



24. Corporate Media am 7. Dezember 2012 – Europäische Meisterklasse in Stuttgart geehrt

- **Master of Communication Europe 2012 für Master-Leistungen an DSW21 Dortmund**
- **Highlights in Charme, HD und 3D sowie Markenstrategie a la INFINITI und Vettel Edition**
- **UIPRE Union Internationale de la Presse Electronique vergibt IFPA-Award 2012 gegen medienethische Verstöße und öffentliche Täuschung an iepa-Verein, Habsburg-Basel**

Stuttgart/Waiblingen. Vor einem Kreis erster Adressen aus Wirtschaft und Medienwirtschaft hat in diesem Jahr in Stuttgart-Ostfildern die MasterGallery und die Preisverleihung der 24. Corporate Media – The European Masterclass stattgefunden. Wie die europäische Leitplattform des Media-Controllings kommunikationswissenschaftlich begründete, ist der Aufsprung auf neue Schlagworte und Entwicklungen ebenso wenig geeignet, wie das Festhalten an alten und neuen traditionellen Elementen. Wer weiß, dass verständliche mediengestützte Kommunikationsprozesse alle Wahrnehmungs-, Entscheidungs- und Geschäftsprozesse gestalten, investiert in Kultur, Strategie und Handwerk. Die Inflation von Corporate Media-Wettbewerben macht selten deutlich, wie sehr und welche Kompetenz gefragt ist. Purpose Information, Medienkultur und Medienethik sind eine gemeinsame Seite der Medaille. Am Rande war zu erfahren, das Corporate Media für 2013 mit namhaften Interessenten über einen neuen Standort und etwa rotem Teppich spricht.

Wie meisterliche mediengestützte Kommunikationsprozesse entstehen, ist ständig neuen strategischen, handwerklichen und kulturellen Hinterfragungen und Lernprozessen zu verdanken. Klarheit, Authentizität, Nachvollziehbarkeit und Verständlichkeit sind ebenso Grundlage, wie die angemessene Vergütung von Kompetenz und der helfenden Kommunikationsleistung in Kommunikations- und Lernprozessen mit Wirkungszielen. Corporate Media 2012 hat wieder deutliche Unterschiede und Mentalitäten in der Leichtigkeit oder der überzogenen Ernsthaftigkeit des audiovisuellen Seins erlebt. Einen überdurchschnittlichen Charme scheinen einige wenige Schweizer Profis weiter mit Kunden einer souveränen Mentalität vertreten zu können. Englische Krassheit ist nicht unbedingt ein Gegenspieler von deutscher Gründlichkeit. Und mediale Kommunikationsklischees fliegen allesamt durch – und kommen trotzdem viel zu oft vor. Film und Bild ist schon lange kein Medium der Eitelkeit mehr. Wie auch in der neuesten Auflage „Unternehmensfilme drehen – Business Movies im digitalen Zeitalter“ des Corporate Media-Juroren Wolfgang Lanzenberger nachzulesen. Lanzenberger und Prof. Dr. Michael Müller, Hochschule der Medien Stuttgart, haben nicht nur die Fortsetzung des neuen Standardwerkes verfasst, sie kümmern sich zunehmend auch um Fragen von „Social Mania“ und Medienethik. Vergleichbar tätig ist der neue Corporate Media-Juror Harald Grubele, der für seine Initiative „medi scout e.V.“ ausgezeichnet wurde. Nach über 4.500 individuellen Qualitätsanalysen von medialen oder medial gestützten Kommunikationsprozessen beginnt Kommunikationswirkung stets mit Kommunikationskompetenz. Corporate Media skizzierte zu Beginn seiner 25jährigen Prüfungs-Tätigkeit: „Virtuelle "soziale Netzwerke" sind so soziale Netzwerke wie virtuelle Schwangere reale Mütter werden.“ Für Kommunikationswirkung bleibt das Medium egal. Wer die Wirkungsoption einzelner Medien kennt, kann wirksame Kommunikationsleistung erzielen. Kultur und glaubwürdige Umgangsformen bleiben zwingender Bestandteil. Deshalb hat Corporate Media seinem langjährigen Veranstaltungsmitträger, der Union Internationale de la Presse Electronique die Vergabe der ersten hochrangigen medienethischen Auszeichnung ermöglicht. Der IFPA-Award 2012 wurde vom Vizepräsidenten Mark Aigner trotz umfangreicher Drohungen und Behinderungen an den iepa-Verein Habsburg-Basel u.a. für seine abenteuerlichen international wirkenden Täuschungen und Urheberrechtsverletzungen vergeben. Wolfgang Jo Huschert, Präsident des Bundesverbandes Deutscher Film- und AV-Produzenten, Kenner zahlreicher europäischer Wettbewerbe und Mitträger von Corporate Media, würdigte die Leistungen, die sich nur bei Corporate Media in dieser Form konzentrieren. Zur Jubiläumsveranstaltung 25, Corporate Media 2013 können ab Frühjahr 2013 online Beiträge und Medienlösungen gemeldet werden. Leitmotiv von Corporate Media für 2013 ist: **Kommunikationswirkung braucht Medienkompetenz – Medienkompetenz macht Kommunikationswirkung.** Unternehmen der Wirtschaft und Medienwirtschaft sowie Kommunen und Ministerien können zu objektivierte Sonderprüfungen in einem individuellen Sonderbewertungsverfahren komplexe und investitionsintensive mediengestützte Kommunikationskonzepte prüfen lassen.

- **Beste gesamtmediale Lösung im Cluster Corporate Media: INFINITI FX Sebastian Vettel Edition, 21TORR Interactive GmbH, Reutlingen**
- **Beste Medien-Lösung im Cluster Public Media: Cruiser und Bella – Ab durch die Mitte“, Seed Audio-Visual Communication AG, Zürich**
- **Beste Medien-Lösung im Cluster Science Media: Cell to Cell communication – Inflammatory Reactions, interActive Systems GmbH, Berlin**
- **Bestes Medienkonzept 2012: „Dortmund tanzt (3D/HD) – DSW21 und ZOOM Entertainment, Köln, Schirmherr szenaris GmbH, Bremen**

2012 ist ein Jahr der Konsolidierung: Viele Entwicklungen, die sich in den letzten Jahren abzeichneten, haben sich zu recht stabilen und allgemein akzeptierten Ausdrucksformen verfestigt. Ob das der Trend zu mehr Authentizität und Glaubwürdigkeit ist, die Tendenz zu mehr Bescheidenheit in der Aussage oder die Produktionsweise auf DSLR-Technik: „New School“ scheint nun endgültig auch bei den Corporate Lösungen angekommen zu sein. Ungeahnte Chancen haben sich durch den Prozess der Digitalisierung eröffnet, mit zunehmender Vernetzung und Möglichkeiten der Interaktion. Noch nie konnte Corporate Media eine so große „Vielfalt an Formen und Formaten“ bei immer noch wachsenden Distributionsmöglichkeiten verzeichnen. Gleichzeitig wird das Distributionsfeld immer unübersichtlicher. Die Botschaften werden heute über mehrere Kanälen gestreut; was nicht nur strategischen Weitblick, sondern vor allem auch Professionalität in der Umsetzung verlangt. Denn je nach dem auf welchem Verbreitungsmedium Daten, Bilder und Filme dargeboten werden, entfalten sie auch eine andere Wirkungskraft.

Jurorin Kirsten Schumacher hat im MasterMonitoring 2012 folgende Trends und Eckpunkte herausgearbeitet:

- Gleichbleibend hohes Niveau der Lösungen
- Keine gravierenden Ausschläge nach oben, aber auch keine nach unten
- Filme werden „YouTubiger“
- Fragen der Kultur gewinnen an Bedeutung - Mehr „arte“ und weniger „Privatfernsehen“
- Die Zielgruppenansprache ist differenzierter
- Näher dran am Zuschauer
- Die Rückkehr des Facebookmenschen zu Menschen
- Der Siegeszug von Apps
- Transmediales Storytelling wird kommen
- Die Distributionsformen ändern sich - Gefordert – eine Digitalisierungsstrategie
- Beeindruckende Wege bei Stadtmarketing / Public Information
- 3D sucht und stärkt seinen Platz bei Corporate Media
- ‚Mobile‘ Plattformen werden selbstverständlich
- Finale Ausspielung auf HD ist normal / 2k-3k-4k sind noch nicht bei Corporate Media angekommen
- Abnahme nonlinearer Lösungen - im Trend seit 2 - 3 Jahren
- Erstmals QR-Codes bei Corporate Media in linearen Produktionen – und dazu pfiffig und plausibel

Einzelkommentare:

Ja, die Schweizer sind lustig. Vielleicht ist dem restlichen Europa mit der Eurokrise auch das Lachen vergangen.

Die Beiträge, die mit eigenen Mitarbeitern und nicht mit „Profis“ erstellt wurden, hatten eine besondere und authentische Wirkung. Hier hervorzuheben: Rewe Supermarkt, Knauf – Unsere Werte - Eine Weltreise.

Kaum ein Unternehmen kann es sich leisten, die Antworten auf die drängenden Fragen der Digitalisierung auf die lange Bank zu schieben. Das Zusammenwachsen aller Medien stellt damit auch Corporate Media vor völlig neue Herausforderungen.

Die meisten Beiträge hatten ein internationales Antlitz, aber waren Frauen unterrepräsentiert (?). Und in der Tat: Humor ist süß – und kommt aus der Schweiz (allerdings auch zum wiederholten Mal aus der Schweiz!!) – liegt das an der guten Schokolade?

Fähnchengrafik und Typoanimation in Pseudo-3D – wenn es nicht passt oder es sich zu oft wiederholt, wird's langweilig.

Wenn etwas dieser Tage klar ist, dann: Unternehmen müssen sich auf die „neue Unübersichtlichkeiten“ einstellen. Sämtliche Aktivitäten der Medienproduktion sollten deshalb in eine „Digitalstrategie“ eingebettet sein - damit es nicht bei einzelnen Flickschustereien bleibt.

Das Opening 25. Corporate Media 2013 – The European Masterclass beginnt im April 2013. Aktuelle Informationen – Bilder – Filme sind abrufbar unter www.corporate-media-masteraward.com.

The finest European Masterclass - Die Master-Preisträger
24. Corporate Media 2012 – 7.12.2012
MasterGallery und Preisverleihung im Parkhotel Ostfildern

member of the european
masterclass



"MASTER OF EXCELLENCE" für filmische Programme				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
1005	DVD	Projekt: Gotthard	Allianz SE, Group Human Resources	Allianz SE
1006	DVD	Rhythm and Tools	al Dente Entertainment GmbH	Festool Group GmbH & Co. KG
2001	DVD	Green Mobility	facts and fiction GmbH	Lanxess Deutschland GmbH
2006	DVD	Knauf – Unsere Werte – Eine Weltreise	al Dente Entertainment GmbH	Knauf Insulation GmbH
2007	DVD	Sweet Tokyo	Seed Audio-Visual Communication AG	Confiseur Läderach AG
2010	DVD	Lufthansa Cargo – Networking the world	Naumann Film GmbH	Lufthansa Cargo AG
4002	DVD	Brainpower - EX Trailer	Maximilian Film GmbH	Siemens AG
6001	DVD	Cruiser und Bella – Ab durch die Mitte!	Seed Audio-Visual Communication AG	SUVA
7001	DVD	Bediensicher & Personensicher Siemens GIS	Intervideo Filmproduktion GmbH	Siemens AG
9001	DVD	Energie aus der Mülltonne	Sidenstein Medien GmbH	Stadtwerke Bonn GmbH

"MASTER OF EXCELLENCE" für medien- und eContentgestützte Kommunikationskonzepte				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
K001	Konzept	CHECK 5	plonsker media gmbh	DGUV Landesverband Mitte
K002	Konzept	Dortmund tanzt	DSW21/ZOOM-Entertainment	DSW21
K003	Konzept	Schulsanitätsdienst	plonsker media gmbh	Unfallkasse Hessen

"MASTER OF EXCELLENCE" für interaktive Programme und Netzlösungen				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
10.001	Internet	freistil by Rolf Benz	21TORR Interactive GmbH	Rolf Benz AG & Co. KG
10.002	Internet	INFINITI FX Vettel Edition iPad App	21TORR Interactive GmbH	köckritzdörrich GmbH

"AWARD OF MASTER" für filmische Programme				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
1003	DVD	GIAC	Meavision Media GmbH	Deutsche Post DHL
1008	DVD	Photovoltaic Power Plant Les Mées	Maximilian Film GmbH	Siemens AG
1010	DVD	Your Partner for Retrofit	Bockfilm Film- und Fernsehproduktion GmbH	DIEHL Aerosystems
2002	DVD	Deutsche Finance Group – Mitten im Zentrum	Naumann Film GmbH	Deutsche Finance Group AG
2004	DVD	SITRANS FC430 - Impresser	Forward Filmproduktion	Siemens Flow A/S
2005	DVD	we dress to impress	MUVI AG	Model AG, Weinfelden
2008	DVD	Life is rich	Maximilian Film GmbH	Siemens AG
2009	DVD	HSG Zander Imagefilm	HSG Zander AS GmbH	HSG Zander GmbH
2011	DVD	Fiege Trailer 2012	Telemaz Corporate GmbH	FIEGE Logistik Holding Stiftung & Co. KG
2012	DVD	Kann man das Rad neu erfinden?	KMS GmbH & Co. KG	Blickle Räder+Rollen GmbH & Co. KG
8002	DVD	Jeder Überfall ist einer zuviel	TAKE IT MEDIA GmbH	REWE Group, Köln
8004	DVD	Cell to Cell Communication – Inflammatory Reactions	interActive Systems GmbH	Quintessenz Verlags-GmbH
9001	DVD	Dortmund tanzt 3D - Film	DSW21/ZOOM-Entertainment	DSW21

