



eCULTURE TRENDS 2006

Zukunft entwickeln – Arbeit erfinden

Abstracts der Vorträge und Präsentationen

Begrüßung

Christian Weber, Präsident der Bremischen Bürgerschaft

Unser Thema „Zukunft entwickeln - Arbeit erfinden“ hat eine gewisse Beziehung zu dem Ort, an dem das Symposium „eCulture Trends“ stattfindet. Das Haus der Bremischen Bürgerschaft wurde 1962-66 von dem Architekten Wassili Luckhardt erbaut. (Es ist ein echter Bau der Sixties). Was viele nicht wissen: Luckhardt war Mitglied des visionären Künstlerbunds „Gläserne Kette“. Er wurde 1919, zur gleichen Zeit wie das „Bauhaus“ gegründet, mit der Idealvorstellung von der „Zukunftskathedrale“. Die „Gläserne Kette“ nannte ihre Kathedrale ein „Volkshaus“, ein politisch-kulturelles Zentrum. Ebenso wie das Bauhaus war die „Gläserne Kette“ eine Versuchs- und Experimentierstation, von deren Experimenten wir heute noch zehren. Beide Architektengruppen strebten Teamarbeit an und die Manifestation aller Kunstarten in einem Bau.

Hier finden wir eine Parallele zu den neuen digitalen Multi-Medien von heute: Ähnlich wie bei Filmproduktionen entstehen interaktive Medien, wie z.B. Webseiten, Spiele, interaktive Anwendungen, in Kompetenznetzwerken von Künstlern, Gestaltern und Informatikern. Auch die kreative Wirtschaft arbeitet im Team.

Die Innovationszone, die Teil dieser Veranstaltung ist, demonstriert neben neuen Produktideen auch die Idee des Netzwerks, die nunmehr die Zusammenarbeit aller Zünfte, wie sie die „Gläserne Kette“, propagiert hat, als Zusammenarbeit im elektronischen Gewebe möglich macht.

Die Spanne von der Vision zur Realisierung eines Gebäudes hat im Fall Wassili Luckhardt von 1919 - 1966 gedauert, bald 50 Jahre. Für unsere heutigen Begriffe ist das lang. Wir haben die schnellen neuen Medien und wir haben mit dem Internet die Erfahrung gemacht, dass innerhalb von fünf Jahren, die Welt völlig umgekrempelt werden kann. 1989 erfand Tim Berners-Lee im Schweizer Forschungszentrum CERN die Grundlagen des heutigen Internet, das seit 1994 in Deutschland als neues Kommunikationsmittel verfügbar ist. Nutzen wir beim Innovativsein die Geschwindigkeit der neuen Technik. Seien wir von jetzt an schneller mit unseren Entscheidungen und deshalb schneller innovativ!

Das neue – das elektronische Bauhaus finden wir heute in Häusern wie dem Zentrum für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe oder dem Ars Electronica Center im österreichischen Linz repräsentiert. Von der Ars Electronica, dem Festival für elektronische Kunst, das vor mehr als 25 Jahren gegründet wurde, ist bekannt, dass es Linz – einer Stadt mit nur knapp 190.000 Einwohnern - das Image einer modernen, weltweit bekannten Medienstadt gebracht hat. Ebenso gilt das ZKM in Karlsruhe als wichtige Brutstätte für Innovation in Deutschland. In Bremen ist die eCulture Factory ein ähnliches Experimentier-Labor. Mit interaktiven Werkzeugen zur Erschließung digitaler Archive - wie sie derzeit in der Ausstellung „Wissenskünste aus der eCulture Factory“ im Neuen Museum Weserburg zu sehen sind – zeigt sich eine neue Form der Arbeit: die Wissensarbeit. Das ist der Umgang mit Information. Die Auswertung und Aufbereitung von Information z.B. in digitalen Archiven, um die Reden der Abgeordneten sichtbar zu machen und der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen.

Wissensarbeit benötigt Wissen. Es muss in zeitgemäßer Ausbildung erworben werden. Mit dem hochschulübergreifenden Studiengang „Digitale Medien“ hat Bremen bereits einen guten Weg eingeschlagen. Dennoch gibt es noch viel zu tun, um Innovationen in die Welt zu bringen, wie die „Gläserne Kette“ das für die Architektur getan hat. Für diese Veranstaltung der eCulture Factory, die der Frage nach der Erfindung von neuen digitalen Produkten und Arbeitsprozessen nachgeht, wünsche ich Ihnen anregende Vorträge, gute Diskussionen und die zügige Umsetzung gewonnener Erkenntnisse.



Einführung

Dr. Ulrich Buller

Vorstand Forschungsplanung, Fraunhofer-Gesellschaft, München

Medieninnovationen schaffen Wert

Die eCulture Trends 06 ist Teil der Fraunhofer-Initiative "Zukunft entwickeln" im Informatik-Jahr. Fraunhofer ist stolz auf die Entwicklung des MP3-Standards als eine Basisinnovation im Medienbereich. MP3 hat die Musikindustrie und vor allem das Internet revolutioniert. Die Zukunft liegt aber auch in der Erschließung und Exploration von Informationen, in neuen Mensch-Maschine Interfaces und Interaktionsprozessen in mobilen Entertainment- und Infotainment-Umgebungen. E-Culture sind im Fraunhofer-Verständnis die sich stetig verändernden Kommunikationsformen, wie sie durch den Gebrauch digitaler Medien entstehen. Die Bremer eCulture Factory ist eine Projektgruppe des Fraunhofer-Instituts für Intelligente Analyse- und Informationssysteme IAIS. In der Zusammenarbeit mit KMUs der Kreativwirtschaft und mit dem Studiengang Digitale Medien will Fraunhofer eine rasche Transformation von Forschungsergebnissen in den Markt schaffen und auf diese Weise den Wirtschaftsstandort Bremen maßgeblich stärken.

