PRESSESPIEGEL 2023

Eyes&EarsEurope

- **EYES & EARS 2023**
- **25. Internationale Eyes & Ears Awards**

Eyes & Ears of Europe –
Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien e.V.
Mozartstr. 3-5, D-50674 Köln
Tel.: +49 (221) 606057-16, Fax: +49 (221) 606057-11
eMail: miriam.sommer@eeofe.org; Website: www.eeofe.org

"Streamer werden sich intensiver mit Design beschäftigen müssen"

dwdl.de/magazin/95233/streamer_werden_sich_intensiver_mit_design_beschaeftigen_muessen

Jubiläum der Eyes & Ears Awards

© Eyes & Ears of Europe

Design-Bewusstsein war in der TV-Branche schon früh ausgeprägt, erinnert sich Corinna Kamphausen, CEO von Eyes & Ears of Europe. Doch auch für Streamer wird das Thema wichtiger werden, sagt sie im Vorfeld der Eyes & Ears Awards, die ein besonderes Jubiläum feiern.

von Alexander Krei am 22.10.2023 - 13:27 Uhr

Es ist ein Jubiläum, das in einer kurzatmigen Branche wie der des Fernsehens, heraussticht: Zum 25. Mal werden am Montagabend in München die Eyes & Ears Awards vergeben, um damit kreative, innovative und effektive Maßnahmen in den Bereichen

Design, Promotion und Markenkommunikation zu ehren. Das war in der Vergangenheit auch deshalb immer spannend, weil der Abend der Preisverleihung stets auch eine Werksschau der Branche war. Denn: Was wäre das Fernsehen ohne Design?

Beim Blick zurück werden nun auch die Veränderungen auf besondere Weise deutlich. Das Bewusstsein für Design sei jedoch seit der Einführung privater Medien in der Branche zwar immer vorhanden gewesen, erinnert sich Corinna Kamphause, CEO von Eyes & Ears of Europe, im Gespräch mit DWDL.de. Doch am Anfang war das Design noch sehr spielerisch. "TV-Designer haben immer ausprobiert, was zu dem gegebenen Zeitpunkt technisch möglich war. Man kann an den Design-, Promotion- und Marketingproduktionen sehr gut nachvollziehen, wie die technische Entwicklung stattgefunden hat. Als es möglich war, 3D zu produzieren, wurde dies natürlich in allen zu der Zeit modernen Designs umgesetzt. Und dasselbe gilt jetzt natürlich für alle Variationen an heutigen Ausspielwegen."

© Eyes & Ears

Tatsächlich haben sich die Einsatzmöglichkeiten spürbar erweitert, weil Designerinnen und Designer inzwischen längst nicht mehr nur auf ein Medium fokussiert sind. "Es gibt Wellen, da gewinnt der Controller die Oberhand und es wird an Mitteln für das Design und das Marketing gekürzt, wo es möglich erscheint. Dann aber wieder erkennen die Verantwortlichen, wie immens wichtig ein modernes Design ist, um die Medienmarke in dieser fragmentierten Welt wiedererkennbar zu machen, einen neuen Markt zu erobern und diesen Markt zu durchdringen", so Kamphausen. Und auch Streamingdienste werden sich ihrer Auffassung nach immer intensiver mit Designfragen beschäftigen müssen, "da die User Experience - geleitet durch das Design - weltweit über deren Erfolg entscheiden wird". Ganz sicher dürfte in Zukunft mehr denn je die Frage im Raumen stehen, welche Rolle Künstliche Intelligenz einnehmen wird. Corinna Kamphausen ist gespalten. KI helfe zwar "buchstäblich über ein blankes Blatt Papier oder ein kreatives Blackout hinweg", sagt die Geschäftsführerin. "Damit schränkt sie aber natürlich auch schon kreativ ein." Doch noch werde Künstliche Intelligenz nicht von allen Medienhäusern verwendet. "In manchen ist der Einsatz schlicht verboten. Zu Recht wird der Einsatz von Tools, deren Datenbasis umstritten ist und die vielleicht Daten an außereuropäische Unternehmen weitergeben, hart diskutiert."

KI schürt Ängste in der Branche

Es ist eine Diskussion, die auch bei der Eyes & Ears Conference diskutiert werden soll, die im Vorfeld der Awards stattfindet. Ziel sei es, "künstliche Intelligenz, emotionale Intelligenz und kreative Intelligenz auf inspirierende Art und Weise" aufeinandertreffen zu lassen, betont Kamphausen. Tatsächlich ist die Debatte wichtig, weil KI ein Buzzword ist, "das bei vielen Kollegen Ängste schürt", wie sie sagt. "Es ist unverkennbar, diese technischen Möglichkeiten werden unser Arbeitsfeld nachhaltig verändern. Einige produktionstechnische Tätigkeiten werden vermutlich binnen sehr kurzer Zeit wegfallen. Es ist also für uns als Branchen-Netzwerk wichtig und wir sehen uns in der Verantwortung, einzuordnen welche Relevanz KI-Tools haben und darüber zu informieren, wie Kreative diese Tools bestmöglich für Ihre eigene Kreativität nutzen können."

Der Fokus wird bei den Eyes & Ears daher darauf liegen, wie die Kreativbranche KI nutzt und damit arbeitet. "Dabei werden die ethisch schwierigen, aber auch die nutzbringenden positiven Aspekte von Künstlicher Intelligenz beleuchtet und diskutiert", so Corinna Kamphausen. "So werden nicht nur Herausforderungen, sondern vor allem Lösungen für Designer, Promotionproducer und Marketingverantwortliche im Bereich der Medien- & Entertainment-Brands präsentiert."

Und freilich wird am Abend, nach der Jubiläums-Gala im Filmtheater Sendlinger Tor auch gefeiert werden - übrigens auch mit einigen der bisherigen internationalen Excellence- und Inspiration-Award-Preisträgern wie dem Live-Regisseur Volker Weicker, dem Fotografen Oliviero Toscani, dem langjährigen UFA-Chef Nico Hofmann sowie dem Set-Designer Florian Wieder und der Bühnendesignerin Es Devlin. Der Rückblick auf eine 25-jährige Erfolgsgeschichte wird dadurch gewiss nicht zu kurz kommen.

Über den Autor

Alexander Krei ist seit 2009 Redakteur beim Medienmagazin DWDL.de. Liebt die große Fernsehshow ebenso wie das kleine Kammerspiel. Analysiert neue Formate und die Quoten am Morgen danach. Ist Sesselsportler, von Bundesliga bis Darts-WM.

