

Die Kreativwirtschaftler wollen Zukunft gestalten

„eCulture Trends 06“ werben um potenzielle Bremer Partner

Von unserer Mitarbeiterin
Sandra Flachmann

BREMEN. Ein durchsichtiges Rechteck. Darauf laufen Bilder entlang – sie zerfließen langsam. Eine Dame um die vierzig schaut sich die Technik genauer an: „Na, das möchte ich ja mal sehen, wie das funktioniert.“ Zuerst beschreibt sie einen großen Kreis mit ihrem ausgestreckten Arm, dann hat der Computer sie erkannt. Durch Verweilen auf bestimmten Bildern wählt sie nur durch Zeigen Themenkomplexe aus, die sich auf der Scheibe visuell aufbauen.

Ein gutes Beispiel für eCulture ist dieser „Point Screen“. Das ist der berührungslöse Bildschirm, der derzeit noch bis Ende Oktober im Foyer der Bremischen Bürgerschaft zum Ausprobieren zur Verfügung steht. „Wir suchen eine Bremer Firma, die sich an der Vermarktung beispielsweise des Point Screens beteiligt“, bekräftigt Monika Fleischmann vom Fraunhofer Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme (IAIS). Sie ist Leiterin der Bremer eCulture Factory, die ein Projekt des Bremer Wirtschaftssenators und des IAIS ist. In diesem Rahmen bemüht Fleischmann sich gemeinsam mit Wolfgang Strauss seit Mitte vergangenen Jahres um die Vernetzung von Kunst, Wissenschaft und Wirtschaft. Das IAIS will mit zukunftsweisenden Ideen besonders Bremer Firmen ansprechen.

Zukunftstrend: Digitale Medien

„Es sind nicht die Ideen, die uns fehlen, sondern es fehlt die Vermarktung“, unterstreicht Fleischmann. Es mangle den Unternehmen an Mut zu Innovationen. Die Bremer Dependence des Fraunhofer-Instituts sieht ihr Hauptanliegen in der praktischen Umsetzung der Ideen. „Viele gute Studenten beispielsweise wandern ins Ausland ab, um mit ihren Projekten Geld zu verdienen – genau das wollen wir verhindern“, sagt Fleischmann. Denn viele dieser Ideengeber kämen auf Grund dieser Möglichkeiten nicht wieder zurück nach Deutschland. Das ist nach Aussage der Leiterin der eCulture Factory ein großes Problem.

Wie aber kann man die innovativen Ideen kreativer Köpfe mit der wirtschaftlichen Umsetzung zusammen bringen? Das Symposium „eCulture Trends 06“ der IAIS im Haus der Bremischen Bürgerschaft versuchte diese Überlegungen vergangene Woche mit einem reichhaltigen Programm und prominenten Gästen anzuregen.

„Eine Idee verbreiten, daraus entwickelt sich eine Geschäftsidee, um dann daraus wirtschaftlich etwas zu machen. Darauf kommt es doch an“, fasst Hans-Georg Tschupke von der Bremer Investitionsgesellschaft (BIG) zusammen. Als Beispiel nennt

er Zinedine Zidanes spektakulären Kopfstoß bei der Fußballweltmeisterschaft. Nur kurze Zeit später hätte ihm ein Freund aus Frankreich einen Link mit einer findigen Idee geschickt: Auf dieser Webseite könne der User an einer Animation den Härtegrad von Zidanes Angriff selbst bestimmen.

Was bedeutet eCulture genau?

Bei eCulture geht es um den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien für Unterhaltung, Kultur, Bildung und Freizeit. Kurz: digitale Medien. Diese sind die Grundlage für viele künstlerische, wissenschaftliche und auch wirtschaftliche Entwicklungen unserer Zeit.

In diesem Zusammenhang ist eine aktuelle Studie interessant: Demnach nutzen

geschicht mit digitalen Medien. So wird deutlich, warum der Zuwachs von Wissen viel mit eCulture zu tun hat.

Unter dem Motto „Neue Medien bringen Wissen in Bewegung“ wirbt ebenso Professor Udo Dahmen für eine direkte Verknüpfung von Ausbildung und Markt. Der Geschäftsführer der Popakademie Baden-Württemberg in Mannheim betont, dass seine Studenten beim hauseigenen Label, Verlag und Booking „mit echtem Risiko“ arbeiten. Dabei knüpften sie gleichzeitig wichtige Kontakte in der Branche, die den späteren Einstieg in das Berufsleben immens erleichtern könnten.

