



## Abschluss- und Trendbericht 25. Corporate Media 2013

6. Dezember 2013

### 25. Corporate Media – Europäische Meisterklasse in Filmakademie Baden-Württemberg geehrt MasterMonitoring: Was sich in der nahen Film- und Medienzukunft tut

**Ludwigsburg/Waiblingen.** Zur Würdigung erster Adressen aus Wirtschaft und Medienwirtschaft hatten die Veranstalter des 25. Meisterwettbewerbes Corporate Media am 6. Dezember 2013 erstmals nach Ludwigsburg in die Filmakademie Baden-Württemberg eingeladen. Mit einer „Best of-Sonderauszeichnung PUBLIC MEDIA“ ehrte Ludwigsburgs Oberbürgermeister Werner Spec das Medien- und Kommunikationskonzept der ProSiebenSat.1 Media AG „Geschäftsbericht 2012“. IHK-Chef Jochen Haller präsentierte die mediale Wirtschaftsstärke und Ziele der Region. Abendliches Highlight wurde der Keynote-Beitrag von Philipp Encz, Head of General Interest Media der Siemens AG, über die Kultur der Wirtschaftskommunikation im internationalen Wettbewerb. Philipp Encz nahm für Jo Kaeser, den Vorstandsvorsitzenden der Siemens AG, die Auszeichnung „Master of Communication Europe 2013“ entgegen. Diese Auszeichnung erhält ein Unternehmen dann, wenn es mit seinen Dienstleistern über die Dauer von fünf Jahren für jährliche mediale und kommunikative Spitzenleistungen ausgezeichnet wurde.

Zur auf den Nikolausabend vorgezogenen Bescherung des Meisterwettbewerbes traf sich eine illustre Auswahl der europäischen Meister auf den Gebieten der Film- und Datenkommunikation. Nach fast 35 Wettbewerbsjahren, davon 25 Jahre rankingfrei mit rund 5.000 individuellen Qualitätsanalysen, ist Corporate Media so etwas wie eine Leitplattform des europäischen Media-Controllings geworden. Auf kommunikationswissenschaftlicher Basis von „Purpose Information“ werden in den Medienclustern „Corporate Media“, „Public Media“ und „Science Media“ die Medien- und Kommunikationswirkung untersucht. Komplexe Medien- und Kommunikationskonzepte gehören ebenso dazu wie Netzlösungen, Tools - und natürlich Filme. Aus dieser Tätigkeit heraus haben sich zahlreiche Impulse und Anforderungen an die Wirtschaft, die Medienwirtschaft und insbesondere die Lehre ergeben. Corporate Media hat zur Veränderung der institutionellen Medien- und Berufswelt beigetragen und ist wiederum von dieser Entwicklung geprägt worden. Zwei gegensätzliche Extreme erreichten diesmal die höchste Bewertung: Der Profi „facts and fiction“ für „Did you know?“ der Bayer AG und der Nachwuchs-Einreicher und Absolvent der Filmakademie Baden-Württemberg „DOMAR Film“ für „Im Himmel braucht man kein Gepäck“ der Deutschen Stiftung für Organtransplantation. Bei den komplexen Konzepten glänzten die crossmediale Kampagnen „Träumen Sie mit uns“ für das Hospiz Balthasar von der Meavision Media GmbH, das Standortprojekt „Luxemburg's new charm offensive“ vom BCE Broadcasting Center Europe, der Online Geschäftsbericht 2012 von ProSiebenSat.1 und die App-Lösung zur Ausstellung „The American Way. Die USA in Deutschland“ der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Den Regiepreis erhielt Klaus Naumann für „E-ZUBIS“. Spitzenreiter unter den Auszeichnungen waren diesmal zwei Unternehmen: je zwei Excellenzen und ein Master gingen für Lösungen für Bayer und Lanxess an facts and fiction; mit einem „Excellence“ und zwei Mastern für Filme für BMW und MAN sowie weiteren Auszeichnungen wurde Naumann Film geehrt.

Der über mehrere Jahre nicht vergebene Master-Award für das besondere Engagement im Bereich der Marktqualifizierung wurde 2013 zweimal vergeben: Für seine rund 20jährige Tätigkeit als Berater, Journalist, Lehrender und Jury-Sprecher wurde Jürgen Faust ausgezeichnet. Wolfgang Jo Huschert, Vorsitzender des Bundesverbandes Deutscher Film- und AV-Produzenten e.V. wurde für seine jahrzehntelange Tätigkeit sowohl in zahlreichen Filmwettbewerben wie für Förderung des institutionellen Filmschaffens der gesamten Branche gewürdigt. Wolfgang Lanzenberger, fasste in 2013 den Jury-Bericht zusammen. Lanzenberger ist mit Prof. Dr. Michael Müller, Hochschule der Medien, Stuttgart, Autor der Leitpublikation „Unternehmensfilme drehen – Business Movies im digitalen Zeitalter“.

## MasterMonitoring

Die neue Medien- und Kommunikationsgesellschaft fordert ihren Tribut. Der Umbruch in der Medienwirtschaft lässt seit Jahrzehnten keinen Stein auf dem anderen. 2013 konnte den gemeldeten Medien, Filmen, Konzepten und Tools noch komplexere und durchdachtere Kommunikations- und Verwendungsgrundlagen attestiert werden. Corporate Media zeigte sich einmal mehr auch als potentieller Lernort für Wirtschaft, Professoren, Medienexperten und Studenten.

Kommunikationsziele, mediale Vernetzungsstrategien, Nutzenstiftung und kreative, meist storybasierte Reize sorgen für Konstanz in der von Schlagworten geprägten „Social-Media-Welt“. Noch mehr Mobilität verlangt noch mehr medialen Zuschnitt und Zeitreduzierungen – unter Aufrechterhaltung zielführender Informationsinhalte. Zumindest in der Tiefe von Kommunikationsprozessen. Mit diesen Ansprüchen und Entwicklungen sind sowohl die Lehre, die Kommunikatoren und deren Dienstleister konfrontiert. Alle zusammen stehen am Anfang ganz neuer handwerklicher Techniken – jedoch fundiert durch neue herausragende Arbeitskenntnisse der letzten Jahre. Unsere speziellen Film-Beobachtungen:

### Die Filme werden weiblicher

Mehrere Filme arbeiten mit weiblichen Sprechern (das ist neu!), sie sind leiser im Tonfall, weniger aggressiv, durchweg sympathischer – es scheint, dass es in der Tonalität der Filme zunehmend auf den „Wohlfühlfaktor“ ankommt – plumpe, eindimensionale Anpreisungen gehören der Vergangenheit an – ein Indiz für die zunehmende Professionalisierung von Corporate Media-Lösungen.

### Die Tonspur wird wichtiger

Der Ton macht die Atmosphäre eines Filmes – das weiß jeder Filmemacher, aber nicht jeder Auftraggeber. Während in früheren Jahren häufig die schlechte Musikauswahl von der Jury bemängelt wurde, scheint dieses Manko nun überwunden zu sein. Wir sehen, nein: wir hören heute: stimmige Klang-Kollagen in perfekten Abmischungen, effektiv austarierte Bild-Ton Bezüge und eine Filmmusik, die „Lust auf mehr“ macht.

### Die Filme sind kurz und lang zugleich

Hektische Sequenzen, ein Feuerwerk an kurz-und-klein gehackten und beliebig zusammen gestellten Bildern gehören der Vergangenheit an. Heute bleiben die Bilder auch mal länger stehen. Die Symbolkraft der Bilder wird ausgekostet. In der Montage wird durchwegs sensibler mit Rhythmus und Tempo umgegangen. Die Filme wirken dadurch intensiver.

### Die Filme werden grafischer

Immer mehr Filme und Medien setzen auf grafische Lösungen – etwa, wenn es darum gehen soll, einen einheitlichen Look zu erzeugen (Beispiel: Euromicron von Intervideo). Grafik ist oftmals viel mehr als schmückendes Beiwerk: Grafik wird zur Botschaft, wenn sie virtuos eingesetzt wird – etwa dann, wenn die Unternehmensgeschichte in Form eines dreidimensionalen Zeitstrahls gezeigt wird (Bayer). Auch die Erklärgrafiken befinden sich im Aufwind (Kaffeemaschine, Enzyme vom FWU). Demgegenüber scheinen die „Kamerakünste“ das vorläufige Ende der Fahnenstange erreicht zu haben. Hier war in den letzten Jahren das Niveau bereits sehr hoch. Die Jury fragt sich: Was kommt nach dem atemberaubenden Kranflug im Gegenlicht über das Brückengeländer? (Naumann-Film)

### Das Abspielmedium gewinnt an Bedeutung

Filme, die auf einer Großveranstaltung laufen (Bayer), müssen anders sein als Filme, die für's Internet konzipiert sind. In diesem Jahr wird durchwegs sensibler mit dem Thema „Abspielmedium“ umgegangen. Die Funktionalitäten des Internets mit den schnellen Zugriffs- und Interaktionsmöglichkeiten werden voll ausgeschöpft (ProSiebenSat.1).

