



### Jury-Begründungen zur Preisvergabe

#### Image

##### **Promotion-Spot**

###### **RTL CREATION: RTL CREATION: RTL – PSSST**

Lautstärke ist nicht zwangsläufig das beste Mittel, um gehört und gesehen zu werden. Dies zeigt der Promotion-Spot 'PSSST' von RTL CREATION auf anschauliche Art und Weise. Dieser könnte nämlich kaum leiser sein und ist trotzdem sehr aufmerksamkeitsstark. RTL CREATION bewirbt RTL-Formate im Flüsterton. Pssst: RTL hat einiges zu bieten.

**Kreativ-Team:** Isabel Grahs, Producer RTL CREATION; Angela Jumpertz, Projekt Managerin RTL CREATION; Patrice Keller, VFX-Designer RTL CREATION; Björn Klimek, Creative Director RTL CREATION; Christian Mirow, Producer RTL CREATION; Desirée van der Pas, Producer RTL CREATION

##### **Promotion-Kampagne**

###### **Red Bee Media: BBC One – Christmas**

Zum einen ging es in dieser Kampagne darum, das Programmangebot von BBC One zu Weihnachten als saisonales Highlight zu bewerben. Zum anderen sollte die neue Comedy-Serie 'Come fly with me' promotet werden. Das Ergebnis ist eine pointierte Kampagne, die durch den subtilen Humor der Protagonisten aus der Comedy-Serie besticht: BBC One – "Everyone's home for christmas".

**Kreativ-Team:** Chris Balmond, Director Red Bee Media; Jane Booth, Producer Red Bee Media; Edel Erickson, Producer Red Bee Media; David Kerr, Director Red Bee Media; Charlie Mawer, Executive Creative Director Red Bee Media; Tony Pipes, Creative Head Red Bee Media; Reemah Sakaan, Head of BBC One Marketing BBC

##### **Interactive- & Online-Promotion**

###### **RTL CREATION: RTL App**

"Stellen Sie sich vor..." – RTL bietet dem Nutzer alle Formate des Senders in einer App an. Und deshalb bewerben bekannte RTL-Gesichter wie Nazan Eckes, Marco Schreyl und Ilka Essmüller gemeinsam die neue RTL-Applikation. Aus vielen mach eines – so sieht "Mein RTL" als App aus. "Appsolut RTL!"

**Kreativ-Team:** Thomas Arntz, VFX-Designer RTL CREATION; Patrick Gericke, Producer RTL CREATION; Björn Klimek, Creative Director RTL CREATION; Andreas Ortmann, Leiter Produktion RTL CREATION; Matthias Büchs, Bereichsleiter RTL interactive; Felix Poplawsky, Kamera

##### **360°-Kampagne**

###### **n-tv: Die Wirklichkeit ist der beste Regisseur**

Können Nachrichten spannender als die besten Spielfilme sein? Im Programm von n-tv ist das garantiert. Denn von Politikdarstellern wie Silvio Berlusconi und Nicolas Sarkozy kann Hollywood nur träumen. Sogar Nebenrollen sind mit Angela Merkel erstklassig besetzt. Und wer ist der bessere Rambo? Klar, Wladimir Putin! Bei n-tv ist die Wirklichkeit eben packender, spannender und emotionaler als jeder Film.

**Kreativ-Team:** Alessandro Taschetta, Producer n-tv; Panajioti Walko, Producer n-tv; Julian Weiss, COO n-tv; Martin Breuer, Creative Director EuroRSCG; Felix Glauner, Geschäftsführung Creation EuroRSCG; Harald Jäger, Client Service Director EuroRSCG

## Nachrichten & Information

### **Vorspann**

#### **SRF: Club**

Was würde sich für den Vorspann einer politischen Talkrunde besser eignen als die Sprache in den Mittelpunkt zu stellen? Das hat sich auch das Schweizer Fernsehen gedacht und den Opener für den 'Club' wortlastig gestaltet: Im virtuellen Raum stehen und liegen Buchstaben. Abwechselnd leuchten diese auf und zeigen in Gesprächssituationen häufig verwendete Begriffe. Ergebnis: ein ästhetisch anmutendes, dynamisches und abwechslungsreiches Buchstabenspiel, das einen schnellen Einstieg in Diskussionen garantiert!

**Kreativ-Team:** Patrick Arnecke, Leiter Design SRF; **Nicolo Bernasconi**, Designer SRF; **Martin Bezzola**, Sound Designer SRF; **Martin Brunner**, Designer SRF; **Alex Hefter**, Creative Director SRF; **Jürg Huber**, Senior Designer SRF; **Lea Montini**, Project Manager SRF; **Severine Waibel**, Art Director SRF

### **Promotion-Spot**

#### **RTL II: Kesha – Blah Blah Blah**

Blah, Blah, Blah – das mag sich vielleicht der eine oder andere denken, wenn er Worthülsen statt klarer Statements von Politikern hört. RTL II bewirbt sein Newsformat mit O-Tönen verschiedener Politiker und mischt diese in Comic-Manier mit Ausschnitten aus Keshas Musikvideo 'Blah Blah Blah'. So spricht der Promotion-Spot provokativ und direkt die junge Zielgruppe an. Die Botschaft ist klar formuliert: "Kein Blah, Blah, Blah, sondern Klartext: täglich um 20.00 Uhr in den RTL II News."

**Kreativ-Team:** **Andreas Uiker**, Leiter Consumer Marketing RTL II; **Klaus Schäfer**, Geschäftsführer Leitwerk; **Carsten Molis**, Marketing Director Molis Consulting

### **360°-Kampagne**

#### **n-tv: Die Wirklichkeit ist der beste Regisseur**

Entsprechend dem Motto "Die Wirklichkeit ist der beste Regisseur" hat n-tv eine umfangreiche 360°-Kampagne produziert. Ob in TV, Radio, Print oder online – den Protagonisten und Stars von n-tv kann man einfach nicht widerstehen. Hier sind prominente Politikdarsteller wie Silvio Berlusconi, Nikolas Sarkozy und Angela Merkel täglich zu sehen. Und seien wir doch mal ehrlich – kennen Sie eine bessere Besetzung für Rambo als Wladimir Putin? Die emotionalsten Geschichten erzählt eben das Leben selbst – und diese Stories bietet n-tv rund um die Uhr.

**Kreativ-Team:** **Alessandro Taschetta**, Producer n-tv; **Panajiota Walko**, Producer n-tv; **Julian Weiss**, COO n-tv; **Martin Breuer**, Creative Director EuroRSCG; **Felix Glauner**, Geschäftsführung Creation EuroRSCG; **Harald Jäger**, Client Service Director EuroRSCG

## Dokumentation, Feature & Reportage

### **Vorspann**

#### **Red Bull Media House: Red Bull TV – Play**

'Play' – das Red Bull TV-Magazin informiert wöchentlich über Neuigkeiten aus der Welt der Computerspiele. Der Vorspann zur Sendung tappt aber nicht in die Falle der Spiele-Optik, sondern setzt sich bewusst vom landläufigen Computerspiel-Look ab. Mit seinen puristisch gehaltenen Sequenzen spricht der Opener eindeutig die Zielgruppe an und setzt die virtuelle Welt der Spiele nutzeradäquat in Szene.

**Kreativ-Team:** **Andreas Höss**, Head of Graphics Red Bull Media House; **Philipp Manderla**, Head of Editorial Content Red Bull Media House; **Gernot Ottowitz**, Komponist AudioTen; **Pepe Thum**, Komponist AudioTen; **Mario Wienerroither**, Komponist AudioTen; **Jörg Zuber**, Creative Director Opium effect

## **Promotion-Spot**

### **Discovery: Superbauten**

Aufgabe war es, die Themenwoche 'Superbauten' auf dem Discovery Channel nicht mit den üblichen Adjektiven und Superlativen "groß, größer, am größten" zu bewerben. Das Ergebnis ist ein Spot, in dem reale Superbauten mit in Form und Farbe angepassten typografischen Elementen verbunden sind. Dabei wird das 'Prometheus'-Gedicht von Goethe adaptiert: Der Mensch löst sich von Gott und schafft seine eigenen Wunder.