In den Internetplattformen sieht Dahmen für den Musik-Download die große Zukunft. „Das, was wir heute tun im Popbereich, wäre ohne MP3 ja gar nicht mehr denkbar. Der digitale Bereich spielt heute eine zentrale Rolle. Die physischen Musikträger wie beispielsweise CDs sterben langfristig aus“, erläutert er. Das Format MP3 wurde in den achtziger Jahren vom Fraunhofer-Institut entwickelt. Charakteristisch ist, dass die Audiokompression für den Menschen unhörbar sein soll. Diese Form der Datenverdichtung gilt heute als Basisinnovation im Medienbereich.

Das „elektronische Wohnzimmer“

Zukunftsmusik? Diese stellt auch Thorsten Wieting, Geschäftsführer der Bremer Nordcom und EWE Tel, vor. Im „elektronischen Wohnzimmer“ der Zukunft hängt nur noch ein großer Flatscreen an der Wand. Statt fünf verschiedenen Fernbedienungen auf dem Couchtisch liegt dort nur noch eine. Das ist soweit nichts Neues.

Auf diesem Bildschirm aber lässt sich ein internetbasiertes Portal aufrufen, mit dem die gesamte Haustechnik organisiert werden kann: Ein Signal meldet, dass die Wäsche fertig ist, das Bad lässt sich vom Sofa aus auf Knopfdruck vor dem Zubettgehen noch kurz um ein paar Grad erwärmen und die Kühltruhe wird automatisch so lange abgeschaltet, wie es ihr nicht schadet und gleichzeitig die Stromkosten auf dem Energiemarkt besonders teuer sind. Unterwegs lässt sich die technische Organisation des Heims über das Mobiltelefon steuern. Und eine durch Bewegung ausgelöste Kamera übermittelt per Handy ein Foto mit dem Bild des möglichen Einbrechers.

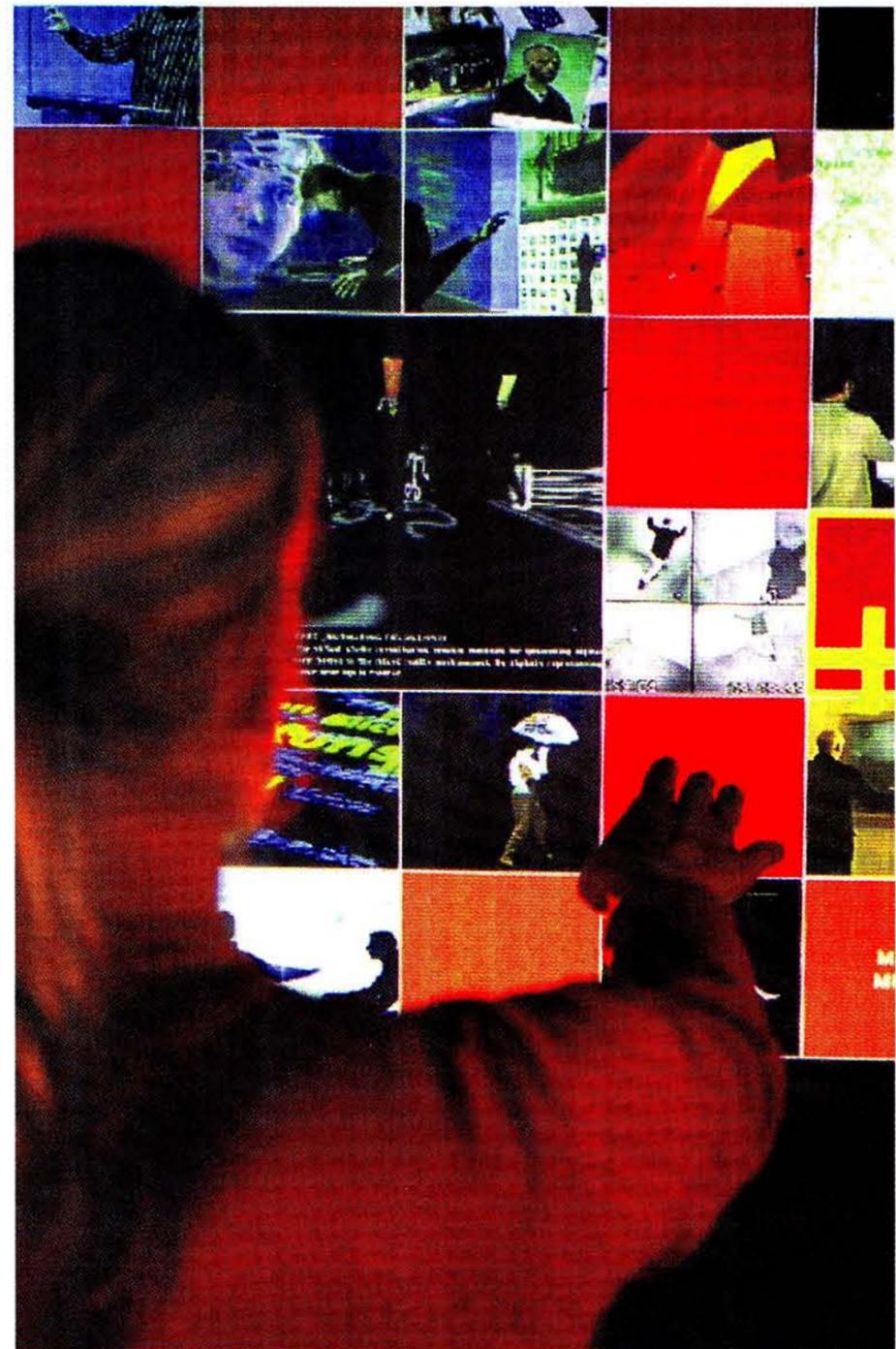
Das Geheimnis hinter diesen Möglichkeiten nennt sich IP-Technologie. Vergleichbar mit Englisch als Basissprache weltweit, bringt das IP-Netz alle verbundenen Geräte dazu, miteinander kommunizieren zu können. Das spart Kosten und Zeit. Die darauf aufbauenden Entwicklungen seien da, sagt Wieting, aber „ob diese auch tatsächlich sinnvoll sind, bleibt jedem selbst überlas-



