

Fünf deutsche Filmproduktionen unterstützen den Kommunikationsverband beim Nachwuchswettbewerb der Klappe 2010

Die 5 kreativsten Skripte werden produziert und ausgezeichnet – Der Kommunikationsverband & WerbeWeischer entsenden das Gewinner-Team zum Young Lions Film Competition 2010 nach Cannes

Hamburg, 06.01.2010 - Mit dem Wettbewerb **DIE KLAPPE** dokumentiert der einzige interdisziplinäre Berufsverband der Kommunikationsindustrie seit 30 Jahren die rasante Kreativ-Entwicklung der deutschsprachigen Bewegtbildkommunikation. 2010 schreibt der Verband, neben 13 klassischen Wettbewerbskategorien, einen Nachwuchswettbewerb aus, bei dem junge Regisseure in Agenturen und an Hochschulen aufgefordert wird Skripte einzureichen, aus denen die Klappe Jury die 5 kreativsten Einreichungen auswählen wird. Diese Ideen werden bis zur Preisverleihung der Klappe 2010 am **26. März 2010 in Hamburg** von führenden Filmproduktionen in Deutschland Erste Liebe, House of Packshots, Markenfilm, Jo!Schmid und Soup produziert und mit einer Klappe ausgezeichnet!

Der Preis

Die 5 besten Skripte werden von den Produktionen Erste Liebe, House of Packshots, Markenfilm, Jo!Schmid und Soup produziert und mit einer Klappe in Bronze, Silber oder Gold ausgezeichnet! Das beste deutsche Team wird vom Kommunikationsverband und Werbe Weischer als Teilnehmer bei den Young Lions Film Competition nominiert.

Die Auswahl der Skripte erfolgt im Rahmen der Nachwuchsjurysitzung zur Klappe30 im Februar 2010. Den Vorsitz der Jury haben Amir Kassaei, DDB Group Germany und als Stellvertreter Martin Schmid (Jo!Schmid).

Die Teilnahmebedingungen

Teilnehmen können sowohl Einzelpersonen als auch Teams. Die Teilnehmer müssen aus Deutschland, Österreich oder der Schweiz kommen und nach dem 27. Juni 1981 geboren sein.

Die Aufgabe für die Teilnehmer:

Entstehen soll eine emotionale Bewegtbild-Werbekampagne für das Deutsche See Produkt: „Deutsche See Gourmet“ Selbstbedienungs-TK-Sortiment.

Zielgruppe

Verbraucher, die selbst kochen oder in der Mikrowelle Fertiggerichte aufwärmen (Singlehaushalte).

Einsendeschluss der Manuskripte ist der 31. Januar 2010

Briefing für die Teilnehmer am Nachwuchswettbewerb zur 30. KLAPPE des Kommunikationsverbands:

Wir suchen Skripte. Skripte für einen Werbespot. Bei dem zu bewerbenden Produkt handelt es sich um das erste, volltransparente Fischprodukt für die Tiefkühltruhe: „**Deutsche See Gourmet**“ das erste volltransparente Fischprodukt, das in der gesamten Aufmachung und Anmutung Frischfisch am nächsten kommt und die beste Alternative für „Frischfischgenießer“ ohne Zeit darstellt.

Was macht dieses Produkt so besonders? **You get what you see!** Keine Verpackung die etwas völlig anderes zum Vorschein bringt als man erwartet hatte oder auf der Vorderseite als Foto gesehen hat. Keine Enttäuschung. Man weiß schon vorher wie es hinterher aussieht. Reine Vorfreude.

Auf dieser Basis soll die Idee für einen Werbespot entwickelt werden.

Es geht hier nur um die Idee!!! Nicht um die Einreichung fertiger Filme!

Einreichen kann man Skripte, Storyboards, Moodfilme oder ähnliches. Wichtig ist, dass der Jury anhand des eingereichten Materials der Grundgedanke der Idee klar wird. Die Besten 5 Ideen werden dann mit den Gewinnern und Erste Liebe, House of Packshots, Markenfilm, Jo!Schmid und Soup produziert. Die Länge des fertig produzierten Filmes sollte zwischen 15 und 45 Sekunden liegen.

Einige Stichpunkte für das Skript/die Idee:

- keep it simple
- keep it simple
- keep it simple

Wie oft passiert es einem im Leben, dass man etwas erwartet aber dann enttäuscht wird wenn es ganz anders ausgeht. Wie oft hat man beim Julklapp das größte Geschenk bekommen aber der Inhalt war mickrig. Hätte man es mal vorher sehen können. So wie bei unserem Produkt . Man hätte sich einiges an Ärger erspart. Macht euch frei von dem Gedanken, dass sich der ganze Spot um Fisch drehen soll. Andere Assoziationen zum Thema „You get what you see“ sind durchaus erwünscht. Solange sie am Ende des Filmes auf das Produkt einzahlen. Die Skripte sollten in einem normalen Rahmen produzierbar sein.

Also bitte keine Szenen an weißen Sandstränden und keine Szenen mit 1200 Extras. Keep it simple. Die Idee zählt!!!

Zielgruppe:

Verbraucher, die selbst kochen oder in der Mikrowelle Fertiggerichte aufwärmen (Singelhaushalte).

Einsendeschluss der Beiträge ist der 31. Januar 2010