„Auszeichnungen für Master-Bestleistungen“	Auszeichnung an	Schirmherren
Master of Communication Europe 2012	DSW21	EMC European Masterclass Community*
Bestes Konzept/Drehbuch: Knauf - Unsere Werte – Eine Weltreise	Peter Schels, al Dente Entertainment GmbH	EMC European Masterclass Community*
Beste Kreativleistung: Sweet Tokyo	Seed Audio-Visual Communication	EMC European Masterclass Community*
Beste Regie: Brainpower - EX Trailer	Alexander Linke, Maximilian Film	EMC European Masterclass Community*
Beste Public Information-Lösung: Bella und Cruiser – Ab durch die Mitte	Seed Audio-Visual Communication	Konferenz der Landesfilmdienste e.V.
Bestes Medienkonzept: Dortmund tanzt	DSW21	szenaris GmbH
Beste mediengestützte Markenstrategie: Der weltweit erste fahrbare Sonnenschirm	Telemaz Corporate GmbH	Bundesv. Dt. Film- und AV-Produzenten
Beste Bildbearbeitung: Cruiser und Bella - Ab durch die Mitte	Seed Audio-Visual Communication	EMC European Masterclass Community*
Beste Kameraführung: Lufthansa Cargo - Networking the world	Klaus Naumann, Naumann Film	EMC European Masterclass Community*
Beste Bildgestaltung: Bediensicher & Personensicher Siemens GIS	Intervideo Filmproduktion GmbH	EMC European Masterclass Community*
Bester Schnitt: Green Mobility	facts and fiction GmbH	EMC European Masterclass Community*
Bester Ton/Musik: Rhythm and Tools	Alexander Maschke, al Dente Entertainment GmbH	EMC European Masterclass Community*

*FAC Fördergemeinschaft Audiovisual Communication

„Jury-Auszeichnungen für herausragende Leistungen“		
herausragende Zielgruppenansprache	CHECK 5	Thomas Plonsker, DGUV Landesverband Mitte
beispielhafte 3D-Anwendung	we dress to impress	MUVI AG
Mutiger Auftraggeber	Sweet Tokyo	Confiseur Läderach AG

"AUSZEICHNUNG FÜR HOHEN STANDARD" für filmische Programme			
Nr.	Titel	Einreicher	Auftraggeber
1001	Tassimo JOY	PictureElements Filmproduktion Mediendesign GmbH	Robert Bosch Hausgeräte GmbH
1002	Handtmann – Ideen mit Zukunft	Naumann Film GmbH	Albert Handtmann Holding GmbH
1004	Das DSL Allfinanzkonzept	TAKE IT MEDIA GmbH	DSL Bank – GB der Dt. Postbank AJ
1007/8	TTS - So funktioniert Verkauf	al Dente Entertainment GmbH	TTS Tooltechnik Systems AG
2003	Bildung geht uns alle an	Meavision Media GmbH	Bundesministerium für Bildung/ Forschung, Deutsche Post
4001	one celesio	AV MEDIEN Business Pictures GmbH	Celesio AG
5001	Der weltweit erste fahrbare Sonnenschirm/vivesco.de	Telemaz Corporate GmbH	Saatchi & Saatchi, Frankfurt
8003	Sicheres Arbeiten im Stahlwerk und Kaltwalzwerk	plonsker media gmbh	ThyssenKrupp Nirosta GmbH und BGHM

"AUSZEICHNUNG FÜR HOHEN STANDARD" für interaktive Programme und Netzlösungen			
Nr.	Titel	Einreicher	Auftraggeber
8001/6	Differenzieren können – nicht nur im Sachbereich Lage	Zentrum elektronische Medien ZEM - VBS	Bundesamt für Bevölkerungsschutz Marco Visini

UIPRE IFPA-Award FOR FORGER IN MEDIA, TRADE AND PRESS 2012 Die Auszeichnung ging an den iepa-Verein und seine Leitungsmitglieder

Der von UIPRE Union International de la Presse Electronique in Zusammenarbeit mit Medienverbänden nach ausführlichen Grundlagenrecherchen vergebene IFPA-Award 2012 geht an den iepa-Presserverein Habsburg (Verwaltungssitz Basel). Recherchedaten sind abrufbar unter <http://www.corporate-media-masteraward.com/?id=58&lang=de>.

Die freigegebenen Masterauszeichnungen, der Abschluss- und Trendbericht 2012/13 sowie die Preisträgerfotos werden nach der Preisverleihung am 07.12.2012 abrufbar unter Mediengalerie/Fotogalerie <http://www.corporate-media-masteraward.com>.