



Deutsche Werbefilmakademie e.V.

Smarter Humor siegt beim Deutschen Werbefilmpreis 2021

Hamburg, den 7. Juni 2021 – Beim Deutschen Werbefilmpreis 2021, der in der Festival-Woche vom 30. Mai bis 5. Juni zum achten Mal von der Deutschen Werbefilmakademie verliehen wurde und digital über die Bühne ging, wurde „Whatever you drive, drive #LikeABosch“ in der Königsdisziplin „Bester Werbefilm“ ausgezeichnet. Mit einem zweiten „Hatto“ wurde die Regieleistung von Ben Callner gewürdigt, somit trägt die Filmproduktion Czar zwei der begehrten Auszeichnungen nach Hause.

Einen Doppelsieg verbuchen auch Element E, deren Film „Verpass es nicht noch mal“ für den Regionalverband Ruhr ebenfalls auf Humor setzte und in den Kategorien Skript und Art Department gewann, und Anorak für „Family Diary“ (WhatsApp). Der emotionale Dreiminüter über eine Schwangerschaft in Pandemiezeiten siegte in der Kamera-Kategorie und erhielt außerdem den „Preis der Medien“ von einer Fachjournalistenjury, bestehend aus Bärbel Unckrich von Horizont, Maximilian Flaig von Werben & Verkaufen, Claudia Bayer von Meedia, Vanessa Rummelhagen von New Business und Jamie Madge vom britischen Shots.

Für die insgesamt dreizehn „Hattos“ kürte die Grand Jury aus den 34 Nominierungen sieben weitere Filme. „Love Says“ von Akkurat Studios für das NGO „Color of Change“ machte das Rennen in der Kategorie Schnitt, „Es scheint unmöglich. Bis Du es machst“ für Hornbach (Tony Petersen Film/MJZ) wurde für „Beste Visuelle Effekte“ gekürt, und die Animation bei „Eurythenes Plasticus“ für den WWF (Sehsucht) ausgezeichnet. Den „Hatto“ für „Beste Komposition“ holte „Insomnia“ von Nylon Film für Deutsche Welle, „More Than a Mark“ für Unicef (BWGTBLD) siegte in der Kategorie Sounddesign. In der erstmals vergebenen Kostümbild-Kategorie wurde Larissa Bechtold für „I'm in Charge“ ausgezeichnet, den Akkurat Studios für Hyundai Ioniq produziert hat.

Beim Werbefilmnachwuchs fiel die Wahl der Grand Jury auf Sandro Rados, dessen Abschlussarbeit "Weird Search Requests" an der Filmakademie Baden-Württemberg in diesem Jahr auch schon beim Spotlight Festival sowie vom Art Directors Club mit Gold in der Studentenkategorie ausgezeichnet worden ist. Rados wird mit einem Preisgeld in Höhe von 2.500 € von der Treuhandgesellschaft Werbefilm bedacht, zusätzlich stiftet MassiveMusic dem Regie-Talent ein Musiklizenzen-Volumen von 15.000€.

Die pandemiebedingt digitale Award-Show wurde in der Woche von 30. Mai bis 5. Juni auf Instagram und IGTV präsentiert, gekrönt von einer Abschlusszeremonie, bei der der international gefeierte Pianist und Entertainer Chilly Gonzales ein Konzert gab – wie immer in Morgenmantel und Badeschlappen, seinem Bühnen-Outfit.

„Der Produktions-Output des ersten Pandemiejahres, dem viele mit gemischten Gefühlen entgegen sahen, hat bildgewaltig gezeigt, dass unsere Branche auch unter widrigsten Bedingungen großartige Filme produzieren kann“, sagt Myriam Zschage, Projektleiterin der Deutschen Werbefilmakademie.

„Die prämierten Werbefilme zeigen eindrucksvoll die hohe Qualität der gesamten Branche von der Kreation bis zur Umsetzung. Der besondere Kniff, den es braucht, um kommerzielle Bewegtbilder gleichsam künstlerisch einprägsam und unterhaltend zu gestalten, spiegelt die diesjährige Auswahl“, sagt Dr. Carsten Brosda, Hamburgs Senator für Kultur und Medien. „Ich habe großen Respekt davor, dass dies trotz aller Widrigkeiten während der Corona-Pandemie so erfolgreich gelungen ist. Dies ist nicht minder dem Engagement des Veranstalters zu verdanken. Hamburg ist ein bedeutender Standort für die Branche und erhält durch den Deutschen Werbefilmpreis die verdiente Sichtbarkeit.“

„Auch in Pandemiezeiten brachte uns der Deutsche Werbefilmpreis viele glückliche Momente, die ohne unsere großartigen Juroren ebenso wenig möglich gewesen wären wie ohne unsere treuen Sponsoren“, sagt Tony Petersen, Vorstand der Deutschen Werbefilmakademie. „Deshalb an dieser Stelle ein großes Dankeschön!“

Als Sponsoren unterstützten den DWP 2021 die Stadt Hamburg und TWF Treuhandgesellschaft Werbefilm sowie MassiveMusic, Cinagate, Getty Images, adag Payroll Services, Sonoton Music, DeeBeePhunky International Casting und BLM Film.

Über die Deutsche Werbefilmakademie

Die eigenständige und unabhängige Deutsche Werbefilmakademie e.V. wurde im Juni 2013 von den im Verband organisierten Werbefilm- und Postproduzenten gegründet. Nach Vorbild der amerikanischen und deutschen Spielfilmindustrie bietet sie dem deutschen Werbefilm ein Forum und trägt der wachsenden Bedeutung der Bewegtbildkommunikation Rechnung. Ihr Ziel ist es, Qualität zu sichern, Talente zu fördern, herausragende Arbeiten auszuzeichnen, Innovationen voranzutreiben und den interdisziplinären Austausch zu forcieren.

www.deutscher-werbfilmpreis.de/de/
www.deutsche-werbfilmakademie.de/de/

Pressekontakt

Jessica Fuchs

fuchs.jessica@me.com

+49-174-3409691