**Kreativ-Team:** Eike Immisch, Leiter Marketing & On-Air-Promotion Discovery Communications; Daniela Atanassow, Designer DMC; Javier Collantes Rodriguez, Promo-Producer DMC; Bernd Mutscheller, Art Director DMC; Walter Puschacher, Geschäftsführer DMC; Stephanie Tietz, Production Manager DMC; Wawa Tyszkiewicz, Promo-Producer DMC

### **ARTE: Archäologie**

Liebevoll gestaltet, mit viel Witz und unterhaltsam – so illustriert der Promotion-Spot zum ARTE-Thementag 'Archäologie' das an sich trockene Thema. Strichmännchen graben sich in die Erde, forschen nach Altertümern und machen Lust, mit ARTE auf Entdeckungsreise in die Vergangenheit zu gehen. Très bien!

**Kreativ-Team:** Joris Clerté, Grafiker ARTE; Christine Guillmot, Text/Konzeption ARTE; Paul Klock, Text/Konzeption ARTE; Henri L'Hostis, Sendeleiter ARTE; Petra Mekaoui, Produktionsleiterin ARTE; Yves Schmitt, Regisseur ARTE; Joan Selke, Produktionsleiterin ARTE; Karl Weege, Ton Producer ARTE

## **Promotion-Kampagne**

### **VOX: Planet Blue**

Einen Tag lang Reportagen und Dokumentationen rund um die wertvolle Ressource Wasser – am 11. September 2010 stand bei VOX alles im Zeichen von 'VOX Planet Blue – Der Tag des Wassers'. Dafür wurden sowohl das Key-Visual des Senders, die rote Kugel, als auch das On-Air-Design und der Internetauftritt von VOX blau eingefärbt. Die Jury findet diesen "Blue Day" überzeugend und fragt sich: Welches Thema und welche Farbe werden es wohl in diesem Jahr sein? Wir sind gespannt!

**Kreativ-Team:** Malte Eckstein, Producer VOX; Heiko Fischer, Producer VOX; Nina Gless, Designer VOX; Jutta Hertel, Projektleitung (On Air) VOX; Marcus Herre, Projektleitung (On Air) VOX; Sebastian Kindl, Designer VOX; Johannes Klein, Sounddesign VOX; Jan Meisters, Designer VOX; Juliane Richter, Designer VOX

## **360°-Kampagne**

### **ZDF: Die Deutschen II**

Aufmerksamkeitsstark hat das ZDF die 360°-Kampagne für die zweite Staffel der Doku-Reihe 'Die Deutschen' umgesetzt. Entsprechend dem Claim "Wer wir waren – wer wir sind" wurden wieder historische Persönlichkeiten mit Attributen aus der heutigen Zeit ausgestattet: August der Starke als tätowierter Rocker, Karl der Große als Liebhaber italienischer Pizza und Hildegard von Bingen, die mit dem Handy telefonierend ihre Beine rasiert. Medienübergreifend zeigt das ZDF, wie Geschichte einem Publikum aller Altersstufen zugleich unterhaltsam und informativ vermittelt werden kann.

**Kreativ-Team:** Thomas Grimm, Leiter Marketing ZDF; Astrid Kämmerer, Leitung Marketing Off-Air ZDF; Linda Leuthäusser, Redakteurin Marketing Off-Air ZDF; Sabine Ramseger-Kurz, Redakteurin Marketing On-Air ZDF; Robertino Windisch, Leitung Marketing On-Air ZDF; Axel Klostermann, Graphics Design Artist ACHT Frankfurt; Oleg Friesen, Art Director Kolle Rebbe; Olaf Oldigs, Executive Creative Director Kolle Rebbe

# Natur, Wissenschaft & Technik

## **Vorspann**

### **Filmstyler Pictures: WDR – Quarks & Co**

Alltagsphänomene wie ein Regenbogen, elektrisierte Haare oder Magnetismus bringen Menschen zum Staunen. In dem wöchentlichen Wissenschaftsmagazin 'Quarks & Co' erklärt Ranga Yogeshwar, was hinter diesen Phänomenen steckt. Der von Filmstyler Pictures produzierte Vorspann zur Sendung zeigt eine ganze Reihe dieser kleinen Wunder. So macht der Opener Lust auf mehr: Einfach 'Quarks & Co' einschalten und mehr wissen.

**Kreativ-Team:** **Frank Schneider**, Regie Filmstyler Pictures; **Sarah Schumann**, Producer Filmstyler Pictures; **Michael Worringen**, Redaktionsleiter Präsentation & Programmdesign FS WDR; Viavue Motion Graphics; **Knut Adass**, Kamera; **Dirk Farin**, Editor

## **Promotion-Spot**

### **Sky Creative Services: NAT GEO WILD – Insectophobia**

Sie sind Millionen, sie sind hervorragend organisiert und sie haben eine exzellente Kommunikation: Um den Themen-Schwerpunkt 'Insectophobia' auf NAT GEO WILD zu bewerben, inszeniert Sky Creative Services die Insekten als weltbeherrschende Spezies. NAT GEO WILD zeigt eindrucksvoll, wie das Reich der Insekten funktioniert.

**Kreativ-Team:** **Sven Burkhardt**, Sounddesign & Soundmixing Sky Creative Services; **Lühr-Martin Lemkau**, Head of Third Party Business Sky Creative Services; **Jens Liedke**, Sprecher Sky Creative Services; **Alexandru Rusitoru**, Designer Sky Creative Services; **Livia Vogt**, Senior Producer Sky Creative Services; **Andreas Lechner**, Creative Director FOX International Channels Germany

## **Promotion-Kampagne**

### **FOX International Channels: National Geographic – Great Migrations**

"Würden Sie über 100 Kilometer laufen, nur für Wasser?". "Würden Sie Ihr Leben riskieren, um auf die andere Seite zu kommen?". Oder "würden Sie vier Generationen lang warten, um sich zu vermehren?". Im Mittelpunkt der Kampagne von FOX International Channels stehen existenzielle Grundfragen, so, wie sie sich im direkten Vergleich von Mensch und Tierwelt stellen. Könnten Elefanten, Gnus und Schmetterlinge sprechen, dann würden sie die gestellten Fragen mit "Ja" beantworten. Selten wurde deutlicher, welche Herausforderungen Tiere auf sich nehmen, um zu überleben.

**Kreativ-Team:** **Andreas Lechner**, Creative Director FOX International Channels Germany; **Giuseppe Cormaci**, Creative Manager FOX Channels Italy; **Elena Frova**, Creative Director FOX Channels Italy; **Willem Gerritsen**, Director FOX Channels Italy; **Mauro Zinni**, Art Director FOX Channels Italy; **Emanuele Madeddu**, Creative Director National Geographic

# Kunst & Kultur

## **Vorspann**

### **SRF: Kultur**

Elf Sendungsformate gehören zum Kulturangebot des Schweizer Fernsehens. Aber wie transportiert man diese Sendungsformate optisch und akustisch unter dem Oberbegriff 'Kultur'? Die Vorspanne des Schweizer Fernsehens zeigen es: Sie bestechen durch eine gemeinsame, magische und suggestive Bildsprache, wodurch sie eine einzigartige virtuelle Kulturlandschaft konstituieren. Pointiert, emotional und prägnant.

