

Eyes & Ears Awards 2005 ***INNOVATION & EFFEKTIVITÄT***



Begründungen der Jury

Kategorie TV/Film-Design

1. Beste Neuerung Corporate Design off air

DMC: Terra Nova Station Design

Das neue Off-Air-Design von Terra Nova überzeugt durch seine schlichte grafische Eleganz. Logo, Form- und Farbsprache sowie Typografie kommunizieren die Positionierung des Senders äußerst effizient auf den Punkt.

2. Bestes neues Corporate Designpaket on air

FEEDMEE DESIGN: VIVA PLUS Redesign

Mit der flexiblen und dynamischen Grafik wurden bestehende Designelemente perfekt in das neue innovative Erscheinungsbild von VIVA PLUS integriert. Der ungewöhnliche On-Air-Auftritt bleibt weiterhin einzigartig in der deutschen TV-Landschaft und passt hervorragend zur jungen Zielgruppe.

3. Beste integrierte Neuerung Corporate Design on & off air

ProSiebenSat.1 Produktion: kabel eins Redesign

Das Redesign in den Farben des Retro-Look wirkt frisch und zeitgemäß. Der Claim 'kabel eins – good times' wird dabei als wichtiger Akzent immer wieder in den Vordergrund gerückt. Er wird auch über alle anderen Plattformen hinweg konsequent kommuniziert. Sehr effektiv in der Wirkung, erfüllt dieses Redesign die Erwartungen an die Marke kabel eins.

4. Bestes Werbetrenner- bzw. Senderkennungspaket

SF DRS: Werbetrenner Serienleiste

Ausflippende Duschbrausen oder ein hungriger Mops als Werbetrenner sind nicht nur mutig, sondern auch ein echter Hingucker. In Anlehnung an den Seriengedanken hat das SF DRS hier unterhaltsame Miniserien rund um das Selbstverständnis der eigenen Marke kreiert. Leicht schräg, aber immer humorvoll. Kompliment!

5. Bestes saisonales/ereignisbezogenes Designpaket on air

ORF: Oster-Promotion

Auf charmante Art und Weise werden saisonale Spielfilmhighlights mit dem Osterfest verbunden. Mit dieser Vielfalt überraschender Themenspots führt das ORF sein Publikum durch eine fiktive Osterlandschaft. Da muss man nicht lange suchen...

6. Beste Programmlabelgestaltung

CREATION CLUB: PREMIERE – Made in Germany

Was liegt näher als das besondere Filmprogramm zum Tag der deutschen Einheit mit typisch deutschen Klischees zu verbinden? Der unperfekte Look, betont durch die besondere Typografie, grenzt den Tag des deutschen Kinos explizit von einer Hochglanzästhetik ab. Durch die amüsante Kombination von Bildern und Worten entsteht eine erfrischend andere Promotion für den deutschen Film.

7. Beste Vorspanngestaltung für nicht-fiktionales Programm

CREATION CLUB: PREMIERE SPORT – 04 Minuten im Mai – 04 Jahre danach

Fußball ohne Emotion? Undenkbar! Packende Original-Töne und Bilder kombiniert mit spannender Musik machen neugierig auf diese einmalige Sportdokumentation. Der dramaturgisch exzellent aufgebaute Vorspann erzeugt auch bei Nicht-Fußballfans Gänsehaut. Ein nicht enden wollender Suspense, der die Dramatik eines einzigen Fußballspiels in faszinierender Art und Weise auf den Punkt bringt.

8. Beste Vorspanngestaltung für fiktionales Programm

yU+Co: ABC – Desperate Housewives

Ob Eva im Paradies oder desperate housewives von heute – alle Frauen dieser Welt kennen das Drama um Liebe, Ehe und Haushalt. Auf charmante Weise stellt der Vorspann eine Verbindung zwischen den Leidensgenossinnen aller Zeiten her. Der Vorspann führt den Zuschauer mittels eines Marsches durch die Bildgeschichte zu den Protagonistinnen der Serie. Alle Frauen sind Brüder – oder wie war das noch gleich...?

