



3e Eyes & Ears Festival International des Génériques

Exposé du jury sur
le décernement des prix

Image

Spot de Promotion

RTL CREATION: RTL CREATION: RTL – PSSST

Hausser le ton n'est pas forcément le meilleur moyen d'être entendu et remarqué. La preuve incontestable en est bien le spot de promotion 'PSSST' de RTL CREATION. En effet, le ton de ce spot ne pourrait pas être plus bas, et pourtant il a le don de captiver l'attention. RTL CREATION fait de la réclame à voix basse pour les formats de RTL. Pssst: RTL a beaucoup à offrir.

Équipe créative: Isabel Grahs, productrice RTL CREATION; Angela Jumpertz, dirigeante de projet RTL CREATION; Patrice Keller, designer de VFX RTL CREATION; Björn Klimek, directeur créatif RTL CREATION; Christian Mirow, producteur RTL CREATION; Desirée van der Pas, producteur RTL CREATION

Campagne de Promotion

Red Bee Media: BBC One – Christmas

Dans cette campagne, il s'agissait d'une part de présenter la grille des programmes de Noël de la BBC One comme le clou de la saison. D'autre part, il fallait promouvoir la nouvelle série de comédie 'Come fly with me'. Le résultat est une campagne pertinente qui séduit par l'humour subtil des protagonistes de la série: BBC One – "Everyone's home for christmas".

Équipe créative: Chris Balmond, Director Red Bee Media; Jane Booth, Producer Red Bee Media; Edel Erickson, Producer Red Bee Media; David Kerr, Director Red Bee Media; Charlie Mawer, Executive Creative Director Red Bee Media; Tony Pipes, Creative Head Red Bee Media; Reemah Sakaan, Head of BBC One Marketing BBC

Promotion Interactive & Online

RTL CREATION: RTL App

"Imaginez ..." – RTL offre aux utilisateurs tous les formats de la chaîne dans une app. Nazan Eckes, Marco Schreyel et Ilka Essmüller, personnalités connues de RTL, se réunissent pour faire la réclame de cette nouvelle app. Tout en un – c'est "Mein RTL" sous forme d'app. "Appsolument RTL!"

Équipe créative: Thomas Arntz, designer de VFX RTL CREATION; Patrick Gericke, producteur RTL CREATION; Björn Klimek, directeur créatif RTL CREATION; Andreas Ortmann, directeur production RTL CREATION; Matthias Büchs, directeur du domaine RTL interactive; Felix Poplawsky, caméra

Campagne à 360°

n-tv: Die Wirklichkeit ist der beste Regisseur

Les informations peuvent-elles être plus passionnantes que les meilleurs films? Dans le programme de n-tv, c'est une garantie. Hollywood peut toujours rêver d'acteurs politiques du calibre de Silvio Berlusconi et Nicolas Sarkozy. Même les rôles secondaires sont joués par des acteurs de qualité, en l'occurrence Angela Merkel. Et qui est le mieux qualifié pour jouer Rambo? Wladimir Putin, évidemment! Avec n-tv, la réalité est tout simplement encore plus captivante, plus passionnante et plus riche en émotions que n'importe quel film.

Équipe créative: **Alessandro Taschetta**, producteur n-tv; **Panajiota Walko**, producteur n-tv; **Julian Weiss**, COO n-tv; **Martin Breuer**, directeur créatif EuroRSCG; **Felix Glauner**, directeur artistique EuroRSCG; **Harald Jäger**, directeur conseil clientèle EuroRSCG

Journal & Information

Bande annonce

SRF: Club

Qu'y a-t-il de plus adéquat pour un générique de table ronde politique que de le focaliser sur le langage? C'est ce qu'on a pensé à la Schweizer Fernsehen, et le générique du 'Club' a été conçu en conséquence: on y voit des lettres debout et couchées dans un espace virtuel. À tour de rôle, celles-ci s'illuminent et font apparaître des termes courants en conversation. Résultat: un jeu de lettres esthétique, dynamique et varié, qui est en même temps un tremplin pour les discussions!

Équipe créative: **Patrick Arnecke**, directeur artistique SRF; **Nicolo Bernasconi**, designer SRF; **Martin Bezzola**, designer de son SRF; **Martin Brunner**, designer SRF; **Alex Hefter**, directeur créatif SRF; **Jürg Huber**, designer senior SRF; **Lea Montini**, manager de projet SRF; **Severine Waibel**, directrice artistique SRF

Spot de Promotion

RTL II: Kesha – Blah Blah Blah

Blah, Blah, Blah – c'est ce qui vient parfois à l'esprit quand les politiciens pratiquent la langue de bois au lieu de parler clairement. RTL II présente sa formule de journal télévisé avec des enregistrements originaux de différents politiciens, entrecoupés de manière humoristique par des extraits du clip musical de Kesha 'Blah Blah Blah'. Le spot de promotion se veut provocateur afin de séduire le groupe-cible des jeunes. Le message est clair: "Pas de blah, blah, blah, mais un langage clair: tous les jours à 20.00 heures sur RTL II News."

Équipe créative: **Andreas Uiker**, directeur marketing de consommation RTL II; **Klaus Schäfer**, directeur général Leitwerk; **Carsten Molis**, directeur marketing Molis Consulting

Campagne à 360°

n-tv: Die Wirklichkeit ist der beste Regisseur

Sur le slogan "La réalité est le meilleur metteur en scène", n-tv a produit une campagne 360° à grande échelle. Qu'ils viennent de la télévision, radio, print ou en ligne – les protagonistes et les stars de n-tv sont tout simplement irrésistibles. On peut y voir tous les jours des acteurs politiques éminents comme Silvio Berlusconi, Nicolas Sarkozy et Angela Merkel. Et, honnêtement – y a-t-il un meilleur choix pour le rôle de Rambo que Wladimir Putin? La vie est ainsi, c'est elle qui raconte les histoires les plus chargées d'émotions – et c'est cela que nous offre n-tv 24 heures sur 24.

Équipe créative: **Alessandro Taschetta**, producteur n-tv; **Panajiota Walko**, producer n-tv; **Julian Weiss**, COO n-tv; **Martin Breuer**, directeur créatif EuroRSCG; **Felix Glauner**, directeur création EuroRSCG; **Harald Jäger**, conseil clientèle EuroRSCG

Documentation, Feature & Reportage

Bande annonce

Red Bull Media House: Red Bull TV – Play

'Play' – le magazine de Red Bull TV – propose chaque semaine les dernières informations du monde des jeux électroniques. La bande-annonce de l'émission ne tombe pas pour autant dans le piège de l'optique des jeux, mais se différencie volontairement du look habituel de ces derniers. La bande-annonce, dont les séquences sont gardées intentionnellement puristes, interpelle clairement le groupe-cible et met en scène le monde virtuel des jeux dans un style adapté aux utilisateurs.

