

2008 – die Neunte

die MedienRegion Stuttgart

in medias res

das Thema: Film

Ludwigsburg wird Mittelpunkt der Cartoon-Welt und zeugt damit von der Bedeutung der Region für die Produktion von Animationsfilmen. Vom 16. bis 19. September treffen sich im Forum am Schlosspark über 760 Vertreter der Branche zur 19. Ausgabe des Cartoon Forums zur Förderung von Koproduktionen, Finanzierung und Verleih von Zeichentrickserien für Fernsehen und Neue Medien.

Seit seinem Beginn 1990 hat sich das Cartoon Forum zu einem Sprungbrett für europäische Zeichentrickserienproduktionen entwickelt. Den Fernsehvertretern, Investoren und Koproduzenten werden in diesem Jahr Projekte mit einem Gesamtbudget von 190 Millionen Euro präsentiert, auch von baden-württembergischen Trickfilmstudios. Unter dem Label „Animation in Baden-Württemberg“ zeigt die hiesige Szene und das Animationsfilminstitut der Filmakademie ihr Know-how.

Diese Veranstaltung der European Association of Animation – gefördert durch das EU Media Programm – wird maßgeblich unterstützt u.a.



Das Logo wurde von Studenten der Filmakademie Baden-Württemberg entworfen.

durch die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart (WRS). Bereits im Vorfeld wurde die Film Commission Region Stuttgart aktiv und konnte mit einer Locationtour verschiedene Kulissen für die geplanten Events, welche parallel zur Veranstaltung stattfinden, erfolgreich präsentieren. Die Delegation des Cartoon Forums entschied sich für das Mercedes Museum und für das Kloster Maulbronn als Ausflugsziele für die Teilnehmer. Neben dem barocken Auftakt im Residenzschloss Ludwigsburg findet das große Farewell Dinner mit Weinproben in der Neuen und Alten Kelter in Fellbach statt.

www.cartoon-media.eu

Gisela Gerst,
Vorsitzende Landesverband der Kommunalen Kinos Baden-Württemberg, Vorstandsmitglied Bundesverband Kommunale Filmarbeit, Frankfurt/ Main e.V.



die Frage: Worin besteht die Aufgabe Kommunaler Kinos?

„Wie Literatur, Bildende Kunst und Theater sollen Filme jenseits kommerzieller Zwänge allen zugänglich sein und wie Büchereien, Opernhäuser und Museen als „Galerien der Filmkunst“ ihren festen Platz im öffentlichen Leben haben. In Duisburg und Frankfurt entstanden in den 70er Jahren die ersten Kommunalen Kinos, heute sind im Bundesverband kommunale Filmarbeit rund 140 Kinos in ganz Deutschland, unter dem Motto „Andere Filme anders zeigen“, zusammengeschlossen.

Kommunale Kinos zeichnen sich durch ihre Programmkonzeption aus. Hinter dem Jahres- wie auch dem Monatsprogramm steht ein Gesamtkonzept, das eine kuratorische Arbeit von erfahrenen, gut ausgebildeten Kinomachern voraussetzt, aber auch Freiraum für bürgerschaftliches Engagement lässt.

Die Filme werden in einen Kontext eingebettet, kulturpolitische und nicht ökonomische Erwägungen stehen im Vordergrund und das Angebot wird nicht nur nach den subjektiven (populären) Wünschen des Publikums, sondern vor allem nach einem objektiven feststellbaren Nutzen für die Bevölkerung ausgerichtet.

Die Programme verbinden Altes und Neues, Östliches und Westliches. Einen Schwerpunkt stellt das deutsche und europäische Filmschaffen, wobei auch die „Filme des Südens“ aus Afrika, Asien und Lateinamerika nicht vergessen werden und man widmet sich allen Genres gleichermaßen. Kommunale Kinos sind Kinos mit Mut zum Experiment, sie sind Vorreiter für neue - oft intermediale - Präsentations- und Kinoformen und zeigen sich aufgeschlossen gegenüber neuen Techniken. Sie sind erste wichtige Station für den Filmnachwuchs und Garanten für die lebendige Vermittlung von Filmgeschichte und Bewahrer des filmischen Gedächtnisses. Als unersetzbare „Schule des Sehens“, durch ihre mannigfachen medienpädagogischen Aktivitäten fördern sie die Medienkompetenz aller Altersstufen. Kommunale Kinos sind ein Treffpunkt, ein Ort der Kommunikation, des Diskurses zwischen Kinomachern und Publikum, zwischen Publikum und Filmemachern sowie der Besucher untereinander.

Als „Kino in der Stadt für die Stadt“ ist es den sozialen, politischen und ästhetischen Interessen der Menschen zugewandt, sein Programm ist eng mit der lokalen, regionalen und historischen Kulturlandschaft verbunden.“

www.kommunale-kinos.de

der Raum



In das Bürogebäude in der Neckarstraße 155 in Stuttgart kommt neues Leben. Nachdem die Agentur für Arbeit das Gebäude verlassen hat, wird es vom neuen Eigentümer aufwändig renoviert und umgebaut. Es befindet sich auf einem ca. 7.000 m² großen Grundstück mit großzügiger Begrünung und zahlreichen Stellplätzen. Das **N 155** umfasst eine Nutzfläche von 8.100 m² und zeichnet sich durch seine repräsentative Ausstattung aus. Die großzügigen Flächen erlauben eine optimale Gestaltungsmöglichkeiten für Unternehmen der Medienbranche. Ein weiterer Pluspunkt ist die innerstädtische Lage, in drei Minuten ist man im Schlossgarten. Der Betrieb wird am 1. Januar 2009 aufgenommen.

Angermann Global Property Alliance GmbH, Bernd Unterberger/Jan Thier, Telefon 0711-490958-58, bernd.unterberger@angerman.de, jan.thier@angermann.de

der Termin

2. September 2008, ab 19 h

Jour Fixe
Die MFG Filmförderung lädt ein
www.mfg.de/film
der Ort: avcommunication GmbH,
Königsallee 57, Ludwigsburg

2. September 2008, um 19:30 h

39. KulturFreienTreff
www.kulturfreientreff.de
der Ort: Burgschänke Hohenre-
chberg, Rechberg

5. September 2008, um 20:30 h

5. Stuttgarter Lyriknacht im Wil-
helmspalais
www.literaturhaus-stuttgart.de,
10 bzw. 5 Euro
der Ort: Wilhelmspalais, Konrad-
Adenauer-Straße 2, Stuttgart

10. September 2008, 9 bis 19:30 h

VDID-Forum Wert><Schöpfung
s. „die Anderen“

11. September bis 12. Oktober 2008

Esslinger Denkmalwochen 2008
www.esslingen.de
der Ort: verschiedene Orte in Ess-
lingen

bis 12. September 2008

„Schaufenster für Design“
Ausstellung zum Thema Energie
www.abk-stuttgart.de
der Ort: EnBW, Foyer, Kriegsberg-
straße 32, Stuttgart

17. September 2008, 10 bis 15 h

Star PublishingForum
Steuerung internationaler
Medienproduktion
www.forum.star-publishing.de,
195 €
der Ort: PublishingForum, Otto-
Lilienthal-Straße 5, Böblingen

17. September 2008, 19 bis 21 h

Der bewegte Raum
Wechselwirkungen zwischen
Architektur und Film
www.aed-stuttgart.de, 4,50 bzw.
3 €
der Ort: Kunstmuseum Stuttgart,
Kleiner Schlossplatz 1, Stuttgart

27. September 2008, um 17 h

„Design zählt – Unternehmens-
kultur im Südwesten“
Ausstellungseröffnung
www.design-center.de
der Ort: Haus der Wirtschaft,
Steinbeis-Saal, Willi-Bleicher-
Straße 19, Stuttgart

27. und 28. September 2008

BarCamp Stuttgart
Internet und Web 2.0
<http://bcstuttgart.mixxt.de>
der Ort: MFG Baden-Württem-
berg, Breitscheidstraße 4, Stutt-
gart

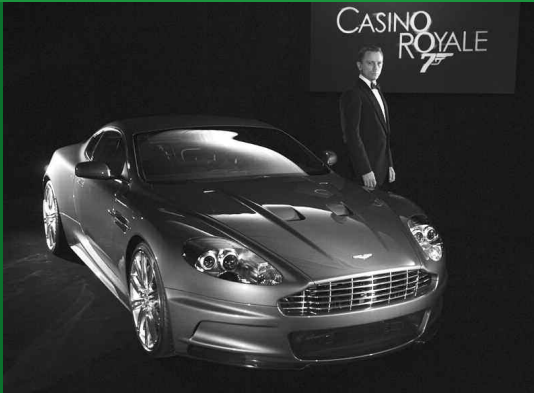
bis 8. Oktober 2008

Film & Architektur
Großstadt-Visionen aus vier Jahr-
zehnten
www.koki-es.de, 5,50 bzw. 3,50 €
der Ort: Kommunales Kino Esslin-
gen e.V., Maille 4-9, Esslingen

der Tipp



Das Bahnprojekt Stuttgart-Ulm umfasst die Großprojekte Stutt-
gart 21 mit der Neuordnung des
Bahnknotens Stuttgart und die
Neubaustrecke Wendlingen-Ulm.
Die Ausstellung des **Turmforum
Stuttgart 21** im Bahnhofsturm
informiert auf vier Ebenen über
das Gesamtprojekt und die
städtebaulichen Entwick-
lungsmöglichkeiten der Landeshaupt-
stadt Stuttgart. Was wird sich mit
dem neuen Bahnhof ändern? Wo
steigt man künftig in die Züge
ein? Wie reist man dann über die
Alb nach Ulm? Wie unterscheiden
sich die Reisezeiten? Aktuelle
Pläne, Modelle und Animationen
sowie zahlreiche Details vermit-
teln Hintergrundinformationen zu
den Einzelprojekten. Für weiter-
gehende Erklärungen bietet das
Turmforum Führungen an. Mehr
bei www.turmforum.de



der Freiraum: 6. Product Placement Kongress am 7. Oktober 2008

Die rasante Entwicklung der Medienlandschaft verändert das Gefüge zwischen Werbetreibenden und Medienveranstaltern nachhaltig. Der Strukturwandel hin zu den digitalen Medien justiert die Spielregeln für die Marktteilnehmer neu. Das veränderte Mediennutzungsverhalten der jungen Generationen erfordert eine adäquate Reaktion in der Ausrichtung und Adressierung von Werbebotschaften. Gleichzeitig bieten neue Werbeformen Chancen, die es zu nutzen gilt.

Eine Entwicklung geht dahin, dass die Werbetreibenden mit Produkt- und Werbebotschaften in die Medienformate gelangen möchten. Unter dem Begriff Product Placement hat sich daraus ein neues Kommunikationsinstrument im Marketing ent-

wickelt. Spielarten sind nicht nur Kinofilme, an der Spitze James Bond, sondern auch Fernsehformate oder Kurzfilme im Internet. BMW setzte mit den „Hire“ Kurzfilmen im Internet Anfang 2000 einen weltweiten Trend, der heute in vielen Webportalen aufgegriffen wird, mehr oder weniger erfolgreich.

Der sechste Product Placement Kongress von Waldner.TV zeigt am 7. Oktober auf, welchen Level der Kooperation zwischen Werbetreibenden und Filmproduzenten/Medienunternehmen die Kommunikationsforum Product Placement heute erreicht hat. Unter dem Begriff Branded Entertainment hat sich daraus eine neue Branche formiert. Im Haus der Wirtschaft, Willi-Bleicher-Straße 19, Stuttgart, wird diskutiert, wie sich dieses Thema in den interaktiven Medien darstellt und welchen Beitrag es auf dem Weg aus der Medienkrise leisten kann. Vorangestellt ist das Thema James Bond, der erfolgreichste Kinofilm weltweit, in dem Kooperationen mit der werbetreibenden Wirtschaft zum Produktionskonzept gehören.

Mit einer neuen Fernsehrichtlinie hat die Europäische Union auf die Veränderung der Medienlandschaft reagiert. Die Länder können die Richtlinie bis 2009 beschließen. Deren Auswirkungen in der Praxis sind noch nicht eindeutig erkennbar. Auch darüber wird mit einem Spezial-Forum zur rechtlichen Situation mehr Transparenz erzeugt.