Konferenz

EYES & EARS 2023

Conference – New Talents– 25th International Eyes & Ears Awards

WANN	WO	WIE VIEL
23.10.2023 *	München	ab 320 Euro

Bei den EYES & EARS informieren sich Medien-Profis über aktuelle Trends, Innovationen und neue Perspektiven in den Bereichen Design, Promotion & Marketing für Medien- und Entertainment-Brands aus ganz Europa. Zudem zeigt der kreative Nachwuchs seine spannenden Studien- bzw. Abschlussprojekte. Abends zeichnet der Verband zum 25. Mal besonders kreative, innovative bzw. effektive Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen mit den Internationalen Eyes & Ears Awards aus.

* ab 9:30 Uhr

Mehr Infos unter:
eeofe.org

Eyes&EarsEurope

EYES & EARS Awards feiern 25-jähriges Jubiläum

mebucom.de/events/eyes-ears-awards-feiern-25-jaehriges-jubilaeum

15. August 2023

Events

Die EYES & EARS werden am 23. Oktober wieder in München veranstaltet. Neben der Preisverleihung steht das Trendthema AI im Mittelpunkt der Konferenz.

15.08.2023

EYES & EARS 2023

In diesem Jahr finden die EYES & EARS am 23. Oktober wieder in München statt. Am Abend werden die mittlerweile 25. Internationalen Eyes & Ears Awards im Filmtheater am Sendlinger Tor verliehen.

Bei EYES & EARS 2023 treffen sich wieder die Medienprofis, um sich über aktuelle Trends, Innovationen und neue Perspektiven in den Bereichen Design, Promotion & Marketing für Medien- und Entertainmentmarken aus ganz Europa zu informieren. Darüber hinaus ist auch der kreative Nachwuchs vertreten und präsentiert bei den New Talents seine spannenden Studien- oder Abschlussprojekte auf der Bühne. Am Abend verleiht Eyes & Ears of Europe zum 25. Mal die Internationalen Eyes & Ears Awards für

besonders kreative, innovative oder effektive Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen des Jahres. Ein gemütliches Beisammensein rundet das Programm ab.

25 Jahre EYES & EARS

„Unsere Einreichungsphase zu den **25. Internationalen Eyes & Ears Awards** ist in diesen Tagen erfolgreich zu Ende gegangen. Ich bin begeistert, dass sich so unterschiedliche europäische Teams engagieren. Damit sind wir so europäisch wie lange nicht mehr“, so Corinna Kamphausen, Geschäftsführerin von Eyes & Ears of Europe. „Von Österreich, der Schweiz, Frankreich, Italien, Spanien, Portugal, Belgien, Großbritannien, den Niederlanden bis hin zu Dänemark und der Ukraine haben Agenturen und Sender teilgenommen. In diesem umfangreichen Spektrum zeigt sich die Europaidee, für die wir stehen.“

Darüber hinaus ist in diesem Jahr auch Argentinien mit spannenden Beiträgen vertreten.

EYES & EARS Conference

Tagsüber findet im hbw ConferenceCenter Haus der Bayerischen Wirtschaft wieder die EYES & EARS Conference statt, die sich in diesem Jahr besonders mit dem Trendthema KI und wie die Kreativbranche damit arbeitet und sie einsetzt, beschäftigt. Dabei werden die ethisch heiklen, aber auch die nutzbringenden positiven Aspekte der Künstlichen Intelligenz beleuchtet und diskutiert.

„In den vergangenen 25 Jahren haben wir nicht nur als Verband, sondern auch mit unseren Awards eine unglaubliche Zeitreise sowie eine enorme und rasante Entwicklung durchgemacht. Die kreative Branche hat sich vollständig revolutioniert. Von der Einführung des non-linearen Bewegtbildes bis zu den Streamingdiensten unserer Zeit. Von der Ablösung der persönlichen Ansager durch Promotiontrailer bis zur Etablierung des Influencer Marketings oder der Einführung digitaler Techniken wie Virtual Reality, Augmented Reality, **KI oder Tools wie z.B. ChatGPT oder Midjourney“,** so Corinna Kamphausen, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied von Eyes & Ears of Europe.

„Wir bleiben dabei stets am Puls der Zeit und spüren Trends und Veränderungen europaweit auf. Bei uns stehen die Themen im Fokus, die die Branche beschäftigen. Das spiegelt sich auch in den vielseitigen und hochwertigen Beiträgen, die bei den Internationalen Eyes & Ears Awards prämiert werden, wider.“

INSPIRATION AWARD

Einer der Höhepunkte der Awards Show wird wieder die Verleihung des INSPIRATION AWARD sein, der vor drei Jahren den Excellence Award abgelöst hat. Erster Preisträger war der italienische Starfotograf Oliviero Toscani. Der INSPIRATION AWARD 2022 ging an die virtuelle Influencerin @noonoouri. Wer in diesem Jahr den INSPIRATION AWARD erhält, wird noch bekannt gegeben.

We are Europe! Die 25. Eyes & Ears Awards so international wie lange nicht mehr

lifepr.de/inaktiv/eyes-ears-of-europe/We-are-Europe-Die-25-Eyes-Ears-Awards-so-international-wie-lange-nicht-mehr/boxid/955593

Eyes & Ears of Europe

Kontakt

01.08.2023

EYES & EARS 2023 am 23. Oktober in München

(lifePR) (Köln/München, 01.08.2023)

In diesem Jahr finden die EYES & EARS am 23. Oktober wieder in Präsenz in München statt. Am Abend werden die mittlerweile
25. Internationalen Eyes & Ears Awards im Filmtheater Sendlinger Tor vergeben.

Bei den EYES & EARS 2023 treffen sich wieder die Medien-Profis, um sich über die aktuellen Trends, Innovationen und neuen Perspektiven in den Bereichen Design, Promotion & Marketing für Medien- und Entertainment-Brands aus ganz Europa zu informieren. Darüber hinaus ist der kreative Nachwuchs hier vertreten und zeigt seine spannenden Studien- oder Abschlussprojekte bei den New Talents auf der Bühne. Abends zeichnet Eyes & Ears of Europe in diesem Jahr bereits zum 25. Mal besonders kreative, innovative bzw. effektive Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen des Jahres mit den Internationalen Eyes & Ears Awards aus. Ein gemeinsamer Ausklang in gemütlicher Atmosphäre rundet das Programm ab.

