



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

PRESSEMITTEILUNG

DIE „Große“ KLAPPE 2020: Gewinner ist der Nachwuchsfilm „Street-Gang“ für Kärcher

Düsseldorf, 28. Oktober 2020 – Es geht um die beste Nachwuchs-Kreation bei DIE „Große“ KLAPPE. 2020 waren 3 Teams junger Kreativer aus Deutschland und der Schweiz mit Ideen für Kärcher, Toyota und Vodafone ins Rennen gegangen. Unterstützt von den Filmproduktionen CZAR und TP Film entstanden drei sehr unterschiedliche Filme. Am Ende entschied ein Kopf an Kopf Voting. Auf dem YouTube Channel des Deutschen Marketing Verbandes hatten die Filme für Vodafone – „Giga Your Life“ und Toyota – „Banküberfall“ die Nase vorn, aber die Stimmen der Fachjury von DIE KLAPPE wogen am Ende schwerer und so konnte sich der Film für Kärcher „Street-Gang!“ von Lea Baustian und Lennard Liegmann (beide LLR, Hamburg) durchsetzen.

„Das war bis zum letzten Tag ein knappes und sehr spannendes Voting! Das habe ich in 13 Jahren KLAPPE so noch nicht erlebt“, kommentiert Katharina Stinnes, verantwortlich für die Awards des Deutschen Marketing Verbandes. „Trotz aller Widrigkeiten, die wir 2020 bei der Umsetzung der Ideen hatten, sind drei wirklich hervorragende Arbeiten entstanden! Das ist natürlich auch der Verdienst der Produktionen und Postproduktion wie CZAR und TP Film, die uns bei dem Nachwuchsprojekt jedes Jahr unterstützen. Dafür möchten wir uns sehr bedanken!“

Der Nachwuchswettbewerb DIE „Große“ KLAPPE ist die Chance für junge Nachwuchstalente aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, Kunden und Kollegen zu zeigen, was sie kreativ draufhaben. Die Gewinner reisen zur nächsten **NEW YORK SHOWSM World's Best Advertising[®]**.

Hier die Nachwuchsfilme der Finalisten im Einzelnen:

„Wir freuen uns für und mit den jungen Filmemachern. Dieser Ansatz der Darstellung unseres Kultursponsorings hat uns gleich begeistert. Lea Baustian und Lennard Liegmann erzählen eine spannende, erfrischend neue Geschichte“, sagt **Bernd Rützler, Executive Vice President Corporate Marketing und Brand Management bei Alfred Kärcher:**

Der Wettbewerbsbeitrag von Lea Baustian und Lennard Liegmann ist ein etwas anderer Einstieg in die Dokumentation der professionellen Reinigung zweier Landmarks. Was scheinbar als "Sprayer Gang" losgeht, endet als "saubere Sache" für den Berliner Dom und die Bismarck Statue in Hamburg. Produziert wurde der Film von CZAR Film Hamburg.
<https://www.youtube.com/watch?v=JPbcO5jAD4U>

Vodafone: Dieser Wettbewerbsbeitrag von Julian Fischer und Jonas Roßner erzählt von Tina. Tina wurde vom Fortschritt abgehängt. Die Kommunikation funktioniert immer viel schlechter als bei ihren Mitmenschen und ihr Alltag besteht scheinbar nur noch aus Verzögerungen. Dies alles ändert sich schlagartig, als sie den Schritt ins Vodafone GIGA-Netz wagt. Produziert wurde der Film von Tony Petersen Film, Michael Duttenhöfer.
<https://www.youtube.com/watch?v=i50-rbxlPXU>

Niels Klamma, General Manager Brand & Marketing Communication, Toyota Deutschland:
„In Zeiten des Fokusthemas Marketing-Digitalisierung merkt man deutlich wie wichtig richtig gute Kreation ist. Denn kein noch gut justiertes Tech-Stack schafft es Emotionen zu erzeugen und damit in die Herzen der Menschen vorzudringen. Deshalb unterstützt Toyota DIE „Große“ KLAPPE sehr gern und wir freuen uns jedes Jahr über die tollen Ergebnisse“

Der Film von Désirée Stocker und Joel Siegfried aus Bern, erklärt mit einem humoristischen Ansatz die Vorteile des neuen City-tauglichen Nutzfahrzeugs. Die Bankräuber laden nicht nur die Beute ins Auto. Als die Ladefläche nicht voll wird, schnappen sie sich auch noch die große Zimmerpflanze und andere unsinnige Sachen... Kaum voll zu kriegen: Der Toyota Proace City mit bis zu einer Tonne Nutzlast. Produziert wurde der Film von Nepomuk Pfaff, CZAR Film Hamburg.
<https://www.youtube.com/watch?v=kDh9ASYU5X4>

Über den Deutschen Marketing Verband e.V.
Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband der Marketingverantwortlichen und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland. Er bietet ein Netzwerk für die praxisnahe Weiterbildung und den Wissensaustausch und fördert die Nachwuchsarbeit. Gleichzeitig vertritt er die Interessen seiner über 14.000 Mitglieder gegenüber Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.
www.marketingverband.de

Kontakt
Deutscher Marketing Verband e.V.
Sternstraße 58
40479 Düsseldorf
Karin Bollo
+49 171 5177070
E-Mail: presse@marketingverband.de