



Deutsche Werbefilmakademie e.V.

Hornbach räumt beim Deutschen Werbefilmpreis 2024 ab

Hamburg, den 18. März 2024 – Beim Deutschen Werbefilmpreis 2024, der am 15. März zum elften Mal von der Deutschen Werbefilmakademie verliehen wurde und auf Kampnagel zu Hamburg vor über 800 Gästen gefeiert wurde, zeichnete die Grand Jury um Tony Petersen den Hornbach-Film „Lass die Natur mal machen“ von Czar (Agentur: HeimatTBWA) in der Königsdisziplin „Bester Werbefilm“ aus. Mit einem weiteren „Hatto“ wurde dieselbe Produktion in der Kategorie „Sound Design“ bedacht.

Der einzige weitere Film, der am Freitagabend mehrfach ausgezeichnet wurde, ist ebenfalls für den Kunden Hornbach produziert worden: „Quadratmeter“ (Produktion: Tony Petersen Film) wurde mit zwei Hattos bedacht, in den Kategorien Regie (ausgezeichnet wurde Steve Rogers) und Art Department (Preisträger: Steven Jones-Evans).

Ansonsten zeichnete sich ein heterogenes Bild bei der Verleihung des begehrten Werbefilmpreises ab: Jeweils ein Hatto ging an Burger King „Xmas Hangover“ (Kategorie: Skript, Produktion: erste liebe, Agentur: Grabarz & Partner), Hyundai „How far we’ve come“ (Kategorie: Kostüm, Produktion: Bonaparte, Agentur: Jung von Matt), O2 x Sebastian Steudtner „The Wave“ (Kategorie: Komposition, Produktion: BWGTBLD, Agentur: Serviceplan), Procter & Gamble „Lust auf Zukunft“ (Kategorie: Kamera, Produktion: oh, boy, Agentur: Bär Tiger Wolf), Lidl „Der Zauber besonderer Momente“ (Kategorie: Animation, Produktion: Zauberberg, Postproduktion: bEpic, Agentur: BBDO), Kia „Icons“ (Kategorie: VFX, Produktion: Stink, Postproduktion: Katalyst, Agentur: Innocean), BMW „Father & Son“ (Kategorie: Schnitt, Produktion: Iconoclast, Agentur: The Game Group/Jung von Matt).

In der heiß umkämpften Nachwuchs-Kategorie ging der Hatto erneut an den renommierten Jungfilmer Sinan Sevinc von der Filmakademie Baden-Württemberg, der mit „Split Second“ für Associated Press wieder einmal sein außergewöhnliches filmerisches Talent offenbarte.

„Es ist ungemein motivierend zu sehen, dass die meisten der ausgezeichneten Filme nicht nur handwerklich in ihrer Umsetzung bestechen, sondern darüber hinaus auch noch eine gesellschaftlich relevante Botschaft senden“, sagt Myriam Zschage von der Deutschen Werbefilmakademie. „Wir alle sollten uns ermuntert fühlen, die auch von unserem Kultursenator Dr. Carsten Brosda am Freitagabend geforderte Verantwortung in der Kreativbranche wahrzunehmen und Vermittler einer vielfältigen, bunten und inklusiven Gesellschaft zu sein.“

Ein letzter Hatto ging an McDonalds x DBS für „We the (In)Visible“ (Produktion: Sterntag, Postproduktion: Zornshot, Agentur: Jung von Matt) – der „Preis der Medien“ wird von einer

Pressekontakt

Jessica Fuchs
fuchs.jessica@me.com
+49-174-3409691

renommierten Fachjournalist*innenjury verliehen. Sie setzte sich dieses Jahr zusammen aus Bärbel Unckrich von Horizont (die auch die Laudatio hielt), Claudia Bayer von New Business, Annette Mattgey von Werben & Verkaufen, Andreas Marx von Absatzwirtschaft, Evi Papadopoulou von Leaders Net, sowie den britischen Fachjournalist*innen Nisna Mahtani von Little Black Book Online und Jamie Madge von Shots.

Traditionell wird beim Deutschen Werbefilmpreis auch der Film gezeigt, dessen Konzept ein halbes Jahr zuvor beim ebenfalls von der DWA ausgerichteten „Christian-Köster-Förderpreis“ gewonnen hat. Ivetta Urozhaeva (Regie) und Daniil Tyves (Kamera) zeigten am Freitagabend das beeindruckende Ergebnis mit dem Titel „Boubacar“ um ihren Protagonisten Boubacar Tangara, gefördert von Weischer Cinema mit einem Media-Gegenwert von 15.000 Euro. Produziert wurde der Film von der Nachwuchsproduktionsfirma WennDannFilm aus München.

Eine Neuerung beim Deutschen Werbefilmpreis 2024 war die abendliche Ehrung der besten nachhaltigen Produktion mit dem Green Award „Die Giraffe“, die zum dritten Mal verliehen und in den beiden Jahren zuvor noch beim vormittäglichen „Creative Panel ausgezeichnet wurde. Den mit 2.500 EUR dotierten ersten Preis gewann TPFilm für „Aktion Mensch“. Mit dem zweiten und dritten Preis wurden Zauberberg für „Kleinanzeigen“ sowie Jyoti Film für „Greenpeace“ ausgezeichnet und erhielten jeweils ein Sachsponsoring in Höhe von 1.000 EUR der Firma Everest.

Ein emotionaler Auftakt der Veranstaltung war die Verleihung der Ehrenmitgliedschaft der Deutschen Werbefilmakademie an den Grandseigneur des Werbefilms, Jörg Bittel. Seine Firma Markenfilm ist unangefochtener Primus der Produktionen hierzulande und war für eine Vielzahl der heute erfolgreichen Werbefilmproduzent*innen eine Art „Filmschule“. Jörg Bittel, der von seiner Frau, seiner Tochter und den Enkelkindern begleitet wurde, erhielt minutenlange Standing Ovations.

Als Sponsor:innen unterstützten den DWP 2024 Accenture Song, adag, Apes Production, DeeBeePhunky, Everest, Getty Images, Graef Rechtsanwälte, Kaepn, PRG Cinagate, Rebel Fins, die Stadt Hamburg, TWF und Weischer Cinema.

Über die Deutsche Werbefilmakademie

Die eigenständige und unabhängige Deutsche Werbefilmakademie e.V. wurde im Juni 2013 von den in der Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen e.V. 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-werbefilmpreis.de/de/
www.deutsche-werbefilmakademie.de/de/

Pressekontakt

Jessica Fuchs
fuchs.jessica@me.com
+49-174-3409691