AUSGABE 01 · 2012 · INTEGRATED TV & VIDEO ASSOCIATION DEUTSCHLAND E. V.

ITVA-PRESS

ITVA-AWARD 2011

ALLE PREISTRÄGER · ALLE KATEGORIEN
[SEITE 8]

CLOUD-SERVICES
AUTODESK & OTOY MIT CLOUD-RENDERING
[SEITE 24-25]

FILM-PRODUKTION IM DIGITALZEITALTER MIT
CANON EOS C300, RED EPIC & CO.
[SEITE 27]

20. ITVA-AWARD JUBILÄUM
[SEITE 31]

WEITERE THEMEN DER AUSGABE:
CLEVER-CRM VON TECART

WER ODER WAS IST DER ITVA?

VIELEN DANK DEN SPONSOREN DER ITVA-PRESS:
MEDILIVE
ITYGO-SHOPPING
TSM VIDEOPRODUKTION
VCR DISPLAYSYSTEMS
CYBERPORT
DIDAKTECH E.K.
FILMPARK BABELSBERG

20. ITVA Award 2012

IM NOVEMBER 2012 WERDEN DIE BEGEHRTEN ITVA WARDS ZUM 20. MAL VERGEBEN. SEIEN SIE DABEI UND BEWERBEN SIE SICH MIT IHREN PROJEKTEN UM DIESES AUSSERGEWÖHNLICHE GÜTESIEGEL!

Der ITVA Award ist einer der angesehensten Medienpreise für die Kreativindustrie in Deutschland.
Er wird vom ITVA-Verband jährlich in 10-12 Kategorien vergeben (siehe rechts).
Die ITVA-Pyramiden zählen als ein Gütesiegel für technisch, aber auch v.a. konzeptionell hochwertige Arbeit aus allen Bereichen des Bewegtbilds.
Dieser Begriff wird von der Jury und dem Verband "weit" gefasst, denn Bewegtbild findet nicht nur im Video statt, sondern z.B. auch in jeglicher Art von Interaktionskonzepten.
Die regulären Auszeichnungen werden ergänzt durch Nachwuchspreise und Sonderauszeichnungen für öffentlich-rechtliche bzw. gemeinnützige Institutionen.

1. Verkaufsförderung, Marketing (+ Schulung, Training, Information)
2. Corporate Image
3. Dokumentation (wissenschaftlich, kulturell, technisch)
4. TV/Kino /Trailer
5. Forschung und Entwicklung
6. Interaktive-Anwendungen und IPTV-Projekte (Websites, E-Learning, Mobile, Games)
7. Medieneinsatz bei Events, Veranstaltungen und Incentives
8. Non-commecial / Video Kunst
9. Design in Motion / Postproduktion
10. Internationale Einreichungen
11. 3D (Stereo und Animation)

Einreichungsfrist: 30.09.2012

UNTERLAGEN BITTE UNTER WWW.ITVA.EU/AWARD DOWNLOADEN!

▶▶▶

ITVA e.V. - Abteilung Award I Geschäftsstelle I Drygalski-Allee 118/App.1216 I 81477 München I Tel: +49.89-8560.999-3

Vorwort

Herzlich willkommen zur ersten Ausgabe der „ITVA Press“, dem neuen, offiziellen Kommunikations-Organ des Verbands! Was gibt es für einen besseren Anlass, als die ITVA Award Gala, einem Jahresrückblick 2011 und einen Ausblick auf das spannende Jahr 2012 mit dem Jubiläum 20. ITVA-Award.

Doch nun mal der Reihe nach:
2011 gab es einen Generationswechsel an der Führungsspitze im ITVA. Vorstands-Mitglied Matthias Ditsch ist ins Amt des Präsidenten gewählt worden, Roman Müller, ebenfalls bereits Mitglied des Vorstands, zum „Vize-Präsidenten“. Dieses Amt gab es in dieser Form noch nicht, unterstreicht aber die Ambitionen auf Veränderungen und „neue Strukturen“ und Ideen im Verein (mehr hierzu im „Brief aus dem Vorstand“ in diesem Heft).

Und das wollen wir an dieser Stelle nicht vergessen: Es trägt auch dem riesigen Engagement von unserem ehemaligen Präsidenten, Dr. Gerhardt Dotzler Rechnung.

An dieser Stelle wollen wir Ihnen, lieber Herr Dr. Dotzler, für Ihre langjährige Arbeit, beim Aufbau des Verbands danken! Wir im Vorstand merken an vielen Stellen, was Sie alles in der Vergangenheit geleistet haben. Wir werden Ihr „Erbe“ so gut wie möglich verwalten, zugleich aber auch, wie Sie es ebenfalls gehandhabt haben, neue Wege finden und den Verein weiterentwickeln. Auch Herrn Peter Waury, der aber weiterhin in der Award-Jury mitwirken wird, sei an dieser Stelle unser großer Dank ausgesprochen: Obgleich er 2011 krankheitsbedingt nicht direkt in der Jury und bei der Award-Gala mitwirken konnte, profitierten wir doch in hohem Maße von seinem „Input“ der letzten Jahre in den Award. Herzlichen Dank!

Schwerpunkt dieser Ausgabe Nr. 1 ist der ITVA-Award 2011.

Was für atemberaubende Produktionen waren dieses Jahr dabei! Nicht nur die „Blockbuster“ mit großen Etats konnten überzeugen (z.B. die unglaubliche Gewinner-Produktion von Swarovski), auch Studentenarbeiten aus Paris oder die Öko-Management-Erläuterungen des Bayrischen Staatsministeriums anhand einer Diskussion zwischen Finanzmanager und Bratwürstl-Stand-Betreibers konnten uns durch gekonnt inszenierte Stories mehr als überzeugen. Lesen Sie mehr dazu unter der Rubrik „ITVA Award 2011“ auf Seite 8.

Revolutionen in unserer Branche? Zu erwarten sind die nächsten Jahre keine mehr – aber wir werden Jahre an der bildsprachlichen Aufarbeitung der neuen, technischen Möglichkeiten vor uns haben, die lehrreich und spannend sein werden, wenn man z.B. an 3D-Technologie und 4K-Auflösungen denkt. Lesen Sie hierzu den Beitrag von unserem Gast-Autor Walter Amos Müller auf Seite 25.

Aber auch die Integration von hochwertigem Video in interaktive Medien, z.B. im Marketing-Bereich, E-Learning oder Gaming-Sektor, ist technisch (fast) vollzogen. Es liegt nun an uns, ein „Menschen-“ Netzwerk zu spinnen und auszubauen, das die technische Integration durch eine methodische, künstlerische begleitet. Der ITVA wird diese Entwicklung mit enthusiastischem Input, aber auch einem prüfenden Auge begleiten.

Mehr zu unserer Neuausrichtung des ITVA als ein „Netzwerk“ - eine „creative cloud“, können Sie in verschiedenen Beiträgen erfahren (z.B. im „Brief des Vorstands“ in diesem Heft – und in den nächsten Wochen Stück um Stück mehr Infos auf dem Webauftritt und den Social Media Präsenzen).

Ein Creative-Netzwerk / eine Cloud kann aber nicht von einem Vorstand allein ‚erfunden‘ werden, und schon gar nicht konstituiert werden. Dabei sind wir auf aktive „Netzwerk-Knoten“ angewiesen, und laden dazu ein, mit Ideen zu einer solchen Struktur beizutragen.

Denn unser oberstes Ziel im ITVA ist klar: Vorteile für Mitglieder schaffen, und die Branche insgesamt zu vertreten und weiterzubringen. Um Ihren Erwartungen und Wünschen noch besser gerecht werden zu können, finden Sie in den nächsten Wochen ein Online-Fragebogen unter www.itva.eu

Wir werden Sie separat per E-Mail einladen, an der Online-Befragung des ITVA teilzunehmen.

Herzlichen Dank für Ihr Interesse, bleiben Sie uns gewogen.

Und erlauben Sie mir noch den kleinen Hinweis, falls Sie noch kein Mitglied bei uns sind: Auf Seite 30 in diesem Heft finden Sie ein Formular mit der Beitrittserklärung.

Mit herzlichen Grüßen aus dem Vorstand

Matthias Ditsch (Präsident)

Roman Müller (Vize-Präsident)

Karlheinz Gelhardt (Schatzmeister)

Prof. Dietrich Sauter (Vorstandsmitglied)

Inhalt

ITVA e.V.

Vorwort 3
Brief aus dem Vorstand 5-7
Impressum 7

ITVA-Award

Die Preisträger im Überblick 8-9
Der „Gebrauchsfilm“ und interaktive Medien im Wandel 10
Die Kategorien 10
Die Sieger 11-23

Szene-News

CLOUD-Services mit Autodesk 24
Cloud Rendering von OTOY & Autodesk 25
CRM von Tecart – eine filmreife(Software-)Leistung 26
Video-Produktion im Digitalzeitalter 27-29

ITVA e.V.

Wer ist der ITVA? 30
Der Jubiläums-Award 2012: 20. ITVA Award 31
Antrag auf ITVA Mitgliedschaft 32
Der ITVA Branchenkalender 33-34
ITVA vor Ort: Der ITVA bei der CEBIT 35-36
Foto-Impressionen von der ITVA Award-Gala 2011 in Babelsberg 38

ITVA-Vorstand (v.l.):
Matthias Ditsch
Roman Müller
Karlheinz Gelhardt
Prof. Dietrich Sauter

Brief aus dem Vorstand

Was haben doch die Jahre 2010 - 2011 an Veränderungen in der Bewegtbild- und Interactive-Branche mit sich gebracht! Begonnen hat das Jahr 2010 für viele mit einem Kinobesuch „Avatar - Aufbruch nach Pandora“ in 3D - und damit erstmals einem übergangslosen Miteinander von Realfilm-Szenen und Animation auf kompletter Spielfilmlänge.

2010, auch das Jahr des iPads. Da war man sich doch sooo sehr sicher, dass die Idee des Tablet Computers eine Totgeburt Ende der 1990er war, dass es keinen Platz für ein Device zwischen Netbook und Smartphone mehr gibt -- und plötzlich erscheint ein Gerät am Markt, das innerhalb von 28 Tagen über 1 Millionen mal verkauft wird.

Übrigens damit auch erstmalig ein Device, welches relativ portabel ist und absolut hervorragend für die Darstellung von „integrated video“ in ordentlicher Auflösung und Größe geeignet ist! Das ist vom technologischen Standpunkt betrachtet ein Meilenstein gewesen.

Doch letztlich können wir als Verband für hochqualitative Medienproduktion nicht genug häufig betonen: Es ist weder mit einem neuen Abspiel- oder Aufnahmegerät getan, noch mit einem neuen Hype rund um Social Media! Substanzen sind das, was zählt. Man darf gespannt sein, wie diese, neben einer riesigen „Kostenlos-Community“, durch Facebook nach dem Börsengang aufgebaut bzw. dargestellt wird.

Eine hervorragende Werbefilm-Medienproduktion wird nicht ersetzt durch ein „Wackel-Video“ auf Youtube, das mit „low budget“, „low quality“ aber einem „gefällt mir!“ - Button ausgestattet ist. Natürlich gibt es auf einschlägigen Videoportalen millionenfache Zugriffe (11.02.2012: 106.718.709 mal) auf „David after Dentist“, eine Handy-Cam Aufnahme von einem Vater, der seinen noch durch die Narkose wirren, 7-jährigen Sohn interviewt und dieser sich „so funny“, „wired“ und sich mit sechs Fingern ausgestattet fühlt.

Doch woran liegt das Interesse? Wie kopiere ich das und mache es für meine Marketing-Bemühungen nutzbar? Muss ich einfach ‚im Medium‘ sein?

Ein ganz klares NEIN ist hier angebracht. Was gibt es doch alles für unglückliche Versuche von Marketing-TV, selbst namhafter Firmen, die mit weniger als 600 Zugriffen auf manche „Podcast-Episoden“, enden? Und letztlich weiß keiner der neuen „Kommunikations-Experten“, warum ‚s nicht klappt.

Das „Warum klappt ‚s nicht“ wird offensichtlich, wenn man hinschaut, wo es oft erfolgreich funktioniert: bei außergewöhnlich guten Produktionen. Klassische Produktionen, die so im Fernsehen oder Kino gezeigt werden können. Und meist für diese Medien tatsächlich primär produziert wurden.

Qualität bleibt Qualität. Schwache Story und schwache Bildsprache bleibt schwach und wird kein Hingucker, auch nicht in (scheinbar) neuer Verpackung.

Oder, wie der Medientheoretiker McLuhan so richtig gemutmaßt hat: „Kein Medium ersetzt das andere.“ Es kann das Video und Fernsehen ergänzen, oder, gestatten Sie das Wortspiel als ITVA-Vorstand („**Integrated** TV and Video Association“), integrieren, aber das Bewegtbild aus den frühen Jahren ist vom Prinzip her noch immer unverändert da!

Im Gegenteil, man trägt es nun meist in der Hosentasche - und hat dabei auch in besseren Smartphones gleich eine HD-Kamera mit dabei. Doch die Allgegenwärtigkeit einer Technologie bedeutet per se noch keine „Verbesserung“.

Gut ist, wenn eine konzeptionell hochwertige Produktion wie die von Chrysler für den 200er zum Super-Bowl 2010 (mit dem Rapper „Eminem“) Geschichte schreibt - auch im Web. Ohne ein Feuerwerk an Tricks, Technik und Computer-Zahlenmanipulations-Power. Sondern kraft exzellentem Handwerks und einem inhaltlichen Paradigmenwechsel (Nicht ein Produkt schillert, sondern die Stadt Detroit ‚gibt nicht auf‘.)

Und doch kann man „traditionelles“, gutes Postproduktionshandwerk mit visual arts aus dem digitalen Effekt-Spektrum kombinieren - man sehe sich nur die ITVA-Award Einreichung 2011 Jahr von Swarovski ein. Beeindruckend in Schnitt und Story. Und zugleich FX-Technologie eingesetzt, die eine atemberaubende

Bildsprache zum klingen bringt! Wir in der Jury hatten aber auch immer wieder „Aha“-Erlebnisse, die uns verdeutlichten, dass 3D, digitale Postproduktion und neues High-Tech Equipment sowie große Etats keine Garantie für ein Gelingen der Produktion ist.

Auch im Interactive-Bereich spielt das Bewegtbild zunehmend eine Rolle - Beispiel E-Learning. Hatte man früher häufig aufgrund zu knapp bemessener Bandbreiten im Unternehmens-Intranet auf hochauflösendes Video oder Audio verzichtet, so ist das heute kaum mehr ein Thema.

Die Bandbreiten und hocheffiziente, hochqualitative Komprimierungsalgorithmen und ausreichend leistungsfähige Prozessoren fürs Decoding ermöglichen Vollbild-Video, sogar in Online-E-Learning Programmen. Und das Ergebnis? Nach filmgestalterisch-handwerklichen Gesichtspunkten oft Traurigkeiten. Und das keineswegs nur in Lernmedien, sondern auch in vielen interaktiv angereicherten Marketing-Aktionen.

Was braucht es also? **Vernetzte Mehrfach-Qualitäten!** Interdisziplinäre Communities, eine „creative cloud“, die auf Abruf sich jedes mal neu konfiguriert, und genau die Kompetenzen in die Waagschale werfen kann, die erforderlich sind.

So ward‘ unsere Idee der Kreativ-Cloud entstanden.
Um beim Beispiel zu bleiben: Das Problem von Produzenten für Interactive Media ist ja nicht, dass sie nicht gerne besseres Video einbinden würden. Aber exzellentes Storyboard, Pre-Produktion und Postproduktion ist eine „hohe Kunst“, die letztlich aber zu selten in Interactive Produktionen abgerufen wird, als dass der Hersteller das selbst leisten kann. Da spielt nicht nur Technik eine Rolle („Woher bekomme ich für 4x im Jahr eine Lizenz zum Rendern von Maja, 3D Studio Max, oder After Effects her?“ „Wer kann mir 40 Rechner übers Wochenende ausleihen, um die 10 min 3D in Full HD-Auflösung zu berechnen?“ Das kann mit einer technologischen Cloud-Lösung bewerkstelligt werden.

Damit ist dann Technik abgedeckt. Aber wie jeder schnell nachvollziehen kann, sind Profi-Programme mit Millionen an Parameter-Kombinationen nicht selbsterklärend. Von gekonntem Cut ganz zu schweigen. Da sollte man eigentlich eingespielte Profis gleich schnell und flexibel „mitbuchen“ können.

