

Preisregen für Werbung von Cora Schumacher

Neun Auszeichnungen beim ADC: Cora Schumacher (49) in der erfolgreichen Sixt-Kampagne „Cora mietet“

Tanja May, 13.06.2026 - 14:54 Uhr



Neun Auszeichnungen beim ADC: Cora Schumacher (49) in der erfolgreichen Sixt-Kampagne „Cora mietet“ (hier eine Szene aus dem Clip), Foto: für

Hamburg (Deutschland) - Ein Werbeclip mit Cora Schumacher (49) hat beim wichtigsten deutschen Kreativwettbewerb ordentlich abgeräumt. Die Kampagne „Cora mietet“ des Autovermieters Sixt wurde beim 62. Wettbewerb des Art Directors Club (ADC) gleich neunmal ausgezeichnet. Für die Kampagne gab es einen Gold-Nägel, vier Silber-Nägel und vier Bronze-Nägel. Damit zählt die Arbeit zu den erfolgreichsten Beiträgen des diesjährigen Wettbewerbs.

Der ADC gilt als eine der wichtigsten Auszeichnungen der deutschen Werbe- und Kreativbranche. Mehr als 800 Kreative aus Werbung, Design, Film, Fotografie, Journalismus und digitalen Medien gehören dem Netzwerk an. Beim diesjährigen Wettbewerb vergaben die Jurys insgesamt 334 Nägel.



Neun Nägel in der Hand, lange Nägel an den Fingern: Cora Schumacher zeigt ihre ADC-Auszeichnungen

Neun Auszeichnungen für „Cora mietet“

Besonders erfolgreich verlief der Wettbewerb für die Sixt-Kampagne „Cora mietet“. Gold gewann die Arbeit in der Social-Media-Kategorie „Influencer Activation“. Dazu kamen vier Silber-Auszeichnungen für digitale Verkaufsaktivierung, eine Digital-First-Kampagne, eine Social Media-Idee sowie ein virales Konzept. Vier weitere Bronze-Nägel gab es unter anderem für einen Social-Media-Film, Influencer-Relations und einen Online-Film.



Weitere Szene aus dem Clip: Cora Schumacher vor dem Mietwagen. Der Spot sorgte in den sozialen Netzwerken für reichlich Gesprächsstoff, Foto: SIXT

Für Aufmerksamkeit sorgte die Kampagne bereits bei ihrer Veröffentlichung. Der Clip mit Cora Schumacher wirkte wie eine Replik auf einen viralen Werbespot ihres Ex-Mannes Ralf Schumacher (50), der erst kürzlich seinem langjährigen Partner Étienne Bousquet-Cassagne (36) das Jawort gab. Sixt griff das bekannte Motiv auf und veröffentlichte anschließend die Kampagne „Cora mietet“. Der Film mit den ikonischen Worten „ist mir bummsegal“ entwickelte sich mit mehr als 30 Millionen Aufrufen, rund 300.000 Likes und über 500.000 Kommentaren zu einem der meistdiskutierten Werbeclips in den sozialen Netzwerken.



Cora nahm die Auszeichnungen persönlich auf der Bühne entgegen, Foto: Privat

Jung von Matt wird Agentur des Jahres

Verantwortlich für die Kampagne war die Hamburger Agentur Jung von Matt. Der Erfolg von „Cora mietet“ trug dazu bei, dass der Art Directors Club die Kreativschmiede als „Agentur des Jahres“ auszeichnete. Nach Angaben des ADC hatte die Sixt Kampagne einen wesentlichen Anteil an diesem Erfolg. Für Sixt ist die Auszeichnung ein Beleg dafür, dass die viel diskutierte Kampagne nicht nur ein großes Publikum erreichte, sondern auch die Jury des bedeutendsten deutschen Kreativwettbewerbs überzeugte.