Équipe créative: **Andreas Höss**, directeur de graphiques Red Bull Media House; **Philipp Manderla**, directeur Editorial Content Red Bull Media House; **Gernot Ottowitz**, compositeur AudioTen; **Pepe Thum**, compositeur r AudioTen; **Mario Wienerroither**, compositeur AudioTen; **Jörg Zuber**, directeur créatif Opium effect

Spot de Promotion

Discovery: Superbauten

La question était d'éviter les adjectifs et superlatifs usuels "grand, plus grand, le plus grand" pour présenter le thème de la semaine 'Mégastuctures' sur Discovery Channel. Le résultat est un spot liant les mégastuctures à des éléments typographiques adaptés en forme et en couleur. Le tout illustre le poème 'Prométhée' de Goethe: l'homme se détache de Dieu et crée ses propres merveilles.

Équipe créative: **Eike Immisch**, directeur de marketing & promotion on-air Discovery Communications; **Daniela Atanassow**, designer DMC; **Javier Collantes Rodriguez**, producteur promotion DMC; **Bernd Mutscheller**, directeur créatif DMC; **Walter Puschacher**, directeur général DMC; **Stephanie Tietz**, directeur de production DMC; **Wawa Tyszkiewicz**, Promo Producer DMC

ARTE: Archäologie

Conçu avec soin, le spot de promotion d'ARTE pour le thème du jour 'Archéologie' illustre ce sujet plutôt aride d'une façon amusante et avec beaucoup d'humour. Des personnages bâton s'enfoncent dans la terre à la recherche d'antiquités et donnent envie de partir avec ARTE pour un voyage de découverte dans le passé. Très bien!

Équipe créative: **Joris Clerié**, Graphics ARTE; **Christine Guillmot**, text/conception ARTE; **Paul Klock**, text/conception ARTE; **Henri L'Hostis**, directeur network operations ARTE; **Petra Mekaoui**, directeur de production ARTE; **Yves Schmitt**, directeur ARTE; **Joan Selke**, directeur de production ARTE; **Karl Weege**, directeur de son ARTE

Campagne de Promotion

VOX: Planet Blue

Un jour entier de reportages et documentations sur la précieuse ressource que constitue l'eau – le 11 septembre 2010 sur VOX, tout était placé sous le signe de 'VOX Planet Blue – Le jour de l'eau'. Même la boule rouge, visuel clé de la chaîne, ainsi que le design On-Air et la présence internet de VOX ont été teintés en bleu pour l'occasion. Le jury est séduit par ce "Blue Day" et se demande: quel seront le thème et la couleur cette année? Nous sommes impatients de le savoir!

Équipe créative: **Malte Eckstein**, producteur VOX; **Heiko Fischer**, producteur VOX; **Nina Gless**, designer VOX; **Jutta Hertel**, management de projet (on-air) VOX; **Marcus Herre**, management de projet (on-air) VOX; **Sebastian Kindl**, designer VOX; **Johannes Klein**, design de son VOX; **Jan Meisters**, designer VOX; **Juliane Richter**, designer VOX

Campagne à 360°

ZDF: Die Deutschen II

La ZDF a réalisé pour la deuxième saison de la série documentaire 'Die Deutschen' une campagne 360° qui retient efficacement l'attention du public. Selon le slogan "Qui nous étions – qui nous sommes", des personnalités historiques ont été affublées d'attributs contemporains: ainsi, Auguste le Fort a été transformé en rocker tatoué, Charlemagne en amateur de pizza italienne et Hildegarde de Bingen se rase les jambes tout en téléphonant sur son portable. La ZDF démontre dans une approche plurimédiatique qu'il est possible d'enseigner l'histoire à un public de tous âges d'une manière à la fois divertissante et informative.

Équipe créative: **Thomas Grimm**, directeur de marketing ZDF; **Astrid Kämmerer**, directrice de marketing off-air ZDF; **Linda Leuthäusser**, rédactrice marketing off-air ZDF; **Sabine Ramseger-Kurz**, éditeur marketing on-air ZDF; **Robertino Windisch**, directeur de marketing on-air ZDF; **Axel Klostermann**, artiste de design graphiste ACHT Frankfurt; **Oleg Friesen**, directeur créatif Kolle Rebbe; **Olaf Oldigs**, creative executive Director Kolle Rebbe

Nature, Sciences & Technique

Bande annonce

Filmstyler Pictures: WDR – Quarks & Co

Les phénomènes de tous les jours – arc-en-ciel, cheveux électriques ou magnétisme – sont toujours une source d'étonnement. Dans le magazine scientifique hebdomadaire 'Quarks & Co', Ranga Yogeshwar explique ce qui se cache derrière ces phénomènes. La bande-annonce de l'émission produite par Filmstyler Pictures montre un grand nombre de ces petits prodiges et donne envie d'en savoir plus: regarder 'Quarks & Co' et s'instruire.

Équipe créative: Frank Schneider, directeur Filmstyler Pictures; Sarah Schumann, producteur Filmstyler Pictures; Michael Worrigen, directeur rédaction presentation & design programme FS WDR; Viavue graphiques de motion; Knut Adass, caméra; Dirk Farin, éditeur

Spot de Promotion

Sky Creative Services: NAT GEO WILD – Insectophobia

Ils sont des millions, ils sont extrêmement bien organisés et ils ont un excellent système de communication: pour présenter le thème central 'Insectophobia' sur NAT GEO WILD, Sky Creative Services met en scène les insectes en tant qu'espèce régnant sur le monde. NAT GEO WILD explique de façon impressionnante le fonctionnement du monde des insectes.

Équipe créative: Sven Burkhardt, design de son & composé Sky Creative Services; Lühr-Martin Lemkau, Head of Third Party Business Sky Creative Services; Jens Liedke, speaker Sky Creative Services; Alexandru Rusitoru, designer Sky Creative Services; Livia Vogt, producteur senior Sky Creative Services; Andreas Lechner, directeur créatif FOX International Channels Germany

Campagne de Promotion

FOX International Channels: National Geographic – Great Migrations

"Seriez-vous disposé à parcourir plus de 100 kilomètres pour aller chercher de l'eau?". "Seriez-vous prêt à risquer votre vie pour parvenir de l'autre côté?". Ou "accepteriez-vous d'attendre quatre générations pour vous reproduire?". Au cœur de la campagne de FOX International Channels se posent des questions existentielles d'un point de vue de comparaison directe entre l'homme et l'animal. Si les éléphants, les gnous et les papillons pouvaient parler, ils répondraient "oui" à toutes ces questions. Les défis relevés par les animaux afin de survivre ont rarement été plus clairs.

Équipe créative: Andreas Lechner, directeur créatif FOX International Channels Germany; Giuseppe Cormaci, manager créatif FOX Channels Italy; Elena Frova, directeur créatif FOX Channels Italy; Willem Gerritsen, directeur FOX Channels Italy; Mauro Zinni, directeur design FOX Channels Italy; Emanuele Madeddu, directeur créatif National Geographic

Arts & Culture

Bande annonce

SRF: Kultur

Onze formats d'émission font partie du programme culturel de la Schweizer Fernsehen. Mais comment transporter ces formats, son et image, sous le terme général de 'culture'? Les bandes-annonces de la Schweizer Fernsehen le démontrent: elles séduisent par un langage visuel magique et suggestif à l'aide duquel elles constituent un paysage culturel virtuel sans pareil. Précis, pertinent et riche en émotions.