„Unsere Einreichungsphase zu den 25. Internationalen Eyes & Ears Awards ist in diesen Tagen erfolgreich zu Ende gegangen. Ich bin begeistert, dass sich so unterschiedliche europäische Teams engagieren. Damit sind wir so europäisch wie lange nicht mehr“, so Corinna Kamphausen, Geschäftsführerin von Eyes & Ears of Europe. „Von Österreich, der Schweiz, Frankreich, Italien, Spanien, Portugal, Belgien, Großbritannien, den Niederlanden bis hin zu Dänemark und der Ukraine haben Agenturen und Sender teilgenommen. In diesem umfangreichen Spektrum zeigt sich die Europaidee, für die wir stehen.“

Darüber hinaus ist in diesem Jahr auch Argentinien mit spannenden Beiträgen dabei.

Tagsüber wird wieder die Conference der EYES & EARS im hbw ConferenceCenter Haus der Bayerischen Wirtschaft stattfinden, die sich in diesem Jahr besonders mit dem Trendthema KI und wie die Kreativbranche sie nutzt und damit arbeitet, beschäftigt. Dabei werden die ethisch schwierigen, aber auch die nutzbringenden positiven Aspekte von Künstlicher Intelligenz beleuchtet und diskutiert.

Zudem gibt es einen weiteren Anlass zur Freude: Die renommierten Internationalen Eyes & Ears Awards finden in diesem Jahr bereits zum 25. Mal statt.

„In den vergangenen 25 Jahren haben wir nicht nur als Verband, sondern auch mit unseren Awards eine unglaubliche Zeitreise sowie eine enorme und rasante Entwicklung durchgemacht. Die kreative Branche hat sich vollständig revolutioniert. Von der Einführung des non-linearen Bewegtbildes bis zu den Streamingdiensten unserer Zeit. Von der Ablösung der persönlichen Ansager durch Promotiontrailer bis zur Etablierung des Influencer Marketings oder der Einführung digitaler Techniken wie Virtual Reality, Augmented Reality, KI oder Tools wie z.B. ChatGPT oder Midjourney“, so Corinna Kamphausen, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied von Eyes & Ears of Europe.

„Wir bleiben dabei stets am Puls der Zeit und spüren Trends und Veränderungen europaweit auf. Bei uns stehen die Themen im Fokus, die die Branche beschäftigen. Das spiegelt sich auch in den vielseitigen und hochwertigen Beiträgen, die bei den Internationalen Eyes & Ears Awards prämiert werden, wider.“

Einer der Höhepunkte der Awards Show wird dabei wieder die Vergabe des INSPIRATION AWARDS sein, der vor drei Jahren den „Excellence Award“ abgelöst hat. Der erste Preisträger war der italienische Starfotograf Oliviero Toscani. Den INSPIRATION AWARD 2022 erhielt die virtuelle Influencerin @noonoouri. Wer den INSPIRATION Award in diesem Jahr bekommt, wird noch bekanntgegeben.

Weitere Informationen zur Veranstaltung:
EYES&EARS 2023
Internationale Eyes & Ears Awards 2023

DESIGNPARTNER
RTL Deutschland

Veranstaltungspartner
BR Fernsehen, ZDF, BMG Production Music, vbw - Association of Bavarian Business, high five cgn, Thomas Friebe Akademie, Deutsche Welle, Seven.One Entertainment Group
MedienPartner
brand eins

Eyes & Ears of Europe

Eyes & Ears of Europe ist die Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien. Seit über 25 Jahren vernetzen wir all diejenigen, die sich mit der strategischen Planung, Kreation, Umsetzung und Steuerung audiovisueller Kommunikation befassen.

Für die oben stehenden Pressemitteilungen, das angezeigte Event bzw. das Stellenangebot sowie für das angezeigte Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber (siehe Firmeninfo bei Klick auf Bild/Meldungstitel oder Firmeninfo rechte Spalte) verantwortlich. Dieser ist in der Regel auch Urheber der Pressetexte sowie der angehängten Bild-, Ton- und Informationsmaterialien.

Die Nutzung von hier veröffentlichten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Bitte klären Sie vor einer Weiterverwendung urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber. Bei Veröffentlichung senden Sie bitte ein Belegexemplar an service@lifepr.de.

Die EYES & EARS 2023 mit den 25. Internationalen Eyes & Ears Awards und Inspiration Award-Preisträger @bandaagency

lifepr.de/inaktiv/eyes-ears-of-europe/Die-EYES-EARS-2023-mit-den-25-Internationalen-Eyes-Ears-Awards-und-Inspiration-Award-Preistraeger-bandaagency/boxid/965584

Eyes & Ears of Europe

30.10.2023

In diesem Jahr fanden die EYES & EARS wieder als Präsenzveranstaltung in München statt. Und es gab noch einen besonderen Grund zu feiern: Am Abend wurden die 25. Internationalen Eyes & Ears Awards im Filmtheater Sendlinger Tor vergeben.

"USE AI – BE CREATIVE!" so lautete das Motto der EYES & EARS 2023. Das jährliche Branchen-Highlight lieferte wieder einen Tag mit Networking, Know-how und geballter Inspiration in persönlicher Atmosphäre in München. Bei den EYES & EARS im Haus der Bayerischen Wirtschaft trafen sich nicht nur die Medien-Profis, um sich in erster Linie über den Umgang mit Künstlicher Intelligenz (KI) und Kreativität in den Bereichen Design, Promotion & Marketing für Medien- und Entertainment-Brands aus ganz Europa zu informieren. Auch der künstlerische Nachwuchs war vertreten und präsentierte seine spannenden Studien- oder Abschlussprojekte bei den New Talents auf der Bühne, die dann auch von dem Publikum im Anschluss vor Ort gewählt und prämiert wurden.

Abends zeichnete Eyes & Ears of Europe bereits zum 25. Mal besonders kreative, innovative bzw. effektive Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen des Jahres mit den Internationalen Eyes & Ears Awards aus. Ein gemeinsamer Ausklang im Weinlokal „Dizzy Daisy“ mit den Kolleg:innen aus der Branche in gemütlicher Atmosphäre rundete das umfassende Programm ab.

