

[promotion@transmediale.de](mailto:promotion@transmediale.de)

**Mitte November 1999: State Of The Art Report**

**Das Wichtigste im Überblick.**

Die nachfolgende Expertise komprimiert die bisherigen informellen monatlichen Berichte.

Die bisherige - persönlich wie von ihren Ergebnissen her - positive Zusammenarbeit hat deutlich werden lassen, dass ein wesentlicher Faktor für den Erfolg der Veranstaltung des Jahres 2000 sein wird, diese in einem zeitlich wie konzeptionell darüber hinausgehenden Rahmen placieren zu können.

Zugleich soll diese Darstellung - inmitten der täglichen Herausforderungen und Aufgaben - im Ansatz bereits eine mittelfristigen Orientierung über die nächste Veranstaltung im (Februar des Jahres 2000) hinaus vermitteln.

Aus diesem Blickwinkel stehen die folgenden Fragen zur Bearbeitung an:

- Wie ist mit den bisherigen transmediale-Partnern weiter zu verfahren ?
- Welche neuen Partner können wie gewonnen werden ?
- In welchem Zeitrahmen können welche Ziele erreicht werden ?

Parallel zu den nach außen gerichteten Fragen sind zugleich nach innen gerichtete Anforderungen zu klären. Dazu gehören insbesondere die Frage nach

- den Möglichkeiten und Schritten einer mittelfristigen Positionierung,
- den organisatorischen Voraussetzungen zum Erreichen dieser Möglichkeiten.

Im Vorgriff und als kursorische Zusammenfassung dieser Darstellung werden die folgenden Zielsetzungen im Vordergrund stehen:

Sicherung der leichtfertigerweise als bereits „sicher“ geltenden bisherigen Partnerschaften, Strukturalisierung derselben und / oder Suche nach Ersatz

- Vorbereitung eines Netzwerkes von Beziehungen und Möglichkeiten, aus denen sich im Verlauf in der aktiven Nachbearbeitung der transmediale 2000 Partnerschaften zu potentiellen Hauptsponsoren aus der Privatwirtschaft ableiten lassen
- Sowohl Konsolidierung als auch Neuorientierung des Angebots im Dialog mit den Partnern im öffentlichen Raum;
- Entwicklung und Aufbau eines internen Projektmanagements als Voraussetzung einer erfolgreichen Umsetzung der zuvor genannten Punkte.

1 Report: Juli / August / September 1999 .....	2
1.1 Vorbemerkung .....	2
1.2 Die Suche nach einem Hauptsponsor .....	2
1.2.1 Ausgangsvoraussetzungen .....	2
1.2.2 State-of-the-Art: Ende September 1999 .....	3
1.3 Exkurs: Positionierung der tm im Rahmen der Berlinale.....	4
1.3.1 Gespräche mit der DT AG - Berlin / Bonn .....	4
1.3.2 DT AG / FANTASTIC / INTEL / ZDF als Baustein eines Partnerschaftsmodells5	
1.4 Zum weiteren Vorgehen .....	8

# **1 Report: Juli / August / September 1999**

## ***1.1 Vorbemerkung***

Dieser Bericht beinhaltet - formal gesehen — eine Vertragsverletzung. Laut Vereinbarung ist gefordert, allmonatlich einen Bericht vorzulegen. Das jetzt vorliegende Papier bezieht sich dagegen auf einen Zeitraum von drei Monaten.

Im ersten Teil geht es vor allem um eine Gesamtstrategie und die Suche nach einem Hauptsponsor, in den weiteren um einzelne Aktivitäten in dieser Richtung und schließlich um den gesamten Bereich der Anträge sowie der damit zusammenhängenden Aktivitäten.

Sein Umfang unterstreicht, dass es in der Tat richtig ist, den Berichtszeitraum auf jeweils einen Monat einzugrenzen und dann die Darstellung im Wesentlichen nach chronologischen Kriterien durchzuführen.

Wichtig wird nunmehr, eine Entscheidung über das weitere Vorgehen und die dabei zu setzenden Prioritäten herbeizuführen.

## ***1.2 Die Suche nach einem Hauptsponsor***

### ***1.2.1 Ausgangsvoraussetzungen***

Das mittelfristig entscheidende Ziel ist es, einen oder eine Gruppe von Partnern zu finden, die sich zu einer längerfristigen Zusammenarbeit mit der transmediale [im weiteren Verlauf des Textes: „tm“] bereit erklären. Dass darüber hinaus die Zusammenarbeit mit den bisher gewonnenen Partnern nicht außer Acht gelassen werden darf, dazu wird weiter unten Stellung genommen.

Die ersten Schritte zur Lösung dieser Aufgabe waren von dem Umstand belastet, dass es bereits zu Beginn der Vertragsverhandlungen Anfang des Jahres zwei konkrete Adressen gab, die Interesse an dem Thema und der tm gezeigt hatten, bzw. deren Interesse auf diesels gelenkt werden konnte.

Als schließlich der Vertragsabschluß erfolgte, waren beide potentiellen Partner bereits in anderen Berliner Medienprojekten engagiert. Sie konnten damit nicht mehr als eine Art „Morgengabe“ mit eingebracht werden. Pro Sieben<sup>A</sup> hatte sich mit dem Berlin Beta Projekt verbunden. Die guten Verbindungen nach Babelsberg konnten hier nicht mehr wirksam umgesetzt werden, zumal sich die ehemalige Générale des Eaux — nunmehr Vivendi<sup>B</sup>, bei der Cinemathèque engagiert hatte.

[Man könnte allerdings klären, ob und inwieweit gerade diese Institution als Partner für die zukünftige tm-Struktur in Frage kommt, zumal sie mit ihrem Standort im Sony-Center eine jener Verbindungen herstellt, die die tm m.E. dringend bedarf. An anderer Stelle wird weiter ausgeführt, dass bei der Suche nach längerfristigen Partnerschaften auch die zukünftige Standortfrage von Bedeutung ist. Zunächst nur soviel: Der Standort des Podewil ist nicht zu ersetzen, jedoch besteht die Notwendigkeit ihn mit zwei „Antennen“ zu ergänzen. Eine sollte in die „Szene“ (z. Bsp. Maria) und die andere in das traditionelle Mediengeschäft und damit zur Berlinale wirken.]

Darüber hinaus sind das Sony Center und die dort versammelten Mieter von großer Bedeutung für den weiteren Verlauf der Gespräche und Maßnahmen. An einem Ort, durch den bereits im Jahre 2000 über 50 Tsd. Personen pro Tag durch eine weitgehend digitalisierte Welt der audiovisuellen Medien geschleust werden, sind wir mehr und können wir mehr sein, als ein traditioneller Abspielort für den 35 mm Kinofilm...

### **1.2.2 State-of-the-Art: Ende September 1999**

Die erfolgreiche Durchführung der Lichtinstallation HIGH LIGHT O wird für die Plazierung der tm-Vorhaben offensiv genutzt. Sie eröffnet vielfältige und zusätzliche Kontakte zu Entscheidungsträgern und potentiellen Partnern. Die Senatsverwaltung sieht in dieser Installation ein Musterbeispiel für „Private-Public-Partnership“<sup>C</sup>. Sie ist damit für andere Vorhaben sensibilisiert. Die Kollegen der DTAG Berlin konnten das Projekt nicht unterstützen, trotz einer direkten Intervention auf der Leitungsebene. Ich habe sie in vielen Gesprächen darin bestärkt, nach einem anderen Anlass der Zusammenarbeit zu suchen und sie ausdrücklich auf die nächste Berlinale / transmediale verwiesen.

### **1.3 Exkurs: Positionierung der tm im Rahmen der Berlinale**

---

<sup>A</sup> Mit dem Ausstieg des bisherigen GFs zum Ende des Jahres ist zusätzlich eine neue Situation eingetreten.

<sup>e</sup> Siehe Printout in der ANLAGE: <http://www.vivendi.fr/fr/html/groupe/conseil.htm>

M. MESSIER hat sich auf Einladung von Herrn Mangold und aus Anlaß des 3. Dienstleistungskongresses am 21. September in Berlin aufgehalten und am Abend zuvor die Gesellschaft „vivendi water“ gegründet.

Organisiert wurde diese Veranstaltung von Publicis Consultants (Siehe Anlage), mit dessen Associé M. Pierre JANIN zu dieser Gelegenheit ein persönlicher Kontakt aufgebaut wurde. Von Interesse ist dieser Kontakt, weil für die nächste tm Journalisten aus Frankreich angesprochen werden können.

Die Stellungnahmen des Kongresses (Siehe Anlage) zeigen sehr deutlich, in welchem gesellschaftlichen Rahmen sich Veranstaltungen wie die tm in den nächsten Jahren bewegen werden.

PS. Herrn Mangold habe ich nicht für die tm angesprochen. Er hat der Stadt Berlin einen Zukunftskongress incl. Finanzierung geschenkt und die Stadt kommt mit diesem Angebot eher schlecht als recht zurande% („... es werden 22 Arbeitsgruppen eingesetzt und letztendlich geschieht nichts...“)

ANLAGE: Schreiben des Senators für Wirtschaft und Betriebe

Es ist in fast allen Fällen von Vorteil, die tm über das Berlinale-Thema einzuführen. Nicht nur wegen der große Bekanntheit dieses Festivals, sondern vor allem auch, weil viele der angesprochenen Personen sich persönlich sehr mit dem Thema, mit dem Festival oder mit dem Film im Allgemeinen identifizieren. Sie reagieren deshalb nicht nur als Funktionsträger, sondern auch als Privatperson mit den jeweiligen Vorlieben und Interessen.

Es ist bei jeder Ansprache eines potentiellen Sponsors, Medien-Partners usw. von großer Wichtigkeit herauszufinden, auf welcher Ebene die möglichen persönlichen Affinitäten liegen und wie diese „bedient“ werden können. Das positive Assoziationsspektrum zum Begriff der „Berlinale“ ist dabei sehr viel größer als zu dem der tm. Man liebt den Film - und man schätzt die tm als den Zukunftsträger des Films.

Die Argumentation ist also eher auf der sachlichen denn auf der emotionalen Ebene angelegt. Auch die Zukunft des Films sei digital - und wer bereit ist, sich dieser Zukunft zu stellen, der/die wird ein gern gesehener Gast der tm sein. Denn dort bekommt man zu sehen, wie diese Zukunft gestaltet wird. Und das seit 13 Jahren.

Es ist m.E. dringend geboten, diese assoziative Anknüpfung an die Berlinale inhaltlich wie politisch zu stützen. Der Verweis auf die Geschichte der Filmproduktion zeigt dies deutlich zum Vorteil der tm. Aus dem Videofest von einst ist der Alltag der Videonachbearbeitungsstudios in allen großen Produktionshäusern geworden. Und so ist der Abschied vom „Videofest“ auch folgerichtig in seiner Konsequenz. Und eben diese Konsequenz ist es, die den Zuhörer überzeugt. Die tm hat es wieder einmal geschafft, ihrer Zeit voraus zu sein und eben damit ihren Nerv zu treffen.

Besondere Anerkennung findet schließlich der Umstand, dass es die tm geschafft hat, diesen Paradigmenwechsel als Organisation zu vollziehen und durch ihre personelle Besetzung und ihre Themen zu spiegeln. Der Namenswechsel hat letzten Endes nicht geschadet, sondern genutzt.

Diese nach außen gerichtete Botschaft ist auch verstärkt im Innenverhältnis zu propagieren. Ob man es nun wahrhaben will oder nicht: die Zukunft der Filmindustrie mag in Hollywood geschrieben werden, aber die ihr zu Grunde liegenden Tendenzen werden auf Berliner Anti-Museums-Inseln wie dem Podewil repräsentiert. Und: sie sollten (via ATM-Leitung - siehe unten - oder wie auch immer) auch an einem hervorgehobenen Ort, an dem neuen Festspielort der Berlinale re-präsentiert werden.

### **1.3.1 Gespräche mit der DT AG - Berlin I Bonn**

Moderiert werden die Gespräche vom Bereich: Vertrieb und Services, vertreten durch Herrn Gempp<sup>D</sup>. Er macht darauf aufmerksam, dass die Unterscheidung wichtig sei, welche Möglichkeiten in der jeweiligen Verantwortung des lokalen bzw. regionalen Partners stehen und welche von vornherein auf der ‚Bonner Ebene‘ bei VV4, Herrn Kindervater, geklärt und budgetiert werden müssen.

Klar ist, dass die diesem Bereich besonders wichtigen großen Produktgruppen - T-ISDN, T-Online und TD 1 - nicht im „limelight“ der tm stehen, wohl aber ein wichtiger Bestandteil ihres Auftritts sind.

Herr Will, Berliner Pressesprecher, erinnert sich, dass die Berliner (damals noch Deutsche Bundespost) Telekom bereits einmal als Partner das ehemalige „Videofest“ mit einer Reihe von ISDN-Anschlüssen unterstützte.

