

Medieninformation vom 2. November 2009



11. Internationale Eyes & Ears Awards INNOVATION & EFFEKTIVITÄT

Köln, 02.11.09 – Rund 800 Gäste feierten am vergangenen Donnerstag die 34 Preisträger und 99 Finalisten der Internationalen Eyes & Ears Awards. Bereits zum elften Mal vergab Eyes & Ears of Europe, der Branchenverband für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien, die Auszeichnung im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN. In diesem Jahr wurde erstmals der Spezialpreis DECATHLON und der Spezialpreis CREATION vergeben.

Von 453 Einreichungen aus insgesamt 20 Ländern hatten fünf Fachjuries in London, Zürich, Köln, Straßburg und Wien die herausragenden Produktionen des vergangenen Jahres in den Bereichen Media-Design, On-Air-, Off-Air-, Online- und Cross-Promotion sowie Markenkommunikation für audiovisuelle Medien ermittelt.

In diesem Jahr wurden erstmals zwei neue Spezialpreise vergeben. Die **DECATHLON**-Auszeichnung wurde gleich dreimal vergeben: an die RTL Group, NBC Universal Global Networks Deutschland und ProSiebenSat.1 Produktion. Mit diesem Preis werden Einreichende ausgezeichnet, die sich in dem Wettbewerb mindestens zehnmal als Finalisten qualifiziert haben.

Den Spezialpreis **CREATION** für herausragende Kreativeleistungen konnte ARTE für sich gewinnen. "C'est le son, qui fait la musique." So ist es auch bei dem diesjährigen Preisträger. Der Audio-Kosmos von ARTE ist ein ganz spezifischer und spezieller. Egal, ob für Design, Promotion oder eigens kreierte Clips – ARTE trifft immer einen Ton, der sich von der breiten Masse abhebt und zugleich 100% mit dem Bewegtbild korrespondiert. Die Kompositionen und Arrangements im Bereich Design zeichnen sich dadurch aus, dass der Ton malerisch und subtil das Bild unterstützt – entspannend, ruhig und gefühlvoll. In der Promotion wird außerdem auf markante Sprecherstimmen, O-Töne und Geräuschkulissen gesetzt. Mit den Ohren für viele Details komponieren, arrangieren und integrieren die ARTE-Sound-Verantwortlichen Musik und Audio-Design.

Zum zehnten Mal verlieh Eyes & Ears of Europe den Spezialpreis für **INNOVATION** und den Spezialpreis für **EFFEKTIVITÄT**. Die Auszeichnung für INNOVATION erhielt Red Bee Media für die virale Kampagne 'UKTV – Back to Earth'. Mit einem Alternate Reality Game wurde die Premiere der Science-Fiction-Serie 'Red Dwarf: Back to Earth' im Dave-Programm beworben. Mit dem Spiel sowie gekoppelten Online-, On-Air- und Off-Air-Maßnahmen, sollten die Fans der Kultsendung angesprochen werden. Gar nicht so einfach, da die Liebhaber der Serie normalerweise keine Stammzuschauer von Dave sind. Auf verschiedenen medialen Plattformen wurden Hinweise und Indizien ausgelegt. Die Teilnehmer, die die Hinweise entziffern konnten, bekamen eine Adresse in London für ein geheimes Treffen. Im Rahmen dieses Meet & Greet trafen die Rätsellöser dann auf die Protagonisten der Serie mit anschließendem Screening. Ergebnis: 2,7 Millionen Zuschauer – 530 % Steigerung der Zuschauerschaft auf dem Programmslot. "Red Bee Media macht Medienmarken anfassbar, erlebbar und erfolgreich!" befanden die Juroren.

Der Spezialpreis **EFFEKTIVITÄT** wurde in diesem Jahr gleich zweimal vergeben: an DW-TV für das 3D-Projekt 'Eingemauert' und an DMAX für die Cross-Media-Kampagne 'München wird männlich'. Die Deutsche Welle hat in Zusammenarbeit mit der Stiftung Mauer ein einzigartiges Projekt verwirklicht: 'Eingemauert! Die innerdeutsche Grenze'. Für das Projekt haben Historiker und Fernsehmacher gemeinsam rekonstruiert, wie der Todesstreifen Anfang der 1980er Jahre aussah. Die sehr realistisch wirkende HDTV-Computeranimation rekonstruiert auf beeindruckende Art und Weise die historischen Sperranlagen in Berlin und an der innerdeutschen Grenze. Auf diesem Weg soll die Frage 'Wie war die Mauer wirklich?' auch für künftige Generationen anschaulich und plastisch beantwortet werden. Die 16-minütige 3D-Animation wurde auch als Teil einer Dokumentation auf DW-TV ausgestrahlt. Um die jüngere Zielgruppe effektiv anzusprechen, wurde 'Eingemauert!' auch auf YouTube veröffentlicht.

