

# Zur Geschichte von Corporate Media

**Medienreport's 1st Corporate Media**



## **Einladung – Invitation**

**1st ITVA European Congress**

**“Television for Communication, Training and Advertising”**

**3. – 6. September 1986**

**EU-Congress and 3. Award for Corporate Media and Corporate TV**

**founded by Rolf G. Lehmann, Secretary General ITVA, Executiv Director Medienreport**

# Corporate Media – The European Masterclass 2003

New & Social Media, Film, TV, ITK, Tools - Distinction of Master -  
 Der Wettbewerb der europäischen Meister - 2020: 4. Online-Jurierung

---

1989 nach Köln 1984 als Corporate Video & TV in Stuttgart gestartet. Jährliche deutschsprachige Plattform zur Qualitätssicherung und Entwicklung von Medien- und Kommunikationskompetenz

## Ziele

Marktentwicklung durch Marktqualifizierung und individualisierte nichtöffentliche Qualitätszertifizierung und Leistungsbewertung von und für Wirtschaft, Medienwirtschaft, Public Media und Science Media.

- Förderung von Akzeptanz, Kompetenz und Qualitätsstandards zur Produkt-, Dienstleistungs- und Standortentwicklung und -sicherungen im regionalen, nationalen und internationalen Wettbewerb
- Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung von neuen, innovativen und vernetzten Medienanwendungen, -konzepten und -technologien der Bild-, Daten- und Telekommunikation
- Medien- und Projektcontrolling und -zertifizierung als Grundlage von Investitionsentscheidungen
- Arbeitsmarkt- und Standortentwicklung und –sicherung sowie vergleichbarer Standards in Public Media und Science Media
- Profilierung und Orientierung für europäische Maßstäbe und Märkte

## Grundaussagen

- Heute können Märkte für moderne Produkte und Dienstleistungen für eine offene Medien- und Informationsgesellschaft nur in dem Maße entstehen und sich entwickeln, wie der Nutzen, die Handhabung, die Medien- und Kommunikationswirkung und die Wirtschaftlichkeit überzeugen.
- Die Folgen der Fehleinschätzung der Akzeptanz- und Nutzungsentwicklung neuer Medien- und Informationstechnologien sowie die Überschätzung von Implementierungsgeschwindigkeiten und der Komplexität von Implementierungsprozessen neuer Technologien überhaupt hatte unmittelbaren Einfluss auf den Einbruch von Teilen der Finanz- und Weltwirtschaft. Demgegenzusteuern, bedeutet auch die Rückkehr zu und die Förderung von Qualifizierungsprozessen unter der Berücksichtigung lernpsychologischer Grundlagen, größerer Zeiträume und gesellschaftlicher und kultureller Stabilisierungen. Die Schaffung und Erhaltung neuer innovativer Wettbewerbsfelder und -vorsprünge auf dem medialen Arbeitsgebiet hat existentielle volkswirtschaftliche Bedeutung.
- Corporate Media und Corporate Presentation Europe und deren Begleitaktivitäten benutzen objektivierte mediale Controlling- und marktqualifizierende Instrumente für Wirtschaft, Medienwirtschaft und Institutionen (Public und Science) sowie Instrumente zur Entwicklung und Qualifizierung von Weiterbildung und Arbeitsmarkt für Kommunikationswirkung ohne Ranking.

## Zielgruppen & Markenprodukte

Die Kategorien des Wettbewerbes kennzeichnen sowohl die Segmente der Wirtschaftskommunikation wie die Zielgruppen. Angesprochen werden Institutionen (Public und Science) und Unternehmen der Medienwirtschaft (deutschsprachige Abdeckungsquote ca. 90 %) sowie Auftraggeber und Nutzer der Wirtschaft.

**Marken:** MasterGallery, MasterMonitoring, Preisverleihung, Medienexkursion „Tour de...“, TRANSFER – Fachmarkt für das Kommunikations- und Medienmanagement, Fachreferate, Special-Fachtagungen, Key-note-Referat, Master of Communication, Masterrolle, CD-Masterpackage, Corporate Presentation Europe.