---

<sup>D</sup> ANLAGE: Schreiben am Herrn Gempp vom B. 9. 1999

Wir machen darauf aufmerksam, dass es in den folgenden Gesprächsrunden nicht nur darum geht, für das Folgejahr eine gewisse Anzahl von „in kind“ — Leistungen gratis in Anspruch zu nehmen, sondern um die Vorbereitung einer längerfristigen Partnerschaft. In dieser sollen Vorteile für beide Seiten erkennbar und umsetzbar sein. Diese Einstellung findet durchaus Zustimmung.

Dabei wird zunächst darüber gesprochen, welche Ansätze in der Verantwortung ausschließlich der jeweiligen Berliner Dienststellen umgesetzt werden können. Schon in der ersten gemeinsamen Gesprächsrunde wurden sehr konkrete Vorschläge von den Vertretern der Bereiche Rundfunkkundenmanagement (vom Aufbau eines Lokalsenders bis hin zur Einrichtung einer ATM-Strecke zwischen Podewil und Sony-Center) sowie T-Nova, ehemals Berkom, unterbreitet.

In beiden Fällen geht es auch darum, konkrete Highlights zu organisieren. Dort zeigt und erprobt die DT AG eigene Entwicklungen und Pionierleistungen und stellt sie einer interessierten Öffentlichkeit vor. Das gilt zum Beispiel von Seiten des Rundfunkkundenmanagements für die Anwendungen der neuen DVB-T Systeme und von Seiten der T-Nova für 3-D-Anwendungen, Methoden der Bildübertragung und / oder des Videoconferencings.

Schließlich wurde diskutiert, welche Folgeschritte auf welchem Level in Angriff genommen werden sollten. Herr Dr. Zimmer unterbreitete den Vorschlag, auch Kontakte zu VV4 aufzunehmen, wenn die tm dafür die entsprechenden Argumente zur Verfügung stellen würde. Dieses allerdings nicht in der Art, dass bereits alles fertig ausdiskutiert wird, sondern dass man sich diese oder jene Anknüpfungspunkte vorstellen könne.

TO DO: welche Leistungen sind wirklich für die Veranstaltung von Nutzen? Sollen diese nur auf der regionalen Ebene erbracht werden und/oder mit welchen über-regionalen Partnern? Sowohl mit Herrn Dr. Zimmer als auch mit dem Vertreter der T-Nova ist ein Folgetermin vereinbart.

### **1.3.2 DT AG / FANTASTIC 1 INTEL / ZDF als Baustein eines Partnerschaftsmodells**

Abschließend wurde nochmals in einem Ausblick auf ein ganzes Modell von Partnerschaften verwiesen. Alle genannten Beteiligten haben darauf bereits bei Gesprächen anlässlich der IFA'99 Anfang September individuell positiv reagiert. Von Seiten der DT AG sind dies, neben den bisher genannten Personen, Herr Prof. Föckler für den Bereich Multimedia. Von Seiten der INTEL AG Herr Jens Bodenkamp, Leiter der Broadband-Group. Bei der FANTASTIC CORP. Die Herren Peter Ohnemus (CEO) und Phil Owen (Vice President Marketing). Und von Seiten des ZDF Herr Prof. Dr. Dieter Ziemer (Technischer Direktor)<sup>E</sup>.

Jede dieser potentiellen Firmen ist bereits im Vorfeld auf das tm-Thema angesprochen worden. Die Zeit auf der IFA wurde genutzt, um diese Kontakte zu konkretisieren und zugleich die Kompatibilität zwischen den hier genannten Gruppen (und Personen!) zu klären.

---

<sup>E</sup> ANLAGE: Anschreiben an Prof. Dr. Ziemer vom 30.08. und Hinweis auf den Kontakt mit dem Programmdirektor, Herrn Schächter.

Herr Prof. Dr. Ziemer beispielsweise wird mit Herrn Peter Ohnemus sprechen<sup>F</sup>. Er hat zugesagt, das Thema mit dem „traditionell für die Berlinale Verantwortlichen, seinem Programmdirektor, Herrn Schächter zu besprechen, denn es bestünde im Grunde Übereinstimmung darüber, sich nicht länger nur auf die Kooperation mit den ‚klassischen‘ Partnern der Berlinale zu beschränken“.

Herrn Prof. Föckler wiederum ist Mitglied im Vorstand der FANTASTIC Corp. und wäre zugleich ein Verbindungsglied zwischen der Leitung der DTAG in Berlin und der Konzernzentrale in Bonn. Und Herr Dr. Bodenkamp von INTEL betont das besondere Interesse seines Hauses an der interaktiven breitbandigen Vernetzung von TV- Film- und Internet-Angeboten<sup>e</sup>.

Zu INTEL sei gesagt, dass sich dieses Haus sehr aktiv um die strategische Ausrichtung von Partnern bemüht, die diese Vernetzung auch miteinander durchführen können. Entscheidend wird dabei die Frage sein, wie weit das Haus daran interessiert sein könnte, nicht nur die US-Modelle 1 : ô nach Europa zu exportieren, sondern auch hiesige Partner und Distributoren zu gewinnen. Hier ist wiederum von Interesse, dass zuletzt durch den Beitritt der Bertelsmann Broadband Group, Leitung Herr Lauff in Hamburg, ein positives Signal gesetzt wurde.

Um dieses Thema weiter auszuloten, habe ich eine Einladung zu der Veranstaltung mit dem Ex-CEO Andrew S. Grove am 22. September in München angestrebt und den Termin wahrgenommen. Wichtiger noch als eine kurze Begegnung mit „Andy“ Grove war die längere Unterredung mit Timothy J. Keating, Director and General Manger der Content Group für Europa, den Mittleren Osten und Afrika. Diesen Kontakt breitete der für diesen Bereich zuständige Geschäftsführer Rob Eckelmann vor, den ich als ehemaliges Beiratsmitglied des Deutschen Multimedia Kongresse in Stuttgart kennengelernt habe.

TO DO: Bericht über die Begegnung und die Folgen / FOLLOW UPS

Zur FANTASTIC Corp.: Diese Firma hat auf der letzten Berlinale vergeblich versucht, auf das neue, bereits angebrochene Zeitalter des digitalen Films, insbesondere seine breitbandige Übermittlung zu verweisen — und ist daher um so mehr an einer erneuten, diesmal erfolgreichen Umsetzung dieses Themas interessiert. "

Dabei, so die Absicht, könnte die tm als eine interessante „alternative“ Bühne angeboten werden. Was die inhaltliche Seite betrifft, so kamen dazu zunächst Partner aus dem Kirch-Konzern in Frage, auch wenn diese Liaison bei IFA-Start noch nicht veröffentlicht war. Aber dies hätte eine frühere Arbeitsaufnahme vorausgesetzt (s.o.). So wurde auf der IFA nach mannigfaltigen Kontakten schließlich das ZDF als alternativer und attraktiver Partner identifiziert, zumal der Technische Direktor ebenfalls Interesse an einer Kooperation mit FANTASTIC zeigte, (s.o.)

---

Auch diesen Zusammenhang habe ich nochmals durch eine kurze schriftlichen Erinnerung unterstrichen und zur Geltung gebracht.

ANLAGE: Präsentation der Strategie und Partnerschaften auf der IFA-PK Ende August 1999  
"ANLAGE: FANTASTIC: BOOM BEIM BREITBAND

## **1.4 Zum weiteren Vorgehen**

Bleibt die Frage nach dem „wie“. Alle bisherigen bürotechnischen Arbeiten, inklusive die Erstellung dieses Papiers, sind in meinem eigenen Büro und/oder von eigener Hand erstellt worden. Dieses war notwendig, um einerseits die eingetretenen Verzögerungen bis zur Arbeitsaufnahme und andererseits die nach wie vor unzureichende Infrastruktur des tm — Büros aufzufangen.

Durch die Organisation und Finanzierung von Reisen und Unterkunft, die von Dritten bezahlt wurden (u.a. die Fahrt zur Expo nach Hannover), die Ausrichtung eines Empfangs auf dem Berliner Fernsehturm (anlässlich der Lichtinstallation „High Light O“) oder die Bereitstellung von Software der Firmen Care und Microsoft sind weitere Eigenleistungen in die Arbeit eingeflossen.

Ein solches Entgegenkommen kann aber nicht weiter auf die „klassischen“ Koordinations- und Sekretariatsaufgaben ausgeweitet werden. Dieses ist aus ökonomischen, aber auch aus organisatorischen Gründen nicht vertretbar. Die von Externen wie mir eingebrachten Leistungen sollten so weit als möglich über die eigene Infrastruktur koordiniert und ausgeführt werden. Auf diesen Punkt habe ich bereits beim zweiten Gespräch am 29. April d.J. hingewiesen. Im gemeinsamen Einvernehmen muß dafür eine schnelle Lösung gefunden werden.

Zugleich möchte ich betonen, dass sich die inhaltliche wie persönliche Zusammenarbeit bislang sehr zufriedenstellend entwickelt hat. Das gilt ausnahmslos für alle, die zur Zeit in dem kleinen tm-Team von Micky Kwella arbeiten, aber auch für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kulturveranstaltungs GmbH.

Das selbst formulierte Ziel ist ambitioniert genug: neben den Aufgaben der Außenvertretung und der Kontaktpflege sollen die zusätzlichen Mittel erwirtschaftet werden, die der geschlossene Vertrag für den Auftraggeber an Kosten verursacht. Bis dato konnte auch dieses Ziel erreicht werden und soll weiterhin Leitlinie des Handelns bleiben.

Dennoch will ich darauf hinweisen, dass sich in den ersten zwei Monaten herausgestellt hat, in welcher erschreckenden Masse „Altlasten“ durch die von mir vorgefundene Struktur mitgeschleppt werden. M.E. gefährden sie die Zukunft des gesamten Unternehmens. Auf den Mangel in Fragen der Organisation und Infrastruktur haben ich bereits exemplarisch verwiesen. Gleiches gilt aber auch für die Fragen der Budgetierung, der Abrechnungstransparenz und des Controllings.

Das sind Fragen, deren Bewältigung bei der Abrechnung der Sponsorenleistungen des letzten Jahres sehr viel unnütze Zeit gekostet haben und die Erstattung der beantragten EG-Mittel fast verhindert hätte. Zugleich wurde auch deutlich, unter welchen nach wie vor eingeschränkten finanziellen Möglichkeiten der Versuch unternommen wird, das in diesem Jahr vorgelegte Niveau zu halten und darüber hinaus aufzuzeigen, in welcher Richtung die weitere Entwicklung der tm weisen muß.

Sollte dieses Ziel nicht erreicht werden, dann nicht durch die mangelnde Einsatzbereitschaft der festen wie der assoziierten Mitarbeiter. Diese Beobachtung ist zugleich auch Anspruch an die eigene Person.



Direktion Berlin

Mathias Gemp  
Knut Föckler

T-Nova Deutsche Telekom  
Innovationsgesellschaft mbH  
Berkom

EBay alando.de QAG

Essential Media GmbH  
Georg Albrecht (PR-Manager) Apple auf IBC'99

EUTELSAT  
Position 28,5

eutelis  
(Hinweis von Kwella)

Expo 2000  
Brigitte Borchers (Organisation Presse-Events)

The Fantastic Corporation  
(PR-Agentur: Unternehmensberatung Andreas Dripke GmbH)

Hypervereinsbank  
(Sponsor Club tm)

IMAP (e-mail verwalten)  
Frank Gadegast

index GmbH  
zuständig PR, Hanno Fischer  
390 88 182

Loewe Opta GmbH  
Roland Raithel

Messe Teff. Verlags GmbH  
Herr Manfred Kanzler  
(Media Guide Berlin Brandenburg)

Microsoft  
(Cinemia 941 Interactive Movie Guide)

PRISMA Marketing Agency GmbH  
Wandsbecker Zollstr. 87-89  
22041 Hamburg  
(Director 4.0 für Mac)

Axel-Springer-Verlag  
(Unterstützung Zeitung)

---

TEDAS Gesellschaft für Telekommunikations-, Daten- und Audiosysteme mbH  
Software Center 3  
35 037 Marburg

(Phoneware SBX — LAN-basierende Software-Telefonanlage)

TERRATOOLS  
Microsoft vermarktet Computerspiele  
Ulrich Weinberg

Thomson Multi Media

VEAG  
Vereinte Energiewerke AG

[www.h-a.de/card21.html](http://www.h-a.de/card21.html)  
(CD-Rom in Visitenkartenformat)

[www.fortunetcity.com](http://www.fortunetcity.com)

XEROX GmbH  
Document Production Systems

Torsten Faustmann (Product Business Manager)  
Production Color Systems

Herr Dr. Ziemer

---

## Die bisherigen transmediale-Partner

Nach Aufnahme der Tätigkeit war der Schwerpunkt der Aufgaben zunächst gerichtet auf

- das Verfertigen von Anträgen an die öffentlichen Hände in Brüssel und Berlin'
- das Ansprechen von potentiellen Partnern für den Aufbau neuer Partnerschaften.

Die bisherigen Partner galten bei meinen Gesprächspartnern als „sichere Kandidaten“. Von daher wurden alle Partner in einer gemeinsam mit Frau Tâlası durchgeführten Briefaktion angesprochen und anschließend zu Beginn des Monats September zu einem von der IRIS Media und dem Betreiber des TV-Turm-Restaurants finanzierten Abendessen mit Blick auf die Lichtinstallation HIGH LIGHT O eingeladen.