**Kreativ-Team:** **Patrick Arnecke**, Leiter Design SRF; **Alex Hefter**, Creative Director & Leiter Gestaltung SRF; **Marcel Weiss**, Art Director SRF; **Cyril Boehler**, Sound Design Cyril Boehler Music; **Georgia Caramichu**, Producerin Velvet; **Matthias Zentner**, Director/Regie Velvet

## **Promotion-Spot**

### **ARTE: Fashion Week**

Fashion auf dem Laufsteg – im wahrsten Sinne des Wortes: So macht ARTE auf den Wochenschwerpunkt zum Thema Mode aufmerksam. Die Topmodels wurden kurzerhand vom Laufsteg radiert. Stattdessen sind jetzt die Buchstaben F, A, S, H, I, O, N, W, E, E und K auf dem Catwalk zu sehen: Très chic!

**Kreativ-Team:** Sylvie Bocqui, Text/Konzeption ARTE; Henri L'Hostis, Sendeleiter ARTE; Petra Mekaoui, Produktionsleiterin ARTE; Nicoletta Torcelli, Text/Konzeption ARTE; Karl Weege, Ton Producer ARTE; Christian Gyss, Regisseur 3xPlus; Jean-Marc Huys, Producer 3xPlus; Michaël Lemeur, Grafiker 3xPlus

## **Promotion-Kampagne**

### **DW-TV: Das Beethovenprojekt 2010**

Was erleben die Musiker eines kammerphilharmonischen Klangkörpers, wenn sie alle neun Beethoven-Sinfonien an vier aufeinander folgenden Tagen im Rahmen eines Festivals spielen? Wie stark beeinflusst der Dirigent die Interpretation der Werke aus der Feder des Komponisten? Und wie verändert ein so anspruchsvolles Projekt das Orchesterleben? Um diese grundsätzlichen Fragen geht es in der Promotion-Kampagne zu 'Das Beethovenprojekt'. In der mehrteiligen Kampagne stehen einzelne Musiker der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen und ihr Dirigent Paavo Järvi im Mittelpunkt. Selten wurde klassische Musik so hautnah vermittelt wie hier.

**Kreativ-Team:** Patricia Fehlberg, Redakteurin DW-TV; Claus Grimm, Leiter Promotion & Design/Sendeleitung DW-TV; Jens Scheuter, Sound-Designer DW-TV; Annette Vogelsberg, Producerin DW-TV; Tom Zenker, Cutter DW-TV

## **Sport**

### **Vorspann**

#### **Red Bull Media House: Red Bull TV – X-Fighters**

Volle Konzentration, Adrenalin pur und dann der gewagte Sprung – 'X-Fighters' zeigt FMX-Sportler, die an außergewöhnlichen Orten ihr Können unter Beweis stellen: so beispielsweise vor den Pyramiden von Gizeh oder auf dem Roten Platz in Moskau. Der Vorspann zum internationalen Red Bull-Sportereignis veranschaulicht pointiert die extremen und außergewöhnlichen Freestyle-Akrobatiken der Protagonisten. Virtuoso!

**Kreativ-Team:** Andreas Höss, Head of Graphics Red Bull Media House; Martin Müller, Graphic Designer Red Bull Media House; Jochen Sterrer, International Communication Red Bull Media House; Birgar Olson, Graphic Designer

#### **SRF: FIFA WM 2010**

Der Vorspann des Schweizer Fernsehens zur FIFA Fußball WM 2010 stimmt auf spannende Spiele in Südafrika ein. Aber nicht nur vor der Kulisse der untergehenden Sonne Südafrikas zeigen die Spieler ihre Kunststücke mit dem Ball. Auch in der Schweiz stehen die Fußballer diesem Können in nichts nach. Begleitet von Tieren aus dem gastgebenden Kontinent, bringt das Schweizer Fernsehen die WM ins eigene Land: Elefant, Nashorn und Giraffe verkörpern pointiert das Motto "Tierisch guter Fußball im SF". Und der König unter den Tieren, der Löwe, kontrolliert natürlich den Ball.

**Kreativ-Team:** Patrick Arnecke, Leiter Design SRF; Tiny Bernhard, Senior Designer SRF; Jürg Dummermuth, Senior Designer SRF; Cordula Gieriet, Art Director SRF; Alex Hefter, Creative Director SRF; Florian Heger, Senior Designer SRF; Alexander Marchet, Leiter On-Air-Promotion SRF; Sven Volz, Senior Designer SRF; Jürg Steudler, Produzent Encore Pictures

## **Promotion-Spot**

### **BRANDSOME: SPORT1 – Wimbledon 2010**

Während solcher Großereignisse wie der Fußball-WM können andere Sport-Highlights schnell ins Hintertreffen geraten. Diesen Gedanken machte sich BRANDSOME zunutze, um das Tennisturnier in Wimbledon auf SPORT1 zu bewerben. Im Promotion-Spot wird ein Fußball ohne langes Zögern gemäht. Aus dem runden Leder wird so kurzerhand ein Tennisball: WM 2010 = Wimbledon 2010. Originelle Idee, auf den Punkt gebracht und sehr aufmerksamkeitsstark. Ein Ass für BRANDSOME!

**Kreativ-Team:** **Sven Helgert**, Head of Promotion BRANDSOME; **Thorben Osthus**, Creative Director BRANDSOME; **Stephan Persdorf**, Creative Director BRANDSOME; **Tillmann Stracke**, Creative Director BRANDSOME; **Zeljko Karajica**, Managing Director SPORT1; **Armin Reinhardt**, Art Director r-design; **Oliver Faig**, Sounddesign; **Ulrich Köberl**, Editor; **Sebastian Schwele**, Producer/Text

### **ZDF: ARD, ZDF und Sie. WM-Spot**

Die Aufgabe: Audiovisualisierung des sich in ganz Deutschland verbreitenden WM-Fiebers. Die Idee: ein T-Shirt-Spot. Die Umsetzung: Animationen zum Thema Fußball-Fan-Kultur bewegen sich von T-Shirt zu T-Shirt und damit auch von Mensch zu Mensch. Ein Daumenkino-Effekt entsteht, der fasziniert und gleichzeitig zum mitfeiern animiert.

**Kreativ-Team:** **Thomas Grimm**, Leiter Marketing ZDF; **Dietmar Pretzsch**, Leiter Marketing ARD; **Tatjana Bolte**, Produzentin Markenfilm B; **André Maat**, Regisseur Markenfilm B; **Delle Krause**, Geschäftsführer Kreation O&M Frankfurt; **Simon Oppmann**, Creative Director Art O&M Frankfurt; **Peter Römmelt**, Creative Director Text O&M Frankfurt; **Norbert Strohmeier**, TV Producer O&M Frankfurt

## **Promotion-Kampagne**

### **RTL CREATION: RTL – FIFA WM 2010**

Günther Jauch, Jürgen Klopp und Florian König bereiten sich gründlich auf die Fußball-WM 2010 vor: Der Rasen im Stadion wird nochmals gemäht, die Spielfeldmarkierungen werden akkurat nachgezogen und die Eckfahnen positioniert. Jürgen Klinsmann hat aus der Kommentatoren-Kabine alles bestens im Blick und lobt seine Kollegen. Bei solch einer akribischen Vorbereitung auf die Fußball-WM 2010 kann ja bei RTL nichts mehr schief gehen.

**Kreativ-Team:** **Markus Döpper**, Postproduktion RTL CREATION; **Isabel Grahs**, Regie/Konzeption RTL CREATION; **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Petra Matuschek-Schuster**, Projektmanagerin RTL CREATION; **Frank Schlieder**, Produktionsleitung RTL CREATION; **Arne Thomas**, Ton RTL CREATION; **Manfred Loppe**, Bereichsleiter Sport RTL; **Sven Lützenkirchen**, Kamera

### **Red Bull Media House: ServusTV – Servus Hockey Night**

So scharfe Bilder hat es von der Erste Bank Eishockey Liga noch nie gegeben. Durch Point-of-View-Shots wird dem Zuschauer die Dynamik des Sports so nahe gebracht, dass er das Gefühl hat, er stände selbst mit auf dem Eis. Da gerät selbst der Puck nicht mehr aus dem Blickfeld. Warum noch in der Eishalle frieren, wenn man bei ServusTV alle Spieldetails glasklar geliefert bekommt?

