



Bewegende Bilder e.V.

Vereinszweck:

- Mediennetzwerk zur Förderung des Mediennachwuchs
- Ausbildung Medienkompetenz
- Plattform zur Realisierung eigener kreativer Projekte
- Transformation von Medienkompetenz für soziales Engagement
- Projektübergreifende Vermarktung; Vernetzung aller Projekte

Definition:

Bewegende Bilder e.V. wurde im November 2005 von **Studenten der Hochschule Mittweida (FH)** gegründet und zählt inzwischen mehr als 40 Mitglieder.

Der Verein hat es sich zur Aufgabe gemacht **organisatorischer Ausgangspunkt für junge, kreative Menschen** zu sein, um eigene Medienprojekte in den Bereichen Film, Literatur, Gestaltung und Event zu verwirklichen. Das so entstehende **Mediennetzwerk** aus erfahrenen Fachleuten und engagierten Medienstudenten unterstützt bei der Planung, Realisierung und Präsentation.

Das Wissen des Netzwerkes wächst mit jedem Mitglied. Mit Hilfe einer **interaktiven Online-Plattform** werden Erfahrungen und Informationen ausgetauscht. Dafür steht ein umfangreiches internes Wiki, als Projekt- und Wissensdatenbank zur Verfügung. Für den Wissenstransfer wird mit einem Blog und Funktionalitäten von Social Communities gearbeitet.

Der Verein sieht sich ebenso in einer **sozialen Verantwortung** Jugendlichen einen bewussten Umgang mit Medien zu vermitteln und Chancen zu zeigen, diese Kommunikationsinstrumente zur Entwicklung der eigenen Persönlichkeit zu nutzen. Wir möchten die Selbstreflektionskompetenz steigern und bei der aktiven Realitätsbildung unterstützen.

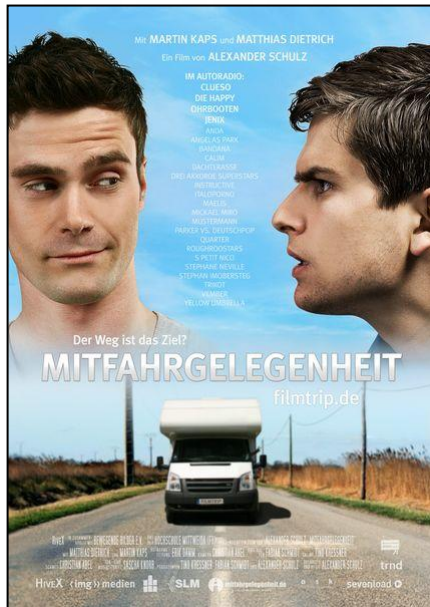
Unsere Mitglieder bringen die Kompetenzen und Möglichkeiten der eigenen gegründeten Unternehmen oder ihrer Arbeitgeber in das bereits **internationale Netzwerk** mit ein.

2008 wurde der Verein von der Sächsischen Staatskanzlei zum drittbesten Kulturverein Sachsens gekührt, die Lizenz für drei Kurzfilme des Vereins wurde vom MDR erworben und der Spielfilm „Mitfahrgelegenheit“, gefördert von der SLM und Kulturstiftung Sachsen, lief im Kino an.

Unterstützt und gefördert wird Bewegende Bilder e.V. und dessen Projekte von zahlreichen nationalen und regionalen Partnern, wie „Jugend für Europa, SLM, Landkreis Mittweida, und Kreissparkasse Mittweida. Wir arbeiten eng zusammen mit dem Filmverband Sachsen e.V., der AG Wort, machART e.V., dem Filmbrunch e.V., in.bewegung Chemnitz e.V. und vielen weiteren.

Im Nachfolgenden werden einzelne herausragende Projekte des Vereins vorgestellt.