Hans Georg Tschupke

Prokurist und Abteilungsleiter, big bremen - Die Wirtschaftsförderer

Kultur und Wettbewerb sowie Kultur und Wirtschaft sind keine Gegensätze. Was wir brauchen ist ein Zusammenspiel, eine Vernetzung der unterschiedlichen Perspektiven. Wenn wir uns das Ziel setzen, Bremen zu einem wettbewerbsfähigen und dynamischen wissensbasierten Land zu machen, dann spielt die Kreativwirtschaft eine wichtige Rolle. Kreativität stellt sich zunehmend als Beitrag zur Standortqualität und damit als eigenständiger Wirtschaftsfaktor im Wettbewerb der Regionen dar. Neben der Bedeutung für Kunst und Kultur sowie für Bildung und Wissen ist Kreativität insbesondere auch ein wichtiger Faktor für die ökonomische Innovationsfähigkeit des Landes. Kreativität muss deshalb als vielschichtige Querschnittsqualität aufgefasst werden, die von lokal- und regionalpolitischen, wirtschafts- und arbeitsmarktpolitischen sowie kultur- und bildungspolitischen AkteurInnen in verschiedener Hinsicht genutzt wird.

Welche strukturellen Änderungen müssen wir umsetzen, damit sich die Bremer Kreativwirtschaft im Wettbewerb an vorderer Stelle platzieren kann? Die Einbindung der eCulture Factory des Fraunhofer-Instituts für Intelligente Analyse- und Informationssysteme in die Strategie des Landes Bremen ist eine unserer Maßnahmen, die heute im Fokus steht. Im Themenfeld „Multimedia und Neue Medien“ ist die internationale Bekanntheit der Leiter der Fraunhofer eCulture Factory hervorzuheben. Ihre Arbeit steht für Forschungs- und Entwicklungsprojekte mit hohem Gestaltungs- und Innovationsanspruch im interdisziplinären Spannungsfeld von Kunst, Technologie und Gesellschaft. Ihre MitarbeiterInnen kommen aus unterschiedlichen Bereichen und arbeiten z. B. an interaktiven Installationen mit jeder Art von physikalischem Interface und entwickeln Wissensmedien für Bildung und Wirtschaft. Von besonderer Relevanz für Bremen ist in diesem Zusammenhang auch die Zusammenarbeit in Forschung und Entwicklung mit dem hochschulübergreifenden Studiengang Digitale Medien.

Das Thema "Urbane und mobile Medien im öffentlichen Raum" wird zurzeit in der Bremer Kulturszene ebenso diskutiert wie in Kreisen von Wirtschaft und Politik und könnte ein Bereich sein, in dem die Kreativwirtschaft ihr Innovationspotenzial unter Beweis stellt. Schwachpunkte sehen wir noch in der zu geringen Vernetzung zwischen Wissenschaft, Kunst/Kultur und Wirtschaft. Als wichtiger Nährboden für die Entwicklung von kreativem Potenzial fehlt es in Bremen auch an einem qualitativ hochwertigen Diskurs in den Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften zur elektronischen Kultur.

Die Vernetzung von Wissenschaft, Kunst/Kultur und Wirtschaft sowie die Anregung eines Diskurses zur elektronischen Kultur ist Auftrag der Fraunhofer eCulture Factory, die mit der Ausstellung „Wissenskünste“ und dem Symposium „eCulture Trends06“ diesen Diskurs und eine stärkere Vernetzung initiiert.



Monika Fleischmann

Leitung eCulture Factory, Fraunhofer IAIS, Bremen

Perspektiven elektronischer Kultur

Was ist eCulture?

Unter „eCulture“ verstehen wir den Einsatz, die Anwendung und die Reflexion von Informations- und Kommunikationstechnologien für Unterhaltung, Kultur, Bildung und Freizeit. Dazu gehören auch Perspektiven des Umgangs mit dem kulturellen Erbe im Kontext der neuen Medien. Die Informationstechnologie leistet gute Dienste in Bezug auf Aufzeichnung und Archivierung von Kulturgut. Sie eröffnet aber auch neue Perspektiven im Umgang mit dem archivierten Gut. Archiviertes Kulturgut kann simuliert, verändert, interaktiv bearbeitet und erinnert werden.

In unserer Ausstellung „Wissenskünste aus der eCulture Factory“ im Neuen Museum Weserburg Bremen zeigen wir Möglichkeiten und Methoden, wie digitale Archive erschlossen werden können.

Unser Forschungsschwerpunkt im wissenschaftlichen Kontext sind Interfaces zur Erschließung von Information, im anwendungsbezogenen Kontext sind es Wissensmedien – Wissenskünste mit einer Kernkompetenz in der Erschließung und Exploration von Wissen.

Ausgangslage

Im Zeitalter des (inter-)nationalen Standortwettbewerbs, des demografischem Wandels und der sozioökonomischen Folgen der Migration stehen alle Städte vor großen Herausforderungen. Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien können dabei helfen, diese Aufgaben zu bewältigen. Bereits heute sind Arbeits-, Lern- oder Verwaltungsprozesse ohne digitale Medien und IT gar nicht mehr vorstellbar. Deshalb gibt es keinen Dissens in der Frage, ob zukünftig neue Medien und IT-Technologie verstärkt genutzt werden sollen, um die Standort- und Lebensqualität der Städte zu verbessern.

Zukunft entwickeln – Arbeit erfinden

In 2006 hat die Fraunhofer eCulture Factory zum vierten Mal den digital sparks Wettbewerb durchgeführt. Er richtet sich an Studierende aus den Feldern Medienkunst, -design, -informatik und mediale Architektur in den deutschsprachigen Ländern. Unter dem Motto: Tastbar – Hörbar – Sichtbar: Das Digitale in den Raum bringen“ waren so spannende Projekte eingereicht worden wie beispielsweise die „CabBoots“. Die Fragestellung, von der Martin Frey ausging, war: Wie könnte ein Navigationssystem für den Fußgänger arbeiten, das nicht – wie sonst üblich – den Gesichts- oder den Gehörsinn beansprucht? Er arbeitete mit dem Tastsinn und hat eine originelle Produktidee vorgelegt, die sich durchaus praktisch auch als Orientierungshilfe für Blinde anwenden ließe. Wer greift nun aber diese Idee auf? Wer hilft ihm ein Produkt zu entwickeln und dieses zu vermarkten? Es scheint so, als müsste gerade in der Entwicklung zu Vermarktung innovativer Ideen Unterstützung geleistet werden, wenn wir Werte schaffen wollen, wo vorher keine waren.