"Ich bin begeistert, dass unsere 25. Internationalen Eyes & Ears Awards in diesem Jubiläumsjahr so international waren, und sich so unterschiedliche europäische Teams engagiert haben“, so Corinna Kamphausen, Geschäftsführerin von Eyes & Ears of Europe. „Von Österreich, der Schweiz, Frankreich, Italien, Spanien, Portugal, Belgien, Großbritannien, den Niederlanden bis hin zu Dänemark und der Ukraine haben Agenturen und Sender teilgenommen. In diesem umfangreichen Spektrum zeigt sich die Europaidee, für die wir stehen.“

DIE EYES & EARS 2023

Den Auftakt machten verschiedene MASTERCLASSES auf Deutsch und Englisch rund um das Thema KI: DRAWING - Why, as AI can do it? mit Prof. Michael Coldewey, Kunstprofessor für Digitales Filmdesign und Game Design an der mdh Mediadesign

Hochschule in München, KI im Marketing – Fluch oder Segen? Ein High-Level Overview mit Michael Zschiesche, KI-Experte & Geschäftsführer Klimek Schneider, Köln. Oder aber auch KI & Machine Learning: Zeit sparen mit neuen Features in Adobe Premiere Pro mit Sinja Mirel, Sr. Solutions Consultant Creative Cloud Adobe Systems, München und Wolfgang A. Heß, Adobe Certified Instructor, München sowie – sehr berührend – Creativity in times of war mit Aleksandra Marchenko, Public Communications Strategist, Communications Projects Lead at Brand Ukraine. Diese wurden sehr gut angenommen und die Referierenden konnten sich über volle Sitzreihen freuen.

Publikum der sehr gut besuchten Masterclasses

Eröffnet wurden die Bühnenpräsentationen – vor einem Fach-Publikum von rund 100 Personen – mit sehr persönlichen Grußworten von Hausherr Dr. Christof Prechtl, der eine Conference zum Thema KI als Bildungsauftrag ansah und Eyes & Ears-CEO Corinna Kamphausen. Moderiert wurden die EYES & EARS 2023 von Prof. Michael Schwertel, CBS-International Business School in Köln.

Begrüßung von Dr. Christof Prechtl, stellv. Hauptgeschäftsführer vbw, Münchenund Corinna KamphausenModerator Prof. Michael Schwertel und CEO Eyes & Ears of Europe Corinna Kamphausen

Dietmar Dahmen, Speaker & Creative Consultant, Wien, startete mit seiner provokanten und äußerst lebendigen Keynote „AI is the new Religion“. Er plädierte vehement dafür, neue Technologien wie KI zu akzeptieren und einzusetzen. Um sich weiterzuentwickeln und erfolgreich zu sein, zu werden oder zu bleiben. Sein Credo lautete: „See the shark, accept the shark, jump on the shark! Ride the shark of change!". Seine Präsentation veranschaulichte er anhand eines mit Hilfe von KI selbstgestalteten Comics.

Der stürmische Applaus nach der Präsentation von Dietmar Dahmen zeigte, dass seine Darstellung seine Wirkung nicht verfehlt hatte.

Keynote-Speaker Dietmar DahmenDas begeisterte internationale Publikum der Eyes & Ears Conference

Es folgte die Präsentation a Shattered Trust: Fighting manipulation and deception in the age of AI von Sinja Mirel, Sr. Solutions Consultant Creative Cloud Adobe Systems, München. Dabei warnte sie vor den Gefahren von Deepfake und stellte die „Open Source“-Plattform von Adobe vor, mittels derer man z.B. Deepfake erkennen, aber auch wie man mit den Adobe-Programmen KI nutzen kann.

Sinja Mirel, Dietmar Dahmen und Corinna Kamphausen

NEW TALENTS

In diesem Jahr fand auch wieder die Vorstellung und Prämierung der Eyes & Ears New Talents statt: Drei Nachwuchsprojekte zeigten dabei ihre Präsentationen dem Live-Publikum. Moderiert wurden die New Talents wieder von Marc Lepetit, Managing Director UFA Documentary, Potsdam.

Hier der Überblick:

Vertagt - VFX für eine dystopische SatireMichaela Mederer & Nicolas Schwarz, Hochschule für Fernsehen und Film München

HorchJeremy Traun, Hochschule Augsburg

Clean AidValentin Dittlmann & Hannes Werner, Hochschule für Fernsehen und Film MünchenDie stolzen Eyes & Ears New Talent Preisträger: „Clean Aid“ Valentin Dittlmann & Hannes Werner, Hochschule für Fernsehen und Film München, mit New Talent Moderator Marc Lepetit [v.l.n.r.]

Prämiert mit dem Eyes & Ears New Talent Award wurde: Clean Aid von Valentin Dittlmann & Hannes Werner, Hochschule für Fernsehen und Film München. Diese erhielten von BMG Production Music gestiftet lizenzfreie Musik für ihr nächstes Projekt. Gewinner:innen waren jedoch alle New Talent-Finalist:innen, denn sie erhielten jeweils – neben der fachkundigen Anerkennung des Publikums – ein kostenfreies Jahresabo für die Adobe Creative Cloud.

Bei dem hochrangig besetzten Panel: „KI – Fluch oder Segen?“ das ebenfalls von Prof. Michael Schwertel, CBS International Business School, Köln, moderiert wurde, lieferten sich Dr. Hanno Magnus, FREY Rechtsanwälte, Köln, Dann Smit, CEO CapeRock, Amsterdam, Eugen L. Gross, CEO & Gründer aiconix, Köln, Robert Fahle, Vorstand neuland AI - KI mit sozialer Verantwortung, Köln und Sebastian Greßmann, Experte im Bereich Audiovisuelle Kommunikation und KI Designschule München und Hochschule München, einen angeregten Austausch zum Thema KI. Sie waren sich dabei einig, dass man heutzutage die Nutzung von KI als Chance sehen kann und einsetzen muss.

Moderator Prof. Michael Schwertel [Mitte] und Corinna Kamphausen mit dem KI-Panel: Sebastian Greßmann, Designschule München und Hochschule München, Dann Smit, CEO CapeRock, Amsterdam, Robert Fahle, Vorstand neuland AI - KI mit sozialer Verantwortung, Köln, Eugen L. Gross, CEO & Gründer aiconix, Köln und Dr. Hanno Magnus, FREY Rechtsanwälte, Köln

Es folgte der internationale Beitrag zu dem Buch Creatives on Creativity von Steve Brouwers, Creative Director Brandlove, Antwerpen. Diesen veranschaulichte er mit unterhaltsamen Interviewausschnitten, die aber auch zum Nachdenken anregten.

