

# EMOTIONEN PUR

Der vielfach ausgezeichnete Kreativmanager Roland Weiniger schafft neue Formate und kreative Umgebungen für die Menschen, die Trends erkennen und für den Fortschritt in Unternehmen sorgen müssen. Als Präsident der PIAGET Forschungsgemeinschaft integriert er moderne Technologien oder Medien in traditionelle Forschungsbereiche, und als Vorstand des Verbands der Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland (KulturGilde.de) fördert er die Verbindung kreativer Branchen mit der Industrie – wenn er nicht gerade als viel gefragter Moderator und Sprecher auf Tagungen und Kongressen unterwegs ist.

**B**ild & Ton“ – unbestritten prägen diese beiden Elemente maßgebend unseren Alltag. Denn kaum ein Medium kann ohne dieselben bestehen. Selbst das Buch möchte über ein Bild auf dem Titelcover Aufmerksamkeit für sich und seinen Inhalt erhaschen. Nicht umsonst meint ein Sprichwort: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“, denn Bilder können nicht nur Worte ergänzen, sondern diese sogar komplett ersetzen. Es sei daran erinnert, dass schon unsere Urahnen ihre Geschichten und Lebenswelten über Bildszenen in Höhlen kommunizierten. Und wer denkt, entwickelt Bilder im Kopf, keine Buchstaben.

Ohne Ton wirkt jedoch alles stumm und verloren – wie im Weltraum, in dem man bekanntlich auch niemanden schreien hört. Ebenso wie Bilder lösen Töne Emotionen, Gefühle und Erinnerungen aus. Nicht umsonst gehört Musik zu den wichtigsten Instrumenten, um demenziell Erkrankte über Erinnerungen an Erlebtes wieder in Kontakt mit dem Leben der Außenwelt zu bringen. Um noch ein Sprichwort aus dem Volksmund zu bemühen: „Mit Musik geht alles besser.“ Besonders bei der Erledigung von langweiligen und repetitiven

Aufgaben lassen wir unseren Geist gerne in die Welt der Musik abschweifen.

Aber erst zusammen entwickeln die beiden ihre wahre Macht. Was wären selbst bildgewaltige Blockbuster ohne die passende Filmmusik im Hintergrund. Selbst die Stummfilme früherer Zeiten erhielten ihr Leben mittels der Begleitung durch ein Klavier. Wenn Bild und Ton zusammenspielen, nehmen fantastische Welten Gestalt an. Ganze Universen aus Science-Fiction und Fantasy werden so Teil unserer Populärkultur. Dann genügt das Anschlagen weniger Töne und schon entstehen in unseren Köpfen die Bilder aus Star Wars oder dem Herrn der Ringe.

All dies ist natürlich auch ein erheblicher Wirtschaftsfaktor. Die Akteure dieser Wirtschaftskraft sind Künstler, Kreative und Kulturschaffende, die unter der neuen Branchenbezeichnung „Kultur- und Kreativwirtschaft“ zusammengefasst werden. Zu dieser zählen all jene, die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen. Darunter fallen Branchen Zweige wie Film, De-

sign, Musik, Werbung, Software oder Computerspiele. Im Jahr 2015 erwirtschafteten die Künstler, Freiberufler und Unternehmen mit circa 150,4 Milliarden Euro rund 2,44 Prozent der gesamten Wirtschaftsleistung Deutschlands. Sie liegt damit vor Energieversorgern und der chemischen Industrie.

Der Kultur- und Kreativwirtschaft kann eine große Zukunft vorhergesagt werden. Denn traditionelle Industrien und Wirtschaftszweige bedienen sich immer mehr des Know-hows der Kreativen zur Steigerung ihrer eigenen Innovationsfähigkeit. Im Rahmen der voranschreitenden Digitalisierung der Gesellschaft gestalten Kreative die Zukunft sogar direkt mit. Virtuelle Realitäten, künstliche Intelligenzen, Roboter oder autonome Fahrzeuge werden sich immer auch und gerade des Schöpfergeists der Kulturschaffenden und Kreativen bedienen müssen. Ästhetik, Design und Emotionen gehören heute selbstverständlich zu jedem neuen Produkt. Nur so kann eine Akzeptanz und Markenidentifikation erzeugt werden. Und ein Ausdruck derselben werden immer Bilder und Töne sein. Seien sie nun analog oder digital. Denn virtuelle Räume sind ohne Bild kaum denkbar, und schon heute bleiben die intelligenten Assistenten der digitalen Weltunternehmen ohne Ton einfach stumm. Darum immer weiter zu neuen Ufern, „Ton ab, Kamera läuft“. ■

ERST ZUSAMMEN  
ENTWICKELN  
BILD & TON IHRE  
WAHRE MACHT.

Follow us



facebook.com/MediaplanetGermany



@MediaplanetGER



@Mediaplanet\_germany



Please Recycle

Project Manager: **Mona Kappes**, Isabel Göttische Senior Business Developer: **Ina Wiefel** Designer: **Franziska Lorenz**Geschäftsführung: **Franziska Manske** (Leitung Redaktion & Produktion) **Philipp Colaço** (Country Director) **Christian Sellnow-Zint** (Financial Manager)Vertriebspartner: **DIE WELT**, am 29.03.2017 Druck: **Krögers Buch- und Verlagsdruckerei GmbH** Mediaplanet Kontakt: [redaktion.de@mediaplanet.com](mailto:redaktion.de@mediaplanet.com) Coverfoto: **Name Surname**

ANZEIGE

Studieren an der

**POPAKADEMIE** UNIVERSITY OF  
BADEN-WÜRTTEMBERG POPULAR MUSIC AND  
MUSIC BUSINESS

Die Popakademie Baden-Württemberg ist die einzige staatliche Hochschuleinrichtung in Deutschland, die ihre Studieninhalte speziell auf den Bereich der Populären Musik und Kreativwirtschaft fokussiert. Das Studienangebot richtet sich sowohl an Künstlerpersönlichkeiten, die ihre eigene musikalische Identität entwickeln wollen, als auch an den zukünftigen Management-Nachwuchs der (digitalen) Musik- und Kreativwirtschaft.

www.popakademie.de

## MUSIKBUSINESS

BEWERBUNGSSCHLUSS 30. APRIL  
BACHELOR OF ARTS

## POPMUSIKDESIGN

BEWERBUNGSSCHLUSS 30. APRIL  
BACHELOR OF ARTS

## WELTMUSIK

BEWERBUNGSSCHLUSS 30. APRIL  
BACHELOR OF ARTS

## MUSIC AND CREATIVE INDUSTRIES

BEWERBUNGSSCHLUSS 15. JUNI  
MASTER OF ARTS

## POPULAR MUSIC

BEWERBUNGSSCHLUSS 31. MAI  
MASTER OF ARTS