

16. Internationales Werbefilmfestival spotlight 2013

spotlight Awards 2013 – Die Preisträger

Den Vorsitz der Fachjury im Hauptwettbewerb spotlight PROFESSIONALS hatte in diesem Jahr Arno Lindemann inne, Geschäftsführer von Lukas Lindemann Rosinski, Hamburg. Stellvertretender Fachjury-Vorsitzender im Hauptwettbewerb war Helmut Hartl, Embassy of Dreams, München. Dem Nachwuchswettbewerb spotlight STUDENTS stand traditionell Gabriele Röthemeyer vor, Geschäftsführerin der MFG Filmförderung Baden-Württemberg. Unterstützt wurden sie von Kollegen aus renommierten Agenturen, Filmproduktionsfirmen, Medienredaktionen und den wichtigsten Ausbildungsstätten für Werbefilmer.

**Sämtliche Gewinnerspots sind auf der Homepage des Festivals zu sehen:
www.spotlight-festival.de/spotlight-awards-2013**

Preise der Fachjury: Die Gewinner

spotlight PROFESSIONALS TV & KINO

Gold – ex aequo

Gelände

Produkt: smart fortwo

Einreicher: BBDO Proximity Berlin GmbH

Begründung: Autowerbung hat es schwer in letzter Zeit. Alles der gleiche Brei. Ein Film aber sticht heraus und öffnet uns die Augen für eine Wahrheit, die jeder eigentlich wissen sollte. Und der schon so oft erzählte Insight des kleinen, wendigen Cityflitzers wird so schön entlarvend und entwaffnend erzählt, dass man einfach nicht daran vorbeikommt, den kleinen Wagen anders zu sehen!

Symphony

Produkt: DIY – Hornbach Baumarkt AB

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Wenn es einem Film gelingt, ein wirklich intensives Gefühl aufzuzeigen und auch wirklich in ein paar Sekunden nachzuempfinden, dann ist das eine große Leistung. Also Augen und Ohren auf!

Der Award in **Silber** wurde in diesem Jahr nicht vergeben.

Bronze – ex aequo

Spotserie mit drei Motiven: Die app Kampagne – „Kranz“, „Merkel“, „Rösler“

Produkt: n-tv

Einreicher: Havas Worldwide Düsseldorf

Begründung: Einfach, schnell und auf den Punkt. Die Leistung eines Nachrichtensenders komprimiert in eine stringente APP umgewandelt. Das kommt sofort rüber! Glückwunsch.

Spotserie mit zwei Motiven: Media Markt – „Zalando“, „Tablet / Day After“

Produkt: Media Markt

Einreicher: Partizan GmbH

Begründung: Es ist immer schwer, die zu bewerbenden Produkte aufmerksamkeitsstark und unpeinlich in eine Story einzuflechten. Hier ist es doch mal wieder gelungen: humorvoll, schnell, aktuell & irgendwie „nicht blöd“. Geht doch!

Festival

Produkt: DIY – Hornbach Baumarkt AB

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Immer wieder überrascht uns dieser Baumarkt mit „wahren“ Insights. Und wenn man denkt, da geht eigentlich nichts neues mehr, werden wir eines besseren belehrt. Und jedes Mal wird dieser einleuchtende & passende Insight auch noch überraschend NEU inszeniert. Man kommt einfach nicht dran vorbei (im deutschen Werbeblock). So soll es sein!

Spotserie mit zwei Motiven: Die Antriebskampagne – „Hirschenberger“, „Richter“

Produkt: Finanzen

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Die Volks- & Raiffeisenkampagne machte schon vor 2 Jahren auch den Weg frei für eine neue Art des dokumentarischen Films. Hier zwei neue kreative Interviews mit außergewöhnlichen Menschen – wieder außergewöhnlich gut inszeniert...wie wir finden!

