

26. Januar 2007

**presse-info 2****30. und 31. März 2007****Neue Akzente in der Jubiläumsausgabe des  
10. Internationalen Werbefilmfestivals spotlight**

Friedrichshafen, 26. Januar 2007. Zum 10. Jubiläum hat sich das größte Werbefilmfestival im deutschsprachigen Raum einiges vorgenommen: Die Premiere der Wettbewerbskategorie **web&mobile** für Handy- und Internet-Spots – und neu gemischte Karten bei der Fachjury.

**It's the story, stupid!**

Das Geheimnis jedes gelungenen Werbespots ist seine Geschichte. Dass dies praktisch unabhängig vom Medium gilt, wird bei der Jubiläumsauflage von **spotlight** deutlich. Das mit Abstand größte Werbefilmfestival im deutschsprachigen Raum öffnet sich mit seinem Wettbewerb für **web&mobile** den Werbeformaten der Zukunft. Doch die Einreichungen für die neue Kategorie bestätigen eine alte Erkenntnis: Die gut erzählte Geschichte bleibt Trumpf – nicht nur im Kino und Fernsehen, sondern auch im Zeitalter von Internet und Handy.

**spotlight misst den Erfolg**

Ist der Erfolg von Werbespots quantifizierbar? Darüber haben sich schon viele kluge Leute den Kopf zerbrochen. **spotlight** hat einen Weg gefunden, die Schlagkraft von Werbespots denkbar präzise und gerecht zu ermitteln: Jeder einzelne Teilnehmer wird nach dem System Schulnote (Publikumsjury) oder nach den klassischen Kriterien der Kommunikationsbranche (Fachjury) bewertet. Am Ende steht eine exakte Ranking-Liste. Vergeben werden die Awards gleich zweifach: einmal per digitaler Abstimmung durch das **2.000-köpfige Publikum vor Ort**, einmal durch eine **hochkarätige Fachjury** mit Vertretern aus den Bereichen Agenturen & Werbefilm-Produktion, Marketing & Medien, Hochschulen & Gestaltung.

**Jury-Arbeit auf höchstem Niveau**

Die nominierten Spots aus den jetzt zwei Sektionen Film & TV sowie **web&mobile** sind jeweils dem Hauptwettbewerb mit „echten“ kommerziellen Spots oder dem Studentenwettbewerb mit Nachwuchsarbeiten zugeordnet. Die Jury im Hauptwettbewerb leitet **Sebastian Turner**, Vorstandsvorsitzender Scholz & Friends, der Nummer 1 der deutschen Kreativagenturen 2006. Langjährige Jury-Vorsitzende des Studentenwettbewerbs ist **Gabriele Röthemeyer**, Geschäftsführerin der MFG Filmförderung.

.../2

### In glänzendem Rahmen

Ein Highlight für sich: Nun schon zum vierten Mal sorgt TV-Moderatorin **Barbara Schöneberger** für die glamourös-freche Note der **spotlight**-Gala. Sie führt dabei nicht nur durch den Wettbewerb, sondern wird erstmals auch mit einem eigenen Talk in der Auszahl-Pause präsent sein. Die EnBW präsentiert dort eine Best-of-Auswahl der studentischen Siegerspots aus den vergangenen Jahren. Ehemalige Gewinner berichten, wie es nach der Filmhochschule für sie weiterging.

Ebenso anspruchsvolle wie unterhaltsame Fachvorträge runden die **spotlight**-Experience ab. Dieses Jahr im **Rahmenprogramm**:

- Hermann Vaske, Hermann Vaske's Emotional Network, „What promotes, what kills a good idea?“
- Albert Sachs, Ressortleiter Medien der Tageszeitung Österreich, „Sex sells.“ Warum das älteste Argument in der Werbung noch immer funktioniert. Und wie es sinnvoll und weniger sinnvoll eingesetzt wird.
- Martin Liss, Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH, „Mobile TV in Deutschland. Was bleibt nach dem Hype?“
- Dr. Ralf Forster, Filmmuseum Potsdam, „Reklame aus dem flotten Osten.“ Trotz staatlicher Preiskontrolle, fehlender ökonomischer Konkurrenz und nie überwundener Mangelwirtschaft war die DDR kein werbefreies Land.
- Uwe Bendixen, CMP München, „History Spots. Werbung aus einer anderen Welt.“ TV-Produzent Bendixen (*Die witzigsten Werbspots der Welt*, SAT.1) präsentiert Spots und Hintergründe aus der unglaublich heilen Werbewelt der 50-er, 60-er und 70-er Jahre.

### spotlight schenkt mehr Zeit

**Und noch eine gute Nachricht zum Schluss: Die Deadline** für alle **spotlight**-Einreichungen, bei Profis wie Studenten, wurde bis zum **9. Februar 2007** verlängert.

### spotlight-Partner Creative Industries

Zum ersten Mal findet **spotlight** zeitgleich mit der **Messe Creative Industries** für Unternehmen der Kreativwirtschaft statt ([www.creative-industries.tv](http://www.creative-industries.tv)). Eine inhaltlich und räumlich nahe liegende Kombination, da Festival und Messe auf dem Gelände der Messe Friedrichshafen angesiedelt sind. **spotlight**-Besucher haben mit ihrer Karte freien Eintritt zur ganztägig geöffneten Creative Industries.

Verantwortlich für das Programm zeichnet **Festivalleiter Peter Frey**. **spotlight** wird unterstützt von der MFG Filmförderung Baden-Württemberg, der Landesanstalt für Kommunikation (LfK), dem Staatsministerium Baden-Württemberg und der Stadt Friedrichshafen.

.../3

Kooperationspartner des Festivals ist die Neue Messe Friedrichshafen. Hauptsponsoren sind die EnBW Energie Baden-Württemberg AG, die Baden-Württembergische Bank und Mercedes-Benz.

Detaillierte Presseinformationen und -fotos finden Sie unter [www.spotlight-festival.de](http://www.spotlight-festival.de)

Pressekontakt: Nicola Steller  
Tel. (0 71 56) 35 06 16, [steller@freie-pr.de](mailto:steller@freie-pr.de)