Monika Fleischmann, Leiterin der Bremer eCulture Factory. FOTO: FRANK THOMAS KOCH

das Internet in Deutschland knapp 60 Prozent der über Vierzehnjährigen. Im Vergleich zu 2005 bedeutet das einen Zuwachs von 1,2 Millionen neuen Anwendern.

Klaus Burmeister, Trendforscher aus Essen, sieht das World Wide Web mit seinem gigantischen Pool von Wissen als charakteristisch für unser heutiges Leben an: „Der Zugang zu Wissen ist ein absolut zentraler Aspekt.“ Im Zentrum dessen steht die sinnvolle Verwaltung der riesigen Datenmengen des gesammelten Know-hows – und das



Der „Point Screen“ in der Anwendung: Das Navigieren im virtuellen Raum erfolgt ohne Berührung. Denkbar beispielsweise für Behinderte, Operationen oder im Museum. FOTO: FR

sen“, fügt er hinzu.

Einige Bremer Unternehmen haben auf dem Symposium ebenfalls die Möglichkeit genutzt, ihre neuesten Trends der eCulture vorzustellen. Das Technologie Zentrum für Informatik (TZI) mit seinem Studiengang „Digitale Medien“ der Universität Bremen beispielsweise hat ein Programm entwickelt, mit dem automatisch Trailer erstellt werden können. Trailer sind filmische Zusammenfassungen – also Vorankündigungen für Filme, die das Publikum anlocken sollen. Da diese oft das erste sind, womit Zuschauer in Kontakt mit dem Produkt kommen, sind die Trailer selbst meistens Kunstwerke.

Zwei der automatisch generierten Trailer des TZI schnitten laut einer Studie fast genauso gut ab wie Steven Spielbergs herkömmlich produzierter Trailer für „War of the Worlds“. Das einzige Konkurrenzprodukt auf dem Markt, das automatisch Trailer generiert, nennt sich „Muvee“. Der Studie zufolge lag dieser Trailer jedoch weit abgeschlagen auf Platz fünf.

„Dieses Programm marktreif zu machen, ist allerdings noch ein langer Weg“, verdeutlicht Thorsten Herms vom TZI. Zumindest aber soll das Projekt auf der CeBIT 2007 vorgestellt werden. Ein Folgeprojekt sei ebenso bereits in Planung.

Den Bürger mit einbeziehen

Monika Fleischmann von der eCulture Factory betont, „dass es wichtig ist, den Bürger mit einzubeziehen – also, dass er selbst etwas einbringen kann.“ Diesen Ansatz vertritt ebenso eine Bremer Kommunikationsexpertin: Andrea Schulz von der Werbeagentur artundweise.

Durch die Möglichkeiten des Internets und besonders durch die Interaktion fördernde aktuelle Version Web 2.0 „funktioniert Kommunikation nicht mehr als Ein-

bahnstraße“, erläutert Schulz. Vor allem Blogs, also Gesprächsforen, seien dabei besonders spannend. Durch den Dialog und damit die Vermittlung von Authentizität lasse sich online viel bewirken: So habe ein kleiner Saftproduzent nahe Dresden beispielsweise einen Blog im Internet bereitgestellt, wo Produzenten und Kunden miteinander kommunizieren könnten. Laut Schulz konnte sich das Unternehmen bereits nach ein paar Monaten über „Umsatzzuwächse in zweistelligem Prozentbereich“ freuen.

