

Ideenwettbewerb zur Entwicklung eines Logos
für die Dachmarke

„Kulturfabrik Leipzig“



Der WERK II – Kulturfabrik Leipzig e.V. ist nicht nur die Halle A. Um diesen Fakt und die damit verbundene inhaltliche Vielfalt vor Ort ganz deutlich nach Außen zu kommunizieren, haben es sich die Vereine auf dem Kulturfabrik-Gelände zur Aufgabe gemacht, ein gemeinsames Erscheinungsbild zu entwickeln und dieses zukünftig unter einem gemeinsamen „Dach“ in Form einer Dachmarke darzustellen. Ziel der Dachmarke soll es sein, den Standort Kulturfabrik Leipzig zu stärken und dessen Vielfalt für die BesucherInnen sichtbar und gleichzeitig nutzerfreundlich und serviceorientiert aufzuarbeiten.

Auf dem Gelände der ehemaligen Werkstoffprüfmaschinenfabrik mit dem prägnanten Titel „WERK II“ wird seit den frühen 90ern von zahlreichen Initiativen Kultur aller Genres für Kinder, Jugend, Frauen, Männer, SeniorInnen und MigrantInnen „produziert“.

Ideenwettbewerb

Fünf Vereine, die auf dem Gelände des WERK II ansässig sind, werden zukünftig unter dem Dach – der Dachmarke - „Kulturfabrik Leipzig“ die einzelnen Interessen und Angebote durch ein gemeinsames Erscheinungsbild nach Außen tragen. Zu den Initiatoren gehören die folgenden Vereine:

WERK II – Kulturfabrik Leipzig

www.werk-2.de



Cammerspiele

www.cammerspiele.de

c a m m e r | s p i e l e

Frauenkultur

www.frauenkultur.leipzig.w4w.net



Halle 5

www.halle5.de



Gesellschaft für Völkerverständigung

www.gfvv-leipzig.de



Alle bestehenden Logos der aufgeführten Vereine bleiben unverändert bestehen und sollen in der visuellen Kommunikation künftig durch die entwickelte gemeinsame Dachmarke ergänzt werden.

Beispiel 1

Das off-Theater Cammerspiele wird auch zukünftig einen Briefbogen mit eigener Anschrift und eigenem Logo einsetzen. Jedoch soll zukünftig hierbei in die Gestaltung die Dachmarke einfließen und sichtbar werden.

Perspektivisch soll sich diese Herangehensweise umdrehen und alle Initiativen werben mit einem gemeinsamen Briefbogen, in dem das eigene Logo und die spezifische Anschrift integriert werden.

Ideenwettbewerb

Beispiel 2

Als erstes gemeinsames Kommunikationsmedium soll zum Jahresbeginn 2010 der Onlineauftritt www.kulturfabrik-leipzig.de starten.

Hier wird erstmals unter der neuen Dachmarke (und dem neuen CD) das vollständige Programm aller Initiativen inkl. Veranstaltungskalender etc. kommuniziert. Die Besucher der einzelnen Vereinseiten werden bei dem Klick auf „Programm“ zukünftig auf die neue Internetseite verlinkt.

Das Gelände des WERK II im Überblick



Ideenwettbewerb

Das Gelände macht es sichtbar – auf einem ehemaligen Industrieareal mit einer Gesamtgröße von ca. 8.000 qm sind die genannten fünf Initiativen und zahlreiche weitere Mieter & Anbieter aktiv. Die Kulturfabrik ist Kreativ- und Gründerzentrum, „Produktionsort“, eine Fabrik für Erfindungen, Kulturschaffende ...

Weitere Mieter und Nutzer auf dem Gelände

Die folgende Aufzählung gibt die Vielfalt des Kulturzentrums und seiner Anbieter wieder. Die Genannten sind teils seit Jahren Bestandteil der Kulturfabrik, ein Großteil nutzt aber auch die vorhandenen Möglichkeiten und beispielsweise die fairen Mietpreise, um eine neue Existenz zu Gründen und ab einer bestimmten Größe weiterzuziehen. Wichtig ist, dass alle Mieter das Erscheinungsbild und die Atmosphäre durch ihr Schaffen, ihre Angebote und ihre Besucher mit prägen.

- Freie Architekten – Augustin & Imkamp
- Bewegungstraining und Kinderballett
- Softwaredevelopment
- Bogenschießen
- Karotz Metallwerkstatt
- Buntgarn Stickerei
- Keramikwerkstatt
- Kulturbogen GmbH
- Computerclub für Senioren
- M. Lanzendorf-Landschaftsarchitektur
- Connewitzer Sportverein 1950 e.V. – Kegelbahn
- Mad Flava (Grafitti-Shop)
- ConnStanze – Kneipe
- M-Art-ens – Grafikbüro
- Lars Ehlers – Architektur
- Matthes & Hoffer – Gestaltung & Kommunikation
- Medial Mirage – Fotografie
- Glasbläserei
- Orientalischer Tanz
- Grafikdruckwerkstatt
- Rise Above – Skateboards
- Graffitiverein
- Textfeld – Yvonne Strankmüller
- Trommelkurse
- Vereinswerkstatt Altes Eisen e.V.
- Yushinkan e.V. – Kampfkunstschule

Ideenwettbewerb

Aufgabenstellung des Ideenwettbewerbes

Mit dem Ideenwettbewerb richten wir uns an Studenten, Absolventen, Hochschulen und Agenturen, von denen wir uns einen kreativen Ansatz für das zukünftige Logo der Dachmarke „Kulturfabrik Leipzig“ erwarten.