In der Nachfolge des Antrags an die EG-Kommission wurde es notwendig, diese bisher als sicher angenommenen Zusagen nun auch schriftlich einzuholen - und dabei zeigte sich ein durchaus gemischtes Bild, wie der kurze kursorische Überblick zeigt, Stand Ende der 45. KW.

## Art + Com

Herr Professor Sauter war auf der o.g. Abendveranstaltung anwesend, konnte aber danach trotz mehrfachen Bemühens nicht telefonisch erreicht werden. Darauf wurde zusätzlich der GF, Herr Thiem, angeprochen telefonisch wie schriftlich. Am 4. 11. machte er die Zusage, dass die transmediale auch weiterhin in dem bisherigen Maße mit der Unterstützung von Art + Corn rechnen könne und er dieses auch schriftlich bestätigen würde.

TO DO: Erinnerung an diese Zusage, da das Anschreiben noch nicht vorliegt T

## APPLE Computer

Im Gegensatz zu allen Annahmen ist keiner der in Berlin ansässigen Händler in der Lage, eine Erklärung zur erneuten bzw. erstmaligen Unterstützung der transmediale abzugeben. Eine ausführliche und schriftlich dokumentierte Diskussion mit dem bisherigen Apple-Vertriebs-Partner PANDASOFT ergab, dass derzeit überhaupt keine Geräte von Apple München auch keim abatt mehr auf solche Geräte gegeben würde. ✓ J/

Ähnliche Gespräche wurden auch mit weiteren „Apple-nahen“ Firmen geführt, die Ergebnisse gleichen sich weitgehend.

Daraufhin wurde das Gespräch mit dem regionalen Verkaufsleiter, Herrn Behrendt, gesucht. Es kam schließlich zu einer sehr ausführlichen und guten Unterredung. Darin wurde seinerseits ganz offen die aktuelle Problematik bestätigt. Auf die Nachfrage, ob damit das Thema insgesamt für die transmediale erledigt sei, wurde mir signalisiert, dass es nach wie vor ein deutliches Interesse an dieser Veranstaltung gäbe und dass man davon ausgehen könne, im Januar die aktuellen Lieferschwierigkeiten überwunden zu haben.

Auch wurde gemeinsam überlegt, ob die Hinzuziehung von gemeinsam bekannten Personen aus München und/oder Paris die Angelegenheit im Sinne der transmediale zusätzlich stützen könne. Dies war gut zu diskutieren, da deutlich wurde, dass ich auch auf diesen Ebenen der Deutschland- und/oder Europa-Zentrale über die entsprechenden Kontakte verfüge. Abschließend wurde dennoch vereinbart, sich zu einem späteren Zeitpunkt erneut zu besprechen und die dann aktuell möglichen Schritte zu vereinbaren.

TO DO: Erneute Ansprache vor Ende November

TO DO: Suche nach einem weiteren PC-System-Partner

TO DO: Das Podewil kauft beim Media-Markt einen G3-Rechner für **DM 3000.**  
(Angebot von der 45 KW.).

d // w~  
Ii '2f ← {1.. 2 /77./1

### **av.f - Medienprojekte**

Nach einer Reihe von Telefonaten kam es schließlich Anfang November auch zu einer ausführlicheren persönlichen Begegnung im Podewil. Der Zeitpunkt hierfür wurde absichtlich etwas später gewählt, um bis dahin noch offene Fragen bei der Abwicklung der Anerkennung der Leistungen für die transmediale 1999 im gegenseitigen Einverständnis klären zu können.

Im Verlauf dieses Gesprächs wurde von Herrn Sauerwein die Bereitschaft bekundet, sich auch für die transmediale 2000 erneut mit einem Trailer, ~u engagieren. Darüber hinaus wurde über weitere Möglichkeiten im Zusammenhang mit der Berlinale als auch mit eigenen av.f-spezifischen Vorstellungen gesprochen.

TO DO: In dem bereits schriftlich bestätigten Gespräch wird nochmals an die Ausstellung eines entsprechenden Schreibens erinnert

TO DO: Ansprache in Bezug auf die Konzeption und Produktion des Trailers

TO DO: Ansprache in Bezug auf die Schaltung einer Anzeige (Kompensation)

TO DO: Ansprache in Bezug auf die Kooperation mit CAPITAL OF TALENT

TO DO: Mögliche Einbeziehung in das Artist in Residence - Programm

### **BARCO**

Auch wenn nicht öffentlich erwähnt, ist diese Firma mit Ihren Projektoren eine der wesentlichen Stützen der Veranstaltung überhaupt. Mit dem zuständigen Regionalleiter, Herrn Jung, ist daher bereits sehr früh Kontakt aufgenommen worden. Dieser ist jetzt anlässlich seines Besuchs der INFOCOMM in Köln nochmals schriftlich untermauert worden, da Entscheidungen dieser Größenordnung - Herr Jung sprach von TDM 300 - nicht von ihm ohne Genehmigung durch die Geschäftsleitung in Deutschland getroffen würden.

TO DO: Feedback abwarten und ggf. nachhaken.

## Contrib.Net

Bei der Durchsicht der - alles andere als geordneten - Unterlagen fand sich nur ein einziger konkreter Vertrag. Wichtig an dieser Zusammenarbeit ist vor allem, dass die gesamte Infrastruktur für die Internetkommunikation von diesem Sponsor übernommen wird - und das nicht nur während des Festivals, sondern das gesamte Jahr hindurch.

Es ist Herrn Lenz-Hawliczek zu verdanken, dass es ihm gelungen ist, diese Zusammenarbeit auch nach der Übernahme der Firma TCP/IP durch einen US-amerikanischen Käufer weiter fortzuführen.

- TO DO: Sich nicht **auf** dem Service „ausruhen“, als wäre dieser „selbstverständlich“
- TO DO: Erprobung von Streaming-Media-Angeboten (kurze Clips aus den transmediale-Vorführungen in die Site einbeziehen)
- TO DO: Anstatt des Anschreibens für die EU Vorlage der schriftlichen Absprache

## **Medienpartnerschaften**

Dieses Thema wurde bereits mehrfach mit Frau Sievers von der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit besprochen und in Bezug auf die einzelnen Partner vorläufig festgelegt. Dazu sollen auch wieder B1 und Radio 1 gehören. Aus dem Print-Bereich wurde Interesse seitens der WELT geäußert' die aktuellen Prioritäten liegen - neben der TAZ vor allem bei der BERLINER ZEITUNG. Frau Sievers wird ab der 46. KW „fulltime“ im Haus sein, die Kontakte weiter konkretisieren und durch die eigenen redaktionellen Kontakte meinerseits unterstützt.

Das Thema Anzeigen für den Katalog wird parallel dazu mit Frau Schyle besprochen und von ihr bearbeitet.

Mit beiden hier genannten Personen werden die weiteren Aktivitäten in diesem Bereich abgesprochen.

Geleistet wurde im Verlauf der Sommermonate bereits eine Platzierung der transmediale in wichtigen Überblickskatalogen als eigenständige Veranstaltung.

Im Falle von kostenpflichtigen Veröffentlichungen wie etwa des Messe-Treff-Verlages in Köln konnte der Betrag in Höhe von TDM 6 durch ein meinerseits und unter tatkräftiger Mithilfe von Frau Syamken realisiertes Kompensationsangebot eingespart werden.

- TO DO: Einladen der jeweils Verantwortlichen zur transmediale 2000,'
- TO DO: Aufgreifen bereits bestehender Programmkooperationen mit öffentlich-rechtlichen Veranstaltern (BR, WDR, RB) und dem ZKM *intermedium* (siehe die Veranstaltung *intermedium 1* , 46 KW),

## **TNT**

Hier wurde mit dem bisher verantwortlichen Marketingmanager eine offene Aussprache geführt, nachdem klar geworden ist, dass es in Folge der transmediale 1999 beiderseits eher negative Einschätzungen der Zusammenarbeit gegeben hat. Bemängelt wurde seitens der Firma vor allem, dass die Absprachen in keiner Weise schriftlich fixiert worden wären und im Verlauf des Festivals zusätzliche, zunächst nicht besprochene Forderungen auf sie zugekommen wären (deren teilweise Nichterfüllung wiederum beim transmediale-Team auf Verärgerung gestoßen ist).

TO DO: Die Suche nach einem neuen Partner läuft bereits. FED EX steht derzeit an oberster Stelle. Ein Erfahrungsbericht von Herrn Etiel widerspricht dem.

## **VOLKSWAGEN Art & Shuttle**

Es ist noch nicht deutlich geworden, warum wirklich ein solcher Dienst vorteilhaft ist, solange die Wagen nicht auch mit einem Fahrer ausgestattet sind. Es ist zu überlegen, ob alternativ auch Dienste wie SIXT angesprochen werden sollen, die einen Service inklusive Fahrer anbieten. Gleiches könnte auch mit BMW und / oder Audi besprochen werden.

TO DO: Hier herrscht Klärungs- und Handlungsbedarf

## **XYZ...**

Weitere Verhandlungen werden derzeit mit Firmen geführt, die bereit sind, sich an der Finanzierung der Programmöffnung und der Preisgelder zu beteiligen.

Für die Gestaltung des Buffets zur Eröffnung wurde ein neuer Ansatz in die Diskussion gebracht, der nicht nur kostengünstiger ist, sondern auch dem besonderen Charakter des Festivals besser entsprechen könnte.

Auch weitere Maßnahmen in diesem Zusammenhang werden aktiv unterstützt, soweit sie nicht an andere Personen delegiert wurden, die die hiesigen Verhältnisse besser kennen. (So in der Gastronomie und Getränkewirtschaft, wobei in diesem Zusammenhang eine bereits in den Vorgesprächen erwähnte Anmerkung wiederholt werden soll, dass nach intensiven Erfahrungen aus der Drogenarbeit in meiner Person kein überzeugender Ansprechpartner für die Zusammenarbeit mit den Vertretern der Zigaretten- und Alkohol-Branche gewonnen werden konnte.)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es trotz großer „Ausreißer“ wie mit Padasoft doch noch gelingen könnte, **en an es** Tetzten Jahres..zurnde wieder'zu erreichen. Sollte dieses der Fall sein, dann u.a. deshalb, weil wesentlich früher **den** vorangegangenen Jahren diese Kontakte aufgefrischt und auf ihre Qualität abgeprüft wurden und in einigen dringenden Fällen zum jetzigen Zeitpunkt noch nach Ersatz gesucht werden kann.

Dennoch führte die Art und Weise, in der vor allem im letzten Jahr diese Kontakte realisiert wurden, nicht zu einer ausreichenden Vertrauensbildung. Das weitgehende Fehlen von Parametern und schriftlich fixierten Rahmenplänen sowie die zunehmende Schärfe des Wettbewerbs rgen die zu bewältigenden Hürden zusätzlich J f%

Als Empfehlung die folgenden für alle noch zu erfüllenden Aufgaben :

- TO DO: Diejenigen Partner, die bereits zugesagt haben, sollten ab sofort in der Internet-Präsentation mit aufgeführt werden.'**
- TO DO: Für die potentiellen Partner: ein jeweils passwortgeschützter Bereich PRESSE-ECHO 99; PLAZIERUNGSANGEBOTE; STATE OF THE ART...**
- TO DO: Es sind die rechtlichen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten in einem Rahmenpapier der Veranstalters zu fixieren •**
- TO DO: Es ist eine Lösung zu finden, damit Bewirtungskosten u.ä. Auslagen dieser Art nicht länger aus eigener Tasche finanziert werden!**
- TO DO: Eine Infrastruktur, die diese alten und neuen Kontakte aufgreift, nitty-gritty-like verfolgt und zielgerichtet positioniert, ist Conditio sine qua non.**

## Die Partne im öffentlichen Raum

Die Aufgabe läßt sich im Wesentlichen zusammenfassen mit den Stichworten

- Konsolidierung
- Neuorientierung .

Anders als bei der aktiven Suche nach neuen Sponsoren und Partnern werden diese Aktivitäten weitestgehend in Absprache mit der Podewil-Geschäftsführung sowie den jeweiligen Interessenvertretern durchgeführt.

Insoweit werden die in diesem Rahmen unternommen Schritte als weitgehend bekannt vorausgesetzt und nicht mehr im Detail dokumentiert. Das gilt insbesondere für die Kontakte mit der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur und der Vertretung des Hauptstadtkulturfonds. Mit der weitgehend eigenständigen Vorbereitung und Ausarbeitung des Antrags<sup>A</sup> für die inzwischen bewilligte Grundfinanzierung der transmediale 2001 in Höhe von TDM 400 ist wohl ein Nachweis erbracht, der für sich selbst spricht.

Eigeninitiative wird im Bereich der nationalen und internationalen Vertretungen weiterhin gepflegt. Dies gilt vor allem für die Bereiche Bildung, Kultur und Wirtschaft und schließt sowohl die nationalen Ministerien als auch die Europäische Union ein. Die Kontakte auf nationaler Ebene schließen dabei die der Staatssekretäre und Minister mit ein, werden aber aus Gründen der Vertraulichkeit hier nicht im Einzelnen ausgeführt.

### Europäische Kommission

Die Kontakte mit der Europäischen Kommission sind sehr vielfältig und dem Hause bekannt, können aber auf Wunsch nochmals im Detail dokumentiert werden.

Zur Zeit stehen noch zwei im Rahmen meiner Tätigkeit mit angestossene / ausgearbeitete Anträge zur Entscheidung aus, nämlich:

- Förderung: ARTSLIVE <sup>(4)</sup>
- Förderung: transmediale 2000,

So wichtig diese Kontakte und ihre Pflege sind, gilt es auch immer wieder abzuwägen, in welchem Verhältnis Aufwand und Ertrag stehen. Würden zum Beispiel die Aufwendungen an Zeitstunden für die Vorbereitung und das Verfertigen des Förderantrages für die transmediale 2000 betriebswirtschaftlich und nicht kameralistisch erfasst und in die Rechnung gestellt werden, könnte das Ergebnis lauten, dass der Betrag der bisherigen Fördermittel nicht wesentlich höher als der errechnete Gesamtaufwand sein-würde.

Dieses muß kein Grund gegen die Weiterführung der Kontakte sein, soll aber mit der Illusion aufräumen, dass diese Förderung einen direkten unmittelbaren wirtschaftlichen Vorteil für die Ausrichtung und Durchführung des Festivals zur Folge hat.

Es ist auch zu prüfen, inwieweit in Zukunft durch einen intensiveren Kontakt mit der Ständigen Vertretung der EU in Berlin eine Schwerpunktverlagerung möglich sein könnte.

---

<sup>A</sup> In diesem Zusammenhang meinen Dank an Frau Tâlas für die gute Zusammenarbeit!



Vorbereitet wurden diese bereits über die zuständige Pressereferentin hergestellt. Laut ihrer Aussage ist eine eigene Position speziell für den Bereich der Neuen Medien in Aussicht gestellt worden und könnte noch in diesem Jahr zur Ausschreibung kommen...

TO DO:       Aktuelles Organigramm abfragen und nutzen, sobald die Entscheidungen über die in Brüssel eingereichten Anträge vorliegen.

TO DO:       Verstärkte Kontaktpflege mit der Ständigen Vertretung der EU in Berlin,.

## **IHK**

Die IHK hat sich nach längeren Verhandlungen und „vertrauensbildenden Massnahmen“ bereiterklärt, ihr Promotion-Konzept von Berlin als „CAPTIAL OF TALENT“ auch in den transmediale-Veranstaltungsrahmen zu integrieren.

Diese zwischen mir und Frau Neise getroffene Verabredung wurde am 16. November zwischen den transmediale-Kuratoren und Herrn Schmidt als zuständigen Bereichsleiter der IHK konkretisiert.

TO DO:       Schriftliche Fixierung der Kooperation

## **Internationale Kulturinstitute**

Die Kontakte sowohl mit dem British Council als auch mit dem Institut Français sind gut entwickelt und bedürfen keiner zusätzlichen Ansprache meinerseits, denn ein zu häufiger Wechsel der Ansprechpartner ist m.E. eher unvorteilhaft. Sollte zur „Verstärkung“ eine zusätzliche Präsenz notwendig sein, ist diese sicherlich möglich.

So wurde ich u.a. informell darüber unterrichtet, das Seitens des Institut Français eine Reihe von Werken ausgestellt werden sollte - es gibt dazu aber keine weiteren aktuellen Hinweise.

TO DO:       Sind die Ansprechpartner informiert und die aktuellen Anfragen bearbeitet?

## **Senatskanzlei**

Die Kontakte mit der Senatskanzlei wurden im Rahmen der Gespräche um den Media Guide Berlin aufgebaut und seitdem weiter gepflegt. Es scheint mir wichtig, darüber rechtzeitig nachzudenken, in welcher Person und r \_welcher Niveau die Stadt Berlin diese Veranstaltung auch nach außen hin in ihrer Bedeutung dokumentieren will — zumal im Rahmen der Beta 2.0 dazu ein „erfrischend anders“ gearteter Versuch gestartet worden ist.

Wie oben dargestellt, soll damit den Bemühungen der GF, . nicht vorgegriffen, wohl aber angedeutet werden, dass es nicht nur darum geht, w e r kommt, sondern auch, w a s zu diesem Anlaß von wem gesagt wird. Vielleicht wäre es ja interessant einmal darüber nachzudenken, ob die Eröffnungsreden durch einen Round Table abgelöst würden oder es ein Bürgermeister „bringen“ würde, einmal als interessierter Teilnehmer dabei zu sein...

## **Senatsverwaltung für Wirtschaft und Betriebe**

Das Thema einer längerfristigen Förderung der transmediale wurde bereits parallel zu den Verhandlungen über eine Zusammenarbeit mit dem Veranstalter auf persönlicher Ebene mit Frau Ingrid Walther besprochen. Und dieser Dialog wurde informell bei jeder sich bietenden Gelegenheit fortgesetzt.

Anlässlich der gemeinsamen Teilnahme an dem IHK i T-Nova - Projekt „Online-City Berlin“ wurde bereits über die möglichen Bemühungen nach dem Ende der laufenden Koalitions-Verhandlungen nachgedacht. In diesem Zusammenhang wurde auch öffentlich ein noch größeres Engagement für die Berliner Landesinitiative angekündigt und danach im Gespräch der Wunsch zum Ausdruck gebracht, dass auch die transmediale zu dieser Initiative als aktiver (Vorzeige-Partner hinzugezogen wird. Eine solche Zusammenarbeit wird derzeit mit der HdK entwickelt und offensichtlich zum beiderseitigen Vorteil vorangetrieben.

## **Die potentiellen transmediale-Partner (bereits angesprochen)**

Die folgende Liste gibt zunächst ohne weitere Gewichtung einen Überblick über die zusätzlich eingebrachten Kontakte.

Sie ist an einigen Punkten aus Gründen der Vertraulichkeit nicht vollständig.

Sie ist als Ergänzung zu den bereits bestehenden Verbindungen zu betrachten.

Sie ist selbst wiederum durch die Liste der in Genf auf der telecom '99 hergestellten Kontakte zu ergänzen.

Sie kann nur als eine Art „Momentaufnahme“ Gültigkeit haben und ist als Gesprächangebot mit den an dieser Frage Betroffenen für interessierten ausgelegt.

## **Adobe Systems GmbH**

Hinweise auf Adobe<sup>B</sup> ergaben sich durch das Schreiben einer PR-Agentur an die „Metropolis“ aus dem Jahre 1995, in dem Leihstellungen angeboten werden und durch einen internen Hinweis „wegen kreativer Software“.

Die Kontakte wurden evaluiert und Vorgespräche mit Frau Schmitt von Adobe sowie mit der Agentur CONGA Communications vereinbart.

Die Aktivitäten von Adobe als Sponsor wurden eruiert und zwei Beispiele benannt. So wurden seine Softwarepakete auf Veranstaltungen als Preise vergeben. Das Haus selber tritt aber auch bei verschiedenen Gelegenheiten als Hauptsponsor auf: u.a. bei der digiMedia im September 99 in Düsseldorf (dem Sitz des Deutschen Multimedia Verbandes).

TO DO: Bearbeitung der aktuellen Anfrage von Frau Maszolt

ZIELE: Zusatzpreis gegen Bereitstellung eines Showrooms ,

## **ALCATEL SEL AG (ehemals)**

Die Kontakte zu Alcatel sind vielfältig, sowohl zum Mutterhaus in Frankreich als auch in Stuttgart und zu dessen neuen Vertretern in Berlin.

Bereits am 7. Juli wurde der ehemalige Vorsitzende des Vorstandes, Herr Dr. Roland Mecklinger, im Rahmen einer Veranstaltung in Potsdam angesprochen. Später erfolgte ein Gespräch mit dem jetzt amtierenden Vorsitzenden, Herrn Dr. Gottfried Dutiné, auf einer gemeinsamen Veranstaltung der Landesregierung und der DTAG in Potsdam.

---

<sup>n</sup> ANLAGEN: Anschreiben / Kopie aus der Zeitschrift „COM“ / Pressebericht zum Thema „DigiMedia“

Das Haus Alcatel will, wie so viele andere Unternehmen auch, seine Kontakte zu den Abgeordneten und politischen Entscheidungsträgern in Berlin weiter ausbauen und plant parlamentarische Abende, die sich speziell mit dem Themenfeld „Neue Medien“ beschäftigen. Die aktuellen Aktivitäten von Frau Bulmahn und den Herren Müller und Moosdorf sind sicherlich auch durch diese Initiative motiviert. Hier ist vor allem die Stiftung Alcatel zu nennen, zu der ein guter „Draht“ besteht.

Auch mit den neuen Berliner Vertretern ist inzwischen gesprochen worden - sie erhielten, wie auch Herr Dutiné bereits den Katalog und sind offen für weitere Kontakte.

Ein Orientierungspunkt für die Zusammenarbeit könnte das von der Firma gesponserte Projekt der „Zeitreisen zu Fuß“ in Weimar sein.

DONE: Von der Abteilung „ISDN Promotion“ wurden auf meine Vermittlung hin Bildtelefone zum Einsatz im Rahmen der Biennale in Graz in der 4Z KW und in Nordfrankreich zur Verfügung gestellt

TO DO: Aktualisierung der Kontakte

ZIEL: Vertragsanbahnung für Sponsorentätigkeit ab der transmediale 2000 ,

AltaVista Deutschland  
siehe auch Compaq:

AltaVista stellt eine der weltweit und inzwischen auch in Deutschland bedeutendsten Suchmaschinen im Internet dar, obwohl sie sich dem hiesigen Markt im Vergleich zu anderen Konkurrenten relativ spät zugewandt hat. Der Kontakt zu Herrn Schmitz entstand in einer Zeit, als AltaVista in Deutschland noch so gut wie unbekannt war. Ob sich das jetzt „bezahlt“ macht, wird zu prüfen sein.

Interessant ist an AltaVista vor allem das Konzept, nicht nur Text- sondern auch Bild-Suchfunktionen aufzunehmen. Am Anfang waren dies Stills—'reute sind es selbst schon die Bewegtbilder, die bei der Erfassung des Inhaltes gezielt gesucht werden können.

Dies ist ein sehr aufwendiges und engagiertes Konzept, dass AltaVista zu einem, zumindest mittelfristig gesehen, interessanten Partner machen könnte.

TO DO: Aktualisierung des Kontaktes mit den neuen Mehrheitseignern

ZIELE: Es gibt die intern evaluierte Idee, mit AltaVista - oder ggf. auch einem anderen Partner (siehe fortune city) - einen Wettbewerb zu organisieren, der sich dem „Leitmotiv“ eines transmediale-Themas: „Baustelle“ annimmt. Gesucht wird die „schönste“ URL, auf der nichts anderes angekündigt wird, als dassan dieser Stelle demnächst ein neuer Webauftritt stattfinden wird. Es besteht dazu - wenn auch nicht für diese konkrete Idee - ein Kontakt mit der zugehörigen Agentur Vibrio, Kommunikationsmanagement Dr. Kausch GmbH, Frau Ruth Bachmann.

## **APPEL GRUNDVERMÖGEN GmbH**

Der Kontakt mit Frau Gundula Schwantes ist eher ein „Zufallstreffer“. Interessant ist allerdings, dass ein solches „themenfremdes“ Haus sich gerade jetzt sehr aufgeschlossen zeigt, u.a. beim Thema Preisgeld mitzureden. Zumindest Frau Schwantes, die aus privatem Interesse das Videofest besucht hat, vertritt diese Meinung.

TO DO: Soll ein solcher Kontakt weiter gepflegt werden?

## **ASTRA - MARKETING GmbH**

Zum Hause ASTRA gibt es seit langem gute persönliche Verbindungen. Auf der IFA fand ein Gespräch mit dem Geschäftsführer Deutschland, Herrn Gernot Busch statt. Das Thema transmediale wurde bei dieser Gelegenheit nicht direkt angesprochen, wohl aber die strategischen Ambitionen des Hauses. Zu Herrn Friedrich-Karl Reichhardt, für die Presse und Öffentlichkeitsarbeit zuständig, bestehen ebenfalls Kontakte.

In diesem Zusammenhang muss man darauf verweisen, dass schon in den vergangenen Jahren der eine oder andere Kontakt seitens des Videofest I transmediale — Teams entstanden ist. Das sind gute Voraussetzungen, die es zu nutzen gilt.

TO DO: Es wäre zu prüfen, ob diese Firma „nur“ als „in kind“-Partner in Frage kommt, oder auch weitergehende Ambitionen bestehen. Dies insbesondere vor dem Hintergrund der Multimedia- und Internetangebote, die jetzt auch via Satellit eingespielt werden können.

## **AVID**

Der bereits seit längerem angestrebte Kontakt zur Firma AVID konnte aus Anlass einer großen internen Herbstmesse der Firma Studio Systeme Schell hier in Berlin Mitte November nunmehr konkretisiert werden.

