

2016 – die Dritte

die Kreativregion Stuttgart

in medias res

das Thema: PR und Werbung

„Cross Culture“, das Forum für Markenführung und Kommunikation des Design Center Baden-Württemberg, konzentriert sich auf die Betrachtung der Chancen und Herausforderungen internationaler Märkte. Weltweit agierende Unternehmen berichten am 18. März von ihren Erfahrungen mit kulturellen Werten und von Kooperationsmöglichkeiten.

Marketing- und Kommunikationsdienstleister aus der Region Stuttgart liefern die nötige Kompetenz, sich auf dem internationalen Parkett zu behaupten. So unterstützt die Agentur Sympra den Maschinen- und Anlagenbauer Dürr bei der Fachpressearbeit in zehn Ländern. Eine internationale Markenbetreuung liefern die Querdenker von Stadler und Partner aus Kirchheim unter Teck. Diese entwickelten für die Firma Trumpf eine internationale und crossmediale Produktkampagne.

Eine passende Repräsentation auf der ganzen Welt wird auch in Weil der Stadt geplant. Keck inszeniert Messeauftritte international. Zum Beispiel für den



Dettinger Automobilzulieferer Elring-Klinger in Shanghai oder für Brückner Maschinenbau in Neu-Delhi. Die Analyse der jeweiligen Märkte sowie die Beachtung kultureller Besonderheiten stehen im Fokus. Doch auch innerhalb der Region gilt es, für kulturelle Vielfalt zu sensibilisieren. Dies zeigt die aktuelle Kampagne von Jung Kommunikation für das Ministerium für Integration in Baden-Württemberg. Unter dem Slogan „Vielfalt im öffentlichen Dienst“ wird integratives und interkulturelles Personalmarketing betrieben.

Peter Frey
Festivalleitung,
Intendant
Spotlight
Internationales
Werbefestival
GmbH



die Frage: Gibt es ein Überleben im Werbefilmschungel?

„Vor wenigen Jahren gab Youtube bekannt, dass täglich vier Milliarden Videos gestreamt werden. Die FAZ meldet, dass aktuell pro Minute 72 Stunden Videomaterial hochgeladen wird. Hinzu kommen kommerzielle Bewegtbilder in sozialen Kanälen, Websites, TV, Kino und auf Veranstaltungen. Jeder weiß: Bewegtbild bewegt mehr als 1.000 Worte. Für Kreative, Auftraggeber und Marketingverantwortliche ist eine höhere Reichweite von Filmen unverzichtbar geworden. Neben dem richtigen Zeitpunkt, der richtigen Zielgruppe und dem richtigen Medium gibt es aber auch heute nur eine Möglichkeit, den Kopf über dem Werbefilm-Tsunami zu halten: Qualität. Neben professioneller Umsetzung geht es dabei vor allem darum, womit man die Aufmerksamkeit des kritischen Betrachters gewinnen kann: Mit einer witzigen Story, einem

aufwühlenden Appell, einer außergewöhnlichen Bildbotschaft – auf jeden Fall mit Emotionen. Wer hier vorbei produziert, dem gähnt das Publikum gnadenlos ins Gesicht.

Orientierungshilfe ist also gefragt. Und genau die gibt es bei Spotlight. Denn es ist allein die Qualität, die sich im harten Wettbewerb des Festivals durchsetzt. Das „Handelsblatt“, die Fachzeitschriften „Werben & Verkaufen“ und „Horizont“ setzen hohe Anforderungen an das deutsche Kreativranking der weltweit wichtigsten Kreativwettbewerbe. Wer hier punktet, gehört zu den Besten der Besten. Wirtschaft, Filmproduzenten, Studenten und nicht zuletzt die eigenen Mitarbeiter können sich somit einen Überblick verschaffen, wer und was kreativ ganz oben schwimmt. Spotlight, das Festival für Bewegtbildkommunikation, gehört seit Jahren dazu.

