NEWS: MEDIENPOLITIK

20 Jahre Eyes & Ears of Europe

Der Medienverband Eyes & Ears of Europe feiert 20. Geburtstag. Seit der Gründung im Jahr 1996 hat sich der Verband für Design, Promotion & Marketing der audiovisuellen Medien weiterentwickelt, etabliert und klar positioniert.

Eyes & Ears of Europe wurde 1996 von Vertretern der Sender RTL, ProSieben, ORF, Sat.1, ZDF, BR, MDR, VIVA, kabeleins, RTL2, DSF (heute SPORT1) und Vertretern von Medienhochschulen sowie Produktionsfirmen gegründet. Kernidee war, sich für die Interessen von deutschen und europäischen TV-Designern, Promotion-Producern, Marketing-Executives und von Multimedia-Gestaltern einzusetzen.

"Am Anfang suchten wir eine Alternative zu der damals sehr USA-/UK-lastigen Promax, etwas für unseren Markt, was unsere Interessen in den Bereichen Design, Promotion und Marketing abdeckt und uns in Europa stärker vertritt und anspricht. So war die Idee für Eyes & Ears geboren", erinnert sich Barbara Simon, Vize-Präsidentin von Eyes & Ears of Europe und seit der ersten Stunde dabei. "Wout Nierhoff kam als Geschäftsführer dazu und hat alles mit extrem viel Leidenschaft und Liebe zu Eyes & Ears voran gebracht und geprägt. Dafür kann der Verein unendlich dankbar sein. Nun lenkt Corinna Kamphausen den Verein - mit gekonntem Charme, Fachwissen und Überzeugung", so Simon weiter.

"Ich freue mich sehr, dass wir in diesem Jahr 20 Jahre Eyes & Ears of Europe feiern können. Dies ist vor allem dem unermüdlichen Einsatz und der Treue unserer Mitglieder und unseres Vorstands zu verdanken. Der Verband ist erwachsen geworden und hat sich vor allem im TV-Markt etabliert. Wir sind die Spezialisten, wenn es um den persönlichen kreativen Austausch, die Aus- und Weiterbildung und Auszeichnungen in den Bereichen Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien geht", sagt Corinna Kamphausen (Foto), CEO von Eyes & Ears of Europe. "In Zukunft werden wir nicht stehen bleiben, sondern - so wie wir es immer getan haben - uns für gute Ideen von Medienschaffenden einsetzen, alle Interessierten weiterbilden, neue Trends im Blick behalten und die Kreativen miteinander vernetzen! Außerdem ist unser Ziel, uns noch bekannter in Europa zu machen und uns zu öffnen für gute Entwicklungen, die im audiovisuellen Bereich entstehen - egal ob es in unserem Kerngeschäft TV, Kino und Radio ist oder aber im wirtschaftlichen Bereich, in der Werbung, im Games-Bereich sowie in Kunst und Kultur", so Kamphausen weiter.

Zum 20-jährigen Jubiläum gibt es hier ein Website-Special mit Fotos, Erinnerungen von Wegbegleitern und der Historie des Branchenverbandes. (5/16)