Filmtrip – Die erste interaktive Live-Spielfilmproduktion Deutschlands



Filmtrip = Web 2.0-Projekt zum Roadmovie

„Mitfahrgelegenheit“. Durch die Webseite www.filmtrip.de, ein Produktionstagebuch sowie mehrere Pod- und Videocasts werden alle Etappen hinter der Kamera schon während der Entstehung publiziert. Der Zuschauer erhält die Möglichkeit mit der Filmcrew und den Schauspielern einen Roadtrip von Deutschland nach Spanien zu verfolgen und ist erstmalig hautnah bei einer Spielfilmproduktion dabei. Er entscheidet über die Schauspieler, diskutiert das Drehbuch und bestimmt das Titelmotiv. „Mitfahrgelegenheit“ beschreitet damit in Deutschland Pionierland und folgt den erfolgreichen Filmvermarktungs 2.0-Projekten aus Amerika, wie „Disturbia“, „300“ und „Stirb Langsam 4.0“. Über 250.000 Besucher begleiten somit das Filmprojekt mit bereits 2.500 Kommentaren schon weit vor der Veröffentlichung.

Der Inhalt und auch die Produktion des Films gleicht der Philosophie des Web 2.0 – der Film ist authentisch und nah am Leben inszeniert. Die Produktion wird live und interaktiv gestaltet.

Interaktiv: Schauspielervoting, Drehbuchdiskussion, Titelvoting, Soundtrack-Contest, Titelmotiv-Abstimmung, Open-Film-Shirt, ARG (Mitspielelegenheit)

Live: Weblog mit Kommentarfunktion & RSS, Video- und Audiopodcasts

Authentisch: Team bloggt, Film-Reise chronologische ohne Special-Effects, Trailer-Premiere

Hintergrundinformationen und Beweggründe

„Jeder Film ist [...] selbst eine Marke und wird als solche jeweils neu aufgebaut.“

(Boris Benefeld, Marketing Director von Twentieth Century Fox Home Entertainment).

Ein durchschnittlicher Hollywood-Film gibt heute bereits 60 Millionen US-Dollar aus, um innerhalb ein bis zwei Monaten vor und während dem Kinostart diese Marke aufzubauen. (Jörg Winners, www.film-marketing.info).

Der amerikanische Physiker César Hidalgo bestätigt, dass der Erfolg eines Kinofilms maßgeblich von der Mundpropaganda abhängig sei. Verständlich, denn Filme sind Risikomarken. Beim Kauf des Produktes (Kinokarte) weiß der Kunde nicht, was ihn erwartet. Bei Unzufriedenheit ist ein Umtausch ausgeschlossen. Bei einem jährlichen Start von 500–600 Kinofilmen vertraut der Kinogänger deswegen immer mehr auf die Meinungen seiner Freunde und nicht auf hochpolierte Plakat- und TV-Kampagnen. (Edelman Trust Barometer, 2007)

Den potentiellen Zuschauer an die Filmmarke zu binden, ihn zu begeistern und Mundpropaganda zu erzeugen, sind nach unserer Meinung die neuen Herausforderungen auf dem Filmmarkt. Als ein entscheidendes Werkzeug zur Bewältigung dieser Aufgabe sehen wir dabei das Web 2.0. Wir glauben mit authentischen Hintergrundberichten und interaktiven Mitmach-Möglichkeiten eine neue Generation von Filmmarketing einzuleiten.

Pressestimmen

Die umfangreichen Presseerwähnung entnehmen Sie bitte den Pressebereich online unter <http://www.filmtrip.de/presse#stimmen>

20.07.2008, **Welt am Sonntag**: So interaktiv ist die Zukunft des Films

12.06.2008, **CINEMA**: Der erste Web-2.0-Spielfilm

28.07.2008, **JUMP**: Das erste interaktive Filmprojekt im Netz

21.07.2008, **Radio Sachsen**: Mittweidaer Studenten schaffen Sprung ins Programmkino

7.04.2008, **Deutsche Welle**: Studenten-Roadmovie

10.09.2007, **Deutschlandfunk**: Spielfilm zum Mitmachen

Von der Trendforschungsagentur trendOne aus Hamburg steht Filmtrip im deutschlandweiten Trendreport als Film 2.0-Pionier in Deutschland.

