

2014 – die Dritte

die KreativRegion Stuttgart

in medias res

das Thema: Werbung und PR

„Und die Werbeagenturen? Hängen zwischen Baum und Borke. Auch ihr Markt ist umkämpft, die goldenen Zeiten sind längst vorbei – und ihr Kunde ist von der Vielfalt der Möglichkeiten so verunsichert, dass er am liebsten Nummer sicher bucht: Aufmerksamkeit zum Festpreis, am besten einklagbar.“

Chefredakteurin Gabriele Fischer findet in der Februarausgabe des Wirtschaftsmagazins Brand Eins deutliche Worte für die Herausforderungen, vor denen die Werbe- und PR-Branche in Deutschland steht. Zwischen Baum und Borke sah sich auch Steffen K. Schulik-Feddersen beim Neustart von Fischer Appelt im Stuttgarter Osten vor fünf Jahren. Seit dem Umzug ins alte Arbeitsamt spürt die von ihm und Mirco Völker geführte Agentur aber den Aufwind im neu gestalteten Kreativareal am Stöckach. Mit einem multidisziplinären Ansatz schuf man damals Blueprints für Themen, an denen heute kein Professioneller mehr vorbei kommt. In die Neckarstraße folgten wenig später auch Achim Jäger,

Mark Wilms und Peter Waibel mit Jung von Matt/Neckar, deren Erfolgsmodell integriertes Arbeiten und integrierte Kampagnen sind.

Herausforderungen für die Werbe- und PR-Branche sind aber auch der Umgang mit Publishing 2.0 – ein Feld, auf dem die Stuttgarter Motor Presse sich erfolgreich tummelt – und der Einsatz von Apps. Hier ist die Region Stuttgart prominent vertreten durch Agenturen wie Feedback Media Design mit den Geschäftsführern Ralf Greiner und Hans Weidhofer oder Carsten Skalas Visia mit ihren Arbeiten für so unterschiedliche Auftraggeber wie Siemens oder die Wilhelma.



Foto: Motor Presse Stuttgart

Prof. Dr. Oliver Zöllner
 Institut für
 Digitale Ethik (IDE)
 Hochschule der
 Medien Stuttgart

Foto: Max Mokry/HdM Stuttgart



die Frage: Wie hält es die Online-PR mit der Ethik?

„Als Internetnutzer hat man oft ein mulmiges Gefühl: Liest sich ein Artikel über Firma X oder Produkt Y auf einem der vielen Newsportale nicht ein bisschen zu positiv? Oft werden in (scheinbar) redaktionellen Beiträgen auch Horrorszenarien entwickelt, die dann nur etwa durch den Abschluss einer Versicherung – natürlich möglichst sofort! – etwas von ihrem Schrecken verlieren. Ein Schelm, wer Böses dabei denkt: zum Beispiel an eine Grenzverletzung zwischen Journalismus und Public Relations (PR). Hat ersterer zuvörderst den Auftrag, neutral und tatsachenorientiert von Ereignissen zu berichten, darf PR interessegeleitet handeln, um Zielgruppen anzusprechen und Öffentlichkeit herzustellen.“

Die ethischen Leitlinien beider publizistischer Professionen sehen vor, dass Quellen offengelegt werden sollen, damit Mediennutzer die präsentierten Botschaften einschätzen können. Dies ist gewissermaßen Standesehre: Bindende Gesetzeskraft hat die berufliche Ethik nicht.

Und so finden sich denn beileibe nicht nur im Internet, sondern in vielen Medien in zunehmendem Maße diverse publizistische Hybridformen: ‚Content-Anzeigen‘, ‚Advertorials‘ oder gesponserte ‚Specials‘, die mal als solche gekennzeichnet sind, mal aber auch nicht – oder jedenfalls für den flüchtigen Betrachter nicht ohne Weiteres als bezahlte platzierte Inhalte zu erkennen sind. Und viele PR-Agenturen haben als einträgliches Geschäftsmodell längst das Verfassen von Beiträgen, ‚Gastkolumnen‘, entdeckt, die sich perfekt wie journalistisch recherchierte Artikel lesen oder anhören, aber schlichtweg verdeckt Werbung für ein bestimmtes Angebot machen. Da insbesondere viele Online-Plattformen verlegen um günstigen Content sind, wäscht hier eine Hand die andere. Getarnte PR-Botschaften und camouflierte Werbung, gut lesbar in eine vorgeblich journalistische Form gebracht, sind ein Brot-und-Butter-Geschäft des medialen Alltags: So mancher Blog ist nichts als ein verdecktes PR-Medium, kann sich aber in den Social Media aufgrund seiner glaubwürdigen Anmutung vieler ‚Likes‘ und ‚Follower‘ beinahe sicher sein. Aufklärung und Transparenz sind in diesem Zusammenhang wichtig. Medienethik sollte bereits in der Schule gelehrt werden.“

www.hdm-stuttgart.de, www.digitale-ethik.de

der Raum



Als „Baden-Württembergs größtes Medienareal“ bietet das **Römerkastell in Stuttgart** zahlreichen Unternehmen der Kreativwirtschaft und seinen Bewohnern optimale Lebens- und Arbeitsbedingungen. Mit der Entwicklung hin zum Stadtteilzentrum werden bald Ladengeschäfte, weitere Flächen für Büros, Gastronomie und Dienstleistungen sowie ein Boardinghouse die historischen Gemäuer mit noch mehr Leben füllen und die Nahversorgung optimieren. In der ehemaligen Dragonerkaserne ist nun die frühere Reithalle zu vermieten: Bei einer Größe von 650 m² und einer Deckenhöhe von 5,70 m verfügt der stützenlose Raum über einen barrierefreien Haupteingang mit elektrischen Türen, große Fensterflächen und Fliesenböden. Nebenräume mit insgesamt 115 m² runden die Mieteneinheit, die sich besonders als Ausstellungsfläche oder Großraumbüro eignet, ab. MKM Römerkastell, Simone Merkle, merkle@roemerkastell-stuttgart.com

der Termin

bis 6. März 2014

Ausstellung der Preisträger des Bundespreises Ecodesign
www.bundespreis-ecodesign.de
der Ort: Kulturzentrum, Wilhelmstraße 9/1, Ludwigsburg

13. März 2014, um 10 h

Cross Culture Branding Design und Markenkommunikation für internationale Märkte
www.design-center.de,
90 bzw. 40 €
der Ort: Haus der Wirtschaft, Willi-Bleicher-Straße 19, Stuttgart

14. bis 16. März 2014

„Blickfang“
Internationale Designmesse
www.blickfang.com,
12 bzw. 8 € €
der Ort: Liederhalle, Berliner Platz 1-3, Stuttgart

15. März 2014, 19 bis 2 h

Lange Nacht der Museen
Bustour zu Kunst, Kultur und Partys
www.lange-nacht.de, 17 €
der Ort: verschiedene in Stuttgart

18. März 2014, um 20 h

„Energiewende. Herausforderungen, Risiken und Chancen“ mit Energieexperte Frithjof Staiß mit dem Architekturforum Baden-Württemberg
www.literaturhaus.de
der Ort: Literaturhaus, Breitscheidstraße 4, Stuttgart

20. März 2014, 9 bis 18:15 h

3. Fachkongress Composite Simulation
www.composite-simulation.de,
155 bzw. 95 € zzgl. MWSt
der Ort: Virtual Dimension Center, Auberlenstraße 13, Fellbach

20. März 2014, um 18 h

Taschenlampenführung durch die Dauerausstellung „Gute Nacht. Von Sonnenuntergang bis Sonnenaufgang“
www.museen-esslingen.de
der Ort: Stadtmuseum im Gelben Haus, Hafemarkt 7, Esslingen

23. März 2014, um 17 h

„Immer in Herzrichtung“
Ulrike Möller und Anja Rambow als „Grenzgänger“ auf den Spuren von Nelly Sachs und Hilde Domin
www.kulturforum-schorndorf.de
der Ort: Galerien für Kunst und Technik, Arnoldstraße 1, Schorndorf

28. März bis 6. April 2014

22. Stuttgarter Kabarettfestival
stuttgarterkabarettfestival.com
der Ort: Renitenztheater, Rosenau, Merlin, Theaterhaus und Laboratorium, Stuttgart

bis 4. Mai 2014

„Irgendetwas im Raum entzieht sich unseren Versuchen des Überfliegens“
Ausstellung des Württembergischen Kunstvereins Stuttgart
www.wkv-stuttgart.de
der Ort: Württembergischer Kunstverein, Schlossplatz 2, Stuttgart

der Tipp

Über erfolgreiche Strategien und Werbekonzepte berichtet das gerade erschienene **ADC Jahrbuch der Werbung 2013**,
www.adc.de oder
www.avedition.de