Équipe créative: Patrick Arnecke, directeur artistique SRF; Alex Hefter, directeur créatif SRF; Marcel Weiss, directeur artistique SRF; Cyril Boehler, design de son Cyril Boehler Music; Georgia Caramichu, producteur Velvet; Matthias Zentner, directeur Velvet

Spot de Promotion

ARTE: Fashion Week

La mode sur le podium – au sens propre du terme: c'est ainsi qu'ARTE attire l'attention sur la mode, thème central de la semaine. Sans autre forme de procès, les mannequins sont gommés du podium et remplacés par les lettres F, A, S, H, I, O, N, W, E, E et K: très chic!

Équipe créative: Sylvie Bocqui, text/conception ARTE; Henri L'Hostis, directeur network operations ARTE; Petra Mekaoui, directeur de production ARTE; Nicoletta Torcelli, text/conception ARTE; Karl Weege, producteur son ARTE; Christian Gyss, directeur 3xPlus; Jean-Marc Huys, producteur 3xPlus; Michaël Lemeur, graphics 3xPlus

Campagne de Promotion

DW-TV: Das Beethovenprojekt 2010

Que ressentent les musiciens d'un orchestre philharmonique de chambre en jouant les neuf symphonies de Beethoven pendant quatre jours consécutifs dans le cadre d'un festival? Quelle est l'influence du chef d'orchestre sur l'interprétation des œuvres provenant de la plume du compositeur? Et quels sont les changements apportés par un projet si ambitieux à la vie de l'orchestre? La campagne de promotion 'Le projet Beethoven' cherche une réponse à ces questions fondamentales. Au cœur de cette campagne en plusieurs parties, on trouve rencontre les musiciens de l'Orchestre Philharmonique de Chambre Allemand de Brême et leur chef d'orchestre Paavo Järvi. Rarement la musique classique a-t-elle été vécue d'aussi près.

Équipe créative: Patricia Fehlberg, éditeur DW-TV; Claus Grimm, directeur de promotion & design/directeur network operations DW-TV; Jens Scheuter, design de son DW-TV; Annette Vogelsberg, producteur DW-TV; Tom Zenker, monteur DW-TV

Sports

Bande annonce

Red Bull Media House: Red Bull TV – X-Fighters

Concentration intense, poussée d'adrénaline, puis le saut périlleux – dans 'X-Fighters', les freestylers font une démonstration de leurs talents dans des endroits inhabituels: par exemple, devant les pyramides de Gizeh ou sur la Place Rouge de Moscou. La bande-annonce de l'évènement sportif international de Red Bull illustre de façon précise les figures acrobatiques extrêmes et extraordinaires des protagonistes. Quelle virtuosité!

Équipe créative: Andreas Höss, directeur de graphiques Red Bull Media House; Martin Müller, designer graphiste Red Bull Media House; Jochen Sterrer, communication international Communication Red Bull Media House; Birgar Olson, designer graphiste

SRF: FIFA WM 2010

La bande-annonce de la Schweizer Fernsehen pour la coupe du monde de la FIFA 2010 plonge les spectateurs dans l'atmosphère de matchs passionnants en Afrique du Sud. Mais il n'y a pas que devant les coulisses d'un coucher de soleil en Afrique du Sud que les joueurs montrent leurs talents avec le ballon rond. Les footballeurs suisses n'ont rien à envier à leurs collègues africains. Avec les animaux du continent d'accueil, la Schweizer Fernsehen fait venir la coupe du monde dans son propre pays: éléphant, rhinocéros et girafe symbolisent littéralement le slogan "Le summum du foot sur la SF". Et bien sûr, c'est le roi des animaux, le lion, qui contrôle le ballon.

Équipe créative: Patrick Arnecke, directeur artistique SRF; Tiny Bernhard, designer senior SRF; Jürg Dummermuth, designer senior SRF; Cordula Gieriet, directeur artistique SRF; Alex Hefter, directeur créatif SRF; Florian Heger, designer senior SRF; Alexander Marchet, directeur de promotion on-air SRF; Sven Volz, designer senior SRF; Jürg Steudler, producteur Encore Pictures

Spot de Promotion

BRANDSOME: SPORT1 – Wimbledon 2010

Il arrive vite qu'à l'ombre d'événements phares tels que la coupe du monde de football, d'autres événements majeurs passent inaperçus. BRANDSOME s'est servi de cette idée pour annoncer le tournoi de tennis à Wimbledon sur SPORT1. Dans le spot de promotion, un ballon de foot est cousu d'une traite. Puis le cercle de cuir se transforme tout à coup en balle de tennis: WM 2010 = Wimbledon 2010. Une idée originale, qui va à l'essentiel et captive l'attention. Un as pour BRANDSOME!

Équipe créative: **Sven Helgert**, directeur de promotion BRANDSOME; **Thorben Osthus**, directeur créatif BRANDSOME; **Stephan Persdorf**, directeur créatif BRANDSOME; **Tillmann Stracke**, directeur créatif BRANDSOME; **Zeljko Karajica**, directeur SPORT1; **Armin Reinhardt**, directeur artistique r-design; **Oliver Faig**, design de son; **Ulrich Köberl**, éditeur; **Sebastian Schwele**, producteur/text

ZDF: ARD, ZDF und Sie. WM-Spot

La mission: audiovisualisation de la fièvre de la coupe du monde qui s'étend sur toute l'Allemagne. L'idée: un spot de t-shirts. La réalisation: des animations sur le thème du supportérisme de foot se déplacent de t-shirt en t-shirt et ainsi d'une personne à l'autre. Il s'en suit un effet de folioscope fascinant qui entraîne à faire la fête.

Équipe créative: **Thomas Grimm**, directeur de marketing ZDF; **Dietmar Pretzsch**, directeur de marketing ARD; **Tatjana Bolte**, Producer Markenfilm B; **André Maat**, Director Markenfilm B; **Delle Krause**, directeur général creation O&M Frankfurt; **Simon Oppmann**, directeur artistique design O&M Frankfurt; **Peter Römmelt**, directeur créatif text O&M Frankfurt; **Norbert Strohmeier**, producteur TV O&M Frankfurt

Campagne de Promotion

RTL CREATION: RTL – FIFA WM 2010

Günther Jauch, Jürgen Klopp et Florian König se préparent minutieusement à la coupe du monde de football 2010: la pelouse du stade est tondue une fois de plus, le marquage du terrain est soigneusement retracé, et les drapeaux de coin sont mis en position. Dans la cabine du commentateur, Jürgen Klinsmann domine la scène et félicite ses collègues. Avec une préparation aussi méticuleuse, la coupe du monde de football 2010 sur RTL est sous de bons augures.

Équipe créative: **Markus Döpper**, postproduction RTL CREATION; **Isabel Grahs**, direction/conception RTL CREATION; **Björn Klimek**, directeur créatif RTL CREATION; **Petra Matuschek-Schuster**, manager de projet RTL CREATION; **Frank Schlieder**, directeur de production RTL CREATION; **Arne Thomas**, son RTL CREATION; **Manfred Loppe**, département direction sports RTL; **Sven Lützenkirchen**, caméra

Red Bull Media House: ServusTV – Servus Hockey Night

Jamais n'a-t-on vu d'images plus nettes de la ligue de hockey sur glace Erste Bank. Grâce à des plans subjectifs, le spectateur est plongé dans la dynamique du sport à tel point qu'il a l'impression d'être lui-même sur la piste. Impossible même de perdre le palet de vue. Pourquoi se geler à la patinoire, quand, sur ServusTV, tous les détails sont rendus avec une précision microscopique?

