



PRESSEBERICHT **EYES & EARS CONFERENCE 2014**

Köln, 16.05.2014 – am Montag fand die Eyes & Ears Conference in der Comedia in Köln statt. Der europäische Branchenverband Eyes & Ears of Europe hatte Medienfachleute und Interessierte zum Thema ‘CAPTURE YOUR AUDIENCE’ eingeladen. Rund 180 Teilnehmer aus Belgien, Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, der Ukraine und Deutschland waren gekommen, um die zentralen Fragen, die die Medienbranche derzeit beschäftigen, zu diskutieren – Wo finde ich meine Zielgruppe? Wie begeistere ich diese? Und wie kann ich meine Zielgruppe auf Dauer halten? Moderiert wurde die Eyes & Ears Conference von Jochen Schropp.

Das Programm startete mit den **Eyes & Ears Junior Highlights**, die von Marcel Meyer, Geschäftsführer des Kreativstudios finally. in Mainz, moderiert wurden. Meyer hatte im letzten Jahr selbst noch bei den Eyes & Ears Junior Highlights seine Abschlussarbeit 'My Favourite Childhood Nightmares – Animierte Fotografie' präsentiert. In diesem Jahr wurden aus allen Einsendungen zu den Eyes & Ears Junior Highlights drei Projekte von einer Fachjury ausgewählt:



Auszug aus dem Corporate Design für 'Neuland'

Unter dem Titel **'Neuland? – Corporate Design für den 7. Empfang der Filmhochschulen während der Berlinale 2014'** stellten die Studenten der Filmakademie Baden-Württemberg Iris Schwarz, Bennet Meyer und Paul Brenner das Corporate Design der Veranstaltung vor. Ihre zentrale Idee von abstrakten Landkarten setzten sie auf allen Ebenen um – vom Logo über Katalog, Zeitplan, Plakate, Leuchtkästen, Pressewand, Leitsystem, Postkarten bis hin zu Bildschirmhintergründen und dem gesamten Motion Design.



Christian Schmidhalter, Dominik Haas & Don Schmocker

Wie man in 48 Stunden ein Game für zwei Spieler produziert, zeigten Dominik Haas, Christian Schmidhalter und Don Schmocker von der Zürcher Hochschule der Künste. Bei **'..Schlicht – ein atmosphärischer 2 Spieler-Puzzler'** kontrollieren die Spieler eine Schatten- und eine Lichtkugel. Um die nächsten Levels zu erreichen, müssen die Spieler nicht gegeneinander, sondern miteinander gegen die Störungen im Game spielen.



Live-Demonstration von 'Metaworlds'

Christian Freitag und Paul Kisten, Absolventen der Burg Giebichenstein Kunsthochschule in Halle, gaben einen Einblick in ihr interaktives Projekt **'Metaworlds – Eine Brücke zwischen Interaktionsdesign & Kunst'**. Hier sollen dem Nutzer Welten geboten werden, in die er abtauchen kann und deren vollständige Gestalt nicht auf den ersten Blick ersichtlich sind. Eine große Rolle spielt dabei der Betrachter selbst, denn nur durch seine Aktionen können die 'Metaworlds' ständig in Bewegung bleiben und ihre Erscheinung verändern.