Kind, einfach nur Kind

Produkt: Jako-o

Einreicher: JO!SCHMID Filmproduktion GmbH

Begründung: Ein wirklich wahrer & passender Insight, der sehr gut zur Marke passt und hier völlig überzeugend inszeniert wird. Glückwunsch!

spotlight PROFESSIONALS WEB & MOBILE

Gold

Don't make up and drive

Produkt: Volkswagen

Einreicher: DDB Tribal Group GmbH, Berlin

Begründung: Diese Arbeit hat zurecht GOLD verdient, da sie wie keine andere im Wettbewerb genau dort zielgerichtet funktioniert, wo man sie nicht erwartet, wo sie aber hingehört.:In den tausendfach geklickten Tutorials im Web. Besser kann man die Zielgruppe mit relevanten Insights nicht treffen & überraschen!

Silber

Spotserie mit zwei Motiven: The Green Screen Prank – „Surfer“, „Zentaur“

Produkt: true fruits smoothies

Einreicher: BBDO Germany GmbH, Düsseldorf

Begründung: Endlich mal wieder eine Kampagne über die man lachen muss und die man wohl auch gerne mal „an Freunde weiterschickt“. Einfach nur gut gespielt und mit viel Humor erzählt. Und dann stimmt plötzlich alles: Casting, Acting & Produktinzenierung. So einfach und so schwierig zugleich ist das! Davon gibt es auch viel zu wenig da draußen.

Bronze – ex aequo

The Lost Choir

Produkt: International Children's Fund

Einreicher: Grey Worldwide GmbH

Begründung: Ein Live-Event, der mal wirklich zum Nachdenken anregt. Und den müssen dann auch nicht viele Menschen live erlebt haben, denn er hat die virale Kraft, dass Hunderttausende ihn später anschauen & handeln. Ein ganz wenig zu lang, aber man bleibt dran.

Klopp

Produkt: Finanzen

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Herr Klopp ist ein sympathisches Testimonial. Das wissen wir alle und das haben wir auch schon alle gesehen. Aber die Art dieses dokumentarischen Interviews mit ihm ist dann doch so liebe- und kunstvoll inszeniert, dass man es immer wieder gern anschaut.

Axe Chaos Movie

Produkt: Anarchy (Bodyspray)

Einreicher: Tony Petersen Film GmbH

Begründung: Ein bildgewaltiges und rasantes Roadmovie, von dem man immer gern träumt. Gerade als Filmschaffende. Und darum geht es ja hier! Wieder mal besprüht uns AXE mit einer überzeugenden cineastischen Sehnsucht nach purem Lebensgefühl. Wie das riecht & was es ausmacht, sehen wir in „Anarchy“!

spotlight STUDENTS TV & KINO

Der Award in **Gold** wurde in diesem Jahr nicht vergeben.

Silber – ex aequo

Mercedes Benz – The Journey

Produkt: Mercedes-Benz

Hochschule: Filmakademie Baden-Württemberg / Producer: Dominko Gudelj

Regie: Andreas Bruns

Begründung: Ein hochemotionaler, dennoch behutsam filmisch erzählter Spot, der eine zentrale Aussage der Marke Mercedes, nämlich Sicherheit und Vertrauen als Wert für den Käufer zu bieten, mit einem Lächeln und viel Wärme erzählt.

HOPE

Produkt: Speculation Spot – Autovermietung

Hochschule für Fernsehen und Film München / Producer: Daniel Rohm & Jakob Vogt

Regie: Lennart Ruff

Begründung: Die außergewöhnliche Regieleistung, eine dramaturgisch schlüssige, hervorragend gecastete Massenszene durchzuführen – und dies mit einem vergleichsweise geringen Budget – hat die Fachjury trotz des eher nüchternen Absenders rundum begeistert.

Bronze – ex aequo

The Press

Produkt: Guinness

Filmakademie Baden-Württemberg / Producer: Moritz Helmes

Regie: Johannes Kizler

Begründung: Der Fachjury imponierte das Setting, der filmische Cast und Look, der auch eine sehr unwahrscheinliche Pointe überzeugend macht.

