

Pressemitteilung

15. Juni 2018

TNT-Erfolgsserie 4 Blocks als Kampagne des Jahres ausgezeichnet

*Nach dem Deutschen Digital Award auch der Deutsche Preis für Onlinekommunikation:
Die HFF-Dozenten und Unternehmer Philip Grabow und Sebastian Bartetzko
überzeugen zum zweiten Mal infolge mit ihrer Online-Kampagne zu 4 Blocks*



©Laurin Schmid // Quadriga (v. l. n. r.: Philip Grabow, Lena Deutingler, Sebastian Bartetzko)

München, 15. Juni 2018. Die Münchener Grabow & Bartetzko Filmproduktion und ihr Kunde Turner nehmen den wichtigsten Preis beim Deutschen Preis für Online Kommunikation 2018 mit an die Isar: Mit 6,5 Mio. erreichten Nutzern, 1,7 Mio. Video Views und fast 400.000 Engagements alleine auf der Kernplattform Facebook überzeugte die innovative Online-Content-Kampagne „4 Blocks – Der Zuschauer als Teil der Serie“ als Kampagne des Jahres.

Der Deutsche Preis für Onlinekommunikation wurde am 14. Juni 2018 zum achten Mal gemeinsam mit den Veranstaltern, dem Magazin presssprecher und Quadriga, vergeben. In 52 Kategorien wurden auch in diesem Jahr vom Product Launch bis zum Social-Media-Auftritt die besten Projekte und Kampagnen digitaler Kommunikation ausgezeichnet. In der Kategorie „Kampagne des Jahres“ setzten sich Grabow & Bartetzko im Pitch gegen große Namen wie ARD, Jack Wolfskin oder ADAC durch.

„Wir sind überglücklich, dass wir mit unserem mutigen Kunden Turner gerade wirklich einen Lauf bei den Awards haben. Es zeigt sich, dass sich die Pionierarbeit gelohnt hat – gerade weil wir gegen Cases gewinnen konnten, die sich in ganz anderen Budgetgrößen bewegen. Kreativität und die absolute Fokussierung auf das Erlebnis des Users zahlen sich eben aus“, freut sich Geschäftsführer Philip Grabow über den zweiten Preis infolge. Ihre Online-Kampagne zu 4 Blocks hatte bereits die Jury des Deutschen Digital Award am 26. April beeindruckt. Dort erhielten die ehemaligen [Filmhochschulabsolventen Silber in der Kategorie „Social Media Campaign“](#).

Schluss mit dem klassischen Reposting von Trailern, Plakaten & Cast-Fotos

Während des Pitches um die dpok-Kampagne des Jahres nahmen Grabow & Bartetzko die Jury mit auf die digitale Reise, die zuvor auch die Fans von 4 Blocks durchlebten. Das Besondere an dem Online-Erlebnis? Den Usern einen Mehrwert zur Serie zu bieten. Von Facebook-Miniteasern über eine Webserie mit dem Anwalt des arabischen Clans, Jugendamt-Akten, Chatverläufen und Zeitungsartikeln bis hin zu einem aufwendigen [360°-Video](#) sind plattform- und userspezifische Content-Formate entstanden. Die Fans konnten hautnah erleben, was es heißt, ein Hamady oder kein Hamady zu sein. Bei Staffel 1 hatten Grabow & Bartetzko alleine für die Erstellung ihres Online-Contents drei komplette Drehtage zur Verfügung. „Klassischerweise wird für Social Media ausschließlich Material, das am Set abgedreht wurde, zusammengeschnitten und in Form von Trailern, Mini-Clips und Film Stills gepostet. Das Innovative an unserer Kampagne war hingegen, neue Formate und Erzählstränge innerhalb der Story zu entwickeln, um so zwischen den Folgen die Serie weiterzuerzählen“, erklärt Grabow.

Mit User-Centric-Storytelling neue Maßstäbe setzen

Dass die Mini-Serie um den arabischen Familien-Clan der Hamadys aus Berlin-Neukölln innerhalb eines Jahres u. a. mit der [Goldenen Kamera](#), dem [deutschen Fernsehpreis](#), dem [Grimme-Preis](#) und nun auch für ihren originellen Online-Content ausgezeichnet würde, konnte man vor der Ausstrahlung nicht erahnen. „Für uns war es die [Herausforderung](#), eine erste Staffel einer gerade für Deutschland außergewöhnlich guten, aber eben vorerst noch völlig unbekanntem Serie zu bewerben, ohne Fans, ohne Community“, erinnert sich Grabow an den Auftrag. Die zweite Ehrung infolge und auch das entgegengebrachte Vertrauen der Kunden zeigt Grabow & Bartetzko, dass sie mit ihrer Philosophie auf dem richtigen Weg sind. „Die Content-Kampagne zu 4 Blocks konnte Maßstäbe setzen, und zwar wie wir denken, dass sich Marketing und Werbecontent zu Serien und Filmen in Zukunft entwickeln muss, um dem Anspruch der User gerecht zu werden.“

About:

Grabow & Bartetzko Filmproduktion ist die Spezialagentur für Online-Bewegtbild und arbeitet beratend, konzipierend und ausführend für Agenturen, TV-Sender und Marken. Sie formen aus kreativen Ideen digitale Konzepte, Content-Strategien und Social-Media-Kampagnen. Als digitale Vordenker bewegen sie sich immer auf Augenhöhe mit Usern und digitalen Plattformen. Dabei steht die Zielgruppe immer im Mittelpunkt: Egal ob Instagram- und Facebook-Spots, YouTube-Serien, 360°- oder andere digitale Erlebnisse: Grabow & Bartetzko produzieren Formate, die die Zielgruppe erreichen und behalten den Überblick bei den vielen Trends, die ständig neu aus dem Boden sprießen.