**Kreativ-Team:** **Volker Bahr**, Head of Post Production Red Bull Media House; **Anita Brunbauer**, Art Director Red Bull Media House; **Werner Eksler**, Production Director Red Bull Media House; **Emanuel Förster**, Editor Red Bull Media House; **Michael Groeger**, Post Production Coordinator Red Bull Media House; **Andreas Höss**, Head of Graphics Red Bull Media House; **Björn Miniers**, Senior Editor Red Bull Media House; **Michael Halberstadt**, Produktion 2ndlevelfilms

## **Interactive- & Online-Promotion**

### **DW-TV: WM der Tipper**

Mit Menschen aus aller Welt die FIFA Fußball WM 2010 erleben? Weltmeister der Tipper werden? Und dann noch die Nationenwertung gewinnen? Das alles machte DW-TV mit dem Online-Spiel 'WM der Tipper' möglich. Und in der Interactive- & Online-Promotion wird alles, was man zur Hand hat, für die Strategieplanung eingesetzt: Sand und Muscheln, Büroklammern und Textmarker, Bauklötze und Fingerfarben. Verspielt in der Anmutung, aber immer mit dem klaren Blick für die Arbeit der Profis und den Sieg!

**Kreativ-Team:** **Patricia Fehlberg**, Redakteurin DW-TV; **Claus Grimm**, Leiter Promotion & Design/Sendeleitung DW-TV; **Silvia Lippok**, Producerin DW-TV; **Jens Scheuter**, Sound-Designer DW-TV; **Tom Zenker**, Kameramann, Cutter & Regisseur DW-TV; **Sabrina Winand**, Auslandsmarketing Deutsche Welle

## **360°-Kampagne**

### **ZDF: Olympische Winterspiele 2010 in Vancouver**

Wann ist eine Kampagne erfolgreich? Mit 100%iger Sicherheit dann, wenn im ganzen Land darüber diskutiert wird, wie denn das Maskottchen der Kampagne heißen soll: Vancy, Biber Butzemann oder Franck Bibery? Rund um die Olympischen Winterspiele in Vancouver hat das ZDF eine umfangreiche 360°-Kampagne kreiert. Im Mittelpunkt: ein frecher und tollpatschiger Biber: Nach dem Sprung von einer Skischanze fliegt das Tier auf die Kamera zu – frei nach dem Motto "Da kommt was auf Sie zu". An dem Biber kam man nicht vorbei – weder on air, off air noch online: der putzige Gefährte Vancy war allgegenwärtig.

**Kreativ-Team:** **Thomas Grimm**, Leitung Marketing ZDF; **Astrid Kämmerer**, Leitung Marketing Off-Air ZDF; **Olaf Repovs**, Redakteur Marketing Corporate Design/Projektleitung ZDF; **Claudia Sieckmann**, Redakteurin Marketing Off-Air Online ZDF; **Katrin Steffen**, Redakteurin Marketing Off-Air Print ZDF; **Tom Wahl**, Redakteur Marketing On-Air ZDF; **Wolf Bosse**, Geschäftsleitung das werk; **Oleg Friesen**, Art Director Kolle Rebbe; **Olaf Oldigs**, Executive Creative Director Kolle Rebbe

## **Event**

### **Vorspann**

#### **RTL CREATION: RTL – Junescreening 2010**

Packender und emotionaler kann ein Vorspann für die Marke RTL kaum sein. RTL CREATION zeigt im Vorspann zum Junescreening 2010, was RTL alles zu bieten hat und lässt dabei keine Wünsche offen. Ob 'Deutschland sucht den Superstar', 'CSI Miami', 'Wer wird Millionär?', 'Bauer sucht Frau' oder 'Alarm für Cobra 11' – bei RTL ist für jeden etwas Passendes dabei. "Es sind immer die ganz besonderen Momente, die man auf ewig mit einer Marke verbindet."

**Kreativ-Team:** **Eva Deutinger**, Projektmanagerin RTL CREATION; **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Anke Schäferkordt**, Geschäftsführung RTL

## **Promotion-Spot**

### **BRANDSOME: Olympia 2018**

Wie bewirbt man die bayerische Metropole München als Austragungsort für die Olympischen Winterspiele 2018? BRANDSOME stellt zu diesem Zweck nicht die Stadt in den Mittelpunkt des Promotion-Spots, sondern insbesondere die jungen Menschen, die in der Region leben. Wer könnte diesen Standort besser bewerben, als die Macher von Morgen – die Wettkampfteilnehmer und Experten im Jahr 2018?

**Kreativ-Team:** **Zeljko Karajica**, Managing Director BRANDSOME; **Thorben Osthus**, Creative Director BRANDSOME; **Stephan Persdorf**, Creative Director BRANDSOME; **Tillmann Stracke**, Creative Director BRANDSOME; **Tobias Kuner**, Projektleiter Bewerbungsgesellschaft München; **Oliver Faig**, Sounddesign; **Marco Schleicher**, Grafik; **Patrick Sterly**, Produzent; **Ralph Loop**, Regie

### **Red Bull Media House: ServusTV – Cliff Diving**

Der Promotion-Spot von Red Bull Media House zeigt Klippenspringer in einer einzigartigen und fantastischen Umgebung. Körper schweben an exotischen Orten durch die Luft. Highspeed-Filmaufnahmen dokumentieren die schnellen Bewegungen der Sportler und machen auf diesem Weg die extreme Dynamik dieses Sports greifbar. Der Trailer visualisiert auf spektakuläre Art und Weise die dem Cliff Diving eigenen Aspekte Ästhetik, Körperbeherrschung und Mut.

**Kreativ-Team:** **Volker Bahr**, Head of Post Production Red Bull Media House; **Lukas Scharmbacher**, Marketing ServusTV Red Bull Media House; **Rüdiger Schrattenecker**, Head of On-Air-Promotion Red Bull Media House; **Tina Sigleithmayr**, Producer On-Air-Promotion Red Bull Media House; **Georg Bitsche**, Sound Design AudioTen; **Viktor Huber**, Rough Cut Public Project

## **360°-Kampagne**

### **Disney XD: Zeke & Luther Skateboard Challenge**

Disney XD rief zur 'Zeke & Luther Skateboard Challenge' auf. Jeder konnte mitmachen und seine Skateboard-Stunts in verschiedenen deutschen Städten unter Beweis stellen. Die 360°-Kampagne spricht die junge Zielgruppe optimal an: Jungs auf ihren Boards, die durch die City cruisen, grafisch angereichert mit Skateboard-Einzelteilen und mittendrin die Disney XD-Protagonisten Zeke und Luther. Wer bekommt da nicht Lust, direkt aufs Skateboard zu springen und mit dabei zu sein?

**Kreativ-Team:** **Hans-Jörg Breitegger**, Design Manager The Walt Disney Company (Germany); **Christian Gandl**, Writer/Producer The Walt Disney Company (Germany); **Guido Schulz**, Senior On-Air-Manager The Walt Disney Company (Germany); **Lubisa Djukic**, Creative Director Dyrdee Media; **Sven Heinrichs**, Managing Director Dyrdee Media; **Ole Keune**, Creative Director Dyrdee Media

## **anderes Genre**

### **IP Deutschland: PRIMETIME 2010/11**

Im Rahmen der PRIMETIME 2010/11 hat IP Deutschland eine etwas andere Darstellungsform umgesetzt, um die (Sender-)Marken der Mediengruppe RTL in den Mittelpunkt des Events zu stellen: Video-Projektionen auf verschiedenen Ebenen und bewegten Flächen in Kombination mit menschlichen Akteuren, die sowohl mit physischen Objekten als auch projizierten Inhalten interagieren. Innovativ, anfassbar und emotional!

**Kreativ-Team:** **Jörg Schommer**, Abteilungsleiter Marketing-Kommunikation IP Deutschland; **Bernd Rathjen**, Geschäftsführer Leadagentur Event Corporate Candy; **Markus Dresen**, Managing & Creative Director head of event; **Jan Thiel**, Creative Head, Show & Production head of event; **Ralf Lobeck**, Beratung

## **Show**

### **Vorspann**

#### **SRF: Kampf der Chöre**

Acht prominente Chorleiter, die mit ihren Chören den Titel 'Bester Chor der Schweiz' erringen wollen, werden in der Opening-Sequenz zur Show kurzweilig vorgestellt. Die Meister der Töne interagieren mit dem animierten Notenmaterial und skizzieren so ihre jeweils eigene Handschrift. Einen ersten Gewinner haben wir schon: das Schweizer Fernsehen.

**Kreativ-Team:** **Patrick Arnecke**, Head of Design SRF; **Thomas Gloor**, Art Director SRF; **Ladina Engler**, Producer SRF; **Oliver Aemisegger**, Motion Designer frame eleven; **Mike Frei**, Senior Designer frame eleven; **Marc Haas**, Creative Director frame eleven; **Pablo Kirschke**, Senior Designer frame eleven; **Lilian Lüthi**, Producer frame eleven; **Fabio Quaggiotto**, Motion Designer frame eleven

## **Promotion-Spot**

### **ZDF: Sommer Wetten, dass..?**

'Sommer Wetten, dass..?' auf Mallorca – das bedeutet Sonne, Strand und spannende Wetten. Im Promotion-Spot bereiten sich die Urlauber auf der spanischen Insel schon mal auf das Wettereignis vor: Aus Handtüchern, Sonnenschirmen und unter vollem Einsatz des eigenen Körpers formen sie ein 'Wetten dass...?'-Logo. Top, die Wette gilt!

**Kreativ-Team:** **Doris Biagoni**, Reakteurin On-Air-Promotion ZDF; **Thomas Grimm**, Leitung Marketing ZDF; **Robertino Windisch**, Leitung Marketing On-Air ZDF; **Carsten Böhlefeld**, Geschäftsführer Laterna Magica; **Boris Julkowski**, Geschäftsführer Laterna Magica; **Ralph Loop**, Regisseur

## **360°-Kampagne**

### **RTL CREATION: RTL – Let's Dance**

"Darf ich bitten?" Mit Glamour, Humor und einer Menge Energie produzierte RTL CREATION eine 360°-Kampagne, die durch beispielhafte Vollständigkeit besticht – egal ob TV, Print, Online oder Merchandising. "Mambo oder Rambo?", "Quickstepp oder Tanzdepp?", "Twist oder Mist?" – eins ist klar: selbst Tanzmuffel kamen hier nicht an 'Let's Dance' vorbei.

**Kreativ-Team:** **Eva Deutinger**, Projektmanagement RTL CREATION; **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Susanne Mikulski**, Texterin RTL CREATION; **Christian Mirow**, Unit Manager Producing RTL CREATION; **Desirée van der Pas**, Producing/Regie RTL CREATION; **Heike Röttgen**, Artdirektion RTL CREATION; **Heiko Theuerkauf**, Artdirektion RTL CREATION

## **Comedy & Kabarett**

### **Vorspann**

#### **unitedsenses: BR – Klugsch-Eisser & Co. KG**

'Klugsch-Eisser & Co. KG' ist eine fiktive Beratungsfirma für Politik und Wirtschaft – und der Name einer neuen Kabarett-Sendung im Bayerischen Fernsehen. Bruno Jonas, Monika Gruber und Rick Kavanian sind das Team, das die Beraterszene satirisch aufs Korn nimmt. Der Vorspann veranschaulicht hintergründig das haptische Spiel mit den Interaktionsoptionen digitaler Medien. Den klicken wir gerne nochmal an!

**Kreativ-Team:** **Monika Kandlbinder**, Executive Producer unitedsenses; **Markus Schmidt**, Creative Director unitedsenses; **Uwe Kassner**, Designbeauftragter BR; **Michael Kadelbach**, Komponist **Arne Tympe**, Senior On-Air-Designer

### **Promotion-Spot**

#### **WDR: Dittsche**

"Ode an den Bademantel" – blau-weiß gestreifter Bademantel, Jogginghose und Schumiletten sind des Deutschen liebste Kleidungsstücke. So zumindestens das Klischee und die Markenzeichen von Dittsche. Olli Dittrich spielt den arbeitslosen Dittsche, der am Tresen eines Hamburger Imbisses über das Leben und aktuelle Ereignisse sinniert. Der Promotion-Spot persifliert die Vorstellung vom typischen Bademantelträger. "Oh Bademantel, danke, dass es Dich gibt. Jeden Sonntag um 23.15 Uhr."

**Kreativ-Team:** **Michael Worringen**, Redaktionsleiter Präsentation & Programmdesign FS WDR; **Milena Drefke**, Operator ACT; **Georg Gilcher**, Producer ACT; **Frank Balzer**, Sounddesign/Mix Arteffect; **Frauke Poolman**, Sprecherin

### **Promotion-Kampagne**

#### **Red Bee Media: BBC Two – Precision Engineered Comedy**

BBC Two wurde von den Zuschauern nicht als Sender wahrgenommen, der auch Comedy im Programm zu bieten hat. Dementsprechend wurde Red Bee Media damit beauftragt, diese Facette von BBC Two deutlicher herauszuarbeiten. In den Promotion-Spots definieren die Comedians den Begriff 'Comedy', nicht ohne sich in der nächsten Szene durch ihr Handeln scheinbar selbst zu widersprechen. Lachmuskeln aufgepasst!

**Kreativ-Team:** **Chris Balmond**, Copywriter Red Bee Media; **Jim de Zoete**, Creative Head Red Bee Media; **Bridie Harrison**, Producer Red Bee Media; **Jane Hunt**, Production Manager Red Bee Media; **Frazer Jelleyman**, Creative Director Red Bee Media; **Oliver Parsons**, Director Red Bee Media; **Richard Stuart**, Account Director Red Bee Media; **Felicity Williams**, Marketing Director BBC

## **Kinder & Familie**

### **Vorspann**

#### **MDR: KI.KA – Meine neue Familie**

Wie wär es mit einem Kurzurlaub in einer anderen Familie? Der Vorspann zu 'Meine neue Familie' stellt Jugendliche und ihre Wünsche in den Mittelpunkt. Mit einem coolen und frischen Look & Feel schafft es der MDR, die junge Zielgruppe anzusprechen.

**Kreativ-Team:** **Ralf Fronz**, Redakteur MDR; **Astrid Plenk**, Redaktionsleiterin MDR; **Klaus W Schuntermann**, Art Director MDR; **Yvonne Beckel**, Produzentin Kinderfilm; **Phillip Pfeiffer**, Kamera Kinderfilm; **Ilka Risse**, Schnitt Kinderfilm; **Sebastian Rix**, Regisseur Kinderfilm

### **Promotion-Spot**

#### **SUPER RTL: TOGGOLINO**

Mit dem Promotion-Spot für TOGGOLINO schafft es SUPER RTL, die Marke für Vorschulkinder emotional aufzuladen. Mit Spiel und Spaß können die Kleinen hier die Welt und wichtige Werte wie Freundschaft, Hilfsbereitschaft und Verlässlichkeit kennenlernen. So werden Wärme, Nähe und Geborgenheit mit TOGGOLINO verbunden. Da können Eltern ihre Kleinen einfach einschalten lassen – ganz ohne sich Sorgen machen zu müssen.

