

2015 – die Achte

die KreativRegion Stuttgart

in medias res

das Thema: Werbung

Die Region Stuttgart bleibt sich im Strukturwandel treu und vom produzierenden Gewerbe geprägt. Zur Konkurrenz um Aufträge und Umsätze kommt jedoch der Wettbewerb um Talente. „Wie man neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter findet. Und sie bindet“, umschreibt die Agentur RTS Rieger Team aus Leinfelden-Echterdingen das Gebot der Stunde: Employer Branding.

Viele Werbeagenturen in der Region bieten passgenaue Kampagnen. Die Sahara Werbeagentur unterstützt von Stuttgart aus Bertrandt in Ehningen, einen Entwicklungspartner der Automobil- und Luftfahrtindustrie, des Maschinen- und Anlagenbaus sowie der Energie- und Elektroindustrie, im „war for talents“. Team Orange aus Esslingen entwirft für seine Kunden eine crossmediale Unternehmensdarstellung zur Gewinnung neuer Mitarbeiter. Werbeagentur Beck, ebenfalls Esslingen, weiß mit der „Stärkung der Arbeitgebermarke“ die Erfolgchancen bei der Akquisition jungen Nachwuchses und erfahrener Fachkräfte zu steigern.



Die Media aus Stuttgart untersucht ihre Konzepte empirisch. Mit dem Regio-Image-Faktor ermittelt sie, wie attraktiv ein Arbeitgeber bei der Positionierung zum immer bedeutsameren Thema Regionalität ist. Nicht nur KMUs sondern auch Kanzleien wie Dolde, Mayen und Partner gehören zu den Kunden der Stuttgarter Agentur Die Crew. Besonders überzeugend wirkt Employer Branding bei den Recruiting-Videos, die Fabrikfilm aus Ludwigsburg für den Göppinger Pressenhersteller Schuler via Youtube verbreitet. Wer hätte gewusst, dass viele Dinge des alltäglichen Lebens – Münzen oder Kaffeekapseln – unter Hochdruck entstehen?

Olivia Marten
Projektleiterin
Porsche International Student
Advertising Film
Award



die Frage: Quo vadis, Porsche Award?

„Der Porsche International Student Advertising Film Award, kurz: Porsche Award, wurde im Jahre 2004 von der Filmakademie Baden-Württemberg zusammen mit der Porsche AG ins Leben gerufen und fand bisher an der Ludwigsburger Filmakademie statt. Nach mehr als einem erfolgreichen Jahrzehnt wird der Porsche Award 2016 zum ersten Mal in London stattfinden.“

Genau wie die Porsche AG sich ursprünglich aus einer Nische heraus zu behaupten wusste und spätestens seit dem Zusammenschluss mit VW zum globalen Automobil-Player geworden ist, so müssen sich auch junge Filmemacher auf dem großen Markt des Werbefilmsektors durchsetzen. Porsche möchte

junge Werbefilmtalente über die Region und über Deutschland hinaus auch international stärker unterstützen.

Daher wird der Porsche Award ab nächstem Jahr von der Filmakademie Baden-Württemberg in Kooperation mit der britischen National Film and Television School (NFTS) veranstaltet und ausgerichtet. Die Preisverleihung wird somit zukünftig alternierend in Ludwigsburg (2015) und London (2016) stattfinden und damit ihren internationalen Anspruch stärker in den Vordergrund stellen.

Als einziger internationaler Werbefilmpreis, der sich dezidiert der Nachwuchsförderung verschrieben hat und keine kommerziellen Interessen verfolgt, besitzt der Porsche Award ein einzigartiges Profil: Mit dem Filmpreis wurde eine repräsentative Plattform geschaffen, um junge Filmemacher mit ihren herausragenden Arbeiten in der Branche bekannt zu machen und ihnen die Möglichkeit zu geben, selbst den Schritt zu professionellen Regisseuren zu gehen. Der Porsche Award verlief in den letzten zwölf Jahren sehr erfolgreich und hat in der Werbebranche sowie der Presse stetig an Bedeutung gewonnen.

Der Wettbewerb wird auch weiterhin alle Bewegtbildformate zulassen, die in der Werbung stattfinden. Darüber hinaus wird durch die spezielle Förderung von innovativen Ideen und Projekten mit Automobilbezug beim Porsche Award ein stärkerer inhaltlicher Schwerpunkt auf den Bereich ‚International Automobile‘ gelegt.“

www.ad-award.net

der Raum

Das **Leitz-Areal** im industriell geprägten **Stuttgarter Stadtteil Feuerbach** umfasst 43.000 m², von denen aktuell 9.000 m² frei sind. Diese befinden sich in Gebäuden an der Siemens- und der Sieglestraße und sprechen mit Industriecharakter und Steinfassaden auch Nutzer aus Kreativberufen an. Das gesamte Areal besteht aus neun Gebäuden. Drei Bürogebäude stehen unter Denkmal- bzw. Ensembleschutz. Teilflächen, wie z. B. Lagerhallen, können abgerissen werden. 1871 gründete Louis Leitz die „Werkstätte zur Herstellung von Metallteilen für Ordnungsmittel“, der erste Fabrikbau wurde 1897 fertiggestellt. Zwischen 1905 und 1990 entstanden mehrere Erweiterungsbauten.

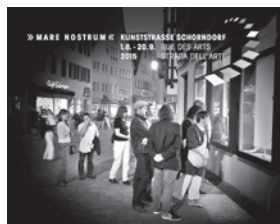


Die Planung leisten Greilich und Partner, Leonberg, Vermarktung und Information über Büro Stuttgart Immobilien, Bernd Unterberger, 0711 21727171 bzw. 0176 39907121, www.buerostuttgart.com

der Termin

1. bis 20. August 2015

„Mare Nostrum“
Kunststraße Schorndorf
www.kulturforum-schorndorf.de
der Ort: verschiedene in Schorndorf



1. bis 30. August 2015

„Klinke XXX“
Sommermusikfestival
www.merlinstuttgart.de
der Ort: Merlin, Augustenstraße 72, Stuttgart

6. August, 18:30 bis 20 h

„Artwatch“
mit Zimmermeister und Restaurator Eberhard Scharpf
www.villa-merkel.de
der Ort: Galerien der Stadt, Pulverwiesen 25, Esslingen

bis 13. August 2015

Fotoprojekt „Anderswo“
Ausstellung von Hochschule der Medien und Wirtschaftsförderung Stuttgart
www.anderswo-stuttgart.de
der Ort: Rathaus, Marktplatz 1, Stuttgart

15. bis 22. August 2015

25. Fellbacher Sommernachtskino und weitere bei
www.kinokult.de/openairs
der Ort: Rathaus, Marktplatz 1, Fellbach

bis 30. August 2015

Theatersommer Ludwigsburg
25. Spielzeit
www.theatersommer.net
der Ort: Cluss-Garten, Stuttgarter Straße 2, Ludwigsburg

bis 30. August 2015

„Buch. Kunst. Objekt.“
Sammlung Lucius im Kunstmuseum
www.kunstmuseum-stuttgart.de
der Ort: Kunstmuseum, Kleiner Schlossplatz 1, Stuttgart

bis 16. September 2015

„Neuland“
Ausstellung zum Nachwuchswettbewerb
www.aed-neuland.de
der Ort: Nimbus Group, Leitzstraße 4, Stuttgart

bis 27. September 2015

„Made in S-Ost“
Jubiläumsausstellung des Muse-
www.muse-o.de
der Ort: Museumsverein Stuttgart-Ost e. V., Gablenberger Hauptstraße 130, Stuttgart

bis 27. September 2015

„Künstlerräume“
www.staatsgalerie.de
der Ort: Staatsgalerie, Konrad-Adenauer-Straße 30-32, Stuttgart

der Tipp

Gut gemachte Werbung ist eine gewisse Kunst, sie kann kurze Geschichten erzählen, das Publikum unterhalten, berühren oder zum Lachen bringen, sie muss nicht lästig sein. Das zeigen die Spots bei **Spotlight** im Mai, dem 18. Festival für Bewegtbildkommunikation, das für einige Jahre in Stuttgart stattfindet. Die Spots, darunter einige aus der Filmakademie Baden-Württemberg, gibt es bei www.spotlight-festival.de