"Creatives on Creativity" Speaker Steve Brouwers, Creative Director Brandlove, Antwerpen & "Cutting Edge"-Speakerin Barbara Simon

Den inspirierenden Abschluss der EYES & EARS 2023 bildete wieder Creative Director und Vizepräsidentin von Eyes & Ears of Europe, Barbara Simon Marketing & PR Director Let's Step Forward, München, mit ihren "Cutting Edge", einer handverlesenen und über ein Jahr gesammelten Auswahl an Kreativität aus der Werbung und Marketing, allesamt erstellt mit Unterstützung von KI. Dabei zeigte sie sich wie immer am Puls der Zeit und veranschaulichte, wie man in der Werbung schnell nicht mehr zwischen real und fake unterscheiden kann, d. h. wie man die Wahrnehmung beeinflussen, aber was mit KI auch im positiven Sinn geschaffen und gezeigt werden kann.

Nach dem "Countdown to the Awards" – mit kulinarischer Versorgung, Getränken und angeregtem Networking – ging die Veranstaltung anschließend nahtlos in die Verleihung der 25. Internationalen Eyes & Ears Awards über.

25. Internationale Eyes & Ears Awards

Ein gut gelauntes Moderations-Duo: Corinna Kamphausen und Wolfram Kons führten durch den AbendPublikum der Awards-Show

Ein Höhepunkt der EYES & EARS war die Vergabe der renommierten 25. Internationalen Eyes & Ears Awards. Zum Jubiläum waren diese auch so international besetzt wie lange nicht mehr. Im – mit rund 200 Personen – nahezu vollbesetzten Filmtheater Sendlinger Tor. Vor einem internationalen Publikum aus u. a. Spanien, Großbritannien, Frankreich, Schweiz, Österreich, Belgien, Dänemark, der Ukraine und den Niederlanden wurden die besten Produktionen aus den Bereichen Design, Audio, Digital, Promotion und Cross-Media gezeigt sowie deren Macher:innen mit der goldenen Eyes & Ears Awards-Trophy ausgezeichnet. Die Eyes & Ears Awards 2023 wurden auch in diesem Jahr von Wolfram Kons und Eyes & Ears Geschäftsführerin Corinna Kamphausen wieder in bester Laune moderiert. Aber auch die Silber- und Bronze-Preisträger:innen hatten Grund zu feiern.

Ein weiteres Highlight der Eyes & Ears Awards-Show 2023 war die Vergabe des INSPIRATION Awards. Dieser ging erstmalig an eine Agentur aus der Ukraine Banda, Creative Agency, Kiew & Los Angeles. Die Laudatio dazu hielt Eyes & Ears-Vizepräsidentin Barbara Simon.

Laudatorin Barbara Simon

[„Bis 2022 hatte kein Land Branding eingesetzt, um die internationale Aufmerksamkeit auf eine nationale Krise zu lenken. Das änderte sich mit der russischen Invasion in der Ukraine. Als der Krieg begann, verlor die ukrainische Kreativagentur Banda alle Projekte und Aufträge. Bis dahin hatte die in Kiew und Los Angeles ansässige Agentur unter anderem an staatlich geförderten Kampagnen gearbeitet, um die Ukraine als Tourismus- und Investitionsziel zu vermarkten. Nun nutzte Banda die Unterbrechung, um eine internationale Kampagne zu entwickeln, die die Resilienz des Landes in den Blick nimmt: „Tapferkeit ist unsere Marke".

In den Folgemonaten entwickelte Banda zahlreiche Kampagnen in Form von Plakaten, Postern, Online-Videos, Social-Media-Posts, T-Shirts und Aufklebern. Eine dazugehörige Website bot Logos und Fotos zum Herunterladen an und forderte die Besucher:innen auf, die Botschaft zu teilen, um Mut zu machen, internationale Aufmerksamkeit zu erzeugen und Spenden für die Ukraine zu sammeln.

Je länger der Krieg andauerte, desto mehr nahm das Medieninteresse ab, was sich an der Zahl der Interaktionen mit ukrainischen Nachrichten in sozialen Netzwerken ablesen lässt. Diese sank von 109 auf 4,8 Minuten. Um die Aufmerksamkeit der Weltöffentlichkeit wiederzugewinnen, suchte Banda auf dem Cannes Lion Festival nach globalen Medienpartnern. Der erfolgreiche Auftritt sorgte für breite Unterstützung der Kampagne, die daraufhin in 19 Ländern und 140 Städten weltweit gezeigt wurde. Die eindrucksvollen Poster und Plakate wurden an den belebtesten Plätzen verschiedener Städte angebracht - sogar am Times Square!

Banda trotzte mit seinem Engagement den Schrecken des Krieges und schuf im Zeitalter der Konsumkultur und der ständigen Reizüberflutung durch Medien eine Kampagne, die gezielt Solidarität für die Ukraine schuf - einzigartig, mutig und konsequent.“]

Ein emotionaler Höhepunkt: Die Vergabe des INSPIRATION Awards an Banda Agency aus der Ukraine: Alexandra Doroguntsova & Egor Petrov

Die Eyes & Ears Spezialpreise 2023 waren in diesem Jahr sehr international aufgestellt und gingen an die ukrainische Agentur Starlight Creative: “Pictures from War” sowie an TV 2 Denmark: „The Copenhagen Bench“ und deren jeweilige Kreativteams.

Die Laudatio für Starlight Creative: Pictures from War hielt Eyes & Ears CEO Corinna Kamphausen persönlich: „Der von Starlight Creative produzierte Spot bewirbt den gleichnamigen Dokumentarfilm auf herausragende Art und Weise: Berührende Bilder, aussagekräftige O-Töne und bemerkenswerte Geschichten der Berichterstatter zeigen den ukrainischen Kriegsalltag. Mit erschreckender Deutlichkeit führt der Spot den Zuschauer dabei sensibel und feinfühlig durch die Geschehnisse. Mitfühlend und gleichzeitig wahrheitsgetreu – dieser schwierige Spagat ist Starlight hier eindeutig gelungen! Kreativ, innovativ und effektiv - dieses Engagement ist Eyes & Ears of Europe einen Spezialpreis wert“.