**Kreativ-Team:** **Anne Christmann**, Senior Marketing Manager SUPER RTL; **Sven Braun**, Senior On-Air-Promotion Manager SUPER RTL; **Laura Turck**, Junior Marketing Manager SUPER RTL; **Marcel Neumann**, Geschäftsführer visavis; **Nadine Pommerening**, Konzept/Art Castenow; **Britta Sander**, Konzept/Text Castenow; **Laura Weiss**, Beratung Castenow

### **Promotion-Kampagne**

#### **SUPER RTL: Star Wars – The Clone Wars**

Wie promotet man eine neue TV-Serie, die sowohl Kinder als auch Eltern ansprechen soll? Zum Start der Serie 'Star Wars – The Clone Wars' hat SUPER RTL eine Kampagne entwickelt, die sich sowohl an die Zuschauer der Daytime als auch an die der Primetime richtet. Im Mittelpunkt steht dabei die Entdeckung neuer Welten und das Erzählen anderer Geschichten. Um mit Yoda zu sprechen: "Der Preis mit SUPER RTL er ist!"

**Kreativ-Team:** **Sven Braun**, Senior On-Air-Promotion Manager SUPER RTL; **Stefan Mays**, Leiter On-Air-Kommunikation SUPER RTL; **Stella Hofmann**, Animation; **Arnold Kaup**, Sounddesign; **Alexander Knoerk**, Animation; **Marco Kuschner**, Producer; **Robert Leger**, Animation; **Marc Rhiem**, Producer

### **Merchandising & Ambient Promotion**

#### **SCREENWORKS: SUPER RTL – TOGGO mobile**

Jedes Kind wünscht sich ein Handy. Doch wie vermittelt man Kindern und Eltern die Vorteile eines Handytarifs und abstrakte Features wie Kostenkontrolle, Elternrufnummer oder den Kids-Locator? SCREENWORKS zeigt es und hat diese Tools audiovisuell im TOGGO-Riesending verpackt: Eine coole Maschine, die die Features des Handytarifs zeigt und für alles steht, was unsichtbar in der SIM-Karte steckt. Wo andere einfach Schlagwörter präsentieren, zeigt das TOGGO-Riesending von SUPER RTL anschaulich, was wirklich geht.

**Kreativ-Team:** **Aaron Rositzka**, Digital Artist SCREENWORKS; **Daniela Römgens**, Regisseurin SCREENWORKS; **Tobias Varola**, Digital Artist SCREENWORKS; **Olaf Wicke**, Geschäftsführer SCREENWORKS; **Matthias Kappeler**, Leiter Marketing SUPER RTL; **Oliver Meiseberg**, Projektleiter SUPER RTL; **Sven Lützenkirchen**, Director of Photography

## **Interactive- & Online-Promotion**

### **ZDF: zdftivi.de**

zdftivi.de ist mehr als eine Website für Kinder. Das Onlineangebot des ZDF-Kinderprogramms bietet Spiele, den tivi-Treff, kindgerechte Nachrichten, Background-Stories zu den ZDFtivi-Stars und eine Mediathek mit Programminhalten. Die Interactive- & Online-Promotion visualisiert diese Vielfalt von zdftivi.de: Kinder stellen ihre Lieblingswebsite selbst vor und wetteifern dabei miteinander darum, welche Inhalte am besten sind. Die Botschaft ist klar: zdftivi.de hat für jedes Kind das passende Angebot.

**Kreativ-Team: Beate Bramstedt**, Redaktionsleitung ZDF; **Anke Feller**, Postproduktion ZDF; **Claus Köppinger**, Kamera ZDF; **Nadja Kronemeyer**, Konzeption ZDF; **Mario Lenk**, Produktionsleitung ZDF; **Laura Ohletz**, Regie ZDF; **Tom Rankenburg**, Grafik Online ZDF; **Natalie Stark**, Redaktion ZDF; **Sibylle Zimmermann**, Grafiker On Air ZDF

### **visavis: SUPER RTL – Tafelspot scoyo.de**

Wer kennt diese Szene nicht? Der Mathematiklehrer stellt im Unterricht eine Frage und keiner aus der Klasse meldet sich. "Hoffentlich trifft es mich nicht", denkt jeder Schüler. Doch der Lehrer hat kein Erbarmen und ruft einen vermeintlich schlechten Schüler an die Tafel. Im Klassenraum hört man das Geflüster zweier Mädchen: "Das schafft er nie." Doch überraschenderweise kann der Junge die Aufgabe sehr gut lösen. Das verschlägt selbst dem Lehrer die Sprache. Dank sei dem Lernportal scoyo.de und den hilfreichen Cartoon-Charakteren: Kuma, der Waschbär, Tom, der Pirat und Awi, der Kobold.

**Kreativ-Team: Judith Eylers**, Produktionsleitung visavis; **Nicole Heimann**, Produktionsleitung visavis; **David Karbowski**, Kameramann visavis; **Marcel Neumann**, Geschäftsführer visavis; **Sven Braun**, Senior On-Air-Promotion Manager SUPER RTL; **Heiko Matting**, Bühnenmann; **Peter Nepp**, VFX Supervisor

## **360°-Kampagne**

### **SUPER RTL: GLEE**

Zum Start der neuen US-Erfolgs-Serie 'Glee' hat SUPER RTL eine umfangreiche 360°-Kampagne entwickelt, die auch Deutschland mit einer 'Glee'-Epidemie infiziert hat. Erste Anzeichen für eine Ansteckung sind hartnäckige Ohrwürmer, tränende Augen und unerwartete Lachanfälle. Neben Trailern, Anzeigen und Online-Promotion organisierte der Sender auch einen Flashmob: Menschen aus verschiedenen Tanzschulen tanzten plötzlich in einem Einkaufszentrum in der Essener Innenstadt. Das Ergebnis: ein überdurchschnittlicher Marktanteil bei der Erstausstrahlung der Serie auf SUPER RTL.

**Kreativ-Team: Thomas Babel**, stv. Leiter Kommunikation SUPER RTL; **Sven Braun**, Senior On-Air-Promotion Manager SUPER RTL; **Thomas Hausen**, Senior Marketing Manager SUPER RTL; **Daniela Mainzer**, Redakteurin SUPER RTL; **Stefan Mays**, Leiter On-Air-Kommunikation SUPER RTL; **Aaron Rositzka**, Grafiker SCREENWORKS; **Daniela Römgens**, Senior Producer SCREENWORKS; **Kawe Vakiz**, Producer SCREENWORKS; **Olaf Wicke**, Geschäftsführer SCREENWORKS

## **anderes Genre**

### **Disney XD: Do the Dingx**

Was machen Teenager, wenn Ihnen langweilig ist? In den Interstitials 'Do the Dingx' entwickeln sie kreative Ideen, die sich sehen lassen können: Aus alten Kartons bauen die Kids beispielsweise einen großen Roboter, der sogar ein Flugzeug in den Schatten stellt. Da bleibt nur zu sagen: Do the Dingx!

**Kreativ-Team: Anne Tide**, Director Production The Walt Disney Company (Germany); **Jenn Feist**, Projektleitung Feedmee Design; **Laura Giersdorf**, Producer Feedmee Design; **Susanne Lühtrath**, Konzept/Regie/Kreativleitung Feedmee Design; **Oli Monn**, Postproduction Feedmee Design; **Anton Riedel**, Konzept/Regie Feedmee Design; **Jens Lindemann**, Schnitt Lindemann Film; **Kriesten Avenhaus**, Requisite; **Timm Lange**, Kamera

## **Serie & Mini-Serie**

### ***Vorspann***

#### **SCREENWORKS: ZDF – GSI Spezialeinheit Göteborg**

SCREENWORKS hat zur sechsteiligen schwedischen Krimireihe 'GSI Spezialeinheit Göteborg' einen Vorspann entwickelt, der sich deutlich von anderen Openern für das Genre absetzt. Zentrale Idee: der Kampf der Polizei gegen das Verbrechen ist eingebettet in ein illuminiertes Schachbrett aus gläsernen Quadern. Das Kontrastspiel versinnbildlicht den Kampf der Guten gegen das Böse auf besonders anschauliche Art und Weise.