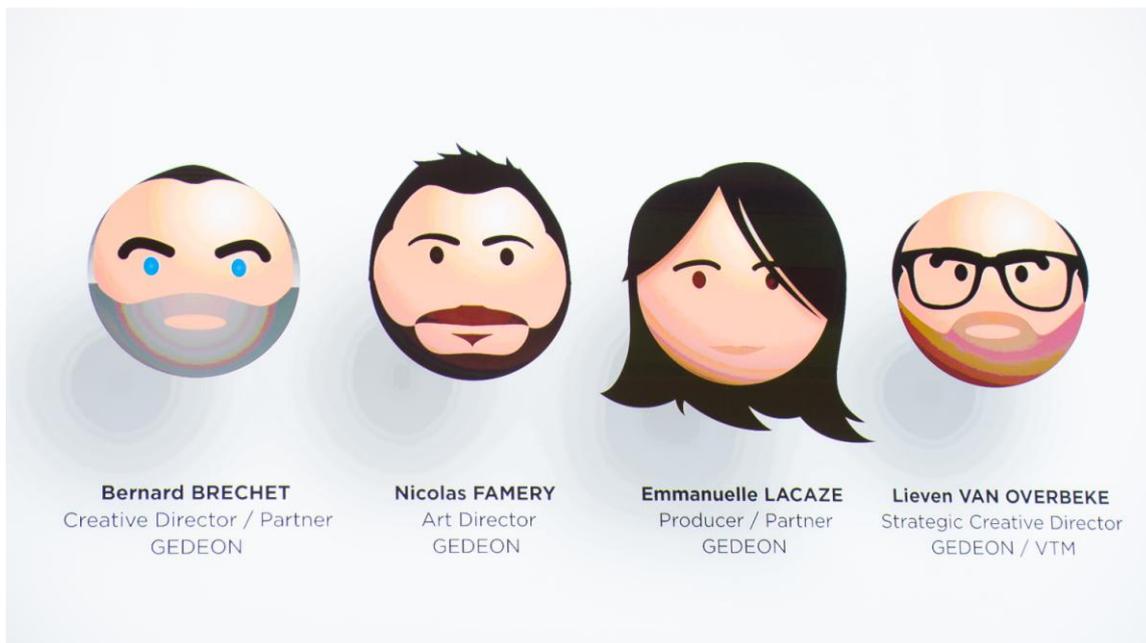
Vor Ort hatten alle Teilnehmer der Eyes & Ears Conference die Möglichkeit, aus den drei Finalisten ihren Favoriten auszuwählen. Das Projekt 'Metaworlds' wurde mit dem Eyes & Ears Nachwuchspreis 2014 mit freundlicher Unterstützung von Adobe Systems ausgezeichnet.

Christian Freitag und Paul Kisten erhalten ein 12-monatiges Abo der Adobe Creative Cloud. Zudem wurden alle drei Projekte mit der Eyes & Ears Junior Highlights Trophy ausgezeichnet.



Christian Freitag und Paul Kisten, die Gewinner des Eyes & Ears Nachwuchspreises mit freundlicher Unterstützung von Adobe Systems

Eyes & Ears of Europe setzt sich seit Jahren für den kreativen Nachwuchs ein und bietet jungen Talenten eine Plattform, um ihre innovativen Arbeiten zu präsentieren.



Auszug aus der Präsentation von Gédéon

Auftakt bei den **Eyes & Ears Keynotes** machten Emmanuelle Lacaze, Bernard Brechet, Nicolas Famery und Lieven Van Overbeke von der Pariser Design- & Kommunikations-Agentur Gédéon. Unter dem Titel **'What's Your Story? – news is not a world apart'** zeigten sie, wie News-Formate heutzutage gestaltet werden sollten, damit sie in der Unmenge von Angeboten vom Zuschauer wahrgenommen werden. Dabei stand natürlich auch hier die Frage im Mittelpunkt: Wie bekomme ich die Aufmerksamkeit des Zuschauers? Die Empfehlung der Franzosen: Informations-Sendungen sollten im Hinblick auf das Design wie Blockbuster gestaltet werden. Dafür gaben sie anschauliche Beispiele aus aktuellen News-Formaten.



Dietmar Dahmen

Unter dem Titel **'Wie die Always On Gesellschaft lebt, spielt und arbeitet'** gab Dietmar Dahmen, Spezialist für Branding & Markenkommunikation aus Wien, den Teilnehmern einen Einblick, in die Historie und Zukunft der Entwicklungen, die die Welt verändern. Dabei zeigte er, dass Entwicklung in Sprüngen geschieht und kein linearer Prozess ist. Seiner Meinung nach befinden wir uns gerade in solch einem Sprung. Viele Firmen schaffen diesen Sprung aber nicht – warum nicht? Weil sie sich nicht auf diesen Prozess einlassen, sondern in alt-bekanntem Mustern denken. Eine weitere Herausforderung für Unternehmen ist, dass Entwicklungen immer schneller werden. Hier gilt es mitzuhalten, um erfolgreich zu sein.