Dr. Michiel Schwarz

Autor: „From ICT to eCulture“, cultural r & d consultancy, Amsterdam

Digital media and information technologies are transforming what we used to call ‘culture’: new forms of ‘e-culture’ are emerging in society and in the economy. And now, in the context of digital media culture and beyond, the talk is about (so-called) ‘creative industries’ — indicating how the cultural sector and the commercial fields are becoming increasingly intertwined. In the Netherlands the issue of eCulture has become a distinct policy focus over the last five years, giving impetus to new institutional strategies, especially for those working in the field of arts and creative production, media and cultural heritage.

Digital culture does not only require specific measures to promote artistic and cultural innovation, it also needs a perspective which can deal with the new cross-disciplinary and hybrid linkages which are developing between different parts of the cultural sector, as well as between the cultural domain and the knowledge economy. The challenge is to recognise such crossover areas – for example between digital media arts and economic sectors – and to develop new appropriate practices. Recent (policy) initiatives in the Netherlands provide some pointers for developing new strategies for eCulture, now and in the future.

Lern- und Spielwelten

Moderation und Einführung: Gabriele Blome

Kunstwissenschaftlerin, Fraunhofer IAIS, eCulture Factory

Prof. Udo Dahmen: Neue Wege der Vermittlung

Geschäftsführer, Popakademie Baden-Württemberg, Mannheim

Popmusik ist Kulturgut, Wirtschaftsfaktor und Impulsgeber. Die Popakademie Baden-Württemberg bündelt und verstärkt alle relevanten Aspekte des Themas Popkultur. Der Standort Mannheim bietet dabei ein kreatives szenisches und wirtschaftliches Umfeld.

Fundierte Ausbildungsmöglichkeiten für die Musikwirtschaft und Szenen der Zukunft werden immer wichtiger. Märkte verändern sich, Trends kommen und gehen, im digitalen Zeitalter müssen neue Vertriebs-, Marketingwege und spannende künstlerische Ansätze gefunden werden. Die Popakademie nimmt sich dieser Aufgabe an. Mit der Ausbildung des Nachwuchses in den Studiengängen Musikbusiness und Popmusikdesign.

Musikbusiness: Der Studiengang für Band- und Labelmanager, Marketingexperten und Community Manager. Angrenzende Berufsfelder wie Multimedia und die Konsumgüterindustrie zählen ebenso zu potenziellen Arbeitsfeldern der Musikvermarkter von Morgen.

Neben der Vertiefung der Kenntnisse im Musik- und Medienbusiness wird musikalische Grundkompetenz angestrebt. Denn nur wer Popkultur versteht und lebt, kann Popkultur vermarkten.

Popmusikdesign: Der künstlerisch kreative Studiengang. Die Akademie bildet Künstlerpersönlichkeiten aus, gibt ihnen kreativen Input auf verschiedenen Ebenen und vermittelt Business Know-how, dass für ein erfolgreiches Agieren im Musikgeschäft notwendig ist. Neue Impulse aus den Grenzbereichen der Popavantgarde fließen mit ein.

Prof. Dr. Frieder Nake: Finish:Unfinish

Das Ästhetische Labor & die Ästhetik der Unvollendung

Digitale Medien und Informatik, HFK und Universität Bremen

Die Ästhetik der digitalen Medien, sagt Peter Lunenfeld, ist eine Ästhetik der Unvollendung. Dies gilt es zu begreifen, um die gesellschaftliche und also kulturelle Differenzierung von Tätigkeit in Arbeit und Spiel zu begreifen. Medien werden nicht mehr fertig. Sie sind nicht Produkte, die wir kaufen, sondern Prozesse, die wir leben.

Man sagte, die Wirklichkeit verschwände allmählich mit der Virtualität (Hartmut von Hentig). Tatsächlich spaltet die Wirklichkeit sich auf in Aktuelles und Virtuales. Am Computer, der Informationstechnik, den digitalen Medien macht sich tatsächlich ein Trend der Immaterialisierung fest (Lyotard). Er ruht aber auf Materielem in besonderer Form ruht: auf Zeichenwelten. Das Programm der generellen Semiotisierung von Welt hat in den digitalen Medien seine Form erreicht. Im Ästhetischen Labor wendet sich das Projekt compArt hin zu Lernwelten, zu einer Didaktik des Raumes. Sie wurzelt in der Reformpädagogik und lässt Algorithmen wie Ästhetik gleichermaßen erfahren, gestalten und leben.

Iris Bockermann: Smarte Textilien, Imaginationen und das Lernen

Digitale Medien in der Bildung, Informatik, Universität Bremen

Unsere Arbeitsgruppe DiMeB-Digitale Medien in der Bildung an der Universität Bremen bietet seit einiger Zeit Workshops mit Robotik und Smart Textiles für Kinder, Jugendliche und Erwachsene an. In diesen Workshops knüpfen wir an Fantasien an und konfrontieren mit dem evokativen Potenzial Digitaler Medien. Teilhabende Menschen werden so zu Gestalterinnen und Gestaltern von Robots oder „intelligenten“ Textilien, mit deren Hilfe sie ihre Umwelt verändern und ihre Kommunikationsbeziehungen neu betrachten. In unseren Projekten geht es um Software für Bildungsprozesse und um die Gestaltung von Lernumgebungen mit Digitalen Medien.



Bildungsinterventionen haben für uns ihren Sinn darin, dass sie das Unsichtbare hinter den Interfaces der Digitalen Medien sichtbar und handelnd erfahrbar machen. Digitale Medien nutzen wir als eine Art Montessori-Material, mit dem wesentliche Konzepte unserer Gegenwart be-greifbar werden.

Prof. Dr. Helmut Eirund: Schon bald Alltag? User vom Sofa in Einkaufsladen gelockt!
mobile 2 culture, IAA, Hochschule Bremen

Produktwerbung hat schon lange unseren Alltag durchdrungen, insbesondere unseren „elektronischen Alltag“. Durch die Verfügbarkeit von Online-Shopping Diensten für fast alle höherwertigen Konsumprodukte ist die Kaufversuchung nur 1-Klick entfernt. Trotzdem gibt es aber noch Kaufsituationen, in denen der Konsument mobil werden und „manuell zugreifen“ muss, um einen Kauf zu realisieren: Im Restaurant, beim Besuch einer Sehenswürdigkeit oder im Lebensmittel-Discounter. Durch mobile Computeranwendungen wird er oder sie aber auch hier begleitet und beraten. In mobilen Echtzeitspielen sind Shopping-Auszeiten allerdings enge Grenzen gesetzt. Es sei denn, das Kauf-Produkt selber ist Teil des Spiels.