Auch Werbeplakate sind oft künstlerisch wertvoll. Die besten aus dem deutschsprachigen Raum zeichnet der Wettbewerb **100 beste Plakate** aus. Ausgewählt sind dieses Jahr Werke der Stuttgarter Agentur L2M3 Kommunikationsdesign und des Stuttgarter Designers Christian Nicolaus. Allein sechs der insgesamt 44 ausgezeichneten Plakatdesigns aus Deutschland stammen von Studenten der Akademie der Bildenden Künste Stuttgart, im Jahrbuch oder www.100-beste-plakate.de



der Freiraum: Die BW Lions in Cannes

Es geht um Ideen, um Werbung, um neue Entwicklungen – und vor allem um Kreativität, die am Ende gar mit der begehrten Löwen-Trophäe ausgezeichnet wird. 12.000 Kreative aus der Werbebranche sind auch in diesem Jahr zum Cannes Lions Festival of Creativity an die Côte d’Azur gereist, unter ihnen zehn Delegierte aus Baden-Württemberg. Die „BW Lions“ stellten zum vierten Mal die einzige deutsche Länderdelegation, mit dem Ziel, regionale Kreative international zu vernetzen und spannende Trends zurück nach Baden-Württemberg zu bringen.

Mit dabei: Vertreter von Agenturen wie Werbewelt, Jung von Matt/Neckar oder Sommer und Sommer, VFX- und 3D-Experten, Start-ups und etablierte

Akteure. Was ihnen in Cannes auffiel: Kreative Lösungen entstehen immer häufiger aus innovativen Technologien, die Inhalte halten bei der schnellen Entwicklung aber nicht unbedingt mit. Schlagwörter wie Big Data und Augmented Reality, künstliche Intelligenz und multimediale Lebenshelfer spielen eine bedeutende Rolle. „Momentan scheint die Branche zwischen den Disziplinen festzustecken – und erfindet sich nicht wirklich neu, was echte Ideen angeht“, sagt Regina Welker, Delegierte und Studioleiterin des Animationsstudios Woodblock in Ludwigsburg. Dennoch sind sich die Delegierten einig: Man lernt auf dem einwöchigen Festival viel für und über seine eigene Arbeit.

Es sind der Austausch mit Kollegen, die Vorträge, Workshops und Talks mit hochkarätigen Experten oder Persönlichkeiten wie Marilyn Manson, Al Gore oder Monica Lewinsky. Letztere entfernen sich von der technologiegeprägten Weltsicht und sprechen über Arbeitsweisen, Werte, Lebensphilosophien und Erfahrungen. Eine recht eindeutige Haltung nehmen auch viele Gewinnerkampagnen ein: So spielen große Agenturen für Markenkonzerne wie Procter and Gamble oder Unilever mit Gender-Rollen, Homosexualität und Anti-Rassismus-Ideen und greifen Gleichberechtigung und soziale Verantwortung als Themen auf. Inwiefern sich Marken damit gesellschaftspolitisch positionieren und engagieren oder aber gesellschaftliche Themen für die Markenkommunikation instrumentalisieren, ist eine Frage, die auch beim Cannes Lions Report in Stuttgart am 22. Juli kontrovers diskutiert wurde.

Organisiert wurde die Reise von der Film Commission Region Stuttgart und Baden-Württemberg International. www.bwlions.de

die Aktiven

Peter Brodbeck visualisiert mit den **PAM-Network Studios** aus Nürtingen für Metabo die Metamorphose einer Netz-Maschine in eine Akku-Maschine. www.pam-network.de



Die **German Aerospace Academy** in Stuttgart bietet den Steinbeis-Zertifikatslehrgang „Marketing für Ingenieurinnen und Ingenieure“, Bewerbung bis 28. August. www.german-asa.de

Wolf Hirschmann von **Slogan** widmet das 21. Kick-Marketingforum am 14. Oktober dem Thema „Zeitenwende“. www.slogan.de, ab 155 €

Produzent **Thomas Meyer-Hermann** von **Studio Film Bilder** wird Julia Ockers Kurzfilm „Zebra“ zur TV-Serie „Animanimals“ ausbauen. www.filmbilder.de



Manuel Schupp, Peter Vorbeck und **Siggi Wernik** sind künftig mit **Orange Blu** als internationales Architektur- und Planungsbüro aktiv. www.orangeblu.com

Der Stuttgarter **Panini Verlag** zeigt in einem neuen Bildband „Magische Orte aus den Filmen“ von Harry Potter. www.panini.de

Nach Abschluss der Motion Graphic Novel „Land of the Magic Flute“ schreibt **Benjamin Schreuder** derzeit zwei Folgen von „Der kleine Rabe Socke“. www.benjaminschreuder.de



Die Esslinger Meisterkonzerte gehen in die 20. Saison, Veranstalter **SKS Russ** feiert 70-jähriges Bestehen. www.sks-russ.de

Die Schorndorfer Agentur **TN34** erstellt den neuen Webauftritt von Alb-Gold aus Trochtelfingen. www.tn34.de

Andreas Waldner, WTV Entertainment Marketing, schreibt erneut den **Product Placement Award** aus, Bewerbung bis 14. September. www.branded-entertainment.org/award

Christian Weisser, auch 2015 mit seinem Design Studio für Kommunikation, Design und Medien des „AED Neuland“ verantwortlich, ist neuer Vorstand beim Deutschen Designer Club. www.christianweisser.de

Mit einer Begleitkampagne von **Werbung etc.** hat Stuttgart den Zuschlag für die Turn-WM 2019 erhalten. www.werbungetc.de

WRS-Kreativwirtschaft



**ADC
DESIGN
EXPERIENCE
STUTTGART**
24.9.15

Der Art Directors Club für Deutschland (ADC) lädt am 24. September, 10 bis 18 h, zur zweiten **ADC Design Experience** nach Stuttgart in den Württembergischen Kunstverein. Beim eintägigen Kongress mit internationalen Referenten aus den Bereichen Produkt-, Kommunikations- und Interfacedesign sprechen Prof. Klaus Frenzel, Director Digital Graphic & Corporate Design Mercedes-Benz, Bernd Eigenstetter von Phoenix Design sowie Vertreter der neuen Designgeneration selbst, wie Endre Berentzen von der norwegischen Agentur ANTI, die 2014 den Grand Prix Design in Cannes gewonnen hat. Partner des ADC sind die Wirtschaftsförderungen von Stadt und Region sowie Mercedes-Benz. Tickets für 249 bzw. 49 Euro, www.adc.de/adc-design-experience.html

An der Hochschule der Medien läuft die Online-Umfrage zum **4. Trendbarometer Kreativwirtschaft BW** mit dem Schwerpunkt „reale und virtuelle Räume der Zusammenarbeit“. <http://www3.unipark.de/uc/trend>

[kreativ.region-stuttgart.de](http://www.kreativ.region-stuttgart.de)

Am 25. November wird die WRS mit **everlab**, dem Innovationslabor für Verlagsprodukte und Mediendiensteleistungen, beim **IT-Mittelstands-Tag**, der Firmenkontaktmesse der Fakultät Informationstechnik an der Hochschule Esslingen, ausstellen. So im Unternehmen Wirtschafts-, Medien- oder Softwareinformatiker gesucht werden, erläutert Christoph Ronge die Angebote wie Job Wall und Gastauftritte.

Nach Jazzopen, Cannes Lions Report, Naturvision und dem New Mobility Design Kongress treffen sich die Partner der **MedienInitiative Region Stuttgart** zwischen dem 4. und 13. September beim internationalen Klassikfestival im Herzen Baden-Württembergs. Das **Musikfest Stuttgart 2015** von der Internationalen Bachakademie Stuttgart wird unter der Leitung von Hans-Christoph Rademann mit rund 44 Veranstaltungen an 16 Spielstätten ausgerichtet. Für die MedienInitiative gibt es wieder ein buntes Angebot. Dies möge die Zahlung der Jahresrechnung über 65 Euro zzgl. gesetzl. MwSt. versüßen, die jetzt verschickt wird. Das Leitmotiv des diesjährigen Musikfestes ist übrigens die „Freundschaft“.

Film Commission Region Stuttgart



Was lange als Geheimnis gehütet wurde, ist jetzt offiziell: Der Regisseur **Gore Verbinski** („Fluch der Karibik“ und „The Mexican“) hat im Juli auf der Zollernalb gedreht. Für seinen neuen Film „A Cure for Wellness“ hat er sich den herrschaftlichen Prunk der **Burg Hohenzollern** ausgesucht. Die Burg am Rande der Schwäbischen Alb sowie die Zufahrtsstraßen waren für diesen Zweck vom 13. bis 24. Juli geschlossen. Über den Plot hält sich auch Studio Babelsberg noch bedeckt. Es soll sich um einen Horrorthriller handeln, mit Dane De Haan („Spider Man 2“) und Mia Goth („Nymphomaniac“) in den Hauptrollen. Die Burg wird im Film zum mysteriösen Wellness-Resort voll düsterer Geheimnisse.

film.region-stuttgart.de

Popbüro Region Stuttgart

Wer als Band oder Musiker/-in auf sich aufmerksam machen möchte, braucht neben einprägsamen Songs und einer spektakulären Bühnenperformance im Jahr 2015 auch eine kluge Werbestrategie und geschickte Öffentlichkeitsarbeit. Viele Bands, wie beispielsweise die „Play Live“-Gewinner von 2012, **Schmutzki**, die gerade mit ihrem Debütalbum „Bäm“ durch die Republik touren, nutzen gezielte Online-Marketing-Konzepte. Dazu bespielen Bands und Künstler verschiedenste Kanäle und Plattformen. Besonders musikkaffine Social-Media-Portale wie Sound Cloud, Bandcamp, Hype Machine oder Bandsintown sind ideal für die Präsentation der eigenen Musik und Künstleridentität. Hier können Musiker und Publikum direkt in Kontakt treten und interagieren. Klassische Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter oder YouTube sind weitere Möglichkeiten der strategischen Kommunikation im Internet.

In den regelmäßig stattfindenden Montagseminaren des Popbüros Region Stuttgart können Musiker im Herbst in einem **Social-Media-Seminar** lernen, wie das Internet und im Besonderen Social-Media-Plattformen als Werbemittel genutzt werden können.

popbuero.region-stuttgart.de

die Anderen

Texternachwuchs ist bei Agenturen immer gesucht. Nach 2008 in Düsseldorf hat sich 2011 der **Kreativkader Stuttgart** mit Agenturen wie Beaufort 8, Fischer Appelt, Die Crew, Panama oder Schokolade der Ausbildung von Textern verschrieben. Zusammen mit den renommiertesten Werbeagenturen und Produktionsbeiden Städte werden die Textertalente zwölf Monate lang dual ausgebildet. Die Schützlinge lernen das Konzipieren von Werbekampagnen, Werbefilmen, Radiospots ebenso wie kreative Ideen für klassische sowie digitale Medien zu entwickeln.



Den praxisnahen Ausbildungsteil erhalten die Nachwuchstexter in den Agenturen, die ergänzende Theorie und nachgestellte Praxis an drei Abenden jede Woche und mehreren Samstagen im Jahr. Die nächste Ausbildung in Stuttgart beginnt am 1. April 2016, Bewerbungsschluss ist der 30. Dezember. Die Kosten belaufen sich auf 440 Euro monatlich. Mehr zu Ausbildung, Ausbildungsunterlagen, Copytest und den beteiligten Agenturen bei www.kreativkader.de

der Schluss

„In diesem Jahr schickte Baden-Württemberg als einziges Bundesland eine Delegation aus der heimischen Kreativwirtschaft zum Werbefestival nach Cannes.“

Frauke Schobelt von W&V Werben und Verkaufen über die BW Lions, s. a. der Freiraum

Impressum

**Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart GmbH (WRS)
mit der MedienInitiative
Region Stuttgart**

**Friedrichstraße 10, 70174 Stuttgart
Telefon 0711-2 28 35-16
Telefax 0711-2 28 35-55**

**Geschäftsführer Dr. Walter Rogg
Verantwortlich
Bettina Klett und Christoph Ronge
Geschäftsbereich Kreativwirtschaft**

**in-medias-res@region-stuttgart.de
kreativ.region-stuttgart.de**

17. Jahrgang



**Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart**