



World Media Festival

Hamburgs internationaler Geheimtipp

And the winner is ...“ Das WorldMediaFestival – global competition for modern media“ holt jedes Jahr mehr als 300 internationale Kommunikations-Profis nach Hamburg. Prämiert werden Corporate-Filme, -Videos, -CD-ROMs, -DVDs und Websites. Die Auszeichnungen: „intermedia-globe-Grand Prix“ – „Best of Festival“, der „Grand Award“ sowie „intermedia-globe-Gold“ und „-Silber“ sind einige der bei Kennern der Branche heiß begehrten Trophäen. Dazu kommen noch der Sonderpreis der United Nations oder der „CERP-Special Award“ des europäischen Public Relations Verbandes. Hier werden sozusagen die „Oscars für Best of Audiovisual Corporate Communications“, vergeben, so ein Insider. Die Vorab-Jurierung aller Beiträge erfolgt durch internationale, unabhängige Fachjury-Gruppen in Europa und Übersee. Es ist das einzige Forum dieser Art in Europa.

„Was hat es für Sie so reizvoll gemacht, bei diesem Festival mit dabei zu sein?“ wollten wir von Martin Brandes (Lufthansa-Technik AG, Frankfurt www.lufthansa-technik.com), wissen. „Uns erschien es wichtig, uns internationalen Kommunikations-Profis zu stellen: Wie bewerten sie unsere Arbeit, wie kommen unsere Aussagen, unsere Motivationsansätze beim anderen an? Was

DIE KATEGORIEN SIND BREIT GEFÄCHERT

erreichen wir mit unserem Film? Sind wir nah am Thema, versteht man uns? Sind wir zeitgemäß? Und so weiter. Zudem finden wir den persönlichen Gedankenaustausch mit den anderen Festival-Teilnehmern aus aller Welt interessant. Diese Veranstaltung mit ihrer hochkarätigen Besetzung ist einfach eine sehr interessante Sache für ein breites Spektrum.“ Brandes nahm einen „intermedia-globe Gold“ und einen „Grand-Award“ für „Flyer-TV“ mit nach

Frankfurt. Neben Martin Brandes findet auch Stefan Köster (www.koestersbuero.de) aus Hamburg die Bandbreite der Kategorien beeindruckend: Advertising, Business TV, Inhouse TV, Corporate Communication, Public Relations und vieles andere mehr. Bei Stefan Köster laufen die Vorbereitungen für die Teilnahme am Festival 2006 auf Hochtouren. Er zählt zu den Doppel-Gewinnern des Festivals 2005, räumte zwei „intermedia-globes“ ab. Einmal Silber für „Ein Schritt voraus – Der Weg zum Geschäftsabschluss im Mittelstand“, Herausgeber Vodafone D2

IM MITTELPUNKT STEHT DIE ZIELGRUPPE

GmbH, Düsseldorf und einmal Gold für „Athleten und ihre Geschichten“, Herausgeber adidas-Salomon AG, Herzogenaurach. Aber für wen genau werden denn nun diese Corporate-Filme, -Videos, -CD-ROMs und -DVDs, die zwar prämiert werden, aber in der Regel weder im Kino noch im TV zu sehen sind, produziert? Sehr gut verständlich zu machen ist dies am Beispiel der Linde AG, ebenfalls Teilnehmer am Festival 2005: Der von der Münchner Fine Arts GmbH produzierte Filmbeitrag war ein wichtiges Kommunikations- und Motivations-Instrument für Mitarbeiter und Kunden rund um den Globus. Er informierte über Philosophie, Strategie und Ziele der unterschiedlichen Unternehmensbereiche und wurde mit der höchsten Auszeichnung des WorldMediaFestivals geehrt, dem Grand Prix.

Das nächste Festival und Treffen internationaler Kommunikations-Profis findet am 09. und 10. Mai 2006 in Hamburg statt. **Anmeldung und Information** unter www.worldmediafestival.org oder Tel. +49 (0) 40 / 43 25 09 39.



Frau Chinbuah, was sind eigentlich die Ursprünge dieses relativ jungen Festivals?

Ganz einfach: Mein Vater Bodo Menck war Produzent und Gestalter spezieller Filme, die von Verbänden, Institutionen, Firmen und Ministerien in Auftrag gegeben wurden. Die Auftraggeber dieser audiovisuellen Produktionen erwarteten, dass „ihre“ Filme von möglichst vielen Menschen, für die sie von Interesse sein könnten, gesehen würden. Damit tat sich für meinen Vater eine höchst interessante Lücke auf, und er nutzte die Chance, als einer der ersten einen Spezialvertrieb zu etablieren. Er gab ihm den Namen „intermedia“.

Was machte „intermedia“ für Sie so reizvoll, um die Nachfolge Ihres Vaters anzutreten?

Da wir ein Familienbetrieb waren, habe ich viel von den verschiedenen Arbeitsgängen mitbekommen und war fasziniert davon. Das war vor vielen Jahren. Inzwischen hat sich auf diesem Markt, in dieser Branche, ungeheuer viel getan. Da mitzugehen, mitzuwachsen und neue Anreize zu schaffen, war mit die größte Motivation, den Familienbetrieb weiterzuführen und ihn mit dem Zeitgeschehen und seinen Anforderungen wachsen zu lassen. Aus diesem Grund entstand im Jahr 2000 das World MediaFestival, das seit seiner Gründung weltweit zunehmend Beachtung findet. Es ist nicht auf ein Genre festgelegt, sondern führt branchenübergreifend Herausgeber (Auftraggeber aus Wirtschaft und Sendeanstalten) mit den Kreativen unterschiedlichster Couleur zusammen. So kommen die Verantwortlichen aus den Abteilungen PR und Marketing, Werbung und Unternehmens-Kommunikation namhafter Unternehmen sowie die erste Garde aus Agenturen oder Produktionen, also die Eigentümer oder Geschäftsführer, zusammen. Standort des WorldMediaFestivals ist Hamburg.

