

AUSGABE 01 · 2014 · NR. 2 · INTEGRATED TV & VIDEO ASSOCIATION DEUTSCHLAND E. V.

ITVA-PRESS

ITVA-AWARD 2013/2014

ALLE PREISTRÄGER · ALLE KATEGORIEN

[SEITE 8 - 26]

ITVA HIGHLIGHTS AUS 30 JAHREN
IM DIENSTE DER QUALITÄT

[SEITE 27 - 28]

GAMEBASED LEARNING

[SEITE 29 - 30]

WER ODER WAS IST DER ITVA?

[SEITE 32]



P A T ' 80 - Programmierter Arbeitstisch 1980 -
Der Arbeitsplatz der Zukunft

VIELEN DANK DEN SPONSOREN DER ITVA-PRESS:

NOVADEX GMBH

ITYGO-SHOPPING

DIDAKTECH E.K.

BRIGHTCOVE

LINE ZWO AGENTUR



Die fortschrittlichste Plattform für Video-Hosting und sicheres HD-Streaming



PLAYER FÜR ALLE
ENDGERÄTE



UMFASSENDE
ANALYTICS-DATEN
UND MESSWERTE



INTEGRIERBAR
IN VORHANDENE
WEB-TECHNOLOGIEN

Laden Sie unter folgendem Link Ihr kostenfreies
“Content Marketing Best Practices“-Forschungspaket herunter
brightcove.com/ITVA-Award

TAUSENDE VON MARKETERN UND MARKEN VERLASSEN SICH AUF BRIGHTCOVE

ZEIT ONLINE



BOSS



otto group



swatch



Vogel Business Media

CITRIX

sky

Brightcove Inc. (NASDAQ: BCOV), ein führender globaler Anbieter von Video Cloud Services, bietet eine Produktfamilie, die die Videobereitstellung durch Organisationen revolutioniert. Zum Produktportfolio des Unternehmens zählen Video Cloud, die marktführende Online-Video-Plattform, Zencoder, ein führender cloudbasierter Service zur Medienverarbeitung und Anbieter von HTML5-Video-Player-Technologie, sowie Once, cloudbasierte Services für Anzeigeneinfügung und Video-Stitching. Insgesamt vertrauen mehr als 6.300 Kunden in über 70 Ländern bei der Erstellung und Bereitstellung außergewöhnlicher Videoerlebnisse auf PCs, Smartphones, Tablets und internetfähigen Fernsehern auf die cloudbasierten Contentdienste von Brightcove. Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://www.brightcove.com>.

Vorwort

Herzlich willkommen zur zweiten Ausgabe der „ITVA Press“, dem, offiziellen Kommunikations-Organ des Verbands!

Wir feiern mit der ITVA Award Gala nicht einfach „noch eine“ Gala, sondern haben in mehrfacher Hinsicht ein Jubiläum:

Der ITVA-Verband Deutschland hat nun 30 Jahre Geschichte mit seinen Mitgliedern und Award-Teilnehmern ein wenig mitgeschrieben, und wir verleihen dieses Jahr zum 20. Mal die ITVA-Awards.

Gelegenheit, einen kleinen Rückblick zu wagen, aber auch einen Rückblick aus dem Jahre 2044.

Wieder haben Sie durch Ihre Einreichungen Leben in den Award gehaucht - und wir können sagen: Da war richtig Musik drin.

Der ITVA-Award wird immer vielseitiger, und wir tragen damit der Verschmelzung interaktiver Medien mit gestalterischen Disziplinen - zum Beispiel in einer funktionalen Benutzeroberfläche - Rechnung.

So konnten wir dieses Jahr die herausragenden Einreichungen im Bereich Interaktive Medien nur schwerlich miteinander vergleichen.

Beispielsweise ist es kaum möglich, eine Cloud-Lösung für crossmediale Kommunikation mit einem Computerspiel zu vergleichen.

Die preiswürdigen Einreichungen haben dann konsequenterweise in ihrer jeweiligen Disziplin den Sonderpreis bekommen.

Trotz allem technischen Fortschritt hat sich einmal mehr erwiesen, dass die guten Produktionen alle auf solidem „Handwerk“ basieren.

Genauso wie eine Microsoft Word Installation mit 500 installierten Schriften den Benutzer noch lange nicht zum Satz-Spezialisten qualifiziert, so sind günstigere oder leistungsfähigere Filmkameras oder filmtaugliche Digitale Fotokameras noch lange kein Freibrief für gute Aufnahmen. Das ist beruhigend und gibt Hoffnung, dass neben viralen Youtube-Formaten Qualität bestand hat.

Auch die Themenauswahl in unserem Award war wieder faszinierend: Angefangen bei einem wirklich geglückten Spot zur Organspende über großes Gerät und Millimeter-genauer Präzision beim Einsetzen einer riesen-Weiche beim Gotthard-Durchstoß in Sedrun, bis hin zu Wassermengenzähler und den 3D-Produktionen für Siemens Steuerungstechnologie und „Die Höhle der Toten“ uvm.

Die diesjährigen Einreichungen haben uns auch einmal mehr verdeutlicht, dass zu sehr guten Produktionen ein innovationsbereiter Auftraggeber gehört. Ohne diese Zusammenarbeit, das Material, die Beratung, die Anregung für das Filmteam sind solche Spitzenproduktionen gar nicht denkbar.

Die beworbenen Produkte und Dienstleistungen sind oft so komplex und erklärungsbedürftig - auch für die Filmemacher, dass eine erfolgreiche Arbeit ohne Mitwirkung des Auftraggebers gar nicht möglich ist.

Wie die Disziplinen in einer Produktion fusionieren zeigt auch ein ganz besonderer Dokumentar-Clip, die Produktion „DTM Orchestra“, der Rückblick von 2012 auf die Deutsche Tourenmeisterschaft.

Hier gibt es nämlich gleich zwei Orchester die spielen und miteinander verwoben sind: das klassische Orchester, das eine getunte Version von Dvoráks 9. Symphonie - Aus der Neuen Welt - grandios spielt, und die Rennwagen auf dem Ring.

So ein visuelles und zugleich akustisches Spektakel rund um Motorsport gab es bisher selten.

Auch die Qualität in den „jungen Disziplinen“, interaktive Medien und 3D-Film wächst nicht nur beim ITVA Award.

Ein besonderes Augenmerk hat unser Sonderpreis Cloud-Lösung verdient. Die nervige Missinterpretation von Cloud als „Ihr super toller Datenspeicher im Netz“ treibt die Akzeptanzrate von Clouds, insbesondere in Deutschland, auf Tiefststände. Das erklärt sich auch dadurch, dass es in Zeiten, in denen ich mir für unter 100 Euro 2 TeraByte Festplatte anschaffen kann, keine Knappheit an Datenspeicher gibt.

Interessanter werden Clouds, die einen Service bieten, mit dessen Hilfe ich Probleme und Aufgabenstellungen lösen kann, die ansonsten hohe Software-Anschaffungskosten nach sich ziehen würden, oder Cloud-Lösungen, die es auf dem eigenen Rechner installiert so gar nicht geben kann, da verschiedene Services und Dienste im Web miteinander kombiniert werden. Die 3D-Filmeinreichungen zeigen auch eine gute Entwicklung:

Viele Fehler der Anfangszeit von 3D-Stereoskopieaufnahmen sind ausgemerzt. Wurden zu Beginn des Genres noch teils verdeckte Linien angezeigt, so sind unsere Einreicher auf einem Niveau angekommen, das Lust auf mehr macht.

Der ITVA wird sich ebenfalls weiterentwickeln und sowohl die neuen Technologien im Film-Sektor, aber auch im IT-Bereich begleiten.

Außerdem wollen wir noch mehr zum Service-Knotenpunkt für Sie werden.

Dazu sind weitere Schritte für den Ausbau unserer Webaktivitäten geplant, aber auch eine bessere Vernetzung von potenziellen Auftragnehmern und Auftraggebern.

Und nicht zuletzt werden wir daran arbeiten, unsere große Stärke auszubauen: Als Gütesiegel in den Branchen

Herzlichen Dank für Ihr Interesse, bleiben Sie uns gewogen. Und erlauben Sie mir noch den kleinen Hinweis, falls Sie noch kein Mitglied bei uns sind: Auf Seite 33 in diesem Heft finden Sie ein Formular mit der Beitrittserklärung.

Mit herzlichen Grüßen aus dem Vorstand

Matthias Ditsch (Präsident)
Roman Müller (Vize-Präsident)
Karlheinz Gelhardt (Schatzmeister)

Inhalt

ITVA e.V.

Vorwort	3
Brief aus dem Vorstand	5
Impressum	7

ITVA-Award

Die Preisträger im Überblick	8-9
Prinzipien von Qualität bleiben die selben	10
Die Kategorien	10
Die Sieger	10-26

ITVA e.V.

Highlights aus 30 Jahren ITVA	27-28
--------------------------------------	--------------

Szene-News

Gamebased Learning - können und wollen wir uns das leisten?	29-30
--	--------------

ITVA e.V.

Wer oder was ist der ITVA?	31
Der Award 2015: 21. ITVA Award	32
Antrag auf ITVA Mitgliedschaft	33
Historie: Cover der Bildplatte zum 1. ITVA Award 1984	34
Foto-Seite: Ehemalige Präsidenten, Vorstände und Förderer	35



ITVA-Vorstand (v.l.):
 Matthias Ditsch
 Roman Müller
 Karlheinz Gelhardt

Brief aus dem Vorstand

30 Jahre ITVA - und 20. ITVA Award Verleihung --- das ist in dieser schnelllebigen Zeit eine bemerkenswerte Kontinuität, die wir an den Tag legen konnten.

Es stellen sich einige Fragen: Wo liegt das Erfolgsgeheimnis? Sind wir zufrieden mit dem Stand, den wir erreicht haben? Wo stehen wir in 30 Jahren?

Ein Erfolgsgeheimnis gibt es nicht. Es sind vielmehr immer wieder Leute im Verband gewesen, die mit Engagement ein Zuhause für die Kreativwirtschaft im Corporate Film-Bereich gebaut haben.

Aber wahrscheinlich der entscheidende Faktor, der den Verband auch durch rauhe See geleitet hat, war das gemeinsame Interesse an Qualität.

Der ITVA Award ist dafür das beste Zeichen, denn dieser setzt immer wieder Messlatten und führt zu Austausch unter Teilnehmern untereinander und Auftraggebern.

Sind wir zufrieden mit unserem heutigen Stand des Verbands?

Wir im Vorstand können damit wohl am ehesten mit einem „Ja, aber“ antworten.

Der Award hat an seiner Qualität nicht eingebüßt, die Mitgliedszahlen bleiben konstant.

Dennoch müssen wir als Verband noch mehr ein Verband für die gesamte Kreativbranche werden.

Denn auch ein Computerspiel enthält inzwischen Filmszenen und oft hochwertige Bildkomposition. Und Webauftritte werden häufig zu wahrlichen Feuerwerken an IP Channels.

Das Bewegtbild als Kern unseres Verbandes umfasst heutzutage bereits ein breites Spektrum. Die Interaktiven Medien sind in vielfältiger Weise ein Thema für den ITVA.

Einerseits wollen wir zukünftig noch mehr als heute ein Gütesiegel auch in diesem Bereich darstellen. Andererseits wollen wir aber auch unseren Mitgliedern Technologie zugänglich machen, die sie in ihrem täglichen Gebrauch gewinnbringend einsetzen könnten. Bei diesem Technologietransfer sind wir als Vorstand allein freilich überfordert.

Deshalb werden wir in den nächsten Jahren immer wieder Anbieter und Anwender ins Boot holen, um aktuelle Informationen, Demos etc. für unsere Mitglieder aufzubereiten.

Großprojekt für 2014 ist der Ausbau unseres Webangebots. Dabei geht es nicht darum, nur die Außenwirkung zu verbessern, sondern auch um den Aufbau einer ganzen Sammlung an Webservices, die Mitglieder dort testen können, oder sich auch für einen kleinen Unkostenbeitrag „einmieten“ können.

Denn warum soll zukünftig noch jeder selbst sämtliche Webinfrastruktur und Software-Sammelsurium vorhalten müssen?

Warum soll es nicht auch Dienstleister aus dem ITVA geben, die dort schnell buchbar bestimmte Aufgaben erledigen können?

Erster Schritt hierbei wird ein „Who is Who“ sein, damit jeder rasch selektieren kann, was für Kompetenzen welches ITVA Mitglied und ITVA Award Teilnehmer einbringt.

Nächster Schritt wird ein Veranstaltungskalender, in den jedes Mitglied interessante Veranstaltungen eintragen kann.

Dann wird als nächstes der „Spatenstich“ für die Creative Cloud des ITVA gemacht:

Es werden mehrere Content Management Systeme und Plattformen (z.B. Lernplattformen) auf einem Server zur Verfügung gestellt, womit Sie Tests für eine Systemauswahl vornehmen können.

Wir sind in Gesprächen mit der IBM, innerhalb der IBM Cloud eine Render-Farm zu installieren, mit der Sie dann in kürzester Zeit Ihre Produktionen rendern könnten.

Über Konditionen und einzusetzende Software ist noch zu beraten, aber wir halten das für eine spannende Option.

Bleibt uns noch, Dank auszudrücken an die Einreicher beim ITVA Award und an alle Mitglieder und Unterstützer des Vereins!

