

Presseinformation vom 17.09.01

Emotionale Ansprache wird immer wichtiger – Der Kongress von Eyes & Ears of Europe zieht großes Fachpublikum an

Einen neuen Besucherrekord verzeichnete die diesjährige Eyes & Ears Conference am 6. und 7. September in Köln. Insgesamt über 350 Teilnehmer aus 12 Ländern folgten den Vorträgen und Präsentationen von 50 internationalen Referenten. Wichtigstes Fazit des europäischen Fachkongresses unter dem Motto "Navigation 21": In einer Medienwelt, in der sich die Übertragung von Bewegtbildern vervielfacht, wird die Orientierung der Zuschauer und Nutzer durch attraktive Schnittstellen immer wichtiger. Programmveranstalter stehen deshalb vor der Herausforderung, sich jeweils spezifische Erscheinungsbilder zu geben, die die Zuschauer und Nutzer noch emotionaler ansprechen und die Angebote gleichzeitig klarer im Wettbewerb abgrenzen.

Was auf der Eyes & Ears Conference ebenfalls deutlich wurde, ist die inzwischen vollzogene Emanzipierung des europäischen Mediendesigns. Nachdem sich die Sender in Europa lange an Vorbildern der US-Medienswirtschaft orientierten, setzen die Erscheinungsbilder europäischer Programmanbieter inzwischen selbst internationale Standards. Der dadurch entstandene Markt in Europa hat eine Vielzahl von Arbeitsplätzen bei Sendern, Designstudios, (Post-) Produktionshäusern und anderen Unternehmen der Branche geschaffen – Tendenz weiter wachsend.

Eine neue Herausforderung ergibt sich für die elektronischen Medien durch die mobile Bildübertragung der Zukunft. Durch UMTS und andere technische Standards müssen sich Programmveranstalter künftig auch in bisher nicht berücksichtigten Endgeräten – in erster Linie das Handy – positionieren. Da das Design für Film, Fernsehen und Internet hierfür nicht einfach übernommen werden kann, müssen völlig neue Gestaltungslösungen gefunden werden.

Wout Nierhoff, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied von Eyes & Ears of Europe: „Die diesjährige Eyes & Ears Conference hat gezeigt, dass die markenspezifisch differenzierte Ansprache der Zuschauer immer wichtiger wird. Hier liegt noch ein großes Design- und Strategiepotezial im Verborgenen, das es auszuschöpfen gilt. Die unterschiedlichen Positionierungen der Sender bzw. Programme im Wettbewerb müssen zukünftig noch deutlicher herausgearbeitet werden. Dabei müssen Programmverantwortliche, Designer und Marketer noch enger und vor allem mit ganzheitlicher Zielsetzung zusammenarbeiten. Gerade auch im Zusammenhang mit den zukünftigen technischen Herausforderungen - Stichwort mobiler Bildempfang - müssen noch ganz neue Gestaltungslösungen erarbeitet und erprobt werden – für die klassischen Lösungen und die neuen Herausforderungen braucht die Branche nach wie vor hochqualifiziertes Personal.“

Die Eyes & Ears Conference 2001 – NAVIGATION 21 – wurde insbesondere durch RTL Television, Super RTL, CBC Cologne Broadcasting Center, CRAXX Medienproduktion, English&Pocket, Soundscape, Avid und die Stadt Köln ermöglicht.

Das nächste große Veranstaltung von Eyes & Ears of Europe findet am 19. Oktober im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN statt. In der bayerischen Landeshauptstadt werden die Eyes & Ears Awards 2001 für herausragende Leistungen in Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien vergeben. Veranstaltungspartner sind hier ProSieben, cutup, CBC, Giesing Team, Avid und die Medientage München.

Für weitere Informationen, Interview-Wünsche und Ihre kostenlose Presse-Akkreditierung wenden Sie sich bitte an:

Eyes & Ears of Europe –

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

Miriam Sommer (Presse) • Ina Braun (Allgemeine Anmeldungen)

Im Mediapark 5b • D-50670 Köln

Tel.: + 49 (221) 454 3511

Fax: +49 (221) 454 3512,

eMail: info@eeofe.org

<http://www.eeofe.org>