Der zweite Spezialpreis ging an TV 2 Denmark: The Copenhagen Bench. Die Laudatio dazu hielt einmal mehr Vizepräsidentin Barbara Simon: “Um die Folgen des Klimawandels für jeden greifbar zu machen, besann sich TV 2 Denmark auf eine dänische Designikone - die Kopenhagener Bank. TV 2 Denmark erhöhte die Bank um 85 Zentimeter, um die Schätzung des UN-Klimaberichts für den Anstieg des Meeresspiegels bis zum Jahr 2100 zu visualisieren und erlebbar zu machen. In Zusammenarbeit mit dem ursprünglichen Hersteller schuf der Sender 15 erhöhte Bänke aus recyceltem Material und platzierte sie an zentralen

Orten, wo sie sofort die Aufmerksamkeit der Menschen auf sich zogen. Eine einfache Out of the Box- Idee, die jedem intuitiv vor Augen führt, wie der Klimawandel Welt und Gesellschaft beeinflusst! Kreativ, innovativ und effektiv - dieses Engagement ist Eyes & Ears of Europe einen Spezialpreis wert“.

Der Sonderpreis für die Kategorie „Beste Verwendung von Musik“ wurde in diesem Jahr von BMG Production Music gestiftet und von Dan Eckardt, Senior Sales Manager & Music Supervisor, an den Preisträger Marc Riehm von Golden Claim für „Screenforce Days 2023 - RTL Unterhaltung“ übergeben. „Nothing but diamonds": RTL steht für die stärksten Marken und größten Emotionen seit fast 40 Jahren. Dramaturgie, Bildauswahl, wachsende Intensität der Bilder, O-Töne und Emotionen, Dichtheit sowie das Schnitttempo wurden bewusst dem Aufbau dieses Songs untergeordnet, um einen maximalen Effekt zu erzeugen. So muss Musik verwendet werden!“, lautete die Begründung der international und hochkarätig besetzten Jury.

Preisträger Marc Riehm für den Sonderpreis für die Kategorie „Beste Verwendung von Musik“ und Stifter Dan Eckardt, BMG Production Music.

Im Anschluss an die bewegende und kurzweilige Preisverleihung – mit einem unterhaltsamen Break des ZDF – ging ein erfolgreicher und emotional intensiver Tag zu Ende. Das Vierteljahrhundert-Jubiläum der 25. Internationalen Eyes & Ears Awards wurde anschließend noch im Weinlokal „Dizzy Daisy“ ausgiebig gefeiert.

Preisträger und Jurybegründungen der 25. Internationalen Eyes & Ears Awards

Eyes & Ears of Europe bedankt sich bei: DESIGNPARTNERRTL Deutschland VeranstaltungspartnerAdobe, BR Fernsehen, ZDF, The Walt Disney Channel, SRF, BMG Production Music,vbw – Vereinigung der bayerischen Wirtschaft, Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München, high five cgn, Thomas Friebe Akademie, SWR, Deutsche Welle, Seven.One Entertainment Group MEDIENPARTNERbrand eins, Clap

„EYES & EARS“ Konferenz 2023 mit der internationalen 25. AWARDS-Preisverleihung am 23.10.2023 in München

Ein hochkarätiges geballt kreatives „COME TOGETHER“ von internationalen Vertretern aus der Medienwelt: wie Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien, Craft und Cross Media traf sich zur

EYES & EARS 2023 Konferenz – „Use AI – Be creative!“ in München am 23. Oktober 2023, die im Haus der Bayerischen Wirtschaft stattfand. **EYES & EARS OF EUROPE** ist eine Kommunikationsplattform, die die europäischen Kreativen zusammenbringt. Der umfangreiche Veranstaltungstag war mit den aktuellsten und kreativen Themen für die Zukunft mit Speakern und Filmausschnitten gespickt.

Die anschließende internationale 25. AWARD-Preisverleihung KREATION, INNOVATION & EFFEKTIVITÄT im Sendlinger Tor Filmtheater krönte die Veranstaltung mit allen Preisträger/innen.

Präsentiert wurden die EYES & EARS Awards mit Geburtstagsehrung und Filmausschnitten von den nominierten Gewinner/innen von Corinna Kamphausen und Wolfram Kons, CEO von Eyes & Ears Europe und Vice Präsident, Barbara Simon den Inspiration Award. Unterrahmt wurde die Veranstaltung mit einem Kurzfilm „The Spirit of Creativity“ - 25 Jahre Jubiläum EYES & EARS. Das spannend-interessante Zukunftsthema war der Panel: KI – Curse or Blessing mit dem Motto: Creativity for all, is the Mission!

Tiefergreifend war der Vortrag mit Bildern: Creativity in times of war von Aleksandra Marchenko, Public Communication Strategist, Head of Communication Projects at Brand Ukraine. Des weiteren von AM creative projects: Crimea Ukraine. Sowie von Starlight media, Tetiana Kacheniuk, Preisgewinnerin in mehreren Kategorien, hat bei ihrer Preisüberreichung bewegt emotional gesprochen, dass sie vor fünfzehn Monaten ihren Sohn in der Ukraine gebar. Die Banda Creative Agency in Kiew und Los Angeles erhielt den Inspiration Award für ihre internationale Kampagne, „Tapferkeit ist unsere Marke“.

Sehr bewegend war der Filmausschnitt „Stop childmarriages – India“. Das beste Influencer Marketing für die Kampagne zu der Science Fiction Serie Der Schwarm, ging an das ZDF mit einer Gold-Trophäe als Gewinnerpreis. Der Speaker Steve Brouwers, Creative Director Brandlove, Antwerpen hat einen Filmausschnitt gezeigt von Fotograf George Lewis, wie er ein Foto von Andy Warhol in der Mitte einer Campell Tomatendose kreierte – Esquire Magazin. Der Designer Jeremy Traun, Hochschule Augsburg hat einen Film gezeigt über eine Schallplatte aus Wachs hergestellt, die nur einmal abspielbar ist.

Ein TV-Special von Kabel1, wird demnächst eine Doku über den kanadischen Schauspieler Keanu Reeves Story senden. Das finale Ende im Sendlinger Tor Filmtheater war mit einem Film-Rückblick 25 Jahre High Lights und einem gemeinsamen Gruppenfoto mit allen Gewinnern/innen. Zum Abschluss war eine Aftershow Party in der Dizzy Daisy Weinbar zum Netzwerken und inspirierenden Kommunikationsaustausch.