The Power of Playstation

Produkt: The Power of Playstation

Hochschule: Filmakademie Baden-Württemberg / Producer: Michael Güntner

Regie: Bernd Faaß

Begründung: In der wahren Werbewelt würde der Auftraggeber die provozierende Umsetzung der Botschaft, dass Playstation generationenübergreifend Sogwirkung hat, nicht akzeptieren. Im Studentenfilm aber sind solche Mittel, zumal mit rasanter Kamera und Schnitt gepaart, noch erlaubt.

spotlight STUDENTS WEB & MOBILE

Gold

Don't be afraid of the dark

Produkt: Steiff

Filmakademie Baden-Württemberg / Producer: Lydia Lohse

Regie: Denis Parchow

Begründung: Erzählt wird die Geschichte einer großen Freundschaft. Einer, die durch dick und dünn geht. Und ja, sie ist ein Märchen. Das Märchen vom verfolgten Kind, vom Monster, das hinter ihm her ist. Und dann gibt es da diesen Freund, der, man ahnt es nicht, tatsächlich Hand anlegt. Fantastisch. Das Kind ist gerettet. Und nie wieder wird das Monster bedrohlich werden können. Dieser Film ist mit großer Intelligenz konzipiert und handwerklich perfekt umgesetzt worden. Die große Emotionalität, die er auslöst, kommt daher, dass hier jemand mit großer Emotionalität Kinder verstanden hat. Der Film ist also ein kleines Wunder.

Der Award in **Silber** wurde in diesem Jahr nicht vergeben.

Bronze – ex aequo

PUMA around the world – Making of Tokyo

Produkt: PUMA Careers

Einreicher: Max Mayer und Jan Linnartz

Hochschule für Fernsehen und Film München

Begründung: Der Film macht Lust auf die Marke, auf die Stadt und auf das Puma-Team. Ein emotionales Beispiel für eine gut gemacht Recruitment Kampagne.

The High Definition Show

Produkt: HD Plus

Filmakademie Baden-Württemberg / Producer: Michael Güntner

Regie: Stephan Strube

Begründung: Mit einem glasklaren Insight bringt der Spot „High Definition“ den USP von HD TV auf den Punkt: Auf „du und du“ mit allen Details. Auch mit denen, die man bisher eigentlich nicht vermisst hat. Ausgefeilte und skurrile Dialoge, ein professionelles Setting sowie ein bisschen wohl dosierter Ekel runden die Arbeit ab.

Kategorie CASES

Gold

Die Antriebskampagne 2012

Produkt: Finanzen

Einreicher: Heimat Werbeagentur GmbH

Begründung: Wenn sich eine Kampagne immer wieder selbst übertrifft und immer wieder neue Wege der Inszenierung findet, dann ist das a) sehr selten und b) die Kampagne der Volks- und Raiffeisenbanken. Wieder mal erleben wir außergewöhnliche Menschen und ihre Geschichten. Man taucht ein, hört zu und ist irgendwie „ergriffen“. Ob man nun will oder nicht. Hier wurde alles richtig gut gemacht – in allen Kanälen und mit allen Mitteln. Chapeau!

Silber – ex aequo

Move On

Produkt: Mobiles Internet

Einreicher: DDB Tribal Group GmbH

Begründung. „No money was involved in the net!“ gilt als eine Art Auszeichnung, weil das Werben im Netz ja irgendwie fast nix kostet und kosten soll. Das ist aber völlig falsch gedacht – und die Telekom beweist uns, dass es sich lohnt Geld in guten Web-Content zu stecken. Großes Kino auf kleinem Screen – und das noch mit Einbezug der sogenannten „Community“. Kunden aller Länder: Nehmt euch ein Beispiel. Davon wollen wir mehr sehen....

MacGyver und der neue Citan

Produkt: Mercedes-Benz Citan

Einreicher: Lukas Lindemann Rosinski GmbH

Für ein Auto, das für Handwerker gebaut wurde, den HERO aller Handwerker zu engagieren, klingt erst mal richtig. Richtig gut, wird es aber erst dann, wenn dabei auch an alles gedacht wird und jedes Medium perfekt & liebevoll darauf ausgesteuert wird. MacGyver zeigt auch nach 20 Jahren Abstinenz auf dem Bildschirm, dass er es immer noch drauf hat und „Branded Content“ vom Feinsten genießt. So macht man das heute!

