, sorgfältig bearbeitet, von Hand gefertigt, keine Massenware. Die Brillen sind bestimmt nicht billig, und wir glauben, sie sind jeden Cent wert.

Die Geschichte von Bob und Linda

Produkt: Bestes Netz

Einreicher: DDB Tribal Group GmbH

Begründung: Die Geschichte von Bob und Linda berührt uns, die beiden bekämpfen ihre Verzweiflung und ihren Schmerz mit Mut und Obsession und ermutigen dadurch auch andere, sich bei der Auseinandersetzung mit Krankheit und Tod nicht ihrem Schicksal zu ergeben. Die Telekom bleibt dabei im Hintergrund und stellt sich als Plattform zur Verfügung, um diese hochemotionale

Botschaft zu verbreiten.

MINI NEXT FAMILY

Produkt: MINI NEXT

Einreicher: Storz & Escherich GmbH

Begründung: Gebrauchtwagen, an und für sich ein dröges Thema, auch ein bisschen unappetitlich, und besonders schwierig bei einer Style-verliebten Klientel wie der Mini-Kundschaft. Und da geht der Film in die Vollen. Saftig, sexy, von Engeln gestreichelt und himmlisch schön, so sind sie, die kleinen Schmuckstücke, die vor uns schon von einer / einem anderen verehrt wurden.

spotlight STUDENTS TV&KINO

Gold

Der Storyteller

Produkt: Social Spot

Einreicher: Michael Binz, Kunsthochschule für Medien Köln

Begründung: Das ist ein Klasse-Spot: Ein Mann erzählt ohne Rücksicht auf Verluste und egal, wer das nun hören will oder nicht, den Plot von Star Wars als eine verwickelt tragische Familiensaga. Die zu kapieren, ist uns schon damals als Kinozuschauern nicht gelungen. Wir fiebern also lustvoll mit bei diesem charmant-witzigen Scheitern an einer Überaufgabe und freuen uns über diese Umsetzung im Spot.

Silber

FERRARI – The Legend

Produkt: FERRARI

Einreicher: Christian Cramer-Clausbruch, Filmakademie Baden-Württemberg

Begründung: Kann man einen Spot über Ferrari-Sportwagen drehen – diesen Mythos auf Reifen – ohne einen Wagen zu zeigen – und alles auch noch im Mittelalter spielen zu lassen? Dass man das kann, und zwar so, dass einem der Atem stockt, belegt dieser ausgezeichnete Spot.

Bronze – ex aequo

Save Your Skin

Produkt: LUX

Einreicher: Andreas Bruns, Filmakademie Baden-Württemberg, Saubere Filme GmbH

Begründung: Bei diesem Spot, klassisch perfekt inszeniert, bewegt uns eine

ungelöste Frage: Gab es 1927, denn da spielt die Geschichte, schon Kettensägen?

Range Rover Evoque – Yeti

Produkt: Range Rover Evoque

Einreicher: Johann Valentinitzsch, Filmakademie Baden-Württemberg

Begründung: Dieser Film setzt das Lecken an Laternenstangen im Winter um: Mit einem Yeti, dem die Hände am beheizten Lenkrad einfrieren. Schön blöd, haben wir damals beim Pfahllecken gesagt. Der Yeti büßt mit dem Airbag. Ein sehr origineller, sehr gut erzählter Beitrag.

Bavarian Beauty

Produkt: Trailer Internationales Festival der Filmhochschulen

Einreicher: Max Mayer, Hochschule für Fernsehen und Film München

Begründung: Wer den Film American Beauty und die Fantasie mit der nackten Schönen in den roten Rosenblättern kennt, wird diesen Herrn in Krachledernen, der sich jetzt in Popcorn räkelt, auch nie mehr vergessen. Sehr schön.

SWITCH Bull's Eye & Miracel Whip

Produkt: Miracel Whip

Einreicher: Paul Prenissl Hochschule für Fernsehen und Film München

Begründung: Was passiert auf Grillpartys, wenn Männer und Frauen die Klischees über Männer und Frauen auf Grillpartys einfach tauschen? Das zeigt dieser technisch sehr gut umgesetzte Spot. Preiswürdig.

spotlight STUDENTS WEB&MOBILE

Der Award in Gold wurde in diesem Jahr nicht vergeben.

Silber – ex aequo

Rugbybugs

Produkt: FMX-Trailer

Einreicher: Anica Maruhn, Filmakademie Baden-Württemberg, Animationsinstitut

Begründung: Diesem Spot gelingt es in hervorragender Weise, das, worum es bei der Stuttgarter FMX geht, ebenso spannend wie anschaulich vorzustellen: In Stuttgart geht es um ebendiese digitalen Effekte und Animation, die hier so souverän beherrscht werden. Der Spot macht Lust darauf.

MCP

Produkt: Mercedes Benz

Einreicher: Tobias Haase, Filmakademie Baden-Württemberg

Begründung: Ui, Ui, Ui! Das ist ja mal ein heißes Eisen. Ein Auto, das normalerweise automatisch bremst, um einen Menschen nicht zu überfahren, bremst in diesem Fall nicht: Beim jungen Adolf Hitler in Braunau am Inn.

Begründung: Weil es eben Gefahren früh erkennt. Darf man aber in Werbespots Kinder überfahren? Die Jury fand: Dieser Spot wird Diskussionen auslösen, und er ist als Spot filmisch hervorragend umgesetzt.