### Entwicklungs-Potentiale sieht die Jury vor allem im Buch!

- Wo sind die gänzlich anderen Unternehmensfilme?
- Welche Geschichten, außer den „Erfolgsgeschichten“ könnten noch erzählt werden?
- Als Zuschauer würde man gerne „mehr überrascht“ werden. Das würde dem Genre gut tun ...
- Auch würde man sich an der ein- oder anderen Stelle einen gehaltvolleren Kommentartext wünschen

---

Die charmante Angela Fröncke, coach for acting and movements, führte auch 2013 durch den Abend. Die Ablaufregie hat in diesem Jahr der Filmakademie-Dozent Harald Grubele, Vi-Motion, übernommen. Den zweiten Höhepunkt nach der Preisverleihung setzt die MediaNight für Kontakte und Gespräche. Fred Oed, der mit den TC Studios und größten Auftraggebern Jahrzehnte ein mediales übernationales Aushängeschild mit Ludwigsburger Wurzeln, war, sorgte diesmal mit seinem Brauhaus Ludwigsburg für die Abendbewirtung. **Das neue Leitthema für den 26. Meisterwettbewerb Corporate Media 2014 lautet: „Leidenschaften schaffen“.** Adressen, Filmdatenbanken, Programm und Online-Anmeldungen finden sich unter [www.corporate-media-masteraward.com](http://www.corporate-media-masteraward.com).

**The finest European Masterclass - Die Master-Preisträger**  
**25. Corporate Media 2013 – 6.12.2013**  
**MasterGallery und Preisverleihung in der Filmakademie Ludwigsburg**

member of the european  
**masterclass**



<b>"MASTER OF EXCELLENCE" für filmische Programme</b>				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
2001	DVD	Feel the drive – Webasto Markenfilm	Medien Manufaktur GmbH	Webasto SE
2004	DVD	150 Jahre Bayer – "Science For A Better Life"	facts and fiction GmbH	Bayer AG
2006	DVD	Animatic "Did you know?"	facts and fiction GmbH	Bayer AG
2009	DVD	EUROMICRON Next Generation Solutions	Intervideo Filmproduktion GmbH	EUROMICRON AG
5001	DVD	E-Handwerk: E-ZUBIS	Naumann Film GmbH	ArGe Medien im ZVEH GbR (Agentur Norman Rosenke)
6001	DVD	Im Himmel braucht man kein Gepäck	DOMAR Film GmbH	Dt. Stiftung Organtransplantation/Stiftung FÜRS LEBEN

<b>"MASTER OF EXCELLENCE" für medien- und eContentgestützte Kommunikationskonzepte</b>				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
K001	Konzept	Crossmediale Kampagne „Träumen Sie mit uns“	Meavision Media GmbH	Meavision für Kinder- und Jugendhospiz Balthasar
K002	Konzept	App zur Ausstellung „The American Way. Die USA in Deutschland“	Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland	Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland
K003	Konzept	Online Geschäftsbericht 2012	ProSiebenSat.1 Media AG	ProSiebenSat. 1 Media AG
K004	Konzept	Luxembourg's new charm offensive - Trilogie -	BCE Broadcasting Center Europe	Pressestelle

<b>"AWARD OF MASTER" für filmische Programme</b>				
Nr.	Träger	Titel	Einreicher	Auftraggeber
1001	DVD	SIEMENS TIA PORTAL LAUNCH EVENT 2013 - 3D Film	KUK Filmproduktion GmbH	Siemens AG Industry Sector Industry Automation Division
1004	DVD	BMW Teleservices „A little Extra“	Naumann Film GmbH	BMW AG
1005	DVD	Schindler 3300: The liberty to create	Seed Audio-Visual Communication AG	Schindler Management Ltd.
2002	DVD	Lanxess „Leichtbau“	facts and fiction GmbH	Lanxess Deutschland GmbH
2005	DVD	ebm-papst Unternehmensfilm	emenes GmbH	ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG
3002	DVD	Luxembourg's new charm offensive	BCE Broadcasting Center Europe	Pressestelle
3003	DVD	The Meeting	Antonio Lenzen	struktur AG
3004	DVD	MAN Traktion	Naumann Film GmbH	MAN Truck & Bus AG
4001	DVD	PostFinance Visionsfilm	Seed Audio-Visual Communication AG	PostFinance AG
8001	DVD	ENZYME	FWU Institut für Film und Bild	FWU Institut für Film und Bild
9001	DVD	Master of Tides	Maximilian Film GmbH	Siemens AG/Frieder Sandel