Eine längere Unterredung mit dem für Deutschland zuständigen Marketingleiter Herrn Schultheiß führt zu ganz konkreten Aussagen, welcher Art die Beteiligung des Hauses bereits auf der transmediale 2000 sein könne.

Dabei standen vor allem die Möglichkeiten der Integration bislang divergierender Medien und Dienstleistungen aufgrund der neuen und erfolgreichen Standardisierungs-Bemühungen im Vordergrund. Wichtig und interessant wäre es zu zeigen, wie Multi-Media heute in diesem Bereich wirklich funktioniert, was die Technik heute bereits an konkreten Angeboten realisieren kann.

Hierfür habe ich einen Raum für einen Show-Case in Aussicht gestellt. Weitere Einzelheiten sind in der folgenden Korrespondenz zu klären. Auf jeden Fall sollte das beidseitige Engagement von ganz konkretem Nutzen sein und dabei eines gewissen „**fun-factors**“ nicht entbehren.

TO DO:        Gesprächsbestätigung versenden

ZIEL:         Partnerschaft in Kooperation mit IBM (siehe IBM)

**Banken wie: DE SIMONE & OSSWALD; Hypervereinsbank; ...**

Einen näherer Kontakt gibt es zu diesem Haus nicht. Dennoch ist es interessant, auf solche Adressen zu verweisen und darüber nachzudenken, inwieweit Banken und Institute dieser Art geeignete Partner sein könnten. (siehe: Art Forum Berlin).

Gerade für viele dieser Häuser beginnt die Multi-Media-Revolution sich auszuwirken. Ohne die Gefahren zu sehr in den Vordergrund zu stellen, könnte man sich ihnen über das Trojanische Pferd der Kunst leichter annähern...

TO DO:        Diese und andere Interessenten aus dem Bankbereich gezielter ansprechen

TO DO:        Hinweise aus der Podewil-GF aktualisieren und aufgreifen.

**Berlikomm** Telekommunikationsgesellschaft mbH

Diese Firma wird hier stellvertretend für eine Reihe von Anbietern erwähnt, die in Berlin - „vor Ort“ - ansässig sind und die mit der DTAG in Konkurrenz stehen. Es gab mit dem GF Ralf Freimund und weiteren Mitarbeitern Kontakte im Verlauf der IFA, auch Senator Branoner war auf der PK als Interessenvertreter anwesend.

Eine gezielte Ansprache auf das transmediale-Thema hat (noch) nicht stattgefunden. Dennoch muss diskutiert werden, ob man sich von Beginn an und ausschließlich auf die DTAG „verlassen“ sollte.

TO DO:        Meinungsbild und Absprache mit der Podewil-GF.

**Bertelsmann** Broadband Group

Zu diesem Thema wird noch weiteres a.a.O. ausgeführt werden. Es gibt einen persönlichen Kontakt zu Frau Claudia Hintze, die für unser Thema zuständige Kollegin wäre Simoné Debour. Als GF wäre Herr Schipphorst der Ansprechpartner, dem ich seit über 15 Jahren immer wieder in verschiedensten Funktionen begegnet bin.

TO DO:        siehe a.a.O.

ZIELE:        Will man sich - wie auch schon der Deutsche Multi-Media-Kongreß in eine so direkte Abhängigkeit zu einem der großen Inhalteanbieter bringen oder nicht? Wenn ja, wäre alternativ auch ein Schritt in Richtung Springer Berlin möglich.

Dr. Wolf Siegert - promotion@transmediale.de - November 1999 - vertraulich - Seite 13

**COMPAQ** Computer GmbH Dornach und München (vormals Digital Equipment GmbH)

Die von mir geschätzte Frau Gerrit Huy hat die Position der Geschäftsführerin Ende September 1999 verlassen. Damit entfällt eine der wichtigsten Stützen für die erfolgreiche Ausrichtung von bereits bestehenden Kontakten, u.a. mit Herrn Ullrich Esser, dem Unternehmenssprecher.

Das Haus ist vordergründig für „in kind“ Donnationen interessant - siehe das Beispiel der „Sting“-Promotion - und war es bisher auch als Mehrheitseigner von AltaVista. Das hat sich inzwischen ebenfalls geändert. Compaq hält nicht einmal mehr eine Sperrminorität an AltaVista [ein mir persönlich nicht nachvollziehbare Unternehmensentscheidung - W.S.]

Dieses Beispiel illustriert, wie eine seit längerem avisierte Zielsetzung durch Änderungen in der Unternehmensentwicklung schließlich ins Leere laufen kann und dann ein erneuter Ansatz gesucht werden muss.

### **Compaq Con-ruter Europa**

Nach dem „Zusammenbruch“ des wichtigsten Kontakts zur Deutschland-Vertretung wurde anlässlich der Telecom Genf ein neuer Kontakt mit dem weltweit für Sales und Marketing zuständigen Peter Blackmoore hergestellt und aufgebaut. Dieser leitete mich an Gerard van der Aast weiter (siehe Bericht aus Genf).

Während eines München-Aufenthalts auf einer von der Biennale in Lubljana finanzierten Reise gelang es, diese Kontakte weiter zu konkretisieren und als für die Funktion entscheidende Ansprechpartnerin Frau Gaby Zedimayr und ihren Mitarbeiter Andrew Collis zu identifizieren.

Andrew Collis machte in einem längeren Telefonat deutlich, dass in der Tat möglicherweise bei Themen wie denen der Medienproduktion man eher in Huston als in Europa die richtigen Ansprechpartner finden würde. Er bestätigt, dass für sie nicht nur das Aufstellen von Rechnern und einem Server wichtig sei, so dern der Produktionsaspekt für die neuen Multi-Media-Anbindungen und -Welten. Schließlich habe man seit der „Titani“-Produktion einiges auf diesem Gebiet vorzuweisen.

Grosses Interesse habe man bereits an Cannes als Standort gehabt, auch wenn dieser bislang an einen anderen Bewerber vergeben worden sein. Andererseits solle man sich nichts vormachen, es gäbe sehr, sehr vielen Anfragen dieser Art und nach denen könne man sich jeden Tag im Jahr irgendwo beteiligen.

Dennoch habe man grundsätzlich Interesse und empfiehlt, ein Papier zu schreiben — in englischer Sprache - und sich damit vorzustellen. Dieses würde dann an die Business-Units weitergegeben werden. Feedback wäre allerdings nicht vor Dezember zu erwarten. In der Vorlage müssten auch Angaben über die möglichen Kosten und die vorherzusehenden Exposures enthalten sein.

Der Vorschlag, das Jahr 2000 als eine Art „Schnupperjahr“ zu bewerten und sich dann gemeinsam auf 2001 vorzubereiten, findet Anklang.

TO DO: Vorbereitung von aussagekräftigen Unterlagen

---

Dr. Wolf Siegert - promotion@transmediale.de - November 1999 - vertraulich - Seite 14

## **Deutsche Telekom AG**

Hier wurde bereits im Oktober mit in der Direktion Berlin unter Federführung des Leiters der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, Herrn Will, eine sehr konkrete Absprache eingeleitet.

Es wurde vor allem darüber gesprochen, ob solche Kontakte zunächst nur auf der regionalen „Schiene“ oder auch parallel dazu auf der nationalen Ebene angegangen werden sollen.

Von Seite ï des Rundfunkkundenmanagements wurde sogar vorgeschlagen, einen kleinen (/ ( **lokalen Sender einzurichten.**

**Vvri Seiten** der T-Nova wurde vorgeschlagen, ausgesuchte Projekte mit in die Präsentationen einzubeziehen.

Beide Themen lassen sich erst jetzt weiterführen, nachdem die Perspektiven eines Clubs transmediale klarer werden.

TO DO:        Sobald hier die Würfel gefallen sind, wird vereinbart, gemeinsam mit den Jan Rolf, Assaf Eitel (SAF r) und einem Vertreter aus dem Terratools-Team einen Besuch bei der T-Nova zu unternehmen. Dort wird zu prüfen sein, ob und inwieweit die dort entwickelten Projekte und Demonstratoren im transmediale 2000f - Umfeld eine Anwendung finden könnten.

## **EUTELSAT**

Im Gegensatz zum ASTRA Projekt zunächst mit staatlicher Trägerschaft gestartet, verfolgt dieses europäische Satellitenkonsortium heute durchaus vergleichbare Ziele.

Mit Herrn Steiner, dem ehemaligen „Mr. Multimedia“ der DTAG, ist von Eutelsat eine einflü eiche Persönlichkeit von Bonn nach Paris abgeworben worden. Zu Herrn Steiner bestanden bereits Kontakte aus Bonner Zeiten. Diese wurden anlässlich der IFA aktualisiert und könnten heute auch in den Dienst der transmediale gestellt werden.

Eutelsat bietet über „Dritte“ ebenfalls multimediale und internetbezogene Dienste an und ist durchaus an der Popularisierung seiner Konzeption interessiert.

Einer dieser Anbieter ist u.a. die STRATO AG, ein Offspring von Sigram Schindlers TELES AG. (s.a.a.O.)

TO DO:        Aufgreifen des Kontaktes mit Herrn Steiner

ZIEL:         Sponsorenrolle ab dem Jahr 2001 ,



Der Verweis auf das „telekomnahe“ Beratungshaus erfolgte durch Herrn Kwella. Eutelis hatte eine Tagung in den Räumen des Podewil ausgerichtet und es entstanden Überlegungen, diesen Anlaß für einen weiterführenden Kontakt zu nutzen.

Das Thema der Tagung war an der Entwicklung eines technischen Standards für die mobile Multimedia-Kommunikation ausgerichtet. Ein Mitglied dieser Gruppe, Herr Dr. Vöge, ist mir seit der Entwicklung des Vorläuferbreitbandnetzes der damaligen Deutschen Bundespost Telekom bekannt.

Er hatte bereits einen Vertreter auf die gemeinsame Sitzung in der Dernburgstrasse (s.a.a.O.) gesandt — von daher war eine weitere Kontaktaufnahme zu dieser Gruppe nicht opportun.

ZIELE: Von Interesse wäre dieser Kontakt, wenn das Thema der mobilen multimedialen Anwendungen stärker ins Blickfeld geriete.

### **Expo 2000**

Die Kontakte zur EXPO 2000 basieren auf Gesprächen mit Herrn Metzger. Es stellte sich aber bei der Nachprüfung heraus, dass diese von den aktuellen Entwicklungen überholt worden sind.

Stattdessen wurde auf eigene Kontakte zurückgegriffen und eine Teilnahme an einem Informationstreffen für Multiplikatoren in Hannover vereinbart.

So interessant der Aufenthalt in Hannover auch war — mündlich kann darüber gerne berichtet werden — konkret haben die dort angeschnittenen Themen im Zusammenhang mit der transmediale — nichts „gebracht“.

DONE: Aus diesem Grunde wurde auf eine Abrechnung der Reisekosten für die Teilnahme an dieser Veranstaltung verzichtet.

### **The Fantastic Corporation**

Diese Firma könnte ein außerordentlich interessanter Partner sein, wenn es gelänge, sie für die transmediale zu gewinnen. Es ist meine persönliche Auffassung und ohne Übertreibung gesagt, dass das Team um den GF Peter Ohnemus später einmal mit der Gründergeneration eines Bill Gates verglichen wird.

Die Funktion von FC ist an anderer Stelle umfangreich dokumentiert. Es gibt sowohl gute Kontakte mit der Leitungsebene als auch mit der deutschen PR-Agentur, der Unternehmensberatung Andreas Dripke GmbH, die diese vertritt.

TO DO: Eine Zusammenarbeit mit FC - im Bundle mit den anderen Unternehmen wie Intel und DTAG - setzt allerdings voraus, dass hier auf Leitungsebene zu verhandeln sein wird. Ob sich dieses, gerade im Zusammenhang der Zusammenarbeit mit der DTAG jetzt schon empfiehlt, ist noch zu diskutieren.

ZIEL: Entwicklung eines Partner-Paketes mit dem Schwerpunkt breitbandiger Multimedia-Anwendungen (s.a.a.O.)

### [FortuneCity.com](http://FortuneCity.com), Inc.

Eine der avanciertesten Portal Sites, die sich bereits sehr früh auch in dem Bereich Produktion von Bewegbildern versucht haben und dazu einen eigenen Wettbewerb ins Netz stellte.

TO DO: Einladung des GF - Deutschland nach Berlin

ZIEL: FC wäre an einem zusätzlichen Preis in dieser Richtung interessiert und möchte die Bereitschaft konkretisieren, einige der ausgesuchten Videos als Streaming-Media-Produkte mit ins Netz zu nehmen.

### **IBM**

Zu diesem Haus besteht eine gute bis sehr gute Gesprächssituation, die auf persönlichen / Kontakten beruht. Eben aus diesem Grunde ist diese Verbindung mit besonderer Vorsicht zu bearbeiten.

Das Angebot des AVID-Vertreters in Kooperation mit IBM auf der transmediale aufzutreten wird daher vorrangig forciert werden, da sich hier bereits ein externer Partner für diese Adresse einsetzt.

Parallel dazu wird der informelle Kontakt auf Vorstandsebene weiter ausgebaut werden.