Der eintägige Fachkongress kostet 345,- Euro plus MwSt., Partner der MedienInitiative bezahlen 298 Euro plus MwSt. Anmeldung mit Hinweis „MedienInitiant“. Der Geschäftsbereich Kreativwirtschaft der WRS ist Veranstaltungspartner. www.branded-entertainment.org.

die Aktiven

Martin Crellin hat einen Blog ins Leben gerufen, der vor allem die Werbebranche interessiert:

<http://falsefriends-mcsquared.blogspot.com/>

Der Stuttgarter **Lothar Bertrams** wird Professor für Fotografie an der FH Wiesbaden.
www.lotharbertrams.com

Infodesigner analysiert und optimiert die Benutzerfreundlichkeit Ihrer Websites, E-Learning Programme, Interfaces und Orientierungssysteme.

www.infodesigner.de



Rechtzeitig zum Start der Kalendersaison 2009 können Verlage mit den Auszeichnungen Gold, Silber und Bronze des **Graphischen Klubs Stuttgart** werben.

Mit dem **Kinoprogrammpreis 2008** sind fünf Kinos in der Region Stuttgart für ihre herausragende Arbeit zum Erhalt einer kulturell anspruchsvollen Film- und Kinolandschaft in Deutschland ausgezeichnet worden.
www.kulturstaatsminister.de

Seit Mitte August sind die Renovierungsarbeiten abgeschlossen und der kleine Kinosaal im **Kommunalen Kino Esslingen** erstrahlt in neuer Pracht.
www.koki-es.de

„Kommunikation ist bunt“ ist das Motto, unter dem die Full-Service-Werbeagentur von **Jochen und Sabine Leuschner** ihre B2B- und B2C-Kunden von der Konzeption bis zur Umsetzung betreut.
www.leuschner-werbung.de



Die Agentur **Synapsensprung** gestaltet Veranstaltungen, bei denen Botschaften und Ziele von Teilnehmern hautnah und aktiv erlebt werden, z.B. durch Action Painting.
www.synapsensprung.de



Die Agentur **User Interface Design** hat Nutzer von interaktivem Fernsehen zu Anforderungen und Erfolgsfaktoren befragt: Konsumenten sehen „TV 2.0“ skeptisch. www.uid.com

„TatOrt“



Architektonische Vielfalt stellt die Region Stuttgart für den futuristischen **Kinofilm Transfer** von Damir Lukacevic unter Beweis. Die Film Commission Region Stuttgart präsentierte im Vorfeld mit einer Locationtour Drehorte. Inspiriert durch den Traum vom ewigen Leben zeigt das Drama

die Visionen der Wissenschaft über die modernste Form der Sklaverei per Identitätstransfer. Gedreht wird bis Mitte September u.a. in Ostfildern, Weissach und Leonberg. Transfer ist eine Produktion der Schiwago Film GmbH mit dem ZDF/kleines Fernsehspiel, Arte und MFG Filmförderung.

die Chance

Wand 5 lädt ein, eine Arbeit für den Wettbewerb des **22. Stuttgarter Filmwinters** in der Kategorie Film/Video, Neue Medien oder Installation einzureichen.
www.wand5.de (1.9.)

forward – international viral video award: Wettbewerb für virale Filme auf dem 24. Internationalen Kurzfilmfestival Berlin.
www.interfilm.de (19.9.)

Die MFG Filmförderung Baden-Württemberg verleiht zum elften Mal den **Thomas Strittmatter Preis** für Drehbücher.
www.mfg.de/film (3.11.)

Der **Stuttgarter Theaterpreis** wird vom Theaterhaus Stuttgart in Zusammenarbeit mit dem Kulturamt der Landeshauptstadt Stuttgart und dem Landesverband Freier Theater Baden-Württemberg (LaFT) ausgerichtet.
www.theaterhaus.com (26.9.)

Film Commission Region Stuttgart

Die neue ARD-Vorabendserie **Biggi ist der Boss** ist in Ludwigsburg angekommen! Die Bavaria Fernsehproduktion bezog neben den TV-Studios in der Weststadt ihr Produktionsbüro. Teambewerbungen für alle Gewerke an den Produktionsleiter Jan Weber: jan.weber@bavaria-film.de.

Auch in der Werbe- und Imagefilmbranche ist es spannend: **Leit-haus** hat gerade die Dreharbeiten für das Daimler-Projekt „Extreme! Actros Baufahrzeuge in Extremsituationen“ abgeschlossen und arbeitet an TV-Spots für die DAB-Bank und das Kicker Sportmagazin. Bei **Emenes** entstehen Kinospots für den neuen Ford Kuga und den Filterpapierhersteller OCB sowie Designerfilme für den Opel Insignia. Zudem haben sie alle visuellen Zuspäher für den mit dem IFA-Award ausgezeichneten E.On-Messestand auf der Hannover Messe realisiert. Der bei **Schokolade** produzierte TV-Spot „Tautropfen“, für den der Haribo 3D-Bär kriecht wurde, läuft in Spanien und Südamerika und steigerte die Umsätze um bis zu 40 Prozent. TV-Spots für Dusch-Das und Bosch wurden in Stuttgart produziert, Imagefilme für Kunden wie Trumpf und Festool.

film.region-stuttgart.de

Popbüro Region Stuttgart

Die Filmindustrie steht ständig aufs Neue vor der Frage, woher der Soundtrack kommen soll, der Filme erst zum Leben erweckt. Soll ein Komponist mit der Musik beauftragt werden oder greift man besser auf fertige Stücke zurück? Sind bekannte Bands ein Zugpferd oder lenken sie von der Handlung ab? **Filmmusik** aus der Region Stuttgart gibt es zum Beispiel von Heiko Maile von Camouflage, der jüngst bei dem Film „Die Welle“ mit Jürgen Vogel für die Musik verantwortlich war. Der Stuttgarter Musiker Putte hat Musik zu etlichen TV-Produktionen des SWR beigetragen. Bands dagegen entdecken das Thema Film mittlerweile fürs eigene Marketing: Die Ludwigsburger Polka-Band Hiss hat im Sommer mit ihrem Film „Zur Sonne“ Premiere gefeiert. Das Popbüro Region Stuttgart ist im Bereich Filmmusik für Musiker und Filmproduzenten sowohl beratend als auch vermittelnd tätig. Das Adressverzeichnis auf www.popbuero.de bietet die Möglichkeit, nach Komponisten zu suchen, die sich auf Filmmusik spezialisiert haben.

popbuero.region-stuttgart.de

die Anderen



Am 10. September führt der **Verband Deutscher Industrie Designer e. V. (VDID)** mit und im Design Center Stuttgart ein design- und managementrelevantes Tagesforum durch. Thema ist die Wertschöpfung für Design, Management und Unternehmer. Aufgrund von dichter werdenden Marktsegmenten, globalem Wettbewerb und leichter vergleichbaren Angeboten wird es immer wichtiger, die Produktpalette und die Marke mit einem Mehrwert zu versehen. Renommiertere Profis berichten aus der Praxis und diskutieren mit dem Plenum, wie diese Werte bewahrt bzw. neu geschaffen und (Mehr-)Werte generiert und kommuniziert werden können. Die WRS ist Veranstaltungspartner. Anmeldung bei Frau Ochsner in der Geschäftsstelle des VDID, vdid@germandesign.de, 180 bzw. 60 Euro, Anmeldeschluss ist der 4. September 2008. www.vdid.de

der Schluss

„In Stuttgart findet man Designprominenz, die es im internationalen Vergleich mit Größen wie Karl Lagerfeld und Donna Karan aufnehmen.“

Aida Begovic über Phoenix Design, Stuttgarter Nachrichten am 12. August

Impressum

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

Friedrichstraße 10
70174 Stuttgart
Telefon 0711-2 28 35-22
Telefax 0711-2 28 35-55

Geschäftsführer
Dr. Walter Rogg
Verantwortlich
Bettina Klett
Leiterin Geschäftsbereich
Kreativwirtschaft

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

10. Jahrgang



Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart