

HOME	REDAKTION	ABO SERVICE	ANZEIGEN	NEWSLETTER	KONTAKT	ARCHIV
NEWS	FACHBEITRÄGE	NEUE PRODUKTE	VERANSTALTUNGEN	PROD.-TELEGRAMM	KLEINANZEIGEN	BRANCHEN-COMP.

Share |    

Sie sind hier: [Home](#) > [News](#) > Einzelansicht

NEWS | VERANSTALTUNGEN : 19.05.2014 Eyes & Ears Conference 2014

In der vergangenen Woche fand in der Kölner Comedia die Eyes & Ears Conference statt, für die der europäische Branchenverband Eyes & Ears of Europe Medienfachleute und Interessierte zum Thema »Capture your Audience« eingeladen hatte.



© Bilder von der Veranstaltung: Eyes & Ears of Europe / Stefan Wenz

Rund 180 Teilnehmer aus Belgien, Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, der Ukraine und Deutschland nahmen an der Veranstaltung teil, 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:

Unter dem Titel »Neuland? – Corporate Design für den 7. Empfang der Filmhochschulen während der Berlinale 2014« stellten Iris Schwarz, Bennet Meyer und Paul Brenner – allesamt Studenten der Filmakademie Baden-Württemberg – 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.

Des weiteren zeigten Dominik Haas, Christian Schmidhalter und Don Schmocker von der Zürcher Hochschule der Künste, wie man in 48 Stunden ein Game für zwei Spieler produziert. Bei »Schlicht – ein atmosphärischer Zwei-Spieler-Puzzle« kontrollieren die Spieler eine Schatten- und eine

Suche 



Ausgabe Mai 2014

- Inhalte dieser Ausgabe
- Probeabo
- Abo

Weitere Ausgaben

Abonnieren Sie unseren Newsletter.

Like!
Ich finde die PP gut
und möchte sie
unterstützen!

Zweispotlerinnen» konzentrieren die Spieler eine Schalen- und eine Lichtkugel. Um die nächsten Levels zu erreichen, müssen die Spieler nicht gegeneinander, sondern miteinander gegen die Störungen im Game spielen.

Außerdem gaben Christian Freitag und Paul Kisten, beides Absolventen der Burg Giebichenstein Kunsthochschule in Halle, einen Einblick in ihr interaktives Projekt »Metaworlds – Eine Brücke zwischen Interaktionsdesign und 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.

Alle Teilnehmer der Eyes & Ears Conference hatten dann vor Ort die Möglichkeit, aus den drei Finalisten ihren Favoriten auszuwählen. Mit dem Eyes & Ears Nachwuchspreis 2014 wurde schließlich – mit freundlicher Unterstützung von Adobe Systems – das Projekt »Metaworlds« ausgezeichnet. Christian Freitag und Paul Kisten erhalten ein zwölfmonatiges Abo der Adobe Creative Cloud. Zudem wurden alle drei Projekte mit der Eyes & Ears Junior Highlights Trophy ausgezeichnet.

Bereits seit Jahren setzt sich Eyes & Ears of Europe für den kreativen Nachwuchs ein und bietet jungen Talenten eine Plattform, um ihre innovativen Arbeiten zu präsentieren. Den Auftakt bei den diesjährigen Eyes & Ears Keynotes machten Emmanuelle Lacaze, Bernard Brechet, Nicolas Famery und Lieven Van Overbeke von der Pariser Design- und 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.

Unter dem Titel »Wie die Always-On-Gesellschaft lebt, spielt und arbeitet« gab Dietmar Dahmen, Spezialist für Branding und 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 altbekannten Mustern denken. Eine weitere Herausforderung für Unternehmen ist, dass Entwicklungen immer schneller werden. Hier gilt es mitzuhalten, um erfolgreich zu sein.

Der Entrepreneur, Writer, Publisher und 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, 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.

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.

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 Veranstaltungssäule im Medienbereich

Conference haben wir eine wichtige Veranstaltungs-Jahre im Medienbereich geschaffen, bei der sich internationale Fachleute aus den unterschiedlichsten Disziplinen austauschen und vernetzen können«, so Kamphausen weiter.
www.eeofe.org

<< zurück

[Anzeigen](#) | [Metadaten](#) | [Kontakt](#) | [Fachbeiträge](#) | [RSS](#) | [Impressum](#) | [Sitemap](#) | [Karriere](#)

copyright 2014 | Professional Production

<http://www.professional-production.de/news/einzelansicht/datum/2014/05/19/eyes-ears-conference-2014/>