Erfolge

250.000 Besucher auf filmtrip.de bisher

8.800 Menschen haben die Schauspieler gevotet

2.150 haben das Titelmotiv bestimmt und an einer Umfrage zum Filmprojekt teilgenommen

2.500 Kommentare zu „Mitfahrgelegenheit“ auf filmtrip.de und trnd.com

Ausverkauft in Chemnitz, 150 Zuschauer in Cottbus, je 50 Besucher in Dresden an 7 Tagen

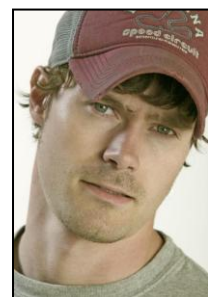
Interaktive Elemente

Schauspieler-Voting

Auf einen Gesuch nach zwei Hauptdarstellern über die Plattform www.crew-united.de haben sich über 300 Schauspieler gemeldet. 30 von denen haben eine vorgeschriebene Drehbuchszene eingeübt und mit eigener Technik aufgenommen. Die Bewerber konnten dann lediglich an Hand der Casting-Videos von den Besuchern abgestimmt werden.

Erfolge beim Schauspieler-Voting:

- 20.000 Besucher
- 120.000 Kontakte (Page Impressions)
- Ca. 1.000 Besucher pro Tag
- Über 8.000 Menschen haben abgestimmt
- Die Gewinner waren u.a. Martin Kaps und Matthias Dietrich, die wir nicht besser selbst hätten für die Rollen wählen können.



Live-Making-Of



Während der Dreharbeiten wurde das komplette Making-Of live als Videocast, Podcast und Blog publiziert. Die Zielgruppe war somit live und hautnah bei der Entstehung eines Spielfilms dabei.

Erfolge:

- 85.000 Aufrufe der Videocasts, Podcasts
- ca. 500 Besucher pro Tag
- 150.000 Kontakte (Page Impressions)

Soundtrack-Contest

Für den Soundtrack zum Film wurde bei dem Social Network „MySpace“ ein Profil unter www.myspace.com/filmtrip eingerichtet. Mit diesem Profil wurden Bands und Musiker aufgerufen einen Song auf ihren eigenen MySpace Profil in den Musikplayer zu laden und diesen dann bei uns zu verlinken. Innerhalb von zwei Wochen haben sich 153 Bands beworben. Zusätzlich konnten die Besucher zwei Soundtrack Songs für bestimmte Szenen selbst voten.

Erfolge:

- 12.295 Besucher
- 1.500 Abstimmungen
- Über 260 Kommentare

Abstimmung Titelmotiv

Bei der Online-Mundpropaganda-Firma trnd konnten die angemeldeten Partner das offizielle Titelmotiv abstimmen und die Tagline vorschlagen und diskutieren. Zusätzlich haben wir die Partner gefragt, ob und warum sie sich den Film anschauen würden, wie sie den Film kurz zusammen fassen würden und ihren Freunden empfehlen würden.

Innerhalb von zwei Wochen haben 2.150 Menschen abgestimmt und die Umfrage komplett ausgefüllt. Weit über 275 Slogans wurden eingereicht und der heutige Gewinner-Slogan hat sich mit über 20 Nennungen quantitativ herauskristallisiert. Bei der Aktion wurden 750 Kommentare geschrieben.

Shirt Contest

Für das offizielle Merchandising-Shirt zum Film wurden Kreative aufgerufen ein Motiv zum Thema „Mitfahrgelegenheit“ bzw. „Roadtrip“ zu gestalten. Die 48 eingereichten Motive wurden dann eine Woche von den Besuchern der Seite online abgestimmt. Das Siegermotiv wird als offizielles Shirt verkauft.



Farbkreis

Durch Plattformen wie einer regelmäßigen Schreibwerkstatt will es der Verein Kindern und Jugendlichen ermöglichen ihren Gedanken Ausdruck zu verleihen. Speziell bei dem Projekt „Farbkreis“ ist es uns wichtig, Teilnehmern eine Möglichkeit zu geben, über Grenzen von Nationalität und Kultur hinweg Wege zu finden ihre Gedanken und Gefühle anderen mitzuteilen.



Ablauf des Projektes

Im Rahmen des bereits Mitte 2007 initiierten Projektes wurden in der ersten Projektphase insgesamt fünf Schreibwerkstätten à fünf Schulstunden durchgeführt. Die Werkstätten fanden in der Klassenstufe 9 an Mittelschulen und Gymnasien des Landkreises statt. Als Leiter fungierten erfahrene Autoren bzw. sozialpädagogisch vorgebildete Künstler. In einleitenden Diskussionen wurden Themen wie Demokratie, Rechtsextremismus und Toleranz ebenso behandelt wie von den Schülern selbst gesetzte Problematiken, etwa Medienkonsum oder mangelndes staatliches Freizeitangebot. Den Autoren blieb anschließend ein kreativer Spielraum die Kinder auf ihre eigene Art zum Schreiben zu motivieren, etwa durch Sprachspiele oder durch den Einsatz eines Kurzfilmes. So inspiriert wurden die Kinder dann selbst schöpferisch tätig. Dabei war es ihnen frei gestellt etwas zu schreiben oder zu zeichnen.

