

## Stimmen zum Festival 2001 - 2009

2001

„(...) die schwäbische Cannes-Rolle (...)“  
*Süddeutsche Zeitung, 10. April 2001*

„Ein Cannes im kleinen, aber feinen Format.“  
*Südkurier, 10. April 2001*

„Ein wenig erinnerte die Atmosphäre im Ravensburger Kinozentrum an die großen Festivals der kreativen Weltliga.“  
*Horizont, Zeitung für Marketing, Werbung und Medien, 12. April 2001*

2002

„Gerade die Mischung Fachjury und Publikumsjury, Hauptwettbewerb und studentische Fingerübungen ist eine ungemeine Bereicherung für die Wahrnehmung kreativer Potentiale. (...) Wenn ich mir anschau, was hierzulande alles unternommen wird, um gewaltbereiten Jugendlichen zu begegnen und wie einfach es wäre, ihnen eine Chance zu geben, die destruktiven Potentiale kreativ zu nutzen. Für mich ist spotlight auch in dieser Hinsicht interessant gewesen: Weil hier die Phantasie einen Ausdruck und die Form einen Raum gefunden hat.“  
*Ingeborg Bellmann, Redaktion Cut, Frankfurt, Mitglied der Fachjury 2001 u. 2002, 20. Febr. 2002*

„spotlight holt die kreative Power des Nachwuchses auf die Leinwand und ist der größte Medien-Event dieser Art im deutschsprachigen Raum (...)“  
*w&v werben & verkaufen, 12. April 2002*

„Cannes liegt auch in Oberschwaben (...) Ausgerechnet hier hat der frühere Theaterregisseur und Filmemacher Peter Frey vor fünf Jahren ein Festival für Werbefilme aus der Taufe gehoben. (...) Heute ist spotlight eines der großen Filmfestivals für kommerzielle Filme.“  
*Stuttgarter Zeitung, 25. April 2002*

.../2

## Stimmen zum Festival 2001 - 2009

2003

„Die Medienprovinz Ravensburg hat sich spätestens nach der sechsten Auflage des spotlight-Festivals als feste Größe in der Branche etabliert. Die Trendschau ist mittlerweile das größte Werbefilm-Festival seiner Art mit Publikumsbeteiligung in Deutschland.“  
*Stuttgarter Zeitung, 8. April 2003*

„Der deutschsprachige Werbefilm feiert neue Rekorde – zumindest beim spotlight-Festival in Ravensburg. Im schon lange ausverkauften Kino am Frauentor konnten 600 Zuschauer ihre Favoriten direkt küren. Außerdem vergab eine hochkarätig besetzte Jury ihre Trophäen. Das Festival bestätigt seine Position als mit Abstand größtes Werbefilmfestival seiner Art. In der Region hat das charmante Festival, das zum sechsten Mal stattfand, längst Kultstatus. Erste Anfragen für Karten gab es schon im Herbst, (...)“  
*Filmecho/Filmwoche, 19. April 2003*

„Das Festival ist eine ausgezeichnete Gelegenheit, Agenturen als Kooperationspartner für ein Studium in den Medienfachrichtungen an der Berufsakademie zu gewinnen. Ein Grund, warum sich der Studiengang Mediendesign innerhalb von zwei Jahren seines Bestehens einen so großen Bekanntheitsgrad erarbeiten konnte, ist in der Öffentlichkeitswirksamkeit des Festivals zu suchen. (...) auch bei der Dozentensuche war das Festival in den vergangenen Jahren hilfreich. So konnten einige bedeutende Persönlichkeiten aus der Branche für die Lehre an der Hochschule gewonnen werden: (...)“  
*Prof. Herbert Moser, Fachleiter Grafik-/Mediendesign, Berufsakademie Ravensburg, Mitglied der Fachjury 2003, 30. Mai 2003*

2004

„spotlight gehört zu den führenden Festivals, weil seine Jury über die Jahre immer prominent und kompetent besetzt war.“  
*Hermann Vaske, Hermann Vaskes Emotional Network, Frankfurt am Main, Mitglied der Fachjury 2004 im Interview, Schwäbische Zeitung, 14. April 2004*

„(...) zeigt, warum die „Kreativen“ in den Agenturen ihre seltsamen Berufstitel mitunter zurecht tragen, nämlich dann, wenn sie Kunst und Kommerz in ebenso glücklichen wie geistreich-witzigen Momenten in Einklang bringen.“  
*Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20. April 2004*

.../3

## Stimmen zum Festival 2001 - 2009

Forts. 2004

„Croisette-Feeling in Friedrichshafen“ (...) von dem kleinen Festival kann sich so mancher große Veranstalter eine dicke Scheibe abschneiden: tadellose Technik, unterhaltsame Moderation und ein Ergebnis, das nicht nur die Sicht von Profis, sondern auch die des ganz normalen Verbrauchers widerspiegelt.“