## Was leistet Corporate Media?

**Objektivierte Qualitätsanalysen, Qualitätsentwicklung, Qualitätssicherung  
 Marktentwicklung, Markttransparenz**

---

### Corporate Media als Instrument qualifizierter Standortprofilierung und -förderung

- Standorteignung durch übernationale Plattformen für Marktentwicklung durch Marktqualifizierung als Grundlage von Ausbildungs- und Dienstleistungsqualität
- Standorteignung durch und für Medienkompetenz und Medienentwicklung
- Standorteignung für Ansiedlung durch Personal-, Ausbildungs- und Themenkompetenz
- macht für (neue) Ausbildungsstätten neue Berufsanforderungen und Berufsbilder ableitbar
- „Lernen von den Besten“ definiert und setzt übernationale Qualitätsstandards
- schafft bzw. fördert neue Mediendienstleistungen, Medienprodukte sowie Ausbildungsstätten, Fachtagungen, Messen und sonstige Dienstleistungen
- unterstützt qualifizierte Kontakte und Austausch von und mit Medienunternehmen der Region
- fördert Markttransparenz, stärkt Wettbewerb, besetzt neueste Themen und Trends
- impulsgebende volkswirtschaftliche Bedeutung, Impulse für Arbeitsmarktförderung

### Corporate Media als Instrument des Medien- und Kommunikationscontrollings in Wirtschaft und Institutionen sowie Wissenschaft und Öffentlichkeit

- ausgezeichnete Lösungen führen zu positiven Investitionsentscheidungen
- ausgezeichnete Lösungen sind Entscheidungsgrundlage für Gestaltungsmaßstäbe von Lösungen und Auswahl geeigneter Mediendienstleister
- ausgezeichnete Lösungen dienen der Projekt- und Verkaufsförderung
- ausgezeichnete Lösungen vermitteln neue Anwendungsideen und stärken Wettbewerb
- ausgezeichnete Lösungen vermitteln neue Standards für Public und Science
- Meisterprüfung analysiert Stärken und Schwächen der Personal- und Ausbildungsqualität
- Meisterprüfung analysiert Stärken und Schwächen von Projekt- und Medienkompetenz
- Meisterprüfung analysiert Stärken und Schwächen von Distributionsstrategien

### Corporate Media als Instrument der Arbeitsplatz-, Ausbildungs- und Personalentwicklung

- Meisterprüfung dient als Qualitätsnachweis für Dienstleister und Produktinnovationen
- ausgezeichnete Lösungen dienen als Maßstab für Kreation, Design und Auswahl von Freelancern
- ausgezeichnete Lösungen dienen der Aus- und Weiterbildung an Akademien und Hochschulen
- alle Lösungen und Trends dienen Berufsbild- und Curricularentwicklungen sowie Personalanforderungsprofilen im Medienbereich
- Arbeitsplatzsicherung durch Qualitätsentwicklung von Mitarbeitern
- ausgezeichnete Lösungen fördern Medienkompetenz von Dienstleistern, und Anwendern

## Welche Lösungen und Themen zertifiziert Corporate Media?

---

### Tools, Systeme, Konzepte, Medien, Techniken, Apps

- vom fliegenden Kamerahubschrauber
- über HDTV-Ü-Wagen (Philips/HDO)
- über telefonische Überwachungs- und Fernsteuersysteme (Alcatel)
- bis mobile Container-Kinos mit Beduftung und Vibration (Hammann Screens)
- von der Ausstattung eines Präsentationstheaters bei Villeroy & Boch
- über interaktive Präsentationssysteme im BMW-Museum
- über das Kommunikationszentrum der Bayer AG
- bis zum Konzept der Bertelsmann AG für seinen Planet M auf der EXPO 2000
- vom BP electronic shopping-Konzept und -System
- über die E-Business-Lösungen und Konzepte des Otto Versandes oder der R. Bosch GmbH
- über die internationalen Verkaufs- und Trainingskonzepte der Hilti AG oder der Swarovski AG
- bis zum Intranet-Konzept des FWU zur Mediendistribution an 44.000 Schulen
- oder bis zum Medien- und Technik-Konzept der Weiterbildungsmedien der Deutschen Post AG und dem dezentralen Einsatz in über 3000 Einheiten
- vom mediamobilen Ärzteinformationsnetz mittels PDA- bzw. UMTS-System
- über zahlreiche komplexe E-Content- und E-Government-Lösungen
- und eine Vielzahl filmischer und interaktiver Medien-, Business-TV-, Netz- und Informationskonzepte und Lösungen

### Gemeldet wurden einschließlich 2003 rund 3.000 Lösungen als

- filmische und digitale Medien und Träger, auch HDTV-geeignete Filme
- komplexe mediengestützte Kommunikationskonzepte
- Netzlösungen, Apps und Anwendungskonzepte der Bereiche E- und mobile Content u.a. mit E-Government, E-Business, E-Communication und E-Culture sowie E-Learning
- PC-gestützte Präsentationsprogramme und Tools
- IT- und IuK-Techniken und -lösungen sowie Steuerungen
- Medienproduktions- und Präsentationstechnik, technische Anwendungen und Lösungen

