

Idealerweise wird eine Corporate Identity bzw. Unternehmensidentität – also das Selbst- und Fremdbild einer Organisation aufgrund von Leistung, Kommunikation und Design – durch bewusste Managemententscheidungen und -maßnahmen innerhalb von Organisationen gesteuert. Doch unter Marktbedingungen entsteht eine Corporate Identity – bewusst oder unbewusst – aus der Beziehung zwischen dem Innenleben einer Organisation und ihrer Peripherie. D.h., sie muss im weitesten Sinne als Verhandlungssache, Prozessergebnis und Dispositiv verstanden werden.

Dies gilt in besonders ausgeprägter Weise im Zusammenhang mit denjenigen Unternehmen, bei denen die Konzeption, Planung, Produktion und Distribution von Kommunikationsprodukten Kerngeschäft ist – also bei allen Medienunternehmen. Während die klassische Corporate Identity-Lehre auf Kontinuität und Nachhaltigkeit setzt, stehen dem also – insbesondere im Kontext audiovisueller Information, Unterhaltung und Bildung – die medien-nutzungsbedingten aufmerksamkeitsökonomischen Anforderungen hinsichtlich Aktualität, Information und Unterhaltungswert entgegen. Eine Gratwanderung, bei deren erfolgreicher Ausbalancierung dem Media Design eine zentrale Bedeutung zukommen kann.

Donnerstag, 29. April 2004

- 11.30 **Begrüßung**
Claus Grimm, Leiter Promotion & Design DW-TV, Deutsche Welle Berlin
- Moderation**
Wout Nierhoff,
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
Eyes & Ears of Europe, Köln
- 11.45 **Vorstellung der Teilnehmer**
- 12.00 **Entwicklung der On-Air-Presentation von DW-TV 1999 bis 2004**
Claus Grimm, Leiter Promotion & Design DW-TV, Deutsche Welle Berlin
- 12.45 Diskussion
- 13.00 Mittagspause
- 14.00 **'Look – Listen – Feel'**
RTL Corporate Identity – Entwicklung in Kontinuität
Prof. Manfred Becker, Creative Consultant RTL Group, Köln
- 14.45 Diskussion
- 15.00 Pause
- 15.15 **Zielgruppenspezifische Design-Differenzierung als Teil der Corporate Identity — Das Beispiel Super RTL**
Sabine Krefft, Leiterin Kommunikation Super RTL, Köln
- Guido Kurz, Creative Director Super RTL, Köln
- 16.00 Diskussion
- 16.15 Pause
- 16.30 **Die Wende? – Corporate Identity beim MDR Fernsehen**
Klaus W. Schuntermann, Chef-Designer/ Art Director MDR Fernsehen, Leipzig
Guido Ahnert, Projektleiter Design MDR Fernsehen, Leipzig

Im Rahmen dieser zweitägigen Veranstaltung von Eyes & Ears of Europe und DW-TV gehen verschiedene profilierte Design-Verantwortliche auf den aktuellen Zusammenhang zwischen Corporate Identity und Media Design-Lösungen anhand konkreter Fallbeispiele aus dem eigenen Erfahrungsbereich ein und stellen sich der Diskussion.

Die Veranstaltung richtet sich insbesondere an Mitarbeiter von Medienunternehmen, (Post-) Produktionshäusern, Design-Studios, Agenturen und Beratungsfirmen, die mehr über die Historie und den Stand der Dinge in Sachen Corporate Identity & Media Design erfahren wollen. Auch Studenten und Auszubildende, die sich für die Medien und insbesondere für das Fernsehen interessieren, sind herzlich willkommen. Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 20 Personen** begrenzt.

Anmeldeschluss: 23. April 2004

Fragen? Rufen Sie uns an: **+49 (221) 454 3511**

17.15 Diskussion

18.00 Ende des Veranstaltungstages

Freitag, 30. April 2004

09.15 Get together

09.45 **Mehr Sein als Schein? – 20 Jahre 3sat**
Andreas Reinberger, Leiter Präsentation 3sat, Mainz

Jörg Siebald, Leiter Grafik 3sat, Mainz

10.30 Diskussion

10.45 Pause

11.00 **Formatdesign im Kontext von Corporate Design, Corporate Identity & inhaltlichen Zielsetzungen**

Jürg Steudler, Geschäftsführender Partner
Regardez!, Zürich

11.45 Diskussion

12.00 Mittagspause

13.30 **Corporate Identity crossmedial am Beispiel des Bayerischen Rundfunks**

Volker Jungbäck, Leitung Programm Promotion
Bayerisches Fernsehen, München

14.15 Diskussion

14.30 Pause

14.45 **Corporate Identity & Sound Design bzw. Komposition**

Anselm C. Kreuzer, freier Komponist &
Musikwissenschaftler, Köln

15.30 Abschlussdiskussion

16.00 Seminauswertung

16.30 Ende der Veranstaltung

Teilnahmebedingungen

Bitte senden Sie für Ihre verbindliche Teilnahme die Anmeldeunterlagen bis spätestens 23. April an:

Eyes & Ears of Europe

Vereinigung für
Design, Promotion und
Marketing
der audiovisuellen Medien e.V.

Eyes & Ears Academy

Direktor
Wout Nierhoff
Projektleitung
Ina Braun
Veranstaltungsorganisation
Vera Köppen

Geschäftsstelle

Tel.: +49 (221) 454 3511
Fax: +49 (221) 454 3512
eMail: academy@eeofe.org
Internet: www.eeofe.org

Kostenbeitrag

€ 250,- für Eyes & Ears-Mitglieder; € 125,- für Schüler, Studenten oder Auszubildende, die Mitglieder sind. € 1.000,- für Nichtmitglieder; € 500,- für Schüler, Studenten oder Auszubildende, die keine Mitglieder sind. Der Tagungsbeitrag muss innerhalb einer Woche nach Erhalt der schriftlichen Teilnahmebestätigung mit Verrechnungsscheck oder per Überweisung beglichen werden.

Unterkunft und Verpflegung sind durch den Tagungsbeitrag nicht gedeckt.

Eyes & Ears of Europe e.V.

Stadtparkasse Köln
BLZ 370 501 98
Konto 101 308 2688

Ihre Anmeldung ist verbindlich

Sagen Sie nach Ihrer Anmeldung die Teilnahme an der Veranstaltung ab, behalten wir uns vor, eine Ausfallgebühr zu erheben. Bei Absage innerhalb der letzten 8 Tage vor Veranstaltungsbeginn müssen wir den gesamten Tagungsbeitrag einbehalten bzw. einfordern. In jedem Fall können Sie jedoch eine(n) Ersatzteilnehmer(in) nominieren. Ermäßigte Kostenbeiträge können Ersatzteilnehmer(innen) jedoch nur bei eigener Mitgliedschaft beanspruchen. **Programmänderungen behält sich die Studienleitung vor.**

So kommen Sie zur Veranstaltung

Mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Vom Flughafen Tegel aus nehmen Sie bitte die Buslinie 128 bis zur Endstation U-Bahnhof Osloer Straße. Dort steigen Sie in die U-Bahnlinie 8, Richtung Hermannstraße, und fahren drei Stationen bis zur Haltestelle Voltastraße.

Vom Fernbahnhof Zoo aus nehmen Sie bitte die U-Bahnlinie 9 bis zur Endstation U-Bahnhof Osloer Straße. Dort steigen Sie in die U-Bahnlinie 8, Richtung Hermannstraße, um und fahren drei Stationen bis zur Haltestelle Voltastraße.

Vom Fernbahnhof Alexanderplatz aus nehmen Sie bitte die U-Bahnlinie 8, Richtung Wittenau, und fahren vier Stationen bis zur Haltestelle Voltastraße.

Mit dem PKW

Vom Autobahnkreuz Funkturm fahren Sie bitte in Richtung Kreuz Charlottenburg. Hier fahren Sie Richtung Wedding geradeaus weiter, über die Seestraße, die in die Osloer Straße übergeht. Von der Osloer Straße biegen Sie bitte rechts ab, in die Schwedenstraße, die später in die Badstraße und dann in die Brunnenstraße übergeht. Von der Brunnenstraße aus biegen Sie dann rechts ab in die Voltastraße.

Veranstaltungsort

DW Deutsche Welle TV
Voltastr. 6
D-13355 Berlin