Unter dem Motto 'München wird männlich' startete DMAX eine Regionalkampagne zum Launch des Senders im Münchner Kabelnetz. Die einzelnen Kampagnen-Elemente zeigen, wie innovativ, kreativ und ideenreich DMAX diese Aufgabe umgesetzt hat: eine weiche, säuselnde Stimme singt im Radio eine Lobeshymne auf das Leben in der Stadt München. Abrupt wird diese Liebeserklärung durch eine sehr maskuline Off-Stimme unterbrochen, die darauf hinweist, dass München jetzt männlich wird. Wie Testosteron-stark München tatsächlich ist, beweist kurzer Hand die Umbenennung der Münchner Frauenstraße in die Männerstraße. Damit die bayerische Hauptstadt noch männlicher wird, wurden in München 30.000 Abrisszettel verteilt. Auf der Internetseite von DMAX hatten die Zettelbesitzer dann die Möglichkeit, ihre Freundin kostenlos abzugeben.

Der **Eyes & Ears Excellence Award 2009** ging an **Florian Wieder**. "Mit diesem Preisträger wird zum ersten Mal eine neue Disziplin unter den Excellence Award Preisträgern gewürdigt: TV Set Design. Florian Wieder hat eine eigene Handschrift, die in seinen Arbeiten gut zu erkennen ist. Jedoch wird diese immer an die individuellen

Bedürfnisse, Situationen, Persönlichkeiten und Sendermarken angepasst, um dem jeweiligen Projekt nicht nur gerecht zu werden, sondern dieses mit Innovation und einer modernen und zielgruppengerechten Ästhetik zu verknüpfen. Ob private, öffentlich-rechtliche oder Pay-TV Sender, große Sportereignisse oder glamouröse Galas – Florian Wieder hat die deutsche TV-Landschaft verschönert und geprägt. Er hat Stefan Raab ein neues Spielzeug verliehen, einen fahrbaren Schreibtisch, der über die Bühne gleitet. Er hat die ProSieben Nachrichten aus dem Atrium eines virtuellen Hochhauses berichten lassen, von einer Tribüne aus, die auf dem 14. Stockwerk schwebte. Er hat 'Bambi' einen neuen Glanz verliehen. Er hat 'Anne Will' und 'Beckmann' ein stilvolles und zurückhaltendes Forum gegeben, welches den Fokus auf das Wesentliche behält. Er hat Nachwuchstalente bei 'DSDS' und 'Das Supertalent' einen professionellen Auftritt ermöglicht. Er hat 'Wetten dass..?' behutsam in das neue Millennium gebracht. Seit 2007 verschafft Florian Wieder Weltstars der Musik bei den MTV European Music Awards eine spektakuläre Bühne, welche jedem Künstler einen individuellen Auftritt ermöglicht. Prestigeträchtige Produktionen in England und Amerika sind inzwischen sein Tagesgeschäft: 'American Idol', 'X-Factor', 'Million Dollar Password' oder 'The next great American Band'. Florian Wieder ist die Person in Deutschland, die das Synonym für innovatives und hochwertiges Setdesign ist", so die Laudatorin Barbara Simon.

Die Eyes & Ears Awards 2009 wurden insbesondere unterstützt von PLAZAMEDIA, DSF, Bayerisches Fernsehen, Disney XD, ORF, Sky, Interone Worldwide, Schweizer Fernsehen, Red Bee Media, ARTE, Avid, Bayerische Landeszentrale für neue Medien und den MEDIENTAGEN MÜNCHEN.

Pressekontakt:

Eyes & Ears of Europe –

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

Isabel Krischer (Kommunikation & PR)

Mozartstr. 3-5, D-50674 Köln

Tel.: +49 (221) 606057-13, Fax: +49 (221) 606057-11

eMail: Isabel.Krischer@eeofe.org