



Deutsche Werbefilmakademie e.V.

HORNBACH-Spot großer Sieger beim deutschen "Werbefilm-Oscar": "Kein Projekt ohne Drama" gewinnt fast die Hälfte aller "Hattos" beim DWP

Hamburg, den 21. März 2026 – Beim Deutschen Werbefilmpreis 2026, der am 20. März zum dreizehnten Mal von der Deutschen Werbefilmakademie verliehen und auf Kampnagel mit einer großen Gala gefeiert wurde, zeichnete die Grand Jury um Pacco Nitsche (27km) den Film „HORNBACH - Kein Projekt ohne Drama“, produziert von Tempo (Co-Produktion: CANADA), Agentur: HeimatTBWA) in der Königsdisziplin „Bester Werbefilm“ aus.

Mit vier weiteren „Hattos“ wurde dieselbe Produktion in den Kategorien Komposition (Preisträger: Sebastian Schütze und Florian Lakenmacher, Supreme Music), Skript (Preisträger: Guido Heffels, Luis Jaehner, Lope Serrano), Schnitt (Preisträger: Carlos Font Clos) und Art Department (Preisträger: Nathan Parker) bedacht. Eine weitere Auszeichnung erfolgte durch den "Preis der Medien", der von einer eigenständigen Fachjournalist*innen-Jury vergeben wird. Somit gewann der epische Werbefilm für den Baumarkt-Kunden insgesamt sechs der verliehenen 13 "Hattos".

Unter den weiteren Spots, die am Freitagabend während der Moderation des deutsch-iranischen Standup-Comedian Masud Akbarzadeh ausgezeichnet wurden, bejubelten die rund 800 Gäste die folgenden Produktionen: Ein "Hatto" ging an "ALDIstory: Minzbonbons, die Erinnerungen wecken", produziert von Tempo, in der Kategorie Kostüm (Preisträgerin: Carolin Schogs, Agentur: antoni_99) . Für Sounddesign ging der begehrte Werbefilmpreis an AUDI „Strive for clarity“ (Produktion: 27km, Agentur: Kemmler Kemmler), ausgezeichnet wurden Nik Kohler und Adam Smyth (String & Tins). "LEGO - HOLIDAY '25" von Zauberberg Productions und bEpic (Agentur: OLA) erhielt einen "Hatto" in der Kategorie VFX (Preisträger: Bastian Konradt, bEpic). Der Überraschungssieger des Abends war "SBT Story - Anduk" von Rejell und Droga5 in der Regie-Kategorie (Preisträger: Matthias Freier). "Working with Cancer - Strings" von Iconoclast Germany und der Agentur Publicis Conseil wurde in der Kategorie Kamera (Preisträger: Mátyás Erdély) ausgezeichnet, "ZDF - Weihnachten 2025" von Sehsucht (Preisträger: Sebastian Rätsch, Sehsucht) in der Kategorie Animation.

In der heiß umkämpften Nachwuchs-Kategorie ging die Auszeichnung an Biko Julian Voigts von der Filmakademie Baden-Württemberg und seinen Film "Pizza Passione" für den Kunden Lidl, der mit dieser Leistung außergewöhnliches filmisches Talent offenbarte. Der Nachwuchs-Regisseur bezauberte das Publikum mit einer emotionalen Dankesrede, in der er das Publikum dazu aufforderte, die Potenziale zu entdecken und zu fördern, die in der Jugend schlummern - ähnlich wie seine Grundschullehrerin, der er seinen Preis widmete.

„Den Gewinnerinnen und Gewinnern sowie auch den Nominierten des Deutschen Werbefilmpreises ist es gelungen, mit ihren Arbeiten künstlerisch wie kreativ positive Antworten auf die kleinen

Herausforderungen des Alltags, aber auch zu großen gesellschaftlichen Themen zu finden. Dies ist gerade in Zeiten rasanter gesellschaftlicher Veränderungen und globaler Krisen eine große Leistung", sagt Dr. Carsten Brosda, Hamburgs Senator für Kultur und Medien. "Die heute prämierten Kategorien zeigen zudem eindrucksvoll, wie kreative Exzellenz im Team entsteht. Dass wir diese herausragenden Leistungen und das große Potenzial menschlicher Vorstellungskraft jährlich in Hamburg feiern dürfen, ist ein großer Gewinn für unseren Werbe-, Film- und Medienstandort."

"Die Qualität der preisgekrönten Werke bildet einen hervorragenden Werbefilm-Jahrgang 2025 ab und hat uns allen in der Branche gestern Abend Hoffnung gemacht, dass unsere Arbeit hier in Deutschland auf kreativ und produktionstechnisch höchstem Niveau relevant bleibt", sagt Myriam Zschage von der Deutschen Werbefilmakademie. „Dennoch möchten wir die Einreichungen von weiblichen Talenten für den nächsten DWP energisch forcieren. Dieses Jahr konnten wir lediglich einen einzigen Hatto an eine Frau verleihen, Caroline Schogs in der Kategorie Kostüm."

Die eigenständige Jury des "Preis der Medien" setzt sich aus renommierten Fachjournalist*innen zusammen, der in diesem Jahr Annette Mattgey von Werben & Verkaufen, Bärbel Unckrich von Campaign Germany (die auch die Laudatio hielt), Claudia Bayer von New Business, Evi Papadopoulou von Leaders Net, Margaux Adam von Horizont sowie der Brite Jamie Madge von Shots angehörten.

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: Dieses Jahr wurde auf großer Bühne der letztjährige Gewinnerfilm "1.000 komplizierte Wege" von Lisa Mausbach gezeigt, ein skurriler Werbespot mit ironischem Humor für Fleurop über abstruse Möglichkeiten, um Verzeihung zu bitten. Gesponsort wurde die Produktion mit einem Budget der DWF Fördergesellschaft Werbefilm über 20.000 Euro plus 15.000 Euro Mediawert von Weischer.Cinema. Produziert wurde der Film von Soup Film mit Unterstützung von Simon & Paul.

Eine Neuerung beim Deutschen Werbefilmpreis 2026 war die Verleihung des „AI Creativity Award" beim vormittäglichen "Creative Panel", das voll besetzt war. Ausgezeichnet wurden nur real von Kund*innen beauftragte Projekte, bei denen mithilfe von mindestens 50% generativer KI ein erkennbarer kreativer Mehrwert für die filmische Umsetzung geschaffen wurde. Das Rennen machte "Satellite of Love" von Spellwork (Agentur: antoni_garage) für den Kunden Mercedes-Benz.

Quasi schon ein "alter Hase" auf der DWP-Bühne ist der Green Award „Die Giraffe“, der zum fünften Mal verliehen wurde. Den mit 2.500 EUR dotierten ersten Preis gewann „All Eyes“ von Soup Film (Agentur: The Goodwins) für den Kunden Kleinanzeigen.

Als Sponsor*innen unterstützten den DWP 2026: Stadt Hamburg, TWF Treuhandgesellschaft Werbefilm, INFECTED, HELLO ROBIN, 2WEI Music, Chamaeleon Digital Vision, Weischer.Cinema, REPLAYBOYS Studio, DeeBeePhunky, PRG Cinegate, Theaterkunst, Getty Images, adag, Graef Rechtsanwälte und SUESSMAUS STUDIO.

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