

Das Festivalfazit aus deutscher Sicht

Die Messlatte lag hoch. Etliche deutsche Werber fragten sich im Vorfeld des diesjährigen Festivals: „Können wir den Erfolg aus dem Vorjahr überhaupt noch toppen?“

Man konnte ... und wie! Zwar rutschten hiesige Agenturen von Platz zwei 2007 auf Rang drei im Nationen-Ranking hinter die USA und GB ab, mit insgesamt 54 Löwen war man in der 55. Auflage des Werbefestivals in Cannes jedoch so erfolgreich wie nie zuvor. Acht goldene, 16 silberne und 30 bronzene Löwen wurden an der Côte d'Azur gewonnen. Selbst wenn man die acht Löwen aus der neuen Kategorie Design herausrechnet, konnte das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr um sieben Löwen verbessert werden.

Aus dem insgesamt sehr guten Ranking sind in diesem Jahr sicherlich die beiden Kategorien Outdoor und Design herauszuheben. Bei der ersten Auflage der Design Lions in Cannes schafften es deutsche Einreicher aus Design- und Kreativagenturen mit acht Preisen auf Anhieb auf Platz eins. Auch im Bereich Outdoor führten Agenturen aus Deutschland mit zwei goldenen, zwei silbernen und sechs bronzene Löwen die Nationenwertung an.

Doch es gab auch Schattenseiten: Bei der Preisvergabe in den wegweisenden und zukunftsprägenden Kategorien Titanium/Integrated sowie den Future Lions konnte Deutschland nicht in das Titelrennen eingreifen. Hier

blieb man chancenlos und somit ohne das erhoffte Edelmetall. Ein Platz auf der Shortlist ... mehr war auch nach Meinung von Titanium-Jurymitglied Jean Remy von Matt nicht drin.

Umso erfreulicher das Abschneiden des deutschen Kreativ- und Medianachwuchses an der Croisette. Erstmals schafften zwei Nachwuchsteams den Sprung unter die Top 3. Eine Silbermedaille bei den Young-Lions-Media und ein dritter Platz in der Kategorie Print zeigen, dass der deutsche Nachwuchs auf internationalem Parkett bestehen kann.

Die Abräumer in Cannes

Bei einer Großzahl der Mitglieder aller zehn Jurys, den Journalisten und einem Großteil der rund 12.000 Delegierten des Festivals war man sich am Ende der Festivalwoche über die nachhaltigsten und beeindruckendsten Arbeiten einig. Aus den rund 28.000 Kreativbeispielen stachen zwei heraus, die in nahezu allen Kanälen Maßstäbe in der Kommunikation gesetzt haben: Mit dem Multimedia-Projekt „Voyeur“ für den US-Sender HBO konnte BBDO New York auf ganzer Linie überzeugen, fünf goldene, einen silbernen sowie zwei bron-

zene Löwen gewinnen. Ferner gingen gleich zwei Grand Prix in der Kategorie Outdoor und zwei Promo Lions an die Ostküste der USA.

Die nicht ganz unumstrittene – weil für ein Kriegsspiel werbende – „Believe“-Kampagne für das X-Box-Game „Halo 3“ von Microsoft bekam in diesem Jahr international so viele Kreativpreise wie keine andere Arbeit. So auch in Cannes: „Believe“ wurde ebenfalls mit zwei Grand Prix bedacht. Neben der höchsten Auszeichnung als bester Non-TV-Spot (erstmals wurden somit zwei Grand Prix für Filme vergeben) gewann die Arbeit auch den Hauptpreis bei den Integrated Lions.

Ausblick 2009

Wenn sich vom 21. bis 27. Juni 2009 erneut rund 15.000 Delegierte und Festivaltouristen zum Nabel der Werbewelt Cannes aufmachen, werden die Jurys aller Voraussicht nach erstmals in der 56-jährigen Festivalgeschichte mehr als 30.000 Einreichungen zu bewerten haben. Wer am Ende die Gewinner und Verlierer sind, wer Maßstäbe gesetzt hat und wer die begehrtesten aller internationalen Werbepreise gewinnen konnte, lesen Sie dann in der zweiten Ausgabe des *rtv cannes spezial*. Die Messlatte für deutsche Agenturen liegt dann erneut hoch.