### Sonstiges

- Mit dem Master of Communication Europe wurden (aktualisiert bis 2007) ausgezeichnet: Sony, Otto Versand, Bayerische HypoVereinsbank, WIFI Wirtschaftsförderung Österreich, DaimlerChrysler, Siemens, Allianz, R. Bosch, Swarovski, Bayer, Schweizer Armee
- die Masterrollen und CD-Masterpackages enthalten über 500 Film- und CD-Titel; die Master-Monitoring-CDs 2002, 2003 und 2004 analysieren rund 60 Master of Excellence-Lösungen
- über 700 Unternehmen gehörten zu den Einreichern; die MasterGallerien mit Preisverleihung besuchten jährlich 200 bis 400 Fachteilnehmer, drei Fachjurys, bis 2020 über 50 Jury-Experten
- unter „Google“ je nach Abfrage hunderte bis zehntausende Corporate Media-Wettbewerbsangaben

**Dipl. Ing. Bernd Fischer**  
Geibelplatz 5  
30173 Hannover  
Tel.: 0511 281640

# Aussage

**An:** Rae Dornbach - Mackh, Dr. Th. Lang, Postfach 1269, 71302 Waiblingen  
**Von:** Dipl. Ing. Bernd Fischer  
**Kopien an:** Medienreport Verlags-GmbH, Hegnacher Str. 30, 71336 Waiblingen  
**Datum:** 01.10.2001  
**Betreff:** Rechtsstreit 33 KfH O 107/01 Medienreport ./. ITVA e.V. - Wettbewerbsrecht

## Aussage zur Urheberschaft und wirtschaftlichen Behandlung des ITVA-Videowettbewerbes

Ich bin von 1984 - 1988 als Vertreter der Nixdorf Computer AG, Paderborn, Mitglied des Verbandes ITVA Deutschland e.V., letzter Sitz Waiblingen, gewesen. Herr Rolf G. Lehmann, Geschäftsführer der Medien-report Verlags-GmbH und Geschäftsführer von Medienverbänden, u.a. von 1983 - 1988 Generalsekretär des ITVA Deutschland e.V., hat Herrn Klaus Koch, München, und mich über die Medienreport GmbH 1983 beauftragt, ein von ihm entwickeltes deutschsprachiges Videofestivalkonzept weiter auszuarbeiten und vorzubereiten. Er hatte seinerzeit mit dem ITVA-Präsidenten Ingo Passon, Klöckner & Co. KGaA, Duisburg, und dem Verbandsvorstand eine Vereinbarung abgeschlossen, dass ITVA nach aussen Schirmherr und Veranstalter sei, nach dem rechtlichen Innen- und Aussenverhältnis jedoch der Verlag Rechteinhaber und wirtschaftlicher Träger bleibe. Unterdeckungen aus dem Festival wollte der Verband bezuschussen.

Ich weiß dies deshalb, weil ich im Jahr 1984 mit meiner Mitgliedschaft auch die Funktion vom Verband bekam, aufgrund meiner Vorarbeit die Interessen der Mitglieder zu vertreten. Von 1985 - 1987 war ich zusätzlich einer von zwei gewählten Kassenprüfern. Die obige Vertragsabsprache basierte meines Wissens auf einem einstimmigen Vorstandsbeschluss, weil die Medienreport GmbH das Konzept unter Berücksichtigung der Interessen des Verbandes entwickelt hatte, weil Medienreport über die Kompetenz, Erfahrung und die Kontakte verfügte und weil nach Ansicht des damaligen Vizepräsidenten Dr. Jürgen Wassermann, Stellvertretender Vorstand der Krspk. Peine und vormalss Bundesrechnungshofprüfer und Referent der Sparkassenakademie, der Verband aus steuerrechtlichen Gründen keinen eigenen Geschäftsbetrieb haben dürfe und solle, die zwingend eine eigene Bilanzierung notwendig gemacht hätten. Ich musste im Rahmen meiner Kassenprüfungen auch die Einnahmen und Ausgaben im Hinblick auf vertragliche Pflichten prüfen. Die Jahresmitgliedsbeiträge betrugen seinerzeit über DM 200.000,-. Der ITVA-Verband hat das Festival 1984, 1986 und 1987 durch die Medienreport GmbH ausrichten lassen. Seit 1990 oder 1991 schreibt der ITVA-Verband ein Videofestival als eigene Geschäftsveranstaltung aus.

Die Medienreport GmbH veranstaltet das Festival seit 1989 unter den Bezeichnung "Corporate Video & TV" und seit 1999 unter "Corporate Media" jährlich weiter. Bei zwei dieser Medienwettbewerbe habe ich als Juror mitgewirkt. Sie basierten auf dem von Herrn Lehmann 1983 entwickelten Konzept.

Gez.: Dipl. Ing. Bernd Fischer

• Seite 1

*Aufgrund der unstrittigen Besitzverhältnisse wurde der ITVA e.V. im Sinne der Medienreportklage zu dessen Lasten verurteilt. Soweit der ITVA bzw. der Vorstand Dr. Dotzler als Verbandvertreter die Konzept-, Veranstaltungs- und Bewertungsstrukturen von Medienreport verwendet, verstößt er fortlaufend gegen die Rechte der Medienreport Verlags-GmbH.*

**Betrifft: Klage Medienreport GmbH ./. ITVA e.V. - ITVA verliert Prozess zum Wettbewerbsrecht/Markenrecht/Steuerhinterziehung - ITVA erhebt keine Mehrwertsteuer, begeht Steuerhinterziehung und verletzt Wettbewerbsrecht**

**BERND FISCHER**

Dipl.Ing.(FH)

**AV-Medienberater**

**GEIBELPLATZ 5**

**W-3000 HANNOVER 1**

**Tel.: 0511/28 16 40**

**und:**

**Rochusweg 16A**

**W-4790 Paderborn**

**Te.: 05251/Q 36 33 6**

**Eidesstattliche Versicherung**

Hiermit erkläre ich an Eides statt:

1. Im Frühjahr 1987 habe ich gemeinsam mit Herrn Rolf G. Lehmann, Geschäftsführer der Medienreport-Verlags-GmbH, Waiblingen, die Konzeption des 2. ITVA-Videowettbewerbs unter Berücksichtigung internationaler Standards entwickelt und als Vorstands- bzw. Verbandsbeauftragter des ITVA Deutschland e.V. die Verbandsinteressen bei der anschließenden Durchführung des Festivals vertreten.
2. Wie bereits 1984, ist der gesamte Wettbewerb von der Medienreport-Verlags-GmbH und Herrn Lehmann organisiert und durchgeführt worden. Der Verband ist aus werblichen Gründen nach außen **allein als (ideeller) Träger** aufgetreten, was aus "optischen" Gründen nicht erkennlich gemacht wurde. Tatsächlich war die Medienreport Verlags-GmbH 1984 wirtschaftlicher Veranstalter mit vollem und 1987 mit geteiltem Risiko; Einnahmen und Ausgaben wurden auf einem ITVA-Treuhand- bzw. Spezial-Veranstaltungskonto gebucht, das Risiko der Unterdeckung wurde teilweise durch den Verband ausgeglichen. Erklärtermaßen konnte und wollte der Verband den Wettbewerb nicht selbst veranstalten.

Nach einem einstimmigen Vorstandsbeschuß vom 8.11.87 sollte die Reihe der ITVA-Videowettbewerbe in 1988 nicht fortgesetzt werden, was damit begründet wurde, daß der 87er Wettbewerb wegen Unterdeckung beabschüßt werden mußte (wg. Risikoteilung), man sich zum anderen an der Mithörung von Frau Köth-Passon in der Jury gestört hatte.

Das Engagement Herrn Lehmanns bei beiden Wettbewerben stand in keinem Zusammenhang mit seiner Funktion als Geschäftsführer des Verbandes.

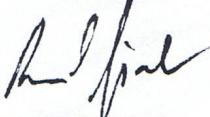
3. An der Erstellung der Konzeption habe ich ausschließlich vor dem Hintergrund mitgewirkt, daß die Medienreport Verlags-GmbH Gesamtausrichter und tatsächlicher Veranstalter des Wettbewerbs ist und bleibt. Etwaige Rechte habe ich nicht an ITVA Deutschland e.V. übertragen.

Als damaliger Kassenprüfer des Verbandes weiß ich, daß an Herrn Lehmann oder Dritte keinerlei Vergütungen für Nutzungsrechte an der Konzeption gezahlt wurden. Somit ist weder der Verband, noch sind Dritte berechtigt, dieses Wettbewerbskonzept oder Teile davon zu nutzen.

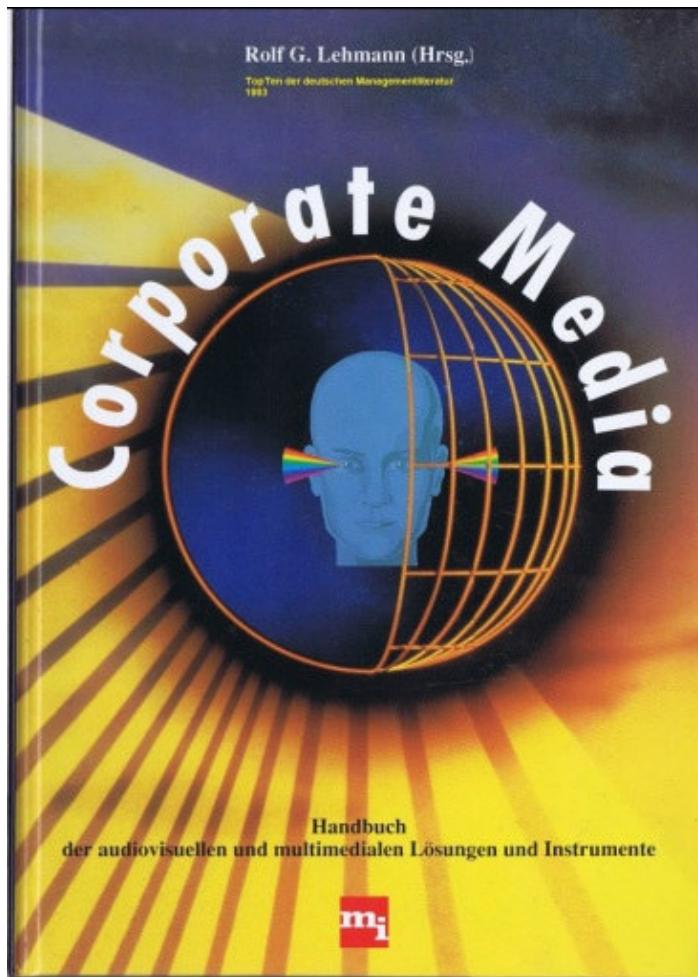
4. Die Behauptung des Verbandes oder seines Projektmanagers für den ITVA-Videowettbewerb '92, Ingo Passon, der ITVA Deutschland e.V. habe bereits in 1984 und 1987 Videowettbewerbe durchgeführt, ist falsch (s. 1. u. 2.). Richtig ist vielmehr, daß diese Wettbewerbe von der Medienreport Verlags-GmbH als wirtschaftlichem Veranstalter durchgeführt wurden. ITVA war lediglich ideeller Träger.
5. Weder ITVA Deutschland e.V., noch einem von diesem Beauftragten, auch nicht Herrn Ingo Passon, Geschäftsführer der Rhein-Neckar Fernsehstudio GmbH, Mannheim, wurde von mir das Recht übertragen,
  - a) die Ziele der früheren und der letztjährigen Videowettbewerbe der Medienreport Verlags-GmbH, an denen ich im Beirat mitgewirkt habe, zu nutzen,
  - b) die Bewertungsmaßstäbe und alle weiteren Ausarbeitungen, die ich allein, oder in Zusammenarbeit mit Herrn Rolf G. Lehmann entwickelt und/oder modifiziert habe, zu nutzen.

Diese Rechte, sowie alle Nutzungsrechte an methodischen, werblichen, gestalterischen, textlichen und konzeptionellen Ausarbeitungen und Titel der bisherigen Veranstaltungen für ITVA Deutschland e.V. und der neuen Wettbewerbe "Corporate Video & TV" liegen ausschließlich bei der Medienreport Verlags GmbH, Herrn Rolf G. Lehmann und mir.

Hannover, den 1. Oktober 1991



Bernd Fischer



Rolf G. Lehmann (Hrsg.)

## WEITERBILDUNG UND MANAGEMENT

Planung, Praxis,  
Methoden, Medien



Studentische Zeitung



Rolf G. Lehmann (Hrsg.)

TopTen der deutschen Managementliteratur  
1993

Kommunikation und Bildung in Unternehmen und anderen Institutionen sind wichtige Managementaufgaben. Kommunikations-, Informations- und Bildungsziele müssen definiert und verantwortet, die strategischen Ausrichtungen und Wirkungen in unterschiedlichen Öffentlichkeiten geplant werden. Audiovisuelle und elektronische Medien spielen dabei hinsichtlich ihrer Effizienz eine immer größere Rolle.