In MoBotZ ist ein Spielkonzept entwickelt und für ein Spielszenario realisiert worden, in dem Spieler in einem Rollenspiel online mitwirken und unter Zeitdruck mit ihrer Umwelt interagieren (context aware gaming). Der (vorläufige) Höhepunkt des Product-placement ist die Cola-Dose (oder Milchtüte oder Nougat-Creme) in der Hand des Spielers – die über den Barcode mit der Handy-Camera identifiziert neue „virtuelle“ Kraft gibt. Direkter kann ein „Kauf-Link“ nicht sein.



Innovationswelten

Moderation und Einführung: Kai Stührenberg

Innovationsmanager, big bremen - Die Wirtschaftsförderer

Wolfgang Strauss: Urbane Interfaces – Medien für den Stadtgebrauch

Künstlerische Leitung eCulture Factory, Fraunhofer IAIS, Bremen

In diesem Beitrag diskutieren wir praktische Ansätze und Modelle Urbaner Medien. Einerseits werden Beispiele realisierter öffentlicher Screenings aus Infotainment und Kommerz beleuchtet, andererseits Fragen der Inhalte und Rechte öffentlicher Bildschirme besprochen. Weiterhin werden unterschiedliche Präsentations- und Rezeptionsmodelle, bis hin zu non-linearen und interaktiven Formaten mit Beispielen aus Medienkunst und Hightech Marketing vorgestellt.

Mit den Konzepten „Public Screening“ arbeiten wir an einem öffentlichen Informationsraum, der sich aus Datenbanken, Internet und Archiven speist und mittels Wissenswerkzeugen sowohl über große Medienwände als auch über winzige Handbildschirme über Internet zugänglich wird. In der medialen Inszenierung des Raumes zeigen wir neue Interface Paradigmen wie berührungslose Interaktion (PointScreen) sowie Datenmöbel für elektronische Wohnzimmer.

Michael Schmid: Interactive City

Head Research & Development, STRÖER Out-of-Home Media AG, Köln

Ströer Werbeträger und Stadtmöbel sind innovativ und designorientiert. Sie fügen sich unaufdringlich und nahtlos in das Stadtbild ein und setzen Maßstäbe bei der Gestaltung des öffentlichen Raumes. Unsere Stadtmöbel und Werbeträger wurden in den vergangenen Jahren mehrmals mit zwei der weltweit angesehensten Preise für Public Design ausgezeichnet: siebenmal erhielten wir den renommierten if Design award des Design Forums Hannover, zweimal wurden wir mit dem red dot design award ausgezeichnet.

Die Ströer Gruppe ist gemessen an den handelsrechtlichen Konzernumsätzen weltweit die Nummer fünf und in Europa die Nummer drei unter den Vermarktern von Out-of-Home-Medien. Damit ist Ströer Spezialist für alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen - von der klassischen Plakatfläche über Stadtmöblierung und Werbeflächen auf Verkehrsmedien bis hin zu elektronischen Medien.

Die Ströer Gruppe ist in Deutschland größter Anbieter von Außenwerbung sowie mit rund 20.000 installierten Stadtmöbeln und entsprechenden Verträgen mit über 145 Kommunen größter Anbieter von Stadtmöblierung. Zudem ist der Konzern eines der größten Medienunternehmen in Deutschland. Mit 38 Niederlassungen sind wir kompetenter Ansprechpartner für alle Fragen rund um Out-of-Home-Medien vor Ort.

Thorsten Wieting: Das elektronische Wohnzimmer

Geschäftsleiter, nordCom, EWE TEL, Bremen

Die EWE TEL GmbH ist der junge Telekommunikations-Dienstleister mit Sitz im Nordwesten. Das 100-prozentige Tochterunternehmen der EWE Aktiengesellschaft wurde im September 1996 gegründet und ist mit 940 Mitarbeitern heute ein wichtiger Arbeitgeber in der Region. Zu EWE TEL gehört auch die Marke nordcom im Land Bremen und in den angrenzenden Orten Achim, Langen und Schiffdorf.

Als eines der größten regionalen TK-Unternehmen Deutschlands bietet EWE TEL eine hohe Vielfalt an Sprach-, Internet- und Datendiensten: von Festnetz-Direktanschlüssen in Bremen, Niedersachsen und in Teilen Brandenburgs über Datenfestverbindungen und Internetdienste bis zu Mobilfunkangeboten und Netzwerklösungen. Als Full-Service-Anbieter ist EWE TEL inzwischen für mehr als 300.000 Kunden – davon über 30.000 Geschäftskunden – die Alternative in der Region



Hanke Homburg: Know How Verknüpfen: Neue Denkweisen und Kooperationen

GfG Gruppe für Gestaltung GmbH

Für die GfG als Design- und Kommunikationsagentur gehören die digitalen Medien schon »lange« zum Alltag. Websites mit Redaktionssystemen oder Anbindung an Warenwirtschaftssysteme sind ebenso alltäglich wie die Entwicklung und Umsetzung von 3D-Animationen, Videotrailern und digitalen interaktiven Präsentationsformen. Die Zusammenarbeit mit zwei wissenschaftlichen Einrichtungen, wie der Hochschule Bremen und dem Fraunhofer Institut bieten die ausgezeichnete Gelegenheit Know How zu verknüpfen und weiterzuentwickeln und am Ende in eine konkrete Produktentwicklung münden zu lassen.