Wir sind dankbar für jegliche, konstruktive Kritik, für Anregungen und Ideen und Fragen jedweder Art.

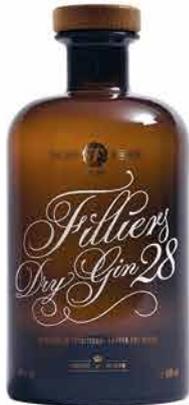
Wenden Sie sich damit an uns und helfen Sie uns, den Verband noch attraktiver für Sie zu machen.

In diesem Sinne grüßen Sie herzlichst

Matthias Ditsch (Präsident)
 Roman Müller (Vizepräsident)

ITYGO

GOLF / SHOP



Bei ITYGO finden Sie besondere Angebote aus den Bereichen

>> Fashion

>> Weine & Spirituosen

>> Golf



Der zuverlässige Online Shop mit fairen Preisen und freundlichem Service schnell zu Ihnen nach Hause geliefert (kostenfrei ab € 100,- Bestellwert)

www.itygo.com

Impressum

ITVA-Press - das offizielle Verbandsmagazin
der Integrated TV & Video Association e.V.

www.itva.eu

Redaktion (Postanschrift):
Ulrichstr. 12 | 71672 Marbach
Tel. +49-7144-8839-04
r.mueller@itva.eu

Herausgeber und Chefredaktion:
Roman Müller (verantwortlich)
Tel. +49-7144-8839-04
r.mueller@itva.eu

Autoren:
Roman Müller (rm)

**Mit Kürzel / Namen angegebene Artikel entsprechen
nicht zwingend der Meinung der Verbandsvertreter.**

Fotos:
Aus verschiedenen Archiven
G. Dotzler u.a.
Screenshots: Copyright bei den Auftraggebern!
Roman Müller

Geschäftsstelle: ITVA/Verlag
c.o. INFINITE GmbH
Drygalski-Allee 118/App.1216 | 81477 München
Tel: +49-89-8560.999-3
info@infinite.de
www.infinite.de

Verbandsleitung:
Matthias Ditsch (Präsident)
Roman Müller (Vize-Präsident)

Auflage dieser Ausgabe: 2000

Anzeigenleitung:
Roman Müller

Layout & Gestaltungskonzept:
Bildmedien Walter Amos Müller, Dresden

Reinzeichnung: didaktech e.K.
www.didaktech.de

**Media-Daten: Bitte schauen Sie für die Anzeigen-
preise auf unsere Website www.itva.eu/itva-press**

Urheber- und Verlagsrecht:

die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme des Manuskripts gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig.

In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom Verlag oder von mit diesem kooperierenden Dritten geführt werden. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. (030) 28493-0 oder www.presse-monitor.de.

Gebrauchsnamen

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen und dgl. in dieser Zeitschrift berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen ohne weiteres von jedermann benutzt werden dürfen; oft handelt es sich um gesetzlich geschützte eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind.

© ITVA e.V. 2014

Die Preisträger im Überblick

Kategorie:	1. Verkaufsförderung, Marketing (+ Schulung, Training, Information)	Einreicher	Auftraggeber
Gold	Im Himmel braucht man kein Gepäck	DOMAR Film UG	Aktionsbündnis Fürs Leben
Silber	Schaumaier „One night stand“	Spreadfilms Traunstein	Schaumaier Recycling
Bronze	Crossmedia-Kampagne „Träumen Sie mit uns“	Meavision Media GmbH	Kinderhospiz Balthasar
Bronze	BMW Teleservices „A little Extra“	Naumann Film	BMW AG

Kategorie:	2. Corporate Image	Einreicher	Auftraggeber
Gold	ELO Schutze & Chef	Fabrikfilm GmbH	ELO Digital Office GmbH
Silber	Schleiles Heim - Miete in Bab	KÖNIGSFILM	Stuttgarter Wohnungsbaugenossenschaften
Bronze	25 Jahre Blue Byte Corporate Film	wildcard communications	Blue Byte Corporate Film
Bronze	Fitline Dobermann	Fabrikfilm GmbH	Fitline
Bronze	BMW Online Features	BMW	TVT Film

Kategorie:	3. Dokumentation (wissenschaftlich, kulturell, technisch)	Einreicher	Auftraggeber
Gold	DTM Orchestra	wige Creations By Lauterbach	DTM
Silber	European Inventor Award 2013 - Videos	Exponent 3 GmbH	European Patent Office
Bronze	Mission Millimeter	KÖNIGSFILM	Arge Fahrbahn Transtec Gotthard

Kategorie:	4. TV/Kino /Trailer	Einreicher	Auftraggeber
Gold	Mach ne Ausbildung - Planet der Denker	Reklame-FX GmbH	Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg
Silber	E-Handwerk - E-Zubis	Naumann Film GmbH	ArGe Medien im ZVEH GbR
Bronze	DREWAG - Ein starkes Team	DREWAG	Dresdener Stadtwerke

Kategorie:	5. Forschung und Entwicklung	Einreicher	Auftraggeber
Silber	Faszination Forschung	AVANGA Filmproduktion GmbH & Co. KG	Helmholtz-Zentrum Dresden
Bronze	Elektromobilität Baden-Württemberg	Prestige Film	e-mobil BW GmbH

Kategorie:	6. Interaktive-Anwendungen und IPTV-Projekte	Einreicher	Auftraggeber
Sonderpreis	Interaktive Anleitung Mercedes	Feldmann media Group	Daimler AG
Sonderpreis	Cloud Service LetterMaschine	Novadex GmbH	Novadex GmbH

Sonderpreis	Game Brothers - A Tale of Two sons	505 Games GmbH	505 Games GmbH
Sonderpreis	Das Erste Augmented Reality Tatort & Polizeiruf 110	Schreiber&Friends/Progressive GmbH	ARD

Kategorie:	7. Medieneinsatz bei Events, Veranstaltungen und Incentives		
Gold	MAN - Traktion	Naumann Film GmbH	MAN AG
Silber	150 Jahre Bayer - Science for a Better Life	facts and fiction GmbH	Bayer AG
Bronze	Animatic „Did you know“	facts and fiction GmbH	Bayer AG

Kategorie:	8. Non-commercial / Video Kunst		
Gold	Bad Wilhelmshöhe retten	KÖNIGSFILM	Wilhelmshöhe
Silber	SILESTRA	sixtsense - Stefanie Sixt	
Bronze	Europa in der Welt	Fuse Integrierte Kommunikation und Neue Medien GmbH	Auswärtiges Amt

Kategorie:	9. Design in Motion / Postproduktion		
Gold	The Sixt History	line zwo werbeagentur gmbh	Sixt GmbH & Co. Autovermietung KG
Silber	iPiontstore_Werbefilm	Spreadfilms Trauenstein	iPoint Store GmbH
Bronze	ProMinent - Die neue Sigma Baureihe	Lakritz. Film GmbH	Prominent

Kategorie:	11. P.O.S. (Point of Sale)		
Gold	Gardena Wassermengenzähler	LAKRITZ.Film GmbH	GARDENA GmbH

Kategorie:	12. Stereo3D		
Silber	Siemens TIA Launch Event 2013	KUK Filmproduktion GmbH München	Siemens AG
Silber	Verborgene.Welten.3D - Die Höhlen der Toten	Blue Note Productions Flim & TV GmbH	

think outside the box!

Hoffnungsträger **0'14**

CORPORATE DESIGN//LOGOENTWICKLUNG//GESCHÄFTSAUSSTATTUNG// VERPACKUNGSDESIGN//CORPORATE PU
 KATALOGE//FIRMENBROSCHÜREN//MITARBEITERZEITSCHRIFTEN//GESCHÄFTSBERICHTE//INTERNETAUFTRITTE
 WERBUNG//ANZEIGEN//PLAKATE//RADIO//TV//MEDIENPRODUKTION//FOTOGRAFIE//POSTPRODUCTION//GRAFI
 DESIGN//ILLUSTRATION//STORYBOARDS//3-D ANIMATION ...

line zwo agentur für kommunikation & design | +49 (0) 2204 - 40 44 90 | www.linezwo.de

.line*zwo

Qualität funktioniert in jeder Disziplin - Seit 30 Jahren und mehr!

Der ITVA begleitet die Branche nun seit 30 Jahren mit dem 20. IT-Award.

Was ist alles geschehen in diesen Jahren! Die Technologien begannen meist als Hilfe für bisherige Prozesse in Aufnahme, Cutting usw.

Doch mittlerweile sind die einstigen Hilfen mehr als das! Sie ermöglichen ganz neue Ausdrucksformen. Digital ist eben nicht gleich digital.

Doch trotz aller Neuerungen bleibt eines deutlich: Qualität im Handwerklichen im Umgang mit filmischen Mitteln, ein solides Storyboard, eine durchtachte Kameraführung sowie gute Schauspieler und authentische Dokumentations-Mittel führen auch im digitalen Zeitalter zu guten Ergebnissen.

Effekt-Haschende Postproduktionstools mögen zwar kurzfristig beeindruckend, aber nicht wirklich funktionieren. Dazu gehört mehr --- zum Glück!

Der ITVA-Award zeichnet auch ein Bild, das in den Einreichungen breiter wird.

Besonders deutlich wird dies bei Einreichungen, die sowohl in Kategorie 1 und 2, aber auch in der Kategorie Design in Motion oder 3D bestehen würden.

Wenn man den Fortschritt in den Einreichungen sucht, dann ist diese Synthese der Disziplinen ansich schon eine Veränderung, die interessante Filme ergibt.

Besonders deutlich werden Veränderungen auch an der Art der Einreichungen, insbesondere vielseitig in unserer Kategorie 6, den Interaktiven Medien.

Wir haben dieses mal nicht nur eine hervorragende CLOUD-Lösung als Einreichung, sondern auch, ein interaktives Handbuch, ein Computer / Mobile Device Spiel sowie eine Computer Animation Installation.

Bleibt uns noch Ihnen viel Spaß beim Schmökern durch die Siegerliste zu wünschen!

Wenn Sie mit Ihrer Einreichung zu den Siegern gehören, so beglückwünschen wir Sie hier herzlich!

Die Kategorien

Beim 20. ITVA Award gab es Einreichungen zu folgenden Kategorien:

1. Verkaufsförderung Marketing (+Schulung, Training)
2. Corporate Image
3. Dokumentation (wissenschaftlich, kulturell, technisch)



4. TV / Kino / Trailer
5. Forschung und Entwicklung
6. Interaktive-Anwendungen und IPTV-Projekte
7. Medieneinsatz bei Events, Veranstalt. und Incentives
8. Non-commercial / Video Kunst
9. Design in Motion / Postproduktion
10. Internationale Einreichungen (Dieses Jahr keine)
11. P.O.S. (Point of Sale)
12. Stereo3D

Es ist wahrscheinlich den Teilnehmern teilweise ähnlich gegangen wie uns: immer mehr Produktionen befinden sich zwischen Kategorien:

Eine 3D-Produktion ist zwar in der „Querschnitts-Kategorie“ 3D, hat aber freilich auch in z.B. Kategorie 1 oder 2 Berechtigung.

Viele großartige Einreichungen decken mittlerweile auch sowohl Kategorie 1 (Verkaufsförderung, Marketing) als auch Kategorie 2 (Corporate Image) hervorragend ab.

Ein „entweder oder“ gibt es immer weniger. Letztlich hat das „Zusammenwachsen“ von Kategorien zu einem „multidimensionalen Würfel“ geführt.

Aufgrund dieser Faktoren haben wir teilweise Einreichungen in eine geeignetere Kategorie geschoben als sie eingereicht wurden, wenn dies für die Platzierung positive Effekte hatte und keine anderen Produktionen aus berechtigten Medallienrängen geworfen hat.

Die Sieger

Kategorie 1: Verkaufsförderung, Marketing (+ Schulung, Training, Information)

Platz 1 (Gold):



(Szene mit Birte Glang)

Titel: Im Himmel braucht man kein Gepäck
Auftraggeber: Aktionsbündnis Fürs Leben
Einreicher / Produzent: Domar Film UG

Würdigung durch die Jury:

Wie bringt man ein durch die Skandale der letzten Jahre so schwieriges Thema wie Organspende in das gute Licht, in das dieses Thema zweifelsfrei gehört?

Man nehme

- eine überzeugende Darstellerin wie Birte Glang, die mit ihrer wohlthuenden Authentizität beeindruckt.

ITVA-Jury mit prüfendem Blick:

Matthias Ditsch, Präsident

Dieser Frau nehme ich sofort ab, dass Sie einen Organspendeausweis besitzt.

- eine Schippe Humor. Zum Beispiel, indem man einen geschäftigen Geschäftsmann mit 2 Laptop-Taschen im Himmel um Einlass bitten lässt, dabei hektisch auf die Uhr schauend
- ein insgesamt schlüssiges Skript.

Die Domar Film UG hat mit „Im Himmel braucht man kein Gepäck“ die Messlatte für Produktionen im Bereich Wohlfahrt / Non Profit Organisationen sehr hoch gesetzt. Doch die Produktion konnte sich auch gegen die Einreichungen aus dem kommerziellen Sektor Verkaufsförderung / Marketing durchsetzen.

Die Jury des ITVA hat sowohl im Bereich Drehbuch, als auch filmische Umsetzung und technische Realisierung jeweils die Höchstnote vergeben. Herzliche Glückwünsche!

