

Pressemitteilung

DIE KLAPPE – die 32ste Der wichtigste deutschsprachige Wettbewerb für Film ist ausgeschrieben.

Nachwuchswettbewerb für „Commercials“ wird unterstützt von: Deutschen Bahn, NIVEA FOR MEN, Ströer Infoscreen und Unilever Bifi

Hamburg, den 21. September 2011 - Mit fünf Punkten im Kreativranking von Horizont, einer handverlesenen, hochkarätigen Jurybesetzung und einem validen internationalen Konzept für den Filmnachwuchs in Kooperation mit den Young Lions in Cannes (WerbeWeischer) geht DIE KLAPPE, der wichtigste deutschsprachige Wettbewerb für Film in die 32ste Runde. Deutlich entzerrt wurden die Einreichungskategorien für 2012. Übrig blieben fünf Kategorien inkl. Nachwuchs. „Wir haben die Unterkategorien so strukturiert, das wir nicht mehr Autos mit Möbeln vergleichen müssen!“ kommentiert Katharina Stinnes, Geschäftsführerin des Kommunikationsverbands in Hamburg.

Dr. Michael Trautmann, kempertrautmann, wird auch 2012 den Vorsitz der Jury übernehmen. "DIE KLAPPE ist aus mehreren Gründen für den Markt wichtig: Erstens konzentriert sich DIE KLAPPE zu 100% auf das Thema Film. Zweitens: Es gibt keine andere Jury, die so heterogen und hochkarätig mit Werbungtreibenden, Agentur- und Medienvertretern besetzt ist, sowie wichtigen Partnern bei der Umsetzung (Regie, Musik, Produktion und Postproduktion etc.). Das bedeutet, DIE KLAPPE ist eine echte Orientierungshilfe für Auftraggeber und Dienstleister. Ich freue mich, das Projekt zu unterstützen!"

DIE KLAPPE Nachwuchswettbewerb „Commercial“ powered by: Deutsche Bahn, Ströer Infoscreen, NIVEA FOR MEN und Unilever BiFi

Mit Filmen für drei Top Marken darf sich der Nachwuchs im Jahr 2012 die Fahrkarten nach Cannes zu den Young Lions 2012 verdienen. Die Gewinner des Nachwuchs Wettbewerbs für Werbefilme werden vom Kommunikationsverband und dem Vertreter des Cannes Festivals für Deutschland, WerbeWeischer, als Vertreter für Deutschland nach Cannes eingeladen. „Das Feedback der Nachwuchskreativen war derart positiv, dass wir als Verband alles daran setzen werden, diese Möglichkeit des Lernens und des Austausches mit der internationalen Kreativszene weiter zu fördern!“

Das Nachwuchsprojekt für Werbefilm unterstützen im Jahr 2012 die Unternehmen Beiersdorf AG mit NIVEA FOR MEN, die Deutsche Bahn AG, Ströer Infoscreen und Unilever Bifi. Ströer stellt die Medialeistung für die Veröffentlichung der Nachwuchspots auf dem „Out-of-Home-Channel“ zur Verfügung. Die digitalen Screens sind Teil des neuen und deutschlandweiten Bewegtbildnetzes von Ströer an den 200 frequenzstärksten Bahnhöfen in Deutschland. Zum zweiten Mal dabei ist Unilever mit der Marke BiFi, die schon im Jahr 2011 die Patenschaft für einen Nachwuchsspot übernommen hatten. Mit NIVEA FOR MEN ist zum ersten Mal ein Kosmetikartikel im Fokus der Nachwuchsarbeiten.

Zur KLAPPE 2012 eingereicht werden können Filme, die im Zeitraum 01. März 2011 – 31. Januar 2012 entstanden und mindestens 1 Mal öffentlich gezeigt wurden. Die Preisverleihung wird am 1. März 2012 in Hamburg im Museum für Kunst und Gewerbe mit Unterstützung der Freien und Hansestadt Hamburg stattfinden.

Wer die KLAPPE Preisverleihung 2011 & das Cannes Festival 2011 verpasst hat, kann das Best of Cannes Lions 2011 und das Beste aus der KLAPPE Rolle 2011 bei der Veranstaltungsserie „Learn from the Best“, die am 15. November 2011 im Hamburg startet sehen. Anmeldungen nimmt die Geschäftsstelle des Kommunikationsverbands entgegen - der Eintritt inkl. Drinks & Fingerfood kostet 25 Euro.

Kontakt: Kommunikationsverband e.V., Kattunbleiche 35, 22041 Hamburg, Tel: +49 40.41 917-787 (Fax -790) geschaeftsstelle@kommunikationsverband.de