.

PRESSESPIEGEL

Eyes&EarsEurope

EYES & EARS mit 25. Internationalen Eyes & Ears Awards

Eyes & Ears of Europe –
Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien e.V.
Mozartstr. 3-5, D-50674 Köln
Tel.: +49 (221) 606057-16, Fax: +49 (221) 606057-11
eMail: miriam.sommer@eeofe.org; Website: www.eeofe.org

Events

EYES & EARS 2023

23.10.2023

Event

Die 25. Eyes & Ears Awards sind so international wie lange nicht mehr.

● In diesem Jahr finden die **EYES & EARS** am 23. Oktober wieder vor Ort in München statt. Bei der Vergabe der **25. Internationalen Eyes & Ears Awards** werden die aktuellen Trends, Innovationen und neuen Perspektiven in den Bereichen Design, Promotion & Marketing für Medien- und Entertainment-Brands aus ganz Europa präsentiert. Darüber hinaus ist der kreative Nachwuchs vertreten und zeigt seine spannenden Studien- oder Abschlussprojekte bei den **New Talents** auf der Bühne.

Mehr Infos unter https://eeofe.org/

Jubiläum: Eyes & Ears Awards werden zum 25. Mal verliehen

dwdl.de/nachrichten/94011/jubilaeum_eyes__ears_awards_werden_zum_25_mal_verliehen

Vor den Medientagen München

© Eyes & Ears of Europe

Schon zum 25. Mal werden in diesem Jahr die Internationalen Eyes & Ears Awards verliehen. Die Jubiläums-Gala findet im Oktober im Rahmen der jährlichen Eyes & Ears statt - und dürfte so international werden wie lange nicht.

von Alexander Krei am 27.07.2023 - 08:00 Uhr

Die Internationalen Eyes & Ewars Awards feiern in diesem Jahr ein Jubiläum: Bereits zum 25. Mal werden kreative, innovative und effektive Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen geehrt. Inzwischen steht auch der Termin fest: Im Vorfeld der Medientage München wird die Verleihung am Montag, den 23. Oktober stattfinden. Als Location dient das Filmtheater Sendlinger Tor.

© Eyes & Ears of Europe Corinna Kamphausen

"In den vergangenen 25 Jahren haben wir nicht nur als Verband, sondern auch mit unseren Awards eine unglaubliche Zeitreise sowie eine enorme und rasante Entwicklung durchgemacht", sagt Corinna Kamphausen, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied von Eyes & Ears of Europe. "Von der Einführung des non-linearen Bewegtbildes bis zu den Streamingdiensten unserer Zeit. Von der Ablösung der persönlichen Ansager durch Promotiontrailer bis zur Etablierung des Influencer-Marketings oder der Einführung digitaler Techniken wie Virtual Reality, Augmented Reality, KI oder Tools wie zum Beispiel ChatGPT oder Midjourney."

Die Einreichungsphase für die Eyes & Ears Awards, deren Designpaket diesmal von RTL Deutschland beigesteuert wird, ist in diesen Tagen zu Ende gegangen. "Ich bin begeistert, dass sich so unterschiedliche europäische Teams engagieren", so Kamphausen. "Damit sind wir so europäisch wie lange nicht. Von Österreich, der Schweiz, Frankreich, Italien, Spanien, Portugal, Belgien, Großbritannien, den Niederlanden bis hin zu Dänemark und der Ukraine haben Agenturen und Sender teilgenommen. In diesem umfangreichen Spektrum zeigt sich die Europaidee, für die wir stehen."

Am Tag der Preisverleihung finden in diesem Jahr übrigens auch die Eyes & Ears in München wieder statt. Bei der Konferenz werden sich Medienprofis treffen, um über aktuelle Trends der Branche zu sprechen.

Banda gewinnt den Eyes & Ears Inspiration-Award

clap-club.de/2023/10/20/banda-gewinnt-den-eyes-ears-inspiration-award

Daniel Häuser·20. Oktober 2023 20. Oktober 2023

Am kommenden Montag werden zum 25. Mal die Internationalen Eyes & Ears Awards in München verliehen. Höhepunkt der Veranstaltung, respektive der Awards-Show, ist die Vergabe des Inspiration Awards. Preisträger ist jemand, der die Kreativbranche über einen längeren Zeitraum besonders nachhaltig beeindruckt hat. Clap weiß vorab wer der Gewinner sein wird. Es ist ukrainische Kreativ- Agentur Banda. Die Laudatio dazu hält Eyes & Ears Vizepräsidentin Barbara Simon (oben im Foto). Was sie den Gewinnern sagen wird? Wir haben ihre Laudatio hier:

„Ich habe Banda – eine preisgekrönte Kreativagentur mit Büros in Kiew und Los Angeles – kurz vor Weihnachten 2016 kennengelernt, da wir gemeinsam am Eurovision Song Contest 2017 in Kiew gearbeitet haben. Vor dem Krieg hatte Banda Kunden wie Uber, Netflix, Pepsi, Spotify und Puma. Nach jenem verheerenden Februartag im vergangenen Jahr beendeten alle ihre lokalen Kunden die laufenden Projekte.

Banda ließ sich jedoch durch den Krieg nicht davon abhalten, ihre Talente zu nutzen, sondern verlagerte den Schwerpunkt einfach auf die Arbeit für einen Kunden, der sie nicht unter Vertrag nahm: ihr eigenes Land. Banda begann sofort mit der Erstellung eigener Videos, um nicht nur das Bewusstsein für ihr Land zu schärfen und es zu unterstützen,

sondern auch, um die russische Bevölkerung über soziale Medienplattformen über die Gräueltaten und den Tod auf beiden Seiten zu informieren. Das erste Video wurde 2 Tage nach Beginn des Krieges hochgeladen, die anderen folgten schnell.

Mit dieser Art von Geschwindigkeit wurde die Idee für die Bravery-Kampagne von Banda einige Tage nach Kriegsbeginn geboren. Da es keine Kunden- oder Medienbudgets gab, beschränkten sich die Produktionsmöglichkeiten auf die Verwendung von Laptops und Telefonen. Die Kampagne konzentrierte sich auf die Widerstandsfähigkeit der Nation und machte Tapferkeit zum größten kulturellen Exportartikel des Landes. Sie stärkte den Stolz, die Motivation und den Kampfgeist der Ukrainer, trug aber auch dazu bei, ein hohes Maß an Sympathie und Unterstützung für die Ukraine in der ganzen Welt zu erhalten. Sie stellten die Idee dem Ministerium für digitale Transformation vor, und einige Tage später wurde sie vom Präsidialamt genehmigt.