Platz 2 (Silber):

Titel: Schaumeier One night stand
Auftraggeber: Schaumeier Recycling
Einreicher / Produzent: Spreadfilms Traunstein



Würdigung durch die Jury:

Eine richtig harte Nuss, die die Spreadfilms aus Traunstein zu knacken hatte.

Denn wie stellt man die Dienstleistung eines Recycling-Unternehmens unterhaltend dar, und verfolgt dabei nicht nur virale Effekte abseits des eigentlichen Produkts, sondern hat auch noch eine Message zur breiten Angebotspalette?

Spreadfilms geht nicht komplett heraus aus der Entsorgungssparte, wie man es vielleicht naheliegenderweise gemacht hätte, sondern die Entsorgung wird in eine andere Lebenswelt übertragen und es handelt davon, wie Bernd ein One night Stand Anhängsel wieder los wird. Im großartigen Kino-Spot muss der Recycling- und Entsorgungsspezialist Schaumeier zugeben, dass trotz großem Angebot dieses Entsorgungsproblem sogar ihre Fähigkeiten übersteigt.

Die Jury urteilt: Ein intelligent humorvolles Skript ist realisiert von überzeugenden Darstellern, hervorragender Regie und Technik auf höchstem Standard. Glückwunsch!

Platz 3 (Bronze):

(Bronze wurde in dieser Kategorie doppelt vergeben)

Titel: Crossmediale Kampagne „Träumen Sie mit uns“
Auftraggeber: Kinder- und Jugendhospiz Balthasar
Einreicher / Produzent: Meavision Media GmbH

Würdigung durch die Jury:



Das gab es in dieser Form vermutlich noch nicht oft: Eine Cross-Media Agentur schnürt einer sozialen Einrichtung ein komplettes, crossmediales Fundraising-Paket zusammen, nutzt dabei das eigene Netzwerk und stellt dies komplett kostenlos zur Verfügung.

Das Gesamtpaket hat einen Wert von ca. 4 mio Euro. Und alle Bestandteile sind von höchster Güte.

Unter dem Motto „Träumen Sie mit uns“ ist für das Kinder- und Jugendhospiz Balthasar u.a. ein Werbespot mit Christoph Maria Herbst (v.a. Bekannt als Chef Stromberg) entstanden, der in 30 sek. das besondere Anliegen des Auftraggebers auf den Punkt bringt: Lasst uns mit den Kindern nochmals träumen, obwohl wir wissen, dass wir dazu nur noch wenig Zeit haben --- aber umso wichtiger, das jetzt zu tun.

Der Spot reduziert gelungen die eingesetzten Stilmittel aufs Wesentliche, so dass das Kind mit seinen Eltern, ergänzt durch den fokussierten Text von Christoph Maria Herbst, klar im Vordergrund stehen. Dabei gibt es keine Übertreibungen, sondern es kommt alles mit hoher Authentizität daher.

Neben diesem Spot sind weitere Elemente z.B. eine Homepage, die durch Klarheit, hohe Usability und grafische Qualität überzeugt. Auch ein Radiospot wurde produziert, sowie weitere Elemente.

Urteil der Jury:

Ein überzeugendes, crossmediales Gesamtpaket, das hervorragend seinen Zweck erfüllt, und deren einzelnen Elemente auch alleinstehend hervorragend funktionieren. Der Spot „Träumen Sie mit uns“ mit Christoph Maria Herbst ist ein echtes Highlight, das durch gekonnten Einsatz der filmischen Mittel und durch authentische Szene und Darsteller die, um die es geht, in den Vordergrund stellt: Kranke Kinder mit ihren Eltern.

Platz 3 (Bronze):

(Bronze wurde in dieser Kategorie doppelt vergeben)

Titel: BMW Teleservices „A little extra“

Auftraggeber: BMW AG

Einreicher / Produzent: Naumann Film GmbH

**Würdigung der Jury:**

Bei Naumann Film entstanden 4 neue Filme für BMW, davon 2 für den Bereich Teleservice, unter diesen der Streifen „A little Extra“.

Die Agentur InterOne hat das Konzept beigesteuert. Das Ergebnis ist eine Hochqualitäts-Produktion mit begeisternden Außenaufnahmen, die mit Shotmaker-Kran, Spezialstativen und einer Kamera-Drohne erst möglich wurden.

Urteil der Jury:

Naumann Film hat wie so häufig in den letzten Jahren eine handwerklich hervorragende Arbeit abgeliefert, die geschickt neben dem zu vermittelnden Inhalt - den im BMW verbauten Teleservice-Funktionen - Emotionen vermittelt. A little Extra ist als Verkaufsinstrument geeignet, aber sicher steht die Image-Wirkung in besonderem Maße im Vordergrund. Und das erfüllt die Produktion absolut preiswürdig.



Historisches itva International-Logo

Kategorie 2: Corporate Image

Platz 1 (Gold): Titel: ELO Schultze&Chef

Auftraggeber: ELO Digital Office GmbH

Einreicher / Produzent: Fabrikfilm GmbH

**Würdigung durch die Jury:**

Die Trilogie „Schultze & Chef“ für die ELO Digital Office ist eine sehr gelungene Produktion zum Thema Dokumentenmanagement.

Fabrikfilm hat nicht den Fehler begangen, in einen Featureitis-Wahn zu verfallen und eine Funktion nach der anderen aufzuzählen.

Vielmehr trifft man Hr. Schultze bei der Arbeit und bei seinem Versuch, mit den riesigen Stapeln an Aktenordnern zurechtzukommen.

Dabei begutachtet der Chef jede der 3 Lösungsversuche von Schultze, die alle kläglich scheitern, da weder an die Decke hängen, noch hinter Plakatpapier verstecken noch ein selbst gebasteltes Computersystem mit Ordner-Auswurf funktioniert.

Das Kommunikationsziel ist gelungen, es wird klar, was mit ELO Digital verhindert werden kann.

Zudem ist der Plot so humorvoll und die Darsteller von so hoher Qualität dass ein Gesamtpaket mit der Trilogie entsteht, die sowohl viral als auch klassisch hervorragend funktionieren kann.

Mehr Humorvolles auf diesem Niveau bitte!

Platz 2 (Silber):

Titel: Schleiles Heim / Miete in Bar

Auftraggeber: Stuttgarter Wohnbaugenossenschaften

Einreicher / Produzent: Koenigsfilm



Würdigung durch die Jury:

Miete bezahlen gehört zu den unangenehmen Dingen - vor allem, wenn man sie lediglich in bar zusammengekratzt hat.

Im Falle von „Schleies Heim - Miete in Bar“ verhält es sich zwar anders, da stellt die Mieter-Familie sich absichtlich in schlechteres Licht --- aber es ist auf jeden Fall höchste Zeit, sich nach einer neuen Immobilie umzusehen.

Koenigsfilm hat mit dem Genre „Branded Storytelling“ und „Miete in Bar“ eine kinoreife Produktion abgeliefert, die mit Humor und cineastischen Einstellungen sowohl im Kino, als auch in Social Media hervorragend funktioniert.

Die Jury urteilt: An der Produktion „Schleies Heim - Miete in Bar“ von der Koenigsfilm stimmt einfach alles: Das Skript ist intelligent und humorvoll, die Darsteller sind absolut überzeugend, die Bildgestaltung und der Ton sind absolut kino-reif.

Platz 3 (Bronze):

Anmerkung: Der ITVA Award 2013/14 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 3x vergeben

Titel: 25 Jahre Blue Byte Corporate Film
Auftraggeber: Blue Byte Corporate Film
Einreicher / Produzent: wildcard communications GmbH

**Würdigung durch die Jury:**

Es ist nicht einfach, für einen der bekanntesten Spieleentwickler einen würdigen Jubiläums-Corporate Film zu kreieren.

wildcard communications hat dies bestens für die Blue Byte unter dem Dach vom weltbekannten Label Ubisoft, gemeistert.

Denn das Konzept stellt die Mitarbeiter mit ihrer Leidenschaft für Spiele in den Vordergrund, und nicht Technik, Ausrüstung und kommerzielle Erfolge.

Die Leidenschaft steht im Vordergrund, und das kommt sympathisch rüber, und der Humor kommt dabei aber keineswegs zu kurz (s. unser Foto: einer der Mitarbeiter von Blue Byte kommt im Clip mit dem U-Boot zur Arbeit)

Die Jury kommt zum Schluss:

Eine großartige Produktion, sehr klug akzentuierte Interviews, technisch und gestalterisch perfekt: Besser kann man den Kunden Blue Byte nicht in Szene setzen!

Platz 3 (Bronze):

Anmerkung: Der ITVA Award 2011 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 3x vergeben

Titel: BMW Online Features
Auftraggeber: BMW AG
Einreicher / Produzent: BMW AG

Würdigung durch die Jury:

Für Automobilkonzerne in der oberen Mittelklasse und Oberklasse hat Online-Technologie v.a. in den letzten 2-3 Jahren Einzug erhalten.

Scheinbar gibt es da nicht viel zu erklären, denn die Online-Welt ist ja vom Smartphone, Tablet und PC bekannt.

Doch so einfach ist das nicht, da BMW und andere Hersteller deutlich mehr zu bieten haben als nur einen WLAN-Hotspot vom Auto bilden zu lassen.

In den Clips zu Online Features hat BMW hervorragende Arbeit geleistet:

Neben didaktisch gut präsentierter, verständlicher Information kommt auch immer das Produkt und die Marke sympathisch herüber.

Die Jury urteilt: BMW hat in „BMW Online Features“ ausgezeichnete Arbeit in allen Disziplinen der Konzeption und Produktion geleistet! So kommen Technik-Features beim Kunden bestens an - womit das Kommunikationsziel optimal erreicht ist.

Platz 3 (Bronze):

Anmerkung: Der ITVA Award 2011 in dieser Kategorie wurde dieses Jahr 3x vergeben

Titel: Dobermann
Auftraggeber: FitLine
Einreicher / Produzent: Fabrikfilm GmbH

**Würdigung durch die Jury:**

Dobermann ist ein mehrfach prämiertes, virales Clip, der von einem jungen Mann handelt, der ganz offensichtlich von einem großen Dobermann gejagt wird.

Erst am Ende des Films wird deutlich, dass dies ein etwas sonderbares Ausgehen mit dem Hund und seinem Besitzer war.

Urteil der Jury:

Hier wurde ein Clip humorvoll in Szene gesetzt. Besonders gelungen sind die schnellen Außenaufnahmen und die Pointe am Ende. Handwerklich wurde, wie von Fabrikfilm nicht anders zu erwarten, perfekte Arbeit geleistet.

Platz 3 (Bronze):

Titel: BMW Online Features
 Auftraggeber: BMW
 Einreicher / Produzent: BMW, TVT Film

Würdigung durch die Jury:

Online-Funktionen im Auto gehören zu den Neuerungen, die beim Autokäufer willkommen sind, aber oft nicht verstanden werden.

Mit dem Film BMW Online Features wurde eine Produktion geschaffen, die transparent erklärt, was damit gemeint ist und wie es funktioniert.

Das hohe Qualitätsniveau, das BMW durchgängig von Film Companies fordert und an sich selbst anlegt, wir hier wieder einmal mehr erreicht. Aufnahmen, Ton und Postproduktion sind von höchster Güte, Skript ist tadellos. Wir freuen uns auf mehr im BMW TV!

Kategorie 3: Dokumentation

Platz 1 (Gold):

Titel: DTM Orchestra
 Auftraggeber: DTM
 Einreicher / Produzent: wige group

**Würdigung durch die Jury:**

Motorengeräusch, Adrenalin, Leidenschaft bei der Deutschen Tourenmeisterschaft im Rückblick auf das Jahr 2012.

Filligrane Präzisionsarbeit, Perspektivenwechsel, perfektes Zusammenspiel: Das sind die Kennzeichen der DTM-Rennen. Wie in einem klassischen Orchester mit klassischer Musik, z.B. wie hier Dvoraks Symphonie Nr. 9 „Aus der neuen Welt“, und beides mündend in pure Leidenschaft.

Was für ein monumentales, faszinierendes Werk hat die wige group hier geschaffen!

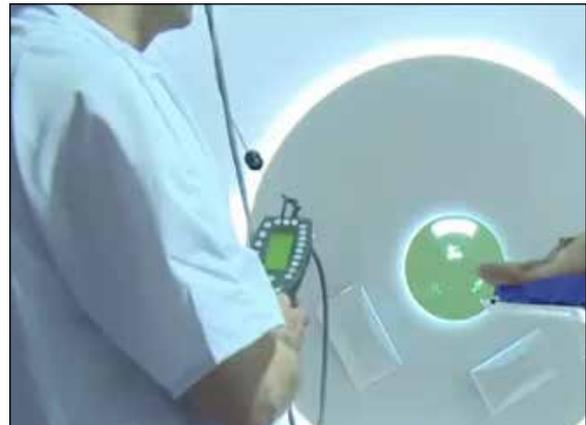
Hier stimmt einfach alles: Das beginnt bei der Musikauswahl, Arrangement, geht weiter bei einer perfekten Auswahl an passenden Rennszenen und Einstellungen im Orchester.

Da die Bildsprache so eindeutig ist kann auf Einsatz von Untertiteln oder Sprechertext komplett verzichtet werden; dadurch wird die Stimmung durch die immer regere Musik und schnelleren Schnitten zu einem Höhepunkt am Ende geführt.