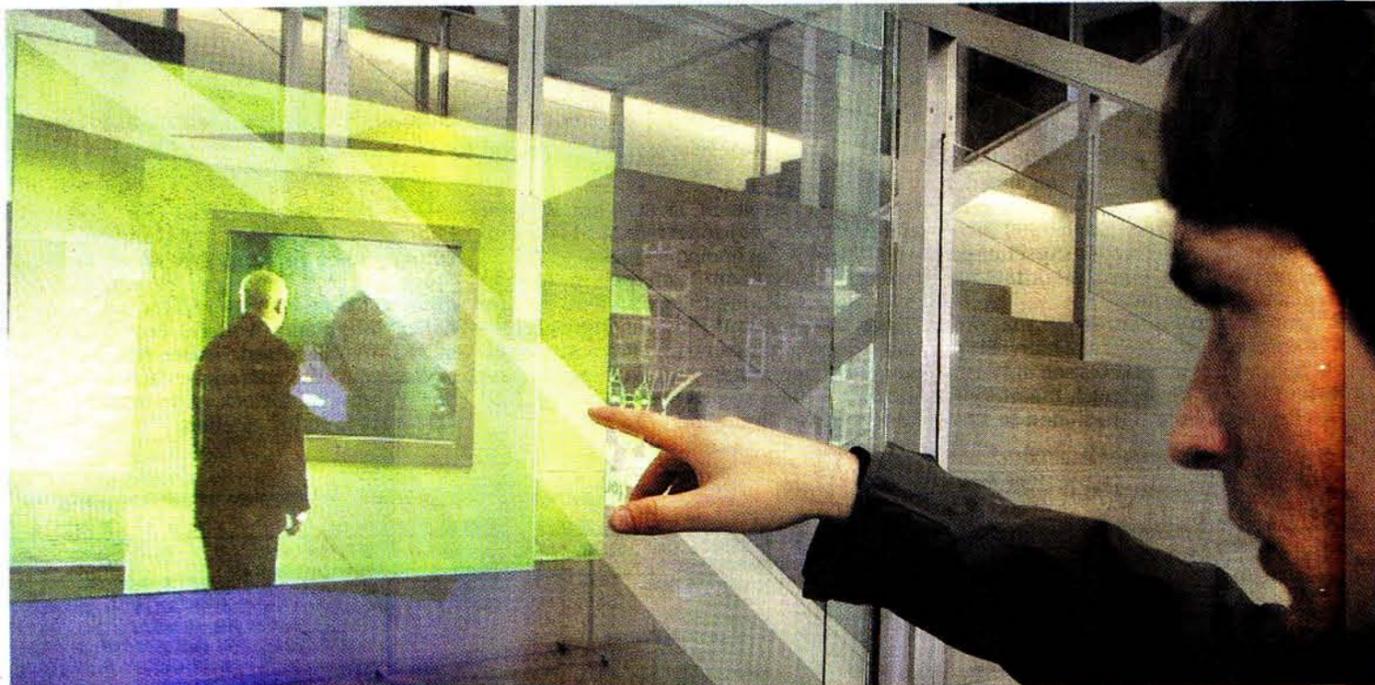
Wirtschaftlich besonders interessant ist also das „positive Preis-Leistungs-Verhältnis“, das Schulz immer wieder in den Vordergrund stellt. Internet und digitale Medien kosten im Vergleich zum Aufwand und Nutzen wenig – und bieten aus diesem Grund besonders viel Potenzial für Innovationen.

Wirtschaftsfaktor „Digitale Medien“

Klar ist: An Ideen mangelt es nicht – nur an der Umsetzung. Das Symposium des IAIS hat versucht, einen Überblick über aktuelle Trends der eCulture zu geben. Gleichzeitig sollen so Bremer Kreativwirtschaftler mit potenziellen Partnern zusammen treffen, so dass Prozesse entstehen können, die zu Innovationen führen. Michael Schmid von der Kölner Firma Ströer, dem größten Außenwerber Deutschlands, bewertet die Arbeit der Bremer positiv. „Ich kann mir eine Zusammenarbeit sehr gut vorstellen“, betont er.

Aktuelles Ziel der eCulture Factory ist es, besonders die Bremischen Firmen anzusprechen. Denn das Potenzial der digitalen Medien, so ist immer wieder zu hören, sei noch lange nicht erschöpft.

> Einige der eCulture Trends sind noch bis 29. Oktober im Neuen Museum Weserburg zu sehen. Der Eintritt ist frei.



Ein eCulture-Trend im Foyer der Bremischen Bürgerschaft: Der „Point Screen“.

FOTO: FRANK THOMAS KOCH