

„Das Internet ist immer noch für Überraschungen gut“

Quo vadis, Multimedia? Diese Frage stellt der Deutsche Multimedia Award (DMMA) jedes Jahr aufs Neue. Seit elf Jahren. Und jedes Jahr wollen Unternehmer, Marketing- und Kommunikationsfachleute, Kreative und Programmierer eine neue Antwort. 2007 haben sich 368 Projekte von 156 Einreichern dieser wichtigen und unabhängigen Standortbestimmung gestellt – und so letztlich der Beurteilung ihrer Kreativität, des Innovationsgrads, der konzeptionellen und strategischen Klasse, der Verständlichkeit und der Zielgruppenadäquatheit. Ausgewählte Stimmen der beteiligten Juroren zeichnen die Qualität und den Stellenwert des Deutschen Multimedia Awards 2007 nach.

„Die Tatsache, dass nicht nur die Anzahl der Arbeiten, sondern auch die Anzahl der Einreicher wieder gestiegen ist, verdeutlicht den hohen Stellenwert, den der DMMA

genießt“, sagt Dr. Markus Krechting von Neckermann.de stellvertretend für die Auftraggeberseite. Manfred Klaus, Geschäftsführer von Plan Net Media, kommentiert die Bewerbungen 2007 folgendermaßen: „Viele Einreichungen loten einmal mehr die Grenzen des Machbaren in Darstellungsform, Kreativität und hochwertiger Umsetzung aus – und machen deutlich, wie sehr das Internet Teil unseres Lebens geworden ist.“

Tomoki Saotome, Senior Consultant bei der Deutschen Post, freut sich auf 2008: „Viele innovative Ideen, die einen Ausblick geben und neugierig machen auf die Anwendungen von morgen.“ Hans Buehler, Manager Business Development PoS bei Daimler Chrysler, war besonders „vom Grad der Geschäftsorientierung der Beiträge“ beeindruckt. „Viele aktuelle Beiträge waren am Kundennutzen mit integrierter Erfolgsmessung orientiert.

Damit wird das Medium zum Kerngeschäft der Kommunikation“, sagt Buehler. Die 36 Jurorinnen und Juroren bewerteten die Qualität der Einreichungen als ausgesprochen gut. „Die Vielfalt und die Qualität der eingereichten Arbeiten haben es den Juroren nicht leicht gemacht, aber die Gewinner der einzelnen Kategorien waren so überzeugend, dass die Jury meist einstimmig entschieden hat“, begründet Reiner Kuiper, Geschäftsführer der Berliner Medienakademie Cimdata Plus und Gastgeber der finalen Jurysitzung, das Ergebnis.

Klaus Artmann vom E-Mail-Marketer Mission One koordinierte den Findungsprozess der Kategorie E-Mail, bei dem die Juroren ihre liebe Mühe hatten. „Aufgrund der guten Einreichungen war die Auswahl für die Shortlist bereits sehr, sehr schwer“, berichtet Artmann. „Noch komplizierter war es, den Sieger zu bestimmen, denn alle nominierten Projekte hätten es verdient gehabt.“ Das gilt auch für die Hauptjury: „Wir hatten eine unglaubliche Leistungsdichte“, berichtet Handelsblatt-Online-Chefredakteur Julius Endert.

„In der Kategorie Mobile war es spannend zu sehen, wie sich die Qualität der Einreichungen im Vergleich zum Vorjahr noch einmal gesteigert hat. Ich freue mich darauf, im kommenden Jahr die Beiträge zu den neuesten Trends zu sehen, die sich im Mobile Internet entwickeln“, kommentiert Pixelpark-Manager Olav A. Waschkies die Einreichungen in dieser Kategorie. Malte Hasse, A & B Face 2 Net, ergänzt für die Kategorie Inno-



Die DMMA-Jury: Hintere Reihe (v. l.): Ansgar Zerfaß, Stefan Lein, Markus J. Krechting, Harald Eichsteller, Kay Staedele, Hans J. Even, Reiner Kuiper, Ossi Urchs. Vordere Reihe: Julius Endert, Bettina Althaus, Dominik Grollmann, Bert Rösch, Manfred Klaus, Kai Hattendorf

vative Installationen: „Alle Nominees können sich als Gewinner fühlen.“ Tomoki Saotome lobt zudem das neue Beurteilungstool des DMMA-Veranstalters Awards Unlimited: „Der sehr strukturierte Online-basierte Bewertungsprozess hat einen sinnvollen, objektiven Rahmen gestellt, gleichzeitig aber auch Raum für konstruktive Diskussionen zugelassen.“