Die Jury urteilt:

Mit DTM Orchestra hat die wige group eine der fulminantesten Produktionen nicht nur im DTM-Umfeld produziert, sondern setzt damit insgesamt Maßstäbe in Perfektion von Bild/Ton-Synthese. Handwerklich wurde ausgezeichnet in allen Kategorien Skript/Drehbuch, Kamera und Postproduktion gearbeitet.

Herzliche Glückwünsche und herzlichen Dank für den Musik- und Bildgenuss!

Platz 2 (Silber):

Titel: European Inventor Award 2013 - Videos
 Auftraggeber: Europäisches Patentamt
 Einreicher / Produzent: Exponent 3 GmbH

Würdigung durch die Jury:

Der European Inventor Award, der vom Europäischen Patentamt jährlich ausgeschrieben wird, ist quantitativ der Award, der auf das jährlich größte Patentaufkommen zurückgreifen kann, da es mehr Europäische Patente als in den USA, China, Südamerika und Japan zusammen gibt.

Die Exponent 3 GmbH hat schon seit geraumer Zeit Medienproduktion rund um diesen Award geliefert.

Es ist kein Zufall, dass Exponent 3 nun wiederholt mit Produktion von Dokumentation rund um den Award 2013 beauftragt wurde, denn hier wird wiederum das Genre Wissenschaftsdokumentation perfekt gemeistert. Inhaltlich alles Notwendige vermitteln, und das so schlüssig und unterhaltsam gestalten, dass es Lust macht, weiter zu schauen - das gelang der Exponent 3 hervorragend.

Die Jury hofft, dass diese Qualität in Skript, Kamera, Regie und Postproduktion zum neuen Standard für thematisch ähnliche Dokumentationen wird!

Platz 3 (Bronze):

Titel: Mission Millimeter
Auftraggeber: Arge Fahrbahn Transtec Gotthard
Einreicher / Produzent: Koenigsfilm

**Würdigung durch die Jury:**

Manchmal geht es in einem Projekt wirklich um jeden Millimeter. Da gibt es keine Kompromisse. Jede Abweichung kostet mindestens Zeit und Geld.

Koenigsfilm hat einen mehrere Bastrupps begleitet, die für die präzise Platzierung und Montage einer riesigen Weiche zuständig waren.

Dabei hatten die Filmemacher aber nicht das große Gerät im Fokus, sondern die Menschen, die damit Höchstleistung bringen.

Es werden mehrere geschickt ineinander verschachtelte Szenen und Stories in die Haupt-Szene, der millimetergenauen Platzierung der riesigen Weiche, geführt, was so zu einem beeindruckenden Höhepunkt wird.

Die Jury urteilt:

Koenigsfilm ist es einmal mehr gelungen, Wissen und Dokumentation in ein Format zu bringen, das sowohl informativ, unterhaltend aber auch als image-bildend für den Auftraggeber ist. Diese Kombination beherrscht kaum eine Film Company wie Koenigsfilm. Mission Millimeter ist ein Genuss in diesem Genre, zumal es in allen Kerndisziplinen Storyboard / Plot, Kamera, Regie / Postproduktion auf höchstem Niveau überzeugen konnte.

Kategorie 4: TV/Kino /Trailer**Platz 1 (Gold):**

Titel: Mach' ne Ausbildung - Planet der Denker
Auftraggeber: Schirn Kunsthalle Frankfurt a.M. GmbH
Einreicher / Produzent: Reklame-FX GmbH / pixomondo

**Würdigung durch die Jury:**

Mach' ne Ausbildung ist ein Streifen, der Bestandteil der Kampagne „Planet der Denker“ des Baden-Württembergischen Ministeriums für Finanzen und Wirtschaft ist.

Zielgruppe sind Schulabgänger, die nun vor der Wahl einer Berufsqualifikation stehen.

Reklame-FX und PIXOMONDO kooperierten in dieser Produktion sehr erfolgreich und lieferten einen unterhaltenden und witzigen Animationsfilm ab. Dabei wird zunächst raffiniert in die betrübliche Lage des Studierenden an der „Großen Universität“ auf dem Planet der Denker eingeführt, welche mit dem Rauschmiss aus der Uni endet.

Die Pointe ist durchdacht, denn bei dem Aufeinandertreffen mit dem Erfinder in der Wüste kann die Hauptcharaktere nun erstmals praktisch arbeiten, und baut ein UFO.

Die Jury urteilt:

Das Kommunikationsziel, nämlich „Ausbildung lässt dich schnell kreativ und praktisch lernen und Arbeiten“, ist bestens erreicht.

Die zielgruppengerechte Bildsprache und Animation ist - wie nicht anders zu erwarten bei einer Kooperation von Reklame-FX und Pixomondo - ist perfekt, der Plot ist durchdacht und sehr unterhaltsam, es stimmt einfach alles, und somit ist die Produktion Gold-würdig.

Platz 2 (Silber):

Titel: E-Handwerk - E-Zubis
 Auftraggeber: ArGe Medien im ZVEH GbR
 Einreicher / Produzent: Naumann Film GmbH

**Würdigung durch die Jury:**

Dem Elektro-Handwerk fehlen Fachkräfte --- das bekommen immer mehr auch die Städtischen Unternehmen zu spüren.

E-Zubis ist eine Initiative des Zentralverbands der Elektro- und Informationstechnischen Handwerke, mit der Schulabgänger als Auszubildende gewonnen werden sollen.

Naumann Film geht zielgruppengerecht vor und präsentiert keine platten Apelle, sondern erzählt eine Kurzgeschichte von einem Bauarbeiter, der mit dem Presslufthammer ein Hauptkabel beschädigt und somit in der Allianz-Arena in München die Lichter während eines Spiels ausgehen.

Doch rasch ist ein Notfallteam aus Jugendlichen und jungen Erwachsenen vor Ort und lösen das Problem.

Die Jury urteilt:

Schulabgänger rekrutieren für eine Ausbildung - ein Klassiker der Kurzfilme. Doch Naumann macht es anders als viele: Keine platten oder langweiligen Apelle, sondern Geschichte klug erzählt, Lebenswirklichkeit der Zielgruppe materialisiert, positive Konnotationen geschaffen. Und das in bezug auf visuelle Gestaltung, Darsteller, Regie / Postproduktion absolut überzeugend und preiswürdig.

**Platz 3 (Bronze):**

Titel: Ausbildung bei der DREWAG
 Auftraggeber: Dresdener Stadtwerke
 Einreicher / Produzent: Biermann-Jung Kommunikation & Film

**Würdigung durch die Jury:**

Auch die Stadtwerke Dresden haben großes Interesse, neue Auszubildende zu rekrutieren.

Beim Film „Ausbildung bei der DREWAG - Ein starkes Team voller Energie“ wird der überzeugende Weg eingeschlagen, die Auszubildenden selbst die Handlung entwerfen zu lassen, und diese dann auch als Darsteller einzusetzen.

Denn wer soll sie denn besser darstellen als sie selbst? Drehbuch und Regie wurde dann überzeugend von Biermann-Jung aus Dresden eingebracht und dabei die Handlungs-Ideen der Azubis gekonnt aufbereitet.

In vielen Fällen sind Laien-Darsteller nur ein Kompromiss, der zu allenfalls mittelmäßigen Ergebnissen führt. Hier wurde aber bewiesen, dass es anders geht!

Die Jury urteilt:

Die Azubis der DREWAG haben ganz hervorragend eine Geschichte aus ihrem Leben entworfen und als Darsteller absolut überzeugt. Dadurch, dass sie sich selbst ganz natürlich gespielt haben ist ein größtmögliches Maß an Authentizität erreicht.

Biermann-Jung hat die Ideen der Auszubildenden optimal aufgegriffen und in eine hervorragende Bildsprache übertragen. Glückwunsch zum ITVA-Award!

Unser langjähriges Fundament der Award-Jury:

Herr Peter Waury

Kategorie 5: Forschung und Wissenschaft

(Gold wurde in dieser Kategorie dieses Jahr nicht vergeben.)

Platz 1 (Silber):

Titel: Faszination Forschung - Image-Film des HZDR

Auftraggeber: Helmholtz-Zentrum Dresden

Einreicher / Produzent: AVANGA Filmproduktion GmbH & Co. KG

**Würdigung durch die Jury:**

Immer wieder kommt die Frage auf: Wie kann Innovation und Forschung spannend und zugleich sachlich informativ dargestellt werden?

In dem man innovative Techniken und Ausstattung der Forschungseinrichtung mit Menschen verbindet, die darin agieren.

Der AVANGA Filmproduktion ist dies im Falle des Image-Films für das Helmholtz-Zentrum Dresden in besonderer Weise gelungen.

Der Wissenschaftler, an den sich dieser Film vor Allem wendet, kann Informationen über Forschungsschwerpunkte und Highlights von Helmholtz Dresden rückschließen, der interessierte Laie oder Schulabgänger kann erleben, wie lebendig Wissenschaft sein kann.

Nicht zuletzt trägt der Imagefilm auch dazu bei, generell den Forschungsstandort Dresden ins rechte, positive Licht zu rücken.

Die Jury urteilt:

Mit dem Imagefilm „Faszination Forschung“ für das Helmholtz-Zentrum Dresden hat die AVANGA Filmproduktion hervorragende Arbeit geleistet. Hier wird gezeigt, dass Faszination und Information vermitteln keineswegs ein Widerspruch sein muss. Sowohl das Konzept und Drehbuch, als auch die exzellente Kameraarbeit sowie Regie- und Postproduktion verhelfen dieser Produktion zu einem Spitzenrang in der Kategorie Forschung und Wissenschaft. Die Messlatte ist nun hochgelegt für dieses Genre!

Sony Professional
Video and Sony
Magnetic Products
and their dealers
who sell and
support Sony
products are
proud to be
associated with

ITVA

It's a great partnership!

SONY®

©1989 Sony Communications Products Company, a division of Sony Corporation of America.
1600 Queen Anne Road, Teaneck, NJ 07666. Sony is a trademark of Sony.
©1989 Sony Magnetic Products Company, Sony Drive, Park Ridge, NJ 07656.

*Historische Erklärung von Sony - einem
der damaligen Förderer des ITVA*

Platz 2 (Bronze):

Titel: Elektromobilitätsland Baden-Württemberg | Wir erfinden Watt ihr Volt.

Auftraggeber: e-Mobil BW GmbH

Einreicher / Produzent: Prestigefilm Filmproduktion

**Würdigung durch die Jury:**

Die Automobilbranche steht vor einem fundamentalen Wandel in den nächsten 20 Jahren: Die e-Mobilität kann für die Deutsche und insbesondere Baden-Württembergische Automobilindustrie eine große Chance sein, wenn die Akzeptanz derer auf eine breite Ebene gestellt werden kann.

Dazu sind weitere Forschungsanstrengungen elementar. Aber eines darf bei einer so tiefgreifenden Veränderung auch nicht zu kurz kommen: die Emotionen.

Genau dem wird die Prestigefilm mit „Wir erfinden Watt ihr Volt“ auf einem sehr hohen Niveau gerecht.

Die Jury urteilt:

Prestigefilm ist es einmal mehr gelungen, Informationen und Emotionen zu einem echten Edutainment-Erlebnis werden zu lassen.

Die filmischen Mittel sind klug eingesetzt, Kamera und Postproduktion sind ebenso wie das Skript von höchster Güte.

Information, Emotion, Unterhaltung und Image-Bildung zugleich: Kommunikationsziel hervorragend erreicht.

Kategorie 6: Interaktive-Anwendungen und IPTV-Projekte**Anmerkung:**

Da die Einreichungen in unserer Kategorie Interaktive Anwendungen und IP-TV Projekte so breit gefächert sind, können die Gewinner untereinander nicht verglichen werden.

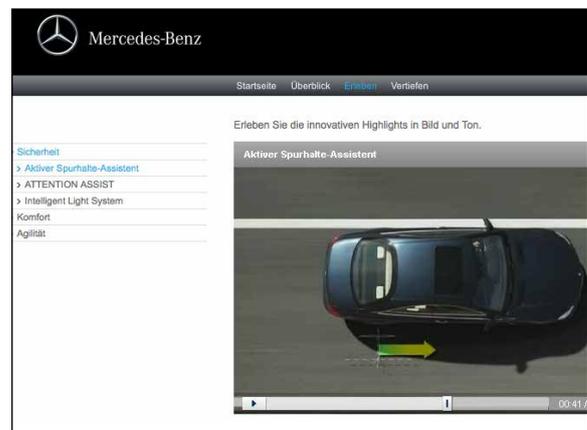
Stattdessen wurde jeweils 1 goldener Sonderpreis pro Kategorie verliehen.

1.) Sonderpreis Interaktive Anleitung:

Titel: Betriebsanleitung interaktiv für Daimler

Auftraggeber: Daimler AG

Einreicher / Produzent: FELDMANN media group

**Würdigung durch die Jury:**

Man kann schon fast sagen:

Diese Hochzeit von Information, Interaktion und Emotion war überfällig!

Wer erinnert sich nicht an das eher kuriose Studium der Bedienungsanleitung des neuen KFZ?

Besonders deutlich werden die Beschränkungen von geduldigem Papier bei komplexeren, neuen Ausstattungsfeatures wie Einparkhilfe, Command-System, Fahrspurassistent etc.

Da kann eine interaktive Anleitung im Netz mit Bewegtbild und didaktisch hochwertiger Aufbereitung nicht nur zu viel mehr Spaß im Umgang führen, sondern auch viel effektiver Wissen und Fertigkeiten vermitteln.

Feldmann als langjähriger Spezialist für hochwertige 2d/3d Produktion und Animation sowie zugleich Experte für E-Learning mit hervorragender Konzeptionsabteilung hat hervorragende Arbeit geleistet, und zusammen mit Daimler ansprechende, informative und klug strukturierte Wissens-Nuggets hervorgebracht.

Urteil der Jury:

Ein Auftraggeber, der Mut zu Innovation im Bereich der Gebrauchsanleitungen hat, ein Produzent, der alle Fertigkeiten für lebendige Wissensvermittlung mitbringt und nicht nur grafisch absolut überzeugt, sondern auch didaktisch hervorragend konzipiert und produziert: Das ist Daimler und FELDMANN media group mit hervorragenden Anleitungen für GLK und CL.

2.) Sonderpreis Cloud-Anwendung

Titel: Lettermaschine
 Einreicher / Produzent: Novadex GmbH



Würdigung durch die Jury:

Cloud-Technologie ist eines der großen Themen unserer Zeit im IT-Sektor.

Der „Hype“ ist etwas verfliegen und teils hat sich auch Ernüchterung eingestellt, da die meisten Cloud-Angebote „Daten-Clouds“ sind.

Doch wofür brauche ich große Datenvolumina im Internet, wenn ich diese kostengünstig auf Festplatten zu Hause speichern kann, die beispielsweise auch im eigenen Netzwerk gut erreichbar sein können?

Die Clouds mit wirklichem Mehrwert sind fast immer Angebote, die Services zur Verfügung stellen - häufig als „Software as a Service“ (abgekürzt SaaS)

Novadex hat eine umfangreiche und dennoch leicht zu bedienende Cloud-Lösung geschaffen, mit der der gesamte Brief-Kommunikations-Workflow für Unternehmen, Organisationen und Vereine abgebildet werden kann.

Mit einem Layout-Editor können ansprechende Layouts für Briefe entworfen werden, ohne dass der Benutzer Spezialwissen benötigt.

Besonders dabei ist, dass es variable Elemente gibt, die man einsetzen kann. Dazu gehört Anrede, Adresse o.ä., aber auch optional unterschiedliche Bilder und Texte bis hin zu individualisierten Barcodes.

Kern von Lettermaschine ist die Adressaufbereitung und Verarbeitung.

Wer wollte nicht schon immer eine über reine Serienbrief-Funktion hinausgehende Lösung, die Anreden generiert und die Existenz von Adressen prüft und auf Wunsch automatisch korrigiert? Und das für In- und Ausland?

Die Ausgabe bei Lettermaschine erfolgt dann in ein PDF, das bereits druckoptimiert für Druckerreihen oder den eigenen Drucker sind, oder aber in Email-Form

Die Jury urteilt:
 Novadex bietet mit dem Cloud-Service Lettermaschine eine bisher einzigartige Lösung an, um 1:1 Kommunikation crossmedial zu vereinfachen und effizienter zu gestalten. Funktionen zur Adressoptimierung, wie z.B. Dublettensuche, Prüfung der Anrede, Check ob Ort und PLZ zusammenpassen und Portooptimierung sind allein genommen

bereits wertvolle Helfer. Doch das Gesamtpaket mit einfacher Layout-Erstellung, Adressoptimierung und druckoptimierter PDF Export-Option und das alles in einer benutzerfreundlichen Oberfläche ist bisher einzigartig auf dem Markt und von höchster Güte.

3.) Sonderpreis Augmented Reality



Titel: Das Erste Augmented Reality Tatort & Polizeiruf 110

Auftraggeber: ARD

Einreicher / Produzent: SchreiberFriends / Progressive 3D GmbH

Würdigung durch die Jury:

Die Möglichkeiten von 3D-Einsatz zu akzeptablen Budgets wachsen stetig.

Seit Jahren vorne dabei sind die SchreiberFriends und die Progressive 3D aus Potsdam.

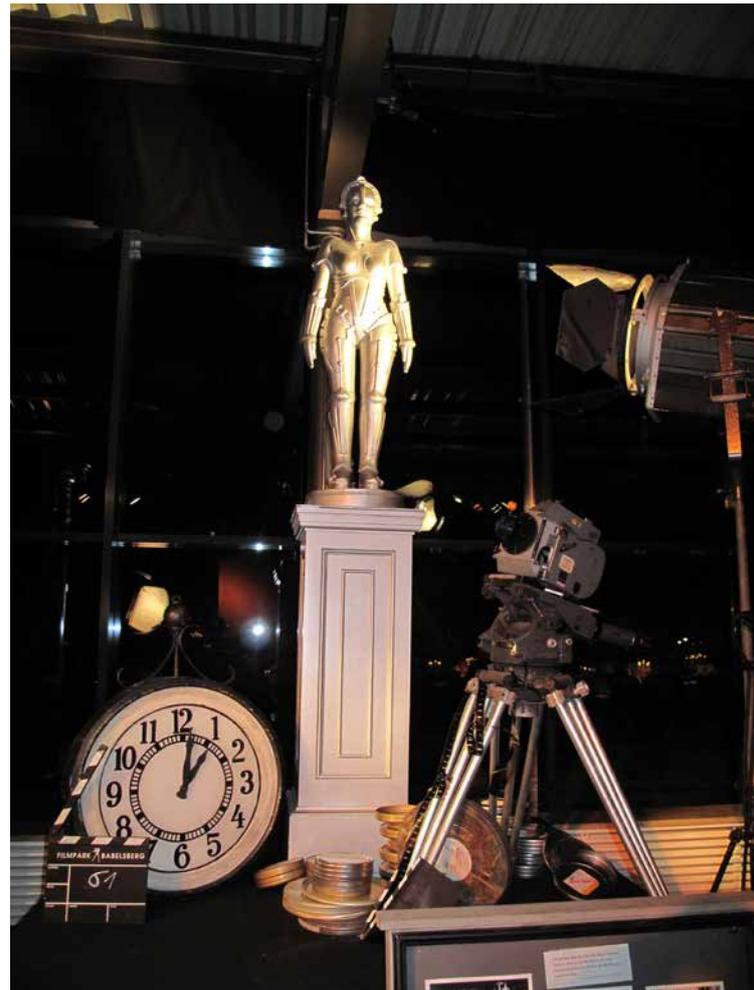
Für die ARD wurde eine Augmented Reality Installation entwickelt, die qualitativ sehr überzeugen konnte:

Der Besucher, z.B. der IFA 2013, hatte die Möglichkeit, sich in die Reihe von Tatort / Polizeiruf 110-Kommisaren einzureihen. Dabei waren die Schauspieler nur virtuell anwesend; der Proband konnte sich an eine festgelegte Position zu Kamera stellen und wurde nun in einem Echtzeit-Bildsynthese-Verfahren auf den Bildschirm gezaubert.

Die Jury kommt zum Schluss:

Einmal mehr hat die SchreiberFriends einen bislang selten bespielten Teilbereich der 2D/3D-Disziplinen erfolgreich erschlossen.

Die hohe Qualität der Augmented Reality Installation für die ARD lässt darauf schließen, dass erfolgreich eigene Verfahren zur Bild- und Videoverarbeitung zum Einsatz kommen, um diesen Sonderfall der Visualisierung in Echtzeit zu bewerkstelligen. Sicher werden diese Collagen-Methoden in Zukunft häufiger in Erscheinung treten, doch derzeit hat nach Urteil der Jury die SchreiberFriends einen Vorsprung.



Filmutensilien aus alten Zeiten - fotografiert in Babelsberg bei der 2011er-ITVA Gala:

Von Augmented Reality haben die Macher von Metropolis nur träumen können.

4.) Sonderpreis Game

Titel: BROTHERS - A Tale of Two Sons

Publisher: 505 Games
Einreicher / Produzent: Starbreeze Studios

Würdigung durch die Jury:

Es ist schwer, im Sektor Computerspiel neue Akzente zu setzen.

Waren es doch in den 80ern und frühen 90ern die überzeugenden Spielprinzipien mancher Spiele, die noch komplett neue Genres innerhalb des Game Marktes begründen konnten, so sind es heute v.a. Grafik, Geschwindigkeit, Verfügbarkeit auf mobilen Plattformen, die entscheidend für Erfolg sind.

Es liegt nicht daran, dass die Game Studios schlechter geworden sind, sondern dass fast alle Spielprinzipien schon da gewesen sind.

Doch die Starbreeze Studios haben mit BROTHERS - A Tale of Two Sons tatsächlich eine spannende Neuerung in die Spielmechanik gebracht, die der Jury großen Spaß bereitet hat.

Die geniale Idee ist, dass man als Einzelspieler eigentlich ein Multi-Player-Spiel spielt, und beide Söhne des krank darniederliegenden Vaters steuert.

Mit Geschick und Intelligenz muss man beide Charaktere mit 2 Steuerungen (Gamepad, Controller o.ä.) gleichzeitig navigieren.

Die Jury urteilt:

Der visionäre schwedische Regisseur hat eine Geschichte einer märchenhaften Reise zweier Brüder zusammen mit den Starbreeze Studios entwickelt, die im besten Sinne unterhält und mitreisst.

Das „Koop-Gameplay im Einzelspieler-Modus“ überzeugt durchweg und ist eine Bereicherung der Game-Mechanik die Fragen lässt, warum das bisher seltenst zur Anwendung kam.

Die Grafik der märchenhaften Welt überzeugt vollkommen, die Game-Mechanik verläuft flüssig und ist einfach zu bedienen.

Das Preis-Leistungsverhältnis des Spiels, das es für PS3, XBOX 360 und PC gibt ist überragend: jeder Cent ist sein Geld wert!

Kategorie 7: Medieneinsatz bei Events, Veranstaltungen und Incentives

Platz 1 (Gold)

Titel: MAN Traktion
Auftraggeber: MAN AG
Einreicher / Produzent: Naumann Film

**Würdigung durch die Jury:**

Große Maschinen ansprechend darstellen, das ist vermeintlich ein leichtes Genre im Corporate Film.

Die Maschinen begeistern ja schon per se --- oder?

Unserer Meinung nach verhält es sich anders:

Maschinen und große Fahrzeuge sind vielleicht beeindruckend, aber es gibt eine Sättigung an „Featuritis“ in Spots, oder das Gegenteil mit eigentlich null Gehalt an inhaltlicher Information.

Die Jury urteilt:

Naumann Film ist es wieder gelungen, Technologie beeindruckend darzustellen und zugleich eine emotionale Ebene mit gleich einer ganzen Reihe an agierenden und begleitenden Personen zu erzeugen.

Der kluge Einsatz von Untertiteln hilft, Vorteile gegenüber anderen Lastwagen-Traktionen hervorzuheben.

Die Kameraaufnahmen sind grandios, Schnitt / Regie auf dem von Naumann Film gewohnt höchsten Niveau. Kommunikationsziel eindeutig gelungen: Mein erster LKW wird ein MAN sein, falls ich mal für die Anschaffung verantwortlich zeichnen sollte ;-)

Platz 2 (Silber)

Titel: 150 Jahre Bayer - Science for a Better Life
Einreicher / Produzent: facts and fiction GmbH

Würdigung durch die Jury:

Apple hat für die Keynotes von Steve Jobs ein Format an gelungenen Einspielern für Veranstaltungen etabliert, die nicht mehr langwierig und träge daherkommen, sondern Information und Image akzentuiert vermitteln und Emotionen vermitteln.

facts and fiction hat in diesem Stil für Bayer einen Einspieler „150 Jahre Bayer - Science for a Better Life“ produziert, der viele der Stilmittel verwendet, die Apples Einspieler legendär gemacht haben.

Die Jury urteilt:

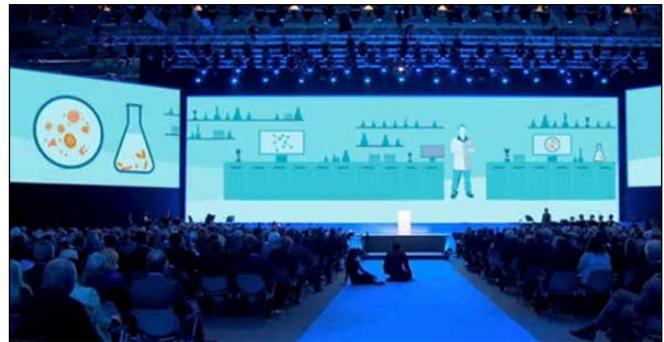
facts and fiction GmbH hat mit und für Bayer einen Veranstaltungs-Clip für die große Breitbild-Leinwand produziert.

Eine überzeugendes Konzept ist gepaart mit großartigen Bildern. Information und Emotion wird zugleich bestens transportiert.

Diese Produktion ist somit absolut preiswürdig!

Platz 3 (Bronze)

Titel: 150 Jahre Bayer Animatic „Did you know?“
Einreicher / Produzent: facts and fiction GmbH

**Würdigung durch die Jury:**

facts and fiction GmbH zeichnete für ein ganzes Maßnahmenbündel für das 150-jährige Jubiläum des Chemie-Riesen Bayer AG verantwortlich.

Eine der Prämissen hierbei war, vom Charakter unterschiedliche Einspieler zu kreieren.

Man entschied sich bei „did you know“ für 2D-Animation in einer sehr klaren und zugleich emotional anregenden Bildsprache. Somit wird auf unterhaltsame Weise „aus dem Nähkästchen“ geplaudert, was Bayer für Meilensteine in der Forschung gesetzt hat.

Die Auswahl dieser ist konsistent und die Kombination Bild und Sprechertext mit einer angenehmen Sprecherinnen-Stimme absolut überzeugend.

Die Jury urteilt: Das ganze Medienpaket von facts and fiction für das 150-Jahr-Jubiläum von Bayer hat uns überzeugt.

Animatic „Did you know?“ stellt die Frage, ob ich die Fakten rund um die bedeutenden Meilensteine in der Forschung von Bayer gekannt hätte.

Auf informative und zugleich unterhaltsame Weise wird der Zuschauer mit klug ausgewählten Facts in die spannende Welt der Forschung bei Bayer eingeführt. Dabei sind Information und Emotion gleichermaßen gut transportiert: Die Bildsprache von Stand- und Bewegtbild, der Sprechertext sowie die eingesetzte Musik-Tonspur führen zu einem hervorragendem Ergebnis auf 4fach HD-Auflösung.

Diese Produktion ist qualitativ in jeder Kategorie überzeugend. Glückwunsch!



Kategorie 8: Non-commercial / Video Kunst**Platz 1 (Gold)**

Titel: Bad in Wilhelmshöhe retten

Auftraggeber: FÖRDERVEREIN FREIBAD - BAD IN WILHELMSHÖHE RETTEN

Einreicher / Produzent: Koenigsfilm

**Würdigung durch die Jury:**

Die Koenigsfilm setzt noch einen drauf zu den anderen 2 Produktionen, die dieses Jahr mit Pyramiden ausgezeichnet werden.

In Kassel soll das Freibad Wilhelmshöhe geschlossen oder verkleinert werden, obgleich dieses Bad mit großem Baumbestand und einem 50 Meter-Becken beste Voraussetzungen hat, auch weiterhin als Stadtrandbad Kinder, Jugendliche und Erwachsene zu erfreuen.

Manchmal neigen non-profit Werbefilme zu Monologen von Verantwortungsträgern innerhalb des Vereins zur Erhaltung von xy.

Hier aber ganz anders: Die Koenigsfilm lässt Geschichten von 3 Besuchern des Schwimmbads erzählen - was sie mit diesem Bad verbinden, wie schön das Bad liegt, wie entspannend das Bad im kühlen Nass ist.

Die Jury urteilt:

Koenigsfilm hat einmal mehr gezeigt, wie man mit einer Produktion Ziele und Apelle verdeutlicht, ohne sie herauszuposaunen.

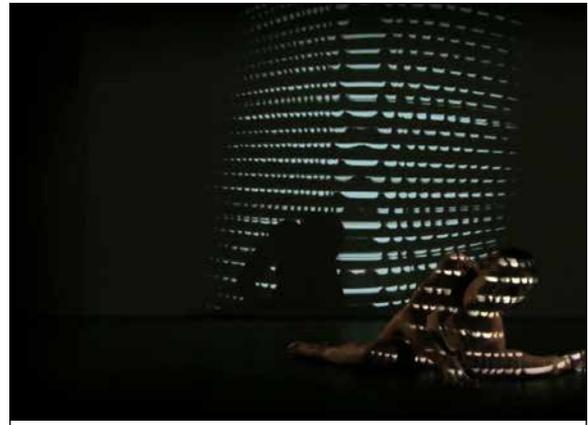
Stattdessen wurden sie in Erzählungen verpackt und dadurch emotional transportiert, aber auch inhaltlich klar verdeutlicht.

Die filmischen Mittel sind absolut überzeugend eingesetzt, ruhige Bildführung, schöne Einstellungen sowohl im Weitwinkel- und im Telebereich führen zu einem visuellen Genuss, die Tonspur ist sorgfältig ausgewählt und abgemischt. Glückwunsch, das ist der Jury in dieser Kategorie Gold wert.

Platz 2 (Silber)

Titel: SILESTRA

Einreicher / Produzent: Stefanie Sixt sixt sense

**Würdigung durch die Jury:**

Stefanie Sixt ist Produzentin, Regisseurin, Visual effects Spezialistin, Komponistin und Videokünstlerin.

Besonders in Erscheinung trat sie beim ITVA immer wieder durch die live acts mit Videokunst.

Silestra ist aus dem aktuellen Programm, und ist eine Kombination von Tanz und visuellen Effekten, die auf die Leinwand hinter die Tänzerin und auf die Tänzerin projiziert wird.

Die Jury kommt zum Schluss:

Stefanie Sixt definiert mit den von ihr entworfenen live-Performances ein eigenes Genre.

Manche Effekte erscheinen beinahe psychedelisch, andere sind beruhigend und pulsierend. Die Tänzerin Anina von Molnar interpretiert die visuellen Effekte absolut überzeugend.

Die Vielseitigkeit, Originalität und die gekonnte Dramaturgie qualifizieren diese Produktion zur silbernen ITVA Award Pyramide. Herzlichen Glückwunsch!

Platz 3 (Bronze)

Titel: Europa in der Welt
 Einreicher / Produzent: Fuse Integrierte Kommunikation
 und Neue Medien GmbH

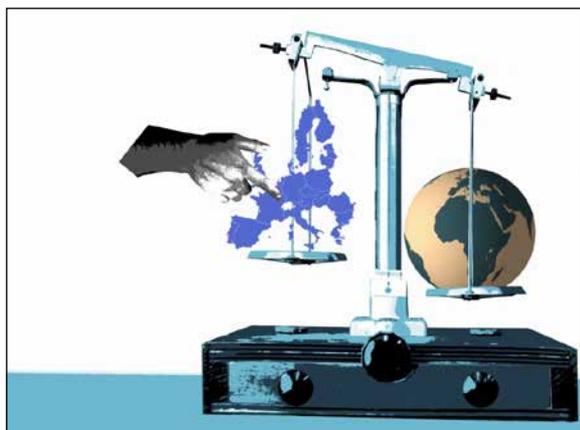
Würdigung durch die Jury:

Das Auswärtige Amt hat bei der renommierten Fuse Integrierte Kommunikation und Neue Medien GmbH eine Reihe von Kurzfilmen in Auftrag gegeben, die Europa besser beleuchten sollen als bisher.

Das überzeugende Drehbuch erläutert, dass Europa in der industrialisierten Welt den Spitzenplatz belegt, jedoch kein Europäisches Land allein in der Welt den Einfluss hätte, das 21. Jahrhundert deutlich mitzuprägen. Die Produzenten haben einen überzeugenden Animations-Streifen geschaffen, der sich einer sachlichen, und doch zugleich ansprechenden Bildsprache bedient.

Die Jury meint:

Fuse hat mit der Produktion „Europa in der Welt“ ein überzeugendes Format geschaffen, das Edutainment im besten Sinne darstellt.



Eine sachliche, aber dennoch ansprechende Bildsprache sowie der exzellente Sprechertext überzeugt und macht den Film zu einem preiswürdigen Kandidaten.

Kategorie 9: Design in Motion**Platz 1 (Gold)**

Titel: Sixt History
 Auftraggeber: Sixt
 Einreicher / Produzent: line*zwo Werbeagentur GmbH

**Würdigung durch die Jury:**

Eine Firmengeschichte kann man erzählen, indem man einen Geschäftsführer des Unternehmens aus dem Nähkästchen plaudern lässt und die Kamera draufhält, bis alle eingeschlafen sind.

Im Bereich der seriösen Produktionen ist das aber - unter der Voraussetzung, dass der Auftraggeber es nicht erzwingt - passé.

Im Falle von linezwo und Sixt ist ein spannendes, völlig anderes Konzept entwickelt worden.

Zur Sprache kommen Bilder aus den Jahrzehnten, dazu synchron Musik aus dem jeweiligen Jahrzehnt, und sinnvoll eingesetzte Untertitelung und Beschriftungen.

Die Jury urteilt:

Hier wurde eine Firmenhistorie auf höchstem Niveau spannend, unterhaltend und informativ zum Leben erweckt.

Bilder wurden klug ausgewählt, Beschriftungen und Untertitel sorgfältig getextet und eingesetzt, und als Highlight ein super Musik-Track zusammengestellt.

Bitte mehr davon!

Platz 2 (Silber)

Titel: IPointstore_Werbefilm
 Auftraggeber: iPoint Store GmbH
 Einreicher / Produzent: Spreadfilms Traunstein

**Würdigung durch die Jury:**

Ipoint Store ist ein Anbieter einer Lösung, mit der durch einen kleinen Reparaturstift Display-Verschmutzungen, z.B. auch Wasserschäden, an Smartphones, Tablets und anderen Gadgets ausgebessert werden können. Gerade bei Reinigungs- und Ausbesserungsinstrumenten haben miserable Verkaufs-TV-artige Spots Tradition. iPoint hat es richtig gemacht und echte Profis für Animationsfilm ins Boot geholt, die nicht nur ein hervorragendes Design entwickelt haben, sondern die Bildsprache konsequent umgesetzt haben und eine unterhaltsame Handlung unterlegt haben.

Die Jury meint:

Hier hat die Spreadfilm einmal mehr ihre Vielseitigkeit unter Beweis gestellt.

Eine zielgruppengerechte Bildsprache ist kombiniert mit unterhaltsamer Handlung und dennoch deutlicher Werbe-Botschaft. Emotion, Information und Humor kombiniert mit hervorragendem Handwerk: so kann (virales) Marketing heute funktionieren!

Platz 3 (Bronze)

Titel: ProMinent - Die neue Sigma Baureihe
 Auftraggeber: ProMinent
 Einreicher / Produzent: Lakritz. Film GmbH

**Würdigung durch die Jury:**

Komplexe Technologie informativ und verständlich erklären - das ist eine Aufgabe, die mit Animationsfilm und 2D / 3 D Modellen in vielen Fällen gut bewältigt werden kann, aber nur, wenn neben der Technologie auch die Bildsprache und Didaktik beherrschaft wird. Lakritz. Film ist einer der etablierten Hochqualitätslieferanten, die dieses Genre hervorragend beherrschen.

Die Jury urteilt:

Der Design in Motion Film „Die neue Sigma Baureihe von ProMinent“ überzeugte in allen Bereichen:

Visuell hochwertig animiert, didaktisch hervorragend aufbereitet und durch die ansprechende Musik / Tonspur emotional ansprechend gestaltet, so kann Technik und die Vorteile dieser erfolgreich dargestellt werden. Lakritz. Film ist ein Meister in diesem Fach!

Kategorie 11: P.O.S.**Platz 1 (Gold)**

Titel: Gardena Wassermengenzähler
 Auftraggeber: Gardena Deutschland GmbH
 Einreicher / Produzent: Lakritz. Film GmbH

Würdigung durch die Jury:

Bei Gardena gibt es mittlerweile eine gute Tradition für humorvolle, raffiniert kollagierte Produktionen für Web und P.O.S.

Entscheidenden Anteil daran hat die Lakritz. Film, die das Genre P.O.S. perfektioniert hat.

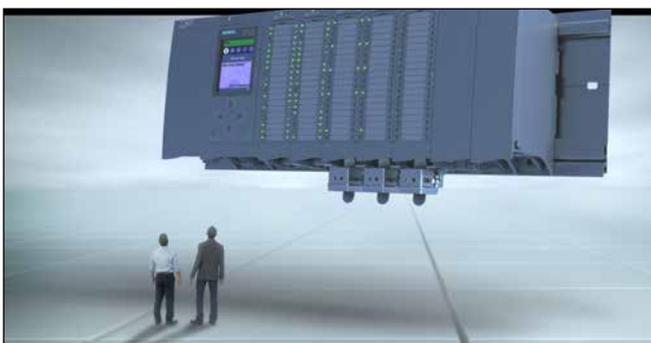
Die Jury urteilt:

Wieder einmal kommt eine Produktion aus dem Hause Lakritz. Film die Spaß macht, flott mit klasse Bildern daherkommt und unterhaltend das Produkt und die darin enthaltene Problemlösung näher bringt.

Story, Kamera und Schnitt sind von höchster Güte und führen zu einem wirklich sehenswerten Ergebnis.

**Kategorie 12: 3D****Platz 2 (Silber)**

Titel: Siemens TIA Launch Event 2013
 Auftraggeber: Siemens AG
 Einreicher / Produzent: KUK Filmproduktion GmbH München

**Würdigung durch die Jury:**

Die Faszination von schlecht gemachtem 3D ist vorbei. Die Technik wurde in einer Reihe von Produktionen durchdekliniert und man weiß, dass Fische scheinbar ins Publikum schwimmen können.

Doch die Zeit von gut gemachtem 3D hat erst begonnen - und die KUK Filmproduktion ist für Siemens exzelenz dabei.

Doch KUK macht nicht den Fehler, ausschließlich 3D-Grafiken und Animationen von Technologie darzubieten und platt zu bewerben, sondern baut die Präsentation der Technologie geschickt in eine realistische Rahmenhandlung ein.

Urteil der Jury:

Die Qualität der 3D-Produktion ist im Spitzenfeld, der Plot / die Rahmenhandlung ist überzeugend und realistisch, die Informationsvermittlung über die neue Technologie ist sehr ansprechend und hervorragend gelungen.

Es zeigt sich wieder, wie ein Team von innovativem Auftraggeber und starker KUK Filmproduktion zu Spitzenergebnissen kommen können.

Platz 2 (Silber)

Titel: Verborgene Welten.3D - Die Höhlen der Toten
 Auftraggeber: KSM GmbH
 Einreicher / Produzent: Blue Note Productions Film & TV GmbH

**Würdigung durch die Jury:**

Die Natur bildet zweifelsohne unendlich viele, faszinierende Motive für 3D-Produktionen.

Doch neben den neuen Anforderungen an Technik und Bildregie müssen diese Produktionen endlich weg von reiner Effekthascherei.

BlueNote geht diesen Weg konsequent, und hat einen spannenden Handlungsablauf zugrunde gelegt, der innerhalb kurzer Szenen überzeugt, aber auch insgesamt stimmig ist.

Die Jury urteilt:

Eine der besten 3D-Produktionen mit Naturaufnahmen, intelligent geskriptet, qualitativ hochwertig aufgenommen und ausgezeichnete Postproduktion.

Bitte mehr davon!

Der ITVA - im Dienste der Qualität

Der ITVA hat eine lebhafte Geschichte. Viele Trends und neue Technologien wurden in den letzten 30 Jahren begleitet.

Aber ganz entscheidend war immer die Evaluation dieser Techniken auf ihr Potenzial zur Verbesserung von Gesamtergebnissen in der Filmkonzeption- und Produktion.

Hierbei ist es wichtig, sowohl am Puls der Forschung zu sein, aber auch zugleich nah bei den Anwendern und Produzenten.

Dem ITVA ist das immer wieder gelungen, v.a. auch durch eine rege Tätigkeit bei der Organisation und Durchführung von Vorträgen und Workshops sowie Konferenzen:

Einige Highlights hieraus sind:

Ingo Passon
1983 Gründung German Chapture
Conference Toronto 1983
1984 1. Award Photokina

Lothar E. Weiland
17.11.87 Bad Honnef Gründung der Medien-Akademie – Video Dialog-Systeme

Prof.Dr. Dieter Eichhorn
25.-30.05.89 21st Annual Video Festival San Francisco
Weltpremiere des digitalen Schnitts(AVID) und Interaktives Video
27./28.10.89 Video Power, Marketing Service Frankfurt
15.-17.11.90/ 1. Europäische Konferenz im deutschen
Museum München

Wilfried Frenzel
9.07.92 International Festival Kongresshalle Messe
München

Peter Hielscher
20.09.96 Festival Photokina Köln Messe
31.05.96 D.A.S.A Dt. Arbeitsschutzausstellung, Dortmund

Dr.Gerhard Dotzler
28.09.2004 Photokina Candela , Dreams of Screens,
Farbraum und Monitortechnologien,
Video im Handel – Gütesiegel :Member of ITVA

26.04.2007 Forum FH Ansbach / Online-Übertragung/
Vorträge ITVA.eu

3.11.2007 Video im Museum , Exponatec Köln

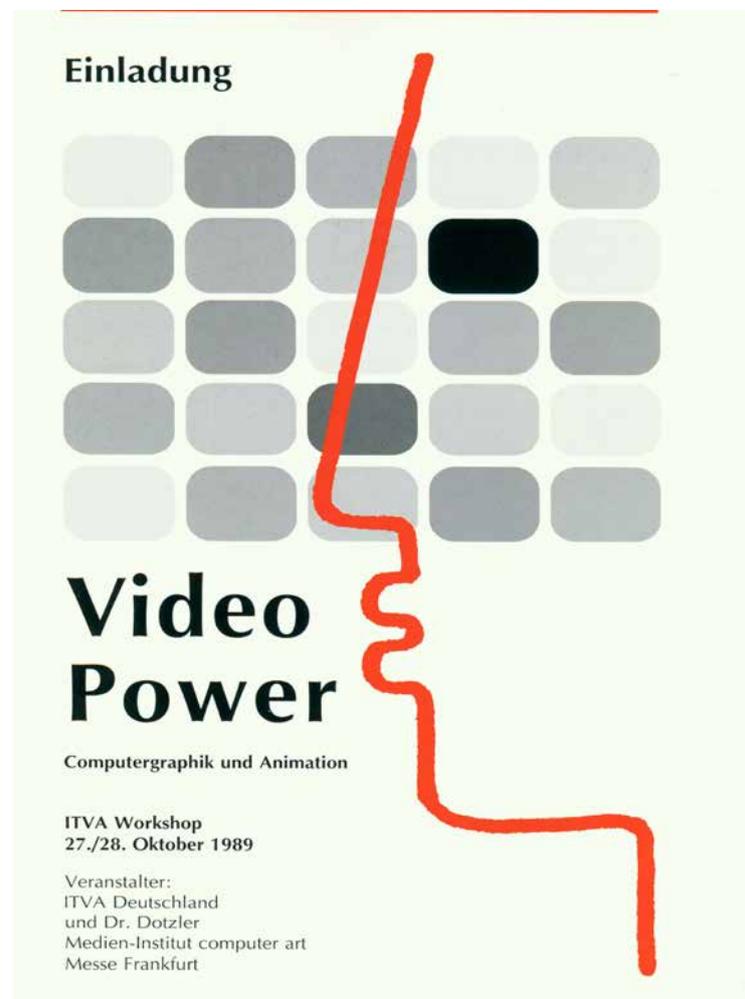
26.09.2008 Video auf dem Handy , Photokina Köln

9.02.2010 Stereo AG, Infitec, Ulm

7.05.2010 e-Learning, BMW Group Trainingsakademie,

24.09.2010 Future of 3D , Photokina Köln

22.10.2013 Lernmanagement-Systeme im betrieblichen Einsatz - Wakeup-Call Vortrag von Roman Müller, E-Learning Summit 2013, Ludwigsburg



Der ITVA ist international verwurzelt; 1983 gab es eine offizielle Aufnahme-Zeremonie in den internationalen ITVA:



Aufnahme des deutschen Chapters
In Toronto 1983
durch President, Vicepresident
und President Elect



Im Kostümfundus der MGM,
Las Vegas 1984
Lehmann, Achenbach, Passon, Eichhorn (v.l nach r)

Hier sehen Sie den ITVA-Vorstand von 1984, (Lehmann, Achenbach, Passon, Eichhorn) im Kostümfundus von MGM.



Golden Real Awards Banquet, Toronto 1983

Gamebased Learning - können und wollen wir uns das leisten?

Bereits seit Jahren hört man viel von Gamebased Learning oder Serious Games.

Doch gute Projekte trifft man noch immer selten an. Was ist der Wert? Lohnt es sich, Spaß beim Lernen als wertvollen Faktor zu sehen? Wohin geht die Reise?

Einige Gedanken und Antworten hier.

Neben den Theorien des Kognitivismus (der Lerner muss rational „verstehen“, was er anwenden soll) hat vor allem der Konstruktivismus extremen Einfluss auf heute zeitgemäße Didaktik und Methodik.

Der Konstruktivismus geht davon aus, dass sich jeder Mensch seine Wirklichkeit im Kopf selbst konstruieren muss.

Damit ein möglichst realitätsnahes Konstrukt entstehen

kann, müssen geeignete Informationen, aber auch Erlebnisse und Erfahrungen, zur Verfügung stehen. Der Stand heutiger Wissenschaft hält diese Lerntheorie, kombiniert mit Elementen des Kognitivismus („der Lerner muss verstehen“) und meiner Ansicht nach auch Elemente des „Modelllernens“ für die dem „Geheimnis Lernen“ am nächsten kommende Theorie.

Doch eine Theorie und ein Bildungs-Inhalt benötigt immer ein Träger-Medium.

In unserer heutigen Bildungslandschaft spielen Bildungsmedien

eine immer wichtigere Rolle, da mit gutem Grunde das Selbstlernen immer mehr in den Vordergrund rückt. Sei es kurz mal zwischen zwei Terminen im Büro, sei es über eine Fernschule am Wochenende oder, in die Zukunft gedacht, im Zug online via iPhone.

Bereits 1965 hat IBM auf Großrechnern drill-&-practice-Lernprogramme für die interne Mitarbeiter-Weiterbildung zur Verfügung gestellt. Da hat noch nichts geblinkt und geflattert, Videos haben ebenso gefehlt wie Sprechertext. Neben massenhaft „Bleiwüsten“ gab es aber bereits einige verschiedene Interaktionstypen, z.B. eine Textzuordnung, Lückentexte und natürlich Multiple und Single Choice.

Am Anfang haben diese Programme Interesse geweckt, eben das Interesse am Neuen.

Doch nahezu Jahrzehnte lang hat sich am grundsätzlichen, didaktischen Design an den meisten Lernprogrammen nichts geändert.

Es kamen zwar neue Informationsträger wie Video und Audio hinzu, doch das allein stellt noch keine Methodenerweiterung dar.

Im Laufe der Zeit wurde versucht, von dem stark programm-zentrierten Paradigma abzuweichen



Roman Müller ist seit 2007 im Vorstand für den Bereich E-Learning im ITVA verantwortlich und seit 2011 Vize-Präsident. Er ist Inhaber der E-Learning- und Webagentur didaktech e.K.

und den Lerner mehr „ins Geschehen“ mit einzubeziehen.

1996 wurde das erste, deutsche „Lernadventure“ veröffentlicht, das Aufgaben in einer virtuellen Welt gestellt hat, die der Lerner mit Hilfe von Hintergrundinformationen und experimentell lösen musste. (Siehe auch www.braingame.de)

„Ja, aber das ist doch Kindersoftware!“

Ja und Nein. Gamebased-learning hat sich in den letzten Jahren und Monaten zu einer immer wichtigeren Komponente in der Lern- und Trainingslandschaft entwickelt. Was bei Kindern einleuchtend ist, nämlich dem Spiel- und Entdeckungstrieb „gutes Futter“ zur Verfügung zu stellen, gilt für Erwachsene nicht weniger. Der „Spiel- und Entdeckungstrieb“ hat zu neuen, genialen Erfindungen geführt. Es ist auch kein Wunder, dass die „Besten der Besten“ im Bereich Suchmaschinen- Algorithmen bei Google immer wieder mit Bauklötzchen selbstentwickelte Spiele spielen, um neue Suchmethoden zu erfinden.

Das Experiment, in der Wissenschaft als konstituierendes Element anerkannt, sollte mehr und mehr auch in E-Learning und Erwachsenenbildung Einzug halten. Und das geschieht derzeit bereits an manchen Ecken. Als Brettplanspiele im betriebswirtschaftlichen Bereich (längst anerkannt) bahnen sich nun auch verschiedenste game-based-learning-Konzepte und Produkte mit

Computereinsatz ihren Weg. Einen etablierten Stellenwert haben bereits Simulatoren (z.B. für Piloten die Flugsimulatoren, aber auch für Lokführer und Astronauten, aber mittlerweile auch für Produktionsprozesse in Fertigungsstraßen und Ärzte, die an einem virtuellen Patienten Operationen vornehmen können). Die Schwelle zwischen „gamebased-learning“ und „simulationbased-learning“ ist mittlerweile häufig nicht mehr eindeutig, da „normale“ gamebased-learning- Szenarien immer interaktiver und näher an die virtual reality Darstellungen von Simulatoren erinnern. Lernwelten können den Lerner plötzlich nicht mehr nur als Zuschauer am Rande des Geschehens „abstellen“, sondern ermöglichen durch handlungsorientierte Elemente den Benutzer in das Geschehen einzubinden. Dabei kann durch die Anschaulichkeit des Geschehens auch ein Perspektiven- Wechsel ermöglicht werden, so dass beispielsweise ein Lerner zum Lehrer wird („learning by teaching“ – erinnern Sie sich noch, vielleicht ging es Ihnen in der Schule genauso: exakt der Stoff hat perfekt gegessen, den man kunstvoll für einen Spickzettel aufbereitet hatte.) Durch die somit gestellte Aufgabe der Komplexitätsreduktion, der Strukturierung und der Präsentation des Stoffes wird der Lerner dazu veranlasst, in der Lernwelt das zu Erlernende zu durchdringen, ohne sich wie in einer „Konditionierungs-Maschinerie“ vorzukommen.

Doch auch Lernwelten haben ihre Tücken. Wenn der Lerner sich in der Welt verliert, weil sie für ihn (noch) zu komplex ist, kann der Lernerfolg ausbleiben. Dem Effekt „lost in cyberspace“ muss man begegnen mit einem didaktischen, roten Faden, der nicht gängelt, aber Orientierungsfunktion hat. Die Technologie für gamebased-learning ist mittlerweile vorhanden. Einige 3d-Engines sowie Tools für die Erstellung von 3d-Landschaften stehen

unter „open source“-Lizenzverträgen, andere sind extrem günstig geworden, so dass auch kleine Agenturen mit diesen arbeiten können. Doch die Produktion der 3d-Elemente ist nach wie vor nicht billig. Vor allem im E-Learning-Bereich gibt es noch nicht viele Agenturen, die sowohl didaktische Expertise, „game-Autoren“ und zu - gleich 3d-Designer und Engine-Experten aufbieten können. Die Kosten für hochinteraktives gamebased-Learning sind nach wie vor hoch. Doch es ist langsam Besserung in Sicht, da auch zunehmend Tools für die neuen Anforderungen zur Verfügung stehen (z.B. die Autorenumgebung „StoryTec“ der TU Darmstadt). Es gibt aber auch einen anderen Ansatz, der praktikabel ist: Warum investieren in ein „monolithisches gamebased-learning-Ungetüm“, statt kleinere Szenen und Übungen zu konzipieren, die dann als „Standard-Module“ mit klassischem Web Based Training kombiniert und neu konfektioniert werden können?