Die TeilnehmerInnen des Ideenwettbewerbes sind dazu aufgerufen, als Arbeitsergebnis einen aussagekräftigen Logoentwurf einzureichen.

Bei dem Entwurf des Logos muss bedacht werden, dass dieses auch in Schwarz-Weiß bzw. in Graustufen in zahlreichen Printprodukten eingesetzt werden kann.

Bereits in der Entwurfsstufe sollte die Vielzahl der späteren Anwendungsgebiete berücksichtigt werden; so sehen wir den Einsatz in Printprodukten wie Geschäftsdrucksachen aber auch Werbemitteln wie Programmheften, Plakaten und Flyer als auch die Verwendung in Onlinemedien vor.

Die Auseinandersetzung mit dem Entwurf des ausgeschriebenen Logos für die Dachmarke „Kulturfabrik Leipzig“ sollte zudem einen ersten Ansatz zur Ableitung des späteren Corporate Designs berücksichtigen. Dieser Ansatz kann beispielsweise auf zukünftige Farbwelten oder die Typographie eingehen.

Eine Darstellung des Ansatzes kann anhand eines Gestaltungsbeispiels erfolgen (z.B. Titelseite Programmheft, Programmanzeige, Briefbogen, Home-Site Internet).

Termine

Rundgänge

Für Interessenten bieten wir zu folgende 2 Terminen Rundgänge auf dem Gelände der Kulturfabrik unter Begleitung der Geschäftsleitung; Frage- und Gesprächsrunde im Anschluss.
Termin 13.07.2009 & alternativ 15.07.2009, jeweils 13 Uhr

Ausschreibungszeitraum

Der Wettbewerb startet am 1.7.2009.

Ausschreibungsende ist der 15.9.2009; es gilt das Datum des Mail- bzw. Posteingangs.

Dauer des Auswahlverfahrens

Das Auswahlverfahren wird bis zum 31.10.2009 andauern.

Im Anschluss werden alle Teilnehmer über den Ausgang und die Platzierung in schriftlicher Form informiert. Eine Teilnahme der Jurymitglieder und derer Agenturen werden ausgeschlossen.

Bewertung & Nominierung

Die Ausschreibung erfolgt anonym, die eingereichten Unterlagen werden an eine unabhängige Jury vergeben. **Die eingereichten Entwürfe (ausgedrucktes Exemplar und Dateien) dürfen daher keinerlei Absenderkennzeichnung enthalten.** Die Einsender-Zuordnung erfolgt durch die Vergabe von Wettbewerbsnummern, durch den Initiator.

Die Nominierung des Preisträgers wird durch die Initiatoren und mit Hilfe einer unabhängigen Fachjury durchgeführt

Ideenwettbewerb

Preisgeld & Preisträger

Der Gewinner/ die Gewinnerin des Ideenwettbewerbes (1. Platz) erhält ein **Preisgeld in Höhe von 1.000 EUR** netto. Eine Zweit- und Drittplatzierung gibt es nicht.

Mit Beteiligung am Ideenwettbewerb erkennen die TeilnehmerInnen an, dass die Nutzungsrechte für die eingereichten Entwürfe im Fall der Erstplatzierung zeitlich und räumlich uneingeschränkt an den WERK II – Kulturfabrik Leipzig e.V. übertragen werden. Der Gewinner/ die Gewinnerin stellt in diesem Fall alle relevanten und eingereichten Entwurfsdaten dem WERK II digital auf CD zur Verfügung.

Optional behält sich der WERK II Kulturfabrik Leipzig e.V. vor, mit dem Preisträger/ der Preisträgerin auch im Anschluss auf Honorarbasis weiterzuarbeiten.

Form der Einsendung

Um eine Vergleichbarkeit und Bewertung der Einreichungen zu ermöglichen, benötigen wir von den TeilnehmerInnen des Wettbewerbes folgende Materialien bzw. Dokumente:

- 1) Den Entwurf/ die Entwürfe in einem PDF per Mail an kulturfabrik@werk-2.de (maximal 10 MB)

und

- 2) 1 Booklet in gedruckter Form (maximal A3) an:

WERK II – Kulturfabrik Leipzig e.V.
Kennwort „Dachmarke“
Kochstr. 132
04277 Leipzig

Die eingereichten Arbeiten verbleiben Dauerhaft im WERK II und werden nicht zurückgesandt.

Ideenwettbewerb

Die Jurymitglieder

Thomas Hankel

- Geschäftsführer und Art Director von torpedo leipzig – Agentur für Design und Kommunikation GmbH
- Dozent im Bereich Kommunikation und Gestaltung an der Universität Leipzig und der Management Akademie Riesa
- Gelisteter Berater bei der RKW Sachsen GmbH
- www.torpedoleipzig.de

Anne Kundt

- Projektmanagerin KOCMOC.NET GmbH Leipzig
- www.kocmoc.net

Markus Dressen

- Professor für Grafik Design an der Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig
- Mitherausgeber der Zeitschrift Spector cut+paste
- www.microtyp.org

Kontakt für Fragen zum Ideenwettbewerb

WERK II – Kulturfabrik Leipzig e.V.
Kennwort „Dachmarke“
Kochstr. 132
04277 Leipzig

Katja Krause

Tel: 0341 3080115

Mail: kulturfabrik@werk-2.de