Richard Kastelein

Der Entrepreneur, Writer, Publisher & Innovation Catalyst Richard Kastelein aus Groningen erläuterte in seiner Keynote **'New Gatekeepers in the Living Room: Democratisation of the Entertainment Industry... Levelling the Field'** wie sich der TV-Markt verändert. „TV ist überall“, sagte Kastelein eingangs. Die Herausforderung für TV-Unternehmen ist, auf neue Player im Markt zu reagieren, die immer mehr gute Inhalte produzieren. Damit existieren auch mehr Inhalte, die sich nicht mehr nur ausschließlich auf dem klassischen TV-Screen wiederfinden, sondern auf allen Plattformen, auf denen audiovisuelle Inhalte eine Rolle spielen.



Prof. Peter Wippermann

Prof. Peter Wippermann, Gründer Trendbüro und Professor für Kommunikationsdesign an der Folkwang Universität der Künste in Essen, referierte unter dem Titel **'Die neue Kultur des Teilens'**. Mit anschaulichen Beispielen aus dem Netz verdeutlichte Wippermann, dass wir nur neue Angebote schaffen können, wenn wir den kulturellen Wandel zur Sharing-Gesellschaft verstehen. Für Wippermann bedeutet die Teilen-Mentalität Zugriff statt Besitz, Kollaboration statt Konkurrenz, Technologie als Basis für menschliche Beziehungen.



Dominik Born

Im letzten Veranstaltungsteil, den **Eyes & Ears Case Studies**, stellte Dominik Born, Projektleiter Unternehmens- und Organisationsentwicklung bei tpc in Zürich **'diy.fm – Das 'do it yourself'-Radio'** vor. Mit diy.fm versucht der öffentlich-rechtliche Rundfunk der Schweiz die Möglichkeiten, die das Internet bietet – wie beispielsweise das Abrufen von bestimmten Inhalten überall und jederzeit – in einem Tool zu vereinen. So kann im "do it yourself"-Gedanken individualisiert Radio gehört werden. "Wir machen gute Inhalte, müssen aber umdenken. Die Frage die sich uns immer wieder stellt ist, wie man Broadcast mit Internet verbinden kann, so dass es schöne 'Kinder' gibt", sagte Born.



Conny Roll-Oppitz & Ole Türck

In der letzten Präsentation '**Best Practice: Disney Channel Launch**' gaben Conny Roll-Oppitz, Head of Marketing Communications TV, und Ole Türck, Head of On-Air, beide bei The Walt Disney Company in München, einen Einblick in Vorbereitung, Launch und Entwicklung des Disney Channel, der am 17. Januar 2014 im deutschen Free-TV gestartet ist.

Corinna Kamphausen, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied von Eyes & Ears of Europe, fasst die Veranstaltung zusammen: „Ich freue mich sehr, dass wir bei der diesjährigen Eyes & Ears Conference die Gelegenheit hatten, mit europäischen Playern über die Herausforderungen zu diskutieren, die sich aus dem veränderten Medienkonsum ergeben. Mit der Eyes & Ears Conference haben wir eine wichtige Veranstaltungs-Säule im Medienbereich geschaffen, bei der sich internationale Fachleute aus den unterschiedlichsten Disziplinen austauschen und vernetzen können“, so Kamphausen weiter.

Fotos der Eyes & Ears Conference 2014 auf <https://www.facebook.com/EEOFE>

Veranstaltungspartner

TOF Intermedia, ProSiebenSat.1 TV Deutschland, RTL NITRO, Schweizer Radio und Fernsehen, Adobe Systems, KISD Köln International School of Design, SUPER RTL, Warner/Chappell Production Music und Stadt Köln

Medienpartner

MEDIEN BULLETIN, FILMDIENST, Kölner Stadt-Anzeiger, Medienforum NRW

Hotel- & Reisepartner

Villahotel Rheinblick, Deutsche Bahn

Eyes & Ears of Europe ist die Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien. Seit fast 20 Jahren ist der Branchenverband die professionelle Kommunikationsplattform für alle diejenigen, die sich mit der strategischen Planung, Kreation, Umsetzung und Steuerung audiovisueller Kommunikation befassen.

Weitere Informationen und Bildmaterial:

Eyes & Ears of Europe – Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien e.V.
Mozartstr. 3-5, D-50674 Köln

Isabel Krischer

Kommunikation & PR

Tel.: +49 (221) 606057-13, Fax: +49 (221) 606057-11

eMail: presse@eeofe.org

facebook: <https://www.facebook.com/EEOFE>

Website: www.eeofe.org