TO DO: Teilnahme an der INITI@TIVE D<sup>21</sup> am 22. November 1999 in Berlin ,

### **Intel GmbH**

Von diesen Kontakten ist a.a. Stelle bereits die Rede. Die Kontakte über Rob Eckelmann, Managing Director Europa, Mittlerer Osten und Afrika konnten weiter ausgebaut und anlässlich der Einladung zur Veranstaltung mit Andrew S. Grove am 22. September an die für dieses Thema zuständigen Partner „umgeleitet“ werden.

Im Verlauf dieser Begegnungen wurde ich zu meiner Überraschung mit einer Reihe von durchaus hausinternen Fragestellungen (bis hin zur Personalpolitik) konfrontiert. Dieser Vertrauensbeweis kam mir durchaus zu Gute, machte aber zugleich die Verhandlungen für die Interessen der transmediale nicht eben leichter,

So flog ich am 19. November erneut nach München und konnte dann in einem weiteren **Spitzengespräch in Feldkirchen das eigentliche Thema voranbringen.**

Dabei stellte sich heraus, dass der für das Thema europaweit zuständige Ansprechpartner die Mittel für die Beteiligung an der MILIA zu Beginn des Jahres 2000 gerade deutlich gestrichen hat und nach neuen Plattformen sucht, auf denen vor allem die Allianz von „new media and internet“ zur Geltung kommen könnte.

Die Anfrage nach der Übernahme des Betrages von TDM 10 kommt von daher durchaus zu einem günstigen Zeitpunkt — dieses ist aber noch lange keine Garantie für einen Erfolg in dieser Demarche.

TO DO: Vorbereitung einer Präsentation in englischer Sprache mit zusätzlichen in englischer Sprache zusammengefaßten „Backgroundern“ sowie deren deutschsprachige Gesamtfassung.

### **LOEWE AG**, ehem. Loewe Opta GmbH

Zur Firma Loewe gibt es langjährige Kontakte zum Vorstandsvorsitzenden, Herrn Dr. Reiner Hecker, seinem Pressesprecher Dr. Roland Raithel und einer Reihe von Mitarbeitern.

Dieser Kontakt ist interessant, da sich die Firma Loewe von ihrem Marktsegment sowohl von der technischen als auch von der ausstattungsmaßige Ausrichtung (internetkompatible Fernseher in ökologischer Konstruktionsweise) der transmediale Zielgruppe als zukünftigen Nutzern recht nahe sind. Eine grundsätzliche Bereitschaft zur Zusammenarbeit wurde von Dr. Raithel bereits deutlich signalisiert. Diese würde „in kind“-Möglichkeiten umfassen und ggf. auch die Auslobung eines eigenen Preises.

Es ist aber zugleich zu überlegen, ob dieser Kontakt nicht auch als Schnittstelle zur gfu, Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik zu nutzen ist. Diese Vereinigung ist der inhaltlich zuständige Partner der Messe Berlin bei der Ausrichtung der Funkausstellung und von daher als Transmissionsstelle zu dieser Industrie von grosser Bedeutung. Dr. Hecker ist bislang der Vorsitzende dieser Gesellschaft.

DONE: Vorabsprache über „in-Kind“-Produktssponsoring

TO DO: Entscheidung über die Rolle des Ansprechpartners (LOEWE / gfu.)

## **Deutsche Lufthansa AG**

Vorbemerkung: Hinter dieser Adresse steht das eigentliche Thema: Reisekosten. Von daher wurden zunächst die Möglichkeiten eruiert, ob und in wieweit die aktuell für das Podewil zuständige Firma bereit ist, selber als Sponsor und/oder Vermittler aufzutreten. Dass sich der aktuelle Partner der Bedeutung seines Kunden durchaus bewußt ist, liegt auf der Hand und läßt sich durch die Praxis seiner eigenen Marketing-Maßnahmen zweifelsfrei nachweisen. Dennoch haben meine informellen hausinternen Auskünfte signalisiert, dass man mit der aktuellen Zusammenarbeit zufrieden sein, aber eine weitergehende Unterstützung an diesem Punkt nicht erwarten könne. Daraufhin wurden Gespräche mit anderen Büros, denen man sozusagen als „Prämien“ das gesamte Geschäft für die Podewil-Buchungen ab dem Jahr 2000 angeboten hätte, ausgesetzt.

Bei der Frage nach der direkten Ansprache von Fluggesellschaften wurde mir mitgeteilt, dass hier eigentlich nur die Lufthansa in Frage käme, da die anderen möglicherweise interessanten Gesellschaften nicht über die die nötigen Landrechte in Berlin verfügten.

Bei der Erkundung der möglichen Ansprechpartner hier in Berlin wurde schnell klar, dass es bereits eine aktive Partnerschaft zwischen der Lufthansa und der Berlinale gibt, diese bereits seit längerer Zeit besteht und offensichtlich bislang nicht auf das Interessenfeld der transmediale hat ausgeweitet werden können.

Aus diesem Grunde habe ich es vorzogen, in diesem Fall die möglichen Kontakte nicht „von oben“, sondern auf der Ebene jener Personen aufzubauen, die mit dem aktuellen Handling dieser Aufgaben betreut sind bzw. betreut sein würden. In diesem konkreten Fall die Herren Haffke und Staak<sup>C</sup> -

## **Kiepert Buchhandlungen**

Neben Dussmann und Lehmanns ist Kiepert aufgefallen durch seine Joint Ventures mit dem Pro Markt hier in Berlin. Die Kontakte zum Hause Kiepert wurden bislang nur auf der Ebene von E-Mails geführt. Die Rückmeldungen waren sehr offen, freundlich und sollten gemeinsam diskutiert und bewertet werden.

Sollte eine Partnerschaft für sinnvoll erachtet werden, halte ich diese in der noch verbleibenden Zeit für durchaus machbar. Es ist aber vorab zu überlegen, worin wirklich das Interesse seitens der transmediale und des Podewils besteht. Das kann von der Gestaltung der Auslagen bis hin zu einem Verkaufsstand und/oder Buch- und anderen Medien-Preisen liegen.

TO DO:       Bedarfsklärung, Rückmeldung und Gesprächsvereinbarung vor Ort.

---

wegen der mündlichen Übermittlung ist die Schreibweise der Namen hier nicht verbindlich

Dr. Wolf Siegert - promotionstransmediale.de - November 1999 - vertraulich - Seite 19

## MacroSystems

Die Kontakte mit dieser Firma wurde aufgenommen, nachdem in den transmediale-Vorgesprächen die Möglichkeit erörtert wurde, für diese Veranstaltung erstmals auf das Video als Bild-/Ton-Träger ganz und gar zu verzichten und statt dessen alles gesichtete Material auf Festplatte zu speichern, von dort aus zu bearbeiten und auch während der Vorführungen abzurufen.

Nach ersten Vorgesprächen auf der IFA '99 mit Marketing und Geschäftsführung konnte im weiteren Verlauf die Vereinbarung konkretisiert und nun in praktische Schritte umgesetzt werden. Ein erstes Gerät der Casablanca / - Reihe wird noch im November in Berlin angeliefert werden und dann für die Veranstaltung zur Verfügung stehen.

Mit der Firma MacroSystems wurde der erste grosse neue Partner angeworben, durch den es möglich wird, sich nun auch technisch von dem „Videofest“-Image abzulösen.

Kritisch bleibt anzumerken, dass die Umsetzung der vorbereiteten Kontakte in das konkrete Arbeitsumfeld der transmediale-Organisation mit grossen Verzögerungen verbunden war.

Andererseits erlauben diese Erfahrungen nunmehr die notwendigen Schritte - insbesondere in Bezug auf ein ausreichend solides Management - abzuleiten und umzusetzen. Dieses ist ein *Conditio sine qua non*.

TO DO: Vorbereitung der Präsentation von MacroSystems vor und während der transmediale. Ausarbeitung und Abstimmung eines entsprechenden Szenariums

## Microsoft

Die Verbindungen zum Haus MS Deutschland und auch in die USA sind exzellent. Die Vorgespräche ergaben, dass eine Partnerschaft mit diesem Hause nur langfristig und unter großem Aufwand möglich sind.

Hinzu kommt, dass mir bedeutet wurde, dass sich - mehr noch als im Falle von int\_e! - ein Teil der Klientel aus „ideologischen“ Gründen von der transmediale als Imageträger abwenden würde.

Mein Vorschlag wäre, dennoch einige wichtige Ansprechpartner\_ als Gäste zur transemdiale einzuladen und mit ihnen nochmals vor Ort und informell die Situation zu besprechen. Dazu gehören formal der Leiter des Berliner Büros, Herr Robert Vossen und einer der GF, von MS-Deutschland, Herr Richard Roy. Voraussichtlich werden beide -' zusätzlich & Vertreter bestimmen, die speziell in dieser Themenpalette der Neuen-Medien-Konvergenz zuhause sind.

TO DO: Einladung zur transmediale 2000

optibase Ltd.

ist eine in Israel beheimatete Firma, die sich vor allem im Bereich der streaming-media-Technologien qualifiziert hat. Sie weiss um diesen noch sehr neuen Markt, seine Chancen, aber auch um die große Vorarbeit des „Evangelisierens“, die für den späteren Erfolg verbunden sein wird. Exemplarisch dafür ist das eigens geschriebene und entworfene Werbematerial, das hier als Muster zur Verfügung steht und sicherlich auch allen Teilnehmern und Gästen nach entsprechenden Verhandlungen zur Verfügung gestellt werden könnte.

Nach dem Vorbild anderer grosser israelischer Firmen wie etwa ORCKIT will auch optibase auf den deutschen Markt und sucht nach Möglichkeiten, ihre neuen technologischen Möglichkeiten in einem vielbesuchten Showcase zur Anwendung zu bringen.

TO DO: Verhandlungen über Handbuch und Showcase

### **TEDAS** Gesellschaft für Telekommunikations-, Daten- und Audiosysteme mbH

Die Firma TEDAS sucht einen Referenz-Partner mit dem sie ihre neuentwickelte IP-PABX, sprich, auf Internetprotokoll-Basis aufgebaute Telefonanlage unter Einbeziehung von Schnurloskommunikation erproben kann. Es liegen dazu neben einer Reihe von Dokumenten auch ein Videomitschnitt einer Sendung des WDR-Computerclubs vor.

Der bereits bestehende Kontakt zu dieser Firma wurde . - • **gestellt** nach der Vorlage des Ausstellungskonzeptes von Tim Ringewaldt im September d.J. '99

Nachdem beschlossen wurde, dieses Konzept wegen seiner Qualität zu wahren, aber auf das Jahr 2001 zu verschieben, wurde dieser Kontakt noch nicht weitergeführt.

TO DO: Dennoch nach Absprache mit TR. einen Kontakt zur TEDAS herstellen .•

### **TERRATOOLS**

Ist bereits von der Manpower und dem Konzept her Träger einer Veranstaltung im Jahr 1999 gewesen und bereit, auch die Zusammenarbeit mit dem inzwischen externen Thomas Dlugaczyc und seiner Firma PORTUS \_ Projekte der interaktiven Art fortzusetzen.

TO DO: Aktualisierung durch Anfragen bei den Kuratoren und Herrn Ulrich Weinberg .

## **Thomson Multi Media**

steht als „Auffangpartner“ bereit, falls sich, die avisierte Zusammenarbeit mit der Firma LOEWE nicht wie versprochen umsetzen jioÙe: Der Kontakt zu diesem Haus wurde nicht nur aufgrund persönllicher Kontakte gewählt, sondern vor allem, da Thomson MM im Dezember 1988 eine strategische Partnerschaft mit den Partnern NEC, ALCATEL, DirectTV und MICROSOFT in Höhe von je 7,5 %-Anteile geschlossen hatte.

Neben dem „Broadband-Consortium“ und / oder der DVD-Plattform ergibt sich hier ein weiterer firmenübergreifender strategischer Ansatzpunkt.

Es wurden bereits zu diesem Thema mehrere Ge,präche geführt, sowohl mit Unternehmensvertretern von Thomson als auchler anderen Häuser. Es zeigte sich dabei sehr schnell, dass diese Partnerschaften ihre Zeit brauchen, bevor die papierene Absichtserklärung ganz konkrete politische und wirtschaftliche Folgen mit sich bringt, die es dann auch in der Öffentlichkeit vorzustellen gilt.

Von daher wird im Rahmen einer Einladung zur transmediale 2000 auch die Möglichkeit gegeben sein, den aktuellen Stand der Dinge abzufragen und zu dieser Gelegenheit ein LOI vorzubereiten (immer gedacht als Alternative zu den mit der Firma LOEWE aufgebauten Kontakten).

## **VEAG**

Die Vereinten Energiewerke AG haben sich durch ihre Videoinstallation an der Hauswand zur Chausseestrasse einen guten Namen gemacht und sind schon von daher auch an einer Fortsetzung ihrer Arbeit auch über den Rahmen des eigenen Hauses interessiert.

Andererseits haben die angekündigten Veränderungen der Besitz- und Kapitalverhältnisse aktuell zu einer eher zögerlichen Einstellung geführt, da keiner genau wei0, wie sich die Lage selbst kurzfristig entwickeln und welche Handlungsfreiheit dieses Haus dann noch haben wird.