9. Beste(s) Studiogestaltung/Set-Design/Szenenbild

RTL CREATION: RTL NEWS

Mit ihrem stringent funktionalen Design setzen die RTL News neue Trends in der Berichterstattung. Mit einem Höchstmaß an Beweglichkeit und Variabilität bietet das virtuelle Studio vielfältige Präsentationsmöglichkeiten. Eine virtuelle Galerie im Hintergrund ermöglicht die raumgreifende Visualisierung komplexer Sachverhalte. Das neue Newsdesign ist perfekt auf die breite RTL-Zielgruppe abgestimmt. Kompliment!

10. Beste(s) Informations- oder Nachrichtendesign bzw. -animation

DMC: ARD Aktuell

Mit der konsequenten Weiterentwicklung des bestehenden Nachrichten- und Informationsdesigns wurde das Erscheinungsbild von ARD Aktuell aufgefrischt. Die Balance zwischen innovativer Nachrichtenpräsentation und dem bewährten Auftritt ist gelungen.

11. Bestes sendungsbezogenes Designpaket

ORF: Tatsachen

Das Designpaket arbeitet mit allen mediengestalterischen Klischees rund um das Thema der Sendung. Eine geschickte Melange, die einen als Zuschauer mit allen Sinnen auf die Wiener Unterwelt einstimmt.

12. Beste typografische Gestaltung

ARTE: Nathalie

Wenn der Text eines Songs zum Hauptakteur wird, ist es gut möglich, dass die Typografie Kapriolen schlägt – so wie in diesem Programmhinweis für eine ARTE-Spezial-Sendung. Mit einem Augenzwinkern wird hier die konstruktivistisch anmutende Sowjet-Ästhetik im Bewegtbild adaptiert. Schriften, hört ihr die Signale!

Kategorie Audio Design & Komposition

1. Beste senderbezogene Audiogestaltung & Komposition

ProSieben: We love to entertain you

Die Musikproduktion der ProSieben-Kampagne überzeugt durch einen ausgesprochen hohen Produktionswert und trifft hervorragend das Grundgefühl des Senders. Erneut wird der kraftvolle Sender-Song facettenreich interpretiert. Die vielen Variationen in brillanter Klangqualität unterhalten die Zuschauer auch bei wiederholtem Zuhören. Perfektes Audio-Branding!

2. Beste programm-, film- oder contentbezogene Audiogestaltung & Komposition

CREATION CLUB: PREMIERE – Stars Imagetrailer

Der eigens für die Kampagne produzierte Song steht für hochwertiges Audiodesign bzw. -komposition. In Kombination mit den verheißungsvollen Bilderwelten entführt er die Zuschauer in die Erlebniswelt Premiere. Die eingängige Melodie sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert. Go for Gold – Go for Premiere!

Kategorie Interactive Design, Promotion & Branding

1. Beste Website eines Medienunternehmens

CREATION CLUB: www.creation-club.de

Mit einem puristisch anmutendem 3D-Look schafft der CREATION CLUB eine perfekte Umgebung für die Platzierung seiner kreativen Leistungen. Das Brio-Brett, ein Kinderspielzeug, stand Pate für das intuitiv erfassbare Interaktionsdesign. Die spielerischen Elemente setzen Akzente und animieren den Nutzer zum Anklicken. Ein überzeugender Auftritt!

2. Beste programm-, film- bzw. contentbezogene Website

ZDF: www.bianca.zdf.de

Diese Website bietet jede Menge Content zur Telenovela 'Bianca'. Witzige und ideenreiche Features sorgen dafür, dass es überall etwas zu entdecken gibt. 'Biancas Welt' setzt dabei neue Maßstäbe in der Fanbindung. Zielgruppenaffin und mit Liebe zum Detail konzipiert und umgesetzt. Für Fans ein wahres Paradies!