Mit der Tapferkeit als neuer Marke verwandelte die Ukraine die Werbung in eine Kriegswaffe… das erste Mal, dass eine Markenkampagne ein wichtiger Bestandteil der Reaktion eines Landes auf eine militärische Invasion war. Im Laufe der Monate nahm die Kriegsmüdigkeit ab und die Zahl der Interaktionen mit ukrainischen Nachrichten in den sozialen Netzwerken sank drastisch. Um die Aufmerksamkeit der Weltöffentlichkeit wieder auf sich zu ziehen, suchte Banda auf der Cannes Lion-Veranstaltung nach globalen Medienpartnern – und es hat geklappt! Die Kampagne wurde von 19 Ländern und 140 Städten auf der ganzen Welt unterstützt, wobei die plakativen Plakate und Schilder an den belebtesten Plätzen der Städte platziert wurden, sogar am Times Square!

Banda hat mit seiner Kampagne Menschen weltweit inspiriert und motiviert. Aber sie haben auch kreative Gemeinschaften wie die unsere inspiriert, indem sie gezeigt haben, wie wir unsere Talente und Kreativität für eine viel größere Sache einsetzen können.“

Weitere Preisträger waren bislang übrigens die virtuelle Influencerin **@noonoouri**, die internationale Bühnendesignerin Es Devlin sowie der deutsche Szenenbildner Uli Hanisch. Der Inspiration Award hat vor einigen Jahren den Excellence Award abgelöst, der während der 25 Jahre beispielsweise an den Live-Regisseur Volker Weicker, den italienischen Fotografen Oliviero Toscani, das Pop-Duo Yello, den Fotografen und Filmregisseur Anton Corbijn, den Filmproduzenten Nico Hofmann sowie den Set-Designer Florian Wieder vergeben wurde.

Foto: Eyes & Ears Award

Eyes & Ears Awards: RTL Deutschland holt am häufigsten Gold

dwdl.de/nachrichten/95209/eyes__ears_awards_rtl_deutschland_holt_am_haeufigsten_gold

Alle Preisträgerinnen und Preisträger

© Eyes & Ears of Europe/janknoff

Am Montagabend regnete es in München wieder Preise für die besten Arbeiten im Bereich Design, Promotion und Marketing. Am häufigsten Gold ging dabei an RTL Deutschland. Doch auch in Unterföhring und Mainz konnte vielfach gejubelt werden.

von Uwe Mantel am 23.10.2023 - 23:00 Uhr

"Besonders kreative, innovative bzw. effektive Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen" sind es, die am Montagabend zum nunmehr 25. Mal mit den Eyes & Ears Awards ausgezeichnet wurden. Die Anzahl der vergebenen Preise, in den meisten Kategorien in Gold, Silber und Bronze, war dabei einmal mehr riesig. Am häufigsten Gold - insgesamt zwölf Mal - gab es dabei in diesem Jahr für Arbeiten von oder für RTL Deutschland.

Angetan war die Jury beispielsweise davon, wie die neu erworbenen NFL-Rechte bei RTL in Szene gesetzt wurden. So gab es für die NFL-Übertragungen eine Auszeichnung in Gold fürs beste Sport-Design, für den besten Programm-Vorspann im Sport-Bereich wie auch für den besten Programmspot Sport. Weitere Preise für RTL Deutschland gab's aber sogar doppelt auch für den "Ibes Rap" und den "RTL Spendenmarathon", zudem wurde die Kampagne für "Sisi 2" als "beste integrierte Kampagne für ein Programm: Fiction" ausgezeichnet.

Gold gewann RTL aber auch in der Kategorie "Bestes Informations- und Nachrichtendesign", wo sich die Nachrichtenformate von RTL knapp gegen die neu aufgestellte ":newstime" auf den Seven.One-Sendern durchsetzten, die aber zumindest eine Auszeichnung in Silber erhielten. Zur Begründung hieß es von der Jury: "Mit diesem Relaunch wurde der gesamte News-Bereich stärker an die Hauptmarke angebunden, ohne die inhaltliche Stärke der einzelnen Formate zu beeinträchtigen. Reduziert auf das Wesentliche, mit klaren Farben und immer den Content im Fokus überzeugen die RTL News in jeder Hinsicht!"

Doch auch bei ProSiebenSat.1 konnte man sich über immerhin acht Gold-Auszeichnungen freuen. Hier wurden unter anderem die Programm-Spots für die Sat.1-Serie "Blackout", die Sat.1-Show "The Voice Kids", das ProSieben-Format "Wer stiehlt mir die Show?" und die Kabel-Eins-Sonderprogrammierung zu Keanu Reaves mit dem Titel "Keanu rief's" gewürdigt. Eher überraschend vielleicht die Auszeichung für die offensichtlich nicht besonders erfolgreiche Programm-Kampagne für "Volles Haus". Die Jury meint hier aber: "Ein klarer roter Faden führt durch die 'Volles Haus'-Kampagne. Gut inszeniert gibt sie einen Einblick in das Programm und macht Spaß auf mehr!"

Sieben Mal Gold ging an's ZDF, auffällig häufig im digitalen Bereich: Unter anderem gab's Gold für die Präsentation von Retro-Serien in der ZDF-Mediathek. "Durch die Reduktion auf ikonische Elemente erhalten die ZDF-Serien- und Filmklassiker einen einheitlichen Gestaltungsstil. Starke Visuals, die in ihrem Retro-Look ein modernes Ganzes bilden. Das macht Lust auf die Mediathek", so die Jury. Für das "Elevator Quiz" im Rahmen von "40 Jahre Terra X" gab's einen Preis für die beste digitale Experience, generell gab's für die Aktionen rund um das 40-jährige Jubiläum auch einen Preis für die beste Integrierte Kampagne für ein Non-Fiction-Programm. "Gestern waren wir noch Kinder" wurde aus Jury-Sicht mit der besten Social-Media-Kampagne beworben, "Der Schwarm" mit dem besten Influencer-Marketing.

Im Folgenden: Alle Preisträgerinnen und Preisträger im Überblick sowie die Begründungen der Jury

nächste Seite