Die Gespräche sind daher z. Z. ausgesetzt, wenngleich sie gerade im Zusammenhang mit dem Robles-Vorhaben von besonderer Dringlichkeit wären.

## **YELLO**

Im Zusammenhang mit dem soeben genannten Robles-Vorhaben ist die Firma YELLO nach meinem Dafürhalten die einzig valente Firma, die kurzfristig bereit und in der Lage wäre, den angeforderten Betrag von über TDM 100 in so kurzer Zeit auf die Beine zu stellen. Nur auf sie würde das „gelbe Haus“ passen und nur sie plant für voraussichtlich Februar die ersten Anschlüsse in Berlin.

Allein, es konnte bis dato kein offizieller Ansprechpartner für den Berliner Raum benannt werden. Die mitgeteilte Rufnummer der Hamburger Vertretung ist nicht gültig — und insgesamt steht die Kommunikationspolitik des Hauses im krassen Widerspruch zu seinem erfolgreichen Werbeauftritt.

Der Vorschlag, ein Schreiben ohne Ansprechpartner mit dem geplanten Konzept zuzusenden, kann und sollte so nicht angenommen werden.

Andere Partner wie die BEWAG habe ich zunächst ausgeschlossen, trotz eines Angebotes für eine persönliche Kontaktaufnahme mit der für Kommunikation zuständigen Mitarbeiterin.

XEROX GmbH

Die Kontakte mit der Firma XEROX (Faustmann, Schaffner) sind bereits an anderer Stelle ausführlich dokumentiert. Das Konzept, den ganzen Katalog im Netz aufzubauen und dann in individualisierter Form dem Besucher auszugsweise zur Verfügung zu stellen, war zu radikal, als das es in der zur Verfügung stehenden Zeit hätte umgesetzt werden können.

Dennoch gilt nach den inzwischen geführten Gesprächen: das Projekt ist aufgeschoben, nicht aufgehoben. Und zweitens hat dieser Anstap zu einer sehr intensiven internen Diskussion um den Katalog und seine Gestaltung geführt. Zumindest wird der Katalog für das Jahr 2000 auch Seiten in Farbe präsentieren.

TO DO: Kontaktaufnahme mit der seit kurzem neu bestellten Marketingleiterin.



## **Die potentiellen transmediale-Partner (noch nicht angesprochen)**

**Brauner, Artur** (Filmproduzent)

Zu ihm existieren keine persönlichen Kontakte. Dennoch wird dieser Name hier exemplarisch erwähnt. Warum? Ich denke, dass es gut wäre, wenn wir einen über alle Zweifel der Film-Welt erhabenen „Traditionalisten“ fänden, der bereit wäre, als Pate der transmediale aufzutreten.

Dieser Mann / diese Frau müssten nicht unbedingt Geld in die Veranstaltung einbringen, sondern ihr über die Grenzen Berlins hinweg wirkendes Image.

In diesem Zusammenhang soll auch nochmals auf die „Außenwirkung“ der Namen der Mitglieder des Beirates und der Jury geachtet werden.

TO DO: To Whom It May Concern...

**IMAP** (entfällt voraussichtlich)

Frank Gadegast

**index** GmbH (entfällt voraussichtlich)

zuständig PR, Hanno Fischer 390 88 182

## **Krone management und technology GmbH & Co KG**

Nachdem klar war, dass in der Person von Herrn Krone und seiner neuen Funktion im Podewil-Umfeld nunmehr eine ganz anders geartete Verbindung auch zur transmediale besteht, wurde der in Genf aufgenommene Kontakt in anderer Form und ausschließlich über die beiden Geschäftsführer des Hauses weiterentwickelt und mit bereits zwei Terminen im November in Potsdam konkretisiert.

Es wird gemeinsam zu überlegen sein, ob und wann eine mögliche Verbindung meiner Person mit denen der transmediale in diesem Bezug von Vorteil sein könnte. Ich persönlich sehe dies am ehesten in der Bestimmung einer strategischen Partnerschaft im Sinne des Ausbaus des Festivals in Richtung 2001.

**PRISMA** Marketing Agency GmbH

Wandsbecker Zollstr. 87-89

22041 Hamburg

(Director 4.0 für Mac)

## **SkyStream**

Softwarehersteller, mit dessen Tools Broadcastdaten in IP-basierten Umgebungen dargestellt werden können. Bislang nicht angesprochen, da das einzige europäische Büro in London ist.

## Die Suche nach einem Hauptsponsor

### Ausgangsvoraussetzungen

Das mittelfristig entscheidende Ziel ist es, einen oder eine Gruppe von Partnern zu finden, die sich zu einer längerfristigen Zusammenarbeit mit der transmediale bereit erklären. Dass darüber hinaus die Zusammenarbeit mit den bisher gewonnenen Partnern nicht außer Acht gelassen werden darf (dazu wird weiter unten Stellung genommen).

Die ersten Schritte zur Lösung dieser Aufgabe waren von dem Umstand belastet, dass es bereits zu Beginn der Vertragsverhandlungen Anfang des Jahres zwei konkrete Adressen gab, die Interesse an dem Thema und der transmediale gezeigt hatten, bzw. deren Interesse auf diese/s gelenkt werden konnte.

Als schließlich der Vertragsabschluss erfolgte, waren beide potentiellen Partner bereits in anderen Berliner Medienprojekten engagiert. Sie konnten damit nicht mehr als eine Art "Morgengabe" mit eingebracht werden. Pro Sieben<sup>o</sup> hatte sich mit dem Berlin Beta Projekt geeinigt. Die guten Verbindungen nach Babelsberg konnten hier nicht mehr wirksam umgesetzt werden, zumal sich die ehemalige Générale des Eaux — nunmehr Vivendi<sup>E</sup>, bei der Cinemathèque engagiert hatte.

[Man könnte allerdings klären, ob und inwieweit gerade diese Institution als Partner für die zukünftige transmediale-Struktur in Frage kommt, zumal sie mit ihrem Standort im Sony-Center eine jener Verbindungen herstellt, die die transmediale m.E. dringend bedarf. An anderer Stelle wird weiter ausgeführt, dass bei der Suche nach längerfristigen Partnerschaften auch die zukünftige Standortfrage von Bedeutung ist. Zunächst nur soviel: Der Standort des Podewil ist nicht zu ersetzen, jedoch besteht die Notwendigkeit ihn mit zwei "Antennen" zu ergänzen. Eine sollte in die "Szene" (z. Bsp. Maria) und die andere in das traditionelle Mediengeschäft und damit zur Berlinale wirken.]

Darüber hinaus sind das Sony Center und die dort versammelten Mieter von großer Bedeutung für den weiteren Verlauf der Gespräche und Maßnahmen. An einem Ort, durch den bereits im Jahre 2000 über 50 Tsd. Personen pro Tag durch eine weitgehend digitalisierte Welt der audiovisuellen Medien geschleust werden, sind wir mehr und können wir mehr sein, als ein traditioneller Abspielort für den 35 mm Kinofilm...

---

<sup>D</sup> Mit dem Ausstieg des bisherigen GFs zum Ende des Jahres ist zusätzlich eine neue Situation eingetreten.

<sup>E</sup> Siehe Printout in der ANLAGE: <http://www.vivendi.fr/fr/html/groupe/conseil.htm>

M. MESSIER hat sich auf Einladung von Herrn Mangold und aus Anlaß des 3. Dienstleistungskongresses am 21. September in Berlin aufgehalten und am Abend zuvor die Gesellschaft "vivendi water" gegründet. Organisiert wurde diese Veranstaltung von Publicis Consultants (siehe Anlage), mit dessen Assoziié M. Pierre JANIN zu dieser Gelegenheit ein persönlicher Kontakt aufgeführt wurde. Von Interesse ist dieser Kontakt, weil für die nächste tm Journalisten aus Frankreich angesprochen werden können.

Die Stellungnahmen des Kongresses zeigen sehr deutlich, in welchem gesellschaftlichen Rahmen sich Veranstaltungen wie die tm in den nächsten Jahren bewegen werden.

PS. Herrn Mangold habe ich nicht für die tm angesprochen. Er hat der Stadt Berlin einen Zukunftskongress incl. Finanzierung geschenkt und die Stadt kommt mit diesem Angebot eher schlecht als recht zurande.

'... es werden 22 Arbeitsgruppen eingesetzt und letztendlich geschieht nicht...')

## Positionierung der transmediale im Rahmen der Berlinale

Es ist in fast allen Fällen von Vorteil, die transmediale über das Berlinale-Thema einzuführen. Nicht nur wegen der große Bekanntheit dieses Festivals, sondern vor allem auch, weil viele der angesprochenen Personen sich persönlich sehr mit dem Thema, mit dem Festival oder mit dem Film im Allgemeinen identifizieren. Sie reagieren deshalb nicht nur als Funktionsträger, sondern auch als Privatperson mit den jeweiligen Vorlieben und Interessen.

Es ist bei jeder Ansprache eines potentiellen Sponsors, Medien-Partners usw. von großer Wichtigkeit herauszufinden, auf welcher Ebene die möglichen persönlichen Affinitäten liegen und wie diese "bedient" werden können. Das positive Assoziationsspektrum zum Begriff der "Berlinale" ist dabei sehr viel größer als zu dem der tm. Man liebt den Film - und man schätzt die transmediale als den Zukunftsträger des Films.

Die Argumentation ist also eher auf der sachlichen denn auf der emotionalen Ebene angelegt. Auch die Zukunft des Films sei digital - und wer bereit ist, sich dieser Zukunft zu stellen, der/die wird ein gern gesehener Gast der transmediale sein. Denn dort bekommt man zu sehen, wie diese Zukunft gestaltet wird. Und das seit 13 Jahren.

Es ist m.E. dringend geboten, diese assoziative Anknüpfung an die Berlinale inhaltlich wie politisch zu stützen. Der Verweis auf die Geschichte der Filmproduktion zeigt dies deutlich zum Vorteil der tm. Gas/was auf dem Videofest von einst als „neue Medien“ im artistischen Umfeld erprobt wurde; ist inzwischen längst Alltag der Videonachbearbeitungsstudios geworden. Und so ist der Abschied vom "Videofest" auch folgerichtig in seiner Konsequenz. Und eben diese Konsequenz ist es, die den Zuhörer überzeugt. Die transmediale hat es wieder einmal geschafft, ihrer Zeit voraus zu sein und eben damit ihren Nerv zu treffen.

Besondere Anerkennung findet schließlich der Umstand, dass es die transmediale geschafft hat, diesen Paradigmenwechsel als Organisation zu vollziehen und durch ihre personelle Besetzung und ihre Themen zu spiegeln. Der Namenswechsel hat letzten Endes nicht geschadet, sondern genutzt.

Diese nach außen gerichtete Botschaft ist auch verstärkt im Innenverhältnis zu propagieren. Ob man es nun wahrhaben will oder nicht: die Zukunft der Filmindustrie mag in Hollywood geschrieben werden, aber die ihr zu Grunde liegenden Tendenzen werden auf Berliner Anti-Museums-Inseln wie dem Podewil, präsentiert. Und: sie sollten (via ATM-Leitung - siehe unten - oder wie immer) auch an einem hervorgehobenen Ort, an dem neuen Festspielort der Berlinale re-präsentiert werden.

## Gespräche mit der DT AG - Berlin I Bonn

Moderiert werden die Gespräche vom Bereich: Vertrieb und Services, vertreten durch Herrn Gempp<sup>F</sup>. Er macht darauf aufmerksam, dass die Unterscheidung wichtig sei, welche Möglichkeiten in der jeweiligen Verantwortung des lokalen bzw. regionalen Partners stehen und welche von vornherein auf der "Bonner Ebene" bei VV4, Herrn Kindervater, geklärt und budgetiert werden müssen.

Klar ist, dass die diesem Bereich besonders wichtigen großen Produktgruppen - T-ISDN, T-Online und TD 1 - nicht im "limelight" der transmediale stehen, wohl aber ein wichtiger Bestandteil ihres Auftritts sind.

Herr Will, Berliner Pressesprecher, erinnert sich, dass die Berliner (damals noch Deutsche Bundespost) Telekom bereits einmal als Partner das ehemalige "Videofest" mit einer Reihe von ISDN-Anschlüssen unterstützte.

Wir machen darauf aufmerksam, dass es in den folgenden Gesprächsrunden nicht nur darum geht, für das Folgejahr eine gewisse Anzahl von "in kind" — Leistungen gratis in Anspruch zu nehmen, sondern um die Vorbereitung einer längerfristigen Partnerschaft. In dieser sollen Vorteile für beide Seiten erkennbar und umsetzbar sein. Diese Einstellung findet durchaus Zustimmung.

Dabei wird zunächst darüber gesprochen, welche Ansätze in der Verantwortung ausschließlich der jeweiligen Berliner Dienststellen umgesetzt werden können. Schon in der ersten gemeinsamen Gesprächsrunde wurden sehr konkrete Vorschläge von den Vertretern der Bereiche Rundfunkkundenmanagement (vom Aufbau eines Lokalsenders bis hin zur Einrichtung einer ATM-Strecke zwischen Podewil und Sony-Center) sowie T-Nova, ehemals Berkom, unterbreitet.

In beiden Fällen geht es auch darum, konkrete Highlights zu organisieren. Dort zeigt und erprobt die DTAG eigene Entwicklungen und Pionierleistungen und stellt sie einer interessierten Öffentlichkeit vor. Das gilt zum Beispiel vpni \$eiterndes Rundfunkkundenmanagements für die Anwendungen der neuen DVB-T Systeme und von Seiten der T-Nova für 3-D-Anwendungen, Methoden der Bildübertragung und / oder des Video-Conferencings.

Schließlich wurde diskutiert, welche Folgeschritte auf welchem Level in Angriff genommen werden sollten. Herr Dr. Zimmer unterbreitete den Vorschlag, auch Kontakte zu VV4 aufzunehmen, wenn die transmediale dafür die entsprechenden Argumente zur Verfügung stellen würde. Dieses allerdings nicht in der Art, dass bereits alles fertig ausdiskutiert wird, sondern dass man sich diese oder jene Anknüpfungspunkte vorstellen könne.

TO DO: welche Leistungen sind wirklich für die Veranstaltung von Nutzen? Sollen diese nur auf der regionalen Ebene erbracht werden und/oder mit welchen über-regionalen Partnern? Sowohl mit Herrn Dr. Zimmer als auch mit dem Vertreter der T-Nova ist ein Folgetermin vereinbart.

---

<sup>F</sup> ANLAGE: Schreiben am Herrn Gempp vom B. 9. 1999

Abschließend wurde nochmals in einem Ausblick auf ein ganzes Modell von Partnerschaften verwiesen. Alle genannten Beteiligten haben darauf bereits bei Gesprächen anlässlich der IFA'99 Anfang September individuell positiv reagiert. Von Seiten der DT AG sind dies, neben den bisher genannten Personen, Herr Prof. Föckler für den Bereich Multimedia. Von Seiten der INTEL AG Herr Jens Bodenkamp, Leiter der Broadband-Group. Bei der FANTASTIC CORP. die Herren Peter Ohnemus (CEO) und Phil Owen<sup>G</sup> (Vice President Marketing). Und von Seitervdes ZDF Herr Prof. Dr. Dieter Ziemer (Technischer Direktor).

Jede dieser potentiellen Firmen ist bereits im Vorfeld auf das transmediale-Thema angesprochen worden. Die Zeit auf der IFA wurde genutzt, um diese Kontakte zu konkretisieren und zugleich die Kompatibilität zwischen den hier genannten Gruppen (und Personen!) zu klären.

Herr Prof. Dr. Ziemer beispielsweise wird mit Herrn Peter Ohnemus sprechen'. Er hat zugesagt, das Thema mit dem "traditionell für die Berlinale Verantwortlichen, seinem Programmdirektor, Herrn Schächter zu besprechen, denn es bestünde im Grunde Übereinstimmung darüber, sich nicht länger nur auf die Kooperation mit den ,klassischen' Partnern der Berlinale zu beschränken".

Herr Prof. Föckler wiederum ist Mitglied im Vorstand der FANTASTIC Corp. und wäre zugleich ein Verbindungsglied zwischen der Leitung der DTAG in Berlin und der Konzernzentrale in Bonn. Und Herr Dr. Bodenkamp von INTEL betont das besondere Interesse seines Hauses an der interaktiven breitbandigen Vernetzung von TV- Film- und Internet-Angeboten.

Zu INTEL sei gesagt, dass sich dieses Haus sehr aktiv um die strategische Ausrichtung von Partnern bemüht, die diese Vernetzung auch miteinander durchführen können. Entscheidend wird dabei die Frage sein, wie weit das Haus daran interessiert sein könnte, nicht nur die US-Modelle 1 ; 1 nach Europa zu exportieren, sondern auch hiesige Partner und Distributoren zu gewinnen. Hier ist wiederum von Interesse, dass zuletzt durch den Beitritt der Bertelsmann Broadband Group, Leitung Herr Lauff in Hamburg, ein positives Signal gesetzt wurde.

Um dieses Thema weiter auszuloten, habe ich eine Einladung zu der Veranstaltung mit dem Ex-CEO Andrew S. Grove am 22. September in München angestrebt und den Termin wahrgenommen. Wichtiger noch als eine kurze Begegnung mit "Andy" Grove war die längere Unterredung mit Timothy J. Keating, Director and General Manager der Content Group für Europa, den Mittleren Osten und Afrika. Diesen Kontakt bereitete der für diesen Bereich zuständige Geschäftsführer Rob Eckelmann vor, den ich als ehemaliges Beiratsmitglied des Deutschen Multimedia Kongresse in Stuttgart kennengelernt habe.

---

<sup>G</sup> Herr Owen wurde wenige Tage vor der Telecom 99 in Genf aus „/1mt und Würden" verwiesen und ist seit dem nicht mehr im Dienste der Firma. Mit seinem Nachfolger fand Genf ein „ Kennerlerngespräch" statt - allein mit einer beidseitig wenig großen persönlicher Sympathie,.

<sup>H</sup> ANLAGE: Anschreiben an Prof. Dr. Ziemer vom 30.08. und Hinweis auf den Kontakt mit dem Programmdirektor, Herrn Schächter.

Auch diesen Zusammenhang habe ich nochmals durch eine kurze schriftlichen Erinnerung unterstrichen und zur Geltung gebracht.

ANLAGE: Präsentation der Strategie und Partnerschaften auf der IFA-PK Ende August 1999.

Zur FANTASTIC Corp.: Diese Firma hat auf der letzten Berlinale vergeblich versucht, auf das neue, bereits angebrochene Zeitalter des digitalen Films, insbesondere seine breitbandige Übermittlung zu verweisen — und ist daher um so mehr an einer erneuten, diesmal erfolgreichen Umsetzung dieses Themas interessiert.<sup>K</sup>

Dabei, so die Absicht, könnte die transmediale als eine interessante "alternative" Bühne angeboten werden. Was die inhaltliche Seite betrifft, so kamen dazu zunächst Partner aus dem Kirch-Konzern in Frage, auch wenn diese Liaison bei IFA-Start noch nicht veröffentlicht war. Aber dies hätte eine frühere Arbeitsaufnahme vorausgesetzt (s.o.). So wurde auf der IFA nach mannigfaltigen Kontakten schließlich das ZDF als alternativer und attraktiver Partner identifiziert, zumal der Technische Direktor ebenfalls Interesse an einer Kooperation mit FANTASTIC zeigte. (s.o.)

---

<sup>K</sup> ANLAGE: FANTASTIC: BOOM BEIM BREITBAND

## Zum weiteren Vorgehen

Die jeweiligen Schritte und Vorhaben sind unter den Stichworten TO DO und ZIELE jeweils skizziert und können auch angegangen werden.

Es stellt sich allerdings immer drängender die Frage, wie die nun Zug und Zug eingebrachten Partner und Kandidaten innerhalb des Hauses „empfangen“ werden.

Dazu ist festzustellen, dass bis dato alle bürotechnischen Arbeiten, inklusive die Erstellung dieses Papiers, in meinem eigenen Büro und/oder von eigener Hand erstellt worden sind. Dieses war notwendig, um einerseits die eingetretenen Verzögerungen bis zur Arbeitsaufnahme und andererseits die nach wie vor unzureichende Infrastruktur des transmediale — Büros aufzufangen.

Durch die Organisation und Finanzierung von Reisen und Unterkunft, die von Dritten bezahlt wurden (u.a. die Fahrt zur Expo nach Hannover), die Ausrichtung eines Empfangs auf dem Berliner Fernsehturm (anlässlich der Lichtinstallation HIGH LIGHT O) oder die Bereitstellung von Software der Firmen Care und Microsoft sind weitere Eigenleistungen in die Arbeit eingeflossen. Auch konnten durch gute persönliche Kontakte die sonst üblichen hohen Belastungen durch Reisekosten - etwa nach Genf - erheblich reduziert werden.

Nunmehr sind aber die Grenzen eines solchen Entgegenkommens zunehmend überschritten. Zumindest können diese nicht weiter auf die "klassischen" Koordinations- und Sekretariatsaufgaben ausgeweitet werden. Dieses ist aus ökonomischen, aber auch aus organisatorischen Gründen nicht vertretbar. Die von Externen wie mir eingebrachten Leistungen sollten so bald als möglich über die eigene hausinterne Infrastruktur koordiniert und ausgeführt werden. Die aktuelle Liste der Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weist eine einzige Person für organisatorische Aufgaben aus und diese Position ist nur sporadisch besetzt. Auf diesen Punkt habe ich bereits beim zweiten Gespräch am 29. April d.J. hingewiesen; und ab Oktober verstärkt auch bei Herrn Kwella.

Die transmediale bedarf endlich eines durchgehend besetzten Sekretariats und Projektmanagements'.

Inzwischen hat sich die Situation so sehr verschärft, dass akute Gefahr besteht, dass mühsam und mit Erfolg angeworbene neue Sponsoren ihr Vertrauen in die transmediale verlieren. Das Beispiel in der Zusammenarbeit mit der Firma MacroSystems ist dafür beispielhaft.

Im gemeinsamen Einvernehmen muß dafür eine schnelle Lösung gefunden werden. Mit der Zusage von Mitteln für die Durchführung der transmediale 2001 erscheint mir auch die Umsetzung dieser Forderung als realistisch.



Zu guter Letzt

Zugleich möchte ich betonen, dass sich die Inhaltliche wie persönliche Zusammenarbeit bislang sehr zufriedenstellend entwickelt hat. Das gilt ausnahmslos für alle, die zur Zeit in dem kleinen transmediale Team von Micky Kwelia arbeiten, aber auch für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kulturveranstaltungs GmbH.

Das selbst formulierte Ziel ist ambitioniert genug: neben den Aufgaben der Außenvertretung und der Kontaktpflege sollen die zusätzlichen Mittel erwirtschaftet werden, die der geschlossene Vertrag für den Auftraggeber an Kosten verursacht. Bis dato konnte auch dieses Ziel erreicht werden und soll weiterhin Leitlinie des Handelns bleiben.

Dennoch will ich darauf hinweisen, dass sich in den ersten Monaten herausgestellt hat, in welcher erschreckenden Masse "Altlasten" durch die von mir vorgefundene Struktur mitgeschleppt werden. M.E. gefährden sie die Zukunft des gesamten Unternehmens.

Auf den Mangel bei Fragen der Organisation und Infrastruktur habe ich bereits exemplarisch verwiesen und diesen Punkt bei den Antragstellungen durch die Anforderung eines zumindest zweisprachig besetzten Sekretariats bereits explizit mit eingestellt. Dieses ist die Mindestvoraussetzung für die Einrichtung eines Prozess- und Projektmanagements — sie ist eine *conditio sine qua non* für den Fortbestand und Erfolg des Festivals.

Noch ein positives Wort zur Budgetierung, zur Abrechnungstransparenz und zum Controlling. Das sind Fragen, deren Bewältigung bei der Abrechnung der Sponsorenleistungen des letzten Jahres sehr viel unnütze Zeit gekostet haben und die Erstattung der beantragten EG-Mittel fast verhindert hätte. Zugleich wurde auch deutlich, unter welchen nach wie vor eingeschränkten finanziellen Möglichkeiten der Versuch unternommen wird, das in diesem Jahr vorgelegte Niveau zu halten und darüber hinaus aufzuzeigen, in welcher Richtung die weitere Entwicklung der transmediale weisen muß.

Hierauf wurde inzwischen auch Seitens der GF des Podewil reagiert und zu einem gemeinsamen Gespräch geladen. Diese war sehr hilfreich und erhellend.

**Mitte November 1999: State Of The Art Report**

**Anhänge:**

- Bericht von der Reise zum Koordinationstreffen des Neue Medien Festivals in Barcelona
- Bericht von der Reise zur TELECOM GENF '99, inklusive
  - Gesamtverzeichnis der Pressesprecher aller Ausstellerfirmen
  - Gesamtverzeichnis aller akkreditierten Journalisten S. 1- 50  
Gesamtverzeichnis aller akkreditierten Journalisten S. 51-103
- Bericht von der Reise im Vorfeld des World-Wide-Video-Festivals in Amsterdam

**Eigenbelege: (im Büro GF t GF-Assistenz)**

- + Antrag an die EU zur Förderung des Projektes ARTS LIVE
- Antrag an die EU zur Förderung der transmediale 2000
- Antrag an den Hauptstadtkulturfonds zur Basisfinanzierung der tranmediale 2001

**Fremdbelege: (in der Anlage)**

- „Media Guide Berlin-Brandenburg 1999" S 56 f.
- „Netzwerk Berlin. Medien. Kommunikation. Technik" siehe Seite 9

**Fremdbelege: (im Büro transmediale)**

- Belegmaterialien zu den hier benannten potentiellen Partnern / Sponsoren in den Ordnern:  
FINANZEN / SPONSORING / NEUE KONTAKTE  
FINANZEN / SPONSORING / BESTEHENDE VERTRÄGE
- optibase: The Media Streaming Handbook