



**26. Corporate Media – Die Ehrung der Europäischen Meisterklasse im neuen Format  
Leidenschaften schaffen – Ideen, Missverständnisse, Optionen von Kultur- und Medientechniken  
Master of Communication Europe an Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland**

**Bad Boll/Waiblingen.** „Leidenschaften schaffen“ war 2014 Leit- und Startthema des 2. Jahrhundertquartals von Corporate Media. Corporate Media als Cluster von „Purpose Information“ wurde 1976 als Grundlagenarbeit des neuen Medienzeitalters elektronischer Medien geboren und Ende der 80er Jahre begrifflich. Als Gattungsbegriff plagiatisiert und zunehmend substanzenfremdet bestimmt es heute die weltweite Wirtschaftskommunikation und die Cluster Science und Public Media. Jahrhundertalte Mediengroßcluster und millionen Arbeitsplätze erleben seit Jahren Liquidationen. Die Substitutionsfolgen in Wirtschaft, Lehre und Gesellschaft lassen Hypes und weltweite Krisen beschleunigen. Die Änderung welt- und kommunikationspolitischer Aufstellungen sind keineswegs angekommen. Das beweisen fehlende oder falsche Antworten auch kleinerer Wirtschaftscluster. Die Messe- und Tagungswirtschaft zählt dazu..

Spannend sind hier die tagesaktuellen Beobachtungen. Elektronische mobile Distributionsformen audiovisueller Medien und Daten bestimmen und verändern Kulturtechniken, Kommunikationsstandards und Persönlichkeiten. Die Beherrschung des Feuerwerks von Inszenierungen nimmt zu, die Nachhaltigkeit der Wahrnehmung nimmt ab. Dem gegenüber stehen Ideen authentizitätsschaffender virtueller Inszenierungen mit noch größeren Identifikationsnähen durch gespeicherte Apperzeptionsmuster. Die Fähigkeit, das Udenkbare zu denken und dies individuell zu visualisieren und erlebbar zu machen, was nur im eigenen Kopf stattfindet, ist unter ersten Adressen ein Denkziel. Helfen kann und soll hier die neuere Games-Didaktik.

Das erstmalige Format „MasterDinner & Trends“, moderiert von Angela Fröncke, konzentrierte sich zwischen den leckeren Menüängen auf überschaubare und wünschenswerte Innovationen. Was früher als „Medienverbund“ durchging, findet sich heute in einem Konzept vernetzter medialer Realitäten, reflektiert von der Münchener RE’Flekt GmbH anhand (auto-)mobiler Kommunikationsqualifizierungen. Dazu führte Dirk Schart in Augmented Reality ein. Wie Social Media auch medial und inhaltlich eine „Social“-Komponente darstellen kann, zeigte Petra Stange von der Deutschen Bank an dem Projekt „Familie Gassenhauer“, das von Tino Pauli Mediendesign realisiert wurde. Dass und wie persönliche Daten in einem sozialen Netzwerk fair, einfach und selbstbestimmt persönliche Daten bleiben, bewies der Vorstandsvorsitzende der Wishdrum AG, Hans Bauer, aus St. Gallen. wishdrum.com statt facebook kann die europäische Kulturantwort auf „Social-Media-Groups“ sein. Wie neue Einbettungen der medialen Design-Kultur in beispielhaften Medienlösungen heute möglich sind, demonstrierte Dr. Ruth Rosenberger von der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn. Das großartige Gesamtprojekt „Lebendiges Museum Online“ – abrufbar unter [www.hdg.de/lemo](http://www.hdg.de/lemo) - behandelt die Stationen der Bundesrepublik Deutschland. Nach zahlreichen Masterauszeichnungen in den letzten fünf Jahren wurde der HDG- Präsident Prof. Dr. Hans-Walter Hütter für die herausragende Medienarbeit des Hauses der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland in diesem Jahr mit dem „Master of Communication Europe“ geehrt. In der Ausstellung und Präsentation der Allnet Deutschland GmbH zeigte Dipl. Ing. Rolf-Dieter Klein (MultiMedia Studio, München) seine umfassende Bausteinentwicklung „Elektronik pur“. Die Bausteine sind als technische Lehrmittel von „Einzelbaukästen“ bis zu universitären Versuchsaufbauten zu verstehen und weltweit zu benutzen. Der Titel „Brick ,R’ Knowledge“. Einfachste bis hochkomplexe Geräte, Messgeräte und Schaltungen können damit konfiguriert werden. Wieder dabei: Ein neues Konzept der DSW21 Dortmunder Stadtwerke zur Identitätsstärkung einer ganzen Stadt. Bei den filmischen Beiträgen bestachen besonders „Schweizer Salinen“ (Bestes Konzept/Drehbuch, Seed AV-Communication), „Im Leben“ (Beste Regie, facts and fiction) und „E-Handwerk“ (Beste Kameraführung, Naumann Film). Die „beste mediengestützte Markenstrategie“ unterstützte „Bosch Tassima Joy“ (Picture Elements Filmproduktion). Weitere Angaben und Bilder werden unter [www.corporate-media-masteraward.com](http://www.corporate-media-masteraward.com) abrufbar gemacht.

Medienreport informiert – Frei ab 07.12.2014

member of the european  
**masterclass**



## MasterMonitoring der Jury 2014

Social Media und Corporate Media haben ein nicht immer harmonisches Verhältnis. Die Juroren sahen neue Ansätze mit besserer Qualität und der, in der Wirtschaftskommunikation, unerlässlichen Sensibilität bei Datenverarbeitung und Datensicherheit. Die Zukunft wird zeigen ob europäische und insbesondere deutschsprachige Kultur-Erwartungen greifen. Der YouTube-Clip ist als „kostenloses“ Distributionsmedium noch gefragter geworden. Die Abrufentwicklung und Wahrnehmung wird stimuliert durch Professionalität, Nutzen, Prägnanz, Spaß- oder Informationsfaktor, ergänzende werbliche Abrufverweise: Nachteile: Ungenaue unplanbare Adressaten, Abrufzeit, keine bis ungenaue oder sehr teure Wirkungskontrolle, Untergehen in der Menge. Zur Bewertung gemeldete Beiträge finden sich zunehmend in diesem Distributionsmedium und natürlich in Internetauftritten der Auftraggeber.

Mediengestützte Kommunikationslösungen bei Corporate Media sind verstärkt in crossmediale Strategien eingebunden. Zu dem in der Kommunikation geprägten Begriff von der „DNA des Unternehmens“ ist festzustellen: Auftraggeber und finale AV-Produktion sprechen nicht immer die gleiche Sprache. Auf dem Gebiet von Public Media drücken sich nachhaltige Ausrichtung und professionellere Ansätze und Umsetzungen positiv aus. Elemente von neuerer Medienpädagogik finden sich seit Jahren in der stetig entwickelnden lebendigen Museumskultur des Hauses der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Erstmals nach langer Zeit wurde wieder ein zukunftsweisendes Angebot mit modernster Technikimplementation für Lehre, Experiment und Forschung zur Bewertung gemeldet. Der Baustein- und Systemgedanke ist ein interessanter Ansatz auch für andere Entwicklungen.

## Die Kontextualisierung der Filme nimmt zu

Heute scheint Corporate Media-Film als Clip auf den Video-Plattformen, Websites und in Netzwerken seine Auferstehung zu feiern. Dabei rückt die Einbettung in eine crossmediale Kommunikationsstrategie zunehmend in den Mittelpunkt. Corporate Filme als kommunikative Insellösung hingegen spielen eine geringere Rolle.

## Filme gewinnen an Klarheit

2014 wurde eine erstaunliche Entdeckung gemacht: die „Weißästhetik“ ist auf dem Vormarsch. Auffallend viele Filme wurden in einer „weißen Hohlkehle“ gedreht. Der „Weiß-Look“ ist der Trend des Jahres. Er steht für Transparenz und Klarheit, aber auch für Simplizität. Die Filme wirken durchgehend aufgeräumt und weniger überladen als früher. Der Focus liegt ganz auf dem gezeigten Produkt. Wie bei gutem Design, das sich ganz der reduzierten Form verschreiben hat, reüssieren die besten Lösungen mit einer Formensprachen, in der alles Überflüssige weggelassen wird. Keine Schnörkel, die ablenken – nur reine Aussage.

## Wir feiern das Ende des „Industrie-Porns“

Heute sucht man plumpe Verkaufsfilme, die sich der billigen Anpreisung von Produkten, Lösungen oder Informationszielen bedienen, vergeblich. Der sogenannte „Industrie Porn“, also alle jene billig gemachten Machwerke ohne Inspiration, Sinn und Verstand, die an die Videoboom der 80er Jahre erinnern, scheint von der Bildfläche verschwunden zu sein. Gott sei Dank, möchte man hinzufügen.

## Begeisterung sorgt für Bindung

Ohne den Faktor Begeisterung können die Filme nicht so viel Kraft entfalten. Es reicht nicht aus, dass Filme gefallen finden. Filme müssen begeistern! Begeisterung zog sich wie ein roter Faden durch nahezu sämtliche Einreichungen.

## Das Narrativ hat Konjunktur

Eine andere erfreuliche Entwicklung: es werden wieder Geschichten erzählt. Waren in früheren Jahren die Corporate Filme meist eine Ansammlung einseitiger Schönfärbereien, so finden sich heute auffällig viele Filme mit einer Handlung wieder. Zum Teil werden ganze „Unternehmensgeschichten“ erzählt. Die Unternehmen haben hier dazugelernt.

**The finest European Masterclass - Die Master-Preisträger**  
**26. Corporate Media 2014 – 7.12.2014**  
**MasterDinner & Trends im Seminaris-Resort Bad Boll**

member of the european

**masterclass**



<b>"MASTER OF EXCELLENCE" für filmische Programme</b>				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
2001	DVD	Bucherer - Craftsmanship	Seed Audio-Visual Communication AG	Bucherer AG
7001	DVD	E-Handwerk: Mehr Energie fürs Leben	Naumann Film GmbH	ArGe Medien im ZVEH GbR
8001	DVD	Schweizer Salinen - Gipfelstürmer	Seed Audio-Visual Communication AG	Schweizer Salinen

<b>"MASTER OF EXCELLENCE" für medien- und eContentgestützte Kommunikationskonzepte</b>				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
K001	Konzept	LeMO – Lebendiges Museum Online, das Online-Portal zur deutschen Geschichte	Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutsch- land	Stiftung Haus der Geschichte der Bundes- republik Deutschland
K002	Konzept	Augmented Reality als visuelles und Kontext-bezogenes Tool für Medien, Marketing und Kommunikation	RE'FLEKT GmbH	RE'FLEKT GmbH
K003	Konzept	wishdrum	wishdrum ag	wishdrum ag

<b>"MASTER OF EXCELLENCE" für Tools, Systeme oder Hardwarelösungen</b>				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
T001	Tool	Brick „R“ Knowledge	Allnet Deutschland GmbH	Allnet Deutschland GmbH

<b>"Award of Master " für medien- und eContentgestützte Kommunikationskonzepte</b>				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
K005	Konzept	Einführung „Unternehmensgruppe“ durch Bewegtbild	DSW21	DSW21

<b>"AWARD OF MASTER" für filmische Programme</b>				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
1001	DVD	Tracoe – quality by people for people	Tempomedia Filmproduktion GmbH	Tracoe Medical GmbH
1002	DVD	HbbTV Kampagne "Auf ROT geht's Los!"	ProSiebenSat.1 Digital GmbH	ProSiebenSat.1 Digital GmbH
1003	DVD	Bosch Tassimo JOY. Die Großzügige!	PictureElements Filmproduktion Mediendesign GmbH	Robert Bosch Hausgeräte GmbH
2002	DVD	Expo 2017 Promotional Video	facts and fiction GmbH	National Company Kasachstan
2003	DVD	Die Salzexperten kurz erklärt	Seed Audio-Visual Communication AG	Schweizer Salinen
2004	DVD	Ins Leben/ <a href="http://vimeo.com/95123610">http://vimeo.com/95123610</a>	facts and fiction GmbH	Rheinflanke gGmbH Köln
2005	DVD	apobank	Naumann Film GmbH	Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG
2006	DVD	Ostermann	Naumann Film GmbH	Rudolf Ostermann GmbH
6001	DVD	Auch ein Weihnachtsmann braucht Abwechslung	DOMAR Film GmbH	Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung
6002	DVD	Auch Feen haben Wünsche	DOMAR Film GmbH	Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung

**The finest European Masterclass - Die Master-Preisträger**  
**26. Corporate Media 2014 – 7.12.2014**  
**MasterDinner & Trends im Seminaris-Resort Bad Boll**

member of the european

**masterclass**



„Auszeichnungen für Master-Bestleistungen“	Auszeichnung an	Schirmherren
<b>Master of Communication Europe 2014:</b>	Stiftung Haus der Geschichte	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Public Information-Lösung:</b> Auch ein Weihnachtsmann braucht Abwechslung	DOMAR Film GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Bestes mediengestützt. Kommunikationskonzept:</b> LeMo – Lebendiges Museum Online	Stiftung Haus der Geschichte	EMC European Masterclass Community*

„Auszeichnungen für Master-Bestleistungen“	Auszeichnung an	Schirmherren
<b>Bestes Konzept/Drehbuch:</b> Schweizer Salinen – Gipfelstürmer	Felix Courvoisier, Daniel Leuthold, Bernie Forster	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Regie:</b> Ins Leben/http://vimeo.com/95123610	Seed Audio-Visual Communication Philipp Dorendorf, facts and fiction GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Bildgestaltung:</b> Bucherer - Craftsmanship	Seed Audio-Visual Communication AG	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Kameraführung:</b> E-Handwerk: Mehr Energie fürs Leben	Klaus Naumann, Naumann Film GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Bester Schnitt:</b> apoBank	Naumann Film GmbH	EMC European Masterclass Community*

\*FAC Fördergemeinschaft Audiovisual Communication

„Jury- und Sonder-Auszeichnungen für herausragende Leistungen“		
<b>Beste Social Media Plattform mit verantwortungsbewußtem Datenschutz:</b> wishdrum	wishdrum ag	Jury/EMC European Masterclass Com.*
<b>Beste mediengestützte Markenstrategie:</b> Bosch Tassimo JOY. Die Großzügige!	PictureElements Filmproduktion Mediendesign GmbH	Bundesverband Deutscher Film- und AV-Produzenten e.V.
<b>Beispielhafte Augmented Reality in industriellem und wirtschaftlichem Umfeld:</b> Augmented Reality	RE'FLEKT GmbH	Jury/EMC European Masterclass Com.*
<b>Beispielhafte sensible Bildsprache:</b> Ins Leben	facts and fiction GmbH	Jury/EMC European Masterclass Com.*
<b>Herausragende Social Plattform-Lösung:</b> Familie Gassenhauer	Petra Stange, Deutsche Bank Prävention Projekt Familie Gassenhauer, Tino Pauli Mediendesign	Jury/EMC European Masterclass Com.*

"Auszeichnung für hohen Standard" für filmische Programme			
Nr.	Titel	Einreicher	Auftraggeber
1004	Draenert Imagefilm	Tino Pauli Mediendesign	Draenert Möbelmanufaktur
1005	ProgressSoft	Naumann Film	ProgressSoft
1006	ProjectS	Naumann Film	ProjectS

"Auszeichnung für hohen Standard" für medien- und eContentgestützte Kommunikationskonzepte				
Nr.	Titel	Einreicher	Auftraggeber	
K004	Konzept	Familie Gassenhauer	Tino Pauli Mediendesign	Tino Pauli Mediendesign, Prävention Projekt Familie Gassenhauer

**IFPA-Award der UIPRE Union Internationale de la Presse Electronique (Medienethik):**  
**Generalstaatsanwalt und Staatsanwaltschaft Stuttgart, stellvertretend Dr. Alexandra Neidhard**  
 Informationen siehe Einladung 2013

Mehr Informationen: [www.corporate-media-masteraward.com](http://www.corporate-media-masteraward.com).