

2. Internationales Eyes & Ears Trailerfestival



Begründungen der Jury zur Preisvergabe

Image

Vorspann

RTL CREATION: RTL – June Screening 2009

Der Vorspann zum 'RTL – June Screening' zeigt alles, was RTL zu bieten hat: Superstars, Serienhelden, packende TV-Movies, spannende Sportereignisse und große Show-Events. Da sucht der Bauer eine Frau, wird ein zuvor unscheinbarer Mann zum Supertalent und fliegen explodierende Autos in die Luft – packender und emotionaler kann ein Trailer für das RTL-Programm kaum sein.

Kreativ-Team: Eva Deutinger, Projektmanager RTL CREATION; **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Anke Schäferkordt**, Geschäftsführung RTL

Promotion Spot

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – Bodies 3.0

Sexy, charmant und unterhaltsam – kurz: Robbie Williams! Was will eine Frau mehr? Und dann gleich in dreifacher Ausführung... Ganz im Entertainment-Stil von ProSieben werden Star und Marke miteinander verbunden. Damit auch man auf seine Kosten kommt, werden Robbie noch drei sexy Ladies zur Seite gestellt. Ganz im Sinne von 'We love to entertain you'!

Kreativ-Team: Ute Deutschmann, Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Rudy Hoeppe**, Creative Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Markan Karajica**, Bereichsleiter ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Alex Krause**, Abteilungsleiter Design & Regie ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Thorsten Pütsch**, Marketingleiter ProSieben; **Pablo Bach**, Effekte Liga 01

13TH STREET: Badezimmer

13TH STREET bleibt seinem Motto treu und beherrscht 'Die hohe Kunst des Nervenkitzels'. Der Image-Spot 'Badezimmer' zeigt nicht gewöhnliche Horrorklischees, sondern lässt erschreckende Bilder im Kopf des Zuschauers entstehen: eine harmlose Szene ist nach wenigen Sekunden gar nicht mehr so idyllisch. Mit wenigen, aber effektvollen filmischen Mitteln entsteht eine spannungsgeladene und unheimliche Atmosphäre. Sicher ist hier nur das Versprechen: 'Todsicherer Nervenkitzel' in der 13TH STREET!

Kreativ-Team: Elmar Krick, Head of On Air NBC UNIVERSAL Global Networks Deutschland; **Felix von Mengden**, Senior Marketing Manager NBC UNIVERSAL Global Networks Deutschland; **Peter Gocht**, Creative Director Jung von Matt/Spree; **Franzis Heusel**, Kundenberatung Jung von Matt/Spree; **Christian Kroll**, Creative Director Jung von Matt/Spree; **Cristiane Dressler**, Executive Producer Radical Media; **Sebastian Strasser**, Regisseur Radical Media

Promotion-Kampagne

WDR: Ein Stück Heimat

Im dokumentarischen Stil stellt der WDR Land und Leute aus seinem Sendegebiet vor. Menschen aus Nordrhein-Westfalen erzählen dem Zuschauer, was ihr ganz persönliches Stück Heimat ist. WDR: 'Ein Stück Heimat' – im Zweifelsfall auch für Menschen, die nicht aus Nordrhein-Westfalen kommen.

Kreativ-Team: **Heinz-Peter Brück**, Realisator WDR; **Frank Hlawitschka**, Kamera WDR; **Bernd Pick**, Schnitt WDR; **Karin Sarholz**, Leiterin Programmgruppe Programmdesign & Multimedia FS WDR; **Michael Worrigen**, Redaktionsleiter Präsentation & Programmdesign FS WDR

DMAX: Weil Männer keine Frauen sind

Der Männersender bleibt konsequent: Frauen und ihre weiblichen Eigenschaften sind der Aufhänger für diese Promotion-Kampagne. DMAX wäre aber nicht DMAX, wenn da nicht noch etwas folgen würde – nämlich, dass Männer letztlich ganz anders sind als ihre besseren Hälften. Männer sind bei dem Sender natürlich die tollsten Menschen der Welt, die Spaß, Abenteuer und Action suchen. Und das alles bekommen sie bei DMAX. Eben, 'Weil Männer keine Frauen sind'.

Kreativ-Team: **Eike Immisch**, Leitung Marketing & On-Air-Promotion Discovery Networks Germany; **Philip Wolfarth**, Executive Promotion Producer Discovery Networks Germany; **Emanuel Cojocaru**, Creative BDA München; **Karin Furtmeier**, Managing Director BDA München; **Ron Glavas**, Production Manager BDA München; **Astrid Nowak**, Designer BDA München; **Sebastian Pffor**, Creative BDA München; **Hanne Wiesener**, Senior Creative/Head of On-Air-Promotion BDA München

Interactive- & Online-Promotion

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: 7 Games – Bodybuilder

Die Online-Promotion für 7 Games steht unter dem Claim: 'Everybody needs somebody to play'. ProSiebenSat.1 Creative Solutions verfremdet ein bekanntes Internetvideo: die Bodybuilder-Performance von Samir Bannout, der 1983 Arnold Schwarzenegger vom Mr. Olympia-Thron stieß. Das neue Video: eine Szene mit einem untrainierten Mann – blond, mager, blass aber synchron nachgestellt. Beide Körperschauen wurden kombiniert auf youtube eingestellt. Ergebnis: richtige Platzierung, richtiger Inhalt und richtige Ansprache des Zielpublikums. Wer will da noch ein muskelbepackter Held sein, wenn der Durchschnitts-Nerd doch mindestens genauso viel Aufmerksamkeit bekommt?

Kreativ-Team: **Andreas Brunsch**, Unit Leiter Online ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Cornelia Gramelsberger**, On-Air-Designer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Gunther Schiblhut**, Marketing Manager 7 Games

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – Ich klick TV

Wie bewirbt man erfolgreich den Online-Service eines Fernsehsenders, ohne die typischen Website-Screenshots zu zeigen? ProSiebenSat.1 Creative Solutions macht es vor: ein Forschungsinstitut, in dem Probanden einen Reaktionstest anhand eines Filmausschnitts durchlaufen. Die Atmosphäre: konservativ, verstaubt und veraltet, im Stil der 80er Jahre in der ehemaligen DDR. Nach dem Filmausschnitt fragt einer der Probanden, ob er diesen bitte noch einmal sehen könne. Die Testleitung antwortet mit einem kühlen, strengen und bestimmten "Nein!" Das wäre dem Probanden sicherlich nicht auf prosieben.de passiert. Denn hier können die Zuschauer ihre Lieblingssendungen jederzeit anschauen. Frei nach dem Motto: 'Ich klick TV'.

Kreativ-Team: **Rudy Hoeppe**, Creative Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Werner Wasmayr**, Project Manager ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Sterly Productions**

360°-Kampagne

13TH STREET: Die hohe Kunst des Nervenkitzels

On-Air wird eine Frau, die vor dem Fernseher eingeschlafen ist, zur scheinbar Toten. Auf einem Plakat wird ein krabbelndes Kind zum Monster, das unter der Decke hängt. Online verwandelt sich ein Mann im Bett per Mausclick in eine Leiche. So schmal ist der Grat zwischen Realität und Gruselfiction – zumindest in der 13TH STREET. Wie der Sender schon einmal titelte: 'Es ist nur in Deinem Kopf' – und das 360°!

Kreativ-Team: **Kreativ-Team: Elmar Krick**, Head of On Air NBC UNIVERSAL Global Networks Deutschland; **Felix von Mengden**, Senior Marketing Manager NBC UNIVERSAL Global Networks Deutschland; **Peter Gocht**, Creative Director Jung von Matt/Spree; **Franzis Heusel**, Kundenberatung Jung von Matt/Spree; **Christian Kroll**, Creative Director Jung von Matt/Spree; **Sebastian Strasser**, Regisseur Radical Media

anderes Genre

WDR: Einsfestival – Transitive

In einer Szenerie der 1950er Jahren sitzt eine Frau ganz nah vor dem Fernsehgerät. Und der TV-Moderator erklärt gerade, dass es schädlich sei, näher als 3 Meter vor dem Kasten zu sitzen. Davon ist die Frau offensichtlich ganz unbeeindruckt. Der WDR hat sein Programm-Archiv durchforstet. Aus dem Material der vergangenen Jahrzehnte wurden dieser und andere Spots produziert. 'Transitive' heißen die Clips, die gerade gesehene oder folgende Sendungen kommentieren. Fazit: auch das Programm zwischen den Programmen kann unterhaltsam und humorvoll sein!