Équipe créative: **Volker Bahr**, directeur postproduction Red Bull Media House; **Anita Brunbauer**, directeur artistique Red Bull Media House; **Werner Eksler**, directeur production Red Bull Media House; **Emanuel Förster**, éditeur Red Bull Media House; **Michael Groeger**, coordinateur postproduction Red Bull Media House; **Andreas Höss**, directeur de graphiques Red Bull Media House; **Björn Miniars**, éditeur senior Red Bull Media House; **Michael Halberstadt**, production 2ndlevelfilms

Promotion Interactive & Online

DW-TV: WM der Tipper

Vivre la coupe du monde 2010 de la FIFA avec des gens du monde entier? Devenir champion du monde des pronostiqueurs? Et gagner par dessus le marché au classement des nations? Tout cela est possible sur DW-TV grâce au jeu en ligne 'WM der Tipper'. Et dans la promotion interactive et en ligne, tout ce qui tombe sous la main est utilisé à des fins stratégiques: du sable et des coquillages, des trombones et des surligneurs, des briques de jeux de construction et de la peinture à doigt. Une approche ludique qui porte un regard toujours lucide sur le travail des pros et la victoire!

Équipe créative: **Patricia Fehlberg**, editeur DW-TV; **Claus Grimm**, directeur de promotion & design/directeur network operations DW-TV; **Silvia Lippok**, producteur DW-TV; **Jens Scheuter**, designer de son DW-TV; **Tom Zenker**, caméra, monteur & directeur DW-TV; **Sabrina Winand**, marketing international Deutsche Welle

Campagne à 360°

ZDF: Olympische Winterspiele 2010 in Vancouver

Quand peut-on affirmer qu'une campagne est réussie? Sans l'ombre d'un doute, quand tout le monde dans le pays discute du nom à donner à la mascotte de la campagne: Vancy, Biber Butzemann ou Franck Bibery? La ZDF a créé une campagne 360° à grande échelle sur le thème des jeux olympiques d'hiver de Vancouver. Au centre de l'attention: un castor impertinent et maladroit: en sautant d'un tremplin de ski, il file directement vers la caméra – illustrant ainsi le slogan "Attendez-vous à des surprises". Impossible de ne pas remarquer le castor – on air, off air et en ligne: Vancy, le joyeux luron, est omniprésent.

Équipe créative: **Thomas Grimm**, directeur de marketing ZDF; **Astrid Kämmerer**, directeur de marketing off-air ZDF; **Olaf Repovs**, editeur marketing corporate design/management de projet ZDF; **Claudia Sieckmann**, éditeur marketing off-air online ZDF; **Katrin Steffen**, éditeur marketing off-air print ZDF; **Tom Wahl**, éditeur marketing on-air ZDF; **Wolf Bosse**, directeur général des travaux; **Oleg Friesen**, directeur artistique Kolle Rebbe; **Olaf Oldigs**, directeur exécutif creative Director Kolle Rebbe

Événement

Bande annonce

RTL CREATION: RTL – Junescreeing 2010

Difficile de faire une bande-annonce plus captivante et chargée d'émotions pour la marque RTL. Dans la bande-annonce des screenings de juin 2010, RTL CREATION montre ce que RTL a à offrir et ne laisse aucun souhait de côté. Qu'il s'agisse de 'Deutschland sucht den Superstar', 'CSI Miami', 'Wer wird Millionär?', 'Bauer sucht Frau' ou 'Alarm für Cobra 11' – RTL a de quoi satisfaire tout le monde. "Ce sont toujours les moments spéciaux que l'on identifie à jamais avec une marque."

Équipe créative: **Eva Deutinger**, manager de projet RTL CREATION; **Björn Klimek**, directeur créatif RTL CREATION; **Anke Schäferkordt**, gérante RTL

Spot de Promotion

BRANDSOME: Olympia 2018

Comment promouvoir la candidature de la métropole bavaroise de Munich pour les jeux olympiques d'hiver de 2018? Dans ce but, BRANDSOME a choisi de ne pas mettre la ville au centre du spot de promotion, mais les habitants de la région, en particulier les jeunes. Car ce sont eux, les faiseurs de demain, qui sont les mieux placés pour soutenir la candidature de leur ville – les compétiteurs et experts de l'année 2018?

Équipe créative: **Zeljko Karajica**, directeur général BRANDSOME; **Thorben Osthus**, directeur créatif BRANDSOME; **Stephan Persdorf**, directeur créatif BRANDSOME; **Tillmann Stracke**, directeur créatif BRANDSOME; **Tobias Kuner**, management de projet Munich 2018 Bid Committee; **Oliver Faig**, design de son; **Marco Schleicher**, graphiques; **Patrick Sterly**, Producteur; **Ralph Loop**, directeur

Red Bull Media House: ServusTV – Cliff Diving

Le spot de promotion de Red Bull Media House montre des sauteurs de falaise dans un environnement unique et fantastique. Les corps planent dans l'air dans des endroits exotiques. Les mouvements rapides des sportifs sont documentés par des prises de vue à grande vitesse, qui rendent palpable la dynamique extrême de ce sport. Le trailer visualise d'une manière spectaculaire la maîtrise corporelle, le courage et l'esthétique propres au saut de falaise.

Équipe créative: **Volker Bahr**, directeur de postproduction Red Bull Media House; **Lukas Scharmbacher**, marketing ServusTV Red Bull Media House; **Rüdiger Schrattenecker**, directeur promotion on-air Red Bull Media House; **Tina Sigleithmayr**, producteur promotion on-air Red Bull Media House; **Georg Bitsche**, design de son AudioTen; **Viktor Huber**, premier montage projet public

Campagne à 360°

Disney XD: Zeke & Luther Skateboard Challenge

Disney XD a lancé le 'Zeke & Luther Skateboard Challenge'. Dans différentes villes d'Allemagne, tous étaient invités à prouver leurs talents de cascadeurs sur skate-board. La campagne 360° interpelle de façon optimale le groupe-cible des jeunes: des garçons sur leurs skates parcourant la ville, enjolivés par des pièces détachées de skate-board et au milieu de tout ça, les protagonistes de Disney XD Zeke et Luther. Qui peut alors résister à l'envie de sauter immédiatement sur son skate-board pour être de la partie?

Équipe créative: **Hans-Jörg Breitegger**, manager design The Walt Disney Company (Germany); **Christian Gandl**, parolier/producteur The Walt Disney Company (Germany); **Guido Schulz**, manager senior on-air Manager The Walt Disney Company (Germany); **Lubisa Djukic**, directeur créatif Dyrdee Media; **Sven Heinrichs**, directeur général Dyrdee Media; **Ole Keune**, directeur créatif Dyrdee Media

Autre Genre

IP Deutschland: PRIMETIME 2010/11

Dans le cadre de PRIMETIME 2010/11, IP Deutschland a réalisé un format de présentation quelque peu différent pour placer des marques (de chaîne) du groupe RTL au cœur de l'évènement: des projections vidéo à plusieurs niveaux et des surfaces mobiles combinées avec des acteurs humains qui interagissent aussi bien avec les objets physiques qu'avec les contenus projetés. Innovateur, tangible et riche en émotions!