Boris Bullwinkel

PR- & Unternehmenskommunikation

WerbeWeischer GmbH & Co. KG

DEUTSCHLAND

Fazit

Deutsche Gewinner im Überblick

FILM	Bronze	JUNG von MATT HAMBURG > CONCERT HALL DORTMUND - SEASON 2007/2008
	Bronze	RED RABBIT WERBEAGENTUR HAMBURG > HELP FOR SEXUALLY ABUSED CHILDREN, DUNKELZIFFER
PRESS	Silber	DDB GERMANY BERLIN > VOLKSWAGEN PARK DISTANCE CONTROL
	Silber	OGILVY FRANKFURT > MATTTEL GERMANY MATCHBOX
	Silber	KEMPERTRAUTMANN HAMBURG > COMEDY CENTRAL MTV NETWORKS
	Bronze	SCHOLZ & FRIENDS BERLIN > NOISE PROTECTION WINDOWS BY WERU
	Bronze	KNSK WERBEAGENTUR HAMBURG > JOHNSON & JOHNSON, DOLORMIN
	Bronze	DDB GERMANY BERLIN > VW RNS 510 NAVIGATION SYSTEM
	Bronze	SCHOLZ & FRIENDS BERLIN > ONLINE RECRUITMENT, JOBSINTOWN.DE
	OUTDOOR	Gold
Gold	OGILVY FRANKFURT > MATCHBOX TOY CARS	
Silber	DDB GERMANY BERLIN > VW PARK DISTANCE CONTROL	
Silber	HEYE GROUP UNTERHACHING > McDONALD'S SALAD	
Bronze	DDB GERMANY BERLIN > FUNK SUNGLASSES	
Bronze	DDB GERMANY BERLIN > VW GOLF GTI	
Bronze	SCHOLZ & FRIENDS HAMBURG > „NYKKE & KOKKI WHOLE FOOD DELIVERY AND CATERING“	
Bronze	OGILVY FRANKFURT > IKEA	
Bronze	SCHOLZ & FRIENDS BERLIN > RAVENSBURGER SPIELVERLAG, PUZZLE	
MEDIA	Gold	GRABARZ & PARTNER HAMBURG > STERN.DE NEWS WEBSITE
	Silber	TBWA\GERMANY BERLIN > ABSOLUT VODKA
	Bronze	NORDPOL+ HAMBURG > ASICS EUROPE

CYBER	Bronze	DDB GERMANY DUESSELDORF > RIGHT GUARD DEODORANT, HENKEL
	Bronze	BBDO GERMANY DUESSELDORF > MERCEDES-BENZ TRUCKS
	Bronze	NORDPOL+ HAMBURG > RENAULT GERMANY
	Bronze	NORDPOL+ HAMBURG > ARBEITSKREIS VORRATSDATENSPEICHERUNG
	Bronze	SERVICEPLAN HAMBURG > CHEN ADVERTISING
	Bronze	ELEPHANT SEVEN HAMBURG > MERCEDES-BENZ GERMANY
	Bronze	SYZYGY BAD HÖMBURG > ROTWILD
	Bronze	NORDPOL+ HAMBURG > „FINGERPRINTS“ ARBEITSKREIS VORRATSDATENSPEICHERUNG
DIRECT	Bronze	JUNG von MATT HAMBURG > BOSCH („LAWNMOVER CALENDAR“)
	Bronze	OGILVY FRANKFURT > DEUTSCHE STIFTUNG DENKMALSCHUTZ „BEGGING SCULPTURES“
PROMO	Gold	NORDPOL+ HAMBURG > „FINGERPRINTS“ ARBEITSKREIS VORRATSDATENSPEICHERUNG
	Gold	SERVICEPLAN MÜNCHEN > EXPEDIA.COM
	Silber	JUNG von MATT HAMBURG > IKEA „THE 3-D COVER“
	Silber	SCHOLZ & FRIENDS BERLIN > JOBS IN TOWN

Radio	Silber	NORDPOL+ HAMBURG > ASICS EUROPE
	Silber	NORDPOL+ HAMBURG > „FINGERPRINTS“ ARBEITSKREIS VORRATSDATENSPEICHERUNG
	Bronze	BBDO GERMANY DUESSELDORF > MERCEDES-BENZ NIEDERLASSUNG STUTTGART - „ON A MOUNTAIN TOP“
	Gold	BBDO GERMANY DUESSELDORF > MERCEDES-BENZ BASE PLUS BRAKE SYSTEM
Design	Silber	GRABARZ & PARTNER HAMBURG > VW TOUCH SCREEN NAVIGATION SYSTEM
	Bronze	Y&R GERMANY FRANKFURT > WUESTHOF KÜCHENMESSER
	Bronze	DDB GERMANY BERLIN > IKEA
	Bronze	START MUNICH > MÜNCHEN TICKET
	Gold	ATELIER MARKGRAPH FRANKFURT > DAIMLER, „THE ROAD TO THE FUTURE“
	Gold	JUNG von MATT STUTTGART > FOREST STEWARDSHIP COUNCIL
	Silber	JUNG von MATT STUTTGART > TESA TAPE ART
	Silber	KEMPERTRAUTMANN HAMBURG > CONERGY, POINTS OF VIEW
	Silber	SCHOLZ & FRIENDS IDENTIFY BERLIN > FEDERAL MINISTRY OF EDUCATION AND RESEARCH
	Silber	OGILVY FRANKFURT > AMNESTY INTERNATIONAL „TORTURE MEETS MODERN ART“
Silber	MUTABOR DESIGN HAMBURG > ADIDAS MI INNOVATION CENTRE	
Bronze	OGILVY FRANKFURT > IKEA „BIGGER STORAGE IDEAS“	