

Presseinformation vom 3. November 2008



10. Internationale Eyes & Ears Awards INNOVATION & EFFEKTIVITÄT 2008

Köln, 03.11.08 – Rund 800 Gäste feierten am vergangenen Donnerstag die 34 Preisträger und 99 Finalisten der Internationalen Eyes & Ears Awards. Bereits zum zehnten Mal vergab der Branchenverband Eyes & Ears of Europe die Auszeichnung im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN. Die beiden Spezialpreise INNOVATION und EFFEKTIVITÄT gingen an INTERONE WORLDWIDE und Red Bee Media. Dieter Meier und Boris Blank erhielten den Eyes & Ears Excellence Award 2008.

34 Preisträger und 99 Finalisten freuten sich am vergangenen Donnerstag über ihre Auszeichnungen bei den 10. Internationalen Eyes & Ears Awards. Aus 550 Einreichungen hatten fünf Fachjuries in London, Wien, Straßburg, Zürich und Köln 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.

Zum neunten Mal verlieh Eyes & Ears of Europe die beiden Eyes & Ears Spezialpreise. Den **Spezialpreis für INNOVATION** erhielt Interone Worldwide. Um bestehende Kunden zu halten und neue Kunden anzusprechen, müssen Marketingagenturen innovative Ideen entwickeln. Hierbei beschreitet Interone Worldwide neue Wege und das mit Erfolg. Spaß und Identifikation mit dem Produkt sind die Anknüpfungspunkte für eine zielführende Kundenkommunikation. Dabei nutzt Interone Worldwide neue Distributionswege und -formen: ein Autospiele mit dem Mini Clubman für die Spielekonsole Wii™ oder ein Cuckoo Clock Widget als Desktopwerbung. Auch mit BMW PACE hat Interone Worldwide innovative Kommunikationswege beschritten: ein virtuelles Rennen mit den neuesten BMW-Modellen und Technologien führt durch eine schwarz-weiße 3D-Landschaft. Selbst auf die Frage, wie sich das Fahrgefühl des neuen MINI Clubman ohne eine reale Probefahrt vermitteln lässt, hatte Interone Worldwide eine Antwort: eine gestengesteuerte Probefahrt in deutschen Kinos. "Interone Worldwide entwickelt individuelle Marketingstrategien mit einem innovativen Ideenreichtum, der keine medialen Grenzen kennt", befanden die Juroren.

Der **Spezialpreis für EFFEKTIVITÄT** ging an Red Bee Media. Red Bee Media zeigt, wie Medienmarken effektiv kommuniziert werden können: Mit Marktforschung und Wettbewerbsanalysen wird ein zielführendes kreatives Briefing verfasst. So wird sichergestellt, dass die Kommunikationsmittel die Zielgruppe ansprechen, sich von der Konkurrenz abheben und dadurch präferenzbildend wirken. 'The home of witty banter' war das Motto und der Startpunkt für einen kategorienbrechenden neuen Namen und ein uniques Erscheinungsbild für den Sender Dave. Red Bee Media hob das versteckte Potential des Senders, indem seine spezifische Programmierung im Kontext des Wettbewerbs mit mehreren hundert Senderangeboten kommunikativ klar herausgearbeitet wurde. Da am Programm nichts verändert wurde, ist der überdurchschnittliche Zuwachs bei der Zuschauergunst dem neuen Branding zu verdanken. Auch der Relaunch von BBC Three war eine Herausforderung. Red Bee Media hat den Außenseitercharakter des Senders eingefangen und präsentiert den vielfältigen Inhalt über ein neues Design, das nahtlos über alle Plattformen funktioniert. "Red Bee Media entwickelt anfassbare Welten und schafft eine hohe Markenidentifikation", so die Laudatoren anlässlich der Preisvergabe.

Der **Eyes & Ears Excellence Award 2008** ging an **Dieter Meier** und **Boris Blank**. Bereits zum elften Mal vergab Eyes & Ears of Europe den Preis für herausragende und nachhaltige Beiträge zur Gestaltung und Reflexion audiovisueller Kommunikation. Ende der 70er Jahre formierte sich das Künstler-Projekt Yello, um mit ihrem avantgardistischen Sound sowie ihren eigens kreierten und inszenierten Bildwelten neue Wege zu beschreiten. Dieter Meier und Boris Blank sind Pioniere der elektronischen Popmusik und des Video-Clips. "Ihre ersten Video-Clips entstanden zweckfrei als eigenständige Kunstform. Keine Musikfilme klassischer Couleur, sondern Produktionen, die mit Stilmitteln des Trickfilms, der Projektion und der Ästhetik des Kunstvideos arbeiten. 'Pin Ball Cha Cha', 1982 hergestellt, wird in der Sammlung des Museum of Modern Art in New York als einer der 35 wichtigsten, die Videokunst beeinflussenden Clips aufgeführt. Sie haben Sound-Ikonen geschaffen, die sich auch heute noch durch Film und Fernsehen schleichen. Ich sage nur: 'Oh Yeah'. Diese prägnante lautmalerische Soundverdichtung wird als latentes Leitmotiv in unzähligen Hollywood-Filmen zitiert", so der Laudator Alex Hefter.

Die Internationalen Eyes & Ears Awards 2008 wurden insbesondere unterstützt von CREATION CLUB, PLAZAMEDIA, Discovery Channel, ORF, RTL CREATION, Interone Worldwide, Schweizer Fernsehen, Red Bee Media, ARTE, WDR, Nokia Siemens Networks, Avid, Bayerische Landeszentrale für neue Medien und den MEDIENTAGEN MÜNCHEN.

Weitere Informationen unter <http://www.eeofe.org>

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