*Horizont, Zeitung für Marketing, Werbung und Medien, 22. April 2004*

2005

„Das Werbefilm-Festival spotlight in Friedrichshafen wird immer mehr zu einer eigenständigen Marke – und hängt damit die eigene Branche ab. (...) 243 Spots wurden eingereicht. Das ist Rekord. 1998 gegründet, ist das Festival schnell zur klaren Nummer eins im deutschsprachigen Raum geworden. Die achte Veranstaltung hat dies untermauert. Das Konzept mit dem Nebeneinander von Fachjury und Publikumspreis, von Profi- und Studentenwettbewerb ist nach wie vor erfrischend und aufschlussreich.“

*Südwest Presse, 11. April 2005*

„Die Veranstaltung wuchs sehr schnell aus dem Ravensburger Kino heraus, in dem sie begann, und wurde zu einem Großereignis der Branche. Von 57 Einsendungen im ersten Jahr wurden es 127 im fünften. Als die Zahl im Jahr 2003 gleich auf 180 sprang, reichten die Möglichkeiten der historischen Stadt nicht mehr aus. spotlight (...) zog 2004 in das jüngere Friedrichshafen um. Die Zahl der Einsendungen stieg 2004 noch weiter auf 228, die Zahl der Besucher gar explodierte von fünfhundert auf 1700 und stieg in diesem Jahr auf 1900, Tendenz steigend.“

*Frankfurter Allgemeine Zeitung, 12. April 2005*

„Im achten Jahr seines Bestehens hat sich spotlight endgültig etabliert und darf sich zurecht als das größte Werbefilmfestival im deutschsprachigen Raum bezeichnen.“

*SWR Fernsehen „Nachtkultur“, 15. April 2005*

2006

„Werbung, Kunst und Unterhaltung – dieser Dreiklang ist das Erfolgsrezept des spotlight-Festivals in Friedrichshafen.“

*Business today, 1/2006*

.../4

## Stimmen zum Festival 2001 - 2009

Forts. 2006

„spotlight hält Kollé sowohl wegen des deutschlandweit einzigartigen Parallelvotings von Fach- und Publikumsjury als auch aufgrund der ‚extrem guten‘ Studentenbeiträge für ein ‚besonders charmantes Festival‘.“

*Schwäbische Zeitung, 10. April 2006*

„(...) eines der wichtigsten deutschsprachigen Werbe-Foren, ...“

*Stuttgarter Nachrichten, 11. April 2006*

„Das größte deutschsprachige Werbefilmfestival mit Publikumsbeteiligung wächst und wächst. In diesem Jahr strömten 2.200 Besucher in die Messehallen, um sich für einen Abend zu amüsieren und nach jedem der rund 100 gezeigten Spots mit einer Fernbedienung abzustimmen. (...) Im Rahmenprogramm erläuterte Uwe Bendixen, Produzent der Fernsehserie ‚Die witzigsten Werbespots der Welt‘, sein Konzept und Alexander Ellendt von Vogelsänger Film präsentierte die ‚Young Directors Award, Cannes‘. Diese Programme bewiesen, dass spotlight auf der Höhe der Zeit ist und die hiesige Werbebranche auf internationalem Parkett brillieren kann.“

*Film&TV Kameramann, 05/2006*

2007

„Endlich! Wann hat man schon mal die Gelegenheit, einen ganzen Abend lang Werbung ohne lästige Spielfilmunterbrechung zu sehen. Am Samstag war die Chance wieder da, und 2000 begeisterte „spotlight“-Fans nutzten sie, (...) „spotlight als Glücksfall für den Medienstandort Baden-Württemberg“, dieser Meinung des Regierungspräsidenten Hermann Strampfer kann man sich durchaus anschließen.“

*Südkurier, 2. April 2007*

„Als gute Idee stellte sich auch die Besetzung der Moderation durch Publikumsliebbling Barbara Schöneberger heraus. Und das Festival als solches genießt mittlerweile großes internationales Renommée. Festivalleiter Peter Frey konnte 20 Prozent mehr Einsendungen verbuchen.“

*Schwäbische Zeitung, 2. April 2007*

„Was vor zehn Jahren bescheiden in einem Kino begann, hat sich zu einem Publikumsrenner entwickelt: 2000 Zuschauer kamen zum Werbefilmfestival spotlight.“

*Südwest Presse, 2. April 2007*

.../5

## Stimmen zum Festival 2001 - 2009

Forts. 2007

„Deutschlands einziger Werbefilmwettbewerb, bei dem sowohl Fachjuroren als auch Werbe-Laien ihr Votum abgeben, erfreut sich zunehmender Beliebtheit. So wurden 2007 mit 270 Spots 20 Prozent mehr eingereicht als im Vorjahr, (...)“  
*Horizont, Zeitung für Marketing, Werbung und Medien, 5. April 2007*