Andrea Schulz

Geschäftsführerin, artundweise GmbH, Bremen

Digitale Kommunikation im Trend von Interaktion und Partizipation

- Chancen neuer Web Inhalte und Techniken für die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen
- Zyklus Attract-Convert-Retain
 - Aufmerksamkeit der User/Kunden, deren aktive Teilnahme sowie Interaktion mit Marken/Produkten entlohnen
 - Relevante Inhalte aus freiwilligen Angaben schaffen
 - Authentisch und glaubwürdig kommunizieren
- Anbieter als einladender Gastgeber und transparenter Kooperationspartner und nicht als Absender autoritärer Botschaften und Imperative
- User generated Content und das Credo ‚Trust your user‘
 - Basis für zeitgemäße Kommunikation
 - Echte Chance in Zeiten in denen die Anbieter/Absender die Kontrolle über ihre Produkte/Dienstleistungen/Angebote mehr und mehr verlieren
 - Mut zur Offenheit und Ernst nehmen der Konsumenten
- Schlüsselpunkte als beispielhafte Anwendung für urban eCulture
- Vernetzung von Web, mobile und Real World



Innovationszone

Moderation und Einführung: Martin Koplín

Medienwissenschaftler, Fraunhofer IAIS, eCulture Factory

artundweise

Jürgen Schöffel: Bremer Schlüsselpunkte. Ein innovatives Info- und Kommunikationssystem mit einzigartiger Verknüpfung von Web, Mobile, Real World.

Schlüsselpunkte sind Orte, die von einer Community mit online und mobil nutzbarer Information markiert werden. Zum Projekt Schlüsselpunkte gehört ein Web-Portal, an dem die Benutzer Schlüsselpunkte anlegen können und sich über bestehende Schlüsselpunkte informieren sowie diese kommentieren und bewerten können. Beim Anlegen eines Schlüsselpunktes wird ein Code generiert und auf einen Aufkleber übertragen. Dieser wird gut sichtbar am Schlüsselpunkt angebracht. Der Aufkleber enthält neben der Webadresse eine Telefonnummer, damit Betrachter per Handy direkt vor Ort alle Schlüsselpunktinformationen anhören und auch selber Kommentare abgeben kann. Voice-Kommentare werden Webusern als Audiodatei zur Verfügung gestellt. Die Anwendung Schlüsselpunkte ist extrem flexibel nutzbar.

Tourismusbranche: Vor Ort und Online sind Infos zu Bauwerken, Institutionen und Gastronomie on demand abruf- und erweiterbar. Kulturszene: neue Dialogformen zwischen Künstler und Betrachter - auf Kunstevents sind Statements des Künstlers per Handy abrufbar, Betrachter können direkt Eindrücke und Bewertungen aufsprechen.

Fraunhofer IAIS, eCulture Factory

Thomas Goldstrasz: Wissensmedien – das Virtuelle Buch

Wir sind es gewohnt, zum Lesen eines Textes ein Buch aufzuschlagen. Das „Virtuelle Buch“ blättert nicht nur Seite für Seite, sondern findet auch Textstellen, die mit einem bestimmten Suchwort verbunden sind. Am Beispiel der Print-Publikation „Digitale Transformationen“ wird eine erste Version dieses digitalen Buch-Formates vorgestellt. Die 250 häufigsten Substantive dienen dem Leser als Navigationsgerüst. Wird ein Wort ausgewählt, so blättert sich das „Virtuelle Buch“ von selbst um und zeigt die entsprechende Textstelle. Der Leser kann im „Virtuellen Buch“ blättern, stöbern, Videos ansehen und Musik hören. Das klassische Medium Buch mit seiner linearen Struktur von Kapiteln wird in seiner elektronischen Nachbildung mit dem Hypertext-Prinzip vernetzter Information kombiniert.

GfG Gruppe für Gestaltung GmbH, **Hanke Homburg** in Kooperation mit
Zoom Videobeamer, **Felix Koplín und Florian Wilke:**
Urban Media Communication

GfG:

Die GfG startet im Oktober 2006, zusammen mit der Hochschule Bremen, dem Fraunhofer Institut IAIS und dem Technikdienstleister ZOOM in das Forschungs- und Entwicklungsprojekt MoMeus. MoMeus steht für »Mobiles Medienkommunikations-Environment für Urban Screen Szenarien« und beschäftigt sich im weitesten Sinne mit neuen intermedialen und interaktiven Formen der öffentlichen Kommunikation.

Zoom: Projektionen zwischen Kunst und Netz

Die Arbeitsweise von zoom zeichnet sich durch einen hohen Grad an Vernetzung und branchenübergreifenden Kooperationen mit Künstlern, Architekten, Computerspezialisten ebenso wie mit Kultureinrichtungen, staatlichen Institutionen, aber auch mit anderen Unternehmen aus. So kooperiert zoom im aktuellen Medienprojekt Momeus beispielsweise mit der Gruppe für Gestaltung, der Hochschule Bremen sowie der eCulture Factory des Fraunhofer IAIS.



Neben den klassischen Geschäftsfeldern der Vermietung und des Verkaufs von Produkten und Dienstleistungen im Präsentations- und Veranstaltungsbereich hat sich zoom auf die Bewältigung komplexer Aufgabenstellungen in der Projektionstechnik spezialisiert.

In den Bereichen Planung, Durchführung und technische Betreuung von Visualisierungen im öffentlichen Raum [UrbanScreening] leistete zoom mit der Realisierung eines Medienportals in der Bremer Innenstadt Pionierarbeit. Die Entwicklung von angepasster Peripherie wie Wetterschutzvorrichtungen, Spiegelumlenkungen und Sandwichgestellen gehören ebenso zum Spektrum von zoom wie Lösungsansätze für Projektionsmöbel und Bühnenbildprojektionen an Theatern und Museen.

Schaufensterprojektionen unter Tageslichtbedingungen im Innenstadtbereich mit ästhetischer Einbindung in die jeweilige Architektur und deren Echtzeitvernetzung erfüllen die Anforderungen verschiedener Branchen. zoom schafft es, schlichte Räume in Erlebniswelten zu verwandeln und dies oft unter Bedingungen, die zu Beginn eines Projektes unmöglich erscheinen.

Internationales Studienprogramm Digitale Medien, Hochschule für Künste, **Prof. Roland Kerstein** in Kooperation mit proNova Bremen, **Thorsten Bauer:** **Mapping a City und Fensterlichter**

Das hochschulübergreifende Studienprogramm Digitale Medien wird von den vier Bremer Hochschulen getragen und ist ein in Deutschland einzigartiges Studienmodell.

