

Die Finalisten der Convergators' Awards 2006

Kategorie „Mobile Content“

■ Joel Berger, MTV Networks

Person: Joel Berger ist seit Mitte 2000 Mitglied der Geschäftsleitung bei MTV Networks. Ihm obliegen alle interaktiven Geschäftsfelder von MTV, VIVA, NICK und Viva Plus. Die Kommunikation mit dem Zuschauer erstreckt sich dabei vom Marketing, über PR, bis hin zu den Bereichen Interactive (Online, Mobile, Teletext) und OnAir Promotion. Mit Musik hatte Berger schon vor seinem Einstieg bei MTV zu tun. Nach einer betriebswirtschaftlichen Ausbildung sammelte er zunächst Berufserfahrung im PR- und Marketing-Bereich. Danach leitete er als Director New Media die Webpräsenzen und interaktiven Geschäftsmodelle von Sony Music.

Projekt: In Zeiten von Handy und Internet muss auch das Musikfernsehen interaktive Wege einschlagen. MTV hat seine mediale Präsenz deshalb auf diverse technische Plattformen ausgedehnt. Ein Beispiel: MTV Overdrive. Auf dem kostenlosen Breitband-Videoportal im Internet kann der User neben MTV-Inhalten auch nicht gezeigte Contents abrufen. Mobiles, gebührenpflichtiges Musikfernsehen bieten hingegen MTV Music und MTV Shorts, sei es als 24-Stunden-Kanal für UMTS-Handys und DMB-Geräte oder als Zusammenschritt der besten MTV-Shows. Weiterentwicklungen gab es auch bei interaktiven Sendungen wie MTV Videoclash. SMS, MMS (Meet at MTV) oder Instant Messenger (TRL) bieten der Zielgruppe neue, vielseitige Feedback-Möglichkeiten.

■ Bernd Kreissig, Brockhaus Duden Neue Medien GmbH

Person: Bernd Kreissig ist seit 2001 Geschäftsführer der Brockhaus Duden Neue Medien GmbH. Geboren 1965 in Saarbrücken, studierte er zunächst evangelische Theologie in Oberursel/Ts. Parallel dazu beschäftigte er sich mit Informatik und Computerlinguistik und arbeitete sowohl freiberuflich als auch als Hilfskraft am Lehrstuhl für Computerlinguistik an der Universität Heidelberg. Nach dem Abschluss des Studiums 1993 begann dort seine berufliche Laufbahn als wissenschaftlicher Angestellter. Als Anwendungsprogrammierer trat Kreissig schließlich in den Verlag Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG ein.

Projekt: Die 21. Auflage der Brockhaus Enzyklopädie passt bequem in eine Hosentasche. Ein USB-Stick und zwei multimediale DVD-ROMs enthalten neben den 300.000 Stichwörtern der Printausgabe 25.000 Bilder, 280 Videos, 140 Animationen, rund 3000 Hörbeispiele, einen 3D-Globus u.v.m. Durch Weblinks, diverse Online-Bilddatenbanken und den Zugriff auf brockhaus-enzyklopaedie.de erschließen sich dem Nutzer weitere Recherchemöglichkeiten. Organisiert wird diese Informationsfülle über

einen virtuellen 3-D-Wissensraum. Er dient zur Visualisierung von Wissenszusammenhängen und erlaubt eine explorative Navigation. Und sollte es doch an einer Stelle mal nicht mehr weitergehen, kann der Nutzer dem Lexikon Fragen in natürlicher Sprache stellen.

■ Marco Mezger, xsmart AG

Person: Geboren 1973, hatte Marco Mezger von 1995 an zunächst diverse Führungspositionen bei der Bechtle AG inne. Unter anderem war er dabei für die Führung der Schweiz-Geschäfte, den Sales-Bereich Europa sowie den eCommerce des Unternehmens verantwortlich. Von 2002 bis 2005 leitete Mezger dann die EMEA-Geschäfte bei Smith & Associates, USA.

