

Presseinformation vom 9. November 2007

9. Internationale Eyes & Ears Awards INNOVATION & EFFEKTIVITÄT 2007



Köln, 9.11.07 – Rund 700 Gäste feierten gestern Abend die 32 Preisträger und 96 Finalisten der Internationalen Eyes & Ears Awards. Bereits zum neunten Mal vergab der Branchenverband Eyes & Ears of Europe die Auszeichnung im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN. Die beiden Spezialpreise INNOVATION und EFFEKTIVITÄT gingen an die 20TH Century Fox bzw. an ProSieben. Robert Wilson erhielt den Eyes & Excellence Award.

32 Preisträger und 96 Finalisten freuten sich gestern Abend über ihre Auszeichnungen bei den 9. Internationalen Eyes & Ears Awards. Aus 468 Einreichungen hatten fünf Fachjuries in Zürich, Wien, London, Straßburg 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 achten Mal verlieh Eyes & Ears of Europe die beiden Eyes & Ears-Spezialpreise. Den **Spezialpreis für INNOVATION** erhielt die 20th Century Fox. Mit ihren crossmedialen Kampagnenansätzen für Kinofilme verbinde die 20th Century Fox klassische Werbung, Online- und Mobile-Marketing mit Promotion-Events. Virales Empfehlungsmarketing, polarisierende Auftritte, Ambient Media, zahlreiche Online-Aktivitäten und eine Partytour durch 13 Städte verschafften 'Borat' eine Meldung in den ARD Tagesthemen. Für 'Der Teufel trägt Prada' ging die 20th Century Fox sogar ins Kaufhaus und suchte im Rahmen des 'Runway Cover Girl Contest' ein echtes Covergirl für die Nullnummer des fiktiven Modemagazins 'Runway' aus dem Film. Bei der Launchkampagne zu 'Die Simpsons – Der Film' setzte der Filmvermarkter auf einen breiten Fächer von diversen Online-Maßnahmen. Herausragend war hier der 'Simpsonizer', mit dem Nutzer ihr eigenes Foto simpson-like umwandeln konnten. "Mehr Involvement der Zielgruppe in die Promotionmaßnahmen ist kaum denkbar. Mit ihren innovativen Kampagnen macht die 20th Century Fox ihre Filme schon vor dem Kinostart zum Erlebnis", so die Laudatoren anlässlich der Preisvergabe.

Der **Spezialpreis für EFFEKTIVITÄT** ging an ProSieben. Nach der ersten Staffel im Herbst 2005 ist es dem Kreativteam der ProSiebenSat.1 Produktion erneut gelungen, die Welt der StarForce-Agenten in unterhaltsamen und überraschenden Spots zu inszenieren. "Angeführt von 'Papa Stromberg' bieten rund zwanzig Spots beste Agenten-Unterhaltung in Bond-Tradition und jede Menge Action. Die starke Image-Kampagne verbindet die Gesichter des Senders mit den Kernwerten der Marke ProSieben. 100 % Entertainment – unverkennbar ProSieben", befanden die Juroren.

Der **Eyes & Ears Excellence Award 2007** ging an **Robert Wilson**. Bereits zum zehnten Mal vergab Eyes & Ears of Europe den Preis für herausragende und nachhaltige Beiträge zur Gestaltung und Reflexion audiovisueller Kommunikation. Der amerikanische Regisseur ist bekannt für seine bahnbrechenden audiovisuellen Inszenierungen: Seit mehr als vierzig Jahren vereint er in seinen Werken so vielfältige künstlerische Ausdrucksformen wie Tanz, Licht, Bühnenbild, Skulptur und Musik. In seiner Laudatio ging Lars Wagner, Channels Director Pay TV Discovery Communications und Vorstandsmitglied von Eyes & Ears of Europe, insbesondere auf die Video-Porträts ein, die Robert Wilson u.a. von Brad Pitt, Winona Ryder und anderen großen Schauspielern und Künstlern drehte: "Radikal sind diese Bilder, weil sie sich aller heutzutage zur Verfügung stehenden Mittel bedienen. Sie scheuen keinen Aufwand, sie sind absolut "State of the art", sie sind so kunstfertig, wie ihre Motive natürlich sind. Aber ihr Ziel ist nicht die größtmögliche Bewegung, sondern die weitestgehende Stille, nicht der momentane Effekt, sondern die dauerhafte Erfahrung – für Augen und Ohren. Die Video-Porträts sind maximal minimalistisch, unser Preisträger hat mit ihnen das Porträt für das 21. Jahrhundert neu erfunden."

Die Internationalen Eyes & Ears Awards 2007 wurden insbesondere unterstützt von ProSieben, ProSiebenSat.1 Produktion, CREATION CLUB, ORF, Interone Worldwide, RTL CREATION, Discovery Channel, Red Bee Media, ARTE, Schweizer Fernsehen, Nokia Siemens Networks, Avid, BLM Bayerische Landeszentrale für neue Medien und den MEDIENTAGEN MÜNCHEN.

Für weitere Informationen unter <http://www.eeefe.org>

Pressekontakt:

Eyes & Ears of Europe –
Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien e.V.
Lisa Gendziorra (Kommunikation & PR)
Mozartstr. 3-5, D-50674 Köln
Tel.: +49 (221) 606057-13, Fax: +49 (221) 606057-11
eMail: Lisa.Gendziorra@eeefe.org, <http://www.eeefe.org>