Die Themen der Bachelor- und Master- Studiengänge werden über die Hochschulgrenzen hinaus mit Partnern aus Gestaltung, Medieninformatik und Wirtschaft erörtert und weiter entwickelt. Ein neuer Partner des interdisziplinären Studienprogramms ist der Verein ProNova e.V.. Unter dem Label „urbanscreen“ gründete sich 2005 eine medientechnologische und medienkünstlerische Initiative, die im urbanen Raum des Bremer Steintorviertels, eine Großbildprojektion im Dauerbetrieb gewährleistet. Gemeinsam wird nun das an der Hochschule für Künste angesiedelte, einjährige Projekt „Mapping a City“ realisiert. Zielsetzung des Projektes ist die Erprobung und Auslotung neuer, um eine digitale Dimension erweiterter Raumnutzungs-Konzepte. Ein Augenmerk wird dabei zukünftig auf der Einbindung mobiler Devices im Sinne von „Human Interface“ liegen.

scienceintermedia, Hochschule Bremen **Benjamin Wischer: Journalistic Online Education**

Wir brauchen neue Vermittlungsstrategien für Forschung und Lehre. Nicht nur weil die grundsätzlichen Anforderungen an das Wissenschaftssystem steigen sondern auch weil sich die Zuwendungsebenen auf denen Menschen sich mit Wissenschaft auseinandersetzen verändert haben. Welchen Stellenwert Digitale Medien in diesem Zusammenhang haben und wie mögliche Lösungen aussehen können soll anhand der Erfahrungen aus dem Bremer e-Learning Projekt „journalistic online education – j.o.e.“ umrissen werden.

In dem Projekt *Journalistic Online Education* wurde an der Hochschule Bremen die „Virtuelle Lehrredaktion“, eine webbasierte Lern- und Arbeitsplattform für die Journalistenausbildung, entwickelt. Mit dem Konzept, das im Kern auf eine enge Kopplung von Theorie und Praxis sowie eine gleichberechtigte Beteiligung aller am Studium Beteiligten zielt, wurde in vielerlei Hinsicht Neuland betreten. E-learning war zuvor vor allem die Domäne der exakten Wissenschaften gewesen. Mit der Virtuellen Lehrredaktion wurde eines der ersten medienwissenschaftlichen Projekte überhaupt realisiert. Grundgedanke war es, eine Infrastruktur zu schaffen, die den spezifischen Anforderungen des Studienfachs gerecht wird und gleichzeitig möglichst unterschiedliche Zuwendungsebenen erlaubt. Das Journalistikstudium an Hochschulen unterscheidet sich in einem zentralen

Punkt von der journalistischen Ausbildung in Medienunternehmen: Es vereint die Vermittlung medientheoretischer Grundlagen und journalistischen Handwerks. Während die Lehrpläne in deutschen Journalistikstudiengängen bisher ein eher loses Nebeneinander dieser beiden Beschäftigungsebenen vorsahen bot sich mit der Entwicklung einer elektronischen Lernplattform erstmals die Möglichkeit fließendere Übergänge zwischen Theorie und Praxis zu schaffen. Anders als die Ergebnisse vieler anderer ambitionierter Forschungsprojekte konnte die „Virtuelle Lehrredaktion“ erfolgreich in die Praxis überführt werden: in ihren Räumen wird seit dem Sommersemester 2005 kommuniziert, publiziert, Fachwissen abgerufen und Erlerntes interaktiv erprobt. Die „Virtuelle Lehrredaktion“ hat als



Konzeptstudie zur Entwicklung neuer Vermittlungsstrategien darüber hinaus Impulse für weitere Anwendungen im Bereich wissenschaftlicher Kommunikationslösungen gegeben. Das interdisziplinäre Entwicklerteam hat mit der Gründung der Agentur scienceintermedia an diese Erfahrungen angeknüpft und den Fokus auf den Bereich der digitalen Wissenschaftskommunikation erweitert.

Kreativbüro Schilling

Renate Schilling: Impulse für Innovationen: e-NFS/NFK, eine Software zum Fachkonzept "Berufsvorbereitenden Bildungsmaßnahmen" der BafA

Innovationen sind unsere Ressource der Zukunft. Doch wie bahnen sich neue Ideen bahnbrechend in unser Leben, in unsere Arbeit, in die Wirtschaft? Woher kommen diese Impulse, die aus einer Idee Wirklichkeit werden lassen? Aus der Fülle, aus dem Reichtum von Wissen, Können und Erfahrung? Innovationen entstanden bei uns durch diese glücksverheißenden Zusammentreffen mit Menschen, bei denen durch gemeinsame Momente totaler Inspiration und Kooperation produktiv Neues geschaffen wurde. So konnten wir gemeinsam mit der Ölmühle Solling einen Preis beim Wettbewerb "Innovative eCommerce-Anwendungen in Niedersachsen 2002" gewinnen. Innovationen können auch aus langjähriger Erfahrung und Wünschen entstehen. Gemeinsam mit einem agilen Projektteam aus Sozialwissenschaftlern und Berufsberatern haben wir e-NFS/NFK (eine innovative Planungs-, Steuerungs-, Dokumentations- und Auswertungsapplikation für das neue Fachkonzept "Berufsvorbereitenden Bildungsmaßnahmen" der BafA) erfolgreich entwickelt und eingesetzt.

Media Law Services

Iris Kirchner-Freis: Wert und Verwertung. Der Erwerb von Rechten bei Multimedia-Produktionen

Eine Multimedia-Produktion zeichnet sich durch eine Vielzahl von Medien, wie beispielsweise Musik, Foto, Film, Text, Sprache aus, die in ein technisches Format zusammengeführt werden. Hierbei kann der Nutzer oftmals „interaktiv“ ins Mediengeschehen eingreifen. Die Vielfalt der multimedialen Nutzungen führt zu entsprechend vielen und selbständigen Nutzungsarten bzw. Nutzungsrechten, die es zu beachten gibt. Werke von Musikurhebern, ausübenden Künstlern, Filmurhebern- und -produzenten, darstellenden Künstlern, Fotografen, Zeichnern, Urhebern von Sprach- und Schriftwerken sowie Schöpfern von Werken der bildenden Kunst, befinden sich auf einem multimedialen Datenträger. Hinzukommen die Rechte derjenigen, die die Werke der vorgenannten Künstler und Urheber zu einem Gesamtkunstwerk bzw. einem Multimediaprodukt zusammenführen und dabei sowohl schöpferisch-kreative Leistungen, sowie Investitions- und Organisationsleistungen erbringen, die in der Regel ebenfalls Urheber- und Leistungsschutz begründen.

Wie sind nun die Verwertungsrechte an Musikwerken, Filmen, Videos etc. einzuholen und wie sind die Leistungen eines Multimedia-Künstlers im Spannungsfeld zwischen Kreativen und der Medienwirtschaft rechtlich einzuordnen? Das Urheberrechtsgesetz bietet hierfür eine Reihe von Schutztatbeständen. Um das Verständnis aller Beteiligten, d.h. des Künstlers, Urhebers, Produzenten, Juristen, etc. zu erhöhen, bedarf es eines offenen Austausches. Einen ersten Einstieg bieten wir Ihnen in der Innovationszone der eCulture Trends 06.

Neusta GmbH

Carsten Meyer-Heder: Mobile Arbeitszeitabrechnung

Project2Web 4 Bau

Basierend auf dem NEUSTA Produkt project2web werden in einem Projekt zur Personaleinsatzplanung eines Bauunternehmens neue Schritte im Bereich von WebApplikationen gegangen. Durch die Implementierung von umfangreichen drag & drop Funktionalitäten wird in der Webapplikation zur Personaleinsatzplanung ein Bedienungskomfort erreicht, wie man ihn sonst nur aus Client-Applikationen kennt. Über AJAX werden Datenbankabfragen asynchron im Hintergrund bearbeitet und nur die betroffenen Bildschirmbereiche aktualisiert. Neben der Planung wird es immer wichtiger, den Einsatz der Mitarbeiter und ihre Arbeitszeiten zu dokumentieren. Zu diesem Zweck wird eine Handy-Applikation erstellt, die es den einzelnen Mitarbeitern auf den Baustellen ermöglicht, ihre Arbeitszeiten per Handy direkt auf eine Baustelle zu buchen. Bei der Buchung erfolgt eine Ortung der Handies



und diese Geodaten werden zu den einzelnen Buchungen gespeichert. Über dieses Verfahren ist es möglich sicher zu stellen, dass Mitarbeiter nur buchen können, wenn sie tatsächlich vor Ort sind.

Spring Technologies GmbH

Holger Arndt und Stefan Burkard: 3D Search: interaktive Suchlandschaft

3D Search ist eine interaktive Suchlandschaft. Sie ermöglicht dem User, innerhalb von Suchergebnissen wie in einer dreidimensionalen Karte zu navigieren.

Durch die intuitive Navigation in der 3D-Landschaft kann der Benutzer schnell und ohne Eingabe weiterer Suchbegriffe seine Suche verfeinern und konkretisieren. Für den Benutzer sichtbar ist die Aufbereitung seiner Suche in Clustern. Diese gehen über die ursprünglich verwendeten Suchbegriffe hinaus und besitzen eine vielfach höhere Informationsdichte als herkömmliche Suchergebnislisten. *3D Search* verbindet so die Vorteile eines Überblicks über verwandte Themenfelder mit einer zielgenauen Suche.

3D Search ist das Ergebnis eines kontinuierlichen Innovationsprozesses bei Spring Technologies, der sich an den Kernkompetenzen der Firma und einer in die Zukunft projizierten Entwicklung des Zielmarktes orientiert.

The Soulcage Department

Martin Ernsting: Character Animation

Animationsfilm und Innovation

Das mit der Innovation im Animationsfilm ist natürlich so eine Sache. Die Prinzipien des Trickfilms sind schon seit Urzeiten bekannt und obwohl wir modernste Technologien verwenden, haben wir diese mitnichten erfunden. Im stark globalisierten Animationsmarkt hat die Konkurrenz in der Regel immer noch einen größeren Computer. Dem Soulcage Department als kleinem Bremer Unternehmen kommt jedoch am Ende zugute, dass ausgefeilte Tricktechnik heute zum Standard in der Bewegtbildproduktion gehört und deshalb der Trend zurück zu lebendigen Charakteren und gut erzählten Geschichten geht. Und genau das ist unsere Stärke: ein moderner Hase hier, ein neues Monster da und alles mit innovativem Augenzwinkern.

TZI Universität Bremen:

Thorsten Hermes: Automatic Hollywood-like Movie Trailers

Die Filmindustrie hat über die Jahre die Werbung für ihre Filme nahezu perfektioniert. Um das Publikum für einen Film zu begeistern, werden kurze Vorschauen im Fernsehen oder im Kino präsentiert – so genannte Trailer. Die traditionelle Herangehensweise für die Kreation eines Trailers beinhaltet die Auswahl von bereits erstellten Szenen sowie zusätzliches Material, wie besondere Animationen für Titel oder ähnliches. Die Generierung eines einzigartigen Trailers ist somit auf der einen Seite ein kreativer Prozess auf der anderen Seite können bestimmte Muster bzw. Strukturen basierend auf zum Beispiel Regeln des Marketings bzw. der Werbung identifiziert werden.

Im Rahmen dieser Arbeit stellen wir unser SVP-System vor (Semantic Video Patterns). Dieser innovative Ansatz verwendet domänenspezifisches Wissen in Kombination mit einer automatischen Audio- und Videoanalyse, um Trailer von existierenden Filmen zu generieren. Gerade die Kombination bedeutet hierbei eine Innovation im Bereich des automatischen Produzierens von Videos.



Zukunft gestalten

Moderation: Dr. Wolf Siegert
Director, IRIS® Media, Berlin

Jochen Schmidt: Mediale Konvergenz – Koexistenz zwischen Kunst und Wirtschaft
Freier Produzent, Realmix, Berlin

Die Wirtschaftskraft medialer Produktionen wird heute bevorzugt zum Hauptkriterium für deren Kompatibilität innerhalb einer allgemeinen Konvergenzentwicklung herangezogen. Diese mathematisch-buchhalterische Motivation für Konvergenzbestrebungen hat im klassischen wie im neuen Medienbereich ein illustres Panorama von koexistierenden Paralleluniversen hervorgebracht, deren Bezug aufeinander zunehmend fragwürdig wird. Der Beitrag stellt alternativ mögliche intermediale Spiegelungen und Koexistenzen anhand relevanter Beispiele dar und versucht einen Blick in die Zukunft der elektronischen Kunst und ihrer Auswirkungen auf die Wirtschaft.

Klaus Burmeister: eCulture is everywhere
Trendforscher, Z_punkt GmbH - The Foresight Company, Essen

Thesen zur eCulture

„eCulture“ is everywhere: Die Digitalisierung der Gesellschaften ist nur ein Megatrend, der eingewoben ist in einen globalen gesellschaftlichen Transformationsprozess zu einer „knowledge based economy“.

„Access“ und Innovation liefern den Zugang: Der Zugang zu Wissen ist die Voraussetzung zur Partizipation am gesellschaftlichen Veränderungsprozess. Innovationen sind das Gleitmittel.

Die „Creative Class“ ist der Träger: Der Wandel wird von „Knowledge Workern“ gestaltet und vorangetrieben. Nicht die Wissenseliten sind entscheidend, sondern die Ausbildung differenzierter Wissenscluster.

Regionen sind die Orte: Globalisierung realisiert sich in Regionen. Zukunftsfähige Regionen bieten die entscheidenden 3 T: Technologie, Talente und Toleranz (Florida).

eCulture ist alternativlos: eCulture ist ein Synonym für den Übergang in eine Wissensgesellschaft. Das Web 2.0 ist dafür ein Experimentierfeld. Benötigt werden Kreative mit dem Mut zur Zerstörung. Regionen, die Scheitern zulassen und DIN-freie-Räume ermöglichen. Im Kern geht es um einen kulturellen Wandel, der weit mehr sein muss als die Förderung von High Tech.

Prof. Dr. Heinz-Otto Peitgen: Vom schönen Fraktal zur computerbildbasierten Medizin
Mathematiker, Unternehmer, Visionär, MeVis Research GmbH

Von der Schönheit der Fraktale zum Zentrum für Medizinische Diagnose und Visualisierung (MeVis)

Heinz-Otto Peitgen wurde 1995 "Unternehmers des Jahres": Die Würdigung hat für MeVis besondere Bedeutung. Sie bestätigt unsere Philosophie, dass Forscher eine gesellschaftliche Verantwortung haben. Sie müssen ihre Elfenbeintürme verlassen und ihre Forschungsergebnisse direkt den Menschen zugute kommen lassen. Nur so entsteht die in unserem Land derzeit so dringend notwendige Innovation. Bremen hat hierfür die Weichen gestellt.



Albert Schmitt: Der (Markt-) Wert der Kultur

Managing Director, Deutsche Kammerphilharmonie, Bremen

Das Orchester der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen wird im Laufe der nächsten Monate ein neues Domizil in Bremen Osterholz beziehen. Es handelt sich um die ehemalige Aula einer Gesamtschule, die im Rahmen einer PCB-Sanierung zur Zeit umgebaut wird und die infolge des Umbaus als täglicher Probenort und auch Aufnahmestudio für die Kammerphilharmonie dienen soll. Die Besonderheit dieser Situation, eines der weltweit führenden Orchester als täglichen Gast und damit ständigen Bestandteil einer Gesamtschule zu haben, bildet eine spannungsreiche Herausforderung

Meine Lieblingsidee zur Zeit ist, das Foyer zum Aufnahmesaal der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen zu einer Schleuse zwischen den Welten zu entwickeln. Will man die Schüler gemäß einer pädagogischen Binsenweisheit dort abholen, wo sie sich befinden, wäre es nahe liegend, im Foyer und damit auf dem Weg zum Proben- und Aufnahmeort eine Reihe elektronisch gesteuerter digitaler "Spielzeuge" zu installieren, die auf spielerische Art und Weise an das Thema klassische Musik heranführen und damit auf das Geschehen im Saal selbst vorbereiten. eCulture als Bildungsansatz.

Die Schüler würden so auf eine Art angesprochen, die ihnen durch Computer, Handy etc. vertraut ist, die Lust macht, sich mit dem neuen Thema klassische Musik zu beschäftigen. Das gesamte Spannungsfeld, das durch den Begriff eCulture beschrieben ist, kann auf diese Weise durchmessen werden und zu vielfältigen neuen Entwicklungen führen.

Monika Fleischmann: Wissenskünste

Leitung eCulture Factory, Fraunhofer IAIS, Bremen

Bilder helfen uns komplexe Informationen zu verstehen. Die Wissenschaft nutzt Bilder, um aus Messdaten zukünftige Entwicklungen und Zusammenhänge leichter ablesen zu können. Die Kunst erfindet immer neue Formen, um abstrakte Ideen und Konzepte sinnlich erfahrbar zu machen.

Was verbirgt sich hinter dem Begriff Wissenskünste? Es ist eine Verbindung zwischen Wissenschaft und den Künsten wie z.B. Film, Performance, Szenografie, Rauminstallation, mediale Architektur. Die Wissenskünste verbinden künstlerische Strategien mit wissenschaftlicher Visualisierung, damit wir mit der riesigen Menge elektronischer Daten, die mit enormer Dynamik wächst, besser umgehen können. Wissenskunst ist ein Spiel des Wissens in einer Welt von Wissenschaft und ernsthafter Daten-Prozessierung.

Wissenskunst sind beispielsweise interaktive Installationen und mediale Inszenierungen mit digitalen Informationen, die normalerweise in Archiven lagern und nicht sichtbar sind. Es sind Methoden Wissenswerkzeuge zu entwickeln wie die Semantic Map, die Virtuelle Lupe oder das Virtuelle Buch. Sie sollen Informationen erschließen, die einen Überblick geben, Interessantes schneller auffinden lassen und neugierig machen. Der Umgang mit digitaler Information wird in der Wissenskunst zur ästhetischen Erfahrung eines Alltags der Digitalisierung.

Monika Fleischmann und Wolfgang Strauss erforschen und entwickeln mit ihrem Team Wissensmedien als Werke und Werkzeuge. Unter dem Thema der Informationserschließung werden digitale Techniken und künstlerische Praktiken eingesetzt, um verborgene Zusammenhänge zu entdecken und bildhafte Einblicke zu vermitteln. Aus dieser künstlerisch-experimentellen Forschung entstehen Wissenswerkzeuge, die mit Bremer Firmen zu Produkten entwickelt werden.