Fallstudien können gut mit Game-Elementen bereichert werden oder zur Simulation ausgebaut werden. Mit neuer Technologie wird das zahlbarer.

Leistungen, die es in sich haben:

Wer oder was ist der ITVA?

Der Name steht für Integrated TV & Video Association. Der deutsche Verband besteht seit 1983. Die Mitglieder kommen aus allen Bereichen, die AV in der Kommunikation einsetzen: zum Beispiel Unternehmen, Institutionen, AV-Produzenten, Lieferanten, Dienstleister. Ferner zählen wir zu unseren Mitgliedern: Berater, Autoren, Regisseure, Kameraleute, Tontechniker, Cutter, Multimediaspezialisten, E-Learning-Fachleute, Dozenten, Medienwissenschaftler und Fachverbände.

Was will der ITVA?

Der ITVA fördert den Einsatz audiovisueller Medien in Kommunikationsprozessen in Wirtschaft und Institution sowie in qualitativer und quantitativer Hinsicht. Seine wichtigste Aufgabe sieht der Verband darin, seinen Mitgliedern vielfältige Chancen zum persönlichen und beruflichen Erfahrungsaustausch, zur Information und Weiterbildung auf nationaler und internationaler Ebene anzubieten.

ITVA nur etwas für Filmindustrie?

Der ITVA ist keineswegs nur für die Filmbranche ein wertvolles Dach!

Das **Integrated** im Namen deutet bereits darauf hin, dass es auch um ganz andere Medienformate als klassische (Werbe-)filmproduktion. Denn integriert finden wir Video mittlerweile in fast allen Interaktiven Medien vor. Man denke nur an hochwertige E-Learning-Programme, aber auch an „filmreife“ Animationen und 3D-Engines in der Spielebranche.

Um dem auch noch mehr Rechnung zu tragen haben wir den Vorstand paritätisch mit 2 „Interactive“-Spezialisten, und 2 ausgewiesenen Filmspezialisten besetzt. Wobei wir immer mehr auch hier feststellen: Es wächst zusammen, was zusammengehört.

Regionaltreffs

Man trifft sich - meist bei Mitgliedsunternehmen, diskutiert, tauscht Erfahrungen aus, begutachtet Innovationen. Die Themenpalette reicht vom generellen Einsatz audiovisueller Medien bis hin zu Einzelfragen inhaltlicher, didaktischer oder technischer Art. Und immer bleibt genügend Zeit zum informellen Gespräch mit Kollegen.

Konferenzen

Neben den zentralen Veranstaltungen des ITVA Deutschland zu aktuellen Themen unterstützt durch Referate und Workshops - an deren Auswahl die Mitglieder aktiv beteiligt sind, funktioniert Knowhow Transfer auch international. Ein Highlight ist die jährliche internationale Konferenz.

www.itva.eu - das Verbandsorgan des ITVA

Die ITVA-Mitglieder erhalten die Verbandsnachrichten per E-Mail über den ITVA-Newsletter und erfahren Neues aus der Branche. Die Internetpräsenz www.itva.eu steht den ITVA-Mitgliedern auch für eigene Veröffentlichungen kostenlos zur Verfügung.

ITVA Award

Jedes Jahr findet der ITVA-Award schon seit 20 Jahren statt. ITVA-Mitglieder sparen bares Geld, denn für sie gelten stark ermäßigte Gebühren. Das ITVA Festival prämiiert die besten und innovativsten audiovisuellen Lösungen aus den Bereichen Marketing, interne und externe Kommunikation, Verkaufsförderung, Marketing, Lernprogramme, Interaktive-Produktionen, IPTV Projekte, 3D-Design in Motion, Hochschularbeiten u.a.

ITVA Präsenz auf Messen und Ausstellungen

Mit eigenem Messestand ist der ITVA z.B. auf der CeBit, der IFA Berlin, photokina und anderen internationalen Branchenmessen präsent und beliebter meeting-point unserer Mitglieder.

ITVA – das heißt: Kontakte in alle Welt

Sie suchen ein Drehteam in Toronto, eine Kameraausrüstung in Wellington, ein Studio in London eine Tonausrüstung in Johannesburg, Präsentationstechnik für eine Veranstaltung in Tokio oder Sie wollen gar eine Satelliten in den USA anmieten? Vielleicht wollen Sie aber auch nur mit internationalen Kollegen eine ganz spezielle Frage des Medieneinsatzes abklären? Kein Problem – Der ITVA bietet immer eine Lösung und antwortet auf Ihre Fragen – weltweit.

Kommunikation und Erfahrungsaustausch

Als ITVA-Mitglied haben Sie Kontakte zu Berufskollegen aus allen relevanten Bereichen des AV-Geschehens, national und international.

Überzeugt? Dann blättern Sie um und füllen den Aufnahmeantrag aus und senden ihn per Post oder via E-Mail an vorstand@itva.eu

... nach dem Award ist vor dem Award:

Der 21. ITVA Award wird vergeben!

Wir haben unsere Planungen jetzt bereits begonnen!

Wie an anderer Stelle bereits angemerkt werden wir zunächst die Kategorien überarbeiten, um den Querschnitts-Innovationen (Interactive, E-Learning, Mobile, 3D etc.) besser gerecht zu werden. Außerdem werden wir einen Studentenpreis vergeben, der dann eine kostenfreie, 3-jährige Mitgliedschaft beim ITVA als Preis hat. Ferner werden wir die ITVA Award Gala ausbauen.

Unter: www.itva.eu/itva_award.html
finden Sie alle Informationen zum 21. Award, die Präsenzmöglichkeiten und Anmeldeunterlagen online.

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme und Engagement!

Wir zählen auch 2014 + 2015 auf Sie!



Preisverleihung frühe
80er Jahre

Ingo Passon, RNF-Studios GmbH (li),
Peter Hielscher, ITVA Präsident (re)



ITVA – Integrated TV & Video Association e.V.

Drygalski-Allee 118/App.1216
81477 München

info@itva.eu | www.itva.eu
Tel: +49-89-8560.999-3

Antrag auf ITVA Mitgliedschaft

Titel
Vorname
Name
Funktion
Firma/Institution
Straße
PLZ/Ort
Telefon
E-Mail
Web

Folgende Themen interessieren mich/uns besonders:

- ITVA-Award Einreichungen
- Präsenz auf Messen und Ausstellungen
- Onlinepräsenz, E-Mailmarketing, Social-Media
- Vergünstigungen, Bennefits
- Networking, Branchenkontakte
- Internationale Kontakte
- Beratung zum Branchen-Themen

Ich/wir möchte(n) unter nachstehend angekreuztem Mitgliedsstatus dem ITVA - Integrated TV & Video Association e.V. beitreten

Einzelmitglieder

- Studenten, Auszubildende € 50,-
- Anwender und Anbieter von Dienstleistungen € 100,-

Fördermitglieder

- Studios, Produzenten, Software-Lieferanten € 400,-
- Hardware-Hersteller, Lieferanten, Handel, Internationale Unternehmen € 1.500,-

Preise sind Jahresbeitrag. Bei Beitritt ab dem 6. Monat des Jahres gibt es 40% Ermäßigung auf die erste Jahresgebühr.

Aufnahmeantrag ausfüllen und ab mit der Post oder per **E-Mail** an vorstand@itva.eu

Datum
Unterschrift

Bankverbindung:
Deutsche Bank | BLZ 500 700 24 | Konto-Nr. 048
0202

Der ITVA 1984 auf der Höhe der Zeit: Von den Gewinner-Beiträgen des Awards Nr. 1 wurde eine Bildplatte produziert

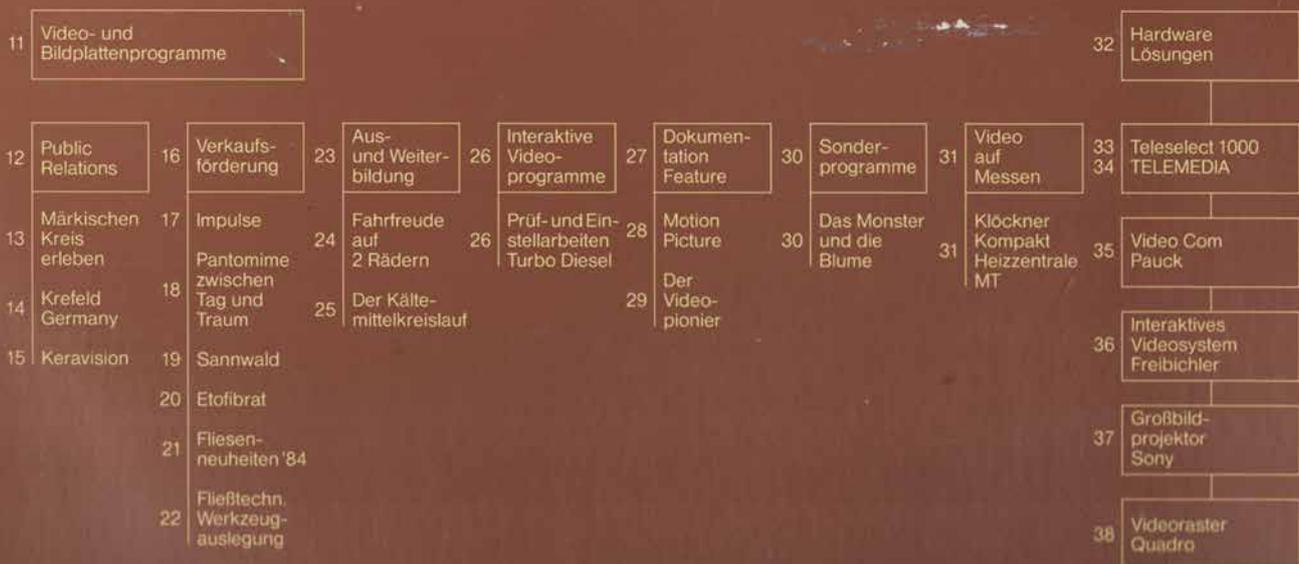
ITVA-Deutschland e.V., Internationaler Verband der Video-Anwender, präsentiert auf dieser Bildplatte die Preisträger des 1. ITVA-Videowettbewerbs Deutschland '84

Produktion: **blackbox** Blackbox AG Seestraße 160 CH 8027 Zürich Konzeption und Regie: Ingo Passon

Bildplatten mastering: **TELE MEDIA** TELEMEDIA GmbH Carl-Bertelsmann-Str. 161 4830 Gütersloh Cover Design: Peter Lorenz

Musik: **selected sound** SELECTED SOUND Musikverlag GmbH & Co. KG Pöseldorfer Weg 20 2000 Hamburg 13

Was interessiert Sie? Bitte wählen Sie!



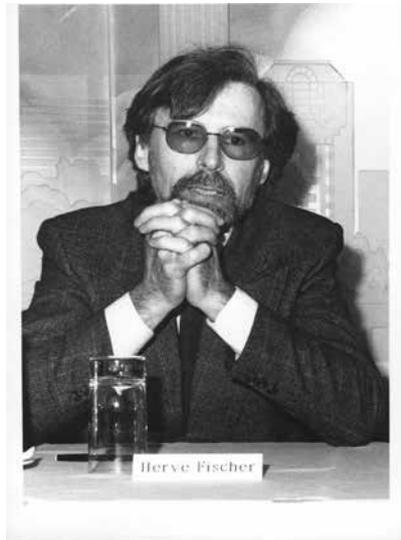
Diese aktive Bildplatte wurde gesponsert von:



Personen mit Verdiensten rund um den ITVA als Präsident, Vorstandsmitglied usw.
(Diese Liste ist unvollständig!)



Herr Fenzel



Herr Herve Fischer



Herr Nestle



Herr Feldmann



Matthias Ditsch, amtierender Präsident



LOTHAR E. WEILAND
Präsident Internationaler Verband der Video-Anwender Deutschland e.V.



Herr Dotzler, vorletzter Präsident, mit Frau

didaktech.



"If you think education is expensive,
try ignorance."

Derek Bok
President Harvard University
1971-1991, 2006-2007

>E-Learning & Web

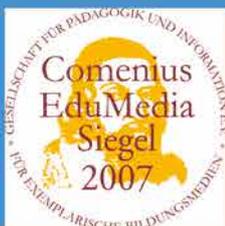
Wir sind spezialisiert auf

- + Wissens- und Lernplattformen
- + E-Learning Medienproduktion
- + Webseitenerstellung
- + Qualitätssicherung von Websites

didaktech versteht sich als Full-Service-Agentur für die Entwicklung von Lernsoftware, Serious Games, Wissensplattformen und Webseitenerstellung.

Unsere Schwerpunkte:

- (Open Source) LernManagementSysteme (LMS)
- multimediale Lernsoftware-Produktion
- Konzeption und Realisation von Wissensdatenbanken
- Aufbau von Knowledge Management Systemen
- Online-Redaktion
- E-Learning als Marketing-Instrument
- Konzeption und Entwicklung von Webseiten (u.a. mit Drupal und Typo 3) und Web-Shops.



Ihr E-Learning-Partner
didaktech e.K. | Roman Müller
Ulrichstraße 12 | 71672 Marbach
Tel: (07144) 883904
e-mail: info@didaktech.de
www.didaktech.de