

Otto-Car-Trophäen für die besten Filme

Mit dem „Otto Car“ prämiert das Internationalen Automotive Film- und Multimediafestival „Auto Vision“ die besten Werbefilme, Webseiten und interaktiven Anwendungen der Automobilbranche. Die Trophäen wurden gestern im Rahmen der IAA in Frankfurt überreicht.

Daimler erhielt fünfmal Gold. Gewürdigt wurden der parallel auch mit dem Grand Prix des Festivals ausgezeichnete Clip „Dirty Driving“ zum Mercedes-Benz Vito, eine Hommage an den Kultfilm „Dirty Dancing“; der Unternehmensfilm 2015 „Spirit, Passion and Performance“, „Defying Death Valley“ über die Fahrt eines Hollywood-Schauspielerpaars mit einer B-Klasse F-Cell durch das rund 50 Grad Celsius heiße Death Valley, und „Intelligent Protect“ über die Sicherheitssysteme in der Mercedes-Benz S-Klasse. Silber gab es für den Produktfilm über den Mercedes-Benz Marco Polo.

Gleich dreimal Gold gab es in verschiedenen Kategorien für die neue Micro-Webseite von Dunlop. Ebenfalls prämiert wurde das bereits schon mehrfach ausgezeichnete Video „One Second“ über einen Rennfahrer im entscheidenden Moment.

Der Besucherfilm „Wolfsburg – Das Werk“ von Volkswagen gewann Gold in der Kategorie Interne Kommunikation und Silber bei den Imagefilmen. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Filmtrophäe „Otto Car“.



„The Death Valley Experiment“: Diane Kruger und Joshua Jackson mit dem Mercedes-Benz B-Klasse F-Cell im Death Valley, USA.



Dunlop-Video „One Second“.