Bronze – ex aequo

Tree Concert

Produkt: Naturschutz / Baum Erhalt

Einreicher: BBDO Germany GmbH

Es ist schon schwer, die Städter zu überzeugen, dass sie für den Erhalt von Bäumen in ihrer Stadt Geld spenden sollen. „Sollen das doch die anderen machen, mich geht das nix an!“ – und doch hört jetzt jeder zu, lauscht und staunt. Ob er nun live dabei war oder nicht. Spiel mir das Lied vom Tod – kann dieser Kastanienbaum wohl noch nicht spielen, aber es reicht auch schon, wenn man andere Klänge vernimmt. Gut gedacht, gut gemacht! Danke für diese Idee!

Warten. 7 Jahre lang.

Produkt: Deutsche Organspende

Einreicher: Filmmeisterei Werbefilmproduktion

Begründung: Ja, es ist schon hart, ein Problem so auf- und vorgezeigt zu bekommen. Aber seien wir doch ehrlich, es muss auch genau so hart sein – sonst gehen wir doch nur wieder vorbei & es ist nichts mit uns passiert. Wir glauben, dass diese Aktion aufrüttelt und bewegt.

Publikumspreise: Die Gewinner

spotlight PROFESSIONALS TV & KINO

Gold

Gelände
Produkt: smart fortwo
Agentur: BBDO Proximity Berlin GmbH
Filmproduktion: Bigfish Filmproduktion GmbH, Berlin
Auftraggeber: Daimler AG / smart

Silber

Spotserie mit zwei Motiven: Media Markt – „Zalando“, „Tablet / Day After“
Produkt: Media Markt
Agentur: Ogilvy & Mather Advertising Frankfurt
Filmproduktion: Partizan GmbH
Auftraggeber: redblue Marketing GmbH

Bronze

Die app Kampagne – „Merkel“
Produkt: n-tv
Agentur: Havas Worldwide Düsseldorf
Filmproduktion: Jotz! Filmproduktion GmbH
Auftraggeber: n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH

spotlight PROFESSIONALS WEB & MOBILE

Gold

Don't make up and drive
Produkt: Volkswagen Marke
Agentur: DDB Tribal Group
Filmproduktion: MR. BOB Films
Auftraggeber: Volkswagen AG

Silber

11880.com präsentiert invers.tv – „Krötenwanderung“
Produkt: 11880.com Inverssuche
Agentur: KNSK Werbeagentur GmbH
Filmproduktion: Tony Petersen Film
Auftraggeber: Telegate MEDIA AG / 11880.com

Bronze

The Green Screen Prank – „Surfer“
Produkt: true fruits smoothies
Agentur: BBDO Proximity Berlin GmbH
Filmproduktion: Bigfish Filmproduktion GmbH, Berlin
Auftraggeber: true fruits GmbH

spotlight STUDENTS TV & KINO

Gold

Mercedes Benz – The Journey
Produkt: Mercedes-Benz
Filmakademie Baden-Württemberg / Producer: Dominko Gudelj
Regie: Andreas Bruns

Silber

The Power of Playstation
Produkt: The Power of Playstation
Filmakademie Baden-Württemberg / Producer: Michael Güntner
Regie: Bernd Faaß

Bronze

Kleine Riesin
Produkt: Social Spot für den Landesverein für innere Mission in Schleswig-Holstein
Institute of Design Hamburg / Producer: Dorina Skibb
Regie: Nina Austermeier, Alexander Gelwer

spotlight STUDENTS WEB & MOBILE

Gold

Don't be afraid of the dark

Produkt: Steiff

Filmakademie Baden-Württemberg / Producer: Lydia Lohse

Regie: Denis Parchow

Silber

Rentner ins Netz

Produkt: www.Rentner-ins-Netz.de – PC-Betreuung für Senioren

Institute of Design Hamburg / Producer: Lotta Ohlberg

Regie: Jennifer Borchert

Bronze

Du willst fremde Kulturen zum Anfassen? Werde AuPair!"

Produkt: Werbeclip für das kundeneigene AuPair Programm

Fachhochschule Dortmund

Producer: Timo Heidt & Chris Baur

Regie: Timo Heidt