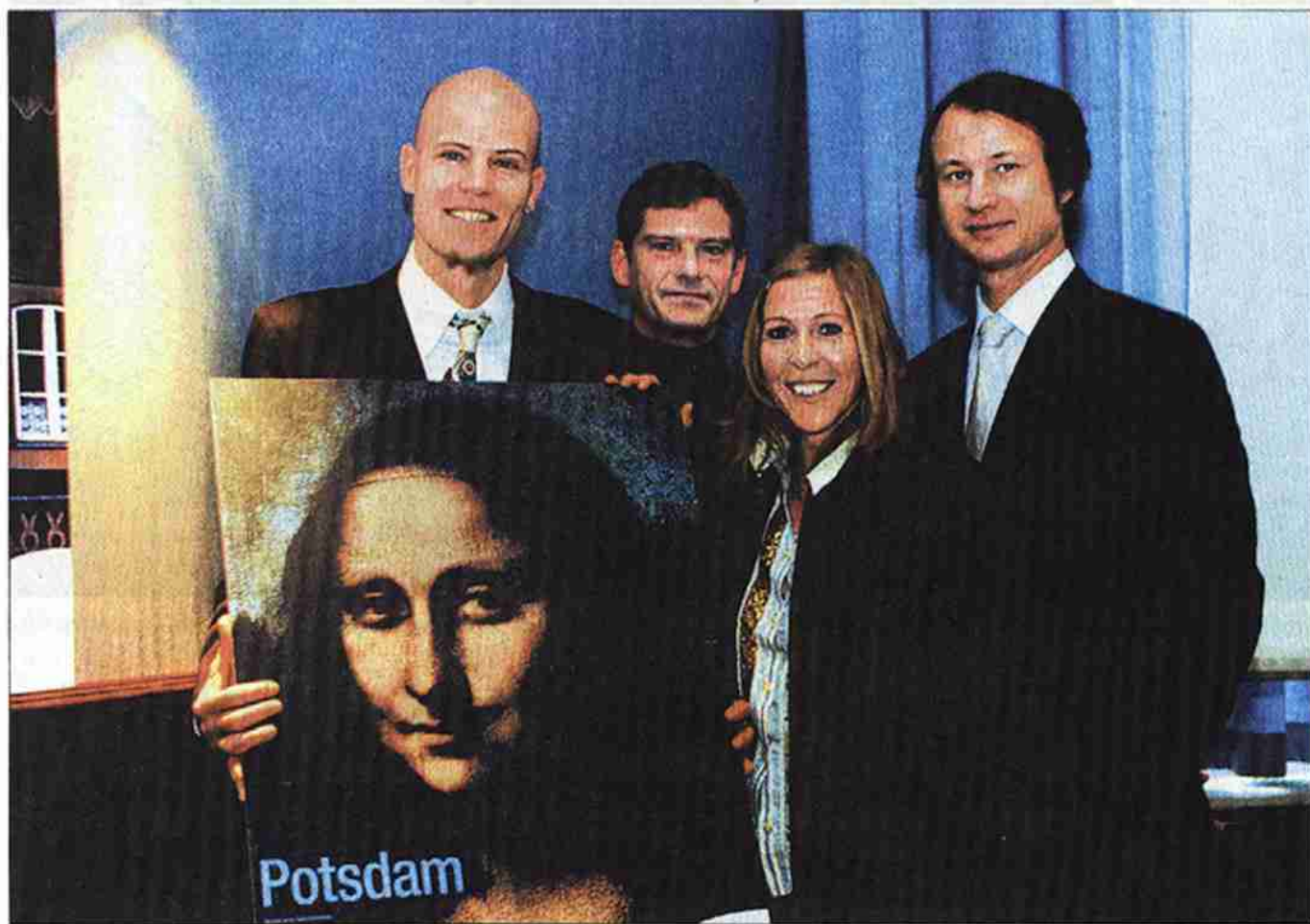


Potsdamer Stadtkurier

Märkische Allgemeine



Martin Hospach (mit dem Plakat der Mona Lisa), Jörgen Golz, Annemarie Stammkötter und Kenan Sabic wollen mit ihrer eigens gegründeten Arbeitsgemeinschaft 2010 das Corporate Design für Potsdams Kulturhauptstadt-Bewerbung entwickeln. FOTO: JOACHIM LIEBE

Werbung mit der Mona Lisa

„Stell' dir vor...“ neuer Titel für Kulturhauptstadtkampagne 2010

VOLKER OELSCHLÄGER

Potsdams Bewerbungskampagne um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2010 läuft ab sofort unter dem Titel „Stell' dir vor...“. Das gab Oberbürgermeister Jann Jakobs gestern bei der Präsentation erster Züge des Corporate Design genannten Erscheinungsbildes für die Bewerbung bekannt, das nach Ausschreibung von einer eigens gegründeten Arge 2010 erstellt wird. Geleitet wird diese Arbeitsgemeinschaft von der Kommunikationsagentur Golz + Friends Event Sponsoring, in deren Referenzliste sich etwa die Organisation der Verleihung des Innovationspreises Berlin/Brandenburg

und die Vorbereitung und Betreuung des Potsdamer Stadtfestes finden. Die Arge 2010 setzte sich offiziell gegen sechs Wettbewerber durch. Laut Jakobs fiel die Entscheidung über die Auftragsvergabe am 23. Dezember. Er korrigierte damit Angaben seiner Kulturbeigeordneten Gabriele Fischer, nach denen die Verhandlungen noch bis in die dritte Kalenderwoche des neuen Jahres andauerten. Laut Ausschreibung der Stadt sollte die Auftragsvergabe bis Ende November erledigt sein (MAZ berichtete). Zum Auftragsvolumen wollte Jakobs gestern keine Angaben machen.

Die neue Marke „Stell' dir vor...“ soll in einem fließen-

den Übergang das bisher von der Stadt favorisierte Bewerbungsmotto „Europa bewegt Potsdam“ ablösen. Auf den Internetseiten der Landeshauptstadt unter www.potsdam.de ist der Austausch der Slogans bereits erfolgt. Breit etablieren will man die neue Marke spätestens zum 31. März, wenn in einer ersten Etappe auf dem Weg zum Jahr 2010 die Bewerbungsunterlagen der Stadt beim Kulturministerium eingegangen sein müssen.

Grafiker Martin Hospach stellte den Slogan „Stell' dir vor...“ gestern als „kurz, prägnant und einprägsam“ vor. Man habe einen „einfachen Slogan gesucht, den man überall versteht“, so Hospach. Zur

Mehrzweckwaffe wird die Wortgruppe nach Darstellung ihrer Finder durch die einfache Verschiebung der drei Punkte. Stellt man diese an den Anfang, so sollen auf „...stell' dir vor!“ in einer Art Aha-Effekt Dinge präsentiert werden, die zu Potsdams Trümpfen zählen. Gestern präsentierten sie beispielhaft ein Plakat mit der Abbildung eines Hauses der Kolonie Alexandrowka. Setzt man die Punkte an den Schluss, können auf „Stell' dir vor...“ Visionen folgen. Hospachs Beispiel: „Stell' dir vor, wir bauen ein Kunstmuseum und holen die Mona Lisa nach Potsdam.“ Nachgeschobener Kommentar: „Da guckt jeder hin.“ → 16