Kreativ-Team: **Bernd Pick**, Cutter WDR; **Michael Worringen**, Redaktionsleiter Präsentation & Programmdesign FS WDR; **Susanne Dobruskin**, Sprecherin; **Matthias Fuchs**, Sounddesigner; **Gunar Wardenbach**, Autor

Nachrichten & Information

Vorspann

ZDF: Erst fragen, dann wählen

Ein Vorspann für eine Live-Wahlsendung, der vor allem das jüngere Publikum ansprechen soll: zwei junge Protagonisten machen ihre Wahlkreuze in einem virtuellen 3D-Set. Dieser Opener wurde losgelöst vom bestehenden Design der anderen ZDF-Wahlsendungen gestaltet. Das hat sich gelohnt, denn heraus gekommen ist ein dynamisches, lebendiges und jugendlich anmutendes Ergebnis.

Kreativ-Team: **Thomas Grimm**, Leiter Marketing ZDF; **Horst Schick**, Leiter Corporate Design ZDF; **Holger Schubart**, Designer ZDF; **Christiane Jähnel**, Designer ACHT FRANKFURT visual catering; **Timo Wolf**, Producer ACHT FRANKFURT visual catering; **Harald Capota**, DOP Kontrastfilm; **Daniel Seideneder**, Regisseur Kontrastfilm

Promotion-Spot

ZDF: Wahlwatching

Mit diesem Promotion-Spot hat das ZDF einen jungen und frischen Auftritt produziert, der zugleich die Seriosität kompetenter Wahlberichterstattung vermittelt. Die Idee: das ZDF tritt als "Wahl-Watcher" auf. Von einem "Whale-Watching"-Boot hat der Sender dabei die beste Sicht auf die politischen Ereignisse – gerade auch in stürmischen Zeiten.

Kreativ-Team: **Stavros Amoutzias**, Redakteur Corporate Design & Projektleitung ZDF; **Thomas Grimm**, Leiter Marketing ZDF; **Anja Sotscheck**, Redakteurin On-Air-Promotion ZDF; **Robertino Windisch**, Leiter On-Air-Promotion ZDF; **Olaf Oldigs**, Executive Creative Director Kolle Rebbe; **Christian Schelb**, Producer Made in Munich; **Mark Seydlitz**, Geschäftsführer Made in Munich; **Cico Nicolaisen**, DOP; **Martin Schmidt**, Regisseur

Promotion-Kampagne

RTL CREATION: RTL – Wahlen 2009

Bald sind Wahlen – da fällt es schwer, sich zu entscheiden. Und deshalb fährt RTL-Anchorman Peter Klöppel mit dem RTL-Wahlbus durch die Bundesrepublik und befragt Menschen auf der Straße, was sie politisch bewegt. Im Kanzler-Duell hat er dann die Möglichkeit, mit den Kandidaten Merkel und Steinmeier auch über diese Bürgerthemen aus erster Hand zu sprechen. Ein weiteres Element der Kampagne baut allein auf die typografische Darstellung der politischen Willensbekundung der Bürger, die idealerweise in einem Wahlkreuz mündet: "Deine Stimme zählt" – auch bei dieser Kampagne!

Kreativ-Team: Isabel Grahs, Producer RTL CREATION; **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Joachim Ney**, Producer RTL CREATION; **Mirjam Pézsa**, Chefproducer RTL CREATION; **Desirée van der Pas**, Chefproducer RTL CREATION; **Michael Wulf**, Geschäftsführer infoNetwork

Interactive- & Online-Promotion

n-tv: n-tv.de

'In fünf Minuten kann man vieles machen'. Unter diesem Motto steht die Interactive-Promotion zum Website-Relaunch von n-tv.de. Ob einen Teebeutel aufgießen, einen Hamburger essen oder die Haare föhnen: alles dies lässt sich in 5 Minuten erledigen. Oder aber man nutzt diese Zeitspanne, um sich auf n-tv.de kompakt über alles Wichtige in der Welt zu informieren. 'Das Wichtigste in fünf Minuten: n-tv.de'. Anschaulich, pointiert, klar!

Kreativ-Team: Christoph Hammerschmidt, Direktor Marketing & Kommunikation n-tv; **Arjen Jonas**, Art Director n-tv; **Alessandro Taschetta**, Producer n-tv; **Karsten Tiemann**, Producer n-tv; **Martin Breuer**, Creative Director EuroRSCG; **Harald Jäger**, Kundenberatung EuroRSCG; **Cornelia Sanders**, Kundenberatung EuroRSCG; **Detlef Stuhldreier**, Agency Producer EuroRSCG; **Alexander Kiefer**, TV Designer House of Paint

360°-Kampagne

n-tv: n-tv

On-Air, Off-Air und Online zeigt n-tv verschiedene Gegenstände, die sinnbildlich darstellen, was man in fünf Minuten alles machen kann. Diese Objekte sind mit einem Screenshot der n-tv-Website gebranded. Denn 'In fünf Minuten kann man alles machen oder alles Wichtige erfahren: n-tv'. Eine rundum gelungene 360°-Kampagne, die die plattformübergreifende Nachrichtenkompetenz des Senders anschaulich unterstreicht.

Kreativ-Team: Christoph Hammerschmidt, Direktor Marketing & Kommunikation n-tv; **Arjen Jonas**, Art Director n-tv; **Alessandro Taschetta**, Producer n-tv; **Karsten Tiemann**, Producer n-tv; **Martin Breuer**, Creative Director EuroRSCG; **Harald Jäger**, Kundenberatung EuroRSCG; **Cornelia Sanders**, Kundenberatung EuroRSCG; **Detlef Stuhldreier**, Agency Producer EuroRSCG; **Alexander Kiefer**, TV Designer House of Paint

Dokumentation, Feature & Reportage

Vorspann

Filmstyler Pictures: ZDF – Klasse 09

"Wie ticken Deutschlands Schüler?" Ein berühmter Musiker sein, einen eigenen Blumenladen haben oder ein anerkannter Wissenschaftler werden: das sind die Träume der Schüler in diesem ZDF-Vorspann zum Themenschwerpunkt Bildung. Auf der Tafel im Klassenzimmer werden diese Träume wahr. Frisch, jugendlich und absolut passend für die Zielgruppe weckt der Opener den Wunsch auf mehr.

Kreativ-Team: **Frank Schneider**, Regie Filmstyler Pictures; **Sarah Schumann**, Producer Filmstyler Pictures; **Sabine Ramseger-Kurz**, Marketing On-Air-Promotion ZDF; **Robertino Windisch**, Marketing On-Air-Promotion ZDF; **Ronan Chuat**, 3D PICTORION das werk Frankfurt; **Dörthe Doman**, Motion Graphics PICTORION das werk Frankfurt; **Marco Nostadt**, Motion Graphics PICTORION das werk Frankfurt; **Knut Adass**, Kamera

Promotion-Spot

ARTE: Shoah

Der zweiteilige Dokumentarfilm 'Shoah' von Claude Lanzman gilt bis heute als eine der wichtigsten filmischen Auseinandersetzungen mit dem Thema Holocaust. Das Leitmotiv des Films ist das Geräusch der auf Vernichtungslager zurollenden Züge. Dieses nimmt ARTE in dem Promotion-Spot auf: man sieht die Schwellen der Gleise, auf denen die Namen der Opfer und die makabren Ziffernfolgen geschrieben stehen. Sie werden von Off-Stimmen verlesen. Zusammen mit dem Geräusch des rollenden Zugs entsteht ein beklemmendes Gefühl, das dem Thema entspricht. Und der Zug rollt immer schneller!

Kreativ-Team: **Mélanie Aubert**, Regisseurin ARTE; **Isabelle Girardin**, Produktionsleiterin ARTE; **Henri L'Hostis**, Sendeleiter ARTE; **Petra Mekaoui**, Produktionsleiterin ARTE; **Léo Puel**, Grafiker ARTE; **Evelyne Schwoerer**, Text-Konzeption ARTE; **Karl Weege**, Ton Producer ARTE; **Hilde Wollbold**, Text-Konzeption ARTE

BDA: Spiegel Geschichte – Wir sind das Volk

Ganz ohne Worte funktioniert der Promotion-Spot für 'Wir sind das Volk!' auf Spiegel Geschichte. Der Trailer zeigt das von den Medien bereits vielfältig vergegenwärtigte historische Ereignis der Wiedervereinigung Deutschlands auf neue Art und Weise. Er animiert dazu, die Geschehnisse aus einer anderen Perspektive zu betrachten und zu hinterfragen. Unbeschreibliches lässt sich eben nicht immer in Worte fassen...

Kreativ-Team: **Emanuel Cojocaru**, Promotion Producer BDA; **Sami El-Eslambouly**, Production Producer BDA; **Karin Furtmeier**, Managing Director BDA; **Annkatrijn Tojek**, Production Manager BDA; **Hanne Wiesener**, Senior Creative/Head of On-Air-Promotion BDA; **Raphael Brunner**, Sound Design Das Vierte; **Johannes Everding**, Channel Manager Spiegel TV Geschichte

Schweizer Fernsehen: DOK

"Wie das Land, so die Menschen." – Geschichten, die bewegen; Bilder, die erklären; und Musik, die beflügelt – das alles bieten die Dokumentationen im Schweizer Fernsehen. Einfach authentisch, gefühlvoll und spannend. SF: "Zeitgeschichte hautnah erzählt".