Präsentation der Ergebnisse

Die Ergebnisse, Texte und Zeichnungen der Schüler, wurden auf Wunsch der Schüler selbst, eine Woche lang öffentlich im Mittweidaer Rathaus ausgehängt, Schüler eines Gymnasiums planen ihre Texte als gemeinsames Theaterstück aufzuführen. Eine umfangreiche Auswahl der Texte werden in Kürze in Form eines Geschichtenheftes präsentiert. Das Heft enthält nicht etwa nur die sprachlich gelungensten Geschichten, sondern spiegelt die breite Auseinandersetzung mit den genannten Thematiken wider.

Projektabschluss

Im Rahmen einer kulturellen Abschlussveranstaltung mit Lesungen und Konzerten konnte der offizielle Teil des Projektes feierlich abgeschlossen werden. Es folgt nun eine umfangreiche Auswertungsphase. Die entstandenen Texte wurden digitalisiert und werden nun sowohl dem Fachbereich Soziale Arbeit der Hochschule Mittweida als auch dem Institut für Kulturwissenschaften der Universität Leipzig für eine wissenschaftliche Auswertung zur Verfügung gestellt. Das Heft der Schülertexte wird in einer Auflage von etwa 1.000 Exemplaren gedruckt und



zusammen mit einem kurzen Leitfaden allen Schulen des Landkreises Mittelsachsen als Unterrichtsmaterial zur Verfügung gestellt.

Weiterführende Angebote

Im Rahmen unserer Arbeit in den Schulen stellten wir diverse Missstände fest. Zu nennen sind hier etwa eine mangelhafte demokratischen Bildung, geringe Beschäftigung mit dem Thema Migranten bei gleichzeitiger Verharmlosung oder unverhohlenen Unterstützung rechtsextremer Ideen. Es fiel uns zudem auf, dass die Jugendlichen ein großes Bedürfnis zeigten, sich auszudrücken. Unsere Absicht ist es, dieses Bedürfnis aufzugreifen und wenn möglich zu kanalisieren. Während der Teilprojekte brachten wir den Schülern die verschiedenen demokratischen Möglichkeiten der Meinungsäußerung nahe. In Zusammenarbeit mit der Jugendpresse Sachsen e.V. boten wir in Mittweida ein Grundlagenseminar Schülerzeitung an. Weiterhin informierten wir über bestehende Angebote in der Stadt. Wir boten den Schülern an, eigene Projekte mit der Unterstützung des Vereins zu verwirklichen. Wir planen zudem, das Projekt „Farbkreis“ fortzuführen.

Förderung

Gefördert wird das Projekt Farbkreis von der Europäischen Union – Programm „Jugend in Aktion“ im Rahmen des European Year of Intercultural Dialogue, vom Lokalen Aktionsplan des Landkreises Mittweida unter dem Motto „Stärkung von Vielfalt, Toleranz und Demokratie – gegen Rechtsextremismus, Fremdenfeindlichkeit und Antisemitismus“ sowie von der Fachhochschule Mittweida.

Pressestimmen

http://www.bewegende-bilder.net/Presse/Diverse_Medien_Farbkreis.pdf

http://www.bewegende-bilder.net/Presse/MDR%20Sputnik_140208_Projekt_Farbkreis.MP3