**Kreativ-Team:** Peter Hirdes, Creative Director SCREENWORKS; Aaron Rositzka, Motion Designer SCREENWORKS; Olaf Wicke, Geschäftsführer SCREENWORKS; Claudia Schröder, Produzentin Bremedia Produktion

### ***Promotion-Spot***

#### **SRF: Serienhighlights 2011**

Der Promotion-Spot zu den Serienhighlights im Schweizer Fernsehen besticht durch eine besonders emotionalisierende Collage von Bildern, O-Tönen und Musik. Die melancholische Sequenz konstituiert mit den ausgewählten O-Tönen einen serienübergreifenden fiktiven Erzählstrang, der Lust auf mehr macht – die Serien im Schweizer Fernsehen.

**Kreativ-Team:** Alexander Marchet, Leiter On-Air-Promotion SRF; Thomas Schümperli, Redaktor SRF

### ***Promotion-Kampagne***

#### **Red Bee Media: BBC Three – Being Human**

Ein Vampir, ein Werwolf und ein Geist versuchen in Großbritannien ein normales Leben zu führen. Doch das ist für die drei Wesen gar nicht so einfach. Immer wieder werden sie in Versuchung geführt: ob durch den entzückenden Hals einer jungen Frau, ein saftiges Stück Fleisch oder Bücher in einer Bibliothek, die sich von Geisterhand bewegen lassen. Offen bleibt die Frage, ob die Protagonisten den Reizen widerstehen können. Genaueres dazu auf BBC Three.

**Kreativ-Team:** Chris Balmond, Creative Red Bee Media; Mina Patel, Director Red Bee Media; Steve Ryan, Producer Red Bee Media; Richard Stuart, Account Director Red Bee Media; Daniel Buchuk, Marketing Executive BBC; Anna Skelton, Marketing Brand Manager BBC

### ***Interactive- & Online-Promotion***

#### **RTL CREATION: RTL – Alarm für Cobra 11 Viral**

"Advent, Advent, ein Auto brennt..." Um auf die Weihnachtsfolge von 'Alarm für Cobra 11' aufmerksam zu machen, hat RTL CREATION eine besondere Interactive- & Online-Promotion entwickelt: einen Viral-Spot, der als eMail an die Fans der Action-Serie versandt wurde. Weihnachten mit Spaß und Action sind in dieser Folge garantiert. "Und die Moral von der Geschichte": Diesen Viral Spot vergisst Du nicht."

**Kreativ-Team:** Björn Klimek, Creative Director RTL CREATION; Mirjam Pézsa, Producer RTL CREATION; Lars Truhn, Producer RTL CREATION; Peter Jännert, Redakteur RTL

### ***360°-Kampagne***

#### **AXN: AXN sucht die sexiest Studentin Deutschlands**

"Wer ist die Schönste im ganzen Land?" Zum Start der 3. Staffel von 'Californication' hat AXN eine umfangreiche 360°-Kampagne entwickelt. Mit Blick auf den Protagonisten und Frauenhelden der Serie, Professor Hank Moody, suchte AXN die sexiest Studentin Deutschlands. Dabei sollte es nicht nur um Schönheit, sondern auch um Witz, Charme und Intelligenz gehen. Als AXN-Reporter begleitete Comedian Florian Simbeck die Finalistinnen und testete ihr Wissen und Können. Eine 360°-Kampagne, die mit einfachen Mitteln viel Aufmerksamkeit erregte.

**Kreativ-Team: Jens Aue**, Senior On-Air-Producer SONY Pictures Television Deutschland; **Bettina Hermann**, Senior Product Development Manager SONY Pictures Television Deutschland; **Patrick Tichy**, Senior On-Air-Producer SONY Pictures Television Deutschland; **Lühr-Martin Lemkau**, Head of Third Party Business & Development Sky Creative Services; **Florian Simbeck**, AXN Reporter; **Gregor Wiebe**, Regie & Kamera

## **TV-Movie & Film**

### ***Vorspann***

#### **Syfy: Original Movie Slot Opener**

Mit einem fantastisch-surreal anmutenden Vorspann wird in die Syfy Original Movies eingeführt. Kurzweilig nimmt der Opener die Stimmung der Filme aus den Genres Creature Feature, Katastrophenfilm und Fantasy auf. Eine gleichermaßen ästhetische wie auch pointierte Produktion!

**Kreativ-Team: Elmar Krick**, Director On-Air-Promotion Universal Networks International Germany; **Sabine Dully**, Art Director Feedmee Design; **Christoph Große Hovest**, Art Director/Motion Design Feedmee Design; **Tina Haffke**, Producer Feedmee Design; **Lars Keller**, Designer Feedmee Design; **Gerhard Menschick**, Managing Director Feedmee Design; **Oli Monn**, 3D-Designer/Motion Design Feedmee Design; **Achim Fischer**, Sound Designer Loy Productions

### ***Promotion-Spot***

#### **SRF: Delikatessen**

Unter dem Label 'Delikatessen' bietet das Schweizer Fernsehen cineastische Gaumenfreuden abseits vom Mainstream: exotisches und exklusives Film- und Fernsehchaffen in Originalfassung. Der Promotion-Spot ist so skurril, surreal und psychedelisch wie das Programm selbst: Licht aus, Trailer ab!

**Kreativ-Team: Alexander Marchet**, Leiter On-Air-Promotion SRF; **Wolfgang Schned**, Freelancer

#### **13TH STREET: Pictures of Asia**

Die Aufgabe: in einem Promotion-Spot sollten zwei asiatische Filmkunstwerke anhand von Footage-Material und Designelementen beworben werden. Das Ergebnis: eine organische Verbindung der beiden doch sehr unterschiedlichen Filme und eine sehr emotionale Präsentation des Themas. Dabei wird die Optik asiatischer Kalligrafie aufgegriffen, was zusätzlich auf das Thema einzahlt. Ein Promotion-Spot ganz nach dem Motto 'Pictures of Asia'.

**Kreativ-Team: Raphael Brunner**, Sound Designer Universal Networks International Germany; **Elmar Krick**, Director On-Air-Promotion Universal Networks International Germany; **Bernd Mutscheller**, Art Director DMC; **Walter Puschacher**, Geschäftsführer DMC; **Manuel Steinhauser**, Designer/Konzeptioner/Cutter DMC

### ***Promotion-Kampagne***

#### **ZDF: Sonntagsfilm im Zweiten**

Was läuft jeden Sonntagabend im Fernsehen? Na klar: der 'Tatort' im Ersten und der romantische Sonntagsfilm im Zweiten. Um sich von der Konkurrenz abzusetzen und über den alteingesessenen Zuschauerkreis hinaus ein jüngeres Publikum anzusprechen, hat das ZDF eine Kampagne entwickelt, die mit dem Gedanken 'Tatort' versus 'Sonntagsfilm' spielt: Die Trailer lassen einen Krimi erwarten, bis sich die Szenerie unerwartet auflöst – aus einem vermeintlichen Ort des Verbrechens wird ein friedvoller Schauplatz. Einfach romantisch, der Tatort im ZDF.

**Kreativ-Team: Thomas Grimm**, Leitung Marketing ZDF; **Tom Wahl**, Redakteur Marketing On-Air ZDF; **Robertino Windisch**, Leitung Marketing On-Air; **Frank Hasselbach**, Producer Telemaz; **Barbara Kranz**, Geschäftsführer Telemaz; **Nele Leander Vollmar**, Regie

## Kino

### **Promotion-Spot**

#### **RTL CREATION: RTL – DSDDS 2011 Kinotrailer**

Zum Start der achten Staffel von 'Deutschland sucht den Superstar' hat RTL CREATION einen Kinospot produziert. Entsprechend dem Ausstrahlungsort wird mit dem Genre des Film Noir gespielt. Die Jurymitglieder Fernanda Brandao und Patrick Nuo versuchen, in der düsteren Umgebung eines Verhörraums einen Kandidaten zum "Singen" zu bringen – jedoch ohne Erfolg. Da kann nur noch Poptitan Dieter Bohlen ein Machtwort sprechen: "So Freundchen, jetzt singst du!"