Kreativ-Team: **Claudia Bossert**, Leitung Marketing Schweizer Fernsehen; **Alexander Marchet**, Leitung Promotion Schweizer Fernsehen; **Guido Kurz**, Freelancer

Promotion-Kampagne

Red Bee Media: BBC Four – Hidden Japan Season

Wie bewirbt man einen einmonatigen Programmschwerpunkt zum Thema 'Japan'? Aus diesem Anlass erklärt Red Bee Media japanische Redensarten in audiovisuellen Kurzgeschichten. So zum Beispiel den japanischen Begriff für eine überbehütete Tochter: 'Daughter in a Box'. Eltern stehen vor einer Kiste, in der "ihr kleines Mädchen" liegt – auf Schaumstoffkugeln gebettet und in einem sauberen, fein gebügelten rosa Kleidchen. So anschaulich und unterhaltsam kann interkulturelles Lernen sein!

Kreativ-Team: **Oliver Harnett**, Creative Head Red Bee Media; **Matt McDermott**, Director Red Bee Media; **James Spence**, Creative Director Red Bee Media; **Joanna Yeldham**, Producer Red Bee Media; **David Dunn**, Marketing Manager BBC FOUR; **Tim Green**, Director of Photography

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: kabel eins – Mein Mann, sein Hobby und ich

Genervte Frauen, die sich wünschen, dass sich ihre Ehemänner auch mal so intensiv mit ihnen beschäftigten, wie mit ihren Autos; Männer, die 10 Stunden lang im Keller vor einem Flugsimulator sitzen, um nach New York zu fliegen; große Jungs, die Kronkorkenbälle basteln – diese Hobbies der Männer bringen fast jede Frau zur Verzweiflung. Doch in Promotion-Spots sind diese speziellen Vorlieben der Männer ein Fest für Augen und Ohren!

Kreativ-Team: **Markan Karajica**, Bereichsleiter ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Michael Prenner**, Writer/Konzeptioner ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Nicole Reuter**, Project Manager ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Oliver Rojschl**, Senior Writer/Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Dominik Schütz**, Writer/Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Dieter Staiger**, Senior Writer/Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Sandra Stricker**, Project Manager ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Bernd Wolf**, Senior Product Manager German Free TV

360°-Kampagne

VOX: Die Küchenchefs

Die bekannten Gesichter der TV-Köche als Supermänner, die zur Rettung untergehender Restaurants im richtigen Moment angefliegen kommen. Die Küchenchefs als Revolutionäre, die einen Umbruch in der Gastronomieszene herbeiführen. Ein Geländewagen, der mit wehenden Fahnen durch deutsche Städte fährt. Und aus Lautsprechern tönt die 'Internationale' mit eigens auf die Küchenchefs zugeschnittenem Text. Mit diesen Maßnahmen setzt VOX eine umfangreiche und innovative 360°-Kampagne um, die die Programmreihe 'Die Küchenchefs' bewirbt. Das kann sich sehen lassen. Und wir sagen mit VOX: "Jetzt isst alles wieder gut!"

Kreativ-Team: **Iris Basche**, Design VOX; **Freya Borchhardt**, JPM Marketing VOX; **Torsten Lohrmann**, Art Director VOX; **Dirk Lüninghake**, Leiter Marketing VOX; **Marietta Salz**, PM Marketing VOX; **Matthias Ammon**, Text Sixpack; **Markus Holzhauer-Münz**, Art Director Sixpack; **Ralph Möske**, Musikkomposition/Audio Design SpecialStereo; **Lars von Sebo**, Musikkomposition/Audio Design SpecialStereo

Natur, Wissenschaft & Technik

Promotion-Spot

ARTE: Wilde Tiere, große Liebe

Mit dem Elvis-Song 'Love me Tender' unterlegt, werden (Liebes)-Lust und -Leid von Löwe, Affe, Hirsch und Co. auf humorvolle Art und Weise dargestellt. Ein ganz anderer Promotion-Spot zum Thema 'Liebe', der Lust auf mehr macht. ARTE liebt es eben manchmal wild!

Kreativ-Team: **Samuel Bernardeau**, Regisseur ARTE; **Annegret Karstens**, Text-Konzeption ARTE; **Henri L'Hostis**, Sendeleiter ARTE; **Anne Mangin**, Grafikerin ARTE; **Petra Mekaoui**, Produktionsleiterin ARTE; **Evelyne Schwoerer**, Text-Konzeption ARTE; **Joan Selke**, Produktionsleiterin ARTE; **Karl Weege**, Ton Producer ARTE

Promotion-Kampagne

Red Bee Media: BBC Four – Electric Revolution

Red Bee Media hat eine Kampagne rund um das Thema 'Technologie' entwickelt. Das hört sich zuerst einmal trocken an. Doch das Ergebnis ist verblüffend lebendig: zu dem Song-Klassiker 'Will you still love me tomorrow' von Shireless bewegen sich alltägliche technologische Gerätschaften im Takt – in einer choreografierten Sequenz werden unter anderem Handys, Kühlschränke, Toaster, Fernseher, Joysticks und Mikrowellen zu Hauptdarstellern eines so noch nie gesehenen Videoclips mit Chartpotential.

Kreativ-Team: **Jessica Archer**, Producer Red Bee Media; **Oliver Harnett**, Creative Head Red Bee Media; **Matt McDermott**, Director Red Bee Media; **James Spence**, Creative Director Red Bee Media; **David Dunn**, Marketing Manager BBC FOUR; **Tom, Dick and Harry**, Animation Directors Th1ng; **Malcolm Hadley**, DOP

Kunst & Kultur

Vorspann

Schweizer Fernsehen: La Bohème

Eine Hochhaussiedlung im Gäbelbachquartier in Bern-Bethlehem. Graue Fassaden, 250 Wohnungen pro Haus, Menschen aus mehr als 20 Nationen. In dieser gleichermaßen multikulturellen wie auch tristen Vorstadtwelt wird die Oper 'La Bohème' inszeniert: in den Wohnungen, in der Waschküche, im Fahrstuhl und auf dem Dach wird gespielt und gesungen. Der Vorspann zu diesem Live-Event nutzt das graue Betonungetüm: denn bildlich gesprochen verleiht die Oper dem Hochhaus Flügel und lässt es damit vom Erdboden abheben. Dieser Opener ist genauso beeindruckend wie die Operninszenierung selbst: "La Bohème en Banlieue".

Kreativ-Team: **Patrick Arnecke**, Leiter On-Air-Design Schweizer Fernsehen; **Tiny Bernhard**, Designer Schweizer Fernsehen; **Jürg Dummermuth**, Designer Schweizer Fernsehen; **Alex Hefter**, Creative Director & Leiter Gestaltung Schweizer Fernsehen; **Florian Heger**, Designer Schweizer Fernsehen; **Marcel Weiss**, Art Director Schweizer Fernsehen

Promotion-Spot

Screenworks: Folkwang Universität 2010

Die Aufgabe: ein Promotion-Spot, der die Interdisziplinarität der Folkwang Hochschule und ihre Fachbereiche Theater, Tanz, Musik, Schauspiel, Wissenschaft und Design darstellt. Die Umsetzung: ein Light-Painting steht als zeichnendes Element im Mittelpunkt des Spots und verbindet alle Fachbereiche miteinander. Zugleich emotionalisieren die Gesichter der Studenten und ihre künstlerischen Fähigkeiten. Die Musik wurde eigens hierfür von der Hochschule komponiert und produziert. Das Ergebnis: eine ungewöhnlich ästhetische und klangvolle Werbung für die Kunst- und Kulturausbildung, die noch dazu mehrsprachig funktioniert.

Kreativ-Team: **Peter Hirdes**, Creative Director Screenworks; **Aaron Rositzka**, Designkonzept, Kamera & Animation Screenworks; **Olaf Wicke**, Geschäftsführer Screenworks; **Peter Schröder**, Sound Design Art Effect; **Prof. Bernhard Eichner**, Leitung Musikkomposition Folkwang Universität; **Maiken Groß**, Leitung Kommunikation & Medien Folkwang Universität

Promotion-Kampagne

Schweizer Fernsehen: La Bohème

Die SF-Moderatorin Sandra Studer lädt zu einem einmaligen Opernerlebnis ein: 'La Bohème en Banlieue' – aus Vorstadtgrau wird Poesie und ein Hochhaus hebt ab. Eine Betonsiedlung im Gäbelbachquartier in Bern-Bethlehem wird zum Schauplatz für das jährliche Kulturevent des Schweizer Fernsehens. In der Promotion-Kampagne wird das gigantisch wirkende Hochhaus als Projektionsfläche genutzt. Darauf wird der große Erfolg der letzten Operninszenierung 'La Traviata im Schweizer Hauptbahnhof' abgebildet. Eine Kampagne, die Vergangenes und Zukünftiges visuell miteinander verbindet. Klotzen statt Kleckern für Kunst und Kultur!

