



## spotlight 2012

Internationales Werbefilmfestival

## tv & kino

### Begründung Fachjury

#### **Gold**

Spot: Hornbach, Jede Veränderung braucht einen Anfang

Produkt: Hornbach Baumarkt

Einreicher: Trigger Happy Productions GmbH

Begründung:

**Der Spot ist wieder mal hornbachtypisch: Eine unerwartete und brillante Idee, in der kompletten Umsetzung von Idee bis Ausführung perfekt.**

#### **Silber**

Spot: Die Weihnachtskampagne – Spot 2 „Playstation3“

Produkt: Media Markt

Einreicher: Ogilvy Deutschland

Begründung:

**Die Media-Markt Spots der Weihnachtskampagne sind in dem Einerlei der Werbefilmlandschaft eine erfrischende Darstellung mit der Kernaussage, dass sich bei Weihnachten alles unterm Baum entscheide. Die Aussage ist einfach menschlich nah und ebenso so umgesetzt durch die amateurhafte und dadurch spontan und authentisch wirkende filmische Gestaltung.**

## Bronze

Spot: Hornbach, „Wachse über Dich hinaus“

Produkt: Hornbach Baumarkt

Einreicher: radical.media GmbH

Begründung:

**Noch eine brillante Idee von Hornbach. Diesmal wird das "wachse über dich hinaus"-Thema durch übereinander kletternde Menschen gezeigt. In Übertragung auf das Thema Baumarkt bedeutet das: trau dich, mach was!**

## Bronze

Spot: Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein / „Fleischer“

Produkt: Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein / „Fleischer“

Einreicher: element e filmproduktion GmbH

Begründung:

**Die Filmförderung Hamburg spricht auf eine frische junge und ungewöhnliche Art direkt den Nachwuchs der deutschen Regisseure an.**

## Bronze

Spot: Ferien auf dem Rücksitz

Produkt: Der Sparpreis Familie

Einreicher: Ogilvy Deutschland

Begründung:

**Exzellente Idee, die verdeutlicht, dass man in der Bahn im Gegensatz zum Auto Zeit für einander hat. Alle Vorzüge der Bahn werden auf amüsante Weise dargestellt und gut kommuniziert.**

## Bronze

Spot: Fortschritt

Produkt: Jahreskampagne 2012 / Armut macht krank

Einreicher: BBDO Germany GmbH

Begründung:

**Eine sehr ungewöhnliche Umsetzung, die das Thema Armut nicht mit hungernden Kindern oder mit armen Menschen darstellt. Sondern es wird aufgezeigt, was wir als Menschheit für die Heilung von Krankheiten erreicht haben - und wie wir immer noch an der Armut scheitern. Das letzte Bild trifft den Zuschauer daher umso mehr.**