2008

„Neuer Teilnahmerecord beim spotlight-Festival. Insgesamt 304 Commercials sind beim diesjährigen Werbefilmfestival spotlight eingereicht worden, (...)“  
*w&v werben & verkaufen, 10. April 2008*

„Die besten Spots aus Fernsehen und Kino gibt's traditionsgemäß bei spotlight zu sehen.“  
*SWR Fernsehen, 18. April 2008*

„Beharrlich und mit Unterstützung der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg hat sich spotlight zu einer der wichtigsten Werbefilm-Veranstaltungen in Europa entwickelt. Hier werden aktuelle Trends vorgestellt.“  
*SWR 2, 26. April 2008*

„Gerade dies macht die auch international einzigartige Qualität des spotlight-Festivals aus: Es sind alle Beteiligten eines professionellen Kommunikationszusammenhangs vor Ort, die Werber und ihr Nachwuchs, die Professoren der einschlägigen Film- und Kreativschulen, die Fach- und die allgemeinen Medien, Teilnehmer am Wettbewerb und das durchaus interessierte Publikum.“  
*Stuttgarter Zeitung, 28. April 2008*

„Ein herausragendes Konzept. Als Mitstreiter dieser Branche hat man selten Gelegenheit so unmittelbar mit der Meinung der Rezipienten konfrontiert zu werden wie bei der Publikumsjurierung.“  
*Prof. Christian Köster, Hochschule für Fernsehen und Film München, 30. April 2008*

„Die Jury war so hochkarätig besetzt wie nie zuvor. Die persönliche Anwesenheit von Kreativchefs/Geschäftsführern von DDB, Heimat, Heye, KNSK, Publicis Zürich, Serviceplan, Ogilvy zeigt, wie ernst die Branche das Festival nimmt. Was für ein Aufmarsch!“  
*Helmut Hartl, CEO embassy of dreams, München, 5. Mai 2008*

## Stimmen zum Festival 2001 - 2009

2009

„Großes Kino für den Werbefilm.“  
*Pforzheimer Zeitung, 14. Februar 2009*

„Feuerwerk der Werbefilme.“  
*Wirtschaft / IHK zwischen Alb und Bodensee, März 2009*

„Werbung im Fernsehen stört. Die Ausnahmen von der Regel zeigt das Festival „Spotlight“ (...).“  
*FOCUS, 23. März 2009*

„Das Festival gilt inzwischen als wichtigstes Forum des Mediums Werbefilm in der Bundesrepublik.“  
*SWR, 27. März 2009*

„Ravensburg hat dem „Spotlight“ ein grandioses Comeback in seiner Heimatstadt bereitet: Mehr als 2000 Zuschauer feierten gestern Abend in der Oberschwabenhalle ein unterhaltsames Filmfest und anschließend eine rauschende Partynacht.“  
*Schwäbische Zeitung, 28. März 2009*

„Eine Besonderheit ist in Ravensburg der Publikumspreis: Einen Tag, nachdem die Fachjury getagt hatte, war die Meinung eines rund 2000-köpfigen Publikums dran. (...) Unter den spitzzüngigen Kommentaren von Moderator Oliver Kalkofe und dem späteren musikalischen Einsatz von Max Mutzke und Helmut Zerlett im Verbund mit Rolf Stahlhofen & Freunde kochte die Stimmung in der Oberschwabenhalle bis in die frühen Morgenstunden.“  
*w&v werben & verkaufen, 30. März 2009*

„Licht aus, Spot an – hieß es am vergangenen Freitag zum zwölften Mal. Das Spotlight-Festival gastierte in diesem Jahr in seinem Heimatort Ravensburg und begeisterte rund 2 000 Zuschauer in der Oberschwabenhalle mit witzigen und mahnenden Werbefilmen. Moderiert wurde die Veranstaltung von Medienkritiker und Grimmepreisträger Oliver Kalkofe, (...). Bis in die frühen Morgenstunden feierte das Publikum, angeheizt von Rolf Stahlhofen, Helmut Zerlett und Band und dem Special Guest Max Mutzke in der Oberschwabenhalle zu Soul-Klängen.“  
*Südkurier, 31. März 2009*

„Das Ravensburger Werbefilmfestival zeigt, was im Internet noch alles möglich ist.“  
*Frankfurter Allgemeine Zeitung, 31. März 2009*

„Spotlight ist das einzige Werbefilmfestival im deutschsprachigen Raum, das den Ergebnissen der Fachjury ein Publikums-Voting gegenüberstellt.“  
*Horizont, Zeitung für Marketing, Werbung und Medien, 2. April 2009*