Kreativ-Team: **Claudia Bossert**, Leiterin Kommunikation & Marketing Schweizer Fernsehen; **Ralph Bühler**, Redaktor Schweizer Fernsehen; **Alexander Marchet**, Leiter Programmpromotion Schweizer Fernsehen; **Melanie Matussek**, Compositing/Motionographer/Cutter tpc

Sport

Vorspann

RTL CREATION/Locomotion: RTL – Formel 1 2009

Das RTL-Programmlabel für die Formel 1 der Saison 2009 verzichtet auf die erwarteten gängigen Bilder von rasenden und lauten Formel 1-Autos verzichtet. Untermalt durch die Klänge von Mozart wird die geschwungene windschnittige Form des Rennbolids in den Vordergrund gerückt. Ästhetisch, emotional, ansprechend – ein schnittiger Opener für das besondere PS-Erlebnis.

Kreativ-Team: **Annett Krause**, Projektmanagerin RTL CREATION; **Frank Schlieder**, Produktionsleitung Dreh RTL CREATION; **Ulli Schumacher**, Creative Director RTL CREATION; **Christian Weckerle**, TV-Design-Producer RTL CREATION; **Oliver Blume**, Director Operations Locomotion; **Axel Gärtner**, TD Locomotion; **Johannes Müller**, Compositing Artist Locomotion; **Markus Pchalek**, 3D Artist Locomotion; **Andreas Zickgraf**, Kamera

Promotion-Spot

WDR: Bundesliga am Sonntag

Wie bewirbt man eine Sportsendung zur Bundesliga, ohne die bekannten klischeehaften Fußballbilder einzusetzen? Der WDR zeigt's: eine Ton-Collage mit typischen Sportkommentaren wird rein grafisch visualisiert. So sieht man beispielsweise zum Kommentar "Er schießt mit langem Bein" einen weiblichen Schenkel mit Stiletto. Eine ungewöhnliche, rasante und unterhaltsame Werbung für die Spielberichterstattung mit einer humorvollen Bild-Ton-Schere!

Kreativ-Team: **Michael Worrigen**, Redaktionsleiter Präsentation & Programmdesign FS WDR; **Milena Drefke**, Grafik ACT; **Bert Didillon**, Producer

RTL CREATION: RTL – Formel 1 2009

Ein Formel 1-Fahrer bereitet sich mental auf sein Rennen vor. Bedächtig zieht er seine Sportbekleidung an: Unterhemd, Rennanzug und Schuhe. Seine Geliebte verabschiedet sich und wünscht ihm Glück für den bevorstehenden Wettkampf. Und dann ruft die Formel 1 ihre Helden...

Kreativ-Team: **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Annett Krause**, Projektmanagerin RTL CREATION; **Thomas Radeck**, Producer RTL CREATION; **Manfred Loppe**, Sportchef RTL

Promotion-Kampagne

ZDF: Olympia 2010

In der Promotion-Kampagne zum Sport-Event des Jahres verbindet das ZDF Sportdisziplinen, das Gastgeberland und dessen Einwohner: ein Kanadier geht in den Wäldern auf die Jagd, legt sein Gewehr an und plötzlich liegen links und rechts von ihm Biathletinnen, die rasant schnell schießen. Die Biathletinnen und auch die Sportler anderer Disziplinen in den weiteren Spots tragen Trikots in den ZDF-Farben. Als Maskottchen der Kampagne setzt der Sender den Biber 'Vancy' ein. Er treibt von Zeit zu Zeit seine Späße und huscht unvermittelt als kleines verspieltes Wesen durch die Elemente. Ein Platz auf dem Treppchen für das ZDF!

Kreativ-Team: **Thomas Grimm**, Leiter Marketing ZDF; **Olaf Repovs**, Redakteur Corporate Design ZDF; **Horst Schick**, Leiter Corporate Design ZDF; **Tom Wahl**, Redakteur On-Air-Promotion ZDF; **Robertino Windisch**, Leiter On-Air-Promotion ZDF; **Jörn Heitmann**, Regisseur Filmdeluxe; **Jürgen Krause**, Geschäftsführer Filmdeluxe; **Katharina Strauss**, Executive Producer Filmdeluxe; **David Bouck**, Geschäftsführer Means of Production

Event

Vorspann

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: Best Brands 2010

Marketing ist so erotisch wie alte, hinter der Bollerheizung vergessene Socken. Falsch gedacht! Zumindest im Vorspann von ProSiebenSat.1 Creative Solutions zum Event 'Best Brands 2010' ist das nicht der Fall. Hier wird Markenführung anschaulich und emotionalisierend aufbereitet dargestellt: Menschen, die im historischen Gedächtnis verankert sind, zeichnen sich durch bestimmte Eigenschaften aus – sie sind anders, revolutionär, unangepasst, genial, verrückt, neugierig und kompromisslos. Und so ist es auch bei Marken: es gibt unendlich viele Markenzeichen, aber nur die besten sind wahre Marken mit Persönlichkeit und ProSiebenSat.1 Creative Solutions gehört mit Sicherheit dazu.

Kreativ-Team: **Markus Baier**, Projektmanagement ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Benjamin Klopp**, Editor ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Andre Otto**, Designer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Sebastian Schwarzer**, Creative Director/Texter ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Christian Threimer**, Art Director Design ProSiebenSat.1 Creative Solutions

Promotion-Spot

WDR: Alles unter einer Kappe

Um nicht erneut die ewig gleichen Pfade der jährlichen Karnevalsbewerbung im TV zu beschreiten, hat der WDR mal eine andere Idee umgesetzt: Außerirdische entdecken den Karneval und sind erstaunt über das seltsame Treiben der Erdlinge. Aber offenbar ist das ganze Raumschiff sofort infiziert. Der Karneval verbindet eben nicht nur die Städte entlang der Rheinschiene, sondern auch unterschiedliche Universen – oder so ähnlich...

Kreativ-Team: **Michael Worringen**, Redakteur WDR; **Oliver Kennecke**, Editor WDR; **Angelika Hessler**, Producer Twins; **Karlheinz Tafel**, Sprecher

ZDF: Die Fantastischen Vier im Zweiten

Das "schärfste" Konzert aller Zeiten präsentiert die erfolgreichste deutsche Hip-Hop-Band, die Fanta Vier, bei ihrem Heimspiel in Stuttgart. Am 25. Juli 2009 ließen es die Fantastischen Vier auf den Cannstatter Wasen so richtig krachen und feierten ihr 20-jähriges Band-Jubiläum. Gemeinsam mit einem 80-köpfigen Sinfonieorchester spielten sie vor über 50.000 Fans. In diesem Promotion-Spot wird die Atmosphäre des Live-Konzerts fast 1:1 zu übertragen – HD-scharfe Bilder und ein beeindruckendes Dolby-Audio-Erlebnis. Wer da keine Karten mehr bekam, konnte getrost auf das ZDF bauen.

Kreativ-Team: **Stavros Amoutzias**, Redakteur Corporate Design ZDF; **Thomas Grimm**, Leiter Marketing ZDF; **Stefanie Müller**, Redakteurin On-Air-Promotion ZDF; **Robertino Windisch**, Leiter On-Air-Promotion ZDF; **Daniel König**, Aufnahmeleitung Silbersee; **Wiebke Schuster**, Geschäftsführung Silbersee; **Matthias Freier**, Regie freier.eckert; **Alexander Eckert**, Regie freier.eckert

Promotion-Kampagne

DMAX: Weihnachten

Ist es möglich, die besinnliche Weihnachtszeit und krasses Männerfernsehen miteinander zu verbinden? Ja, DMAX zeigt's: traditionelle deutsche Weihnachtslieder, von einem Männerchor gesummt und kombiniert mit Footage-Material aus dem DMAX-Programm. Diese Promotion-Kampagne ist aber nicht sarkastisch, sondern charmant, markant und innovativ. Weihnachten auch für die tollsten Menschen der Welt: Männer!

Kreativ-Team: Eike Immisch, Leitung Marketing & On-Air-Promotion Discovery Networks Germany; **Philip Wolfarth**, Executive Promotion Producer Discovery Networks Germany; **Karin Furtmeier**, Managing Director BDA München; **Astrid Nowak**, Designer BDA München; **Sebastian Pforr**, Creative BDA München; **Katharina Schmieder**, Production Manager BDA München; **Hanne Wiesner**, Senior Creative/Head of On-Air-Promotion BDA München; **Klaus Leosine**, Sounddesigner/Toningenieur Exit Studios

Interactive- & Online-Promotion

dropout films: Exground Filmfest – Darkroom

Diese Szene ist bekannt: ein junger Mann besucht eine Party – um ihn herum ausgelassene, fröhliche und tanzende Menschen. Doch was dann passiert, ist dann doch etwas ungewöhnlich: nachdem der Mann den Raum passiert hat, kommt er zu einem Durchgang, der in einen weiteren Raum führt. Davor befinden sich zwei Türsteher, die er sichtlich amüsiert begrüßt, um dann in den Raum dahinter zu gehen. Die beiden Männer folgen ihm – von hinten sehen wir die Chaps der beiden Muskelpakete. Die Kamera fährt nach oben und zeigt, was über dem Durchgang zum Raum steht: Darkroom – "Nicht überall wo es dunkel ist, laufen gute Filme".