<b>„Auszeichnungen für Master-Bestleistungen“</b>	<b>Auszeichnung an</b>	<b>Schirmherren</b>
<b>Master of Communication Europe 2013:</b>	Siemens AG	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Public Media:</b> Geschäftsbericht 2012 Netz	ProSiebenSat. 1 Media AG	Stadt Ludwigsburg
<b>Beste Public Information-Lösung:</b> Im Himmel braucht man kein Gepäck	DOMAR Film GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Corporate Presentation:</b> 150 Jahre Bayer Science For A Better Life	facts and fiction/Bayer AG	EMC European Masterclass Community*
<b>Bestes mediengestützt. Kommunikationskonzept:</b> Crossmediale Kampagne „Träumen Sie mit uns“	Meavision Medien GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Bestes Konzept Science and Media Art:</b> App zur Ausstellung „The American Way. Die USA in Deutschland“	Stiftung Haus der Geschichte Bundesrepublik Deutschland	EMC European Masterclass Community*
<b>Bestes mediengestütztes Standortkonzept:</b> Luxembourg's new charm offensive – Trilogie	BCE – Broadcasting Center Europe	EMC European Masterclass Community*

„Auszeichnungen für Master-Bestleistungen“	Auszeichnung an	Schirmherren
<b>Bestes Konzept/Drehbuch:</b> EUROMICRON Next Generation Solutions	Frank Sidenstein, Intervideo Filmproduktion GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Kreativleistung:</b> Animatic “Did you know?”	facts and fiction GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Regie:</b> E-Handwerk: E-ZUBIS	Klaus Naumann, Naumann Film GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Bildgestaltung:</b> Schindler 3300: The liberty to create	Seed Audio-Visual Communication AG	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Kameraführung:</b> Feel the drive – Webasto Markenfilm	Timothy Ruhstorfer, Medien Manufaktur GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Beste Lichtführung:</b> MAN Traktion	Naumann Film GmbH	EMC European Masterclass Community*
<b>Bestes Bildungsprogramm:</b> ENZYME	FWU Institut für Film und Bild	EMC European Masterclass Community*
<b>Bester Schnitt:</b> Luxembourg’s new charm offensive	BCE – Broadcasting Center Europe	EMC European Masterclass Community*

\*FAC Fördergemeinschaft Audiovisual Communication

„Jury- und Sonder-Auszeichnungen für herausragende Leistungen“		
<b>Beste mediengestützte Markenstrategie:</b> Siemens EQ.8// Präzision, die man schmeckt. Geschmack, den man sieht	PictureElements Filmproduktion Mediendesign GmbH	Bundesverband Deutscher Film- und AV-Produzenten e.V.
<b>Beispielhafte 3D-Anwendung:</b> SIEMENS TIA PORTAL LAUNCH EVENT 2013 3D	KUK Filmproduktion GmbH	Jury/EMC European Masterclass Com.*
<b>Award of Master für herausragende Leistungen zur Marktqualifizierung:</b>	Jürgen Faust, Faust Medien Wolfgang Jo Huschert, Film+Medien	Veranstalter/FAC*/EMC

"AUSZEICHNUNG FÜR HOHEN STANDARD" für filmische Programme			
Nr.	Titel	Einreicher	Auftraggeber
1002	S-Combine: Ein neuer Meister	Filmhochdrei	John Deere GmbH & Co. KG
1003	Siemens EQ 8 // Präzision, die man schmeckt. Geschmack, den man sieht	PictureElements Filmproduktion Mediendesign GmbH	Siemens Elektrogeräte GmbH
2003	“CUT!” Dachser Imagefilm	PI-spirit Produkt. International GmbH	DACHSER GmbH & Co. KG
2006	Klasmann-Deilmann Unternehmensfilm	Telemaz Corporate GmbH	Prahl_Recke (Agentur), Klasmann-Deilmann (Kunde)
2008	Immer einen Schritt voraus	Sidenstein Medien GmbH	Duran Group GmbH
3001	Zahnpflege bei Vampiren	Pionierfilm GmbH	Zentrum für moderne Zahnheilkunde Neustadt
9001	150 Jahre Bayer – „Science For A Better Life“	facts and fiction GmbH	Bayer AG
9002	Animatic “Did you know?”	facts and fiction GmbH	Bayer AG

**IFPA-Award (Medienethik): Globus-Fachmärkte (AlphaTecc Weinstadt)** Informationen siehe Einladung 2013

Mehr Informationen ab 07.12.2013 abrufbar unter Mediengalerie/Fotogalerie: [www.corporate-media-masteraward.com](http://www.corporate-media-masteraward.com).