



Pressemeldung

Deutsche Werbefilmakademie e.V.

Monstermäßig abgeräumt: Gnu Gnu verzaubert die Jury

Der Gewinner des Deutschen Werbefilmpreises 2019 ist „Ein monstermäßiger Film“

- „Ein monstermäßiger Film“ (Produktion: tempomedia) gewinnt in der Königskategorie „Bester Werbefilm“, „Beste Regie“ sowie den „Preis der Medien“
- Aus 30 nominierten Arbeiten wurden zwölf Gewinner mit dem begehrten „Hatto“ geehrt

Hamburg, 23.3.2019 – In der Kulturfabrik „Kampnagel“ in Hamburg hieß es am Freitagabend wieder: „Und der Gewinner ist...“. Die Deutsche Werbefilmakademie vergab in zwölf Kategorien den begehrten „Hatto“. Der „Preis der Medien“, bei der eine ausgewählte Jury aus Fachjournalisten ihren Lieblingsfilm kürte, wurde in diesem Jahr zum zweiten Mal vergeben.

Mit nur einer Nominierung in der Kategorie *Beste Regie* gewann „Ein monstermäßiger Film“, produziert von tempomedia (Postproduktion von Mikros MPC) für den Kunden Huawei, die Königskategorie *Bester Werbefilm* und auch *Beste Regie*.

Der *Preis der Medien* ging ebenfalls an „Ein monstermäßiger Film“. Stellvertretend für die Medien-Jury, bestehend aus Annette Dombrowski (filmecho/filmwoche), Bärbel Unckrich (HORIZONT), Daniela Strasser (WuV), Thomas Lücknerath (DWDL), Scott Roxborough (The Hollywood Reporter), Vanessa Rummelhagen (New Business) und Hans von Bock (Deutsche Welle), übergab Bärbel Unckrich von HORIZONT den Preis an Justin Mundhenke von tempomedia.





Bereits zum zweiten Mal wurde dieser Sonderpreis verliehen und soll, laut Myriam Zschage (Projektleitung Deutsche Werbefilmakademie), den interdisziplinären Austausch und die Diskussion mit der Fachpresse fördern.

„Never Stop Improving“ von Iconoclast (Postproduktion: NHB, Agentur: antoni gargage) war mit zwei Nominierungen ins Rennen gegangen und räumte auch gleich zweimal ab: *Bestes Sounddesign* und *Bester Schnitt*. Die Ergebnisse waren in diesem Jahr nicht an den Nominierungen abzulesen. So erhielt „Schwitz es raus“ (für Hornbach) keinen Hatto, obwohl der Film dreimal nominiert war.

Unter dem Motto „Grandhotel“ folgten fast 700 Gäste der unterhaltsamen Verleihung in der Kulturfabrik.

Die Förderung des Nachwuchses ist, nach wie vor, zentrales Thema der Deutschen Werbefilmakademie. *DWA Förderpreis-Gewinner 2018* „Levi’s Yourself“ von Regisseur Thilo Gundelach zeigte während der Verleihung unter Beifall des Publikums seinen Spot (Branded Short) erstmals der Öffentlichkeit.

Bester Nachwuchswerbefilm wurde in diesem Jahr der Spot „Benim Evin Sensin“ von Ben Miethke von der Filmakademie Baden-Württemberg. Der Gewinner kann sich über insgesamt 28.500 Euro freuen: 15.000 Euro von Universal Music für Musikknutzung sowie 10.000 Euro von Acht für die Postproduktion sowie 3.500 Euro von adstream.

„Der Werbefilmpreis erfreut sich großer Beliebtheit. Auch in diesem Jahr hatten wir wieder fast 800 Einreichungen. Auffällig hoch war die Qualität der Filme – insbesondere auch vom Nachwuchs. Da hatte die Grand Jury keinen leichten Job.“ sagt Tony Petersen, Vorstand der Deutschen Werbefilmakademie zum diesjährigen Auswahlverfahren.

Bei der Aftershow Party feierten die Gewinner und Gäste bei ausgelassener Stimmung bis in die Morgenstunden zu den Beats von Mad & Denyo.





