



Presseinformation vom 15.09.03

Wichtiger und differenzierter denn je – Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien

Bilanz der 8. Internationalen Eyes & Ears Conference

Köln, 15.09.03 Ganz im Zeichen der rasant wachsenden Bedeutung von Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien stand die 8. Internationale Eyes & Ears Conference 2003, am 11. und 12. September in Köln. Der internationale Fachkongress von Eyes & Ears of Europe, der Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien, fand in diesem Jahr unter dem Motto TRANSITION 21 statt. Insgesamt rund 300 Teilnehmer folgten den Vorträgen von mehr als 50 profilierten Branchenakteuren aus den Bereichen TV, Film, Radio, Internet, Mobilfunk, Games und Events. Partner der diesjährigen Eyes & Ears Conference waren: RTL Television, Super RTL, BBDO InterOne, CBC Cologne Broadcasting Center, DW Deutsche Welle, CRAXX Medienproduktion, Avid, Siemens mobile, QSC, NRW Medien GmbH, Stadt Köln und RTL CREATION.

„Der Strukturwandel im Bereich der audiovisuellen Medien ist im vollen Gange. Der konjunkturelle Druck der letzten beiden Jahre hat zu vielschichtigen Optimierungen hinsichtlich der Positionierung der unterschiedlichen Anbieter im Wettbewerbsumfeld, der Programmproduktion und mehrkanaliger plattformübergreifender Distribution geführt. Ein Ende dieses komplexen ökonomisch getriebenen Veränderungsprozesses ist noch nicht abzusehen,“ fasste Wout Nierhoff, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied von Eyes & Ears of Europe, eingangs der Eyes & Ears Conference die Ausgangssituation zusammen.

Im Zusammenhang mit den vielfältigen Präsentationen im Rahmen der 8. Internationalen Eyes & Ears Conference (vgl. ausführlichen Bericht in der Anlage) wurde deutlich, dass die meisten Medienunternehmen die ökonomische Krise insofern nutzen, als sie selbstkritischer denn je ihre bisherigen Marktbearbeitungsstrategien mit Blick auf ihre Effektivität überprüfen.

Nach und nach wird insbesondere die plattformübergreifende audiovisuelle Kommunikation unter Einbeziehung von Internet und Mobiltelefonie mit Blick auf die Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse der Zuschauer differenzierter geplant und umgesetzt als bisher. Darüber hinaus hat die Kreation und die Umsetzung sender- bzw. programmbezogener Design- und Promotionmaßnahmen an Gestaltungstiefe gewonnen, was insbesondere im Zusammenhang mit der Präsentation maßgeschneiderter typografischer und auditiver Projekte deutlich wurde.

Für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:

Eyes & Ears of Europe –

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

Miriam Harjes (Kommunikation & PR)

Im MediaPark 5b, D-50670 Köln

Tel.: +49 (221) 454 3511, Fax: +49 (221) 454 3512

eMail: miriam.harjes@eeofe.org , <http://www.eeofe.org>

Die nächste große Veranstaltung von Eyes & Ears of Europe findet am 23. Oktober, im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN statt. Dann werden in der bayerischen Landeshauptstadt zum fünften Mal die Eyes & Ears Awards für herausragende Leistungen in den Bereichen Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien vergeben. Die Eyes & Ears Awards 2003 werden insbesondere von ProSieben, Premiere, feedmee Mediendesign, CBC Cologne Broadcasting Center, Giesing-Team Tonproduktionen, RTL CREATION, BBDO InterOne, dem ORF, DW-TV Deutsche Welle, Soundscape Music Productions, QSC, Avid, Siemens mobile, der BLM Bayerische Landeszentrale für neue Medien, der DVB Multimedia Bayern GmbH und den MEDIENTAGEN MÜNCHEN unterstützt.