Mehrwert bietet einerseits das Spotlight Forum mit spannenden Vorträgen und Cases, von der Ideenfindung bis hin zur Strategie. Eine hochkarätige Fachjury vergibt andererseits die Awards für Werbeprofis und Studenten in den Kategorien „TV & Kino“, „Web & Mobile“, „Trailer/Teaser/Trenner“ und „Animated Com“. Und einmalig in der Branche ist das Publikumsvoting, live und parallel zur Fachjury. In den vergangenen Jahren gab es hier mehrfach auch Doppelauszeichnungen von Fach- und Publikumsjury. Das ist der Ritterschlag für Kreative und Produzenten der Bewegtbildkommunikation im deutschsprachigen Raum.“

Spotlight

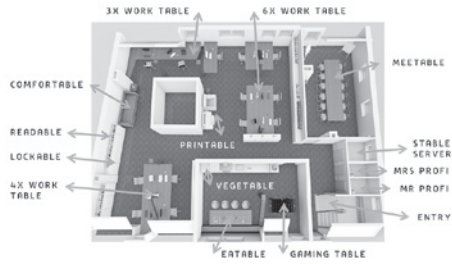
19. Festival für Bewegtbildkommunikation

30. April, 11 bis 14 h Spotlight Forum

19 bis 23 h Spotlight Publikumsabstimmung und

Award-Show, www.spotlight-festival.de

der Raum



Das Konzept Coworking verspricht einen Arbeitsplatz in einem Gemeinschaftsbüro, die zugehörige Infrastruktur und die Möglichkeit, außerhalb des Heimarbeitsplatzes Kontakte zu knüpfen. Der **Coworking Space „Profitable“** bietet für 370 Euro monatlich einen festen Arbeitsplatz mit hochwertiger Ausstattung. Die Gesamtfläche des Gemeinschaftsbüros umfasst 230 m² inkl. Küche, Relaxecke und die vergünstigste Nutzung von Seminarräumen. Inbegriffen sind ebenfalls Internet-Flatrate sowie die Druckernutzung. Der Raum befindet sich in der Epplestraße 5a in **Stuttgart-Degerloch** und in direkter Nähe von öffentlichen Verkehrsmitteln sowie der Bundesstraße. Das Projekt richtet sich vorrangig an Freiberufler oder Start-ups. Dominik Schleicher, dominik@coworking-profitable.de, www.coworking-profitable.de

der Termin

6. bis 27. März 2016

„Einerseits-Andererseits“
Künstler-innen aus Kirchheim unter Teck stellen aus
www.kultur-am-kelterberg.de
der Ort: Kelterberg 5, Stuttgart

8. März 2016, um 19 h

„Es geht ums Prinzip“
Gestalter Christard Landgraf spricht über Design und Nachhaltigkeit
www.agd.de, Regionalgruppe Stuttgart
der Ort: Forum 3, Gymnasiumstraße 21, Stuttgart

11. bis 13. März 2016

„Blickfang“
Kuratiertes Design-Shopping
www.blickfang.com, 12 bzw. 18 €
der Ort: Kultur- und Kongresszentrum Liederhalle, Berliner Platz 1-3, Stuttgart

13. März 2016

Landtagswahl Baden-Württemberg

14. März 2016, um 19 h

Branchen-Jour-Fixe der MFG
Filmförderung
www.film.mfg.de
der Ort: Theater Rampe, Filderstraße 47, Stuttgart

14. bis 21. März 2016

Bachwoche Stuttgart
www.bachakademie.de
der Ort: verschiedene in Stuttgart

14. März bis 8. April 2016

„Bundespreis Ecodesign“
Wanderausstellung
www.bundespreis-ecodesign.de
der Ort: MIK, Eberhardstraße 1, Ludwigsburg

16. März 2016, um 19:30 h

„Sara Dahme trifft...“
Matthias Straub in der Kunstsammlung Fröhlich
www.sammlung-froehlich.de
der Ort: Kohlhammerstraße 20, Leinfelden-Echterdingen

16. März 2016, um 19:30 h

Medienforum Göppingen
www.medienforum-gp.de
der Ort: Staufers, Stuttgarter Straße 67, Göppingen

18. März 2016, von 11 bis 17 h

„Cross Culture“
www.design-center.de, 40 bzw. 90 €, s. das Thema
der Ort: Haus der Wirtschaft, Willi-Bleicher-Straße 19, Stuttgart

bis 28. März 2016

„Proposition – P oposition“
Foto- und Videoausstellung
der Stuttgarter Künstlerin Lisa Biedlingmaier
www.kornhausgaleriekirchheim.wordpress.com
der Ort: Städtische Galerie Kornhaus, Max-Eyth-Straße 19, Kirchheim unter Teck

2. April 2016

„Lange Nacht der Museen“
www.lange-nacht.de
der Ort: verschiedene in Stuttgart

der Tipp

Liganova stellt den **Inspiration Guide Stuttgart** vor. Subjektive Insider Tipps zu den Themen Essen, Feiern, Einkaufen, eine eigens entworfene Stadtkarte und kurze Beschreibungen spannender Plätze oder architektonisch Sehenswerter ermöglichen neue Entdeckungen. 9 Euro, www.liganova.com



In **Autos, Dübel, Teddybären. Das Wirtschaftssammelsurium Baden-Württemberg** sammelt Astrid Schlupp-Melchinger Geschichten über Wissenswerte aus Wirtschaft und Industrie der letzten 200 Jahre. Produkte, Persönlichkeiten und Ideen aus Baden-Württemberg werden humorvoll und fundiert präsentiert. 19 Euro, www.suedverlag.de



der Freiraum Content Marketing

Digitales Influencer Marketing hilft, wertvolle Leads zu generieren. Die Stuttgarter Werbeagentur Leonhardt und Kern bietet daher ihren Kunden mit der Plattform T5 Kontakte und Kooperationsmöglichkeiten mit 5.000 Bloggern und Influencern der führenden sozialen Medien.

Strichpunkt, Stuttgart, hat für Audi eine Cross-media-Kampagne für die Köpfe und die Herzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entworfen. Prominente Rennfahrer stellen in Kurzfilmen, Print- und Onlinemedien sowie auf Events die Compliance-Philosophie von Audi auf der Basis ihrer eigenen Verhaltensweisen vor. Sie vermitteln die Botschaft: „Ein Rennen kann nur gemeinsam gewonnen werden.“

Rund 30.000 neue Fans auf Facebook, eine Steigerung der Gesamtreichweite von 360.000 auf über 14 Mio. innerhalb eines Jahres – das ist die Social-Media-Bilanz 2015 der Agentur Jousen Karliczek für den Kunden Oettinger Brauerei. Laut Agentur nimmt der Bierproduzent im Facebook-Ranking der deutschen Biermarken mittlerweile den ersten Platz ein. Die Fanstruktur habe sich positiv verändert und die Beteiligung mit Kommentaren, Likes und Shares sei überdurchschnittlich hoch. Weitere Social Media-Kanäle wie Instagram, Twitter, Youtube ergänzen das Konzept.

Mit Standorten in Berlin, München, Stuttgart (ehemals Kircher-Burkhardt Stuttgart), Hamburg, Zürich und London und knapp 60 Mio. Euro Gesamtumsatz ist C3 eine der größten Digitalagenturen im deutschsprachigen Raum mit dem Fokus auf Content. Für Porsche hat C3 eine als Bester Online Newsroom Deutschlands ausgezeichnete Plattform entwickelt. Nicht nur Journalisten und Blogger haben eine zentrale Anlaufstelle für die Web-Recherche, auch Porsche-Fans finden hier alles rund um die Marke Porsche.

Philipp Poisels Schnurrbart-Maker der Agentur Fixtreme aus Ludwigsburg war mit über 850.000 Meldungsimpessionen und mehr als 8.000 Installationen ein voller Erfolg. Die spielerische App lockte unzählige Facebook-Nutzer. Das Team der ebenfalls in Stuttgart ansässigen Agentur Tobesocial verfügt über jahrelange Erfahrungen im Social Media Marketing. Auch Tobesocial unterhält einen Blog, in dem sie interessierten Kunden einen echten Mehrwert bieten und den Einstieg in das Thema erleichtern. Die Kundenliste reicht von Unternehmen wie Festo, Seitenbacher, Müller über Hochschulen, Städte und Regionen.

die Aktiven

Das Göppinger Unternehmen **Creative Gestaltung** konzipiert und realisiert Messestände für den Hersteller von Aquarien Eheim, Deizisau, und Lapp Kabel. www.creative-gestaltung.de

Die Crew hat für die Dienstfahrradlösung lease-a-bike von Derby Cycle einen Gesamtauftritt entworfen. www.diecrew.de



Echolot übernimmt gemeinsam mit den Art Directors von **Minister von Hammerstein** die Marketing- und Kommunikationsstrategie des Traditionsbackhauses Zoller aus Esslingen. www.echolot.de, www.mvonh.de

Spirituosenhersteller Beam Suntory Deutschland holt **Fischer Appelt** für den gesamten kommunikatorischen Lead an Bord. www.fischerappelt.de

Achim Menges und **Jan Knippers** überdachen den Innenhof des Victoria & Albert Museum in London und zeigen mit der temporären Installation „Elytra Filament Pavilion“ den aktuellsten Stand der Bautechnik.

Liganovas Managing Director **Marc Schumacher** moderiert das Expert Panel über den Wandel des Retail Business auf dem World Retail Congress 2016 in Dubai. www.liganova.com



Das musikalische Poetry Slam-Duo **Lumpenpack** geht mit Gitarre auf Tour und erhält den Förderpreis der Kleinkunst Baden-Württemberg 2016. www.daslumpenpack.wordpress.com

PAM Network Studios aus Nürtingen hat für die Heller Maschine Tools einen realen Imagefilm produziert und verzichtet dabei auf jegliche Computeranimation. www.pam-network.de

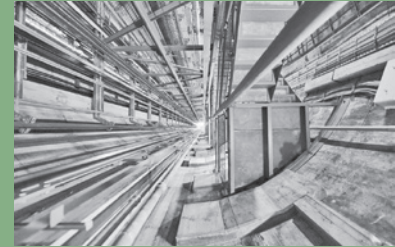
Eberhard Sauer gehört zu den 200 besten Werbefotografen weltweit. Das Lürzer's Archiv wählte ihn wegen seiner Kalenderkonzeption für Mann+Hummel aus. www.eberhardsauer.com

Daniel Vulcano aus Ludwigsburg liefert die Filmmusik für den Schwabenkrimi „Trash Detective“. www.daniel-vulcano.de



WRS-Kreativwirtschaft

Die Partner der **MedienInitiative Region Stuttgart** erfahren mehr über folgende und andere Projekte. Sie werden von der Landesanstalt für Kommunikation (LfK) zur Verleihung des **LfK-Medienpreises** am 2. Mai eingeladen. Und sie gehen zum Werbefilmfestival Spotlight am 30. April.



Zum vierten Mal wurde der **Bundespreis Ecodesign** vom Bundesumweltministerium und dem Umweltbundesamt verliehen. Die prämierten Exponate sind ein Beleg für Design mit Anspruch, in ökologischer und produktbezogener Hinsicht. Die Stadt **Ludwigsburg** mit dem Innovationsnetzwerk **Living Lab** entwickelt gemeinsam mit Partnern aus der Wirtschaft nachhaltige Mobilitäts- und Energieversorgungskonzepte der Zukunft. Die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH unterstützt die Initiativen der Unternehmen aus der Region, nachhaltige und ästhetisch hervorragende Produkte einzuführen. Zu den Preisträgern aus Baden-Württemberg gehören die Engel GmbH mit ihrer Sportbekleidung aus Naturfasern, sowie CoremanNet, eine Service-lösung für Rücklauflogistik von Altteilen. Alle Produkte oder Konzepte der Preisträger werden bei einer Wanderausstellung präsentiert. Beginn dieser Ausstellung ist der 14. März um 19 h im Museum Information Kunst Ludwigsburg.

Von der Aussichtsebene des endlich wieder offenen Stuttgarter **Fernsehturm**, dem bekanntesten Wahrzeichen der Region Stuttgart, gibt es die prächtige Sicht auf die Umgebung. Die technische Entwicklung bietet heute mehr Möglichkeiten als die bloße Aussicht vom Turm. Über **mobile Endgeräte** können Zusatzinformationen zu baulichen wie landschaftlichen Objekten, Projekten, Unternehmen und Sehenswürdigkeiten in das Blickfeld des Betrachters eingebunden werden. Reale Objekte und computergenerierte Darstellungen stehen dabei exakt dreidimensional zueinander in Bezug. Für die Tourismus- und die Wirtschaftsförderung wie auch für den SWR ergeben sich damit völlig neue Möglichkeiten der Standortpräsentation und der Vermittlung thematischer Informationsangebote an vielfältige Zielgruppen. Aktuell kommt insbesondere der Visualisierung von Infrastruktur- und Architekturprojekten eine besondere Bedeutung zu. Daran arbeiten wir.

kreativ.region-stuttgart.de

Film Commission Region Stuttgart

In der Film Commission steht ein Wechsel bevor: **Christian Dosch** wird die Leitung Ende Juni abgeben. Sieben Jahre lang hat er hier spannende Entwicklungen ins Rollen gebracht. Neben Aktionen wie Location-Touren, Montagsseminaren und Werkstattgesprächen hat er sich für Initiativen stark gemacht, die die Filmwirtschaft branchenübergreifend vernetzen. So ist dank seiner Koordination die Initiative für ein neues Film- und Medienhaus in Stuttgart entstanden. Ebenso die Delegationsreise „BW Lions“ zum Cannes Lions International Festival of Creativity. Die **Leitungsstelle der Film Commission** wird neu besetzt.

Im Montagsseminar am 21. März geht es um ein hochaktuelles Thema: **Storytelling für Virtual Reality**. Im neuartigen 360-Grad-Format muss man auch in Sachen Erzählmethoden andere Wege gehen als im bisher üblichen Filmplot. Der Referent Alexander Herrmann gibt einen Überblick zum Stand der Dinge, berichtet von Erfahrungen bei der Produktion und klärt über die damit verbundenen technischen und inhaltlichen Herausforderungen auf. Ab 18 h in den Räumen der Film Commission, Anmeldung unter film@region-stuttgart.de

film.region-stuttgart.de

Popbüro Region Stuttgart

Der größte internationale Auftritt der deutschen Kultur- und Kreativbranche geht zum 30. Jubiläum von **South by Southwest** (SXSW) in die siebte Runde. Deutschland stellt mit 700 Delegierten aus der digitalen Kreativ-, der Musik- und Filmbranche hinter Kanada und Großbritannien die drittgrößte internationale Delegation in Austin/Texas. Mit jeweils über 30.000 Fachteilnehmern aus 80 Ländern zählen SXSW Music und SXSW Interactive zu den weltweit wichtigsten Veranstaltungen ihrer Branchen. Im Rahmen einer Delegationsreise, die federführend von Baden-Württemberg International (BW-I), der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MFG) und dem Popbüro Region Stuttgart organisiert wird, repräsentieren unter anderem die Appealing GmbH, HearDis! Corporate Sound, Focusion, Smoope GmbH, MyCouchbox und abc DJ die Region Stuttgart vor Ort. Unterstützt von der Stuttgarter Band Eau Rouge und mit Highlights im Konferenzprogramm, wie einem 60-minütigen Talk des Zukunftsforschers Alexander Mankowsky, Daimler AG, zu „The Future Way of Interaction between Automation and Human“, ist die Region auf der SXSW bestens aufgestellt.

popbuero.region-stuttgart.de

die Anderen

Die Computerspielmesse **Gamescom** lädt zum „Next Level of Entertainment“ in Köln ein. Die Gamescom gilt als die führende europäische Branchenplattform. Zum 4. Mal organisiert die MFG Medien- und Filmgesellschaft den **Gemeinschaftsstand Baden-Württemberg** in der Business Area der Messe. Games-Unternehmen können sich einem internationalen Fachpublikum präsentieren. Anmelden bis 1. April, www.innovation.mfg.de



gamescom, 2015

Seit 1954 besteht der **Marketing Club Region Stuttgart e.V.** und ist einer der ältesten und größten in Deutschland. Branchenübergreifender Erfahrungsaustausch, Fachforen und berufliche Weiterbildung bilden den Kern der Clubkompetenz. Im 1. Halbjahr 2016 bietet das Programm Themen wie „Realtimemarketing“ und „Crossmediales Dialogmarketing“ oder Erfolgsgeschichten von der Wortuhr Clocktwo oder von Kessler Sekt. www.marketing-club-stuttgart.de

der Schluss

„Die vielfältigen Themen der kulturellen Projekte schlagen regionale Funken.“

Thomas S. Bopp, Vorsitzender des Verband Region Stuttgart, zum Lichtkunstfestival „Aufstiege“ der Kulturregion Stuttgart vom 16. September bis 9. Oktober in 27 Kommunen. www.kulturregion-stuttgart.de

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 Niclas Ciziroglou
Geschäftsbereich Kreativwirtschaft**

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

18. Jahrgang



**Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart**