

Stranger Things,

Deuschrap, Catan und

Co. – Wie die Region

Stuttgart Popkultur

beeinflusst

Let's talk about

POP

Zu Gast bei Heardis!

20 Jahre Pop-Büro

Region Stuttgart

Was ist eigentlich Popkultur?



Auch monatlich informiert bleiben? Hier geht's zum **Newsletter Abo:**



Den Rekorder **alle drei Monate zugeschickt** bekommen? Dann einfach QR-Code scannen und kostenfrei abonnieren:



IMPRESSUM

Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS)
Friedrichstraße 10
70174 Stuttgart
Telefon 0711 228 35-16
Telefax 0711 228 35-55

Geschäftsführer: Michael Kaiser
Redaktionsleitung: Leonard Negurita (ln),
Rike Kristen (rik),
Redaktion: Niclas Ciziroglou (ciz), Margit Wolf (mw),
Sarah Schuhbauer (schu)

Layout und Gestaltung dieser Ausgabe:
Baranek & Renger GmbH, Stuttgart
baranek-renger.de

Druck dieser Ausgabe:
Druckhaus Stil+Find, Leutenbach-Nellmersbach
stil-find.de

Geschäftsbereich Kreativwirtschaft
kreativ.region-stuttgart.de
LinkedIn Gruppe „KreativRegion Stuttgart“
Instagram @kreativregion_stuttgart

Ausgabe 3, September 2023, 2.500 Exemplare
Wir freuen uns über Meinungen, Ideen und Themenvorschläge an redaktion.kreativ@region-stuttgart.de

20 JAHRE

POP-BÜRO

REGION STUTTGART

2006: Der MARS – Music Award Region Stuttgart zeichnet erstmalig herausragende Leistungen von Künstler*innen und Musikunternehmen aus.

2007: PLAY LIVE coacht gemeinsam mit Partnerinstitutionen aus Baden-Württemberg Nachwuchsbands und Musiker*innen und bereitet sie auf das Live-Business vor.

2003: Die WRS gründet gemeinsam mit der Stuttgarter Jugendhausgesellschaft das Pop-Büro Region Stuttgart mit Paul Woog (re.) und Mini Schulz (li.) als Leiter.

2011: Das Pop-Büro Region Stuttgart sucht gemeinsam mit der WRS beim eCar-Sound-Wettbewerb „Wie klingt dein Elektroauto?“ nach funktionalen und ästhetischen Fahrzeugsounds.

2014: Das Bergkonzert lässt erstmalig regionale und überregionale Künstler*innen bei schöner Aussicht auftreten.

2012: Das MusikerBBQ bringt Veranstalter*innen, Presse und Musiker*innen beim Grillen zusammen.

2015: Gemeinsam mit Contain't e.V. setzt das Pop-Büro Region Stuttgart beim Containerkiez in Bad Cannstatt ein Zeichen gegen Ausländerfeindlichkeit.

2019: Die erste ABOUT POP bringt regionale Musikschafter zu einer Branchenkonferenz zusammen.

2020: Um das Bewusstsein für die Nachkulturszene zu stärken und die Clubszene zu unterstützen, wird Nils Runge erster Nachtmanager in der Region Stuttgart.

2020: Das Pop-Büro Region Stuttgart organisiert während der Corona Pandemie den Fonds United We Stream Stuttgart um der regionalen Veranstaltungsbranche zu helfen.

2021: Beim Stuttgarter Filmwinter wird das erste Mal der landesweite Musikvideopreis „Buggles Award“ verliehen.

2022: ● CLUB-72 präsentiert in Kooperation mit dem Kulturzentrum Merlin monatlich Newcomerbands aus der Region.

2023



Foto: Heiko Hering



Foto: Till Schüssler



Foto: Reiner Pfisterer



Foto: Ilkay Karakurt



© Pop-Büro Region Stuttgart



© istockphoto/RichVintage



2013: Zur Unterstützung der Stuttgarter Clubs und Livespielstätten wird das Clubkollektiv Stuttgart e.V. gegründet und veranstaltet den ersten Stuttgart Music Summit.

2023: Die ABOUT POP auf dem Wizemann Areal hat sich zum Hybrid aus Musikfestival und Convention weiterentwickelt und präsentiert jährlich regionale, nationale sowie internationale Acts.

Let's talk about Pop

Stranger Things,

Deutschrap,

Catan und Co.

Wie die Region Stuttgart

Popkultur beeinflusst

Wer Stranger Things gesehen hat, wird beim Stichwort „Molotowcocktail“ direkt das Finale der vierten Staffel im Kopf haben. Bei „Easy“ über „Was du Liebe nennst“ bis hin zu „Mit freundlichen Grüßen“ sind Ohrwürmer vorprogrammiert. Und wenn von zähen Verhandlungen um Lehm, Erz, Wolle, Holz und Getreide die Rede ist, denken wir alle an das gleiche Brettspiel. Was die Wenigsten wissen: All diese popkulturellen Phänomene haben ihren Ursprung in der Region Stuttgart.

Das Stuttgarter Animationsstudio Accenture Song VFX, ehemals als Mackevision bekannt, ist nicht nur für die Effekte in Stranger Things verantwortlich, sondern prägte auch Projekte wie Game of Thrones. In Bietigheim-Bissingen hat sich mit den Rappern Bausa, Rin und Shindy eine Rap-Hochburg gebildet. Und Stuttgart ist die Heimat der Fantastischen Vier und von Cro. Es gibt wohl keinen deutschen Haushalt ohne ein Spiel des Stuttgarter Kosmos Verlages. Seien es die Exit-Spiele, The Crew,

Cascadia oder natürlich Catan. Das Brettspiel verkaufte sich weltweit rund 32 Millionen Mal und sogar in Big Bang Theory wurde „gesiedelt“.

Auch die hiesigen Automobilhersteller und ihre Produkte sind Teil der Popkultur. Der Mercedes-Benz war vor allem in den 90er und frühen 2000er Jahren immer wieder Teil der Songtexte von Rappern wie Eminem, 2Pac, Dr. Dre oder N.W.A. Und Janis Joplin singt „Oh Lord, won't you buy me a Mercedes Benz“. In Filmen sind die Autos von Mercedes-Benz und Porsche, ob Product-placement oder nicht, gern präsent. Sei es in Klassikern wie Top Gun, Scarface oder Hangover.

In Fellbach entstand bei Wega das Produktdesign von Sony mitsamt dem Walkman und in Herrenberg bei Frog Design das noch heute prägende Snowwhite Design von Apple. Architekt*innen aus der Region sind am Bau von Symbolen des Pop in der ganzen Welt beteiligt. Ob Schlaich Bergemann und Partner, die das Dach des Maracana Stadions in Rio de Janeiro gestalteten oder die Zinco GmbH aus Nürtingen, die u.a. die Highline in New York begründeten.

Doch wo fängt Popkultur eigentlich an? Und wo hört sie auf? Das beantwortet uns in dieser Ausgabe Daniel Martin Feige von der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart.

#01

Tipp

POP

KULTUR & KRITIK



To the moon!

© POP, Kultur & Kritik – transcript Verlag

In rasender Geschwindigkeit von vermeintlich Neuem überholt werden nicht nur technologische Innovationen, sondern vor allem popkulturelle Trends. Um den Überblick über ebenjene zu behalten, lohnt sich ein Blick in die Zeitschrift **Pop-Kultur und Kritik**. Halbjährlich werden Musik, Mode, Politik, Wirtschaft, Internet, Fernsehen, Literatur und Kunst von wechselnden Autor*innen analysiert und kommentiert. Dilan Canan Çakir, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Deutschen Literaturarchiv Marbach, widmet sich zum Beispiel dem Phänomen der „Let's Play-Videos“ im Gaming Kontext. Aber es geht auch um die Sozialgeschichte der Discokultur, die Queen, Chernobyl oder die Renaissance der Sauce Hollandaise.

pop-zeitschrift.de 16,80 Euro

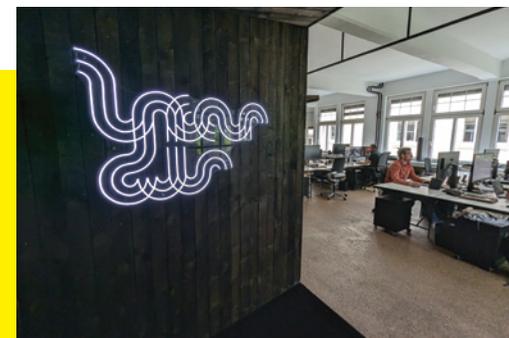
(ciz)

BACK GROUND MUSIC IS DEAD

Die Natur, unendliche Weiten. Wir schreiben das Jahr 2013. Auf der Suche nach einer Vision für seine Agentur Heardis! begibt sich Robin Hofmann für ein Jahr als Ranger ins Elbsandsteingebirge der Sächsischen Schweiz. Viele Kilometer von der Region Stuttgart entfernt, dringt er in Wälder, Gebirge und Flüsse vor, die kaum ein Stadtmensch je zuvor gesehen hat ...

„Musik ist ein essenzielles strategisches Gestaltungselement, ebenbürtig zu visuellen und haptischen, mit denen wir direkt die Aufenthaltsqualität und Umsatz positiv beeinflussen können.“

2013 war Robin Hofmann bereits seit rund 10 Jahren Geschäftsführer der Agentur Heardis! für akustische Markenkommunikation in Stuttgart. Schon während des Studiums arbeitete er selbstständig als DJ und Webgestalter. Mit Ende 20 kam beides zusammen. Die Idee: „Was ein klassischer Gestalter, Grafiker oder Designer visuell macht, machen wir akustisch!“ Heardis! war geboren. Obwohl die Firma jahrelang gut lief, fehlte Robin Hofmann eine Vision. Auch die viele Arbeit forderte ihren Tribut und er war mental am Ende. So kam es für den bekennenden Stadtmenschen zur Auszeit als Ranger. Er bewarb sich beim Nationalpark Sächsische Schweiz auf eine Stelle für ein freiwilliges soziales Jahr. „Die wollten mich eigentlich gar nicht haben, doch ich war der einzige Bewerber und dann mussten sie mich nehmen“, verrät er uns mit einem Schmunzeln. Er brachte ihnen bei, wie man



Fotos: WRS

Copy & Paste benutzt. Sie ihm, wie man mit einer Motorsäge umgeht und im Wald übernachtet. Der Perspektivenwechsel und die Zeit alleine im Wald halfen ihm beim Reflektieren. Über die Kernkompetenzen seiner Agentur, Megatrends und wo es mit der Firma hingehen sollte.

Heute hat Heardis! eine klare DNA: Innovation. Robin Hofmann setzt auf Automatisierung und Prozessoptimierung, um Räume für Kreativität zu schaffen. Neugier und Experimentierfreudigkeit treiben die rund 20 Mitarbeiter*innen an. Die Leistungen der Agentur reichen vom Sound Branding über Audio Production bis zur Music Curation, also dem Zusammenstellen vorhandener Musik für Kunden wie Hugo Boss, Breuninger oder Motel One. Gerade im Einzelhandel wünscht sich Robin Hofmann mehr Mut: „Musik ist ein essenzielles strategisches Gestaltungselement, ebenbürtig zu visuellen und haptischen, mit denen wir direkt die Aufenthaltsqualität und Umsatz positiv beeinflussen können.“ Beim Kuratieren arbeiten sie mit einer eigens entwickelten Plattform, die es ermöglicht, Musik für einen Kunden und seine Marke, aber auch für die jeweilige Situation zusammenzustellen. Hinter den Soundtracks stecken neben der Maschine auch immer die Mitarbeiter*innen, viele von ihnen ehemalige DJs.

ZU GAST BEI HEARDIS!

Die Kunden von Heardis! sitzen hauptsächlich in Deutschland, sind aber weltweit aktiv. Robin Hofmann ist von einem starken lokalen Netzwerk überzeugt: „Ich suche immer die Nähe, auch zu den Mitbewerbern.“ Er wünscht sich, dass Kontakte in der Region niederschwelliger und spontaner geknüpft werden könnten. Gerade bei großen Unternehmen und in der Industrie sei man immer wieder überrascht, dass es eine Agentur wie Heardis! vor der Haustür gäbe.

Wie klingt für dich die Region? Haben wir Robin in unserem neuen Digithoughts-Film gefragt. Die Antwort gibt es unter kreativ.region-stuttgart.de/digithoughts



Robin Hofmann, Geschäftsführer der Agentur Heardis!

#02

Tipp



„Es fühlt sich wie Home-Office an, nur besser.“

- Chris -

© Kokolores Collective

Kommt ins Koko!

Wenn ich eine kreative Geschäftsidee und den Mut hätte, mich selbstständig zu machen, würde ich ins Kokolores Collective nach Ludwigsburg ziehen. Das „Koko“ ist eine selbstorganisierte Bürogemeinschaft in der Nähe des Bahnhofs und der Innenstadt. Dort arbeiten ca. 25 Selbstständige und Unternehmen aus Games, Animation, Design und Illustration und bilden ein starkes Netzwerk. Aktuell sind einige Arbeitsplätze verfügbar. Die Bruttomiete beträgt regulär 230 Euro,

dank einer Förderung der MFG und dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst BW können vier Arbeitsplätze für Solo-Selbstständige, junge Gründungen und Startups günstiger vergeben werden. Die Miete beträgt dann inkl. Getränke, Meetingräume und Eventfläche nur 100 Euro monatlich.

Wer weiß, vielleicht sehen wir uns eines Tages dort?

Infos gibt's bei kokolores.space (mw)

FRAGE AN PROF. DANIEL MARTIN FEIGE

Was ist eigentlich Popkultur?

„Der Begriff der ‚Popkultur‘ ist durch seinen Unterschied zur ‚Hochkultur‘ definiert. Auf der einen Seite finden sich Rockkonzerte, Sportereignisse und Videospiele, auf der anderen Seite Symphonien, Dramen und Skulpturen. Kriterium des Unterschieds ist vornehmlich die Zugänglichkeit und Massenwirkung der ästhetischen Gegenstände und Ereignisse: Die Hürden, einen Song von The Weeknd zu verstehen, sind deutlich geringer als diejenige, eine Symphonie Mahlers nachzuvollziehen.“



Prof. Daniel Martin Feige an der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste, Stuttgart (Foto: Martin Lutz)

In der Tradition der Theorie der Popkultur ist dieser Unterschied oft als ein normativer Unterschied verstanden worden. Popkultur wäre dann eine minderwertige Variante der Hochkultur. Einen besonders drastischen Ausdruck findet diese These in Horkheimers und Adornos klassischer Analyse der Kulturindustrie. Sie machen geltend, dass alle Unterscheidungen zwischen den Gegenständen der Popkultur Scheinunterschiede sind: Ob diese oder jene Automarke, ob dieser oder jener Spielfilm wird so irrelevant. Ihre These geht auf eine Analyse der Moderne zurück, die besagt, dass die Naturbeherrschung, die die Aufklärung kennzeichnet, auf den Menschen zurückschlägt: So wie die Natur nichts mehr sein soll als das, was wir an ihr berechnen können, so werden die Menschen auf ihren Nutzen für Marktzwecke reduziert.

So wie die Natur nichts mehr sein soll als das, was wir an ihr berechnen können, so werden die Menschen auf ihren Nutzen für Marktzwecke reduziert

Ich halte Teile dieser Analyse für berechtigt, das Urteil über die Popkultur als Kulturindustrie aber für unfair. Es übersieht nicht allein den hochgradig reflexiven Charakter der Popkultur. Modestile werden bewusst zitiert, Kommunikationsformen im Medium etwa von ‚Memes‘ parodiert und Popsongs werden gerade deshalb genossen, weil jedem klar ist, dass der schlichte Sinn vieler ihrer Texte nicht bare Münze ist. Vielmehr

stemmen sich viele Gegenstände der Popkultur bewusst gegen ihre Reduktion auf eine ökonomische Logik. Natürlich ist der Hollywood-Film auch ein großes Geschäft. Aber das heißt nicht, dass in ihm nicht zündende ästhetische Reflexionen statthaben können. Und nicht alle Videospiele wiederholen unsere Arbeitsformen in der Freizeit (etwa im Sinne

repetitiver Tätigkeiten in diesen Spielen): Viele Spiele thematisieren sich selbst als Spiele und damit auch uns als Spielende. Den starken normativen Sinn des Unterschieds von ‚Popkultur‘ und ‚Hochkultur‘ gilt es somit zurückzuweisen.“

Viele Spiele thematisieren sich selbst als Spiele und damit auch uns als Spielende. Den starken normativen Sinn des Unterschieds von ‚Popkultur‘ und ‚Hochkultur‘ gilt es somit zurückzuweisen

Daniel Martin Feige ist Professor für Philosophie und Ästhetik an der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart. Er hat Bücher zum Jazz, zu Videogames, zum Design und zur Natur des Menschen geschrieben. Sein nächstes Buch „Kritik der Digitalisierung“ wird 2024 erscheinen.

#03

Tipp

Foto: Simple Media Productions



#PopUpImSchloss

Die Arbeit von „Hallo Ludwigsburg“ verfolge ich schon lange und mag wie kreativ und engagiert Deborah und Tabea sind. Gestartet als Online-Stadtmagazin für Ludwigsburg, mit Geschichten rund um die Region, haben sie inzwischen u. a. auch zwei Wimmelbücher veröffentlicht und bieten in ihrem Online-Shop regionsbezogene Produkte an. **Am 14. und 15. Oktober laden sie zum zweiten Mal ins Residenzschloss Ludwigsburg** zu #PopUpImSchloss ein, einer Design- und Kreativmesse, mit Handmade-Labels, Streetfood u.v.m. Eine echte Bereicherung für Ludwigsburg und sicherlich einen Besuch wert. (barrierefrei; Eintritt frei).

Mehr unter hallo-ludwigsburg.com/popupimschloss

(schu)

Creatives Night – Skilling me softly

Impulse und Vernetzung für die Kreativregion Stuttgart
28. September | 17:30 Uhr | Studio Amore



Künstliche Intelligenz, digitale Produktionstechnik, Klimakrise, Transformation unserer Gesellschaft – die Entwicklungen wirbeln nur so an uns vorüber. Alles ist so im Fluss, dass schon mal die Sorge aufkommt,

den Anschluss zu verlieren. Wo geht die Reise hin im kreativen Arbeiten, welche Hard- und Soft-Skills sollten wir künftig beherrschen? Das sind die Fragen, die wir uns bei der ersten **Creatives Night – Skilling me softly**

stellen und die kreative Köpfe beantworten möchten.

Am 28. September, 17:30 Uhr, im Studio Amore in Stuttgart.

kreativ.region-stuttgart.de/creativesnight

Workflows und Spezialeffekte

Der zweifache Oscar-Preisträger Gerd Nefzer (Blade Runner 2049 und Dune) gibt anhand von Praxisbeispielen einen Einblick in seine Arbeit am Set großer Hollywood-Produktionen. Im Montagsseminar „Regen, Sturm und Explosionen – SFX im Film“ am Montag, 23. Oktober, erklärt er, wie mit Hilfe von physikalischen Effekten bildgewaltige Szenen entstehen. Wie der Workflow von der Kamera über den Schnitt bis hin zur Farbkorrektur effektiv umgesetzt werden kann, erklärt Christian Eichenauer am 27. November.

Anmeldung unter film.region-stuttgart.de/termine

CREATIVE SKILLS WEEK 2023

10 - 13 OCT
VIENNA



Creative Skills Week

Wir freuen uns darauf, Teil der allerersten Creative Skills Week in Wien zu sein. Dort treffen politische Entscheidungsträger*innen auf Kultur- und Kreativschaffende, um gemeinsam Pläne für den dringenden und künftigen Qualifikationsbedarf in der Kreativwirtschaft zu entwickeln. Meldet euch für eine Reihe von Co-Creation-Sitzungen an und vernetzt euch mit kreativen Denkern, CCIS-Strategen und Pädagogen. Nehmt an Workshops und Plenarsitzungen teil und tauscht euch bei den Abendempfangen aus.

Vom 10. bis 13. Oktober.

Jetzt anmelden, um vor Ort oder online dabei zu sein: creativeskillsweek.eu

Wir suchen die Creative Spaces Region Stuttgart 2023

Es ist soweit, wir starten in die neue Runde des Wettbewerbs „Creative Spaces Region Stuttgart“. Auch in diesem Jahr werden wir insgesamt fünf besonders herausragende Konzepte kreativen Arbeitens prämiieren.

Teilnehmen lohnt sich, die bisherigen Runden haben gezeigt, dass nicht nur große institutionelle Träger, sondern durchaus auch die kleinen Kreativorte die Jury überzeugen können. Mit dem Wettbewerb Creative Spaces Region Stuttgart zeichnet die WRS zusammen mit der IBA'27 zum vierten Mal innovative Konzepte für kreativwirtschaftliche Räume in der Region Stuttgart aus. Bewerben können sich alle, die seit Kurzem einen nach-

haltigen, innovativen und kreativen Raum in der Region Stuttgart betreiben oder gerade die Eröffnung planen. Insgesamt werden 25.000 Euro vergeben. Ausgelobt sind neben den drei Hauptpreisen jeweils ein Sonderpreis in den Bereichen „Nachhaltigkeit“ und „Regionaler Impuls“. Einreichungsschluss ist der 30. Oktober 2023. Mehr Infos und die Bewerbungsunterlagen auf kreativ.region-stuttgart.de/raeume/programm-creative-spaces

Weitere Kooperationsveranstaltungen im vierten Quartal:

28. September, 12:30 bis 19 Uhr • Green AI Day • Keynotes, Panels & Pitches zum Einsatz von KI für eine nachhaltige Zukunft • Kulturinsel Stuttgart, 15 Euro

24. bis 29. Oktober • Dragon Days • Das Fantastikfestival stellt Literatur und deren Umsetzung in anderen Medien vor, ob als Comic, Film, Brett- oder Computerspiel (s. Foto)

10. November, 9 bis 17 Uhr • Next Frontiers • Der Zukunftskongress bringt auf der Suche nach der besseren Zukunft Science-Fiction mit Forschung und Wirtschaft zusammen • Haus der Architekten, Teilnahme kostenlos, anmeldung@next-frontiers.de

14. bis 17. November • ADC Creative Club • Studierende und Absolvent*innen präsentieren zukunftsweisende Projekte aus den Bereichen Visuelle Kommunikation, AR/VR, UI/UX, Film- und Medienkunst • Studio Amore, Teilnahme kostenlos



Foto: Ronny Schönebaum

Der Stuttgarter Filmstammtisch trifft sich

Hervorgegangen ist die Initiative aus dem Filmverband Südwest e.V. und der Film Commission Region Stuttgart. Der Stuttgarter Filmstammtisch soll den Austausch in Sachen Know-how, Jobs, Personal und Zusammenarbeit fördern. Nächster Termin unter film.region-stuttgart.de

Die Gestaltung ist frei

Wir wollen die kreative Region Stuttgart zeigen und nicht nur über sie schreiben. Deshalb soll jede Ausgabe des Rekorders von einer anderen Agentur gestaltet werden. Wir liefern den Text, die Gestalter*innen dürfen sich austoben. Für die nächsten Ausgaben suchen wir weitere Agenturen, die sich auf dieses Experiment einlassen wollen.

Ihr habt Lust? Dann schreibt uns an redaktion.kreativ@region-stuttgart.de

Die Filmschau Baden-Württemberg...

präsentiert vom 6. bis 10. Dezember rund 60 Filme von Profis und dem Filmnachwuchs der baden-württembergischen Ausbildungsstätten in den Innenstadtkinos Stuttgart.

Der Wettbewerb um den Baden-Württembergischen Filmpreis zeichnet die besten Produktionen in den Kategorien Bester Spielfilm, Beste Dokumentation, Bester Kurzfilm, Bester Animationsfilm und Bester Werbefilm mit bis zu 10.000 Euro aus.



Foto: Ikay Karakurt



20 Jahre POP-förderung...

...in Stuttgart und der Region. 20 Jahre Netzwerkarbeit, Beratung und Unterstützung für den musikalischen Nachwuchs, 20 Jahre wertvolle Kulturarbeit für und mit Künstler*innen und 20 Jahre Unterstützung der Musikwirtschaft. Das Pop-Büro Region Stuttgart, wurde 2003 gegründet, seit 2004 sitzt das Team in den Räumlichkeiten im Römerkastell in Stuttgart-Bad Cannstatt. Seit der Gründung ist viel passiert und genau das wollen wir am 19. Oktober gemeinsam im Studio Amore Revue passieren lassen; mit Gesprächen, Rückblicken auf eine einmalige Geschichte, einer besonderen Lesung (als kleiner Geburtstagsgruß aus dem Merlin Kulturzentrum) und natürlich: Musik! Nach einem Auftakt und offiziellen Begrüßungsworten für geladene Gäste startet ab 20 Uhr das musikalische Programm mit dem Einlass für die Öffentlichkeit. Um 20:30 Uhr liest Popjournalist Linus Volkmann „Na Bravo“ in der Amore Stube im ersten Stock und eine vom Pop-Büro kuratierte Ausstellung gibt Einblicke in historische Momente der Fördereinrichtung. Zum Tanz in der ehemaligen Hotel-Lobby laden u.a. die DJs Dexter und Ameli Paul. Der Einlass ist kostenlos.

Mehr Details gibt es schon bald unter popbuero.de

**Design und
Funktion:
Innovationen
mit Wolle für
Outdoor-Fashion**

Der Nemo – New Mobility Design Kongress war im Januar ein großer Erfolg. Über 80 Teilnehmende und 5 Top-Referent*innen machen Lust auf mehr!

Daher freuen wir uns sehr, **am 7. November, 9:30 bis 12 Uhr, zum Frühstück und zu einem vertiefenden Workshop „Design und Funktion: Innovationen mit Wolle für Outdoor-Fashion“** nach Stuttgart ins „Das Gutbrod“ einzuladen.

Prof. Brigitte Steffen vom Texoversum an der Hochschule Reutlingen, stellt gemeinsam mit Woolmark und Ortovox, einem Hersteller nachhaltiger Sportmode, einen innovativen Ansatz zum Einsatz eines traditionellen Materials vor.

kreativ.region-stuttgart.de/nemoworkshop



„Dafür haben wir doch gar keine Zeit“

Alle lechzen nach neuen Ideen, Lösungen und am besten sollen sie schnell da sein und sofort passieren. **Doch brauchen neue Ideen Raum und Ressourcen. Eine der Wichtigsten: Zeit.** Ein Faktor den viele (bewusst?) vergessen. Denn natürlich wäre es praktisch, wenn Innovationen einfach nebenbei passieren – oder? Die Zukunftskonferenz der MFG nimmt sich diesem Thema an. Im Fokus steht, welchen Wert die Zeit als Ressource für die Zukunft hat und wie man sie möglichst effizient nutzt.

Am 15. November, ab 12 Uhr.

Mehr Infos zum Programm und die Anmeldung findet ihr unter kreativ.mfg.de (In)

© MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg

It's all about
FUN

Lautet das Motto von Dominik Maltaric und Davis Truong. Die jungen Spieleentwickler wollen bei Tiny Room Studio Spiele entwickeln, die frei von Mikrotransaktionen, Lootboxen und Co. sind und sich auf Spielspaß fokussieren.

Derzeit arbeiten sie an dem dystopischen Spiel „Second Nature“. Dort müssen die Spieler*innen in der Rolle eines Roboters eine zerstörte Erde erkunden, die Natur wiederbeleben und herausfinden, wie es überhaupt dazu gekommen ist. Die Produktion des Spiels wird von der MFG gefördert. Die beiden sind außerdem Teil des letzten Games BW Developer Boost.

Infos zum Studio sowie eine Tech-Demo zu „Second Nature“ unter tinyroomstudio.com



Bild: Tiny Room Studio



Die M.A.R.K. 13 Gruppe besteht aus drei Unternehmen, die sich alle mit Computeranimation in unterschiedlichen Bereichen beschäftigen – sei es für Werbefilme, Spielfilme oder Serien. Gründer und Mitinhaber Dominique Schuchmann teilt in unserem neuen Digithoughts Film seine Gedanken zu den Entwicklungen im Bereich künstlicher Intelligenz. Für das Kerngeschäft von M.A.R.K. 13, Geschichten zu erzählen und Emotionen zu vermitteln, sieht er keine Bedrohung. Eine KI kann keine Emotionen, sie kann sie nur nachstellen. Sobald die Computer anfangen, Gefühle zu entwickeln, würde er sich Sorgen machen. Mit einem Augenzwinkern meint er: „Da sind wir sehr schnell in einem Terminator Setup.“

Den ganzen Film jetzt sehen unter: it.region-stuttgart.de/digithoughts



Kommunikations-expertise gegen den Fachkräftemangel



v.l.n.r.: Lars Schmidt (Leitung Team Video), Janos Burghardt (Geschäftsführer) und Natalie Kölbl (Team Video) von der Agentur YAEZ

In Zeiten des Fachkräftemangels ist es umso wichtiger, dass Unternehmen herausarbeiten, welche Alleinstellungsmerkmale und Faktoren sie für potentielle Arbeitnehmer*innen attraktiv machen und diese dann

auch kommunizieren. Oft ist der Blick nach innen jedoch voreingenommen und es fehlt an Kommunikations-expertise. Lars Schmidt, Janos Burghardt und Natalie Kölbl und ihr Team unterstützen mit der Agentur YAEZ unter anderem Arbeit-

geber bei ebendiesen Herausforderungen. Zuletzt produzierten sie für den Landtag von Baden-Württemberg fünf Videoclips, in denen Mitarbeiter*innen aus verschiedenen Abteilungen von ihrer Arbeit berichten. yaez.com

KI pimpt Unterricht

Schüler*innen haben verschiedene Interessen, Stärken und Schwächen. So unterschiedlich sie sind, so starr ist der Schulstoff: Für jede Klasse gleich. Am Inhalt können die Lehrer*innen nichts ändern, nur daran, wie sie den Stoff vermitteln. Doch je individueller der Unterricht, desto mehr Arbeit. [Das Stuttgarter Startup to teach vereinfacht diesen Prozess.](#) Lehrer*innen können mithilfe von KI individuelle Übungsaufgaben erstellen, Arbeitsblätter personalisieren oder vorgefertigte Materialien nutzen.



© to teach

To teach ist Teil des Baden-Württemberg-Standes auf der Frankfurter Buchmesse, den wir gemeinsam mit der MFG und weiteren Partner*innen organisieren. to-teach.ai



Gestaltet von

Wir sind ein buntes Team mit 10 verschiedenen Köpfen, Ideen, Herangehensweisen und Meinungen. Wir entwickeln kreative Inhalte, die anders sind, auffallen, neugierig machen und Emotionen wecken. [Seit 2014 begleiten, beraten und befähigen wir Unternehmen auf ihrem Weg zu einer Marke mit Profil.](#) Dabei sind wir immer direkt, ansprechbar und flexibel, sowohl innerhalb des Teams als auch mit unseren Kunden.

Mehr: baranek-renger.de



BARANEK RENGER



Gedruckt von

[Wer braucht heute noch eine klassische Druckerei wie Stil+Find?](#)

Also eine mit Menschen, die man anrufen und etwas fragen kann, oder persönlich vorbeikommen kann. Ohne Hotline. Ohne Bestellformular.

Natürlich kann man Drucksachen von der Stange kaufen. Doch zahlreiche Druckprojekte sind anspruchsvoll, zeitkritisch und komplex. Die möchte man nicht „Irgendwem“ anvertrauen. Sondern Profis wie uns.

Stil+Find: Seit über 150 Jahren in der Region Stuttgart. Mehr: stil-find.de



„Wir müssen die Stärken stärken“

Michael Kaiser, seit 1. August neuer Geschäftsführer der WRS, am 28. Juli im Staatsanzeiger Baden-Württemberg über den Ansatz seiner Arbeit.

Foto: privat