Das Projekt „Intranet 2.0“ von Christoph Lehmann veranlasste die Jury mit der Einreichung seiner Bachelor-Arbeit zu zukunftsorientierten 2.0-Features eines Intranet-Prototyps, neben den zehn traditionellen DMMA-Kategorien einen Nachwuchspreis zu vergeben. „Die Qualität der vorgelegten Bachelor-Arbeit zeigt beeindruckend, dass auch in den neuen Bachelor-Studiengängen hervorragende Absolventen aus deutschen Hochschulen hervorgehen“, freut sich Prof. Harald Eichsteller, Hochschule der Medien (HdM), Stuttgart.

Prof. Dr. Ansgar Zerfaß von der Universität Leipzig resümiert: „Allen Beteiligten am Entstehungsprozess von Online- und Offline-Anwendungen sind die ausgezeichneten Preisträgerprojekte 2007 eine sehr gute Orientierung.“

Auch Ossi Urchs von der Medienagentur FFT ist voll des Lobes: „Überraschend war nicht nur die Anzahl der Einreichungen 2007, die den Stellenwert des DMMA eindrucksvoll vermittelten. Überraschend war auch deren ganz und gar unterschiedliche Qualität.“ Die „konzentrierte und kompetente“ Diskussion in der Jury habe dennoch zu „eindeutigen, wenn auch einmal mehr überraschenden Ergebnissen“ geführt. „Außerdem war es schön, feststellen zu können, dass sich nicht nur die immer gleichen großen Namen durchsetzen, sondern das Internet immer noch für Überraschungen gut ist“, so Urchs weiter.

DMMA-Ausblick 2008

Jedes Jahr stellen die Träger und der Beirat des DMMA das Wettbewerbslayout (Ausschreibungsmodalitäten, Kategorien und Bewertungskriterien) auf den Prüfstand, um den aktuellen Entwicklungen in der digitalen Wirtschaft Rechnung zu tragen. Die Terminplanung für den DMMA 2008 sieht vor, dass die Ausschreibung am 2. Januar 2008 startet (Early-Bird) und die Bewerbungsfrist am 14. März 2008 endet.

Odo-Ecke Bingel_Geschäftsführer von Awards Unlimited

Die Jury 2007:

Dr. Bettina Althaus (Buch.de)
 Klaus Artmann (Mission One)
 Andrea Brändli (IM Marketing-Forum)
 Dr. Kathrin Brunner (In 2 Movies)
 Hans Buehler (Daimler Chrysler AG)
 Prof. Dr. Michael Cey (Fachhochschule Wedel)
 Prof. Harald Eichsteller (Hochschule der Medien Stuttgart)
 Julius Endert (Handelsblatt Online)
 Hans J. Even (TWT Interactive)
 Dominik Grollmann (Internet World Business)
 Ulrich Gutmair (NZ Netzzeitung)
 Malte Hasse (A & B Face 2 Net)
 Kai Hattendorf (Deutsche Telekom)
 Manfred Klaus (Plan Net Media)
 Dr. Markus J. Krechting (Neckermann.de)
 Susanne Krian (Löwe, Schwandt & Partner)
 Reiner Kuiper (Cimdata.de)
 Stefan Lein (Quelle GmbH Neue Medien)
 Prof. Dr. Nicola Marsden (Hochschule Heilbronn)
 Frank Niklaus (Jubelwerk Frankfurt)
 Marcel Pirlich (Avarto Mobile)
 Klaus Reinke (Messe Frankfurt Medien und Service)
 Ulf Richter (Optivo)
 Bert Rösch (ONEtoONE)
 Marco Saal (Horizont)
 Nikolas Samios (Wiredworld)
 Tomoki Saotome (Deutsche Post)
 Dr. Holger Schmidt (Frankfurter Allgemeine Zeitung)
 Birger Schnepf (Plusvalue Communications)
 Christian Sommer (Warner Bros. Entertainment)
 Prof. Ralph Sonntag (HTW Dresden)
 Kay Staedele (Werben & Verkaufen)
 Ossi Urchs (FFT Medien-Agentur)
 Mark Wächter (MWC Consulting)
 Olav A. Waschkies (Pixelpark)
 Prof. Dr. Ansgar Zerfaß (Universität Leipzig)



„Ein bisschen Spaß muss sein“: die Juroren Ossi Urchs, Dominik Grollmann, Harald Eichsteller und Markus J. Krechting auf der finalen Jurysitzung in Berlin