

19.11.2019 - 09:10 Uhr

## RTLZWEI gewinnt zehn Eyes & Ears-Awards - davon sechsmal den 1. Preis

München (ots) -

Gestern Abend wurden im Münchner Filmtheater Sendlinger Tor zum 21. Mal die Internationalen Eyes & Ears-Awards verliehen. RTLZWEI belegte sechsmal den ersten Platz und zählte damit zu den erfolgreichsten Sendern des Wettbewerbs.

Mit den Awards zeichnet der Verband Eyes & Ears of Europe besonders kreative, innovative bzw. effektive Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen im Bereich der audiovisuellen Medien aus.

Carlos Zamorano, Chief Marketing & Communications Officer: "Ich freue mich sehr für alle Kolleginnen und Kollegen, die bei RTLZWEI jeden Tag kreativ sind und ihre Ideen optimal umsetzen. Denn Fakt ist: TV-Marketing ist ein Marathon-Lauf. Unser Team muss kontinuierlich für viele Medienkanäle und in einer Vielzahl an Ausdrucksformen das Bestmögliche liefern - meistens unter Zeitdruck. Dass dabei so oft Höchstleistungen entstehen, macht mich stolz. Es ist toll, dass diese Arbeit jetzt in so umfangreicher Weise von 'Eyes & Ears' gewürdigt wird. Ich danke der Jury, meinem Team und auch den Agentur-Partnern, die zu diesem Erfolg beigetragen haben."

Die Preise spiegeln die große Bandbreite der Genres und Formate des Realitysenders Nr. 1: Die Dating-Show "Love Island - Heiße Flirts & wahre Liebe" erreicht die jungen Fans über alle für diese Zielgruppe relevanten Plattformen. Das medienübergreifende Formatkonzept wurde mit einem 1. Preis für die "beste Online-Präsenz" und einem 2. Preis für die "beste integrierte Kampagne für ein Programm im Bereich Non-Fiction" gewürdigt.

RTLZWEI hat drei Daily Soaps im Programm, die alle ausgezeichnet wurden. Die Jury überzeugte auch hier die gelungene Ansprache junger Zielgruppen:

"Köln 50667" erhielt drei Awards. Einen 1. Platz gab es für die "beste Sonderwerbeform": Die Penny-Supermärkte nutzten die Soap für ihr Recruiting. Einer der Charaktere ist auf Mitarbeitersuche. Hinter seiner eingeblendeten Nummer verbirgt sich ein Chatbot, der die potenziellen Kandidaten interviewt. Ergebnis: mehrere Hundert neue Mitarbeiter für Penny. Auf Platz 2 folgt die Integration der Sandwich-Kette subway bei "Köln 50667". Hier kreierte Charakter Leonie als Mitarbeiterin ihr eigenes Sandwich, das dann auch real beworben und verkauft wurde. Ein 3. Platz entfiel auf ein YouTube-Video mit den Fans der Daily Soap ("Beste Regie").

Die überraschende Begegnung der Zuschauer mit ihren Soap-Helden von "Berlin - Tag & Nacht" war der rührende Inhalt eines weiteren Fanvideos: Platz 1 in der Kategorie "bester Digital-Marketing-Spot". Und die über Instagram TV erzählte Reise des BTN-Charakters Nik zum Musik-Event "The Dome" zeichnete Eyes & Ears mit Platz 3 unter den "besten Digital-Marketing-Kampagnen für ein Programm" aus.

Die dritte Soap "Krass Schule - Die jungen Lehrer" fiel mit einer Hörfunk-Kampagne auf, in der Lautsprecherdurchsagen in der Schule simuliert wurden: Platz 1 als "bester Radio-Spot".

Die erfolgreichen Sozialdokumentationen bei RTLZWEI unter dem Label "TROTZ DEM LEBEN - Geschichten aus Deutschland" waren in diesem Jahr auch Thema zweier Foto-Ausstellungen in Berlin und München mit eindrucksvollen Aufnahmen der Menschen aus den Formaten. Sie wurden mit Platz 1 der "besten Live- bzw. B2B-Events" geehrt.

Die Werbekunden erlebten beim Branchen-Event "Screenforce Days 2019" in Köln einen Rundflug mit AIRTL ZWEI. Im Intro zu der Show des Sender-Vermarketers EL CARTEL MEDIA traten ausschließlich Mitarbeiter des Grünwalder Senders auf. Der amüsante Film ist "Bester B2B-Spot" - ein weiterer 1. Platz.

Über RTLZWEI:

Überraschend, unangepasst, optimistisch und ganz nah dran: Das ist RTLZWEI. Hier erleben die Zuschauer das Leben in all seinen Facetten. RTL II ist der deutschsprachige Reality-Sender Nr. 1: Dokumentationen, Reportagen und Doku-Soaps zeigen faszinierende Menschen und bewegende Schicksale. Die "RTLZWEI News" bieten junge Nachrichten. Darüber hinaus unterhält der Sender mit unverwechselbaren Shows und den besten Serien und Spielfilmen. Das Münchener Medienunternehmen spricht sein Publikum auf Augenhöhe an - überall, zu jeder Zeit und auf allen relevanten Plattformen und Endgeräten.

Kontakt:

Pressekontakt:

RTLZWEI  
Unternehmenskommunikation  
Lothar Derichs

089 - 64185 6904  
lothar.derichs@rtl2.de

info.rtl2.de  
blog.rtl2.de  
twitter.com/rtl2corporate  
de.linkedin.com/company/rtl2-fernsehen-gmbh-&-co.-kg

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001974/100836930> abgerufen werden.