Das vorliegende Handbuch fasst 45 Beiträge aus allen Kommunikations- und Bildungsbereichen zusammen. Die Beiträge waren Themen des Zentrums „Corporate Media '92“ während der photokina PROFESSIONAL MEDIA in Köln. Geschäftsführer, Direktoren, Marketing- und Bildungsverantwortliche sowie Projektleiter und Medienexperten geben Antworten auf Fragen zum Einsatz elektronischer Medien in der Imagearbeit, zur videogestützten Verkaufsförderung oder zur Bildung per Satellit aus ihren eigenen Erfahrungen. Die Beiträge beschreiben die Möglichkeiten und Grenzen multimedialer Anwendungen in allen Bereichen der Marketingkommunikation, berichten über Erfahrungen von Videofallbeispielen im Weiterbildungseinsatz, sie vermitteln Bewertungen von Konzepten und Drehbüchern aus Auftraggebersicht und skizzieren fundiert die Medientrends der 90er Jahre auf diesem Sektor.

Dieses Buch bietet Ihnen eine schnelle und kompetente Orientierung, liefert Impulse und Ideen und trägt zu wirtschaftlichen und effizienten Kommunikationslösungen im eigenen Unternehmen bzw. in der eigenen Institution bei.



ISBN 3-478-23100-0

Der Herausgeber Rolf G. Lehmann, Verleger und Medienberater, ist seit 1972 auf dem Gebiet der audiovisuellen Kommunikation und Bildung tätig. Seine umfassenden Erfahrungen als Veranstalter, als langjähriger Dozent für Medienplanung und -kalkulation, als Geschäftsführer und Vorstand von Medienväbinäden sowie als Medienjournalist und Unternehmensberater garantieren die Auswahl heilsamer Lösungen und besonders kompetenter Medienexperten als Autoren.

**TopTen der Deutschen  
Managementliteratur '93**

Kompetente und gut ausgebildete Mitarbeiter sind nach wie vor ein entscheidendes Erfolgspotential, wenn es um die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens geht. Die ökonomische Komponente bestimmt dabei mehr denn je die Entwicklung der Weiterbildung und der daraus resultierenden Managementaufgaben. Weiterbildung muß sich betriebswirtschaftlichen Anforderungen und Themen stellen, die neue Denkansätze erfordern, z.B. in bezug auf

- neue Medien und Lehrmethoden,
- differenzierte Qualifikationen,
- die Folgen digitaler informationstechnischer Vernetzungen,
- soziales Krisenmanagement.

46 namhafte Manager und Bildungsexperten behandeln diese und viele weitere Themen zu Strategien, Konzepten, Erfahrungen, Methoden und Medien. Dieses Buch schafft eine fundierte und wertvolle Plattform zur Orientierung von Entscheidungsträgern und Führungskräften und liefert neue Lösungsansätze für die Praxis.

Suchen Sie neue Maßstäbe, verbessern Sie Ihre Arbeitsstandards und gestalten Sie die Zukunft Ihres Unternehmens!



Rolf G. Lehmann, Verleger und Medienberater, ist seit 1972 auf dem Gebiet der Kommunikation und Bildung mit audiovisuellen und elektronischen Medien tätig. Seine umfassenden Erfahrungen und Kontakte vermittelt er nicht nur als Medienjournalist, Berater, Geschäftsführer und Vorstand von Medienväbinäden seit 1976 oder als langjähriger Dozent für Medienplanung und -kalkulation, sondern auch als Veranstalter führender Qualifizierungsmaßnahmen. Dazu

zählen seit 1985 die Didacta-Zentren für Weiterbildung und Management mit über 30.000 Zuhörern. Das Gespür für aktuelle Themen und kommende Veränderungen spiegelt sich in der Qualität der Beiträge dieses Buches und in der hohen Kompetenz der Autoren wider.

ISBN 3-478-34590-1



Medienreport präsentiert  
Best of Corporate Media

# 1. MASTERROLLE DER EXCELLENZEN

Kommunikationslösungen  
vom deutschsprachigen  
Wettbewerb der Meister

DVD  
VIDEO

"Corporate Media" als Marke und später weltweit genutzter Gattungsbegriff wurde mit seinen Marken von Rolf G. Lehmann, Medienreport Verlags-GmbH, Waiblingen, ohne Plagiatorenfreigabe entwickelt.