Foto: Sven Scholz, Stuttgart

Am 13. März veranstaltet der **Kommunikationsverband Club Stuttgart** mit der Konradin Mediengruppe von 15:30 bis 17:30 h im Haus der Wirtschaft das Forum **B2B-Mediaplanung**. Silke Gress von Pilot Stuttgart, Angelika Hörmann, Konradin Industrie, Jürgen Mugrauer, Gutekunst Federn, und Jens Stolze von Creative360 diskutieren ihre Lösungsansätze zu Fragen wie „Was kann Mediaplanung heute leisten?“, „Welche Kompetenzen, Organisationsformen und Abläufe braucht die moderne Mediaplanung?“. Von 18 bis 21 h diskutieren Sabine und Simon Grebe, Grebe Consciousness Training, und Anika Striffler von RTS Rieger Team über **Emotion in der B2B-Kommunikation**. Anmeldung erforderlich, stuttgart@kommunikationsverband.de



der Freiraum: Internationale Public Relations

Eine mehrsprachige Homepage, Messen und Veranstaltungen in anderen Ländern oder die Platzierung von Beiträgen in ausländischen Medien gehören im Zeitalter der Globalisierung zu den Standardaufgaben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Um Synergieeffekte zu nutzen und zielgerichtet agieren zu können, braucht es neben einem qualifizierten internationalen Team auch weitreichende Marktkenntnisse, beispielsweise in Hinblick auf Zielmedien oder Zielgruppenverhalten.

Langjährige Erfahrung auf diesem Gebiet hat Sympra. Veit Mathauer, Geschäftsführer der Stuttgarter PR-Agentur, ist seit acht Jahren Mitglied des Führungsgremiums des internationalen Agentur-

verbunds Public Relations Network PRN, seit Februar Chairman of the Board. Mit der Kompetenz und Erfahrung von qualifizierten Partnern auf der ganzen Welt bietet das Netzwerk die Umsetzung internationaler PR-Kampagnen an. Dabei legen Standards und Richtlinien fest, wie Projekte strategisch angegangen und Kunden betreut werden. 2013 koordinierte Sympra als Leadagentur die weltweite Kommunikation rund um den Empowering People Award der Siemens-Stiftung. Von Kolumbien, Venezuela und Brasilien über die USA und UK, Südafrika und Indien bis nach Australien arbeitete das Agenturnetzwerk zusammen. Radiobeiträge in Peru und Presseinformationen auf Hindi sind nur zwei Beispiele für die zahlreichen länderspezifischen Maßnahmen, www.sympra.de.

Internationale PR ist zeit-, kosten- und ressourcenaufwändig. Der dezentrale Ansatz, den Sympra mit dem internationalen Agenturverbund verfolgt, eignet sich insbesondere für große Unternehmen, die Unterstützung bei konstanter und hochfrequentierter PR suchen. Kleine und mittelständische Unternehmen finden zentral organisierte Unterstützung bei Oha Communication. Oliver Frederik Hahr, Director of Consulting and Public Relations, ist die treibende Kraft hinter der internationalen Ausrichtung der Agentur. Aktuell arbeitet sie für die Firma Ensinger aus Nufringen, einem Hersteller von Compounds, Halbzeugen, Fertigteilen, kompletten Baugruppen und Präzisionsprofilen aus Hochleistungskunststoffen. Oha Communication koordiniert die PR für Frankreich, organisiert Pressegespräche, veröffentlicht Presseinformationen und übernimmt die internationale Medienarbeit, www.oha-communication.com.

die Aktiven

Getreu dem Motto „Wer Weizen will, will Wulle Weizen“ fiebern **Ansel und Möllers** der regionalen Markteinführung aus dem Hause Dinkelacker-Schwaben Bräu im März entgegen. www.anselmoellers.de



Bei den Annie Awards in Los Angeles wurde der am Institut für Animation in Ludwigsburg entstandene Film „Wedding Cake“ von **Viola Baier** als „Best Student Film“ ausgezeichnet. www.animationsinstitut.de

Peter Evers, Drehbuchautor aus Waiblingen, ist mit „G‘stätten“ Gewinner des von der MFG bereits zum 16. Mal vergebenen Thomas-Strittmaier-Preises. www.film.mfg.de