Genau das ist unser Grundgedanke der Creative Cloud: Den ITVA e.V. so aufstellen, dass wir flexibel Technik und menschliches Knowhow an zentraler Stelle aus unseren Mitgliedern einfach abrufbar machen können. Dadurch würden potenzielle Auftraggeber unsere Expertise nicht einzeln am Markt „aufstöbern“ müssen, sondern uns als „Cloud“ anfunken können, als Kompetenzzentrum, das „State of the Art“ gewährleisten kann.

Gleichzeitig könnten wir innerhalb unseres Verbandes unsere Fähigkeiten noch besser kennenlernen, um Kooperationen und Wissensaustausch voranzutreiben.

Aus diesen Grundannahmen wollen wir aus dem Vorstand heraus Initiativen anstoßen, die den Verein weiterentwickeln. Die bleibende Revolution des Webs ist die Bi-Direktionalität, dieses Auflösen des „bespielenden“ Einweg-Kanals. Das Web funktioniert dort besonders gut, wo es ein „Mitmach-Netz“ ist. Ob die Initiativem gelingen hängt aber nicht einzig von uns ab, sondern vom „Mitmachen“ und dem Korrektiv durch SIE.

Per Definition wird ein Netzwerk nicht von einer Stelle zentral „bespeist“, sondern hat, in seinen bewährten Strukturen zumindest, viele Knotenpunkte, deshalb brauchen wir SIE als einen Knotenpunkt. Da sich Mitarbeit im Verband genau dann lohnt, und nur dann, wenn Sie für Ihre Arbeit etwas davon haben, wollen wir mehr denn je von einer Interessensvertretung zu einer Creative Cloud werden, aus der Business-Modelle, „Opportunities“ und Kreativität hervorgeht. Wir haben viel Arbeit vor uns - und werden alle noch viel Lehrgeld beim Erlernen neuer Medienkonzepte bezahlen - aber wie sagte der langjährige Präsident der Harvard University so treffend: „If you think education is expensive - try ignorance.“

Der ITVA wird sie auf diesem Wege gerne begleiten - dazu stellen wir uns in den nächsten Monaten mehr und mehr als eine Arbeitsgemeinschaft mit stetig wachsenden Mitglieder-Vorteilen auf. Wir halten Sie auf unserer Website und in den ITVA Press-Ausgaben auf dem Laufenden.

Helfen Sie uns mit neuen Ideen, mit konstruktiver Kritik und Rückmeldung jeglicher Art. Machen Sie Werbung für uns, bringen Sie befreundete Unternehmen, Kunden und Partner mit und zeigen Sie, was wir unter „Qualitätsanspruch“ über die Disziplinen hinweg, verstehen.

Der anerkannte ITVA-Award ist prominentes Beispiel für Höchstleistungen der Einreicher. Aber auch unsere Kontakte zu neuen Mitgliedern auf Auftraggeber-Seite sind das, was man unter „win-win“-Situation betrachten kann: Wir bringen Innovationsfähigkeit mit, und (häufig in ihrem Geschäftsfeld hochinnovative) Auftraggeber Innovationsbereitschaft.

Gemeinsam schaffen wir Innovatives. Nur gemeinsam. Wir haben die Gelegenheit, unter dem Dach des ITVA zusammen ein „Feuerwerk der Kreativität“ zu entfachen, das eine „Creative Cloud“ in den Himmel steigen lässt - und das jeden Tag. Nicht nur an Silvester.

Wir wünschen Ihnen bei Ihren kreativen Unternehmungen viel Erfolg im begonnen Jahr 2012! (rm)

Impressum

ITVA-Press - das offizielle Verbandsmagazin
der Integrated TV & Video Association e.V.

www.itva.eu

Redaktion (Postanschrift):
Ulrichstr. 12 | 71672 Marbach
Tel. +49-7144 -8839-04
redaktion@itva.eu

Herausgeber und Chefredaktion:
Roman Müller (verantwortlich)
Tel. +49-7144-8839-04
r.mueller@itva.eu

Autoren:
Stephanie Arnold (sa), Matthias Ditsch (md), Roman Müller (rm), Walter Amos Müller (wam)

Mit Kürzel / Namen angegebene Artikel entsprechen nicht zwingend der Meinung der Verbandsvertreter.

Fotos:
(Von ITVA-Award 2011: Sebastian Müller, www.semanthis.de)
Screenshots: Copyright bei den Auftraggebern!

Geschäftsstelle: ITVA/Verlag
c.o. INFINITE GmbH
Drygalski-Allee 118/App.1216 | 81477 München
Tel: +49-89-8560.999-3
info@infinite.de
www.infinite.de

Verbandsleitung:
Matthias Ditsch (Präsident)
Roman Müller (Vize-Präsident)

Auflage dieser Ausgabe: 2000

Anzeigenleitung:
Roman Müller

Layout & Gestaltungskonzept:
Bildmedien Walter Amos Müller, Dresden
Fotomontage Titelbild: Walter Amos Müller,
myLight-Paint-App für iPhone,
fotografiert mit der Sony NEX-5,
Reinzeichnung: INFINITE GmbH, didaktech e.K.

Media-Daten: Bitte schauen Sie für die Anzeigenpreise auf unsere Website www.itva.eu/itvapress

Urheber- und Verlagsrecht:
die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme des Manuskripts gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig.

In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom Verlag oder von mit diesem kooperierenden Dritten geführt werden. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. (030) 28493-0 oder www.presse-monitor.de.

Gebrauchsnamen
Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen und dgl. in dieser Zeitschrift berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen ohne weiteres von jedermann benutzt werden dürfen; oft handelt es sich um gesetzlich geschützte eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind.

© ITVA e.V. 2012

Die Preisträger im Überblick

Kategorie:	1. Verkaufsförderung, Marketing (+ Schulung, Training, Information)	Einreicher	Auftraggeber
Gold	GARDENA Qualitätsfilm Schneidwerkzeuge	LAKRITZ.Film GmbH	GARDENA GmbH
Silber	MAN: Visons With A Challenge	Naumann Film	MAN Truck & Bus
Silber	Siemens VAI: EAF Quantum: Produkt-Film (3D-Animation)	dreitakt GmbH	Siemens
Bronze	100 Jahre Nivea	Nordisch Filmproduktion GmbH	Beiersdorf AG
Sonderpreis regionale Auftraggeber	Umweltmanagement - Weil´s um die Wurst geht	imagine media productions	Bayerisches Landesamt für Umwelt LfU

Kategorie:	2. Corporate Image		
Gold	Discover Your Light	Swarovski KG	Swarovski KG
Silber	Gemeinsam für ein besseres Leben	REWE-Zentralfinanz eG/REWE Group	REWE-Zentralfinanz eG/ REWE Group
Silber	Nextower - Ich bin hier	Daniel Seideneder	MAB Development Deutschland GmbH
Bronce	100 Jahre	tremoniamedia Filmproduktion	Otto Vollmann GmbH & Co. KG
Bronze	Pour le Merit	Medienproduktion Thomas Stein	Lange Uhren GmbH, Jan Müller
Bronze	Bosch - A Special Kind Of Company	Schokolade Filmproduktion GmbH	Robert Bosch GmbH

Kategorie:	3. Dokumentation (wissenschaftlich, kulturell, technisch)		
Gold	13,854 Sekunden	ZIGGY.mediahouse	Audi AG
Gold (Sondepreis)	Klimaschutz im Schulalltag	tsm video GmbH & Co. KG	FWU - Institut für Film und Bild
Silber	Kiezkick und Punkrock	Tim Gorbauch Bewegte Zeiten Filmproduktion GmbH	3 Sat
Silber	2 Millarden Euro auf Achse	al Dente Entertainment GmbH	hasenkamp Internationale Transporte
Bronze	Viktor Dulger - Erinnerungen	LAKRITZ.Film GmbH	ProMinent Dosiertechnik GmbH

Kategorie:	4. TV/Kino /Trailer		
Gold	Surreal Eye	Daniel Seideneder	Schirn Kunsthalle Frankfurt a.M. GmbH
Silber	Die Schwarzdrucker	MM Film & Video Manfred Müller GmbH	Ph.C.W. Schmidt Dienstleistungsgesellschaft mbH

Kategorie:	5. Forschung und Entwicklung		
Gold	Innovationsperspektive 2010	Blue Note Productions Film & TV GmbH	Bayer AG - Martin Spingys
Silber	Schutz bei Wind und Wetter	BASF ZOA/CP Silke Buschulte-Ding	BASF SE

Kategorie:	6. Interaktive-Anwendungen und IPTV-Projekte		
Gold	new@Siemens	Siemens AG	Siemens AG - Learning Campus
Gold	World Vision - Geburtstage schenken	Schokolade Filmproduktion GmbH	World Vision Deutschland e.V.
Gold (IPTV)	Warsteiner - Wahre Ideen	Saint Elmo´s Entertainment	Warsteiner
Silber	Mercedes-Benz 360Grad Fahrerlebnis	Mackevision Medien Design GmbH	Daimler AG
Silber	Neuer 1er BMW - Trainingsfilm	BMW AG	BMW AG
Silber (Sonderpreis Mobile)	Web Based Training: Exclusive & Tequipment - Por. Cay.	Bassier, Bergmann & Kindler GmbH	Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Bronze (IPTV)	BMW TV Berlinale	Saint Elmo´s Entertainment	BMW Markenkommunikation

Kategorie:	7. Medieneinsatz bei Events, Veranstaltungen und Incentives		
Gold	Ballzauber am Main	Barbecue Mediendesign GmbH	Tourismus + Congress GmbH Frankfurt
Gold (Sonderpreis)	2011 Potsdam Stadt des Films	Projektbüro Potsdam 2011	Landeshauptst. Potsdam
Silber	Speed of Yellow for Rugby World Cup 2011	Meavision Media GmbH	DHL
Bronze	Strategie des Jahres 2010	al Dente Entertainment GmbH	Bain & Company

Kategorie:	8. Non-commecial / Video Kunst		
Gold	Cinéma d´animation	Gobelins - L´Ecloe de L´Image	
Silber	the visual rythm of dance	sixtsense - Stefanie Sixt	
Bronce	Chapeau Claque "DAS"	Filmstyler Pictures GmbH	Antonia Maria Schmidt

Kategorie:	9. Design in Motion / Postproduktion		
Gold	Debeka Philisophie	Frische Brise Film GmbH	Debeka Gruppe
Silber	Marketing Partner Imagefilm	3deluxe motion	Marketing Partner GmbH
Bronze	Hugo Boss - Dress Me For The Final	Schokolade Filmproduktion GmbH	Hugo Boss

Kategorie:	10. Internationale Einreichungen		
Gold	Former Esplanade Hotel	Carolina Scalice	

Kategorie:	11. P.O.S. (Point of Sale)		
Gold	GARDENA Unkrautstecher	LAKRITZ.Film GmbH	GARDENA GmbH
Silber	Smart Solutions for Tomorrow´s Railways	Koenigsfilm	Balfoor Beatty Rail
Bronze	Signeo - Plug & Spray	al Dente Entertainment GmbH	J.W. Ortendorf

Kategorie:	12. Stereo3D		
Gold	Innovationsperspektive 2010	Blue Note Productions Film & TV GmbH	Bayer AG - Martin Spingys
Silber	FACES, Gesicher einer Stadt	Creative Game Filmproduktion	tip Verlag Berlin
Bronze	Dimensionen der Forschung	KUK Filmproduktion Gmbh	Fraunhofer-Gesellschaft München

Der „Gebrauchsfilm“ und Interaktive Medien im Wandel

ITVA startet 1983 - und schon kommt „1984“ ein Paukenschlag. Der ITVA Award wird dieses Jahr zum 19. mal überreicht. Was hat dieser Award doch alles „erlebt“! Award Nr. 1 war noch „digital-frei“, wenn man es so formulieren will. Doch auch damals war die Aussage „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!“ in Zweifel zu ziehen, denn auch Analog-Technik hat Mittel, um das menschliche Auge mit „Tricks“ zu überlisten. 1984, ein Jahr nach der Gründung des ITVA e.V., Sektion Deutschland, geht ein Beben zunächst durch den Apple-Vorstand, dann durch die Fernsehkanäle und zig-Trillionen Hirnsynapsen von Millionen von Fernsehzuschauern auf dem amerikanischem Kontinent, und dann durch die Branche.

Der Apple-Vorstand war entsetzt, als Steve Jobs den fertigen Werbespott „1984“ vorführte. Pikanterweise, für uns alle glücklicherweise, konnte 1:02 min nicht mehr an Sendezeit zurückverkauft werden, und die teuerste, US-amerikanische Sendezeit (die Pause im Superbowl-Finale) konnte man auch nicht mit irgend einem der vorhandenen 0/8/15 - commercials aus der Schublade bei Apple befüllen.

Zu dieser Zeit war George Orwells 1984 noch nicht verfilmt - Ridley Scott schrieb eine Szene in Anlehnung an den Roman und hatte einen damals unglaublichen Etat von 900,000 $ eingesetzt.

Auf „Big Blue“, der „Spitzname“ von IBM, die Apple über 50% Marktanteil innerhalb der vorangegangenen 2,5 Jahren abspenstig gemacht hatten, wird angespielt. Es wird eine erschreckende, provokante, übertriebene, düstere Szenerie gezeigt, die dann durch eine rebellische, schnell den Sicherheitsorganen von Big Brother davonrennende Frau mit einem Knall völlig verändert wird: Sie wirft als offensichtlich professionelle Hammerwerferin Ihr Sportgerät mit gewaltiger Wucht gegen die Kino-Leinwand, auf der Big Brother einer großen Menge an gleichmütig, wie hypnotisiert dasitzenden, Männern in einer gefängnis-ähnlichen, grauen Kluft. Der Hammer fliegt in die Leinwand, es knallt und ein wenig Rauch steigt auf, das Bild mit dem Volksverführer verschwindet. Eine Off-Stimme sagt nur diesen Text: *“On January 24th, Apple Computer will introduce Macintosh. And you’ll see why 1984 won’t be like ‘1984’.”*

Die Branche, und sicher auch die ersten ITVA-Mitglieder stellten sich die Frage: Warum und wie ‚funktioniert‘ dieser Film?

Neben packenden Bildern ist es noch immer vor allem die „Story“, die ein Medium erzählt. Und das nicht nur im Werbe- und Gebrauchsfilm, auch genauso in interaktiven Medien! Es ist kein Zufall, dass es mittlerweile (z.B. an der TU Darmstadt) einen Lehrstuhl für „Digital Storytelling“ gibt. Denn ohne eine „Story“ ist ein Medium nicht attraktiv.Dies bedeutet nicht, dass Geschichten erzählen genau dann gut ist, wenn es die Handlung vollständig erzählt. „Cutting makes art“, Auslassungen sind das, was einer Geschichte oft Niveau verleiht. Nicht die Auslassung, weil das Budget aufgebraucht ist, sondern geplante Auslassungen, die das „Werk beim Rezipienten“ entstehen lässt.

Die Kategorien

Hier zur Dokumentation die Kategorien des 19. Awards 2011:

1. Verkaufsförderung Marketing (+Schulung, Training)
2. Corporate Image
3. Dokumentation (wissenschaftlich, kulturell, technisch)
4. TV/Kino /Trailer
5. Forschung und Entwicklung
6. Interaktive-Anwendungen und IPTV-Projekte
7. Medieneinsatz bei Events, Veranstalt. und Incentives
8. Non-commecial / Video Kunst
9. Design in Motion / Postproduktion
10. Internationale Einreichungen
11. P.O.S. (Point of Sale)
12. Stereo3D

Es ist wahrscheinlich den Teilnehmern teilweise ähnlich gegangen wie uns: immer mehr Produktionen befinden sich zwischen Kategorien:

Ein Multimedia-Lernprogramm beinhaltet großartige Image-Videos, um Unternehmenswerte an Lerner zu vermitteln.

Ein Web-Portal ist sowohl vom Funktionslayout her überzeugend, zugleich beinhaltet es aber auch sehr reizvolle Videos, die Jobs näher beschreiben. Einer der als IP-TV-Format eingereichter Kandidat funktioniert auch im Kino. 3D, Animation und SFX geben sich in vielen Kategorien inzwischen die Klinke in die Hand.

Viele großartige Einreichungen decken mittlerweile auch sowohl Kategorie 1 (Verkaufsförderung, Marketing) als auch Kategorie 2 (Corporate Image) hervorragend ab.