Mediacamp

Das internationale Mediacamp wurde von dem Verein Bewegende Bilder e.V. ins Leben gerufen, um Jugendlichen zwischen 18 und 26 Jahren auf medialer Basis einen interkulturellen Austausch zu ermöglichen. Die Notwendigkeit hierfür sehen wir als Veranstalter in der fortschreitenden Globalisierung sowie dem Anspruch nach ständig steigender lokaler Flexibilität. Zudem wird von immer jüngeren Altersschichten erwartet, sich mit anderen Kulturen und Nationalitäten auseinandersetzen sowie Herausforderungen im soziokulturellen Bereich mit Wissen und Einfühlungsvermögen zu begegnen. Das Mediacamp Europe stellt mit einer ausgewogenen Mischung aus Selbsterfahrung und Anleitung dazu nicht nur die ideale Grundlage, sondern bietet seinen Teilnehmern durch einen zusätzlichen fachlichen medialen Kontext auch eine Perspektive und einen Ausbildungsaspekt. Es trägt auf diesem Weg seinen Teil zu den Zielen des Artikels 149 des Vertrages zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft bei, der die Bildungsförderung bei Jugendlichen durch die Zusammenarbeit der EU-Länder vorsieht. Des Weiteren entspricht es den Punkten, die sich für die Förderung von Sprachkenntnissen, Mobilität sowie den Austausch von Informationen und Erfahrungen innerhalb des Bildungs- und sozialpädagogischen Systems in Europa einsetzen.



Konzept

Im Fokus des Projektes steht eine multilaterale Begegnung zwischen ca. 20 Personen europäischer Nationen, wobei Deutschland als Sitz des Veranstalters Bewegende Bilder e.V. stets mit Teilnehmern vertreten ist. Darüber hinaus werden für die erstmalige Durchführung im Jahr 2010 die Länder Ungarn, Bulgarien und Norwegen integriert. Für die Folgejahre wird eine Involvierung weiterer europäischer Nationen und demnach auch eine quantitative Vergrößerung des Mediacamp Europe angestrebt. Das Camp wird von internationalen Teamern geleitet, die die Jugendlichen betreuen sowie beraten.

Inhalt

Das Projekt sieht vor, dass die Jugendlichen den kompletten Schaffensprozess eines Filmprojektes durchlaufen. Je nach Präferenzen sind die Jugendlichen angehalten, sich dazu in thematischen Arbeitsgruppen zusammen zu finden, um die verschiedenen Aufgabenbereiche wie Story, Kamera, Ton, Making of, Online, Booklet, Foto etc. zu bewältigen. Diese Kleingruppen sollen anschließend ihre Ideen weiterentwickeln und umsetzen. So werden über den Diskussionsprozess, die Entscheidungsfindungen sowie das Hinarbeiten auf im Konsens gemeinschaftlich entstandene Ziele



Sichtweisen ausgetauscht, verschiedene kulturelle Hintergründe beleuchtet, Barrieren abgebaut und das Gemeinschaftsgefühl sowie das Verständnis für das Gegenüber gestärkt. Die Jugendlichen erhalten auf diesem Weg neben der Medienpraxis auch Schlüsselqualifikationen wie Team-, Diskussions- und Konfliktlösungsfähigkeit, verbesserte Sprachkenntnisse und natürlich die Fähigkeit zur Selbstorganisation. Sie erfahren, was es bedeutet voneinander und übereinander zu lernen.

Eingegliedert ist das Ganze in einen Rahmen, der den national typischen Alltag (gemeinsame Mahlzeiten, Abendgestaltung u.Ä.) mit kulturellen Trips verbindet.

Ziele

Kurzfristige Ziele:

- Vermittlung von kulturellen Hintergründen & interkultureller Austausch
- Vermittlung von fachlichem Wissen des Medien- und Produktionsbereichs
- Vermittlung von sozialen Kompetenzen, Teamfähigkeit und weiteren Schlüsselqualifikationen
- Verbesserung der Sprachkenntnisse der Teilnehmer

Mittelfristige Ziele:

- Ausbau des Mediacamp Europe zu einer wachsenden multilateralen Jugendbegegnung
- Förderung und Unterstützung des interkulturellen Dialogs
- Angebot des Mediacamp Europa als lohnende Ferienoption
- finanzielle Stabilität

Langfristige Ziele:

- Aufbau eines fundierten internationalen Mediennetzwerks
- Etablierung des Mediacamp Europe als bekannte und feste internationale Größe mit Referenzcharakter für Teamer und Teilnehmer

Vernetzung

Die Vernetzung und der kulturelle Austausch der Organisatoren, Teamer und Teilnehmer findet über das Mediacamp hinaus online statt. Unter der Website www.media-camp.eu ist eine Kommunikationsplattform geschaffen worden, auf der sich beteiligte Personen im Stile von Facebook oder Studivz austauschen und in Kontakt bleiben können. Mittels eines Diskussionsforums, eines Blogs und eines Wikis werden alle Aktivitäten geplant und besprochen. Das interne Wiki ist bereits nach kürzester Zeit zu einer umfangreichen Wissensdatenbank rund um das Thema internationale Jugendbegegnungen angewachsen.

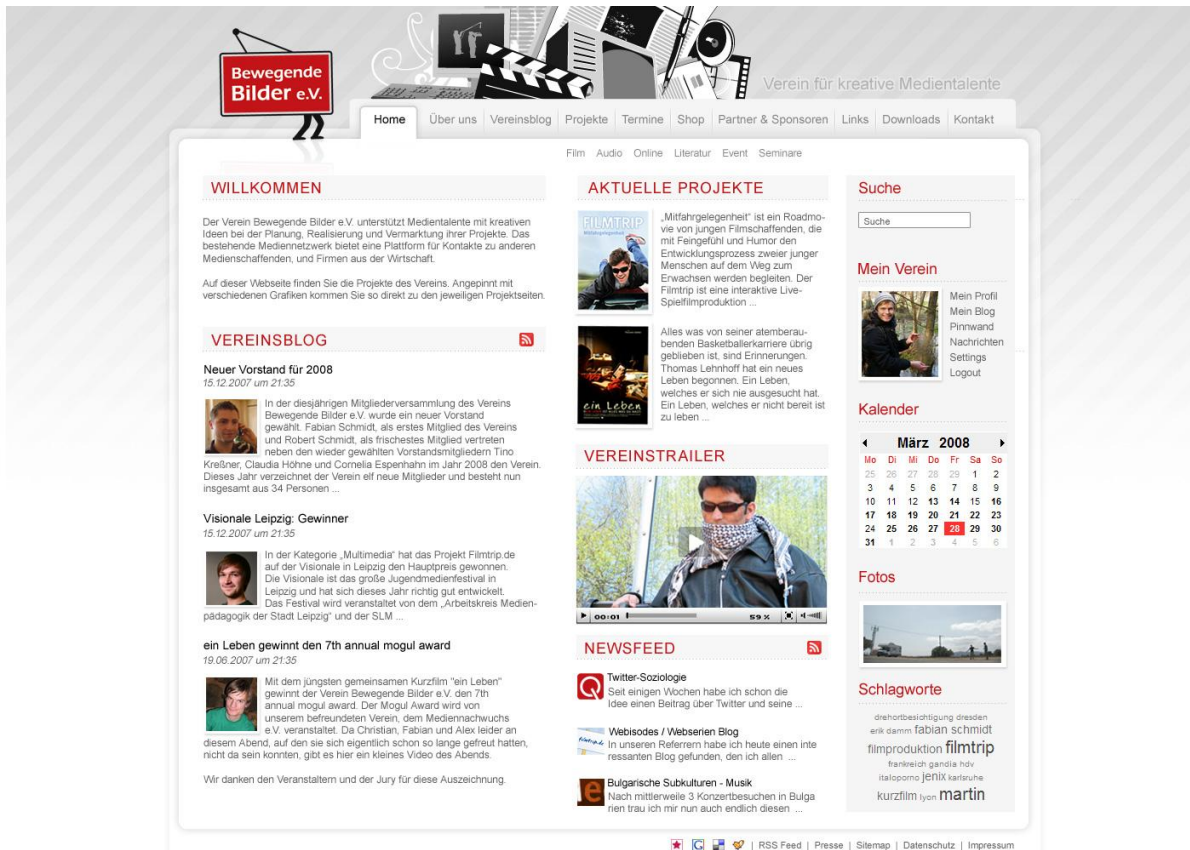
Wann und wo

Die Antragstellung wird ab Herbst 2009 beginnen. Das erste Mediacamp wird im September 2010 in der Jugendherberge in Colditz stattfinden.



Online Netzwerk

Der Verein ist als nationales Netzwerk organisiert mit Sitz in Mittweida bei der dortigen Hochschule. Die Kollaboration, der Wissenstransfer und Vernetzung findet mittels einer interaktiven Kommunikationsplattform statt.



Ziel ist es auf Grundlage der Plattform ein Netzwerk zu spannen und gegenseitig von den Kontakten, Informationen und Fähigkeiten der anderen Mitglieder zu profitieren. Für Nachwuchsmitglieder soll die Planung und Umsetzung von eigenen Projekten mit der Plattform erleichtert werden.

So kann ein eigenes Blog zum Projekt erstellt werden oder Projektinformationen im Wiki veröffentlicht werden. Hier kann jedes Mitglied zu seiner Person, eigenen Projekten und Wissensgebieten Informationen bereit stellen oder strukturiert an spezifisches Wissen aus dem Medienbereich gelangen.

Flimmercasten

Im Projekt "Flimmercasten" geht es um eine Gruppe Medienstudenten der Hochschule Mittweida des Matrikels 2008, die anderen Filmschaffenden bei deren Produktionen über die Schulter schauen, und die Arbeit in Wort und Bild festhalten.

So werden beispielsweise Interviews mit Produzenten, Regisseuren und Schauspielern geführt - wenn möglich immer am Ort der Produktion selbst. So erhält der Zuschauer einen Einblick in die Arbeit der Filmcrew und wird neben Interviews mit Filmausschnitten und Making-Of-Material auf die Produktion eingestimmt.

Auf der Onlineplattform www.flimmercasten.de wird jede fertige Ausgabe als Video-Stream und zum Download angeboten.

Als langfristige Ziele sind die Etablierung der Sendung als bekanntes Nachwuchsfilmemacher-Magazin und die Platzierung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen zu nennen.

Presse

<http://www.sputnik.de/aktuell/flimmercasten>





Weitere Projekte des Vereins

- **Jährlicher Kurzfilmabend** in Mittweida
<http://www.medien-mittweida.de/aktuelles/artikel/2590.html>
<http://www.medien-mittweida.de/aktuelles/artikel/603.html>
- **Kurzfilme** „Perspektive“, „The Good, The Bad And The Dead“, „Nachtgeschichte“, „Bankgeheimnis“, „Ein Leben“ und „Vom Himmel“
Online unter: **www.medienzukunft.net**
- **Schreibwerkstatt**
<http://www.medien-mittweida.de/campus/hochschulleben/artikel/1356.html>
<http://www.medien-mittweida.de/aktuelles/artikel/2525.html>
- **Lesecast – Nachwuchs-Podcast für Autoren** (pausiert derzeit)
<http://www.medien-mittweida.de/aktuelles/artikel/1190.html>
<http://www.medien-mittweida.de/aktuelles/artikel/1393.html>

Preise & Auszeichnungen

- 3. Platz, Sachsens Vereinsgold 2008, Bereich: Kultur
- Sieger beim Mogul Award 2007 (Kurzfilm „Ein Leben“)
- Bester Schnitt beim Filmfest Gandia (Kurzfilm „Ein Leben“)
- Sieger bei MW48 (Kurzfilm „Perspektive“)
- Sieger Klotzscher Kulturherbst 2006 (Kurzfilm „Nachtgeschichte“)
- Sieger Visionale Leipzig 2005 (Kurzfilm „The Good, The Bad And The Dead“)
- Teilnehmer Filmfest Dresden (Kurzfilm „Perspektive“ und „Ein Leben“)
- Lizenzkauf der Kurzfilme „Ein Leben“, „Bankgeheimnis“ und „The Good, The Bad And The Dead“ durch den MDR
- Hauptpreis Multimedia VISIONALE Leipzig (filmtrip.de)
- Special bei Sevenload und Vorstellung in der TV-Spielfilm (filmtrip.de)
- "Best Practice" im Trendreport von TrendOne (filmtrip.de)



Kontakt

Anschrift

Bewegende Bilder e.V.
c/o Erik Hilse
Stadtgraben 7
09648 Mittweida

Ansprechpartner

Tino Kreßner
Vereinsvorstand
eMail: tino@bewegende-bilder.net
Tel: 0178 4233363

Weitere Informationen

Satzung

Link: http://www.bewegende-bilder.net/Vereinsatzung_bewegende_bilder.pdf

Bestätigung Gemeinnützigkeit

Link: http://www.bewegende-bilder.net/verein_amsgericht.pdf

Finanzierung

Der Verein Bewegende Bilder e.V. finanziert sich über Förder- und Preisgelder sowie Lizenzverkäufe. Der Mitgliedsbeitrag in Höhe von 20€ werden für anfallende Gebühren wie Versicherung, Webpace und Druckkosten verwendet.