3. Beste medienbasierte Interaktionsgestaltung für TV, Mobile & Internet

FEEDMEE DESIGN: VIVA PLUS – Clip Creator

Der Clip Creator ist ein echtes Interaktions-Highlight! Wer es schafft, dass die Zuschauer das Erscheinungsbild ihres Senders gestalten können und zwar permanent, steht in Sachen Interaktion ganz vorne. Als Werbetrenner oder Station-ID gehen die Botschaften der Zuschauer on air. Die kreative Idee animiert sofort zum Mitmachen und wird dabei automatisch zur Promotionfläche für den Sender, der sich so auf nette Art und Weise von Freund zu Freund verbreitet. Geniale Idee, genial FEEDMEE!

Kategorie Promotion/Werbung/Image

1. Bester Sender-Promotion-Spot

FM4: Kinospot

Die verdrehte Welt des Spots treibt das Klischee des Generationenkonflikts amüsant auf die Spitze. Hier wirbt kein alltäglicher Radiosender. Das alternative Musikangebot von FM4 wird perfekt für die relevanten Zielgruppen kommuniziert.

2. Bester On-Air-Promotion-Spot für nicht-fiktionales Programm

CREATION CLUB: PLUG TV – The Simple Life 2

Mit Stop-Motion-Technik und jeder Menge Liebe zum Detail wurde hier eine freche und gewagte Geschichte rund um das Landleben zweier schriller Großstadt-Ladies kreiert. Mit jeder Menge Ironie bringt der Spot alle programmrelevanten Klischees so auf den Punkt, so dass eine bessere Werbung für dieses Programm undenkbar erscheint.

3. Bester On-Air-Promotion-Spot für fiktionales Programm

ProSiebenSat.1 Produktion: Sat.1 – Osterimage

Ein einziger Satz verbindet Männer und Eier zu einer überraschenden und witzigen Oster-Promotion. Die ausgefallene Optik sorgt dabei für hohe Aufmerksamkeit. Der hochwertig produzierte Trailer verspricht ereignisbezogene 'Kinokompetenz'!

4. Beste integrierte Sonderwerbform

Disney Channel Germany: Bärenbrüder

Mit den zwei sympathischen Elchen Benny & Björn macht das Ostereiersuchen besonders viel Spaß. Wer kann bei den beiden schon nein sagen – vor allem, wenn es etwas zu gewinnen gibt? Darüber hinaus platziert das eingebettete Gewinnspiel optimal das beworbene Produkt.

5. Beste(r) Text- oder Sprachgestaltung bzw. Stimmeneinsatz in der On-Air-Promotion

WDR: Gott und die Welt

Sehr persönlich und poetisch transportiert der Trailer das Thema 'Gott und die Welt'. Gefühlvoll stimmen Bilder, Text und Sprecherstimme auf religiöse und philosophische Themen ein. Dabei ist ein Trailer entstanden, der wegen seiner klischeefernen Bilder tiefgehende Emotionen weckt und auch nach wiederholtem Sehen seine Wirkung nicht verliert.

6. Beste Sender Promotion-Kampagne on air

WDR: DANKE!

Der Besuch beim eigenen Publikum ist wohl immer eine Reise wert. Die WDR-Zuschauer jedenfalls sind eine eingeschworene Fangemeinde, die gerne erzählen, welche Sendung sie am liebsten schauen. Aufgenommen in ihren jeweiligen Umfeldern promoten sie mit eigenen Worten ihren Sender. Ungeschönt, authentisch, überzeugend! Kurz, WDR!

7. Beste On-Air-Promotion-Kampagne für nicht-fiktionales Programm

CREATION CLUB: PREMIERE SPORT – Bundesliga Start

Fußball bewegt. Nahaufnahmen der Fans zeigen Freude, Trauer und Leidenschaft. Dieses Auf und Ab auf dem Spielfeld ist das, was Profis, Hobbykicker und Fans vereint. Sehr wirkungsvoll holt der Trailer den Zuschauer im Alltag ab und bringt ihn für einen kurzen Moment – zumindest emotional - ins Stadion.

8. Beste On-Air-Promotion-Kampagne für fiktionales Programm

NBC UNIVERSAL: Star Trek

Wenn charmante Aliens auf so einfallsreiche und humorvolle Art und Weise in unserem Alltag auftauchen, ist eins sicher: Sie sind unter uns! Sie müssen unter uns sein! Hier ist jeder einzelne Spot ein Treffer! Gratulation!

9. Beste Interaktionspromotion

RTL interactive: RTL.de – Imagekampagne

Auf sehr verständliche und unterhaltsame Art und Weise zeigt Dirk Bach die wichtigen Key Visuals aus der Welt von RTL.de. Danach weiß jeder, was ihm diese Internetplattform bietet und wie er das jeweilige Angebot nutzen kann. 100 % effektiv, 100 % RTL!

10. Beste integrierte Eventgestaltung & -promotion

DISCOVERY GESCHICHTE: Vor 60 Jahren – 180° Berlin Installation

Mit Hilfe einer großformatigen Installation im öffentlichen Raum wird das Kriegsende 1945 für den Zuschauer vor Ort aufbereitet und erlebbar gemacht. Hier steht der Mensch im Mittelpunkt von Geschichte und Gegenwart. Die Aktion mit den Programminhalten des Senders DISCOVERY GESCHICHTE ist eindeutig, erlebbar und überzeugend.

11. Beste integrierte Sender-Promotion-Kampagne

ProSieben: Die Superhelden

Mit der gleichermaßen aufmerksamkeitsstarken wie auch unterhaltsamen Kampagne 'Die Superhelden' unterstreicht ProSieben seine Blockbuster-Kompetenz. Actionreich und dynamisch wird der Claim 'ProSieben hat sie alle' über verschiedene mediale Plattformen transportiert. Großes Kino mit starken Typen – das will keiner verpassen!

12. Beste integrierte Programm-Promotion-Kampagne

ORF: Expedition Österreich

Mit einer breit angelegten Crossmedia-Strategie ist es dem ORF durchweg gelungen, junge Leute für das große Sommer-Event 'Österreich' zu interessieren. Dabei gewährleistet der ungewöhnlich frische und moderne Look durch alle Medien hindurch einen stringenten Auftritt und hohen Wiedererkennungswert. Von der Countdown-Promotion vor dem Start über Flip Flops bis hin zum Flachmann im Expeditionslook wurde wirklich fast keine Promotionfläche ausgelassen. Auch wenn der Flachmann leer war, die Kampagne ist absolut hochprozentig!

13. Beste(r) Social Spot und/oder gesellschaftlich engagierte Kampagne

RTL: Charitree

Beim Charitree wurde die Möglichkeit medienbasierter Interaktion im großen Maßstab für einen guten Zweck eingesetzt. Eine Idee, die auch junge Zielgruppen zum Spenden motiviert! Tolles Konzept, prima umgesetzt und das alles für eine gute Sache!

Eyes & Ears-Spezialpreis INNOVATION 2005

Disney Channel Germany: Innovatives Schnittstellendesign im Programmfluss

Abspänne und Trailerstrecken sind für den Programmfluss eines Fernsehsenders häufig ein Problem. Die Zuschauer neigen in diesen Momenten zum Umschalten. Der Disney Channel Germany hat sein eigenes Konzept zur Zuschauerbindung entwickelt. Mit Hilfe kurzweiliger und spaßiger Clips, auffälliger und unerwarteter Unterbrecherspots sowie Interstitials, die eine Mischung aus Promotionspots und Interaktion darstellen, unterhält der Disney Channel Germany seine Zuschauer auch zwischen dem Programm. Unterhaltsam, spaßig und absolut innovativ!

