



Deutsche Werbefilmakademie e.V.

Deutscher Werbefilmpreis 2020: Kleine Fluchten in Corona-Zeiten

Hamburg, den 11. Mai 2020 – „The Small Escape“ für den Kunden BMW hat am Samstag den Deutschen Werbefilmpreis 2020 in der Königsdisziplin „Bester Werbefilm“ gewonnen: ein Spot, der anlässlich des Tags der Deutschen Einheit die wahre Geschichte einer waghalsigen Flucht aus der ehemaligen DDR vor 55 Jahren nacherzählt, so bildgewaltig wie emotional. Damals gelang es erstmals, jemanden in einer umgebauten BMW Isetta – im Volksmund „Knutschkugel“ genannt – über die innerdeutsche Grenze zu schmuggeln.

Auch in der Regie-Kategorie siegte „The Small Escape“, ebenso wie beim von einer Journalistenjury vergebenen „Preis der Medien“ – ihn teilten sich die Werbeagentur Jung von Matt und Filmproduktion Tempomedia mit dem Konkurrenten, der Mercedes-Agentur antoni garage und der Filmproduktion Anorak für den Spot „Bertha’s Journey“. Auch dieser Film zeichnet eine historische Begebenheit nach, die weltweit erste Überlandfahrt mit einem Automobil vor mehr als 130 Jahren, von der Pionierin Bertha Benz entgegen aller Vorurteile gemeistert. Und auch dieser spielfilmartige Werbespot feierte vergangenes Jahr anlässlich eines Gedenktages Premiere, am Internationalen Frauentag, und wurde beim Deutschen Werbefilmpreis 2020 noch ein zweites Mal ausgezeichnet – in der Ausstattungskategorie „Bestes Art Department“.

Die Deutsche Werbefilmakademie verlieh den Deutschen Werbefilmpreis, zu dem insgesamt rund 800 Spots in zehn Kategorien eingereicht worden waren, vergangene Woche zum siebten Mal – und erstmals im rein digitalen Raum. Eigentlich war die feierliche Verleihung im Hamburger Kulturzentrum Kampnagel für Ende März geplant gewesen, was dann den bekannten Einschränkungen zum Opfer fiel. Dennoch konnte die Deutsche Werbefilmakademie nach einer Online-Videokonferenz der Grand Jury die Würdigung der Kreativen und aller beteiligten Gewerke auf die digitale Bühne bringen. Die nominierten Spots und Video-Laudatien zu jedem Preisträger wurden vergangene Woche einem breiten Publikum per Instagram-TV zugänglich gemacht.

„Ähnlich wie auch bei anderen Kreativwettbewerben, wurden beim Deutschen Werbefilmpreis in diesem Jahr die besten Filme aus der Prä-Corona-Ära ausgezeichnet – solche starken Werbespots werden wir vermutlich für längere Zeit nicht zu sehen bekommen“, sagt Myriam Zschage, Projektleiterin der Deutschen Werbefilmakademie. „Aber Kreativität ist und bleibt systemrelevant! Gerade in dieser Krisensituation, in der

den Kreativschaffenden quasi über Nacht der Boden unter den Füßen weggezogen wurde, ist es uns um so wichtiger, Haltung zu zeigen und Sichtbarkeit zu ermöglichen.“

Auch nach dem Wegfall der Preisverleihung vor Ort unterstützten die Hauptsponsoren des Events, die Treuhandgesellschaft für Werbefilm (TWF) sowie die Stadt Hamburg, die Verleihung des renommierten Branchenpreises weiterhin.

Die Treuhandgesellschaft für Werbefilm stiftete zudem ein einmaliges Preisgeld in Höhe von 2.500 Euro, um den Nachwuchs zu fördern, und unterstützt damit den Gewinner in der Kategorie „Bester Nachwuchswerbefilm“, Jungregisseur Alexander Kühn von der Filmakademie Baden-Württemberg, mit seinem Kurzfilm „Josh & Jacob“.

In zehn Kategorien qualifizierten sich Spots für einen der begehrten „Hattos“: „Beste Regie“, „Bestes Skript“, „Beste Kamera“, „Bester Schnitt“, „Beste Visuelle Effekte“, „Beste Animation“, „Bestes Art Department“, „Beste Komposition“, „Bestes Sounddesign“ und „Bester Nachwuchsfilm“. Aus diesen Kategorien – abgesehen von „Bester Nachwuchswerbefilm“ – vergab die Grand Jury den elften „Hatto“ für die Königsdisziplin „Bester Werbefilm“. Ein zwölfter „Hatto“, der „Preis der Medien“, wurde von einer Jury deutscher und britischer Fachjournalisten gewählt, bestehend aus Claudia Bayer (Fischers Archiv), Maximilian Flaig (W&V), Jamie Madge (Shots), Alex Reeves (LBB Online), Sarah Sperling (New Business) und Bärbel Unckrich (Horizont).

„Der schönste Abend des Jahres für unsere sehr kleine und ebenso erlesene Branche fiel aus – wie so vieles andere“, sagt Tony Petersen, Vorstand der Deutschen Werbefilmakademie. „Aber eine großartige Grand Jury hat virenfrei dennoch das Beste vom Besten in allen kreativen Gewerken ausgewählt. Dafür danken wir den Kolleginnen und Kollegen – und freuen uns auf das kommende Jahr in hoffentlich gewohnter Atmosphäre.“

Weitere Informationen, alle nominierten Filme und Laudatien finden Sie unter www.deutscher-werbefilmpreis.de und www.instagram.com/deutscherwerbefilmpreis

Die detaillierte Auflistung aller Preisträger folgt separat.

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.