Ein „entweder oder“ gibt es immer weniger. Letztlich hat das „Zusammenwachsen“ von Kategorien zu einem „multidimensionalen Würfel“ geführt. Für den Jubiläums-ITVA-Award (wir werden 20!) versuchen wir, diesem mehr Rechnung zu tragen. Auch eine Mehrfach-Anmeldung in mehreren Kategorien wird innerhalb der ITVA Jury diskutiert. Aufgrund dieser Faktoren haben wir teilweise Einreichungen in eine geeignetere Kategorie geschoben als sie eingereicht wurden, wenn dies für

ITVA-Jury: *Karlheinz Gelhardt (vorn), Gisela Volk (hinten)*

die Platzierung positive Effekte hatte und keine anderen Produktionen aus berechtigten Medallienrängen geworfen hat.

Die Sieger

Kategorie 1: Verkaufsförderung, Marketing (+ Schulung, Training, Information)

Platz 1 (Gold):

(Gardena: Der Mensch fertigt für Menschen)

Titel: GARDENA Qualitätsfilm Schneidewerkzeuge
Auftraggeber: GARDENA GmbH
Einreicher / Produzent: LAKRITZ.FILM GmbH

Würdigung durch die Jury:
Mit dieser Produktion ist es LAKRITZ.FILM zusammen mit dem Auftraggeber die zwei Komponenten „Information“ und „Emotion“ zusammenzuführen.

„Warum sind GARDENA Schneidwerkzeuge so zuverlässig und langlebig? Warum liegen sie so gut in der Hand?“

Diese Formulierung bereitet die „Geschichte“ raffiniert vor, die eigentlich ein „making of“ bezogen auf die Produkte von GARDENA Schneidewerkzeugen darstellt.

Doch nun folgt eben nicht der häufig gemachte Fehler, nur mit schwer nachkontrollierbaren Fakten zu argumentieren, sondern die Antwort „Weil bei GARDENA Qualität und perfekte Form von Menschen konstruiert werden, die selbst den Garten lieben...“ stellt den Menschen, der etwas für Menschen macht, neben die Technik.

Hier ist es gelungen, nicht zusammenhangslos Konstruktions- und Produktionsschritte aneinanderzureihen, die die Güte des Produkts begründen sollen, sondern immer im Zusammenhang mit hervorragend gestricktem Off-Sprechertext.

Die technische Qualität ist - wie wir es von LAKRITZ. FILM nicht anders gewohnt sind, ebenso perfekt wie Kameraführung und Schnitt. Besonders gelungen empfand die Jury auch den Ton (unaufdringliche, aber nicht seichte Musikunterlegung).

Alles in allem eine perfekte Umsetzung eines vorzüglichen Storyboards, das zusammen mit hervorragender Umsetzung in überzeugender Gestaltung und Technik

ITVA-Award:
Rekordverdächtige Anzahl an Einreichungen, Matthias Ditsch beim Sichten

das Kommunikationsziel erreicht: Jetzt weiß ich, dass GARDENA zurecht eine Qualitätsmarke ist.

Platz 2 (Silber):
(Silber wurde in dieser Katgeorie doppelt vergeben)

Titel: MAN Visions With A Challenge
Auftraggeber: MAN Trucks / Bus
Einreicher / Produzent: Naumann Film

Würdigung durch die Jury:
MAN als Globaler Player erzählt eine Geschichte. Nicht von toller Technik, stärkeren Motoren, mehr Effizienz und dem, nun ‚glaubt es doch endlich‘, besten Produkt. Sondern einem Familienvater, der mit seinem Truck unterwegs ist.

Mensch und Maschine im Einklang fahren durch beeindruckende Locations in Deutschland und Dänemark, ohne scheinbar Belastungen des Fahrers, die durch seine MAN Maschine ausgelöst würden.

Was uns besonders beeindruckt hat: Aufnahmen höchster Güte, eine unaufdringliche aber eindrückliche Sto-

ry, die letztlich durch rhetorische off-Sprecher-Fragen getragen wird. Die Antwort bringt aber nicht ein Feuerwerk an Werbe-Slogans, sondern schlicht beeindruckende Bilder mit einigen, wenig dezent eingesetzten Untertiteln ergänzt. So kann produktbezogene Verkaufsförderung erfolgreich mit wirkungsvoller Firmenimage-Bildung einhergehen und der Zuschauer ist überzeugt: MAN kann die Challenges der gemeinsamen Visionen meistern. Ausgezeichnet, was das Team bei Naumann Film hier für und mit dem Auftraggeber MAN gezaubert hat!

Platz 2 (Silber):
(Silber wurde in dieser Katgeorie doppelt vergeben)

Titel: Siemens VAI .: EAF Quantum :. Produkt-Film (3D-Animation)
Auftraggeber: Siemens AG
Einreicher / Produzent: dreitakt GmbH

Würdigung durch die Jury:
Dieser Film hat uns vorgeführt, wie die Kategorie 1 (Verkaufsförderung) und Kategorie 12 (3D / Stereo) zusammengewachsen sind, denn 3D ist dem Experimentstadium längst entsprungen.

Das zeigt diese Produktion der dreitakt GmbH mit EAF Quantum. Die Fragestellung war, wie eine komplexe Stahl-Produktions-Straße materialisiert dargestellt werden kann, zugleich aber auch die innovativen, neuen Konzepte und Prozesse dargestellt werden können.

Eine solch‘ komplexe Anlage mit ihren Konzepten dahinter darzustellen benötigt vor allem ein didaktisch wichtiges Instrument: Komplexitätsreduktion. „Hier gilt eben nicht „Mehr Details sind besser“; es stellt sich vielmehr die Frage, welche Information der didaktische oder informations- „Rote Faden“ an welcher Stelle benötigt. dreitakt hat in dieser hochwertig vollanimierten 3D-Produktion exakt den Detail-Level gefunden, der die jeweiligen Aussagen des Off-Sprechers und der dezent eingesetzten Untertitel optimal unterstützt.

So kann 3D nicht nur beeindrucken, sondern das Kommunikationsziel auf Produktebene optimal erreichen. Die Jury hofft, dass dies in unserer Branche „Schule“ macht.

Platz 3 (Bronze):

Titel: 100 Jahre Nivea
Auftraggeber: Beiersdorf AG
Einreicher / Produzent: Nordisch Filmproduktion

Würdigung der Jury:
Eine traditionsreiche Marke feiert 100 Jahre Jubiläum. Spannende Frage, die sich schon zu Beginn einer solchen Produktion stellt: Wie verbindet man Tradition mit Innovation?

Die Nordisch Filmproduktion hat mit ihrem Auftraggeber Beiersdorf für diese Produktion „100 Jahre Nivea“ ein überzeugendes Konzept gewählt, indem die Bilder und klug eingesetzten Untertitel verdeutlichen: Unsere Tradition ist Innovation!

Auch die Bildsprache hat diesem Spagat, der sich bei Nivea auch in der breiten Käufergruppe von Jung bis Alt durchzieht, auf raffinierte Weise Rechnung getragen. Sowohl die Generation MTV kann mit diesem Image- und Produktfilm etwas anfangen, als auch Käufergruppen, die ihre ursprünglichen Sehgewohnheiten aus Zeiten, als die (Farb-)Bilder laufen lernten, entwickelt haben. So gut kann Image- und Produktfilm verbunden sein, Innovation und Tradition verbunden werden, und eine Zielgruppe von 14 - 99 Jahren abgedeckt werden!

Sonderpreis „Öffentlicher Auftraggeber“

Titel: Umweltmanagement - Weil´s um die Wurst geht
Auftraggeber: Bayrisches Landesamt für Umwelt (LfU)
Einreicher / Produzent: imagine media productions

Würdigung durch Jury:
Was kann doch eine klug durchdachte Story mit Humor und sauberen Analogien mit filmischen Mitteln alles erreichen!

Ein Würschdl‘ Verkäufer erklärt einem gefrusteten Top-Manager auf sympathische Weise, warum sich Umweltmanagement rechnet.

Bei solch‘ humorvoller Herangehensweise bleibt aber oft das Kommunikationsziel auf der Strecke, da die Analogien unsauber sind. Man verlässt sich in vielen Fällen auf das Ammen-Märchen „Die Lacher werden‘s schon richten.“

Hier bleibt durch die hohe Authentizität (inkl. bayrischer Musi‘, Lederhose und urbayrischer Location) der Humor keineswegs auf der Strecke! Und doch ist es der imagine media productions zugleich gelungen, nichttriviale Argumentationslinien für Umweltschutz- und Umweltmanagement aufzubauen und sauber zu kommunizieren.

Ziel hervorragend erreicht - hier kann man sich (pardon für diesen trivialen Gag) eine Scheibe von Abschneiden :-)

Kategorie 2: Corporate Image

Platz 1 (Gold): Titel: Discover Your Light
Auftraggeber: Swarovski KG
Einreicher / Produzent: Swarovski KG / Bruno Aveilla

Würdigung durch die Jury:
Diese Produktion des weltberühmten Bruno Aveillan hat die Jury schlicht sprachlos gemacht und uns wirklich vom Stuhl gehauen.

Unserer Meinung nach neben der Chrysler-Produktion zum Superbowl (‚Imported from Detroit' mit dem dezent auftauchenden Weltstar Eminem) die Image-Film-Produktion des begonnen Jahrtausends.

Da man eine solche Produktion nur ‚zerreden' kann hier die Worte des Auftraggebers selbst (entnommen aus dem Swarovski-Youtube-Kanal):

In 2010, Swarovski enlisted multimedia artist, photographer, and director Bruno Aveillan to make a cinema spot with them that would conjure Swarovski's more than one-hundred-year heritage on the big screen. Propelled by the vision of using film as a medium for conveying Swarovski's charisma and grace and mastery of light, as well as a portrait of the spirit of crystal and beyond, the team ventured to Turkey, traveling from Istanbul to a salt lake outside of Ankara. There, they began filming what was to become a tale of brilliance and movement. The result is a beautiful, powerful, and unique cinematic work that will amaze and delight cinema audiences. It is an experience you should not miss out on.

Kommunikationsziel gelungen, einen Meilenstein gesetzt, besser kann eine Image-bildende Maßnahme nicht sein.

Glückwunsch von unserer Seite an Bruno Aveillan und sein Team, und an den mutigen und fördernden Auftraggeber Swarovski, der uns allen einen visuellen Edelstein höchster Güte geschenkt hat!

Platz 2 (Silber):

Anmerkung: Der ITVA Award 2011 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 2x vergeben

Titel: Gemeinsam für ein besseres Leben
Auftraggeber: REWE-Zentralfinanz eG/REWE Group
Einreicher / Produzent: REWE-Zentralfinanz eG/REWE Group / MPG Media Picture Group

Würdigung durch die Jury:
Die Media Picture Group hat für die multinationale REWE Group einen wirklich multi-nationalen- und multikulturellen Unternehmens-Imagefilm der Spitzenklasse produziert.

Unternehmensleitsätze verstehen - das ist nicht nur schwer gegenüber dem Kunden zu vermitteln, sondern ist auch eines der häufigsten Anfragen an kundenspezifischer Produktion im E-Learning-Bereich zum internen Gebrauch.

Und jetzt auch noch einen Film produzieren, der diese Leitsätze eines komplexen Handels- und Touristikkonzerns in authentischer und sympathischer Weise an Kunden rüberbringt?

Die Media Picture Group hat die richtigen Entscheidungen getroffen, nämlich den Mitarbeiter, den Menschen in den Vordergrund zu stellen. Und was gibt es besseres, als gemeinsame Unternehmensziele durch eine Vielfalt an Mitarbeitern in verschiedensten Ländern an verschiedensten Unternehmenszweigen beim Leben der Ziele und Werte begleiten zu können? Wenn man dies dann auch noch so konsequent, kurz, prägnant und humorvoll auf höchstem handwerklichen und kreativem Niveau umsetzt, dann kann die Jury des ITVA Awards nur zum Urteil kommen: das ist absolut preiswürdig!

Platz 2 (Silber):
Anmerkung: Der ITVA Award 2011 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 2x vergeben

Titel: Nextower - Ich bin hier
Auftraggeber: MAB Development Deutschland GmbH
Einreicher / Produzent: Daniel Seideneder Group

Würdigung durch die Jury:
Wie stellt man ein Produkt, das visuell zunächst als Konglamerat von Steinen, Glas und Beton erscheint, dar?

Indem man es Geschichten des Lebens erzählen lässt! Und das im wörtlichen Sinne! Der Nextower, ein Business-Zentrum in einer Stadt, erzählt selbst. „Ich bin ein Teil des ganzen, und doch mehr als die Summe meiner Teile. Ich bin hier". So endet der Off-Sprechertext, der dem beworbenen Business-Tower die Stimme gibt.

Dieser Perspektivenwechsel reißt endlich das in den letzten Jahren v.a. durch auslösende Langeweile in Verruf geratene Genre der „Business-Park-Featuritis-Videos" aus dem Dornröschenschlaf.

Hier hat ein Auftraggeber etwas geagt, und Daniel Seideneder hat mit seinem Team einen Meilenstein geschaffen, der Beachtung finden sollte.

Uns als Jury hat er mit dieser Arbeit beeindruckt!

Platz 3 (Bronze):
Anmerkung: Der ITVA Award 2011 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 3x vergeben

Titel: 100 Jahre
Auftraggeber: Otto Vollmann GmbH & Co. KG
Einreicher / Produzent: tremoniamedia Filmproduktion

Würdigung durch die Jury:
Was haben wir als ITVA Jury doch schon für langweilige „Selbstdarstellungs-Orgien" von inhabergeführten Familienunternehmen auf dem Schirm gehabt!

Nicht so hier bei der Otto Vollmann GmbH & Co. KG und ihrem Produzenten tremoniamedia Filmproduktion! Hier hat tremoniamedia das Kunststück vollbracht, einen traditionsbewussten und zugleich innovativen Firmenvorstand aus der Inhaberfamilie spannend, seriös und zugleich kurzweilig in Szene zu setzen. Im Gegensatz vieler „ähnlich" gearteter Produktionen ist hier die künstlerische und filmhandwerkliche Arbeit von tremoniamedia auf höchsten Niveau vollzogen, und der Auftraggeber hat im Film eine ganz hervorragende Rolle zugeordnet bekommen, und diese traumhaft besetzt!
Platz 3 (Bronze):
Anmerkung: Der ITVA Award 2011 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 3x vergeben

Titel: Pour le Merit
Auftraggeber: Lange Uhren GmbH, Jan Müller
Einreicher / Produzent: Medienproduktion Thomas Stein

Würdigung durch die Jury:
Wie stellt man etwas dar, was man nur seinen Liebsten zukommen lassen will? Man zeigt es. Und wie prächtig ist dies dem Team der Medienproduktion Thomas Stein gelungen! Man wird quasi ins Uhrwerk mit hineingezogen und ist fasziniert.

Mit dieser Produktion wird nach dem Urteil der Jury gezeigt, dass die ursprüngliche Faszination beim ersten Aufkommen der Makro-Aufnahmen durchaus wieder belebt werden kann, ohne sich bei jedem Anlass gleich in eine virtuelle Welt flüchten zu müssen.

Auf dieser höchsten Qualitätsstufe stimmt einfach alles: Den Auftraggeber kennen wir nun, Präzisions-Handwerk mit solchen gigantischen Makro-Aufnahmen kombiniert mit einem intelligenten, roten Faden kennen wir nun auch (wieder), und ich persönlich kann sicher sagen: Bei meinem nächsten Uhrenkauf werde ich meinen Fachhändler nach Lange Uhren befragen!

Besser kann ein Ziel nicht erreicht werden, und dass es „nur" Bronze in dieser Kategorie wurde liegt an einer Konkurrenz, die dieses Jahr unglaublich stark war.

Platz 3 (Bronze):
Anmerkung: Der ITVA Award 2011 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 3x vergeben

Titel: Bosch - A Special Kind Of Company
Auftraggeber: Robert Bosch GmbH
Einreicher/Produzent: Schokolade Filmproduktion GmbH

Würdigung durch die Jury:
Was macht man, wenn man auf angenehme Weise in einer Geschichte schmökern will:
Man nimmt ein Buch aus der „Bibliothek an Innova tionen und Ereignissen eines Unternehmens, das Geschichte geschrieben hat". Und mit diesem Buch setzt man sich allein oder mit Freunden hin und stellt Schokolade bei.

Genau das hat der Auftraggeber getan: Die Geschichte des geschichtsträchtigen und zugleich zukunftsorientierten Unternehmens Bosch von Schokolade Filmproduktion GmbH versüßen lassen.

Die Metapher der „Bibliothek" wird intelligent eingesetzt, indem man in der chronolgischen Anordnung immer wieder Bücher aus den verschiedenen Jahren herausgezogen bekommt. Die dargestellte Innovation aus der Firmengeschichte wird lebendig in Bildern, das, was der Auftraggeber über sein Unternehmen kommuniziert haben will, nämlich die Idee des „Unternehmertums mit Werten, und dabei eben nicht (nur) die materiellen Werte im Vordergrund" ist ausgewogen, informativ und unterhaltend gelungen.

Wieder einmal mehr hat Schokolade Filmproduktion bewiesen, was mit einem interessanten und innovationsbereiten Auftraggeber auf der einen Seite, und höchster Professionalität und Produktions- und Kreativ-Qualität auf der anderen Seite alles möglich ist!

Kategorie 3: Dokumentation

Platz 1 (Gold):
(Anmerkung: Der ITVA-Award 2011 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 2x vergeben)
Titel: 13,854 Sekunden
Auftraggeber: Audi AG
Einreicher / Produzent: ZIGGY.mediahouse

Würdigung durch die Jury:
Der schmale Grad zwischen Triumph und Tragödie, zwischen Freude und Schmerz: die 24 Stunden von Le Mans 2011.

Wie schafft man es, ohne überheblich zu werden, einen Triumph nachhaltig darzustellen, und nicht nur für den Moment nach dem Sieg festzuhalten?

Indem man es genau so macht, wie ZIGGY.mediahouse für Audi gemacht hat, nämlich den „Schmalen Grad" darzustellen - auch fürs eigene Team und Produkt. Das Kopf-an-Kopfrennen als ein solches darzustellen, und

auch immer wieder aufrichtig dazu stehen, dass auch im eigenen Team etwas falsch gehen kann.

Wer von uns kennt das nicht bei sich selbst als Person, im eigenen Team? Und genau so holen uns Audi und ZIGGY-mediahouse ab und setzen uns direkt auf die Fahrbahn und neben die Fahrbahn ins Team.

Ein Mix aus Rennszenen, aus Kurz-Interviews, Wechsel auf Meta-Ebene und Erklärungen von Taktik und verarbeiteter Technologie: so wird selbst die „Langfassung“ von 13:44 min zu einem Genuss auf höchstem Niveau! Zum hervorragenden Konzept und Storyboard gesellt sich exzellente Aufnahme und Postproduktion, mit einer als „mögliches Optimum“ zu bezeichnende Tonmischung. Das ist „State of the Art“ für Event- und technik-bezogene Dokumentation. Mehr davon bitte!

Platz 1 (Gold) Sonderpreis:
Anmerkung: Der ITVA-Award 2011 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 2x vergeben

Titel: Klimaschutz im Schulalltag
Auftraggeber: FWU Institut für Film und Wissenschaft
Einreicher / Produzent: tsm video GmbH & Co. KG

Würdigung durch die Jury:
Wie spricht man Schüler an, um mit einem Lehrfilm Werte zu vermitteln?
Indem man Schüler sprechen lässt. Und wie bringt man Schüler authentisch ‚rüber‘?
Indem man den redaktionellen Oberlehrer außen vor lässt und sich auf Augenhöhe ins Klassenzimmer setzt. Genau das hat die tsm-video aus Heidelberg gemacht, und für die FWU (Film in Wissenschaft und Unterricht) eine durch Authentizität hervorstechende Produktion abgeliefert.
Klimaschutz im Schulalltag, so der Titel der Produktion, muss auf zwei Ebenen vermittelt werden: der Faktenbasierten Sachargumentation, aber zugleich auch dem darauf gründenden Appell muss Rechnung getragen werden.
Die noch in vielen Lehrfilmen vorherrschenden Paradigmen gründen bei Vermittlung Deklarationen Wissens (Faktenwissen) auf dem Modell des ‚Nürnberger Trichters‘, und Wertevermittlungsversuche beginnen mit dem erhobenen Zeigefinger.
Beide Ansätze sind in heutigen Zeiten nicht mehr tragfähig und bei pupertierenden Jugendlichen von heute sind noch so wichtige Werte bei diesem Vermittlungskonzept wertlos.
Vielmehr funktioniert das Prinzip Social Media: Daumen hoch für den Umwelt-Appell eines Gleichaltrigen! ‚Heizung runterdrehen während dem Lüften... finde ich cool!‘
Die Herausforderung bei der Produktion war, behutsam die Glaubhaftigkeit herauszumeißeln. Das ist auf überzeugende Weise geschehen und der ‚Goldene Mittelweg‘ von Belehren und Appellieren‘ wurde exakt beschritten. Für die Jury hieß dies eindeutig: Das ist Gold wert! Glückwunsch an den Auftraggeber, der Freiräume und Jahrzehnte an Kompetenz spüren lässt, und das hochprofessionelle Team bei tsm-video, das endlich gezeigt hat: und es geht eben doch, Schüler selbst zu Wort kommen zu lassen!

Platz 2 (Silber):
(Der ITVA-Award in Silber wurde in dieser Kategorie 2011 2x vergeben)

Titel: Kiezkick und Punkrock
Auftraggeber: 3sat
Einreicher / Produzent: Tim Gorbauch Bewegte Zeiten Filmproduktion GmbH

Würdigung durch die Jury:
Wir haben in unserer Jury nicht wirklich große Fußballfans dieses Jahr. Und dann für eine „Subkultur St. Pauli“ Interesse bei uns zu wecken war nicht einfach.

Und genau dies ist durch die Produktion Kiezkick und Punkrock von Tim Gorbauch & Team gelungen!

Häufig passiert in ähnlichen Dokumentationen der Fehler, dass man der Utopie unterliegt, „einfach die Kamera drauf“ auf Protagonisten der Szene zu halten, das gibt dann von allein eine Story.

So ist es nicht! Gerade eine Subkultur mehrdimensional zu beleuchten und damit auch für nicht-Angehörige plastisch zu machen, ist die Kunst. Diese beherrschen die Macher auf schlüssige, spannende, humorvolle Weise!
Interviews, die nicht selbst „die Geschichte“ zufällig ergeben, sondern eine feine Konstruktion, die aus Mosaiksteinchen zusammengesetzt viel mehr gibt als die Summe aller Teile: ein vielschichtiges Bild, das vielen Schichten an Zuschauerschaft diese „Subkultur“ Kiez, St. Pauli und Punkrock näherbringt.

Die Jury hofft, dass diese Qualität und Kreativität zum neuen Standard für thematisch ähnliche Dokumentationen wird!

Platz 2 (Silber):
(Der ITVA-Award in Silber wurde in dieser Kategorie 2011 2x vergeben)

Titel: 2 Millarden Euro auf Achse
Auftraggeber: hasenkamp Internationale Transporte
Einreicher / Produzent: al Dente Entertainment GmbH

Würdigung durch die Jury:
Ein Schwertransport als Filmthema --- Wie spannend...
Eine 2 Milliarden teure Fracht. OK - mal ansehen. Aber dennoch reißt dieses Filmthema einer Doku noch nicht allein vom Hocker. Doch was al Dente Entertainment daraus gemacht hat, ist alles andere als „verkocht“ und seicht, sondern hat Biss, intelligent verpackte Information UND Unterhaltung.

Wie geschieht das erfolgreich? Menschen in den Vordergrund stellen, und nicht Maschine.

Nicht pure Fakten des gigantischen Transports, die sicher beeindruckend sind, sondern wie es den Menschen dabei geht. Wie plötzlich das Adrenalin die Menschen beflügelt, die notwendige Präzision und Leistungsfähigkeit zu erbringen, um ein Modul der Raumstation ISS sachgerecht zu transportieren. Wie die Planung und die „worst case Szenarien“ den Angstschweiß auf die Stirn treibt. Wie man selbst als Zuschauer die Erleichterung spürt, als sich der Auftraggeber hasenkamp diesem Jahrhundert-Transport als gewachsen herausstellt und ei kostbare Fracht unversehrt am vorläufigen Zielort angekommen ist.

Die Jury war einerseits von den klug gewählten Bildern beeindruckt, zum anderen aber auch von der Story, die al Dente Entertainment für den Auftraggeber auf höchstem Niveau eingefangen hat.

Kategorie 4: TV/Kino /Trailer

Platz 1 (Gold):

Titel: Surreal Eye
Auftraggeber: Schirn Kunsthalle Frankfurt a.M. GmbH
Einreicher / Produzent: Daniel Seideneder

Würdigung durch die Jury:
„Ein Mann. Ein Problem. Ein Auge. Folge ihm auf der Reise ins Surreale. Verlasse die Realität! Finde, was Du nicht zu finden glaubst in der Schirn Kunsthalle Frankfurt."

Diese Beschreibung trifft exakt, was zu sehen ist:
Ein surreal anmutender Mensch mit nur einem Auge - in der Mitte, bekommt in unserer realen Welt Probleme. Keiner scheint ihn zu verstehen. Doch wo er sich zu Hause fühlt: bei der Ausstellung surrealer Kunst und Gegenstände in der Kunsthalle des Auftraggebers.

Mit großem Humor, Krativität und handwerklichem Geschick hat Daniel Seideneder diese Aufgabe hervorragend gemeistert und Spaß am Surrealen geweckt. Ob die Ausstellung in Frankfurt noch ist?

Kommunikationsziel erreicht: Appetit auf mehr gemacht, unterhalten und wird im Gedächtnis bleiben.
Die Jury freut sich auf mehr von Herr Seideneder!

Platz 2 (Silber):

Titel: Die Schwarzdrucker
Auftraggeber: Ph.C.W. Schmidt Dienstleistungsgesellschaft mbH
Einreicher / Produzent: MM Film & Video Manfred Müller GmbH

Würdigung durch die Jury:
„Mit einem Werbespot zum Einsatz in sozialen Medienetzwerken realisierte MM FILM & VIDEO eine außergewöhnliche Umsetzung. Im Stil der Filme aus der „schwarzen Serie" zeigt der schwarzdrucker Spot skurrile Gestalten und ihre düsteren Geschäfte. Am Ende kommt es, wie es kommen muss: von illegalen Dingen sollte man besser die Finger lassen."

Was hierbei herausgekommen ist: ein auch zugleich Kino-tauglicher, brilliant schwarz-humoriger Werbe- 2 Minüter mit klarer Botschaft am Schluss: hätten wir nichts selbst gemacht, wovon wir nichts verstehen, dann hätten wir uns nicht versehentlich in die Luft gesprengt.

Die MM Film versteht ihr Handwerk, und hat mit gruselig guten Bildern, stilsicherem Schnitt und einer klasse Story einen deutlichen Beitrag zur Anhebung des social Web und Kino-Werbealltags geleistet. Glückwunsch!

Kategorie 5: Forschung und Entwicklung

Platz 1 (Gold):

Titel: Innovationsperspektive 2010
Auftraggeber: Bayer AG - Martin Spingys
Einreicher / Produzent: Blue Note Productions Film & TV GmbH

Würdigung durch die Jury:
Immer wieder kommt die Frage auf: wie kann Innovation und Forschung spannend und zugleich sachlich informativ dargestellt werden?

In dem man innovative Techniken, z.B. 3 D, mit einem innovativen und zugleich spannend unterhaltenden Konzept verbindet! Und genau das ist Blue Note Productions für Bayer auf einem selten dagewesenen Niveau gelungen.

Auch wenn die High-Tech-Innovationen von uns als Jury gar nicht selbst bewertet werden können, hat diese überragende Produktion überzeugt: Die Möglichkeiten, die uns 3D, Trickfilm und letztlich Animation einzelner Pixel schenkt, ist zugleich eine Bürde, die wir aufzuarbeiten noch Jahre brauchen werden.

Wie weit man dabei sein kann, wie stimmig die „Message" mit den Bildern unterstützt werden kann, zeigt Blue Note zusammen mit dem mutigen, innovationsbereiten Auftraggeber Bayer.

Platz 2 (Silber):

Titel: Schutz bei Wind und Wetter
Auftraggeber: BASF SE
Einreicher / Produzent: BASF ZOA/CP Silke Buschulte-Ding

Würdigung durch die Jury:
Die eigene Zielsetzung des Auftraggebers ist klar umrissen: „Als führendes Chemieunternehmen der Welt setzen wir bewusst und verstärkt auf die Emotionalität des bewegten Bildes, um Innovationen und Lösungen anschaulich zu machen."

Allzu häufig kommt bei solcher Zielsetzung als Ergebnis ein oberflächliches Werbe-Featuritis-Lobpreisungsgehudel der eigenen Innovationskraft heraus.
Nicht bei dieser Produktion der BASF:

Freilich sind auch hier die Bilder beeindruckend (z.B. von Rotorblättern, die in Super-Slow-Motion mit effektiv über 300 km/h schnellen Regentropfen / Partikeln getroffen werden) - aber es steckt dabei vor allem auch eine intelligente Dramaturgie und didaktische Qualität in dem überragenden Kommunikationskonzept.

Hier zeigt sich letztlich, wie eine Produktion zugleich Information und Produktmarketing betreiben kann, aber auf der anderen Seite auf einer Meta-Ebene ganz hervorragende Unternehmens-Imageförderung betreiben kann. Kommunikationsziel 1, 2 und zugleich 3 perfekt erreicht. Bravo!

Kategorie 6: Interaktive-Anwendungen und IPTV-Projekte

Platz 1 (Gold):
Die Jury hat den ITVA Award der Kategorie 6 an 3 völlig verschiedenartige Genres jeweils, also 3 mal, vergeben.

Titel: news@Siemens
Auftraggeber: Siemens AG
Einreicher / Produzent: Siemens AG - Learning Campus / MIT e-Solutions GmbH

Würdigung durch die Jury:
Wer bei der diesjährigen ITVA Award-Jury eine interaktive Anwendung eingereicht hatte, konnte mit einem besonders hochqualifizierten Urteil rechnen, denn über die Hälfte der Jury-Mitglieder kommt aus dem „Interaktiv"-Bereich.

Zugleich ist eine interaktive Anwendung aber auch dem strengen und qualifiziertem Blick für Gestaltung und Qualität von Audio und Video durch unsere Film-Spezialisten ausgesetzt. Genau diesem Blick standzuhalten gelingt bisher leider nur wenigen E-Learning-Anwendungen, und auch aus manch' anderen Interaktions-Medien kommt nicht unbedingt bessere Video- und Audio-Qualität.

MIT e-Solutions bietet aber für Siemens nicht nur eine schlüssige, pfiffig und didaktisch sehr zielführende Applikation in bewährter MIT-Qualität, sondern auch eine „schöne" Anwendung, die man trotz der Komplexität der Inhalte immer wieder gerne startet und im Detail durcharbeitet.

Bei der Thematik „Unternehmenswerte und Unternehmensziele" können wir uns bildlich vorstellen, wie schwer sich der Prozess der Storyboard-Konzeption gestaltet haben muss, da hier viele Meinungen und berechtigte Gegenprüfungen aus dem Management zusammengefasst und kommuniziert werden müssen.

Technologisch läuft das Siemens-Lernprogramm sehr performant, mit den Systemansprüchen kommt jeder durchschnittliche Unternehmens-Computer problemlos zurecht - was leider bei unerfahreneren E-Learning-Produzenten noch immer gelegentlich eine Hürde darstellt. Der entscheidende Qualitätsfaktor ist aber bei E-Learning inbesonderem Maße: Nutzt das Lernprogramm die Vorteile des Mediums aus?

Die Jury kommt hier zu dem Schluss: MIT ist es mit einem komplexen Kunden und einer in höchstem Maße anspruchsvollen Thematik hervorragend gelungen, ein freundlich anmutendes, attraktives und motivierendes Lernmedium zu schaffen, das Lust auf „Mehr" macht!

Anzeige

ITYGO
IT-STYLE+GOLF
www.itygo.eu

Bei ITYGO finden Sie besondere Angebote aus den Bereichen:

›› Fashion
›› Genuss
›› Golf

faire Preise, alles bequem nach Hause geliefert ›› kostenfrei ab einem Bestellwert von € 100,-

Platz 1 (Gold):
Die Jury hat den ITVA Award der Kategorie 6 an 3 völlig verschiedenartige Genres jeweils, also 3 mal, vergeben.

Titel: World Vision - Geburtstage schenken
Auftraggeber: World Vision Deutschland e.V.
Einreicher / Produzent: Schokolade Filmproduktion GmbH

Würdigung durch die Jury:
Eigentlich ist es „nur" eine Technologie, die eingesetzt wird: das dynamische einbauen / hineinrendern eines gerade mit der Webcam oder als Datei hochgeladenen Fotos des Spenders in einem Kurzfilm, der die Arbeit eines Sozialarbeiters und den Besuch in einer Armensiedlung in Tansania darstellt.

Und doch gewinnt plötzlich Hilfe ein Gesicht! Nämlich genau das soeben hochgeladene.

Hier ist nicht nur eine neue, hochwertige Server-Technologie des technologischen „Gags" wegen eingesetzt, sondern erreicht exakt das Ziel von World Vision: uns von vor dem Bildschirm ins Geschehen zu involvieren.

Und das auf sympathische Weise, ohne moralischen Zeigefinger, sondern mit sichtbarer Freude, die eine Patenschaft am Geburtstagsfest im Armenviertel auslösen kann: jemand von ganz ganz weit weg schenkt uns etwas. Wie er / sie wohl aussehen mag?

Schokolade Film zeigt eine ganz andere Facette des herausragenden Könnens - hier im Interaktiv-Bereich mit hochwertigem Video. Das stellen wir uns unter gelungener INTEGRATED Television & Video - Arbeit vor. Exzellent!

Schauen Sie doch selbst mal beim Portal www.du-fuer-afrika.de vorbei und probieren Sie es gleich aus! Zuerst das mit dem Foto, und dann mit der Patenschaft.

Platz 1 (Gold): (IPTV)
Die Jury hat den ITVA Award der Kategorie 6 an 3 völlig verschiedenartige Genres jeweils, also 3 mal, vergeben.

Titel: Warsteiner - Wahre Ideen
Auftraggeber: Warsteiner
Einreicher / Produzent: Saint Elmo´s Entertainment

Würdigung durch die Jury:
Was für schlechte Podcast / IPTV-Formate gibt es doch im Gemüsegarten der IP-technischen Aussonderung aus Unternehmen jeder Größe und Sparte!

Völlig anders bei Warsteiner - Wahre Wahrheiten. Hochqualitative Aufnahmen, zielgruppengerechte Schnitte, handwerklich sauber, redaktionell vorbildlich.

Saint Elmo's Entertainment ist es als einem der wenigen gelungen, hier eine Produktion in einem Format zu schaffen, das dem Medium IPTV und Web 2.0 vorzüglich gerecht wird.

Anschauen auf Youtube, und lernen, wie's geht!

Platz 2 (Silber): (IPTV)
Die Jury hat den ITVA Award in Silber der Kategorie 6 an 3 völlig verschiedenartige Genres jeweils vergeben.

Titel: Mercedes-Benz 360 Grad Fahrerlebnis
Auftraggeber: Daimler AG
Einreicher / Produzent: Mackevision Medien Design GmbH

Würdigung durch die Jury:
Erinnern Sie sich noch daran, wie Sie Ihr erstes Auto gekauft haben? Und dann Bleiwüsten an Tabellen durchlebt und durchschritten sind, um diese und jene Farbe mit der einen oder anderen Sonderausstattung fürs neue Auto auszuwählen, um dann beim Händler nach der Bestellung zu erfahren, dass es da doch ein Sondermodell gegeben hätte? Besitzen Sie die Imaginationskraft, verschiedenste Musterungen an Polster, Deckenhimmel, Karosseriefarbe und anderem Interieur vor Ihrem geistigen Auge in ein 360 Grad umfassendes, prüfendes Erlebnis zu überführen, das Ihre Kaufentscheidung noch besser vorbereiten und fundieren lässt?

Wenn die Antwort auch bei Ihnen „nein" lautet, dann ist der hochinteraktive 360 Grad Fahrerlebnis-Konfigurator von Mercedes genau das richtige!

Obwohl eine riesige Auswahl an Extra-Wünschen gegeben ist, bleibt die Bedienung des Web-Tools immer einfach und nachvollziehbar. So können auch weniger computer-affine Webnutzer problemlos ein Auto „bauen".
Das macht einerseits großen Spaß --- aber erreicht genau das, was es soll: Hindernisse beim Kauf eines Autos aus dem Weg räumen und ein „Spielen" mit Varianten ermöglichen.

Technologisch hat hier Mackevision eine Meisterleistung vorgelegt: hochperformant, kompatibel selbst zu älteren, webfähigen Computern, wird ein visuelles 360 Grad Erlebnis schon vor dem Kauf eines Qualitäts-Automobils erreicht.

Besonders fasziniert hat uns sowohl die grafisch-visuelle Qualität, vor allem aber auch die klare und einfache Bedienung des leistungsstärksten Tools.

Hier wurde ein Meilenstein gesetzt, der Lust auf mehr Interaktivität im Marketing macht!

Platz 2 (Silber): (IPTV)

Die Jury hat den ITVA Award in Silber der Kategorie 6 an 3 völlig verschiedenartige Genres jeweils vergeben.

Titel: Neuer 1er BMW - Trainigsfilm
Auftraggeber: BMW AG
Einreicher / Produzent: BMW AG

Würdigung durch die Jury:

Schulungsfilme - sind das nicht diese Formate, die wir früher auf Super-8 oder 16mm - Filmen im Biologieunterricht so gemocht haben? Weil man getrost vor lange Weile sich mit interessanteren Dingen als Unterricht beschäftigen konnte?

BMW zeigt hier: es geht auch anders!
Und das, obwohl viel Information in dem Schulungsfilm zum BMW 1er steckt.

Geschickt sind Sequenzen so gewählt, dass es zu keinen unangenehmen Längen kommt - sehr fokusiert, und dennoch mit dem Funken an Begeisterung, der überspringt.

In relativ kurzer Zeit wird das Kommunkationsziel dieses DVD-Formats erreicht: Verkäufern die neue 1er Serie auf eine Weise didaktisch sinnvoll nahezubringen, um dem Kunden Rede und Antwort stehen zu können.
Hier zeigt BMW einmal mehr, wie mit einfachen Mitteln durch Aufnahmen am konkreten Objekt Trainingsprozesse optimiert werden können - und das sehr sympathisch „rüberkommt".

Platz 2 (Silber): (Interactive Media / E-Learning)

Die Jury hat den ITVA Award in Silber der Kategorie 5 an 3 völlig verschiedenartige Genres jeweils vergeben.

Titel: Web Based Training: Exclusive & Tequipment - Porsche Cayenne.
Auftraggeber: Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Einreicher / Produzent: Bassier, Bergmann & Kindler GmbH

Würdigung durch die Jury:

Viele reden über „Mobile Learning" – und das schon seit über 10 Jahren!

Nach Aufkommen der iPhone-Plattform kam es auch wieder zum „Raunen" in der E-Learning Community: jetzt müsste das Medium doch endlich so weit sein.

Doch richtig passiert ist dann im b2b-Bereich erst mal nichts (im Gegensatz zum Consumer-Markt, der ja bereits durch die Nintendo DS-Plattform, z.B. mit Kawashimas Gehirnjogging) reichlich vorgeglüht hatte.)
Endlich wagt sich ein Innovator der „old economy" aus der Deckung, und macht es --- glücklicherweise gleich richtig!

Bassier, Bergmann & Kindler kann, wie man es von dieser Spitzenagentur nicht anders gewöhnt ist, optisch vollkommen überzeugen.

Aber auch der Transfer auf das mobile Medium ist hervorragend gelungen. Der Cayenne wird wörtlich „greifbar", und kann in der Hosentasche mitgenommen werden, um das „Gelegenheits-Lernen" im Zug, Flieger oder einer sonstigen, kurzen Pause zu fördern.

Aber auch direkt im Verkaufsraum leistet dieses Web Based Training nicht nur einen guten Dienst als „Lernmedium", sondern kann auch die höchsten Weihen in Händen eines Kundenberaters erhalten: er lässt den Kunden mit aufs Display schauen!
Bravo, mehr davon bitte!

Platz 3 (Bronze): (IPTV)

Titel: BMW TV Berlinale
Auftraggeber: BMW Markenkommunikation
Einreicher / Produzent: Saint Elmo´s Entertainment

Würdigung durch die Jury:

Über verunglückte Podcast-Formate haben wir uns schon weiter oben im Text ausgelassen.

Doch BMW ist mit BMW TV ein gelungener Gegenakzent gegen diese Misere gelungen:

Spannend, spritzig, dynamisch und hochprofessionell wird in der eingereichten Folge von der Berlinale berichtet.

Nicht bieder, langweilig und unprofessionell, sondern genau so, wie BMW sein will: exklusiv, dynamisch und gewinnend.

BMW leistet mit diesem Format viel mehr, als nur Werbung in eigener Sache: BMW übernimmt im Stil mancher Fernsehformate hochwertigste Reportage-Tätigkeit.
Dass sich die Saint Elmo's Entertainment auf nichts anderes einlässt, war der Jury allerdings im voraus bereits klar. Weiter so!

Kategorie 7: Medieneinsatz bei Events, Veranstaltungen und Incentives

Platz 1 (Gold):

Titel: Ballzauber am Main
Auftraggeber: Tourismus + Congress GmbH Frankfurt
Einreicher / Produzent: Barbecue Mediendesign GmbH

Würdigung durch die Jury:
Wie schützt man unvergessliche Momente vor dem Vergessen?

Man banne es auf Zelluloid (bzw. seine Nachfolger) --- und das nicht irgendwie, sondern so, dass atemberaubende Events atemberaubend bleiben!

Der Barbecue Mediendesign ist das auf hervorragende Weise gelungen. Überzeugt hat uns einerseits das eingefangene Event selbst, aber auch die Aufzeichnung in ihrer Qualität und Gestaltung. Diese überzeugende Dokumentation bringt das Event direkt ins Haus - und hilft eines zu verhindern: das Vergessen.

Ausgezeichnete Arbeit der Event-Macher, und ebenso brilliant eingefangen.

Platz 1 (Sonderpreis Gold für ein Event):

Titel: 2011 Potsdam Stadt des Films
Auftraggeber: Projektbüro Potsdam 2011
Einreicher / Produzent: Projektbüro Potsdam 2011

Würdigung durch die Jury:
Wie feiert man als Filmstadt Nummer 1 in Deutschland das 100-jährige Jubiläum angemessen?

Lange! Am besten ein Jahr lang. 2. Mit vielen vielen Filmen! 3. Mit Filmvorführungen an Original-Schauplätzen- oder Drehplätzen! 4. Das ganze garniert mit begleitenden (Dauer-)Ausstellungen 5. Workshops, bis die kreativen Hirnwindungen zum Brodeln kommen! Dazu noch einige Gramm Glamour, aber vor allem auch den Schuss Zugänglichkeit zum Massenpublikum wahren.

Genau das ist dem Projektbüro Potsdam 2011 gelungen. Im Bann der Großstadt und den über hundert täglichen Veranstaltungen nicht unterzugehen - allein das verdient schon Respekt.

Aber letztlich nicht nur mit Kraft und Masse ein Massenpublikum anzulocken, sondern auch mit raffinierten Veranstaltungsformaten dem kreativen Medium Film gerecht zu werden, das ist dem Projektbüro und allen Mitwirkenden auf einzigartige Weise gelungen!

Besonders reizvoll erschien der Jury die Idee und Durchführung von Filmvorführungen an Original-Drehplätzen. Wir alle hoffen, dass die Ideen und Errungenschaften des „2011 Potsdam Stadt des Films“ noch lange über 2011 hinausragen, denn hier wurde neben dem ‚würdigen Feiern‘ des Jubiläums viel Neues an kreativen Ideen und Formaten für ähnliche Events geschaffen.

Glückwunsch zum 100-jährigen Geburtstag, und Glückwunsch zur würdigen, kreativen Feier!

Platz 2 (Silber):

Titel: Speed of Yellow for Rugby World Cup 2011
Auftraggeber: DHL
Einreicher / Produzent: Meavision Media GmbH

Würdigung durch die Jury:
Was zeichnet ein gute Logistik-Unternehmen aus? Schnelligkeit, hohe Präzision und Güte in den Ausführungen und v.a. ein perfektes Teamplay. Was zeichnet ein gutes Rugby-Team aus?

Na, ich nannte es doch soeben schon. Und doch kann die Analogie baden gehen, wenn sie schlecht umgesetzt ist.
Meavision hat dies aber auf grandiose Weise gelöst und das „Team“ des Auftraggebers gekonnt in Szene gestellt.

Kurz, knapp und mitreißend! Ein idealer Teaser für den Rugby World Coup 2011 in Australien, aber zugleich die Power auf die Mattscheibe gebracht, die der Auftraggeber für den Kunden auf die Straße bringt.

Tolle Aufnahmen, höchste, film-handwerkliche Güte: so macht Image-Bildung Spaß!

Platz 3 (Bronze):

Titel: Stratege des Jahres 2010
Auftraggeber: al Dente Entertainment GmbH
Einreicher / Produzent: Bain & Company

Würdigung durch die Jury:
Seit 2004 wird der Gewinner des Preises „Stratege des Jahres 2010“ ermittelt. Initiatoren des „Strategen des Jahres“ sind die Financial Times Deutschland, die private Hochschule WHU -- Otto Beisheim School of Management und die Top-Management-Beratung Bain & Company.

Doch wie kann man einen durch mathematisch- betriebswirtschaftliche Analysen zum Sieger führender Preis attraktiv dargestellt werden?

So, wie es al Dente Entertainment gemacht hat!
Spieltheorie ist ein Teilbereich der Strategie-Kunde.
Und das Spiel, das visuell am meisten hergibt und auch „Schach zu Pferde“ genannt wird, nämlich Polo, bietet hervorragende Analogien.

Teamplay steht im Vordergrund, manchmal auch nicht vorhersehbare Ereignisse, Täuschmanöver der anderen Teams.

al Dente setzt den Zuschauer aufs Spielfeld und aufs Pferd, und erklärt durch einen gelungenen Off-Sprechertext sowohl die Spiel-Strategien, als auch die Kriterien, nach denen der Preis „Stratege des Jahres“ die Bewerber analysiert.

Hervorragende Bilder, ausgezeichnete Postproduktion, Ton auf höchstem Niveau: so kann komplexe Materie ansprechend, informativ und image-bildend eingesetzt werden!

Kategorie 8: Non-commecial / Video Kunst

Platz 1 (Gold):

Titel: (Alle Titel sind gemeinsam ausgezeichnet worden)
Auftraggeber: Cinéma d´animation
Einreicher / Produzent: Gobelins - L´École de L´Image

Würdigung durch die Jury:
Die Jury hat es sich einfach gemacht, und kann dies auch gut begründen: Alle 5 eingereichten Filme der Gobelins - L´ École de L´Image haben uns auf ganz unterschiedliche Weise fasziniert und werden mit Gold ausgezeichnet!
Diese Kommunikations- und Filmschule gehört zu den etabliertesten und angesehensten in Frankreich und weit darüber hinaus.

Einen Beweis haben diese Einreichungen dieses Jahr geliefert: Mit verschiedenen Tricktechniken hat hier eine Studentengruppe Produktionen kreiert, die nicht nur technisch hervorragen, sondern v.a. durch humorvolle, sarkastische, beißende und intelligente Bildsprache und hochprofessionelle Stories überzeugen.

Kurz und prägnant bewiesen, wie viel klug gesetzte Bilder in Trickfilmanimationen um die i.d.R. eine Minute erreichen können.

Wir in der Jury haben nicht nur herzlich gelacht, sondern waren fasziniert vom Ideenreichtum und der perfekten Umsetzung. Beste Glückwünsche an alle Absolventen dieser Gruppe und die Hochschule, und wir hoffen, von Ihnen noch mehr auf die Displays zu bekommen!

Platz 2 (Silber):

Titel: sixtsense - Stefanie Sixt
Auftraggeber: -
Einreicher / Produzent: sixtsense - Stefanie Sixt

Würdigung durch die Jury:
Wer kennt das nicht: ein lauter Pfeifton schallt durch die Halle, es hat eine Audio-Rückkopplung gegeben.
Doch dieses Phänomen gibt es auch im Video-Bereich und erzeugt letztlich faszinierende Muster, Farben und Dynamik, was den minimalen Abweichungen der Aufnahme-Wiedergabe-Technologie geschuldet ist.

Dies ist nur ein Video-Effekt von vielen, den sich Stefanie Sixt zu nutze macht.

Einerseits mischt sie verschiedenste Effekte und Bilder live vor dem Publikum an Eingabegeräten zusammen und wird durch Großbildprojektion fürs Publikum sichtbar, andererseits stellt sie sich als Person bei einigen Nummern mit ins Bild und erzielt durch gekonntes Spiel mit Schatten und Farben ein atemberaubendes Erlebnis für die Zuschauer. Videokunst auf ganz andere Weise --- sehr empfehlenswert und auf höchstem Niveau!

Platz 3 (Bronze):

Titel: Chapeau Claque „DAS“
Auftraggeber: Antonia Maria Schmidt, Bandleader Chapeau Claque
Einreicher / Produzent:Filmstyler Pictures GmbH

Würdigung durch die Jury:
Nichts hat die Videokultur so geprägt wie MTV-Style Videos mit mindestens 100 Schnitten / Minute, die allein dadurch getragen waren, wenig Haut, Gewalt und „Sex & Drugs“ anzureißen, oft auch unpassend zur eigentlichen Musik.

Dies würde zur Gruppe Chapeau Claque überhaupt nicht passen - und es hat sich vielmehr mit Filmstyler Pictures ein Producer gefunden, der es versteht, die Stimmung des Lieds „DAS“ perfekt einzufangen.

Selten haben wir für (noch) nicht ganz so bekannte Musikgruppen ein so behutsam gemeiseltes, stimmungs-volles Video gesehen. Bitte mehr davon!

Kategorie 9: Design in Motion / Postproduktion

Platz 1 (Gold)

Titel: Debeka Philisophie
Auftraggeber: Debeka Gruppe
Einreicher / Produzent: Frische Brise Film GmbH

Würdigung durch die Jury:
„Philosophie“ --- das klingt nach schwerer Kost...
„Debeka“ - das klingt ebenso nach komplexer Produktsparte mit ramponiertem Image.

Hier muss eine „Frische Brise“ her --- und genau das ist Debeka als Auftraggeber erfolgreich gelungen, indem sie ihr Projekt in die Hände der Frische Brise Film GmbH gelegt haben.

Eine cartoon-artige Animation ist dabei herausgekommen, die nie den Fehler begeht, unseriös zu werden, auf der anderen Seite aber nicht den Mittel des Cartoon-Styles missbraucht, sondern tatsächlich unterhaltsam und stilecht das Konzept durchzieht.

Die Reduktion auf 2 große Unternehmensziele reicht völlig - und durch ein durchdeklinieren dieser auf einem fremden, lustigen Planeten, aber immer in Bezug zu unserer Realität gesetzt, ist ein unterhaltsames, humorvolles, und zugleich informatives und überzeugendes Image-Marketing-Werkzeug entstanden.

Der Name des Auftragnehmers ist Programm, und der Auftraggeber Debeka hat Mut bewiesen, neue Wege zu gehen. Bravissimo!

Platz 2 (Silber)

Titel: Marketing Partner Imagefilm
Auftraggeber: Marketing Partner GmbH
Einreicher / Produzent: 3deluxe motion

Würdigung durch die Jury:
Marketing ist in einer globalisierten Welt noch mehrdimensionaler als früher.

Die Darstellung einer solchen Dienstleistung erfordert einerseits die Fähigkeit, ein mehrdimensionales Imagefilm-Konzept und Drehbuch zu erstellen, andererseits aber auch die Mittel und Fähigkeiten, Darstellungsformen zu finden und durchzuführen.

Dem Kollektiv 3deluxe motion ist das hervorragend gelungen! Hier wurden nicht nur mal ein paar 3D- Stockimages zusammengeschoben, sondern konsequent Details dessen, was kommuniziert werden soll, auf technisch höchstem Niveau durchkonstruiert und realisiert.

Platz 3 (Bronze)

Titel: Hugo Boss - Dress Me For The Final
Auftraggeber: Hugo Boss
Einreicher/Produzent: Schokolade Filmproduktion GmbH

Würdigung durch die Jury:
Wer kennt das nicht: was passt zu mir? Welches Accessoire passt zu welchem Anzug? Warum kann es nicht endlich einen „Kleider-Konfigurator“ geben, wie man sich ja schon längst ein Auto zusammenstellen kann?

Genau das hat nun die Schokolade Film Produktion für Hugo Boss gekonnt umgesetzt.

Endlich nicht nur das banale „Körperteile austauschen“-Spiel, sondern einen Avatar, also virtuellen Vertreter, ankleiden.

Das macht Spaß, weil es einfach zu bedienen und medial auf höchster Qualitätsstufe stattfindet.

Kategorie 10: Internationale Einreichungen

Platz 1 (Gold):

Titel: Former Esplanade Hotel
Auftraggeber: -
Einreicher / Produzent: Carolina Scalice

Würdigung durch die Jury:
Was für ein Juwel hat uns als Jury da erreicht!
Eine gekonnte Low-Budget Produktion, die einen ehemals so berühmten Hotel-Saal darstellt, und den Tanzkapellen-Dirigenten, der vor Jahrzehnten das letzte Mal vor Musikern stand.
Liebevoll und unglaublich authentisch Hat Carolina Scalice ein Denkmal für den Raum und den ehemaligen Protagonisten, den Dirigenten, geschaffen. Die filmischen Mittel passen zu allem: der Zeit, an die erinnert wird, den Saal, die Atmosphäre, die dort wohl in den Zeiten der Blüte geherrscht hat: Wir als Jury waren begeistert und hoffen, mehr von der Dokumentations-Künstlerin zu erfahren und zu sehen zu bekommen!

Kategorie 11: P.O.S. (Point of Sale)

Platz 3 (Gold)

Titel:GARDENA Unkrautstecher
Auftraggeber: GARDENA GmbH
Einreicher / Produzent: LAKRITZ.Film GmbH

Würdigung durch die Jury:
Eine der härtesten Disziplinen im Wirtschafts-Film sind P.O.S.-Videoproduktionen.

Wie kann man am Punkt des Verkaufs, im Laden, das Blatt zu Gunsten des eigenen Produkts wenden?

Diese Kunst hat LAKRITZ-Film für Gardena bewiesen: Witz, Tempo und eine klare Botschaft, die da ist: Mit Gardena schafft man den Kampf gegen das Unkraut schnell, effizient und mit Spaß.

So kurz und prägnant haben wir das selten gesehen. Große Leistung! Denn genau das, dass es so einfach aussieht, was über das Display flimmert, ist die hohe Kunst: die Aufmerksamkeit eines gestressten, eiligen Einkäufers zu gewinnen. Und das wird diese Produktion, wie ja auch die Resonanz auf Youtube eindrücklich beweist!

Platz 2 (Silber)

Titel:Smart Solutions for Tomorrow´s Railways
Auftraggeber: Balfoor Beatty Rail Deutschland
Einreicher / Produzent: Koenigsfilm

Würdigung durch die Jury:
Zuerst hatten wir uns Gedanken gemacht, warum diese Produktion auf die Kategorie P.O.S. eingereicht wurde. Doch bildlich betrachtet wird Spitzentechnologie für Zugleitsysteme- und Bau nicht in einem Laden oder netten Ausstellungsraum verkauft, sondern auf großen Industrie-Fachmessen. Und genau das geschieht auf grandiose Weise mit dieser Produktion.

Das komplexe Produkt des Auftraggebers Balfoor wird begreifbar gemacht und die Herangehensweisen des Konzerns begeistern.

Die Zielgruppe der Entscheider für diese Produkte und Dienstleistungen ist unserem Urteil nach ideal bedient worden.

Platz 3 (Bronze)

Titel:Signeo - Plug & Spray
Auftraggeber: J.W. Ortendorf
Einreicher / Produzent: al Dente Entertainment GmbH

Würdigung durch die Jury:
Mit Witz, Tempo und einer kleinen Story hat al Dente wiederum ein Produkt beworben, das genau diese Darstellung benötigt.

Alles wurde richtig gemacht: Bildsprache und Mini-Handlung paaren sich mit technisch perfekter Realisation.

Kategorie 12: Stereo3D

Platz 1 (Gold)

Titel:Innovationsperspektive 2010
Auftraggeber: Bayer AG - Martin Spingys
Einreicher / Produzent: Blue Note Productions Film & TV GmbH
(Diese Produktion wurde bereits in Kategorie 5 gewürdigt)

Platz 2 (Silber)

Titel: FACES, Gesicher einer Stadt
Auftraggeber: tip Verlag Berlin
Einreicher / Produzent: Creative Game Filmproduktion

Würdigung durch die Jury:

Das Medium 3D Stereoskopie ist neu für uns alle.

Und doch beherrscht die Creative Game Filmproduktion dieses Genre bereits erstaunlich perfekt!

Hier wurde ein kreatives Zeichen gesetzt in einer ansonsten v.a. technisch hochgerüsteten Render-Schlacht.

Lob an Storyboard gleichermaßen wie die Technik!

Platz 3 (Bronze)

Titel: Dimensionen der Forschung
Auftraggeber: Fraunhofer-Gesellschaft München
Einreicher / Produzent: KUK Filmproduktion Gmbh

Würdigung durch die Jury:
In hervorragender Qualität und kreativem Einsatz des neuen Mediums wird Forschung erlebbar gemacht.

Die KUK hat hier ein Zeichen gesetzt und wirklich neue Dimensionen der Forschung in neuen Dimensionen der Darstellung plastisch gemacht.

Bitte mehr davon!

(rm)

CLOUD-Services mit Autodesk

Autodesk, weltweit führender Anbieter von 3D-Design-, Planungs- und Entertainmentsoftware, startet Autodesk Cloud – eine Sammlung webbasierter Funktionen, Produkte und Services.

Autodesk Cloud erweitert die Desktop-Möglichkeiten von Kunden um mehr Mobilität, neue Ansichts- und Datenaustausch-Funktionen sowie um mehr Rechnerleistung. Einige Cloud-Anwendungen stehen allen Autodesk-Kunden zur Verfügung, damit sie ihre Ideen besser entwerfen, visualisieren und simulieren können. Subscription-Kunden erhalten zusätzlich Zugang zu Cloudbasierten, hoch-performanten Funktionen für Rendering, Entwurfsoptimierung und erweiterte Zusammenarbeit.

Autodesk Subscription stellt 3GB Online-Speicher pro Subscription-Lizenz bereit, um von überall und zu jeder Zeit Zugriff auf Pläne und Dokumente zu gewährleisten. Die neuen Cloudbasierten Dienste können Subscription-Kunden entweder aus ihren Autodesk Desktop-Anwendungen heraus oder über das Subscription Center einsetzen.

„Seit über einem Jahrzehnt nutzt Autodesk die Leistungsfähigkeit der Cloud, um die Funktionalitäten unserer Konstruktionslösungen zu erweitern. Wir helfen damit unseren Kunden, effektiver zu arbeiten," sagt Amar Hanspal, Senior Vice President bei Autodesk. „Die Autodesk Cloud zeigt ein weiteres Mal, dass wir unser Ziel, Kunden bei der Lösung ihrer Herausforderungen bestmöglich zu unterstützen, sehr ernst nehmen."

Autodesk leistete bereits Pionierarbeit bei Cloud-Anwendungen für die Konstruktions- und Planungsindustrie. Vor gut zehn Jahren startete Autodesk Buzzsaw – eine Collaboration-Plattform für Architekten und Ingenieure.

Heute stehen Kunden über ein Duzend Cloudbasierte Anwendungen als Teil der Autodesk Cloud zur Verfügung. Autodesk Cloud bietet eine leistungsfähige Grundlage, die alle Autodesk-Kunden dazu befähigt, die Cloud zu nutzen, um auf ihre Arbeit jederzeit und von überall zuzugreifen, Zeichnungen und andere Dokumente über Webbrowser oder mobile Geräte anzuschauen und mit anderen Anwendern zu teilen, auch wenn diese keine Autodesk Software einsetzen. Cloud Anwendungen wie Autodesk Cloud Documents, AutoCAD WS und Autodesk Design Review Mobile App bieten Anwendern die Freiheit, ihre Pläne von überall und zu jeder beliebigen Zeit zu betrachten, zu editieren und auszutauschen. AutoCAD WS und Autodesk Design Review Mobile App sind ab sofort im iOS App Store erhältlich.

Zusätzliche Cloud Services, die exklusiv Autodesk Subscription-Kunden zugänglich sind, geben Ingenieuren, Architekten, Planern und Digital Artists ausgereifte, neue Funktionali-täten für 3D Kommunikationsdesign, Simulation und Zusammenarbeit an die Hand, die bislang nur Unternehmen mit teuren, High-End Supercomputern und Serverfarmen zur Verfügung standen.

Neben dem Zugang zu den neuen Autodesk Cloud Services bietet Autodesk Subscription immer die aktuellsten Softwareversionen sowie technischen Online-Support und flexible Lizenzierungsmodelle. Subscription Kunden können die neuen cloudbasierten Dienste entweder aus ihren Autodesk Desktop-Anwendungen heraus nutzen oder über das Subscription Center darauf zugreifen.

Verfügbarkeit
Autodesk Cloud Services stehen ab sofort weltweit in mehreren Sprachen, auch in Deutsch, zur Verfügung. Einige Autodesk Cloud Angebote gibt es für alle Autodesk-Anwender, dazu gehören Autodesk Cloud Services und Autodesk Design Review Mobile App. Andere Dienste sind ausschließlich Autodesk Subscription-Kunden zugänglich.

Für weitere Informationen wenden sich Anwender an ihren lokalen Händler oder erfahren mehr unter: www.autodesk.com/cloud

„Wir sind sehr glücklich mit OTOY zu arbeiten und dabei auf die hohe Competenz in Bereich Rendering, Caputure sowie Compressionstechniken zurückgreifen zu können“ sagte Brian Mathews, Vize Präsident der Autodesk Labs. „Unser Investment markiert den nächsten wichtigen Schritt bei Autodesk´s Führungsanspruch in Bereich Rendering, Cloudcomputing und Compessionstechniken für anspruchsvolle Bedürfnisse in verschiedenen Branchen“

Neben den Cloud-Lösungen bietet Autodesk eine hohe Innovations-geschwindigkeit bei allen Produkten im Bereich Film und Mediendesign Autodesk® Flame® 2012 und Autodesk® Flame® Premium 2012 bieten innovative Werkzeuge für visuelle Effekte, u. a. leistungsstarke neue Verfahren, um ultrarealistische Beleuchtung direkt im 3D-Toolset nutzen zu können, sowie ein umfassendes Set an Effekt-Funktionen für die Endbearbeitung von 3D-Stereoskopieprojekten.

Flame Premium vereint die besten Finishing-Tools von

Cloud Rendering von OTOY & Autodesk

OTOY und Autodesk entwickeln die nächste Gerneation von Cloud Rendering Plattformen OTOY’s Academy Award®-winning technology wird die Art wie Filme und Computerspiele entwickelt werden revolutionieren.

LOS ANGELES, 20. Otokber 2011 - OTOY Inc. hat eine Partnerschaft mit Autodesk angekündigt, um die nächste Generation von Tools für Film, 3D Design und Computerspielentwicklung anzubieten.

Autodesk hat in OTOY‘s Technik investiert, um die Entwicklung zu beschleunigen und OTOY‘s Technik Stück für Stück in das Autodesk Portfolio von Software und Servies zu integrieren .

Autodesk mit Echtzeit-Farbkorrektur, einem vollständig integrierten Timeline-Workflow und den leistungsstarken Flame-Werkzeugen für visuelle 3D-Effekte zu einer Komplettlösung. Flame Premium ist das ultimative Toolset von Autodesk für die Endbearbeitung.

Weitere Informationen unter: www.autodesk.de

CRM von Tecart - eine filmreife (Software-)Leistung

Organisation und Ergebnis im Einklang! Filmprojekte einfach koordinieren mit der passenden Software.

Dass sich CRM- bzw. Kundenbeziehungsmanagement-Systeme nicht nur für Firmen und Dienstleister aus der ITK-Branche (Informations- und Telekommunikationstechnologie) eignen, stellt die TecArt Group anschaulich unter Beweis. Der deutsche Hersteller für browserbasierte Software kann auf eine Vielzahl interessanter Referenzen aus den unterschiedlichsten Bereichen verweisen. Zu einer davon zählt auch das Filmfestival cellu l'art.

Das Jenaer Kurzfilmfestival cellu l'art nutzt das TecArt-CRM Mobile als kostengünstige Cloud-Lösung zur Miete, d. h. die Daten werden bei TecArt Group gehostet und der Zugriff auf das System erfolgt ganz einfach über einen Internetbrowser. Somit entsteht die Möglichkeit über alle Ziel- und Akteursgruppen hinweg, eine transparente Organisation und Koordination zu schaffen. Das Zusammenspiel, von gemeinsamer Kommunikation, Dokumentenbearbeitung, Terminmanagement, Aufgaben- und Projektverwaltung, erweist sich als großer Vorteil bei der Planung diverser Filmprojekte.

Die Koordination von zahlreicher Vereinsmitglieder sowie Helfern verschiedener Standorte oder Kameraleuten und Regieassistenten im weltweiten Einsatz ist kein Problem mehr. Angefangen bei der Integration von Werbekundendaten und Netzwerkmitgliedern bis hin zur Datenverarbeitung der eingesandten Filme erfolgen alle Abläufe im Vorfeld bis zur Nachbereitung in nur einem System.

Am direkten Beispiel der cellu l'art Kurzfilm-Crew stieg durch den professionellen Einsatz der CRM-Software die Transparenz und Effizienz in den organisatorischen Abläufen erheblich. Aufgrund der eingesparten Arbeitszeit von ca. 30% besteht nun für andere wichtige Leistungen mehr Raum.

TecArt® - CRM

Angesichts dieser Nutzen stellen CRM-Systeme auch für die audiovisuelle Kommunikationsbranche eine interessante Chance dar. **Im Rahmen der TecArt-IT-VA Partnerschaft bekommen alle Mitglieder des ITVA Fachverbandes als Bonus einen 10%igen Preisnachlass.**

Weiterführende Informationen gibt es auf dem Produktportal: www.clever-crm.de

Unternehmenskontakt:
TecArt Group - TecArt GmbH,
Fischmarkt 5, 99084 Erfurt
Tel.: +49-361-302624-0, E-Mail: info@tecart.de

Stephanie Arnold
Redakteurin,
Marketing TecArt

Video-Produktion im Digitalzeitalter

Der Paukenschlag war unüberhörbar und hallt noch heute nach. Als Canon im Jahr 2008 die Vollformatkamera EOS 5D Mark II mit Full-HD-Videofunktion vorstellte, kam dies einer Revolution gleich und stellte den gesamten Camcorder-Markt auf den Kopf. Und nun revolutionieren Canon und RED im Kampf um die Marktanteile des Platzhirschs ARRI auch die Welt der High-End-Filmproduktionen.

Walter Amos Müller
Gast-Autor,
Online-Redakteur mit Schwerpunkt E-Learning & Marketing

Für Händler und Konsumenten kam die Meldung des BITKOM-Verbands überraschend: „Die Deutschen kaufen sich alle sechs Jahre einen neuen Fernseher“, war im Sommer 2011 zu hören. Full HD und Digitalfernsehen mögen ihren Beitrag dazu geleistet haben, dass neue Flachbild-Generationen zügig vom Verbraucher angenommen werden. Mit dem HD-Sendestart der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erledigte sich für Produzenten und Videofirmen die Frage, ob sie in SD oder HD drehen würden. Und während die IFA 2011 nach außen hin das Thema Smart-TV und Heimvernetzung pushte, rumorte es hinter den Kulissen schon um die nächsten Fragen, die sich Produktionsfirmen heute stellen müssen:

Produziere ich in 2D oder 3D? Drehe ich in Full HD oder lieber schon in 4k?

Die EOS 5D Mark II hat 2008 die Film- und Camcorder-Branche kalt erwischt. Nicht wenige legten sich die Spiegelreflexkamera zu, um bei der Sichtung des Videomaterials festzustellen, dass der 21-Zoll-Monitor gar nicht die Auflösung hat, um Full-HD-Filme unskaliert darzustellen. Die Preise für Displays und TV-Geräte mit Full-HD-Auflösung fielen in der Zeit danach so schnell, dass heute selbst YouTube & Vimeo Videos mit 1.080p-Auflösung streamen. Die EOS 7D wurde zum Shootingstar der Low-Budget-Produktionen, kostet Sie in der Anschaffung kaum mehr als einst eine halbe Stunde Filmrolle gekostet hatte. Kein Wunder, dass findige Tüftler sogar Adapter für PL-Mount-Objektive entwickelten (z.B. hier erhältlich: www.mbf.de), um „alte“ Objektive weiternutzen zu können.

Bye-bye, Bajonett-Monopole!

Apropos „alte“ Objektive: Während die Fortentwicklung der Digital-Technologie mit immer besseren Sensoren, schnelleren Prozessoren und größeren Speichermedien nur konsequent erscheint, passiert die eigentliche Revolution bei der Abkehr vom klassischen „Bajonett-Denken“. Ein Hersteller, ein Bajonett. Wechselfreude ausgeschlossen. Das ist Geschichte. Vielleicht waren es die hochpreisigen Objektive, die die Kunden vor einer RED-Kamera abschreckten, vielleicht waren es auch die vielen CNC-Fräßmaschinen die zu Beginn der Wirtschaftskrise freie Kapazitäten hatten, um Film- und Fotoadapter zu fräßen. Ein geringes Auflagenmaß vorausgesetzt, lassen sich unzählige Optiken an die Video-fähigen Digitalkameras adaptieren. Teilweise ging der Tausch des Bajonetts zwar mit dem Verlust der Herstellergarantie einher, doch das Ergebnis mit beispielsweise dem legendären 150-600-Milli-

Anzeige

Imagefilme, Training und Bildung,
Events, Webdesign, Dokus,
Fernsehen

tsm video GmbH & Co. KG
Im Bäckerfeld 6/1
69120 Heidelberg

Tel.: 06221/400557
mobil: 0171/9050548
info@tsm-video.de

tsm video
Medienproduktion
und Lernprogramme

4k-Filmkamera:
Die RED ONE revolutionierte als erste günstige Cinema-Kamera den High-End-Markt.

meter-Tele entschädigte mit seinen atemberaubenden Ergebnissen alle Mühen. RED revolutionierte mit der RED One die Filmproduktion. Doch neben der Kamera änderten sich auch die Arbeitsabläufe von Grund auf. Davon weiß beispielsweise der bekannte Naturfotograf und Filmer, Dietmar Nill, ein Lied zu singen. Er war eine der ersten Privatpersonen in Deutschland, die eine RED One „zugeteilt" bekamen, um dann mit festzustellen, dass weder Laufwerksmodul oder der CF-Karten-Schacht im Lieferumfang der Kamera waren.

Rohdaten: geschliffen ein Juwel.

Mit dem proprietärem Rohdatenformat der RED-Kameras hat selbst ein aktueller Mac Pro keine Chance. Für den Cutter bedeutet dies unweigerlich, sich auch die RED-Rocket-Grafikkarte für stolze 4.750 US-Dollar kaufen zu müssen, während die „BREAKOUT BOX" für schnäppchenverdächtige 1.200 Dollar den Besitzer wechselt. Zuzüglich Zoll und Mehrwertsteuer natürlich. Trotzdem, wer die Vorzüge der digitalen Über-Kameras einmal genossen hat, wird nicht mehr darauf verzichten. Sei es wegen der überragenden Bildqualität oder der Möglichkeit, mit „Beschnitt" drehen zu können. Ob „Contagion", der „Hobbit" oder „Green Zone", vielzählige Cinema-Produktionen sind bereits mit RED-Kameras gedreht worden, jeden Monat kommen neue hinzu.

The next little big thing:
RED EPIC 14-MP/120 fps digitale Filmkamera

Alltagstauglichkeit bewiesen: Fledermaus-Dokumentation von Dietmar Nill

Dietmar Nills Filmprojekt über Fledermäuse stellte besondere Ansprüche an die Kamera: In Höhlen, bei Dämmerung und in dunkler Nacht musste er die Tiere filmen ohne sie durch massives Licht-Aufgebot in ihrem Verhalten zu stören. Dass er dabei bis an die Grenzen der Kamera und bisweilen auch an die eigenen ging, ist nicht schwer vorzustellen, sind die Fledermäuse doch wahre Luft-Akrobaten. Doch neben vergleichsweise gutem Rauschverhalten war es die Bildrate von bis zu 120 fps bei der RED One und bis zu 300 fps bei der Red EPIC, die es Dietmar Nill angetan hat. Für Flugszenen nutzte er gar eine MotionPro Y-5 Diablo mit bis zu 1.000 Aufnahmen pro Sekunde in Full-HD-Auflösung. Während andere ihre Filmausrüstung einpacken, wenn das Licht verschwindet, ist das Motto des schwäbischen Naturfilmers: „Warte bis es dunkel wird!" – Die gleichnamige Dokumentation (Regie: Volker Arzt) ist am Freitag, 18. November 2011 um 19.30 Uhr auf arte zu sehen. Die Wiederholung läuft am 25.11.2011 um 14:00 Uhr.

RED legt vor, Canon zieht nach oder umgekehrt

Canon präsentierte im November 2011 die EOS-1D X. Mit 18,1 Megapixel-Vollformatsensor und bis zu 14 Bilder pro Sekunde (bei hochgeklapptem Spiegel) scheint die Kamera für Videoproduzenten nicht so viel aufregender zu sein, als eine EOS 5D Mk II. Doch allein die ISO-Empfindlichkeit, die sich auf einen sagenhaften Wert von bis zu 204.800 steigern lässt, macht eines deutlich: Es ist nichts mehr, wie es einmal war.

Canon Film-Flagschiff
EOS 300C

Die reine Datenmenge der 14 Bilder pro Sekunde lässt erahnen, welches Potenzial in den Digic-5+- und -DV-Prozessoren steckt und der Schritt zu 4k nur noch eine Frage von Monaten ist. Die Ankündigung des Canon Cinema EOS Systems war schon fast keine Überraschung mehr und dennoch ist bemerkenswert, wie Canon neue Wege geht.

Canons Profi-Camcorder wahlweise mit PL-Mount oder EF-Bajonett

Es ist eigentlich erstaunlich, dass es so lange gebraucht hat, bis jemand auf die Idee kam, den Kamera-Markt über zwei Strategien zu erschließen – über gute Kameras und über ein gutes Kamerasystem, waren doch bisher die Systeme immer jeweils ein Universum für sich. Die kompakten Systemkameras wie Sonys NEX-Serie, Panasonics Lumix-G-Serie und die PEN-Kameras von Olympus machen es gerade vor: Kaum eine Gruppe unter den Foto-Enthusiasten ist derzeit so aktiv wie die Nutzer von Systemkameras und passenden Adaptern. Ob alte Leica-Objektive, brillante Nikon- oder Canon-Optiken, all jene, die sich bei der Einführung der elektronischen Objektivanschlüssen von den Herstellern betrogen gefühlt haben, freuen sich jetzt darüber, dass sie den Fuhrpark an großartigen, alten Objektiven wieder nutzen können. Und über die Kamera und den passenden Adapter kommen sie zu einer Marke und einem Kamerasystem, dem Sie lange treu bleiben können. Canon nutzt diese Strategie, um dem Wunsch der Kunden gerecht zu werden, brachliegendes Kapital wieder nutzen zu können, indem die EOS C300/C300 PL wahlweise mit PL-Mount oder EF-Bajonett geordert werden kann. Und sobald sich der Kunde an den Canon-Camcorder gewöhnt hat, stehen ihm natürlich auch eine ganze Reihe neuer Cinema-Objektive und die EOS-EF-Palette zur Verfügung. Zwar sind die Profi-Camcorder „nur“ mit Full HD ausgestattet, doch sie versprechen ein sensationelles Rauschverhalten in schwierigen Lichtsituationen. Und was Canon im Großen bei den Objektivanschlüssen vormacht, setzt der japanische Hersteller auch im Detail fort: Der Einsatz des Industriestandards MXF (Material eXchange Format) für Video- und Audio-Aufzeichnung vereinfacht die Arbeit in nicht-linearen Bearbeitungssystemen.

Canon Film-Flagschiff mit 4k
EOS C-Serie SLR (angekündigt)

Neue Einsatzgebiete für neue Technik

Für viele Werbe- und Dokumentarfilmer, die die Frage nach einer höherauflösenden Kamera stellen, dürfte es schwierig werden eine wirklich treffende Antwort zu finden. Kino-Charme und die legendäre Qualität müssen gegen eingespielte Arbeitsabläufe von Sonys XDCAM, Panasonics AVCCAMS und Co. abgewogen werden.

Und während die einen noch überlegen, setzen die RED-Freaks mit 3D auf der EPIC zum nächsten Paukenschlag an und Technik-Freaks wie die Jungs von q4systems verwandeln die EPIC mit einem 12-fach-Helikopter zur ultramobilen Flightcam.

Leistungen, die es in sich haben:

Wer oder was ist der ITVA?

Der Name steht für Integrated TV & Video Association. Der deutsche Verband besteht seit 1983. Die Mitglieder kommen aus allen Bereichen, die AV in der Kommunikation einsetzen: zum Beispiel Unternehmen, Institutionen, AV-Produzenten, Lieferanten, Dienstleister. Ferner zählen wir zu unseren Mitgliedern: Berater, Autoren, Regisseure, Kameraleute, Tontechniker, Cutter, Multimediaspezialisten, E-Learning-Fachleute, Dozenten, Medienwissenschaftler und Fachverbände.

Was will der ITVA?
Der ITVA fördert den Einsatz audiovisueller Medien in Kommunikationsprozessen in Wirtschaft und Institution sowie in qualitativer und quantitativer Hinsicht. Seine wichtigste Aufgabe sieht der Verband darin, seinen Mitgliedern vielfältige Chancen zum persönlichen und beruflichen Erfahrungsaustausch, zur Information und Weiterbildung auf nationaler und internationaler Ebene anzubieten.

ITVA nur etwas für Filmindustrie?
Der ITVA ist keineswegs nur für die Filmbranche ein wertvolles Dach!

Das **Integrated** im Namen deutet bereits darauf hin, dass es auch um ganz andere Medienformate als klassische (Werbe-)filmproduktion. Denn integriert finden wir Video mittlerweile in fast allen Interaktiven Medien vor. Man denke nur an hochwertige E-Learning-Programme, aber auch an „filmreife“ Animationen und 3D-Engines in der Spielebranche.

Um dem auch noch mehr Rechnung zu tragen haben wir den Vorstand paritätisch mit 2 „Interactive“-Spezialisten, und 2 ausgewiesenen Filmspezialisten besetzt. Wobei wir immer mehr auch hier feststellen: Es wächst zusammen, was zusammengehört.

Regionaltreffs
Man trifft sich - meist bei Mitgliedsunternehmen, diskutiert, tauscht Erfahrungen aus, begutachtet Innovationen. Die Themenpalette reicht vom generellen Einsatz audiovisueller Medien bis hin zu Einzelfragen inhaltlicher, didaktischer oder technischer Art. Und immer bleibt genügend Zeit zum informellen Gespräch mit Kollegen.

Konferenzen
Neben den zentralen Veranstaltungen des ITVA Deutschland zu aktuellen Themen unterstützt durch Referate und Workshops - an deren Auswahl die Mitglieder aktiv beteiligt sind, funktioniert Knowhow Transfer auch international. Ein Highlight ist die jährliche internationale Konferenz.

www.itva.eu - das Verbandsorgan des ITVA
Die ITVA-Mitglieder erhalten die Verbandsnachrichten per E-Mail über den ITVA-Newsletter und erfahren Neues aus der Branche. Die Internetpräsenz www.itva.eu steht den ITVA-Mitgliedern auch für eigene Veröffentlichungen kostenlos zur Verfügung.

ITVA Award
Jedes Jahr findet der ITVA-Award schon seit 20 Jahren statt. ITVA-Mitglieder sparen bares Geld, denn für sie gelten stark ermäßigte Gebühren. Das ITVA Festival prämiert die besten und innovativsten audiovisuellen Lösungen aus den Bereichen Marketing, interne und externe Kommunikation, Verkaufsförderung, Marketing, Lernprogramme, Internaktive-Produktionen, IPTV Projekte, 3D-Design in Motion, Hochschularbeiten u.a.

ITVA Präsenz auf Messen und Ausstellungen
Mit eigenem Messestand ist der ITVA z.B. auf der CeBit, der IFA Berlin, photokina und anderen internationalen Branchenmessen präsent und beliebter meeting-point unserer Mitglieder.

ITVA – das heißt: Kontakte in alle Welt
Sie suchen ein Drehteam in Toronto, eine Kameraausrüstung in Wellington, ein Studio in London eine Tonausrüstung in Johannesburg, Präsentationstechnik für eine Veranstaltung in Tokio oder Sie wollen gar eine Satelliten in den USA anmieten? Vielleicht wollen Sie aber auch nur mit internationalen Kollegen eine ganz spezielle Frage des Medieneinsatzes abklären? Kein Problem – Der ITVA bietet immer eine Lösung und antwortet auf Ihre Fragen – weltweit.

Kommunikation und Erfahrungstausch
Als ITVA-Mitglied haben Sie Kontakte zu Berufskollegen aus allen relevanten Bereichen des AV-Geschehens, national und international.

Überzeugt? Dann blättern Sie um und füllen den Aufnahmeantrag aus und senden ihn per Post oder via E-Mail an mitglieder@itva.eu

... nach dem Award ist vor dem Award:

JUBILÄUM 2012:
Der 20. ITVA Award wird vergeben!

Die Gründung der ITVA e.V., der Sektion Deutschland des internationalen Dachverbands, war 1983 ein Meilenstein, da im neu gegründeten ITVA sowohl Anbieter von Technologie, als auch künstlerische und technische Dienstleister eine gemeinsame Plattform gewonnen haben. Ein für die Branche bedeutendes Ereignis wird die Verleihung des 20. ITVA-Awards im Jahre 2012.

Wir haben unsere Planungen jetzt bereits begonnen!