Weitere Informationen finden Sie unter www.deutscher-werbefilmpreis.de und die Liste der Gewinner nachfolgend dem Text.

Fotos zur honorarfreien Veröffentlichung im Zusammenhang mit dem Deutschen Werbefilmpreis und mit Nennung der Credits stehen im Laufe des Tages unter <http://www.deutscher-werbefilmpreis.de/de/footer/presse/> zur Verfügung.

Der Deutsche Werbefilmpreis bedankt sich bei seinen Partnern und Unterstützern, die diesen wunderbaren Abend ermöglicht haben: Stadt Hamburg, TWF Treuhandgesellschaft Werbefilm, Das Werk, Getty Images, acht, Universal Publishing Production Music, Adstream, Ludwig Kameraverleih, adag Payroll Services, honeycomb/group imd, SONOTON Music, DEEBEEP HUNKY international Casting, Studio Funk, Sixt movies, Cinegate, Graef Rechtsanwälte, Werbeweischer, Theaterkunst Kostümausstattung, Axis-Mundi Filmwelten, Erste Liebe, Initiative Deutscher Gin, Campari, SprizziZero, Langnese, Pottkorn und Optix.

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 Filmindustrie bietet sie dem deutschen Werbefilm ein Forum und trägt mit wachsender Bedeutung der Bewegtbildkommunikation Rechnung. Ihr Ziel ist es, Qualität zu sichern, Talente zu fördern, herausragende Arbeiten auszuzeichnen, Innovationen voranzutreiben und den interdisziplinären Austausch voranzutreiben.

Pressekontakt:

Miriam Strothjohann, miriam@needberlin.com, Tel: 030- 280 398 30





GEWINNER Deutscher Werbefilmpreis 2019

BESTER WERBEFILM

„Ein monstermäßiger Film“

Produktion: tempomedia

Kunde: Huawei

Agentur: /

Preis nahm entgegen: Justin Mundhenke (tempomedia)

PREIS DER MEDIEN

„Ein monstermäßiger Film“

Produktion: tempomedia

Kunde: Huawei

Agentur: /

BESTE REGIE

„Ein monstermäßiger Film“

Nominiert: Alex Feil

Produktion: tempomedia

Kunde: Huawei

Agentur: /

BESTES SOUNDDSIGN

„Never Stop Improving“

Nominiert: Wenke Kleine-Benne

Produktion: Iconoclast

Kunde: Mercedes-Benz

Agentur: antoni garage





BESTE KOMPOSITION

„Lebensphasen“

Nominiert: DamienDamien
Produktion: Saltwater
Kunde: Audi
Agentur: Kolle Rebbe

ART DEPARTMENT

„Hör’ auf Deine innere Stimmo“

Nominiert: Bader El Hindi
Produktion: Bubbles Film
Kunde: Immowelt
Agentur: Noga

BESTE VISUELLE EFFEKTE

„Stronger than Time “

Nominiert: Daniel Jahnel, Timo von Wittken, Florian Zachau
Produktion: Sehnsucht
Kunde: Mercedes-Benz
Agentur: antoni garage

BESTE ANIMATION

„Voll auf E“

Nominiert: Daniel Jahnel, Hans-Christoph Schultheiss
Produktion: Sehnsucht
Kunde: EnBW
Agentur: /

BESTER SCHNITT

„Never Stop Improving“

Nominiert: Simon Colin
Produktion: Iconoclast
Kunde: Mercedes-Benz
Agentur: antoni garage





BESTE KAMERA

„In the Long Run“

Nominiert: Linus Sandgren
Produktion: Iconoclast
Kunde: Mercedes-Benz
Agentur: antoni garage

BESTES SCRIPT

„Catapult Air“

Nominiert: Casper-Jan Hogerzeil, Oliver Zacharias-Toelle, Klaus Huber
Produktion: PUK Film
Kunde: Sylt Marketing
Agentur: Philipp & Keuntje

BESTER NACHWUCHSWERBEFILM

„Benim Evim Sensin“

Nominiert: Ben Miethke
Produktion: Filmakademie Baden-Württemberg/ Captcha

