

Karlsruhe: Kultur und Tourismus

Stadtmarke des Jahres 2011

Karlsruhes Erscheinungsbild ist im Wandel - optisch und visuell. Mit Zweitem sehr erfolgreich, denn Karlsruhe ist beim bundesweiten Kulturmarken-Award in der Kategorie "Stadtmarke" für die Auszeichnung "Stadtmarke des Jahres 2011" nominiert. Die Bewerbung der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH hat es im renommierten Wettbewerb in die Endauswahl geschafft. Das neue Gestaltungs- und Kommunikationskonzept für das Stadtjubiläum 2015 und deren Anwendung beim Stadtgeburtstag 2011 hat die Expertenjury überzeugt und gehört damit zu den besten drei Stadtmarken-Entwürfen 2011.

Die Botschaft des Konzepts: Karlsruhe, eine Stadt erfindet sich neu. Hier sind Innovation, Wissenschaft und Erfindergeist zu Hause. Gestalterische Grundlage der Markenneubildung ist eine 3D-Bild-Marke, die den einmaligen strahlenförmigen Stadtgrundriss aufnimmt. Die Festivitäten der Karlsruher Stadtgeburtstage rund um das Schloss verbinden den Erfindergeist von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Der Stadtgeburtstag 2011 "Karlsruhe nimmt Fahrt auf" war der erste Meilenstein der neuen Markenbildung auf dem Weg zum 300-jährigen Stadtjubiläum 2015. Die Beratungs- und Designagentur JUNG:Kommunikation entwickelte das Gestaltungskonzept mit den markant strahlenförmigen Logos "KA 2015 Jubiläum Karlsruhe" und "KA 300 Karlsruhe Jubiläum". Umgesetzt wird das Layout durch die Agentur Pfeifle Design, Büro für Kommunikationsdesign.

Auf der Kulturmarken-Gala mit Preisverleihung, die mit Unterstützung der Deutschen Post DHL, des Tagesspiegels und der WELTKUNST am 27. Oktober im TIPI am Kanzleramt in Berlin stattfindet, geben Vertreter der Jury vor 500 Entscheidungsträgern und Kommunikatoren aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien die Preisträger in den jeweiligen Kategorien bekannt. Für die Auszeichnung "Stadtmarke des Jahres" wurden neben Stadt Karlsruhe die Europastadt Görlitz Zgorzelec und KulTourStadt Gotha zu den Finalisten gewählt. Als Preis für die "Stadtmarke des Jahres 2011" winkt dem Gewinner eine bundesweite Werbekampagne.

Insgesamt 107 Kulturanbieter, Stadtmarketinggesellschaften, Fördervereine und Kulturinvestoren haben am diesjährigen Kulturmarken-Award teilgenommen. In den Kategorien "Kulturmarke", "Trendmarke", "Stadtmarke", "Kulturmanager", "Kulturinvestor" und "Förderverein des Jahres" hat eine renommierte Expertenjury je drei Finalisten ausgewählt.