**Kreativ-Team:** **Angela Jumpertz**, Projektmanagement RTL CREATION; **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Doris Mertens**, Designer RTL CREATION; **Susanne Mikulski**, Texter RTL CREATION; **Christian Mirow**, Producing Unit Manager RTL CREATION; **Desirée van der Pas**, Producing Unit Manager RTL CREATION; **Gregor Wagner**, Sounddesign RTL CREATION; **Tom Sänger**, Unterhaltungschef RTL

## Musikvideo

### **Promotion-Spot**

#### **ARTE: Clip 60's**

Seit 2007 lässt ARTE in der Sommerzeit das Lebensgefühl und die Kultur eines Jahrzehnts wieder aufleben. 2010 standen die 60er Jahre im Mittelpunkt des Programmschwerpunkts. In einem eigens kreierten Clip zum Beach Boys-Song 'I get around' ist eine Scherenschnitt-Figur Zeitzeuge. Sie erlebt die Einführung des Minirocks, das legendäre Woodstock-Festival, 'Surfing in the USA', die Mondlandung und den Twist on Screen. Dieser bis ins letzte Detail ausgefeilte Promotion-Spot macht einfach Lust auf mehr.

**Kreativ-Team:** **Henri L'Hostis**, Sendeleiter ARTE; **Petra Mekaoui**, Produktionsleiterin ARTE; **Christoph Haag**, Drehteam LAFKON Publishing; **Philipp Mühlbauer**, Regisseur LAFKON Publishing; **Benjamin Stephan**, Drehteam LAFKON Publishing; **Hugh Coltman**, Sänger; **Ann Keren**, Komponistin; **Tom Mc Rae**, Sänger; **Rosemary Moriarty**, Sängerin

## **anderes Genre**

#### **IMG Fachhochschule Mainz: WHITENIGHTS – Stop and Go**

Liebeslieder können durch stereotype Bilder verliebter Paare visualisiert werden. Oder aber man setzt eine Tänzerin und einen Tänzer ein, die sowohl den Text als auch die Melodie verkörpern. Und das eindeutige Symbol für Liebe, das Herz, wird kurzerhand zu einem Dreieck abstrahiert – so ist es im Musikvideo 'Stop and Go' von WHITENIGHTS zu sehen. Gelungen, rund und auf den Punkt.

**Kreativ-Team:** **Daniel Bartels**, Regisseur IMG Fachhochschule Mainz; **Anja Stöffler**, Professorin für Digitale Gestaltung IMG Fachhochschule Mainz; **Julian Ticona Cuba**, Bandleader Whitenights/VFX-Artist ACHT Frankfurt; **Harald Capota**, Director of Photography dropout films; **Bastian Ahrens**, Editor Firsteicht

## gesellschaftliches Engagement

### **Promotion-Spot**

#### **Red Bull Media House: ServusTV – Wings for Life**

Red Bull Media House hat für die Forschungstiftung Wings for Life einen Spot entwickelt, der bewusst keine betroffenen Menschen zeigt: ein Rollstuhlfahrer ist von hinten zu sehen – eine Bewegung und der Protagonist ist zu erkennen: David Coulthard, Botschafter der Stiftung für Rückenmarksforschung. "Das Schicksal fragt nicht – es könnte auch mich treffen. Oder Sie!" Überraschend, bewegend und eindringlich!

**Kreativ-Team:** **Volker Bahr**, Head of Post Production Red Bull Media House; **Werner Eksler**, Production Director Red Bull Media House; **Michael Groeger**, Post Production Coordinator Red Bull Media House; **Martin Müller**, Designer Red Bull Media House; **Michael Halberstadt**, Producer 2ndlevelfilms; **Philipp Leinemann**, Regie 2ndlevelfilms; **Christian Stangassinger**, Kamera 2ndlevelfilms; **Anita Gerhardt**, Managing Director Wings for Life

## **Promotion-Kampagne**

### **BR: Sternstunden**

Die Aufgabe war, eine Promotion-Kampagne für 'Sternstunden – die Benefizaktion des Bayerischen Rundfunks' zu entwickeln. Dabei sollten Spots entstehen, die im Kino, on air und online emotional bewegen sowie motivieren, Geld zu spenden. Auch wenn es bei der Aktion um Hilfe für Kinder in Not geht, sollten keine notleidenden Kinder gezeigt werden. Das Ergebnis ist eine Kampagne, die die Gesichter verschiedener Kinder in den Mittelpunkt rückt. Alle Kinder sind durch eine Gemeinsamkeit verbunden: dem Ruf nach Hilfe.

**Kreativ-Team:** **Nicola Bienert**, Redakteurin Programm-Promotion Bayerisches Fernsehen; **Edgar Brigel**, Producer Bayerisches Fernsehen; **Johann Fischer**, Chefkameramann Bayerisches Fernsehen; **Sorin Dragoi**, Kamera Bayerisches Fernsehen; **Volker Jungbäck**, Leitung Programm-Promotion Bayerisches Fernsehen; **Eva Manten**, Grafikerin Bayerisches Fernsehen; **Helge Roesinger**, Red. Leitung Unterhaltung III Bayerisches Fernsehen; **Thomas Jansing**, Geschäftsführer Sternstunden e.V.

## **360°-Kampagne**

### **The History Channel: History-Award 2010**

Seit 2005 veranstaltet History Deutschland jährlich seinen Geschichtswettbewerb für Schüler. 2010 war das Thema des Wettbewerbs 'Oma, Opa – wie war das damals eigentlich?' Mit einer breit angelegten 360°-Kampagne hat der Sender den History-Award 2010 beworben - von der Ausschreibung über den Event bis hin zur Nachberichterstattung. Durch die medienübergreifende Bewerbung gelang eine umfassende Kommunikation, die sich weit über die Medien-, Branchen- und Programmberichterstattung hinaus in Lokal-, Kultur- und Bildungsredaktionen erstreckte. Getreu dem Motto: "History – Geschichte erleben!"

**Kreativ-Team:** **Rebecca Gauß**, Marketing The History Channel; **Nicolas von Hänisch**, Producer On-Air-Promotion The History Channel; **Sebastian Weber**, Presse/Mkt. The History Channel; **Sebastian Wilhelmi**, Director Marketing & Communications The History Channel; **Emanuel Rotstein**, Produzent; **Rodney Sewell**, Producer

## **Partner**

**CRAXX Medienproduktion, Disney XD, Red Bull Media House, Super RTL, RTL CREATION, Deutsche Welle, VOX, n-tv, verytv, RTL interactive, KISD – Köln International School of Design, Pixelpark, eberweinpardeike, lostview, SCREENWORKS, die EUROPÄISCHE UNION, Investitionen in unsere Zukunft – Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, und das Land Nordrhein-Westfalen, vertreten durch das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr**

Texte frei zur Veröffentlichung ab dem 14. April 2011, 19.30 Uhr / Belegexemplar erbeten an:

Eyes & Ears of Europe –

Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien e.V.

Wout Nierhoff (Verantwortlich), Isabel Krischer, Ina Braun (Redaktion)

Mozartstraße 3-5, D-50674 Köln, Tel.: +49 (221) +60 60 57 13, Fax: +49 (221) 60 60 57 11

eMail: [trailerfestival@eeofe.org](mailto:trailerfestival@eeofe.org), <http://www.eeofe.org>