Projekt: Wer in Köln Bus fährt, muss dem Fahrer unter Umständen nur noch sein Handy vorzeigen. Die Verkehrsbetriebe dort setzen auf die mobilen Tickets der Schweizer Firma xsmart. Sie hat ein Kompressions- und Entschlüsselungsverfahren entwickelt, das die Bild- und Textdaten des Ausweisinhabers zusammen mit einem Sicherheitsmerkmal robust abspeichert. Dritte können so zwar die Daten des Tickets lesen, doch nur eine Person kann sie auch erstellen. Zusätzlich sind auf diese Weise bis zu 650 Zeichen Information offline verschlüsselbar. In Eintrittskarten lassen sich so Mehrwerte, wie Verzehrgutscheine oder Coupons, integrieren. Und damit eröffnen mobile Tickets neue Möglichkeiten im Mobile Marketing.

Kategorie „Crossmedia Marketing“

■ Dr. Hans-Peter Kleebinder, BMW Group Mini Deutschland

Person: Die Begeisterung für Autos wurde Hans-Peter Kleebinder quasi in die Wiege gelegt: 1965 wurde er in Ingolstadt geboren. Nach Studium (Wirtschaft, Politik, Marketing) und Promotion begann seine Karriere als Freelancer bei BURDA in München und New York. Später war er beratend für die DIGMAR AG, einem der Schweizer Vorreiter im digitalen Marketing, tätig. Bei der BMW Group arbeitete Kleebinder ab 1992 zunächst in verschiedenen Marketing-Positionen, unter anderem auch als Leiter der „Zukunftswerkstatt eMarketing“. Heute ist er hauptverantwortlich für das Marketing von MINI Germany.

Projekt: Der Start der drei neuen MINI-Modelle brachte die Fans nicht nur technisch in Fahrt. Bei einem Webclip Contest konnten sie zeigen, wie viel MINI in ihnen steckt. Parallel dazu gab es klassische TV-Spots und Anzeigen, denn die gesamte Crossmedia-Kampagne war durch ein mobiles Konvergenzkonzept miteinander vernetzt. Der User konnte z.B. direkt auf einen TV-Spot reagieren, ein Keyword per SMS an eine Kurzwahl senden und so den Link zum MINI Mobil-Portal erhalten. Dort gab es erste Infos zum Webclip Contest und kostenlose Downloads fürs Handy. Das Mobil-Portal wiederum wurde auf einem WAP-Portal beworben; Anzeigen und Advertorials verwiesen auf eine gemeinsame Verlags-Website mit Infos zu MINI und dem Wettbewerb.

■ Sascha Burghardt, Deutsche Eisenbahn-Reklame GmbH

Person: Sascha Burghardt ist seit August 2006 Manager im Bereich „Digitale Medien“ der Ströer Media Deutschland GmbH & Co. KG. Zuvor leitete er diverse Medienprojekte bei der Deutschen Eisenbahn Reklame GmbH (DERG). Er war dort unter anderem für

die Entwicklung und Steuerung von Maßnahmen im Bereich „Interaktive Out-of-Home Medien“ zuständig. Daneben vermarktete er elektronische Ambient Medien und diverser Websites aus dem Touristik-Bereich.

Projekt: Mobile Marketing funktioniert insbesondere dort, wo Menschen mobil sind. Das interaktive CityLight-Poster (iCLP) bringt deshalb moderne Mobilfunk-Technologie an stark frequentierte Werbestandorte. Interessiert sich der Nutzer für eine per iCLP verbreitete Werbebotschaft, muss er nur die Infrarotschnittstelle an seinem Hand aktivieren und das Telefon auf den leuchtenden MOBILEPOINT richten. Binnen Sekunden wird eine SMS mit einem WAP-Push Link verschickt, der auf die entsprechenden Inhalte (Klingelton-Downloads, Bilder etc.) weiterleitet.

■ Axel Boesche, Neven Vision GmbH

Person: Mit Handys und Objekterkennung hatte Axel Boesche beruflich zunächst wenig zu tun. Geboren 1973, studierte der Oldenburger BWL an der International School of Management in Dortmund. 1999 begann er als Berater bei KPMG Consulting und Schoen + Company in Düsseldorf, wechselt später jedoch in die Leitung des Bereichs Organisation & Information bei der Bayer AG Leverkusen. Boesches Einstieg ins Mobile-Geschäft vollzog sich mit Gründung der Snapshopping GmbH & Co. KG, einem Unternehmen, das sich mit der 2D-Code-Erkennung für Fotohandys beschäftigte. Heute ist Axel Boesche Geschäftsführer von Neven Vision Germany.

Projekt: Eine Dose Cola kann man öffnen und austrinken – oder fotografieren. iScout zeigt dem Nutzer via Handy, was hinter der Alu-Fassade noch so steckt. Ein neues, für Fotohandy-Aufnahmen optimiertes Objekterkennungssystem beschreibt dazu die charakteristischen Texturen eines Objektes mit Vektoren und vergleicht sie mit denen in der iScout-Datenbank. Hat ein Hersteller seine Verpackungen oder Werbemotive visuell verlinkt, existiert eine entsprechende Verbindung zu Handy-Inhalten im CMS. Schickt ein Konsument seinen Schnapsschuss per MMS an eine bestimmte Kurzwahl, wird das Motiv erkannt und die Antwort als SMS oder MMS zurückgesandt. Alternativ dazu kann ein „iScout-Client“ auf dem Handy installiert werden, der als visueller Browser eine direkte Interaktion mit dem Werbemotiv ermöglicht.

Kategorie „Digital Living“

■ Dr. Andreas Schweinbenz, Netviewer GmbH

Person: Was muss man tun, um zweitbesten deutscher „Entrepreneur des Jahres“ 2005 zu werden? Dr. Andreas Schweinbenz (Jahrgang 1967) entschied, zunächst einmal Wirtschaftsmathematik in Ulm zu studieren. Er promovierte am Lehrstuhl für Unternehmensplanung und setzte sein Wissen danach als Unternehmensberater in internationalen Projekten ein. 1997 wechselte er in die Marketing- und Vertriebsleitung der Netpioneer GmbH in Karlsruhe und entwickelte dabei vorwiegend eBusiness-Konzepte für Tourismus, Finanzdienstleistungen und Handel. Seit Juni 2001 ist Schweinbenz Geschäftsführer der Netviewer GmbH.

Projekt: Ein Dokument auf vielen Desktops - Netviewer ermöglicht die gemeinsame Live-Bearbeitung von Dateien via Internet. Über beliebige Distanzen hinweg schauen sich die Nutzer einfach gegenseitig auf den Bildschirm. Business-Kommunikation kostet oft viel

Zeit, Geld und Nerven. Mit Netviewer können Unternehmen diesen Aufwand jetzt minimieren, indem sie multimedial live interagieren. Im Rahmen einer Telefonkonferenz werden Dokumente via Intra- bzw. Internet gemeinsam auf den Rechnern der Teilnehmer angeschaut oder bearbeitet. Die Anbindung an Outlook, Chat, File-Transfer sowie einen Back-Monitor erleichtert dabei die Abstimmung des virtuellen Teams. Neben Varianten für Desktop-Sharing und Web-Conferencing existiert die Software auch als Remote-Version. Sie ermöglicht den schnellen Zugriff auf PCs und Server außerhalb der firmeneigenen Firewall. Für die notwendige Sicherheit dabei sorgt unter anderem eine 128-Bit-Verschlüsselung sowie die zufällige Vergabe von Session-Nummern für den Verbindungsaufbau.

■ Dr. Marcus Garbe, InteracT!V GmbH & Co. KG

Person: Zunächst deutete alles auf eine wissenschaftliche Karriere hin. BWL-Studium, Promotion, Mitarbeiter am ifo Institut für Wirtschaftsforschung München. Doch dann wechselte Marcus Garbe in die Wirtschaft: Zunächst als Produktmanager bei BASF, später als Strategieberater bei Roland Berger & Partner und als Geschäftsführer der argonauten GmbH. Auch die Gründung des Arbeitskreises „Interaktives Fernsehen“ beim Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. geht wesentlich auf seine Initiative zurück. Heute leitet Garbe als CEO Managing Partner bei InteracT!V die Bereiche Marketing, Vertrieb und Finanzen.

Projekt: „Und immer an den Hörer denken.“ – Die Firma InteracT!V hat dieses Credo für Radioteute ganz wörtlich genommen. „JOCA“ ist das erste interaktive Medienportal für mobile Endgeräte. Es ermöglicht Medienunternehmen und Werbetreibenden, Zielgruppen synchron zum Medienprogramm direkt anzusprechen. Gefällt z.B. einem Radiohörer ein Titel besonders gut, ruft er auf seinem Handy die aktuelle Playlist des Senders ab, ordert den Song als WMA-Datei direkt auf den heimischen PC oder lädt ihn als Klingelton auf sein Handy. Ähnlich funktioniert das Prinzip bei anderen Services (Spiele, Nachschlagen bei Wikipedia.org) und Interaktionsangeboten (Gewinnspiele, Live-Votings, Shoppingmöglichkeiten).

■ Dr. Frieder Meckbach, MiClip Medien AG

Person: Dr. Friedrich Meckbach hatte beruflich lange Zeit eher wenig mit Technik zu tun. Der promovierte Jurist war zunächst als Rechtsanwalt in Pforzheim tätig. Kurz vor der Deutschen Wiedervereinigung gab er jedoch alle Mandatsverpflichtungen ab. In Brüssel war er dann überwiegend im Vorstand diverser Beteiligungsgesellschaften tätig. Seit 2005 sitzt Meckbach im Vorstand der MiClip Medien AG. Ihm obliegt vor allem die markt- und bereichsübergreifende Umsetzung der Clipgenerator-Technologie. Dazu stellt er entsprechende Teams auf internationaler Ebene zusammen.

Projekt: Das Prinzip ist Filmgeschichte: Werden genügend Bilder pro Sekunde aneinander gereiht, sieht der Betrachter fließende Bewegungsabläufe. Ähnlich funktioniert der „Clipgenerator“. Die patentierte Clip-Template-Technologie steuert einen speziellen Webservice und stellt komplexe Video-Render-Dienste bereit. Damit kann der User aus digitalen Einzelbildern professionelle, mit individuellen Botschaften unterlegte Videoclips anfertigen. Auch Übergänge, Effekte sowie die Hintergrundmusik wählt er selbst. Je nach Qualitätsstufe gibt der Clipgenerator dann eine Video-Datei zwischen 2

und 30 MB aus, die von allen gängigen Media-Playern wiedergegeben werden kann. Der Clipgenerator ist derzeit nur online, demnächst aber auch mobil abrufbar.

Kategorie „Telematics & Navigation“

■ Christian Riesenberger, PTV Planung Transport Verkehr AG

Person: Der Lebensweg von Christian Riesenberger ist eng mit dem Transportwesen verbunden. Nach einem BWL-Studium an der FH Ludwigshafen sammelte er erste Berufserfahrungen als Consultant im Planungsbüro Transport und Verkehr GmbH, Karlsruhe. Im Logistik- und Verkehrsbereich war er danach auch in diversen EU-Forschungsprojekten sowie bei der EU-Kommission beratend tätig. Heute ist Riesenberger Geschäftsführer der Infomobility PTV AG. Seit dem Jahr 2004 leitet er die internationalen Marketing- und Sales-Aktivitäten des Unternehmens im Geschäftsfeld Mobility. Darüber hinaus verantwortet Riesenberger alle internetbasierten Karten-, Routen- und Navigationsaktivitäten sowie Marketing und Kommunikation im Mobility-Bereich.

Projekt: Zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein – nicht selten entscheidet das gerade im Geschäftsleben über Erfolg oder Niederlage. Mit PTV RealTimes sind realistische Aussagen über Reise- und Ankunftszeiten von Personen oder Waren kein Problem. Aus einem Pool von Daten leitet die Software mit Hilfe detaillierter Simulationsrechnungen verschiedene Verkehrsbelastungen ab. Aufgrund von empirisch erhobenen Daten (Strukturdaten, Verkehrsverhalten der Bevölkerung etc.) berechnet das System, wie viel Verkehr zu welcher Zeit auf den Straßen unterwegs ist. Abhängig von Wochentag, Tageszeit, Ferienzeiten und Wetterlage lassen sich so unterschiedliche Fahrzeiten ermitteln, die wiederum zu Navigations- und Prognosezwecken nutzbar sind.

■ Alex Fuhr, Orbit GmbH

Person: Beratung, Projektmanagement, Moderation und Präsentation – das sind die Tätigkeitsschwerpunkte von Alexander Fuhr. Der studierte Soziologe arbeitete zunächst als Projektmitarbeiter am Landesinstitut für den öffentlichen Gesundheitsdienst Nordrhein-Westfalen. Später wechselte Fuhr zur Universität Bielefeld sowie an das Ministerium für Gesundheit, Soziales, Frauen und Familie in NRW. Bei der Forschungs- und Planungsgesellschaft (Forplan) in Bonn regelte er danach die Aufbau- und Ablauforganisation im Bereich Leitstellentechnik Rettungswesen, Brand- und Katastrophenschutz. Seit Anfang 2005 ist Fuhr bei der ORBIT GmbH unter anderem für die Konzepterstellung, Prozessanalyse und -optimierung innerhalb von ORBIT Mobile Solutions verantwortlich.

Projekt: Die mobile Erweiterung von Unternehmensanwendungen scheiterte bisher oft an inkompatiblen Hard- und Softwarelösungen. ORBIT Mobile Solutions (OMS) beugt solchen Medienbrüchen vor. Das Portfolio aus modularen Lösungsbausteinen verbindet bestehende Datenbankstrukturen von Unternehmen online mit den mobilen Endgeräten seiner Mitarbeiter – und umgekehrt. Die technische Infrastruktur der Firmen wird dabei durch wenige Komponenten erweitert. Per Framework, Datenübertragung via GPRS und mit BlackBerry-Endgeräten können die Mitarbeiter so auch außerhalb der Firma auf deren Netzwerk zugreifen. Z.B. in der ambulanten Pflege, im Außendienst, im Service-, Support- oder Logistik-Bereich.

■ André Jurleit, GPSoverIP GmbH

Person: Geboren 1970 in Schweinfurt, absolvierte André Jurleit zunächst eine Ausbildung als Ingenieur für Netzwerktechnik. Heute ist er Inhaber zweier Firmen: der Netzwerk GmbH (seit 1996) sowie der GPSoverIP GmbH (seit 2004).

Projekt: Ein Stadtplan trägt sich leichter als ein ganzer Atlas. Ähnlich ist es bei digitalen Geokoordinaten: Je größer die Datenpakete, desto länger dauert es, sie von A nach B zu senden. GPSoverIP beschleunigt diesen Vorgang: Das Internetprotokoll reglementiert Verfahren zum Austausch von Positionskoordinaten, indem es die dafür notwendigen Daten zerlegt und komprimiert. Damit kann die Ortung im Sekundentakt bis auf wenige Meter genau erfolgen – was wiederum die Übertragungskosten reduziert. Um diese Technologie für weitere Anwendungen zu öffnen und als Standard zu etablieren, verfügt GPSoverIP über frei zugängliche Open-Source-Schnittstellen. Dort können Programmierer ihre eigene funktionspezifische Software schreiben.