Équipe créative: **Jörg Schommer**, département direction marketing Communications IP Deutschland; **Bernd Rathjen**, directeur général Leadagentur Event Corporate Candy; **Markus Dresen**, directeur général & directeur créatif head of event; **Jan Thiel**, directeur créatif, show & production head of event; **Ralf Lobeck**, conseiller

Show

Bande annonce

SRF: Kampf der Chöre

Huit chefs de chorale éminents en compétition pour le titre de 'la meilleure chorale de Suisse' sont présentés de manière divertissante dans la séquence d'ouverture du show. Les maîtres des sons sont en interaction avec les partitions animées et esquissent ainsi leur propre écriture. Le premier gagnant est déjà connu: la Schweizer Fernsehen.

Équipe créative: **Patrick Arnecke**, directeur design SRF; **Thomas Gloor**, directeur artistique SRF; **Ladina Engler**, producteur SRF; **Oliver Aemisegger**, designer motion frame eleven; **Mike Frei**, designer senior frame eleven; **Marc Haas**, directeur créatif frame eleven; **Pablo Kirschke**, designer senior frame eleven; **Lilian Lüthi**, producteur frame eleven; **Fabio Quaggiotto**, designer motion frame eleven

Spot de Promotion

ZDF: Sommer Wetten, dass..?

'Sommer Wetten, dass..?' à Majorque – synonyme de soleil, plage et paris passionnants. Dans le spot de promotion, les vacanciers de l'île espagnole se préparent déjà à l'évènement de pari: avec des serviettes de bain, des parasols et en mettant leurs corps à contribution, ils forment un logo 'Wetten dass...?'. Attention, le pari commence!

Équipe créative: **Doris Biagoni**, éditeur on-air promotion ZDF; **Thomas Grimm**, directeur de marketing ZDF; **Robertino Windisch**, directeur de marketing on-air ZDF; **Carsten Böhlefeld**, directeur général Laterna Magica; **Boris Julkowski**, directeur général Laterna Magica; **Ralph Loop**, directeur

Campagne à 360°

RTL CREATION: RTL – Let's Dance

"M'accordez-vous cette danse?" Avec glamour, humour et un sacré paquet d'énergie, RTL CREATION produit une campagne 360° qui séduit par son intégralité exemplaire – qu'il s'agisse de télé, print, en ligne, ou merchandising. "Mambo oder Rambo?", "Quickstepp oder Tanzdepp?", "Twist oder Mist?" – une chose est claire: même les danseurs réticents ne résisteront pas à 'Let's Dance'.

Équipe créative: **Eva Deutinger**, management de projet RTL CREATION; **Björn Klimek**, directeur créatif RTL CREATION; **Susanne Mikulski**, éditeur RTL CREATION; **Christian Mirow**, manager du département production RTL CREATION; **Desirée van der Pas**, production/direction RTL CREATION; **Heike Röttgen**, direction artistique RTL CREATION; **Heiko Theuerkauf**, direction artistique RTL CREATION

Comédie & Cabaret

Bande annonce

unitedsenses: BR – Klugsch-Eisser & Co. KG

'Klugsch-Eisser & Co. KG' est une entreprise fictive de consultation politique et économique – et le nom d'une nouvelle émission de cabaret sur la Bayerisches Fernsehen. Bruno Jonas, Monika Gruber et Rick Kavanian constituent l'équipe qui décoche ses pointes satiriques sur le milieu des consultants. La bande-annonce illustre subtilement le jeu haptique avec les options interactives des médias numériques. On ne se lasse pas de la regarder!

Équipe créative: **Monika Kandlbinder**, producteur executive unitedsenses; **Markus Schmidt**, directeur créatif unitedsenses; **Uwe Kassner**, directeur coordination de design BR; **Michael Kadelbach**, compositeur **Arne Tympe**, designer senior on-air

Spot de promotion

WDR: Dittsche

"Ode au peignoir" –un peignoir à rayures bleues et blanches, un pantalon de jogging et des schumillettes sont les vêtements préférés des Allemands. Du moins si on en croit les clichés et les marques de Dittsche. Olli Dittrich incarne le chômeur Dittsche, qui philosophe sur la vie et les actualités au comptoir d'un bistrot de Hambourg. Le spot de promotion est un persiflage du concept du porteur typique de peignoir. "Oh peignoir, merci d'exister. Tous les dimanches à 23.15 heures."

Équipe créative: **Michael Worringen**, directeur rédaction presentation & design programme FS WDR; **Milena Drefke**, opérateur ACT; **Georg Gilcher**, producteur ACT; **Frank Balzer**, design de son/composé Arteffect; **Frauke Poolman**, speaker

Campagne de Promotion

Red Bee Media: BBC Two – Precision Engineered Comedy

La BBC Two n'est pas perçue par les spectateurs comme une chaîne ayant aussi des comédies au programme. Pour cette raison, Red Bee Media a reçu la mission de mieux mettre en valeur cette facette de BBC Two. Dans les spots de promotion, les comédiens définissent le terme de 'comédie', non sans se contredire en apparence par leurs actions dans la scène suivante. Attention à vos zygomatiques!

Équipe créative: **Chris Balmond**, Copywriter Red Bee Media; **Jim de Zoete**, Creative Head Red Bee Media; **Bridie Harrison**, Producer Red Bee Media; **Jane Hunt**, Production Manager Red Bee Media; **Frazer Jelleyman**, Creative Director Red Bee Media; **Oliver Parsons**, Director Red Bee Media; **Richard Stuart**, Account Director Red Bee Media; **Felicity Williams**, Marketing Director BBC

Enfants & Famille

Bande annonce

MDR: KI.KA – Meine neue Familie

Que diriez-vous de vacances éclair dans une autre famille? La bande-annonce de 'Meine neue Familie' met en vedette les jeunes et leurs désirs. Grâce à son aspect cool et convivial, MDR réussit à interpeller le groupe-cible des jeunes.

Équipe créative: **Ralf Fronz**, éditeur MDR; **Astrid Plenk**, directeur du département éditorial MDR; **Klaus W Schuntermann**, directeur artistique MDR; **Yvonne Beckel**, producteur Kinderfilm; **Phillip Pfeiffer**, caméra Kinderfilm; **Ilka Risse**, monteur Kinderfilm; **Sebastian Rix**, directeur Kinderfilm

Spot de Promotion

SUPER RTL: TOGGOLINO

Avec le spot de promotion pour TOGGOLINO, SUPER RTL a réussi à donner à la marque une connotation émotionnelle pour les enfants en âge préscolaire. Par le jeu et le plaisir, les petits peuvent apprendre à mieux connaître le monde et les valeurs importantes comme l'amitié, la serviabilité, et la fiabilité. Ainsi, ils associent la chaleur, l'intimité et le bien-être avec TOGGOLINO. Les parents peuvent vraiment laisser leurs enfants regarder ce programme – sans se faire du souci.

Équipe créative: **Anne Christmann**, manager senior marketing SUPER RTL; **Sven Braun**, manager senior promotion on-air SUPER RTL; **Laura Turck**, manager junior marketing SUPER RTL; **Marcel Neumann**, directeur général visavis; **Nadine Pommerening**, conception/design Castenow; **Britta Sander**, conception/text Castenow; **Laura Weiss**, conseiller Castenow

Campagne de Promotion

SUPER RTL: Star Wars – The Clone Wars

Comment promouvoir une nouvelle série télévisée censée interpeller à la fois les enfants et les parents? Pour le début de la série 'Star Wars – The Clone Wars', SUPER RTL a créé une campagne qui s'adresse autant aux spectateurs de la journée qu'à ceux des heures de grande écoute. La campagne tourne autour de la découverte de nouveaux mondes et la narration d'autres histoires. Pour parodier Yoda: "Le prix avec SUPER RTL il est lui!"

Équipe créative: **Sven Braun**, manager senior promotion on-air SUPER RTL; **Stefan Mays**, directeur communication on-air SUPER RTL; **Stella Hofmann**, animation; **Arnold Kaup**, design de son; **Alexander Knoerk**, animation; **Marco Kuschner**, producteur; **Robert Leger**, animation; **Marc Rhiem**, producteur

Promotion de Merchandising & Ambient

SCREENWORKS: SUPER RTL – TOGGO mobile

Tous les enfants ont envie d'un portable. Mais comment expliquer aux enfants et aux parents les avantages d'un tarif mobile et les fonctions abstraites comme le contrôle des coûts, le numéro d'appel aux parents ou le kids locator? SCREENWORKS s'en charge et a empaqueté ces outils audiovisuellement dans le truc géant, le TOGGO-Riesending: une machine super cool, qui explique les particularités du tarif mobile et représente tout ce qui est invisible sur la carte SIM. Alors que d'autres se contentent de débiter des mots-clés, le TOGGO-Riesending de SUPER RTL explique clairement ce qui fonctionne vraiment.

Équipe créative: **Aaron Rositzka**, artiste digital SCREENWORKS; **Daniela Römgens**, directeur SCREENWORKS; **Tobias Varola**, artiste digital SCREENWORKS; **Olaf Wicke**, directeur général SCREENWORKS; **Matthias Kappeler**, directeur marketing SUPER RTL; **Oliver Meiseberg**, management de projet SUPER RTL; **Sven Lützenkirchen**, directeur photographie

Promotion Interactive & Online

ZDF: zdftivi.de

zdftivi.de est plus qu'un site internet pour enfants. Le contenu en ligne du programme pour enfants de la ZDF se compose de jeux, du tivi-Treff, d'actualités conçues pour les enfants, de reportages de fond sur les stars de ZDFtivi et d'une médiathèque présentant les éléments du programme. La promotion interactive et en ligne met en scène la diversité de zdftivi.de: des enfants présentent eux-mêmes leur site internet préféré et rivalisent entre eux pour désigner les meilleurs. Le message est clair: zdftivi.de a ce qu'il faut pour satisfaire tous les enfants.

Équipe créative: **Beate Bramstedt**, directeur du département éditorial ZDF; **Anke Feller**, postproduction ZDF; **Claus Köppinger**, caméra ZDF; **Nadja Kronemeyer**, conception ZDF; **Mario Lenk**, directeur de production ZDF; **Laura Ohletz**, directeur ZDF; **Tom Rankenburg**, graphiques online ZDF; **Natalie Stark**, éditeur ZDF; **Sibylle Zimmermann**, graphiques on-air ZDF

visavis: SUPER RTL – Tafelspot scoyo.de

Qui ne connaît pas cette scène? Le prof de maths pose une question à la classe et personne ne se manifeste. "Pourvu que ça ne me tombe pas dessus", pensent tous les élèves. Mais le prof n'a pas de pitié et fait venir un élève notoirement mauvais au tableau. Dans la salle, on entend le chuchotement de deux filles: "Il n'y arrivera jamais." Mais, oh surprise, le garçon arrive à résoudre brillamment le problème. Même le prof en reste pantois. Grâce au portail éducatif scoyo.de et à personnages de BD dont la mission est d'aider les écoliers: Kuma le raton laveur, Tom le pirate, et Awi le farfadet.

Équipe créative: **Judith Eylers**, directeur de production visavis; **Nicole Heimann**, directeur de production visavis; **David Karbowski**, caméra visavis; **Marcel Neumann**, directeur général visavis; **Sven Braun**, manager senior promotion on-air SUPER RTL; **Heiko Matting**, design de set; **Peter Nepp**, superviseur VFX

Campagne à 360°

SUPER RTL: GLEE

Pour le lancement de la nouvelle série à succès américaine 'Glee', SUPER RTL a créé une campagne 360° à grande échelle qui a réussi à répandre l'épidémie de 'Glee' dans toute l'Allemagne. Les premiers symptômes de contamination sont des chansons qui ne sortent plus de la tête, des yeux larmoyants et des crises de fou-rire subites. En plus des trailers, des annonces et de la promotion en ligne, la chaîne a également organisé un flash mob: des élèves de plusieurs écoles de danse se sont tout d'un coup mis à danser dans un centre commercial au cœur de ville d'Essen. Résultat: une part de marché supérieure à la moyenne lors de la première diffusion de la série sur SUPER RTL.

Équipe créative: **Thomas Babel**, directeur adjoint communication SUPER RTL; **Sven Braun**, manager senior promotion on-air SUPER RTL; **Thomas Hausen**, manager senior marketing SUPER RTL; **Daniela Mainzer**, éditeur SUPER RTL; **Stefan Mays**, directeur communication on-air SUPER RTL; **Aaron Rositzka**, graphiques SCREENWORKS; **Daniela Römgens**, producteur senior SCREENWORKS; **Kawe Vakiz**, producteur SCREENWORKS; **Olaf Wicke**, directeur général SCREENWORKS

Autre Genre

Disney XD: Do the Dingx

Que font les teenagers quand ils s'ennuient? Dans les interstices 'Do the Dingx', ils développent des idées créatives qui méritent d'être connues: par exemple, ils construisent à l'aide de vieux cartons un grand robot qui surpasse même un avion. Il ne reste plus qu'à dire: Do the Dingx!

Équipe créative: **Anne Tide**, directeur production The Walt Disney Company (Germany); **Jenn Feist**, management projet Feedmee Design; **Laura Giersdorf**, producteur Feedmee Design; **Susanne Lühtrath**, conception/direction/directeur créatif Feedmee Design; **Oli Monn**, postproduction Feedmee Design; **Anton Riedel**, conception/direction Feedmee Design; **Jens Lindemann**, monteur Lindemann Film; **Kriesten Avenhaus**, magasin des accessoires; **Timm Lange**, caméra

Série & Mini-Série

Bande annonce

SCREENWORKS: ZDF – GSI Spezialeinheit Göteborg

Pour la série policière suédoise en 6 épisodes 'GSI Spezialeinheit Göteborg', SCREENWORKS a créé une bande-annonce qui se distingue nettement des autres openers du genre. Thème central: la bataille de la police contre le crime est scénarisée dans un échiquier illuminé composé de blocs de verre. Le jeu de contraste symbolise le combat entre le bien et le mal d'une manière particulièrement parlante.

Équipe créative: Peter Hirdes, directeur créatif SCREENWORKS; Aaron Rositzka, designer motion SCREENWORKS; Olaf Wicke, directeur général SCREENWORKS; Claudia Schröder, producteur Bremedia Produktion

Spot de Promotion

SRF: Serienhighlights 2011

Le spot de promotion pour les highlights des séries de la Schweizer Fernsehen séduit par le caractère émotionnalisant de son collage d'images, ses enregistrements sonores d'origine et sa musique. La séquence mélancolique avec ses bandes sonores originales choisies constitue un écheveau narratif fictif amalgamant toutes les séries, et donne envie d'en voir plus – les séries sur la Schweizer Fernsehen.

Équipe créative: Alexander Marchet, directeur promotion on-air SRF; Thomas Schümperli, éditeur SRF

Campagne de Promotion

Red Bee Media: BBC Three – Being Human

Un vampire, un loup-garou et un fantôme essaient de vivre une vie normale en Angleterre. Mais la tâche ne s'avère pas facile du tout pour les trois personnages. Ils sont sans cesse soumis à la tentation: que ce soit par la gorge ravissante d'une jeune femme, un morceau de viande bien juteux ou les livres d'une bibliothèque qui se déplacent comme par magie. Les protagonistes réussiront-ils à résister à la tentation? C'est là la question. Pour en savoir plus, allumer BBC Three.

Équipe créative: Chris Balmond, Creative Red Bee Media; Mina Patel, Director Red Bee Media; Steve Ryan, Producer Red Bee Media; Richard Stuart, Account Director Red Bee Media; Daniel Buchuk, Marketing Executive BBC; Anna Skelton, Marketing Brand Manager BBC

Interactive & Online Promotion

RTL CREATION: RTL – Alarm für Cobra 11 Viral

"Advent, Advent, ein Auto brennt..." Pour attirer l'attention sur l'épisode de Noël de 'Alarm für Cobra 11', RTL CREATION a développé une promotion interactive et en ligne particulière: un spot viral envoyé comme courriel aux fans de la série d'action. Cet épisode garantit plaisir et action pour Noël. "Et la morale de cette histoire: tu n'oublieras pas ce spot viral."

Équipe créative: Björn Klimek, directeur créatif RTL CREATION; Mirjam Pézsa, producteur RTL CREATION; Lars Truhn, producteur RTL CREATION; Peter Jännert, éditeur RTL

Campagne à 360°

AXN: AXN sucht die sexiest Studentin Deutschlands

"Qui est la plus belle de tout le pays?" Pour le lancement de la 3^e saison de 'Californication', AXN a créé une campagne 360° à grande échelle. Dans la perspective du professeur Hank Moody, protagoniste et tombeur de la série, AXN cherche l'étudiante la plus sexy d'Allemagne. Les critères de sélection ne sont pas seulement la beauté, mais aussi l'humour, le charme et l'intelligence. En tant que reporter d'AXN, le comédien Florian Simbeck a accompagné les finalistes et testé leur savoir et leurs talents. Une campagne 360° qui attire beaucoup d'attention avec de simples moyens.

Équipe créative: **Jens Aue**, producteur senior on-air SONY Pictures Television Deutschland; **Bettina Hermann**, manager senior développement de produit SONY Pictures Television Deutschland; **Patrick Tichy**, producteur senior on-air SONY Pictures Television Deutschland; **Lühr-Martin Lemkau**, Head of Third Party Business & Development Sky Creative Services; **Florian Simbeck**, reporter de AXN; **Gregor Wiebe**, directeur & caméra

TV-Movie & Film

Bande annonce

Syfy: Original Movie Slot Opener

Les Original Movies sur Syfy sont présentées par une bande-annonce à caractère fantastique et surréel. Cet opener divertissant est imprégné de l'atmosphère de films des catégories Creature Feature, films de catastrophe et fantastiques. Une production à la fois esthétique et pertinente!

Équipe créative: **Elmar Krick**, directeur promotion on-air Universal Networks International Germany; **Sabine Dully**, directeur artistique Feedmee Design; **Christoph Große Hovest**, directeur artistique /design motion Feedmee Design; **Tina Haffke**, producteur Feedmee Design; **Lars Keller**, designer Feedmee Design; **Gerhard Menschick**, directeur général Feedmee Design; **Oli Monn**, designer 3D/design motion Feedmee Design; **Achim Fischer**, designer de son Loy Productions

Spot de Promotion

SRF: Delikatessen

Sous le label 'Délicatesses', la Schweizer Fernsehen présente des gourmandises cinématographiques hors du commun: création cinématographique et télévisée exotique et exclusive en version originale. Le spot de promotion est aussi bizarre, surréel et psychédélique que le programme: éteignez les lumières, allumez le trailer!

Équipe créative: **Alexander Marchet**, directeur promotion on-air SRF; **Wolfgang Schned**, freelance

13TH STREET: Pictures of Asia

Mission: faire connaître deux œuvres d'art cinématographiques japonaises en un spot de promotion à l'aide de séquences de film et d'éléments de design. Résultat: un lien organique entre les deux films pourtant si différents et une présentation très émotionnelle du thème. Pour ce, les créateurs du spot se sont servis de l'optique de la calligraphie asiatique, ce qui constitue un enrichissement supplémentaire pour le sujet. Un spot de promotion tout à fait en accord avec le slogan 'Pictures of Asia'.

Équipe créative: **Raphael Brunner**, designer de son Universal Networks International Germany; **Elmar Krick**, directeur promotion on-air Universal Networks International Germany; **Bernd Mutscheller**, directeur artistique DMC; **Walter Puschacher**, directeur général DMC; **Manuel Steinhauser**, designer/conception/monteur DMC

Campagne de Promotion

ZDF: Sonntagsfilm im Zweiten

Qu'est-ce-qu'il y a le dimanche après-midi à la télé? 'Tatort', bien sûr, sur ARD et le film romantique du dimanche sur ZDF. Pour se détacher de la concurrence et interpeller un public jeune en plus des fidèles du dimanche, la ZDF a lancé une campagne qui joue avec l'idée 'Tatort' versus 'le film du dimanche': les bandes-annonces font penser à un film policier, jusqu'à ce que la scène se dissolve subitement – le supposé lieu du crime se transforme en scène paisible. Romantique, le Tatort sur ZDF.

Équipe créative: **Thomas Grimm**, directeur de marketing ZDF; **Tom Wahl**, éditeur marketing on-air ZDF; **Robertino Windisch**, directeur marketing on-air; **Frank Hasselbach**, producteur Telemaz; **Barbara Kranz**, directeur général Telemaz; **Nele Leander Vollmar**, direction

Cinéma

Spot de Promotion

RTL CREATION: RTL – DSDS 2011 Kinotrailer

Pour le lancement de la huitième saison de 'Deutschland sucht den Superstar', RTL CREATION a produit un spot cinématographique. Selon le lieu de diffusion, les créateurs y jouent avec le genre du film noir. Fernanda Brandao et Patrick Nuo, membres du jury, essaient de "faire chanter" un des candidats dans l'atmosphère sinistre d'une salle d'interrogatoire – sans succès. Un seul recours: le titan de la pop Dieter Bohlen commande avec autorité: "Et maintenant, mon ami, tu vas chanter!"

Équipe créative: Angela Jumpertz, management de projet RTL CREATION; Björn Klimek, directeur créatif RTL CREATION; Doris Mertens, designer RTL CREATION; Susanne Mikulski, éditeur RTL CREATION; Christian Mirow, manager du département production RTL CREATION; Desirée van der Pas, manager du département production RTL CREATION; Gregor Wagner, design de son RTL CREATION; Tom Sängler, directeur divertissement RTL

Vidéo musicale

Spot de Promotion

ARTE: Clip 60's

Depuis 2007, ARTE fait revivre chaque été l'esprit et la culture d'une décade. En 2010, les années 60 étaient le thème central du programme. Dans un clip créé par ARTE sur la chanson des Beach Boys 'I get around', une silhouette est le témoin de l'époque. Elle revit le lancement de la mini-jupe, le légendaire festival de Woodstock, 'Surfing in the USA', l'alunissage et le twist sur l'écran. Ce spot de promotion peaufiné jusqu'au dernier détail donne envie d'en voir plus.

Équipe créative: Henri L'Hostis, chef d'émission ARTE; Petra Mekaoui, directrice production ARTE; Christoph Haag, team de tournage LAFKON Publishing; Philipp Mühlbauer, réalisateur LAFKON Publishing; Benjamin Stephan, team de tournage LAFKON Publishing; Hugh Coltman, chanteur; Ann Keren, compositrice; Tom Mc Rae, chanteur; Rosemary Moriarty, chanteuse

Autre Genre

IMG Fachhochschule Mainz: WHITENIGHTS – Stop and Go

On peut mettre en scène les chansons d'amour à l'aide d'images stéréotypées de couples amoureux. Ou alors on fait intervenir un couple de danseurs qui symbolisent aussi bien le texte que la mélodie. Et le cœur, symbole incontesté de l'amour, se transforme en triangle sans autre forme de procès – c'est ce qu'on peut voir dans la vidéo musicale 'Stop and Go' de WHITENIGHTS. Un clip réussi, pertinent et tout en douceur.

Équipe créative: Daniel Bartels, réalisateur IMG Fachhochschule Mainz; Anja Stöffler, professeur pour design digital IMG Fachhochschule Mainz; Julian Ticona Cuba, leader de orchestre Whitenights/artiste VFX ACHT Frankfurt; Harald Capota, directeur photographie dropout films; Bastian Ahrens, éditeur Firsteicht

Engagement social

Spot de Promotion

Red Bull Media House: ServusTV – Wings for Life

Red Bull Media House a créé un spot pour l'institut de recherche Wings for Life qui renonce volontairement à montrer les personnes touchées: un handicapé en fauteuil roulant est vu de dos – un mouvement, et on peut reconnaître le protagoniste: David Coulthard, ambassadeur de l'institut pour la recherche sur la moëlle épinière. "Le destin ne demande pas notre avis – ça pourrait aussi être moi. Ou vous!" Surprenant, émouvant et obsédant!

Équipe créative: **Volker Bahr**, directeur postproduction Red Bull Media House; **Werner Eksler**, directeur production Red Bull Media House; **Michael Groeger**, coordinateur postproduction Red Bull Media House; **Martin Müller**, designer Red Bull Media House; **Michael Halberstadt**, producteur 2ndlevelfilms; **Philipp Leinemann**, mise en scene 2ndlevelfilms; **Christian Stangassinger**, caméra 2ndlevelfilms; **Anita Gerhardter**, directeur general Wings for Life

Campagne de Promotion

BR: Sternstunden

La mission était de produire une campagne de promotion pour 'Sternstunden – l'action bénéficiaire du Bayerischer Rundfunk'. Il s'agissait de créer des spots pour le cinéma, on air et en ligne, capables d'émouvoir et de motiver à faire des dons. Bien que l'action concerne l'aide aux enfants dans le besoin, les créateurs ont choisi de ne pas montrer d'enfants dans de telles situations. Le résultat est une campagne centrée autour de visages d'enfants. Tous les enfants ont un point commun: le besoin d'aide.

Équipe créative: **Nicola Bienert**, rédactrice Programm-Promotion Bayerisches Fernsehen; **Edgar Brigel**, producteur Bayerisches Fernsehen; **Johann Fischer**, chef cadreur Bayerisches Fernsehen; **Sorin Dragoi**, caméra Bayerisches Fernsehen; **Volker Jungbäck**, direction promotion de programme Bayerisches Fernsehen; **Eva Manten**, graphiste Bayerisches Fernsehen; **Helge Roesinger**, direction rédactionnel en divertissement III Bayerisches Fernsehen; **Thomas Jansing**, gérant Sternstunden e.V.

Campagne à 360°

The History Channel: History-Award 2010

Depuis 2005, History Deutschland organise chaque année un concours d'histoire pour élèves. En 2010, le thème de la compétition était 'Mamie, papy – c'était comment avant?' Par une campagne 360° à grande échelle, la chaîne a fait de la réclame pour History-Award 2010 – depuis les inscriptions jusqu'à l'évènement à proprement parler, sans oublier le reportage ultérieur. Grâce à la campagne plurimédiatique, les créateurs ont réussi à communiquer bien au-delà de la couverture médiatique du secteur, jusque dans les rédactions locales, culturelles et éducationnelles. Fidèlement au slogan: "History – vivre l'histoire!"

Équipe créative: **Rebecca Gauß**, marketing The History Channel; **Nicolas von Hänisch**, producteur promotion on-air The History Channel; **Sebastian Weber**, presse/marketing The History Channel; **Sebastian Wilhelmi**, directeur marketing & communications The History Channel; **Emanuel Rotstein**, fabricant; **Rodney Sewell**, producteur

Partenaire

CRAXX Medienproduktion, Disney XD, Red Bull Media House, Super RTL, RTL CREATION, Deutsche Welle, VOX, n-tv, verytv, RTL interactive, KISD – Köln International School of Design, Pixelpark, eberweinpardeike, lostview, SCREENWORKS, l'UNION EUROPÉENNE, Investissements pour notre avenir – Fonds Européen pour le développement régional et par le Land de Rhénanie du Nord-Westphalie, représenté par le Ministère de l'Économie, de l'Énergie, de la Construction, du Logement et du Transport.

Les textes sont autorisés pour la publication à partir du 14 avril 2010, 19:30 h / Veuillez envoyer un numéro spécimen à:

Eyes & Ears of Europe –

Association pour le design, la promotion et le marketing des médias audiovisuels

Wout Nierhoff (Responsable), Isabel Krischer, Ina Braun (Rédaction)

Mozartstraße 3-5, D-50674 Köln, Tel.: +49 (221) +60 60 57 13, Fax: +49 (221) 60 60 57 11

eMail: trailerfestival@eeofe.org, <http://www.eeofe.org>