Bronze

Titel: Das Hier und DU – Kultur

Produkt: Metropolregion Nürnberg

Einreicher: Jonas Schubert, Georg-Simon-Ohm Hochschule Nürnberg

Begründung: Dieser Beitrag zeigt in sehr beschwingter, inspirierter Weise, wie man das Thema Kultur über die Künstlerin als ein sehr, sehr menschliches darstellen kann. Idee und Umsetzung sind stimmig und gelungen.

spotlight PROFESSIONALS CASES

Gold

Der Hornbach Hammer

Produkt: Hornbach

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Schwerter zu Pflugscharen 2.0 – so macht Abrüstung Spaß. Diese Produktinnovation ist wohl der Case des Jahres. Und wer möchte nicht einen Hammer aus echtem Panzerstahl besitzen? Man verzeihe das Wortspiel: Einfach Hammer!

Silber

All Eyes on the S4

Produkt: S4

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Dieser Case macht wegen seines Unterhaltungswertes nicht nur riesig Spaß, er ist auch extrem schlau gedacht: Besser hat man ein Produktfeature selten dramatisiert, denn das S4 erkennt, wenn man es angeschaut. Und natürlich auch wenn nicht. Unbedingt anschauen. 4,5 Millionen auf Youtube haben's schon getan.

Bronze – ex aequo

Days of Hope

Produkt: Social Spot

Einreicher: Saatchi & Saatchi Berlin

Begründung: Wohl nie zuvor ging uns eine Wettervorhersage im Winter so unter die Haut wie in dieser Aktion von Days of Hope, bei der uns Obdachlose das kalte Wetter präsentieren. Diese Idee ist so einfach und zugleich überzeugend, dass sie den Weg in sämtliche TV-Sender von Europa fand.

SKY Livespots

Produkt: SKY

Einreicher: serviceplan

Begründung: Nichts ist so zwingend wie eine Idee, deren Zeit einfach gekommen ist. Die Idee der "Livespots" schwirrte schon länger durch die Gegend, aber die Umsetzung ist einfach so sensationell gelungen, zudem noch ein wahres Momentum durch das erste Livespot-Tor der TV-Geschichte diese Mediaidee abrundet.

spotlight STUDENTS CASES

Die Awards in Gold und Silber wurden in diesem Jahr nicht vergeben.

Bronze

Bildungskampagne "Wir sind viele | Bildungsflash"

Begründung: Was machen Studenten, wenn sie nicht zufrieden mit dem Bildungssystem sind? Richtig: Sie gehen auf die Straße. Was neu ist: Die Betroffenen Studenten sprechen Menschen in Alltagssituationen mit Megaphon an. Einfach, laut und direkt. Das ganze wird unter dem Dachgedanken "Wir sind viele" unter Einbeziehung sämtlicher Kanäle unter die Menschen gebracht. Kleine Anregung: Wenn es einen Hauch authentischer in der Bildsprache gewesen wäre, wäre bestimmt noch mehr drin gewesen.

Publikumspreise: Die Gewinner

spotlight PROFESSIONALS TV&KINO

Gold

BEAT YOUR POUNDS

Produkt: Carabao Fitness

Agentur: TBWA Group Germany

Filmproduktion: Sqwak Productions Inc.

Auftraggeber: Dinger & Ploghoeft

Silber

NIVEA Mama

Produkt: NIVEA Dachmarke

Agentur: Labamba

Filmproduktion: erste liebe Filmproduktion GmbH

Auftraggeber: Beiersdorf AG

Bronze

Snowden

Produkt: n-tv app

Agentur: Havas Worldwide Düsseldorf

Filmproduktion: Pirates'n Paradise, Düsseldorf

Auftraggeber: n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH

spotlight PROFESSIONALS WEB&MOBILE

Gold

Auf den Geschmack gekommen?

Produkt: Indisches Filmfestival Stuttgart 2013

Agentur: Leithaus YNGNS

Filmproduktion: Leithaus Filmproduktion - Dominko Gudelj

Auftraggeber: Filmbüro Baden-Württemberg

Silber

EDEKA "Supergeil"

Agentur: Jung von Matt/AG

Filmproduktion: White Horse Music GmbH

Auftraggeber: EDEKA Zentrale AG & Co. KG

Bronze

Azubi-Rap: Mach keinen Fehler!

Produkt: Das deutsche Handwerk

Agentur: Scholz & Friends

Filmproduktion: Bigfish Filmproduktion GmbH

Auftraggeber: Zentralverband des deutschen Handwerk (ZDH)

spotlight STUDENTS TV&KINO

Gold

Save Your Skin

Produkt: LUX

Filmproduktion: Filmakademie Baden-Württemberg, Saubere Filme GmbH

Regie: Andreas Bruns

Silber

Ohropax

Produkt: Ohropax Ohrstöpsel

Filmproduktion: Grey Film / Kaamos Film / Schuetzle LLC

Regie: Christoph Schuler

Bronze

Die Maus

Produkt: Social Spot

Filmproduktion: Sylvia Borges

Auftraggeber: Deutsche Herzzstiftung

Regie: Sylvia Borges

spotlight STUDENTS WEB&MOBILE

Gold

Don't Mess with Nature

Produkt: Social Spot

Regie: Gregor Mueller

Silber

MCP

Produkt: Mercedes Benz

Filmakademie Baden-Württemberg

Regie: Tobias Haase

Bronze

Princess

Produkt: Berlinale Filmfestival

Filmproduktion: COCOFILMS

Auftraggeber: HFF München

Regie: Helena Hufnagel