Eyes & Ears-Spezialpreis EFFEKTIVITÄT 2005

Super RTL: Entwicklung & Etablierung der TOGGO-Markenwelt

Seit der Einführung der Dachmarke TOGGO im Jahre 2001 haben sich hierunter zahlreiche Eigenmarken entwickelt und etabliert. Durch ein konsequentes Brand-Management über alle Plattformen hinweg lag die Bekanntheit der Marke bei Kindern nur zwei Jahre später bei über 80 %. Anlässlich der Bundestagswahl in diesem Jahr gab es auch bei Super RTL wieder die TOGGO-Kanzlerwahl, die über alle Plattformen kommuniziert wurde. Das Internet-Angebot www.TOGGO.de erreichte im August 2005 über 110 Mio. Page Impressions. Die TV-Marktführerschaft lag im August bei 26,3 %. Die Entwicklung und Etablierung der TOGGO-Markenwelt ist hervorragend gelungen! Mit einem Wort: perfekt

Eyes & Ears Excellence Award 2005

Prof. Dr. Peter Weibel, Künstler, Medientheoretiker & Kurator, Karlsruhe/Wien

Peter Weibels Lebenswerk zeugt von einer vielfältigen und vielschichtigen Auseinandersetzung mit der sozialen Relevanz audiovisueller Gestaltungsphänomene. Als theoretisierender Praktiker und praxiserprobter Theoretiker ist Weibel ein überzeugendes Vorbild für die ganzheitliche Auseinandersetzung mit allen Phänomenen audiovisueller Kommunikationsgestaltung.

Jury der Eyes & Ears Awards 2005

Prof. Björn Bartholdy, KISD – Köln International School of Design; **Prof. Manfred Becker**, RTL GROUP; **Oliver Beninde**, ProSiebenSat.1 Produktion; **Heinz-Jörg Eberbach**, Interone Worldwide; **Stephen Emmer**, eStation; **Michael Engelhardt**, CREATION CLUB; **Matthias Fallert**, ARTE; **Andreas Fenske**, Filmstyler Pictures; **Tilo Fischer**, UMBRUCH Gestaltung; **Jan-Erik Frasch**, CREATION CLUB; **Birgit Gabriel**, ARTE; **Thomas Gloor**, SF DRS; **Claus Grimm**, DW-TV; **Markus Hanzer**, DMC; **Alex**

Hefter, SF DRS; **Alexander Hollmer**, Biz.Quit Mediendesign; **Karin Hug**, SF DRS; **Eike Immisch**, Disney Channel Germany; **Zeljko Karajica**, CREATION CLUB; **Bettina Kopetschke**, MIDRAY; **Anselm C. Kreuzer**, Komponist; **Ulli Krieg**, DMC; **Joachim Krischer**, ZDF; **Henri L'Hostis**, ARTE; **Olaf Laber**, dtms; **Tobias Lammert**, RTL interactive; **Sabine Lange**, ARTE; **Andreas Lechner**, NBC UNIVERSAL; **Prof. Mag. Gustav Lohrmann**, ORF; **Gerhard Menschik**, FEEDMEE DESIGN; **Wout Nierhoff**, Eyes & Ears of Europe; **Karin Sarholz**, WDR; **Wolfgang Schatton**, RBB; **Klaus Schuntermann**, MDR; **Barbara Simon**, NBC UNIVERSAL; **Tillmann Stracke**, CREATION CLUB; **Ole Türck**, CREATION CLUB; **Neil Walsh**, ProSiebenSat.1 Produktion; **Matthias Wimmer**, Opium effect; **Michael Worringen**, WDR

Partner der Eyes & Ears Awards 2005

Die Eyes & Ears Awards 2005 wurden insbesondere unterstützt von ProSiebenSat.1 Produktion, CREATION CLUB, dem ORF, DISCOVERY CHANNEL, Interone Worldwide, RTL CREATION, dem SF DRS, ARTE, eStation, Avid, Siemens, dem VFFVmedia, der BLM Bayerische Landeszentrale für neue Medien, der DVB Multimedia Bayern GmbH und den MEDIENTAGEN MÜNCHEN.

Texte frei zur Veröffentlichung ab dem 27. Oktober 2005, 17 Uhr / Belegexemplar erbeten an:
Eyes & Ears of Europe –

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

Wout Nierhoff (Verantwortlich), Lisa Gendziorra (Redaktion)

Im MediaPark 5b, D-50670 Köln, Tel.: +49 (221) 454 3540, Fax: +49 (221) 454 3512

eMail: awards@eeofe.org, <http://www.eeofe.org>