

## ADC-Awards 2018: Onlinespot „Die Oster-Überraschung“ von Netto Marken-Discount mit vier Kreativ-Auszeichnungen prämiert

- Art Directors Club vergibt Gold in der Kategorie „Animation“ an Netto Marken-Discount
- Weitere Auszeichnungen in den Kategorien „Film Craft Set / Produktion Design“, „Branded Content / Entertainment - Video Content“ und „Ganzheitliche Kommunikation“

Maxhütte-Haidhof, im April 2018. Netto Marken-Discount erhält im Rahmen der ADC Awards 2018 in Hamburg den goldenen Nagel des Art Directors Club für Deutschland (ADC) e.V. in der Kategorie „Animation“ für seinen Online-Spot „Die Oster-Überraschung“. Damit zählt der Netto-Animationsfilm zu den Top 30 Arbeiten beim diesjährigen ADC-Award. Zusätzlich erhielt der 1:45-minütigen Online-Spot, der mittlerweile über 13 Millionen YouTube-Aufrufe zählt, im Rahmen des 54. ADC Wettbewerbs drei weitere Auszeichnungen in den Kategorien „Film Craft Set / Produktion Design“, „Branded Content / Entertainment - Video Content“ und „ganzheitliche Kommunikation“. Das Gesamtkonzept für den Online-Clip wurde in Zusammenarbeit mit Jung von Matt/SAGA entwickelt. Produziert wurde der Animationsfilm von Jimmy Kiddell von The Mill's Studio in London.

### Aufwändiger Oster-Animationsfilm

Der Netto-Film „Die Oster-Überraschung“ (<https://youtu.be/nd1MrTqnDd0>) erzählt in besonders liebevollen Animationen die etwas andere Geschichte vom Osterhasen und warum an Ostern eigentlich ein Hase die Eier bringt. Millionen klicken seit Ostern 2017 begeistert im Netz die „wahre Geschichte des Osterhasen“.



© Netto Marken-Discount

Nach nur einem Tag stieg das Video direkt auf Platz 1 der aktuellen Youtube-Trends in Deutschland und gehört mit mittlerweile knapp 13 Millionen Aufrufen zu den meistgeklickten YouTube-Werbespots in Deutschland und Europa im Jahr 2017.\*

Vom zuckersüßen Hasen bis zur aufwändig gestalteten Henne sind alle tierischen Charaktere des Clips komplett digital erstellte 3D-Modelle, die nach der Konzeptionsphase in einem

speziellen Modeling Studio zum Leben erweckt wurden. Wie aufwändig die Produktion war, zeigt das Making-Of unter [www.netto-online.de/making\\_of](http://www.netto-online.de/making_of).



### Vierfache ADC-Auszeichnung für Netto

Unter dem Motto „Fütter deine Kreativität“ beurteilten bei den diesjährigen ADC-Awards insgesamt 378 Jurymitglieder aus allen ADC Fachbereichen über 7.000 Einreichungen. Die besten prämierten Arbeiten wurden am 19. April 2018 während der ADC Awards Show in Hamburg gezeigt und die Gewinner der begehrten Nägel auf der Bühne geehrt. **„Es freut uns sehr, dass wir mit unserem Osterspot nicht nur bei der Online-Community, sondern auch bei den Werbe- und Marketingexperten des ADC so gut ankommen. Das ist ein weiterer Beweis, dass unsere humor- und liebevolle Markenkommunikation im Bewegtbildbereich voll ins Schwarze trifft“**, sagt Stefanie Adler, Unternehmenskommunikation Netto Marken-Discount.

\* Quelle: YouTube-Charts (2018).

### Über den Art Directors Club für Deutschland (ADC) e.V.

Im Art Directors Club für Deutschland (ADC) e. V. haben sich über 700 führende Köpfe der kreativen Kommunikation zusammengeschlossen. Clubmitglieder sind renommierte Designer, Journalisten, Architekten, Szenographen, Fotografen, Illustratoren, Regisseure, Komponisten, Produzenten, Spezialisten für digitale Medien und Werber. Der ADC sieht sich als Maßstab der kreativen Exzellenz und zeichnet herausragende Kommunikation aus. Dazu veranstaltet er Wettbewerbe, Kongresse, Seminare, Vorträge, Events, B2B-Veranstaltungen und gibt diverse Publikationen heraus. Mehr Infos unter [www.adc.de](http://www.adc.de).

### Netto Marken-Discount im Profil

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen, rund 75.150 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,1 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 4.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit mit Mitarbeitern und Lieferanten, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang von acht Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“. Mit über 4.900 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount AG & Co. KG  
Christina Stylianou / Stefanie Adler  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)