Wie an anderer Stelle bereits angemerkt werden wir zunächst die Kategorien überarbeiten, um den Querschnitts-Innovationen (Interactive, E-Learning, Mobile, 3D etc.) besser gerecht zu werden. Außerdem werden wir einen Stundentenpreis vergeben, der dann eine kostenfreie, 3-jährige Mitgliedschaft beim ITVA als Preis hat. Ferner werden wir die ITVA Award Gala ausbauen.

Es ist in Planung, dies mit einer Technologie-Ausstellung in der Metropolishalle: „20 Jahre Wirtschaftsfilm Technik und Konzepte“ und einem 3 tägigen Forum für Macher, Newcomer und Interessenten zu verbinden.

Das Jubiläum ist auch eine gute Gelegenheit für alle Mitglieder Ihre Passion und Anliegen in der Branche zu dokumentieren, wozu wir Sie herzlich einladen möchten.

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme und Engagement!

Wir zählen auch 2012 auf Sie!

Wir vom Vorstand wünschen Ihnen ein erfolgreiches, spannendes Jahr 2012 in der Kreativ-Branche. Bis im November in Potsdam-Babelsberg.

Unter: www.itva.eu/itva_award.html finden Sie alle Informationen zum 20. Jubiläumsaward, die Präsenzmöglichkeiten und Anmeldeunterlagen online.

Anzeige

ITVA – Integrated TV & Video Association e.V.

Drygalski-Allee 118/App.1216
81477 München

info@itva.eu | www.itva.eu
Tel: +49-89-8560.999-3

Antrag auf ITVA Mitgliedschaft

Titel
Vorname
Name
Funktion
Firma/Institution
Straße
PLZ/Ort
Telefon
E-Mail
Web

Folgende Themen interessieren mich/uns besonders:

__ ITVA-Award Einreichungen
__ Präsenz auf Messen und Ausstellungen
__ Onlinepräsenz, E-Mailmarketing, Social-Media
__ Vergünstigungen, Bennefits
__ Networking, Branchenkontakte
__ Internationale Kontakte
__ Beratung zum Branchen-Themen

Ich/wir möchte(n) unter nachstehend angekreuztem Mitgliedsstatus dem ITVA - Integrated TV & Video Association e.V. beitreten

Einzelmitglieder

__ Studenten, Auszubildende € 50,-
__ Anwender und Anbieter von Dienstleistungen € 100,-

Fördermitglieder

__ Studios, Produzenten, Software-Lieferanten € 400,-
__ Hardware-Hersteller, Lieferanten, Handel, Internationale Unternehmen € 1.500,-

Preise sind Jahresbeitrag. Bei Beitritt ab dem 6. Monat des Jahres gibt es 40% Ermäßigung auf die erste Jahresgebühr.

Aufnahmeantrag ausfüllen und ab mit der Post oder per **E-Mail** an mitglieder@itva.eu

Datum
Unterschrift

Bankverbindung:
Deutsche Bank | BLZ 500 700 24 | Konto-Nr. 048 0202

ITVA-Kalender 2012

ab 14.02.2012

(Keine Gewähr auf Vollständigkeit!)

Datum / Zeit	Ort	Name	ITVA-Beteiligung geplant? Kontakt
14.-18.02.2012	Hannover Messezentrum	didacta Bildungsmesse	nur Besuch (r.mueller@itva.eu)
29.02.2012 - 01.03.2012	Köln-Messe Zentrum Nord	3. Business Forum Imaging Cologne präsentiert von Photokina http://www.bfi-photokina.de/de/bfi/home/index.php	
06.-10.03.2012	Hannover Messezentrum	CEBIT. www.cebit.de	ITVA selbst und verschiedene Mitglieder! Möglichkeiten auf Gemeinschaftsstand auszustellen! Kontakt: r.mueller@itva.eu
07.03.2012, ab 16:00 Uhr	Hannover Messezentrum, Planet MID der Hochschule Hannover, Expo Plaza 4	Themen-Nachmittag „Dynamic Enterprise Communication 2020“ Vernetztes Bewegt-Bild als Motor für Unternehmenskommunikation mit Podiumsdiskussion. Veranstalter: ITVA, Hochschule Hannover (Prof. Martin Traub) und CTVA	ITVA ist Mit-Veranstalter. Bitte beachten Sie den Veranstaltungshinweis in diesem Heft (Seiten 35 - 36)
07.03.2012, ab 13:30 Uhr	Hannover Messezentrum, Planet MID der Hochschule Hannover, Expo Plaza 4	öffentliche ITVA Mitgliederversammlung. Jeder Interessierte kann teilnehmen!	Um vorherige Anmeldung wird gebeten: Kontakt: m.ditsch@itva.eu
15.03. - 18.03.2012	Leipzig	Leipziger Buchmesse	Bei Interesse bitte bei r.mueller@itva.eu melden
21.03.-23.03.2012	Frankfurt	Prolight + Sound 2012 http://www.prolight-sound.com	Mitglieder planen Auftritt. Bei Interesse bitte melden bei r.mueller@itva.eu
23.03.-22.03.2012	München Messegelände	Dialogmesse b2d BUSINESS TO DIALOG www.dialogmesse.de	Bei Interesse bitte melden!
14.04. - 15.04.2012	Köln Messe	Role Play Convetion www.rpc-germany.de/	
23.04.-27.04.2012	Hannover, Messe	Hannover-Messe www.hannovermesse.de	

Datum / Zeit	Ort	Name	ITVA-Beteiligung geplant? Kontakt
03.05.-06.05.2012	München, Messe	HIGH END (Audio und Video-Fachmesse) www.highendsociety.de	
23.05.-26.05.2012	Berlin, Messe	Linux-Tag	mehrere Mitglieder! Bitte Kontakt bei Interesse: r.mueller@itva.eu
18.06.-20.06.2012	Köln, Messe	Medienforum.NRW www.medienforum.nrw.de	bitte falls Interesse an Ausstellung oder Teilnahme an r.mueller@itva.eu wenden
15.08.-19.08.2012	Köln, Messe	Gamescom, Messe für Interaktive Spiele und Unterhaltung www.gamescom.de/de/gamescom/home/index.php	mehrere Mitglieder planen Ausstellung / Teilnahme. Kontakt bitte über r.mueller@itva.eu
31.08.-05.09.2012	Berlin, Messe	Internationale Funkausstellung (IFA)	Bitte bei Interesse rechtzeitig zur Organisaton melden. der ITVA plant hier einen Gemeinschaftsstand. Melden bitte bei r.mueller@itva.eu
18.09.-23.09.2012	Köln, Messe	Photokina	Bitte rechtzeitig bei Interesse melden für Gemeinschaftsstand Kontakt bitte über r.mueller@itva.eu
25.09.-27.09.2012	Köln, Messe	Zukunft Personal Messe + HRM Expo http://www.zukunft-personal.de/content/	einige Mitglieder sind regelmäßig als Aussteller aktiv. Kontakt: r.mueller@itva.eu
30.09.2012		Einreichungsfrist für den ITVA-Award 2012	Die Award-Ausschreibung finden Sie ab 15.3.2012 auf www.itva.eu
09.10.-10.10.2012	München, Messe	Communication World Dieses Jahr: Schwerpunkt Mobility www.communication-world.com	
23.10.-27.10.2012	Köln, Messe	Orgatec Messe für Moderne Arbeitswelten www.orgatec.de	
23.10.-25.10.2012	Stuttgart, Messe	IT & Business http://www.messe-stuttgart.de/it-business	Ausstellung geplant! Bitte bei Interesse melden.
16.11.	Potsdam, Filmpark Babelsberg	20. ITVA Award Gala	Termin ist noch nicht 100%-ig sicher, +/-1 Woche, wir halten Sie auf www.itva.eu auf dem Laufenden

Hochschule Hannover
University of Applied Sciences and Arts

„Dynamic Enterprise Communication 2020“

Vernetztes Bewegt-Bild als Motor für Unternehmenskommunikation

Eine Veranstaltung der Hochschule Hannover zur CeBIT 2012
Mitveranstalter: CTVA, Corporate Television Association e.V.
ITVA Integrated TV & Video Association e.V.

Moderation:
Achim Beißwenger, Stv. Vorsitzender der CTVA

Mittwoch, 07. März 2012 | 16.00 – 20.00 Uhr
Planet MID der Hochschule Hannover, Expo Plaza 4

16.00 Uhr
Thesen zu morgen

Dynamic Broadcast - neue Potentiale für die Unternehmenskommunikation
Prof. Dr.-Ing. Ulrich Reimers (TU Braunschweig)

Future Applications and Media
Dr. Ing. Stefan Arbanowski
(Fraunhofer FOKUS Berlin, Kompetenzzentrum FAME)

16.45 Uhr
Aktuelle Antworten

Was Bewegtbild heute in der Unternehmenskommunikation leistet
u.a. Christoph Liedtke
(Vice President Global Media Relations Global Communications SAP AG)

17.45 Uhr
Best practice & Innovation

Vernetztes Bewegtbild – globale Vermarktung
Marc Thoms (features and creatures GmbH)

Social Enterprise Communication
Dr. Tobias Abthoff (Vorstand R&D, NorCom AG)

Prof. Dr. Alyosh Agarwal
Media und Communication Management, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK)

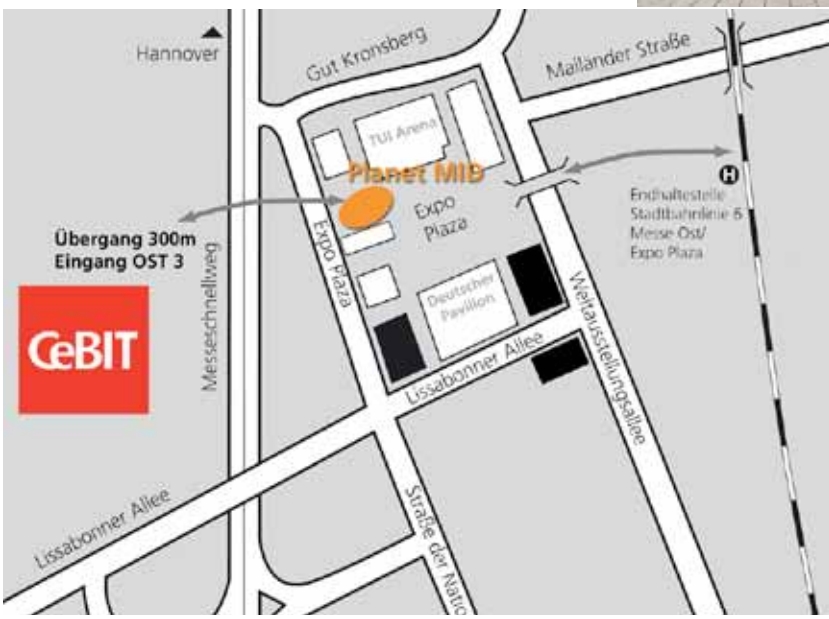
18.30 Uhr
Podiumsdiskussion

Innovation in der Unternehmenskommunikation
Moderation: Matthias Ditsch (Präsident ITVA)

Ab ca. 19.00 Uhr „Come together“

Dynamic Enterprise Communication 2020 bietet einem ausgewählten Besucherkreis parallel zur „CeBIT 2012“ Trendinformationen zum Thema „Bewegtbild in der Unternehmenskommunikation“.
Hauptzielgruppe sind die Kommunikationsmanager namhafter Unternehmen. Als Mitveranstalter laden die ITVA - Integrated TV & Video Association e.V. und die Corporate TV Association e.V Mitglieder und deren Kunden zur Veranstaltung ein.

Nach der Veranstaltung ist Raum für Gespräche im Forum des Planet MID gegeben.



Im „planet m“, dem Pavillon der Bertelsmann AG zur Expo2000 wurde seinerzeit die Geschichte und Zukunft der Medien visualisiert.
Seit Mitte 2011 wird der Planet durch die Fakultät für Medien, Information und Design der Hochschule Hannover genutzt. Das ehemalige Kino konnte vollständig erhalten werden und bietet einen Veranstaltungsort mit besonderer Atmosphäre.

Die Lage unmittelbar am Übergang zum Eingang OST 3 der Hannover Messe macht Planet MID zu einem attraktiven Ort für die geplante CeBIT-Begleit-Veranstaltung.

ITVA - Integrated TV & Video Association e.V.

CTVA - Corporate TV Association e.V.

Als Sponsor haben wir die NorCom AG gewinnen können, die Forschungspartner der Hochschule Hannover ist und unsere IK-Ausstattung großzügig mit einem Media-Asset-Management-System gefördert hat.

Wegen begrenzter Teilnehmerzahl bitten wir um Anmeldung unter:
http://planet-mid.fh-hannover.de/

Ansprechpartner
Prof. Martin Traub
Film und Fernsehen, Corporate Media

Hochschule Hannover
Fakultät III
Medien, Information und Design
Planet MID, Expo Plaza 4
30539 Hannover

Tel. 0511- 9296-2723
planetmid@fh-hannover.de

didaktech.

"If you think education is expensive,
try ignorance."
Derek Bok
President Harvard University
1971-1991, 2006-2007

> E-Learning

Das globale Kompetenznetzwerk für
+ Simulation Based Training
+ Serious Games
Wissensplattformen
Online-Coaching

didaktech versteht sich als eine flexible "Creative Service Cloud", die sich Ihren Problemstellungen anpasst, indem Technologien, aber v.a. auch Spezialisten-Teams für alle Branchen, Medienarten und Lernszenarien individuell zusammenstellt.
Unsere Schwerpunkte:
- (Open Source) LernManagementSysteme (LMS)
- Online-Akademien konzipieren und betreiben
- multimediale Lernsoftware-Produktion
- Konzeption und Produktion von Simulatoren
- Konzeption und Realisation von Serious Games
- Aufbau von Knowledge Management Systemen
- Online-Redaktion
- E-Learning als Marketing-Instrument

Comenius EduMedia Siegel 2007

ITVA MITGLIED

Ihr E-Learning-Partner
didaktech e.K. | Roman Müller
Ulrichstraße 12 | 71672 Marbach
Tel: (07144) 883904
e-mail: info@didaktech.de
www.didaktech.de

ITVA
AWARD 2011
GOLD

URKUNDE
19. ITVA-AWARD 2011
BRONZE

ALLES AUF EINEN KLICK

MEHR FEATURES. MEHR VERGNÜGEN.

Neue iMacs, Mac minis, MacBooks, iPods, die Magic Mouse und das Apple-Highlight – das iPad 2 – all diese Produkte finden Sie bei uns. Cyberport bietet ein umfangreiches und immer aktuelles Sortiment an Apple-Hardware und Apple-Zubehör-Produkten zu attraktiven Preisen. Schauen Sie vorbei und überzeugen Sie sich selbst unter www.cyberport.de/apple-shop.

QR-Code für Ihr Smartphone

Cyberport: Gefällt mir!
www.cyberport.de/facebook

Stiftung Warentest test GUT (2,4) Im Test: 10 Onlineshops Ausgabe 12/2009

TÜV

www.cyberport.de

0351 / 33 95 60

Berlin • Dresden
Leipzig • Wien

cyberport

EVENTS, INCENTIVES & ACTION

FILMPARK Babelsberg
SPECIAL EVENTS

Location Award 2011
1. Platz
Kategorie
Special-Themenlocations

Wo berühmte Schauspieler und Regisseure arbeiten, dürfen Sie feiern. Erleben Sie den Mythos von 100 Jahren Medienstadt! Keine andere Special Event-Location bietet Ihnen so perfekte Rahmenbedingungen am Rande Berlins.

- Tagung, Präsentation, Messe, Gala, TV- & Showproduktion
- einzigarige Film-Incentives & Teambuildings für 10-650 Personen

Made in Babelsberg!

Viel Raum für Ihre Events

Multifunktionale Locations im Filmdesign, von der kleinen Firmenfeier bis zu 5.000 Personen

Making Movies

Erleben Sie einen kompletten Drehtag zusammen mit den Profis vom Film und produzieren Sie Ihren Blockbuster für das Heimkino!

WerbeSpot...an!

Erlernen Sie die Basics des Filmemachens. Drehset, Kamera und Requisiten sind bereit für Ihre Werbebotschaft. Im Team drehen Sie selbst Ihren eigenen Werbeclip.

Stunttraining

Bei uns gewinnen Sie unter fachmännischer Anleitung der Stuntcrew Babelsberg Einblicke in die Welt der Stuntmen.

Infos & weitere Programme unter ww.filmpark-events.de

Filmpark Babelsberg GmbH Special Events & Catering Tel. 03 31/721 27 10 specialevents@filmpark.de