Kreativ-Team: Susanne May, Producer dropout-films; **Daniel Seideneder**, Regie dropout-films; **Dirk Wellbrock**, Creative Producer dropout-films; **Dirk Redmer**, Musik schick.s; **Bernd Thurig**, Ton/Sounddesign Tonstudio Thurig; **Martin Gessner**, Producer upstart!media; **Andrea Wink**, Festivalleitung WI Filmfest e.V.; **Harald Capota**, DOP

anderes Genre

Screenworks: ZDF – Goldene Kamera 2010

Der Spielfilm anlässlich der Vergabe der Goldenen Kamera an Joachim Fuchsberger für dessen Lebenswerk präsentiert die vielfältigen Aktivitäten des Schauspielers und Moderators. Das umfangreiche Schaffen des Stars wird von Screenworks facettenreich, unterhaltsam und emotionalisierend dargestellt. Da ist nicht nur der Protagonist ein Preisträger, sondern vor allem auch der Einspieler.

Kreativ-Team: Peter Hirdes, Creative Director Screenworks; **Matthias Lehnigk**, Head Producer Screenworks; **Olaf Wicke**, Geschäftsführer Screenworks ; **Sonja Hamm**, Hauptredaktion Show ZDF

Show

Vorspann

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben - Germany's Next Topmodel

Heidi Klum hat ja schon so einiges an ihrem Körper getragen – aber sicherlich noch nicht das, was ProSiebenSat.1 Creative Solutions ihr für den Vorspann zur neuen Staffel 'Germany's Next Topmodel' auf den Leib schneiderte: Heidis elegantes Kleid entpuppt sich beim Flanieren über den Laufsteg als ein im wahrsten Sinne des Wortes in Schmetterlinge und Blütenblätter auflösendes Gewand, das fast den ganzen Bildschirm füllt. Das Urteil: Fashion meets ProSieben at its Best! Heidi, wir haben ein Foto für Dich...

Kreativ-Team: Sandra Beul, Senior Writer Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Annika Gottgetreu**, Project Manager ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Dorit Lang**, Senior On-Air-Designer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Cornelia Thaler**, Leitende Redakteurin ProSieben; **Liga 01 Computerfilm**; **Horst Czenkowski**, Regisseur

Promotion-Spot

RTL CREATION: RTL – Domino Day

Jedes Jahr findet der Domino Day bei RTL statt. Jedes Jahr heißt es dann für RTL CREATION, eine neue Idee für den Promotion-Spot zu entwickeln. Und jedes Jahr gelingt es RTL CREATION, eine neue Geschichte zu erzählen. 2009: seit Anbeginn der Zeit gibt es einen Tag, dem die Menschen entgegenfiebern: dem Domino Day! Schon die Urzeitmenschen haben Steine gestoßen. Aber nicht die heutigen Spielsteine, sondern gigantische Pfeilersteine. Das Urteil der Jury: 10 Steine für RTL und RTL CREATION!

Kreativ-Team: **Michael Becker**, VFX Designer RTL CREATION; **Oliver Bittner**, Chef Producer RTL CREATION; **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Stephan Lampen**, Producer RTL CREATION; **Arne Thomas**, Sounddesigner RTL CREATION; **Stefan Simon**, Kamera, **Alexander Kiefer**, 3D-Animation

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – Schlag den Raab

Was macht denn der Moderator der ProSieben-Show 'Schlag den Raab', Matthias Opdenhövel, in der bekannten James Bond-Szene mit Daniel Craig beim Pokerspiel? Er ist auf einer Mission und bewirbt die erfolgreiche ProSieben-Show. Am Schluss schafft er es sogar, 007 seinen Spieleinsatz von 500.000 Euro aus der Tasche zu ziehen. Tja, so kann es jedem gehen, der bei 'Schlag den Raab' antritt. Da können sogar die größten Bildschirmhelden ihre Mission verlieren!

Kreativ-Team: **Markus Baier**, Senior Writer Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Horst Czenkowski**, Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Ute Deutschmann**, Executive Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Paul Seewald**, Editor ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Walter Bierlmaier**, Marketing Show German Free TV

Kinder & Familie

Vorspann

ZDF: Die Jungs WG

Bei Vati und Mutti ist alles grau und langweilig. Jetzt wartet auf fünf Jungs ein spannendes Abenteuer. Während ihrer Sommerferien ziehen sie in eine Wohngemeinschaft. Das heißt für die Teens vor allem: vier Wochen ohne Eltern, ohne Bevormundung, ohne Kontrollen und ohne Bemutterung. Ob das wohl gut geht? Auch der Vorspann ist bunt, chaotisch und laut wie die Serie selbst. Absolut passende Gestaltung für die junge freche Zielgruppe.

Kreativ-Team: **Eva Radlicki**, Red. Leitung Information/Kinder & Jugend ZDF; **Georg Bussek**, Executive Producer E+U TV; **Alexander Freisberg**, Produzent E+U TV; **Stefan Müller**, Trailer Design Grosse 8; **Joerg Thommes**, Trailer Design Grosse 8

Promotion-Spot

BR: dasbloghaus.tv

Wie wird man ein Filmstar? Was braucht man als Filmstar? In welcher Stadt geht das am besten? Auf der Straße beantworten Jugendliche diese Fragen: London, Paris oder New York sind aber die falschen Antworten. Und das ist im Spot an einem typischen Buzzer-Signal deutlich zu hören. Die richtige Antwort lautet 'Lindau am Bodensee' – denn hier findet das offene Schauspiel-Casting für die Jugendserie dasbloghaus.tv statt. Ein einprägsamer Spot, der zum Mitmachen einlädt!

Kreativ-Team: **Aysin Eralp**, Kamerafrau BR; **Simon Jöcker**, Redakteur/Regie BR; **Volker Jungbäck**, Leiter On-Air-Promotion BR; **Renate Leykauf**, Cutterin/On-Air-Designer BR

Disney: Zeke & Luther

Bei Zeke & Luther stehen Skateboarder und Spaß an erster Stelle. Und das vermittelt auch der Promotion-Spot zum Start dieser Serie auf Disney XD. Die spezielle Machart dieses Spots, der nur mit Geräuschen arbeitet, fällt aus dem Rahmen – und trifft damit den Kern der Serie und das Herz der Zielgruppe.

Kreativ-Team: Berns Huebl, Writer/Producer Disney Channels; **Guido Schulz**, Senior Manager Creative Services Disney Channels; **Christian Gandl**, Producer On-Air

Promotion-Kampagne

Super RTL: Die Dinos kommen

Die Promotion-Kampagne der Doku-Reihe 'Die Dinos kommen' spricht die gesamte Familie an. Anstatt einfach nur beeindruckende Bilder von Dinosauriern und ihrer Lebensumgebung zu zeigen, hat sich Super RTL mal was anderes ausgedacht. Die einzelnen Promotion-Spots erzählen fiktionale Geschichten und setzen die Dinosaurier als Protagonisten ein. Fantasie und Information für Kinder und Eltern gleichermaßen!

Kreativ-Team: Sven Braun, On-Air-Promotion Manager Super RTL; **Stefan Mays**, Leiter On-Air-Kommunikation Super RTL; **Alexander Knörk**, Grafik Marco Kuschnier; **Marco Kuschnier**, Creative Director Marco Kuschnier

Schweizer Fernsehen: SF bi de Lüt – Familiensache

Einzelne Trailer zeigen Menschen und ihre Familien in ihrem alltäglichen Leben. Alltäglich? Bei diesen Familien ist das nicht so ganz der Fall: eine Bergbauernfamilie, eine Artistensippe und ein Tierarztclan berichten im Rahmen der Sendung 'SF bi de Lüt – Familiensache' aus ihrem jeweils ganz speziellen Privatleben. Die Promotion-Kampagne weckt die Neugier auf ein Miterleben der etwas anderen Art.

Kreativ-Team: Claudia Bossert, Leiterin Kommunikation & Marketing Schweizer Fernsehen; **Alexander Marchet**, Leiter Programmpromotion Schweizer Fernsehen; **Patrice Terreni**, Redaktor Schweizer Fernsehen

Interactive- & Online-Promotion

TOF Intermedia: Super RTL – Magischer Verkleidungswettbewerb

Mit diesem interaktiven Promotion-Spot ruft Super RTL seine kleinen Zuschauer zum Mitmachen auf: die Kids können sich verkleiden, Fotos von sich machen und am 'Magischen Verkleidungswettbewerb' teilnehmen. Im Rahmen eines Gewinnspiels können sie sogar Preise gewinnen. So macht Fernsehen Spaß – TV zum Mitmachen. Das finden wir Super RTL!

Kreativ-Team: Stefan Ebel, Producer TOF Intermedia; **Benno Friebe**, Geschäftsführer TOF Intermedia; **Oliver Haroun**, Creative Director TOF Intermedia; **Michael Tobinsky**, Geschäftsführer TOF Intermedia; **Silke Bartels**, On-Air-Promotion Manager Super RTL; **Jens Schade**, Kamera Cameleon; **Manuel Schmitt**, Graphic Animations Framefloor; **Björn Wagner**, Music Consultant NON-STOP Music Germany

Serie & Mini-Serie

Vorspann

ZDF/ACHT FRANKFURT: Flemming

Der Vorspann zur Krimiserie 'Flemming' führt die Protagonisten der Serie kurzweilig ein. Flemming polarisiert und eckt bei seinen Kollegen immer wieder an. Die Darstellung der täglichen Ermittlungsarbeit zeigt: die Charaktere könnten unterschiedlicher nicht sein. Das Miteinander ist

schwierig, doch in einem Team geht es auch nicht ohne einander. Na, das kann ja spannend werden: Mord, Intrigen und Indiziensuche garantiert.

Kreativ-Team: **Thomas Grimm**, Leiter Marketing ZDF; **Horst Schick**, Leiter Corporate Design ZDF; **Nicole Schuster**, Projektleitung ZDF; **Tim Bollinger**, Digital Artist Acht Frankfurt Visual Catering; **Christiane Jähnel**, Creative Director Acht Frankfurt Visual Catering; **Timo Wolf**, Producer Acht Frankfurt Visual Catering; **Harald Capota**, Kamera dropout-films; **Daniel Seideneder**, Regie dropout-films; **Tim Gehrke**, Producer Phoenix Film

Screenworks: ZDF – Marie Brand

Marie Brand ist eine besondere Kriminalkommissarin mit außergewöhnlichen analytischen Fähigkeiten. Ein Ausdruck ihrer Hochbegabung ist ihr Talent, beidhändig zu schreiben. Und diese Gabe wird auch im Vorspann zur Serie betont: grafisch und typografisch dargestellte zweidimensionale Tatorte und gesammelte Indizien verwandeln sich zu dreidimensionalen Räumen, in denen sich die Protagonistin mit sicherem Gespür bewegt. Ein Vorspann, der gleichermaßen aufmerksamkeitsstark wie auch symbolisch-eindrucksvoll gestaltet ist.

Kreativ-Team: **Peter Hirdes**, Creative Director Screenworks; **Aaron Rositzka**, Motion Designer Screenworks; **Tobias Varola**, Art Director & Motion Design Screenworks; **Olaf Wicke**, Geschäftsführer Screenworks; **Micha Terjung**, Produzentin Eyeworks Fiction Cologne

Promotion-Spot

Schweizer Fernsehen: Serien auf SF zwei

Serien auf SF zwei sind nicht einfach nur Serien, sondern treffen mitten ins Herz. Dieser Promotion-Spot lässt Serien-Stars wie Dr. House, die Ärzte aus Grey's Anatomy und Horatio Cane von CSI Miami den Rod Stewart Song 'Have I told you lately' lippen-synchron nachsingen. Zusammen mit der Montage verschiedener Szenen aus den Serien entsteht so ein romantischer Spot, der insbesondere das weibliche Zielpublikum ansprechen soll. Macht einfach Lust auf mehr!

Kreativ-Team: **Claudia Bossert**, Leiterin Kommunikation & Marketing Schweizer Fernsehen; **Alexander Marchet**, Leiter Programmpromotion Schweizer Fernsehen; **Thomas Schümperli**, Redaktor Schweizer Fernsehen

RTL CREATION: RTL – Alarm für Cobra 11

Explodierende Autos, die in die Luft fliegen, quietschende Reifen und zwei starke Helden – das kennt man von 'Alarm für Cobra 11'. RTL CREATION hat sich dieser Klischees bedient, um einen etwas anderen Promotion-Spot zu produzieren: die beiden Serienhelden Semir und Ben haben es mal wieder eilig und fahren ihren verdreckten Wagen rasant in eine Waschstraße. Das Tor geht zu und dann... ein lauter Knall – Pistolenschüsse, Teile des Dachs fliegen brennend in die Luft. Kurz darauf erscheinen die beiden abgekämpft mit Schaum an der Kleidung, aber ohne Auto. RTL CREATION zeigt eindrucksvoll, wie virtuos sie mit den bekannten Action-Klischees spielen können. Späteres Augenzwinkern nicht ausgeschlossen!

Kreativ-Team: **Michael Becker**, VFX Designer RTL CREATION; **Patrick Gericke**, Producer Regie/Schnitt RTL CREATION; **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Mirjam Pézsa**, Chefproducing RTL CREATION; **Lars Truhn**, Producer Konzept RTL CREATION; **Desirée van der Pas**, Producer Konzept RTL CREATION; **Gregor Wagner**, Sound Design RTL CREATION

Red Bee Media: BBC Three – Being Human

Bristol: Fische in einer Tierhandlung, Füchse auf der Straße und Polizeibeamte auf ihren Pferden. Die Tiere spielen verrückt, wenn die subjektive Kamera an ihnen vorbeizieht. Vor einer Haustür stehen drei Protagonisten, die anscheinend ihren Haustürschlüssel vergessen haben. Kein Problem für die weibliche Hauptfigur – sie geht einfach durch die geschlossene Tür. Natürlich: "They are among us. A vampire, a werewolf, and a ghost." Ein ästhetisch verführerender, aber auch mysteriöser Spot. Magisch, mystisch, mega-gut!

Kreativ-Team: **Sarah Caddy**, Producer Red Bee Media; **Mina Patel**, Creative Director Red Bee Media; **Michael Reeves**, Account Director BBC Three Red Bee Media; **Matt Rhodes**, Director Red

Bee Media; **Jason Thomson**, Creative Red Bee Media; **Daniel Buchuk**, Brand Executive BBC; **Anna Skelton**, Marketing Manager Drama BBC; **Marcus Millichope**, Post Production The Mews

Promotion-Kampagne

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – Fringe

"Es geschehen Dinge, die niemand erklären kann." ProSiebenSat.1 Creative Solutions hat eine Promotion-Kampagne entwickelt, die genauso rätselhaft und spannend aufgebaut ist, wie die zu promotende Serie selbst. So sehen wir beispielsweise in einem Spot einen halbierten Apfel mit zwei identischen Embryos statt Kernen im Gehäuse. In einem anderen hören wir eine Stimme: "Die größte Herausforderung eines Wissenschaftlers ist es, nicht selbst Gott spielen zu wollen." Mysteriös, gruselig und hochspannend... Wer wissen will, wie es weiter geht, muss ProSieben einschalten!

Kreativ-Team: **Markus Baier**, Senior Writer Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Andreas Brunsch**, Unitleiter Online ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Oliver Driemel**, Konzeptioner ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Rudy Hoeppe**, Creative Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Markan Karajica**, Bereichsleiter ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Verena Schuster**, Art Directorin ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Lena Widmayer**, Pojektmanager ProSieben

DMAX: 24

Mit der Serie '24' strahlt DMAX erstmals eine Fiction-Serie in seinem Programm aus – und das in ungekürzter Version. In den Trailern der Promotion-Kampagne werden die DMAX-Gesichter und '24'-Agent Jack Bauer miteinander verbunden: der Checker und die Ludolfs interagieren virtuell mit dem Ermittler Jack Bauer – ihre Mission: '24' im DMAX-Programm. Denn Jack Bauer ist beim Männersender genau richtig platziert – fesselnde Spannung und purer Nervenkitzel sind garantiert!

Kreativ-Team: **Eike Immisch**, Leiter Marketing & On-Air-Promotion Discovery Networks Germany; **Philip Wolfarth**, Idee/Executive Promotion Producer Discovery Networks Germany; **Emanuel Cojocar**, Creative Edit BDA München; **Sami El-Eslambouly**, Production Manager BDA München; **Ron Glavas**, Production Manager BDA München; **Karin Furtmeier**, Business Director BDA München; **Hanne Wiesener**, Senior Creative/Head of On-Air-Promotion BDA München

ARTE: Avengers

Alle Folgen des Serien-Klassikers 'Avengers' auf ARTE – mit John Steed und Emma Peele, Mike Gambit und Purdey. Mal in schwarz-weiß, mal in Farbe. Ebenso kontrastreich ist die Promotion-Kampagne dazu, die geschickt mit den O-Tönen der Protagonisten spielt. ARTE zeigt den Union Jack und mehr als ein Jahrzehnt Schirm, Charme und Melone. Britischer Humor und Understatement garantiert: Deshalb: "Nicht vergessen: ARTE einschalten!"

Kreativ-Team: **Mikaël Cuchard**, Grafiker ARTE; **Christian Gyss**, Regisseur ARTE; **Henri L'Hostis**, Sendeleiter ARTE; **Petra Mekaoui**, Produktionsleiterin ARTE; **Joan Selke**, Produktionsleiterin ARTE; **Karl Weege**, Ton Producer ARTE

Interactive- & Online-Promotion

Red Bee Media: Dave – Red Dwarf

Ein Alternate Reality Game als Promotion für die Premiere der Science Fiction-Kult-Serie 'Red Dwarf: Back to Earth' im Dave-Programm? Red Bee Media gab den Fans die Möglichkeit, aktiver Teil der Serie zu werden: gestreute Nachrichten im Dave-Programm und auf der Website kündigten an, dass etwas Besonderes auf sie wartet. Auf verschiedenen Plattformen wurden Hinweise und Indizien ausgelegt. Die Teilnehmer, die die Hinweise entziffern konnten, bekamen eine Adresse in London für ein geheimes Treffen. Im Rahmen dieses Meet & Greet trafen die Rätsellöser dann auf die Protagonisten der Serie mit anschließendem Premieren-Screening. Interaktiver und anfassbarer kann TV-Promotion kaum sein!

Kreativ-Team: **Paul Fennell**, Design Director Red Bee Media; **Victoria Finlay**, Account Director Red Bee Media; **Katrina Howell**, Creative Director Red Bee Media; **Anke Stentiford**, Senior Producer Red Bee Media; **Bharat Trivedi**, Technical Director Red Bee Media; **Giles Wright**, Senior Developer Red Bee Media; **Tom Lucas**, Director of Marketing UKTV; **Julia Restall**, Marketing Manager UKTV

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – Help me!

Alizee Zeva wird von der Menschenversuchsfirma Massive Dynamics gejagt. Auf rund 20 Social Networks findet sich ihr Profil und die Nachricht: "Help me!". Rätselhafte Codes und mysteriöse Indizien, die sich nach und nach vermehren, erregen Aufmerksamkeit. Sie spornen die Nutzer dazu an, dem Rätsel auf den Grund zu gehen. Die Spur – das wird immer deutlicher – führt zur neuen Serie 'Fringe' auf ProSieben. Einschalten lohnt sich also!

Kreativ-Team: **Markus Baier**, Senior Writer Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Andreas Brunsch**, Unitleiter Online ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Oliver Driemel**, Konzeptioner ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Rudy Hoeppe**, Creative Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Markan Karajica**, Bereichsleiter ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Verena Schuster**, Art Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Lena Widmayer**, Projektmanager ProSieben

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – The Lipstick

Auf den ersten Blick erinnert dieser Interactive-Spot an eine zeitgemäße Werbung für einen Lippenstift mit dem Namen 'Nyc jungle'. Der Spot verweist auf eine Landing-Page auf der frau alles über die Welt der Reichen und Schönen in New York City erfahren kann. Tatsächlich handelt es sich bei der Seite aber um Informationen zur Serie 'The Lipstick'. In der zweiten Phase wurde der Spot dann aufgelöst und mit einem Sendehinweis versehen. Innovativ, interaktiv und trendy – was will frau mehr?!

Kreativ-Team: **Andreas Brunsch**, Unitleiter Online ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Ute Deutschmann**, Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Rudy Hoeppe**, Creative Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Thorsten Pütsch**, Marketingleiter ProSieben; **Simon Ritzler**, Regie

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – Finsdorf

Der schlimmste – oder beste? – Chef der Welt ist zurück: in der 4. Staffel wird Stromberg in ein Kaff namens Finsdorf versetzt – ein Dorf, das es in der Realität nicht gibt. ProSiebenSat.1 Creative Solutions hat es in dieser Online-Promotion zum Leben erweckt. Eine eigene Gemeinde-Website mit allem, was dazu gehört, wurde produziert: Einwohner, Freizeitaktivitäten, Gewinnspiele, Banner-Werbung der Capitol Versicherung und Merchandise. Im ProSieben-Programm gab es ergänzend On-Air-Trailer in Form von klischee-befrachteter Fremdenverkehrswerbung. Stromberg selbst trat erst in Phase zwei der Aktion auf und löste damit nach und nach das Rätsel um 'Finsdorf – das Juwel der Heide'. Dass sich das fiktive Dorf Finsdorf mittlerweile bei Google Maps finden lässt, ist nicht zuletzt auch ein Resultat der erfolgreichen Kampagne.

Kreativ-Team: **Markus Baier**, Senior Writer Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Andreas Brunsch**, Unitleiter Online ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Andreas Buono-Ciric**, Art Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Oliver Driemel**, Konzeptioner ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Rudy Hoeppe**, Creative Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Markan Karajica**, Bereichsleiter ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Tekin Gültekin**, Writer Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Walter Bierlmaier**, Projektmanager ProSieben

360°-Kampagne

ZDF: Alisa – Folge Deinem Herzen

Die 360°-Kampagne zur Telenovela 'Alisa – Folge Deinem Herzen' wurde stringent und passend zum Format auf allen medialen Ebenen umgesetzt. Der Hauptschauplatz der Serie ist das Diamantenunternehmen Castellhoff. Dementsprechend ist das Key-Visual der Kampagne ein Diamantenherz-Kompass. Der Kompass setzt das Motto 'Folge Deinem Herzen' in Gang und spielt damit die Rolle von Amor. Der Wiedererkennungswert dieser Marketingmaßnahme ist garantiert, da sich das Diamanten-Motto On-Air, Off-Air, in Funkspots, Online und auf Merchandise-Artikeln wiederfindet. Insbesondere das weibliche Zielpublikum wurde hiermit konsequent angesprochen. Wer denkt heute bei einem herzförmigen Diamanten nicht sofort an Alisa?!

Kreativ-Team: **Thomas Grimm**, Leiter Marketing ZDF; **Astrid Kämmerer**, Leiterin Off-Air-Promotion ZDF; **Anja Sotscheck**, Redakteurin On-Air-Promotion ZDF; **Robertino Windisch**, Leiter On-Air-Promotion ZDF; **Olaf Oldigs**, Executive Creative Director Kolle Rebbe Werbeagentur; **Daniel Serrano**, Art Director Kolle Rebbe Werbeagentur; **Meada Mounajed**, Geschäftsführer/Executive Producer Rapunzelfilm; **Sven Glage**, Fotograf; **Stephanie von Beauvais**, Director

TV Movie & Film

Vorspann

BDA: Servus TV – Kinozeit

Wie fasst man die verschiedenen Genres der Kinogeschichte in einem kurzweiligen Vorspann zusammen? BDA macht es vor: abstrakte Symbole und Szenen, die grafisch an einen Scherenschnitt erinnern, bringen den Liebesfilm, die Komödie und das Action-Spektakel unter einen Hut. Das Auge der Kamera führt den Betrachter schließlich auf das Logo 'Kinozeit', das sich aus den einzelnen Bildern zusammensetzt. Gleichermäßen prägnant wie auch einprägsam.

Kreativ-Team: **Sami El-Eslambouly**, Production Manager BDA; **Karin Furtmeier**, Managing Director BDA; **Ralf Lobeck**, Creative Director BDA; **Annkatriin Tojek**, Production Manager BDA; **Marta Rumszauer**, Senior Designer BDA; **Volker Bahr**, Head of Postproduction Red Bull Media House; **Andreas Hoess**, Creative Director Red Bull Media House

Schweizer Fernsehen: Spielfilmsignet SF 1

Wie wird der Zuschauer am effektivsten auf das nachfolgende Spielfilmprogramm vorbereitet? Das Schweizer Fernsehen zeigt auf ein Neues, wie es geht: mit dem Spielfilmsignet tauchen die Zuschauer in eine Traumwelt aus Projektorlicht, Emotion und Fiktion ein. Eine bezaubernde Filmmixe führt durch ihren phantastischen Kosmos, bevor sie wieder in die Realität zurückkehrt und der nachfolgende Film auf SF 1 beginnen kann.

Kreativ-Team: **Patrick Arnecke**, Leiter On-Air-Design Schweizer Fernsehen; **Alex Hefter**, Creative Director & Leiter Gestaltung Schweizer Fernsehen; **Wim Möllmann**, Brand Manager Schweizer Fernsehen; **Anne Tyroler**, Executive Producer AixSponza; **Iris Basche**, Designer; **Hans-Günther Wagener**, Komponist; **Konrad Wielandt**, Regisseur, Designer

Promotion-Spot

WDR: Einsfestival – Sinn & Sinnlichkeit

Wer, mit wem und wann? Der Promotion-Spot zur Jane Austen-Verfilmung, die Ende des 18. Jahrhunderts spielt, variiert das älteste Thema der Menschheit in einer spannungsvollen Bild-Ton-Schere. Eine Off-Stimme versucht dem Beziehungswirrwarr auf den Grund zu gehen. Natürlich nicht mit abschließendem Erfolg – da hilft nur WDR einschalten, den Film selber sehen und sonst gar nichts...

Kreativ-Team: **Michael Worringen**, Redaktionsleiter Präsentation & Programmdesign FS WDR; **Susanne Dobrusskin**, Sprecher; **Matthias Fuchs**, Sounddesign; **Alexandra Kravtsova**, Autor

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – Titanic

Einen Film zu bewerben, den die Zuschauer schon in- und auswendig kennen, ist keine einfache Aufgabe. Doch der Spot von ProSiebenSat.1 Creative Solutions erzählt eine komplett andere Geschichte der bekannten Tragödie: die wesentlichen Szenen werden rückwärts gezeigt, so dass am Anfang das unglückliche Ende zu sehen ist. Und – Dank sei Rewind – am Ende doch alles gut wird. Eine betörende Idee für eine Wendung des Schicksals!

Kreativ-Team: Oliver Beninde, Senior Writer/Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Thorsten Rosin**, Projektmanager ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Martina Barth**, Senior Produktmanager GFTV Marketing

Schweizer Fernsehen: Spielfilme auf SF zwei

Der Promotion-Spot für Spielfilme auf SF zwei spielt mit der Entschleunigung dynamischer Filmsequenzen: hier scheinen innige Küsse nie mehr zu enden zu wollen; Kampfszenen werden in ihrem heikelsten Moment eingefroren; und die widerlichsten Bilder werden in einen endlos scheinenden Suspense verwandelt. In diesem Promotion-Spot werden die entscheidenden Momente großer Hollywood-Produktionen in die Unendlichkeit verlängert – so, wie die Magie dieser großen Filme nie das Zeitliche segnet...

Kreativ-Team: Claudia Bossert, Leiterin Kommunikation & Marketing Schweizer Fernsehen; **Alexander Marchet**, Leiter Programmpromotion Schweizer Fernsehen; **Thomas Schümperli**, Redaktor Schweizer Fernsehen

Promotion-Kampagne

RTL CREATION: RTL – 7 Zwerge: Der Wald ist nicht genug

Während der Weihnachtszeit 2009 bewerben die 7 Zwerge selbst den zweiten Teil ihrer Kino-Komödie 'Der Wald ist nicht genug'. Immer wieder huschen die Sieben durch das RTL-Programm und weisen auf ihren Film hin. Anstatt der bekannten Zipfelmützen tragen die Zwerge Weihnachtsmützen und wünschen den Zuschauern ein besinnliches und vor allem humorvolles Weihnachtsfest mit ihrem Film. Hier sind lustige Weihnachten garantiert!

Kreativ-Team: Michael Becker, VFX Designer RTL CREATION; **Björn Klimek**, Creative Director RTL CREATION; **Christian Mirow**, Chefproducer RTL CREATION; **Andi Stephan**, Toningenieur RTL CREATION; **Tobi Varola**, VFX Designer Screenworks

360°-Kampagne

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben - Wählt die Simpsons

Die Free-TV-Premiere von 'Die Simpsons – Der Film' fiel auf den Tag der Bundestagswahl 2009. Und was liegt da näher, als diesen Anlass für die Leitidee einer 360°-Kampagne zu nutzen? Homer Simpson bewirbt sich für den ersten Posten Springfields im Gelben Haus. Und ProSiebenSat.1 Creative Solutions scheut keine Mühen, diesen Spitzenkandidaten im Wahlkampf zu unterstützen: On-Air, Off-Air und Online bis hin zur Ambient-Promotion wurde diese besondere Wahlkampf-Kampagne umgesetzt. Und wenn schon kein Hund zur Hand ist, gibt es eben ein Hausschwein im ersten Wohnsitz von Springfield. Ein Schelm, wer da nicht wählen geht.

Kreativ-Team: Andreas Brunsch, Unitleiter Online ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Joachim de Greiff**, Writer Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Rudy Hoeppe**, Creative Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Markan Karajica**, Bereichsleiter ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Dominik Schütz**, Writer Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Verena Schuster**, Art Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Martina Barth**, Projektmanager ProSieben; **Thorsten Pütsch**, Marketingleiter ProSieben

Musikvideo

Promotion-Spot

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – Spidermänner

Spiderman ist ein harter Typ und kämpft für das Gute. Gleichzeitig braucht er aber auch Zuneigung und Zärtlichkeit von seiner Freundin Mary Jane. Was liegt da näher, als den bekannten Song 'Männer' von Herbert Grönemeyer für einen Promotion-Spot der ganz besonderen Art zu adaptieren? Ein Musikvideo ganz nach dem Motto: 'We love to entertain you' – mit den starken und weichen Seiten der Männer!

Kreativ-Team: **Oliver Driemel**, Texter ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Raphael März**, Senior Writer Producer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Thorsten Rosin**, Projekt Management ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Paul Taylor**, Audio Design ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Martina Barth**, Marketing Spielfilm ProSieben/German Free TV

anderes Genre

Locomotion: Als gäb's kein Morgen mehr

In einer schwarz-weißen Filmoptik wird in dem Musikvideo die Refrainzeile 'Und der Himmel hat sich gedreht' wörtlich genommen: mit sogenannten Ballhaus-Fahrten – einer 360°-Bewegung der Kamera – wird die Performance der Musiker festgehalten. Ein nicht nur klangvolles, sondern im wahrsten Sinne des Wortes bewegendes Erlebnis!

Kreativ-Team: **Sophia Stäps**, Post-Producer Locomotion; **Chris Vulpi**, Head of Post Production Locomotion; **Claudia Bauer**, Producer Zeitsprung Commercial; **Ergun Cancaya**, Kamera; **Florian Meimberg**, Regie

gesellschaftliches Engagement

Promotion-Spot

ProSiebenSat.1 Creative Solutions: ProSieben – Eine Stimme & Geh Wählen!

Um Erst- und Jungwähler dazu zu motivieren, bei der Bundestagswahl 2009 wählen zu gehen, produzierte ProSiebenSat.1 Creative Solutions den Promotion-Spot 'Geh wählen! Eine Stimme!'. Testimonials wie Stefan Raab, Oliver Welke und Kai Pflaume rufen mit ihrer Aussage 'Ich gehe!' zum Kreuzchen machen auf. Vorbildliches gesellschaftliches Engagement!

Kreativ-Team: **Andreas Brunsch**, Unitleiter Online ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Rudy Hoeppe**, Creative Director ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Markan Karajica**, Bereichsleiter ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Marcello Saglimbeni**, PJM ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Michael Schillack**, Designer ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Richard Schweiger**, Leiter Kreation ProSiebenSat.1 Creative Solutions; **Thorsten Pütsch**, Marketingleiter ProSieben; **Horst Czenkowski**, Regie

ARTE: Internationaler Frauentag

Innerhalb von 30 Sekunden verwandelt sich ein Mann optisch zur Frau. Dieser Spot bewirbt das Sonderprogramm zum Internationalen Frauentag auf ARTE. Liebe Männer, trotz der heute vielfältigen optischen Manipulationsmöglichkeiten müsst ihr beim 'Internationalen Frauentag' draußen bleiben. Aber ARTE einzuschalten, ist natürlich erlaubt!

Kreativ-Team: **Sylvie Bocqui**, Text-Konzeption ARTE; **Julien Ditsch**, Regisseur ARTE; **Laure Isenmann**, Regisseurin/Grafikerin ARTE; **Henri L'Hostis**, Sendeleiter ARTE; **Sandra Martin**, Produktionsleiterin ARTE; **Béatrice Meier**, Text-Konzeption ARTE; **Petra Mekaoui**, Produktionsleiterin ARTE; **Sylvia Walks**, Produktionsleiterin ARTE; **Karl Weege**, Ton Producer ARTE

Partner

CRAXX Medienproduktion, Brandsome, ifs internationale filmschule köln, Interone, Deutsche Welle, RTL CREATION, Super RTL, VOX, n-tv, verytv, Locomotion, RTL interactive, Köln International School of Design, Pixelpark, eberweinpardeike, TOF Intermedia, Screenworks, Avid, der EUROPÄISCHEN UNION, Investitionen in unsere Zukunft – Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, und das Land Nordrhein-Westfalen, vertreten durch das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie

Texte frei zur Veröffentlichung ab dem 22. April 2010, 19.30 Uhr / Belegexemplar erbeten an:
Eyes & Ears of Europe –
Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien e.V.
Wout Nierhoff (Verantwortlich), Isabel Krischer, Ina Braun (Redaktion)
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>