

Landkreis Wunsiedel i. Fichtelgebirge

- Presseinformation -

„Werner“ räumt ab: Fichtelgebirge gewinnt den Deutschen Preis für Onlinekommunikation

(16.10.2020)

Im Fichtelgebirge knallen heute die Sektkorken. Der Imagefilm der Kampagne #freiraumfurmacher ist mit dem Deutschen Preis für Online Kommunikation ausgezeichnet worden. In der Kategorie „Film&Video“ hat das Team aus dem Landkreis Wunsiedel i. Fichtelgebirge große Namen wie die EDEKA Zentrale, Porsche, HELLA, sowie die Rettungsorganisation Sea-Watch hinter sich gelassen. (<http://www.onlinekommunikationspreis.de/best-of-2020>)



„Wir hatten natürlich darauf gehofft. Und wenn ich ehrlich bin: in mir war so ein Gefühl, dass wir uns den ersten Platz einfach mehr als verdienen. Und jetzt können wir stolz sein, da ist das Ding“, strahlt Landrat Peter Berek. „Die Freude im ganzen Team über den Gewinn ist natürlich riesig. Ich kann mich nur bei allen bedanken, die an diesem Projekt mitgearbeitet haben und die den Mut hatten, mit einem etwas anderen Imagefilm für das Fichtelgebirge zu werben.“

Nicht nur im Landratsamt war die Bekanntgabe des Ergebnisses mit Spannung erwartet worden. Auch „Werner“-Darsteller Thomas Zeitler und Filmemacher Gerhard Büttner hatten auf die Entscheidung der Jury hingefiebert. „Ich freue mich riesig über den Erfolg fürs gesamte Team, die Kampagne #freiraumfurmacher und das Fichtelgebirge. Ich hätte nie gedacht, dass wir bei dieser Konkurrenz mit dem 1. Preis belohnt werden und freue mich, einen kleinen Beitrag zu diesem Erfolg beigetragen zu haben. Ich feiere heute wie Werner mit Champagner und naja.... Ihr wisst schon“, lacht Thomas Zeitler.

Filmemacher Gerhard Büttner ergänzt: „Was soll ich sagen?! Ich freue mich so wahnsinnig für uns und sehe das als ein wunderbares Zeichen, dass der Landkreis Wunsiedel zu den Spitzenreitern gehört. Der Erfolg des Films spiegelt ganz klar den Erfolg des Landkreises wieder. Wir können alle sehr stolz darauf sein.“

„Bereits die Nominierung hat uns einmal mehr bundesweite Aufmerksamkeit eingebracht“, sagt auch Katharina Hupfer aus dem #freiraumfurmacher-Team. „Das ist genau das, woran wir seit Jahren arbeiten. Solche Gelegenheiten wie beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation dabei zu sein, sind da natürlich das Sahnehäubchen. Mindestens genauso wichtig ist aber die kontinuierliche Basis-Arbeit, mit der wir täglich das Fichtelgebirge in die Köpfe der Menschen in den deutschen Ballungsgebieten bringen möchten. Die geschieht mit zielgruppenspezifischer Onlinewerbung und Social Media Arbeit. Hier wird unser Imagefilm auch schon bald wieder in neuer Form auftauchen. In sogenannten Short-Cuts, also Kurzversionen, mit denen wir die einzelnen Zielgruppen wie die Wirtschaft, die Freizeit-Interessierten, junge Menschen oder auch Familien ansprechen werden.“

Hintergrund:

Für den DPOK hatten sich in diesem Jahr mehr als 700 Teilnehmer beworben. Veranstalter des Awards sind das Kommunikationsmagazin „Pressesprecher“ und die Quadriga Hochschule in Berlin. Das Fichtelgebirge hatte seinen im November 2019 veröffentlichten Imagefilm eingereicht, für den Thomas Zeitler aus Arzberg unter zahlreichen Interessierten aus der Region als lokaler Hauptdarsteller eigens gecastet worden war.