Futuromundo: Wo Deichkind und Kontra K auf Zukunftsdenker und Innovationsforscher treffen

SXSW, OMR und Co. bekommen Konkurrenz in Stuttgart: Vom 3. bis 5. Juli verwandelt sich die baden-württembergische Metropole in ein Zentrum für Innovation, Bildung und Kultur. Das Futuromundo Festival feiert Premiere. Was es damit auf sich, hat verrät Co-Gründer Leonard Sommer.

BÄRBEL EGLI-UNCKRICH | 13. MÄRZ 2025 UM 07:08

Das neue Zukunftsfestival feiert im Juli Premiere in Stuttgart. Bild: Futuromundo

Futuromundo vereint mehrere Konferenzen und ein Festival am Standort Stuttgart. Initiator der Veranstaltung ist der Unternehmer, Seriengründer und Mentor Kai-Erik Ströbel, der in der Vergangenheit unter anderem als Geschäftsführer bei Heidelberger Druckmaschinen tätig war. Er ist überzeugt davon, dass Deutschland ein "Mindset-Change" braucht. Futuromundo soll dazu beitragen. Dem zur Seite stehen die früheren Chefs der Agentur Sommer + Sommer, Leonard und Gordon Sommer, als Co-Gründer der Multikonferenz, die zum Treffpunkt für Zukunftsdenker, Kreative, Musiker und Innovationsbegeisterte werden sollen.

Fast 100 internationale Sprecherinnen und Sprecher haben bereits für die unterschiedlichen Kongressmodule zugesagt. Geplant sind mehr als 50 interaktive Workshops und Masterclasses sowie Live-Konzerte von mehr als 25 Künstlerinnen und Künstlern. Auf diese Weise soll ein einzigartiges Zusammenspiel aus Wissenschaft, Bildung, Wirtschaft, Kultur und Musik entstehen.

Vier verschiedenen Konferenzen und jede Menge Clubhouses

Auf der Liste der Sprecherinnen und Sprecher finden sich auch einige prominente Namen aus der Werbeindustrie: Dörte Spengler-Ahrens, Non-Executive Creative Chairwoman von Jung von Matt, hat ihre Teilnahme bereits bestätigt, ebenso wie der New-Work-Experte Michael Trautmann, Gründer und Chief Growth Officer von New Work Master Skills NWMS und Daniel Könnecke, Partner von Deloitte Consulting. Ebenfalls zugesagt haben der branchenbekannte New Yorker Digital Prophet David "Shingy" Shing, der Philosoph, Bestseller-Autor und Deep-Tech Investor Anders Inset, der Zukunftsforscher Klaus Burmester und der YouTuber Daniel Jung, der sich als Mathecoach einen Namen gemacht hat.

Die Liste ließe sich mit vielen bekannten Namen fortsetzen. Prominent besetzt ist auch das musikalische Line-Up, das sich aus dem Zusammenschluss mit dem beliebten Kessel Festival ergibt. Dieses findet zwar nicht in der Stuttgarter City statt, sondern auf der Cannstatter Wasen, aber das Festivalticket bringt die Besucher beider Events via ÖPNV von A nach B. Beim Kessel Festival werden in diesem Jahr musikalische Acts wie Deichkind, Kontra K, Bosse, Joy Denalane, Max Herre, Meute und Ski Aggu erwartet.

Vor dem Konzerterlebnis gibt's für die Gäste der Futuromundo eine edukative Druckbetankung: Wie der Name schon sagt handelt es sich um vier verschiedenen Konferenzen, die eines gemeinsam haben: Es geht um die Zukunft.

Bei der **Futuromunde Foresight** werden mit Unterstützung von Fraunhofer IAO die Zukunftsvisionen smarter Städte und nachhaltiger Geschäftsmodelle in den Fokus gerückt.

Die **Futuromondo Edu** findet in Kooperation mit der Initiative Classroom Thinktank statt und versteht sich als Internationales Zukunftsfestival des Lernens. Gefördert wird dieser Konferenzweig vom baden-württembergischen Ministerium für Kultus, Jugend und Sport.

Die **Futuromundo Inno** wird von den Schweizer Innovationshelden unterstützt. Hier dreht sich alles um transformative Geschäftsmodelle und digitale Innovationen.

Die **Futuromundo Start-Up** wiederum bietet jungen Gründerinnen und Gründern zwischen 16 und 25 Jahren eine Vernetzungsplattform. Hier ist das Young Founders Network Berlin als Partner mit dabei.

Das Festival wird dezentral an rund 20 Veranstaltungsorte in Stuttgart stattfinden. Dreh- und Angelpunkt ist die Stuttgarter Liederhalle. Daneben gibt es zahlreichen Side Events, die teilweise von Partnern organisiert werden. Mit an Bord ist beispielsweise die Stuttgarter Werbefilmproduktion Schokolade, die ein so genanntes Clubhouse hostet, von denen es etwa 10 verschiedene in der Stadt geben wird, die man entweder zu Fuß oder via ÖPNV erreichen kann.

Veranstalter erwartet rund 3000 Teilnehmende

"Wir wollen Euphorie und Freude an der Zukunft verbreiten und eine Bewegung starten. Futuromundo soll keine reine Informationskonferenz sein, es geht auch ums Mitmachen und Mitgestalten im Rahmen von Hackathons und Masterclasses", erläutert Sommer.

Im ersten Jahr rechnet der Veranstalter "schwäbisch konservativ" mit rund 3.000 Gästen für die unterschiedlichen Konferenzmodule. Die Veranstaltung sei aber nach oben hin deutlich skalierbar. Rund ein Drittel der Besucherinnen und Besucher werden laut Sommer auf die Futuromondo Edu entfallen. Die restlichen zwei Drittel verteilen sich auf die anderen Konferenzmodule. Wie viele Gäste es bei den Clubhouses werden, sei aktuell schwer prognostizierbar, weil hier im Prinzip täglich neue Partner hinzukommen.

Zu den bislang angekündigten Unterstützern zählen unter anderem die Stuttgarter Zeitung, die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart, die Universität Stuttgart, die Macromedia University of Applied Sciences, Edding, Smart, Rolf Benz und die österreichische Westbahn.
Letztere bringt auf Initiative des Wiener Ministeriums für Neugier und Zukunftslust, eine österreichische Delegation zum Festival, die bereits am 2. Juli im mobilen InTrain-Future-Lab anreist. Über 70 Teilnehmende werden im Zug von Wien nach Stuttgart gemeinsam an einem Projekt zur Zukunft der Mobilität arbeiten. Wer in München, Augsburg oder Ulm zusteigen möchte, kann dies tun. In Ulm wird aber vor allem die Stuttgarter Nachwuchs-Band Port zusteigen, um auf der letzten Etappe für Stimmung im Zug zu sorgen. Zudem wird es Delegationsreisen mit Teilnehmenden aus weiteren deutschen Städten und sogar aus Asien und Indien geben.

Die Werbemaßnahmen für Futuromundo hat die Stuttgarter Agentur Feedback Media entwickelt. Hinter der Kreation der Plakatkampagne stehen Hans Guillermo Weidhofer und Ralf Greiner, die das Festival im Advisory-Board unterstützen. Die Kampagne hat neben der Bekanntmachung des Festivals auch die Aufgabe, mit den Bürgerinnen und Bürgern zu Zukunftsthemen in Dialog zu treten. Dazu wurde der Partner Feedback Time eingebunden. Hier werden zu zwei Themen im Kampagnenzeitraum proaktiv Ideen der Bürger gesammelt: zur Zukunft von Schule und zur Zukunft der Stadt. Die Ergebnisse sollen im Rahmen des Festivals präsentiert werden.

Als potenzielle Zielgruppen für Futuromundo sieht Sommer zum einen Transformations- und Innovationsmanager. Vor allem die Bereiche Inno und Foresight seien besonders interessant für Digitalabteilungen und Agenturen. Die Edu wiederum richtet sich gezielt an Schulleitende und Lehrende, die Lust auf den Wandel haben. Und mit der Start-Up-Konferenz sollen – wie eingangs bereits erwähnt – vornehmlich junge Zielgruppen adressiert werden.

Das Programm steht bereits zu 90 Prozent fest und ist über die Website abrufbar. Einige Programmpunkte sind laut Sommer noch nicht besetzt – so soll es beispielsweise ein politisches und ein wirtschaftspolitisches Panel geben. An deren Zusammenstellung arbeitet das Team aktuell noch.

SCHLAGWÖRTER

Futuromundo | Gordon Sommer | Kai-Erik Ströbel | Leonard Sommer

NEWSLETTER ABONNIEREN

AKTUELLE NACHRICHTEN

Künstlerin Nura im Exklusivinterview: "Du kriegst mich safe nicht mit deiner Kohle!"

Hyundai macht Segmenta zur Lead-Agentur für strategische Kommunikation

Recycling-Kampagne: So cool befeuern Rossmann und The Goodwins die Liebe zum Müll

AKTUELLE JOBS

Head of Communications / Pressesprecher (m/w/d)
Deutscher Sportwettenverband
Berlin

Head of Marketing Hybrid (all gender)
Onlogist GmbH
Hamburg

Redakteur (m/w/d) digitaler Newsroom
RegionalMedien Niederösterreich GmbH
St. Pölten

WEITERE STELLENANZEIGEN ANSEHEN

NEWSLETTER

Die wichtigsten Nachrichten aus der Kreativ- und Werbebranche — ein Mal am Tag als Newsletter direkt in Ihr Postfach.

Ihre E-Mail-Adresse* | Passwort* | JETZT ABONNIEREN

campaign

Bei CAMPAIGN dreht sich alles um die Welt der kommerziellen Kreativität. Seit mehr als 50 Jahren deckt CAMPAIGN die spannendsten News der Branche auf und geht ihrer Bedeutung auf den Grund. Hier werden die wichtigsten Trends analysiert und die besten Ideen und ihre kreativen Köpfe gefeiert. CAMPAIGN vernetzt die globale Werbe-, Marketing- und Medienindustrie durch sein einzigartiges internationales Netzwerk mit lokalen Redaktionsteams in Deutschland, Großbritannien, den USA, Kanada, der Region Asia-Pacific, Japan, China und dem Nahen Osten.

©2024 Johann Oberauer GmbH. All rights reserved.