Anregung

1) Sollen zukünftig neue Logos oder „Corporate Identities“ (CI) für die Stadt oder ihre Töchter entworfen werden, wird diese Aufgabe in Zusammenarbeit mit der Uni Wuppertal (z.B. Fach Kommunikationsdesign) in einem Wettbewerb ausgelobt und der oder die Sieger in einer städtischen Kommission gekürt, je nach Umfang und Bedeutsamkeit unter öffentlicher Beteiligung.

2) Dieses Prinzip kann auch für die Gestaltung städtischer Gebäude angewandt werden (Architektur).

Dieser Vorschlag ist analog zum gemeinsamen Antrages VO/1241/21 von CDU, FDP und Bündnis 90/Die Grünen für die Zusammenarbeit zum Thema Radverkehr, verstärkt mit der Uni Wuppertal zusammenzuarbeiten.

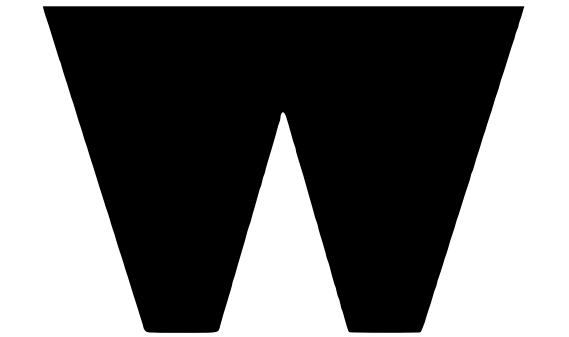
Begründung

1) In Presseberichten zum neuen Logo/CI des „Museum (für) Industriekultur“ war von Kosten in Größenordnung einer vier- oder fünfstelligen Summe die Rede. Das sind Beträge, für die ein Normalverdiener mit den Ohren schlackert, und für den Petenten für 10 Minuten Arbeit am PC kein vernünftiger Gegenwert ist.



MEIN INGWER- & KUKICHATEE
WUTTEETAL – LECKER!

beleerend®
Keiner wie wir.



WUPPERTALER BOHNEN
fair gehandelter Kaffee
aus dem Ratskeller



Neben dem eigentlichen Namen sollte ein Logo, Corporate Identity oder eine Marke nach außen hin einen Wiedererkennbarkeitswert haben, etwas sinnstiftendes und einmaliges (Alleinstellung). Die Industriemuseen des LVR bedienen sich beispielsweise einem Zahnrad und der Fabrik-Silhouette mit Schornstein. Ein „MI“ mit cyanen ASCII-Wert 62 könnte ein Logo für alles sein.

2) In der Vergangenheit wurden wesentliche Landmarken Wuppertaler Architektur wie die Schwebebahnstationen oder die eckigen Fenster des halb eingebuddelten klassizistischen Bahnhofsgebäude *Wuppertal-Elberfeld* in kleinem (Hinterzimmer-) Kreis entschieden. Diese Entscheidungen waren in der Bevölkerung höchst umstritten.

Die Beteiligung von Studenten der technischen und gestalterischen Fachrichtungen erfolgt zum Zwecke der Bildung, nicht des Kommerzes. Die Stadt spart dadurch Geld, die Beteiligung der Öffentlichkeit je nach Bedeutsamkeit bringt den Entscheidern Argumente für oder gegen einen Entwurf. Und solche Aktionen wie teure Architektenwettbewerbe im Hinterzimmer als Argument gegen den Jugendstil als prägendes Element bleibt den Wuppertalern erspart (für die Planung von Hinterzimmer-Entscheidungen wurden hunderttausende Euro verplant und dann gesagt: „Ja, wenn ihr die Jugendstilbahnhöfe haben wollt, daß kostet noch einmal hunderttausende.“).