Foto: Bild der Wissenschaft

In der Jubiläumsausgabe von „Bild der Wissenschaft“ der **Konradin Mediengruppe** aus Leinfelden-Echterdingen präsentiert Chefredakteur **Wolfgang Hess** 50 Jahre Forschung und Technik. www.wissenschaft.de

Im Auftrag der Schorndorfer Agentur **Joussen Karliczek** entwarf **Marco Flaig** von **Phoenix Design** den Pokal für die Aktion „Stuttgarter des Jahres“. www.stuttgarter-des-jahres.de

Mit Unterstützung von **Soldan Kommunikation** haben Studenten der **Hochschule der Medien** einen Bildband über den Jazzclub Bix erstellt. www.hdm-stuttgart.de/drucktechnik



Mit „Zeit“, ihrem Beitrag zum Gregor International Calendar Award 2014, haben **Kai Loges** und **Andreas Langen** von der Arge Lola den Preis für den besten Fotokalender und einen Preis in Silber gewonnen. www.dieargelola.de

Rolf Miess aus Rommelshausen bezieht mit seiner Geweih-Manufaktur neue Räume in der Chalet-Chic-Residenz, wo er Tierschädel aller Art veredelt. www.geweih-manufaktur.de

„Mein Ländle“, in Altenriet von **Wulf Wager** verlegtes Magazin über „die schönsten Seiten Baden-Württembergs“, steigert die Auflage auf 56.000 Exemplare. www.mein-laendle.de

WRS-Kreativwirtschaft

Sonderbehandlung für Partner der Medieninitiative Region Stuttgart beim Bildrechte-Workshop von Pirecon am 6. März in Stuttgart, www.pirecon.de

Die Xing-Gruppe Stuttgart BC präsentiert mit Film Commission Region Stuttgart und WRS die neue Workshopreihe Stuttgart BC Creative. Geschäftsführer, Marketingleiter und Kreative entwickeln gemeinsam Kommunikations- und Medienlösungen. Der erste Workshop zu Musik und Sounddesign für Unternehmen findet am 25. März bei Klangerfinder in Stuttgart statt. Anmeldung unter <http://bit.ly/1ZupZe>, 15,50 €

„Innovationen in der Medienbranche. Wohin geht die Reise?“ ist das Thema beim Medien-Meeting Landkreis Esslingen am 7. April, 18:30 h, am Flughafen Stuttgart. Vier ausgewählte Projektbeispiele von RTS Rieger Team und Festo oder Medienfabrik Storz zusammen mit dem Kunden Weber Mehrkomponententechnik zeigen exemplarisch verschiedene Trends der Medienbranche und zeugen von der Vielfalt der Angebote, die Medienunternehmen im Landkreis Esslingen bieten. Anmeldung unter www.landkreis-esslingen.de/medienmeeting

die Chance

Im dritten Jahr läuft die Anschubfinanzierung für ein junges Festival aus, es hat aber für eine längerfristige Förderung oder große Sponsoren noch nicht die richtige Größe. Auch bei den **Dragon Days** vom 5. bis 7. Juni fehlt es an Geld für Marketing, Ausstattung und Dokumentation. Gerade in diesen für weiteres Wachstum wichtigen Bereichen können Sponsoren mit **Geld- oder Sachleistungen** helfen. Durch die Unterstützung von regionalen Medienunternehmen wurde 2013 mittels Schneideplotter das Festivaldesign auf Klebefolie und damit in die Stadt gebracht.

Gebraucht werden dieses Jahr Gestalter für eine fantastische Atmosphäre oder Filmteams, die die besten Momente des Festivals professionell für den Rest der Welt einfangen. Außerdem gibt es Raum für eine Prototypenpräsentation. Die Unterstützungsmöglichkeiten sind so vielfältig wie die Zielgruppen der Dragon Days: Literatur- und Fantastikbegeisterte, innovative Medienentwickler, neugierige Kulturbürger und junge Kreative. Neben dem Zielgruppenkontakt entsteht die Gewissheit, ein innovatives Event zu unterstützen. Festival-Kurator Tobias Wengert, wengert@dragon-days.de, www.dragon-days.de



Illustration: Felix Mertikat

Film Commission Region Stuttgart

Eine neue Adresse für Animationsfilm in der Region. Das Regiekollektiv Polynoid hat die Produktionsfirma **Woodblock** gegründet, www.woodblock.tv. Die Alumni der Filmakademie Baden-Württemberg haben sich in den vergangenen vier Jahren international ein starkes Portfolio aufgebaut, mit dem sie vor allem in der hiesigen Werbeindustrie überzeugen wollen. „Ludwigsburg ist für uns als Standort besonders attraktiv wegen der Nähe zur Filmakademie – wo wir ja selbst herkommen“, so einer der Gründer Csaba Letay. „Außerdem finden wir hier unter den Studenten und Absolventen sicher viele talentierte Mitarbeiter.“

Alles wird digitaler. Wie dadurch völlig neue erzählerische Dimensionen entstehen, wird Thema im Montagsseminar **Digitales Erzählen** am 24. März von 18 bis 21 h sein. Wie funktionieren Webserien, Games oder transmediale Storys? Und wie kann man die neu entstandenen Erzählweisen entwickeln? Der Drehbuchautor und Dozent Dennis Eick spricht sowohl über dramaturgische Tricks als auch veränderte wirtschaftliche Bedingungen, www.denniseick.de. Anmeldung unter film@region-stuttgart.de

film.region-stuttgart.de

Popbüro Region Stuttgart

In den **Seminaren** des Popbüro Region Stuttgart zum Thema Marketing und Selbstvermarktung gibt es jede Menge hilfreiche Tipps, wie Musiker und Musikschaaffende auf sich aufmerksam machen können. Schließlich ist eine erfolgreiche Marketing- und PR-Strategie das A und O. Damit auch die Inhalte rechtlich wie steuerlich einwandfrei sind, bietet das Popbüro weitere Seminare und Workshops zu Themen wie Vocal Coaching, Kennzeichenrecht, Gema, Tontechnik oder Digitalvertrieb an. Beginn des neuen Weiterbildungsprogramms ist der 10. März, wenn der Veranstaltungskaufmann **Amir Dzamastagic** zum Thema Konzertmanagement aus der Praxis berichtet. Die Montagsseminare finden immer in den Räumen des Popbüro im Römerkastell statt. Die Workshops bieten praktische Erfahrung direkt vor Ort, wie zum Beispiel in den **Bauer Studios** in Ludwigsburg oder im Stuttgarter **Club Zentral**. www.popbuero.de/seminare



popbuero.region-stuttgart.de

die Anderen



Der **Marketing-Club Region Stuttgart**, vor 60 Jahren gegründet, steht für branchenübergreifenden Erfahrungsaustausch, fachlichen Dialog und berufliche Weiterbildung. Entsprechend vielfältig ist sein Programm. Beim Clubabend am 6.3., 19 h, erfahren Mitglieder und Interessenten alles über das fünfte P im Marketing der Weinregion Rosswag. Am 12.3. geht es mit Marketing vor Ort auf die Waldau. Unter dem Titel „Stuttgarter Kickers. Wo Lachshäppchen noch Stadionwürste sind“ erklärt Markus Buchmann, bei UFA Sports verantwortlich für die Stuttgarter Kickers, das neue Konzept für Kooperationen und Werbung. Ein Vertreter der Kickers wird von Stadionneubau, Umzug und Ausweichspielstätte sowie Entwicklung des Vereins berichten. Patrick Schmidt, Liganova, zeigt am 20.3. an Beispielen, wie sich Design und Marketing vereinen, um ganzheitliche Käuferlebnisse zu schaffen. Hintergründe zu Produkt- und Marketingstrategie der neuen Mercedes-Benz LKW-Range gibt es am 27.3. von Alexander B. Willhardt, Mercedes-Benz Trucks. www.mc-region-stuttgart.de

der Schluss

„Die Einladung bestätigt unsere Ansicht, dass ‚Onkel Wanja‘ ein außerordentlicher Abend ist, auf den die ganze Stadt stolz sein kann.“

Intendant Armin Petras über die Einladung des Stuttgarter Schauspiels zum Berliner Theatertreffen. Stuttgarter Zeitung, 4. Februar 2014

Impressum

Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart GmbH (WRS)
mit der Medieninitiative
Region Stuttgart

Friedrichstraße 10
70174 Stuttgart
Telefon 0711-2 2835-16
Telefax 0711-2 2835-55

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

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

16. Jahrgang



Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart