

Modernes Markenimage

Wie innen, so außen: Gemäß diesem Motto spiegeln sich zentrale Markenwerte und Identitäten der Stadt Krefeld auch in der Gestaltung ihrer Werbemittel wider.



Uli Cloos und Mitarbeiterin Claire Neidhardt präsentieren die neuen Werbemittel der Stadt Krefeld.
Foto: Stadt Krefeld

„An den drei Grundpfeilern Architektur, Kultur und Produktinnovation/Design richten sich alle Aktivitäten des Stadtmarketings aus. Und das wollten wir nicht nur inhaltlich sondern auch optisch transportieren. Die neue Kommunikationslinie spiegelt konsequent die hohe Designexpertise wider, die in unserer Stadt traditionell zu Hause ist, und liefert eine aktuelle und moderne Interpretation des Stadtslogans“, so Uli Cloos, Fachbereichsleiter Marketing und Stadtentwicklung der Stadt Krefeld.

Nachdem alle Info-Flyer ein einheitliches Erscheinungsbild erhielten, gibt es nun auch die Imagebrochure der ‚Stadt wie Samt und Seide‘ im neuen Look. Die Gestaltung der neuen Imagebrochure

stammt von Sarah Frank, Absolventin der Hochschule Niederrhein/ Fachbereich Design. Sie setzte sich bei einer Ausschreibung des Stadtmarketings zum Start des Portals www.krefeld.de erfolgreich gegen die Konkurrenz durch. Mit ihrer Arbeit überzeugte sie eine dreiköpfige Jury, der neben Uli Cloos auch Friedrich R. Berlemann und Dr. Ralph Reiber, Präsident und Vorstand des Krefelder Marketingclubs, angehörten.

Von Sarah Frank wurden zuvor auch die Piktogramme entwickelt, mit denen in der Broschürenreihe Architektur entdecken sowie auf dem Portal www.krefeld-entdecken.de auf markante Weise wichtige Krefelder Bauten dargestellt werden. Zusammen mit der neuen Image-

brochure umfasst die aktuelle Kommunikationslinie insgesamt dreizehn Informationsmittel in einheitlichem Design. Neben den schlichten Piktogrammen zählt das für die Innenstadt charakteristische Wallrechteck zu den zentralen grafischen Elementen. Weitere Broschüren sind in Planung.

Die Aktivitäten des Stadtmarketings sind konzeptionell in die Umsetzung und Weiterentwicklung des Krefeld Marketing Konzeptes 2015 einzuordnen. Als themenfeldübergreifendes Projekt war dort der Neustart(Relaunch) der Dachmarke „Samt und Seide“ definiert. Das Stadtmarketing hat durch Veranstaltungen und Projekte wie Kultur findet Stadt(t), krefelder reden, Architekturführungen und -symposien, Identitätsstiftendes Gestaltungskonzept, Krefelder-Perspektivwechsel, [krefeld-entdecken.de](http://www.krefeld-entdecken.de) und ESNC Crefeld mit vielen Partnern aus der Stadtgemeinschaft den an Stadtidentitäten orientieren inhaltlichen Neustart der Dachmarkenkommunikation vor fünf Jahren eingeleitet und sukzessive umgesetzt. Strategisch begleitet wird der neue Stadtmarketingprozess durch den Fachbereich Wirtschaftswissenschaften an der Hochschule Niederrhein.

„Wir würden uns freuen, wenn dieses spezielle Krefelder Vorgehen auch in Fachkreisen weiteres Interesse findet“, so Uli Cloos mit Blick auf die am Rande der ITB Berlin überreichte Bewerbung den Deutschen Stadtmarketingtag 2016 in Krefeld zu veranstalten.
Infos: www.krefeld-entdecken.de

Innenstadt: Laden für Blumen und Gastronomie

Die Krefelder City ist um ein ganz besonderes Ladenkonzept reicher: KEEN fordert mindestens drei Sinne während des Aufenthalts.



Öffnungszeiten:
KEEN - für Leib & Seele
Rheinstr. 136
47798 Krefeld
T. 02151-6554656
info@keen-krefeld.de
Mo. - Fr. 9.30 - 18.30 Uhr
Sa. 9.30 - 17 Uhr
So. geschlossen



Inhaberin Andrea Engemann-Steigenberger (rechts) und Floristin Jennifer von Contzen arbeiten Hand in Hand im KEEN Blumenladen und Bistro. Fotos: Stadt Krefeld

Drei Fragen an Andrea Engemann-Steigenberger, Inhaberin des Bistros und Blumenladens KEEN:

Im Dialog: Frau Engemann-Steigenberger, was für ein Konzept, was für eine Idee steht hinter Ihrem Geschäft?

Andrea Engemann-Steigenberger: Die Idee, die hinter meinem Konzept steckt ist, dass ich in meinem Ladenlokal möglichst viele Dinge vereinen möchte, die die Sinne betören. Positives und außergewöhnliches Ambiente soll in unserer schnelllebigen sowie vom Internet geprägten Zeit unseren Leib und unsere Seele zum Relaxen und Besinnen auf die schönen Dinge des Lebens einladen. Ausgefallenes Essen, leckere Snacks, besondere

Getränke kombiniert mit vermutlich dem schönsten, was die Natur für uns und unsere Seele bereit hält, Blumen, das ist die Idee. Keine systematisierte sowie standardisierte Fließband-Welt, sondern eine individuelle Mischung von vielen kleinen Köstlichkeiten und Seelentröstern, die dem Gast und Konsumenten den Alltag schmücken. Und das alles zu einem fairen und bezahlbaren Preis.

Weshalb machen Sie das ausgerechnet in Krefeld?

Weil Krefeld als ehemalige Samt und Seidenstadt viel Tradition in sich vereint, die nur leider mit den Jahren verloren gegangen ist. Doch die Menschen, die in Krefeld aufgewachsen sind oder hier leben

müssten wissen, für was für edle Dinge Krefeld einst gestanden hat und sollten ein Gespür und ein Verständnis für die Dinge haben, die einem das Leben verschönern sowie versüßen können. Krefeld hat so ausgesucht schöne Gegenden, da müssen die Menschen, die hier wohnen, das wertschätzen, was ich anbiete, war meine Intension.

Was können die Besucher noch bei Ihnen bekommen?

Wechselnde Laden-Dekorationen, außerdem sind geschlossene Gesellschaften möglich bei Trauungen, Geburtstagen, Taufen etc. und wir bieten Catering von Veranstaltungen außer Haus inklusive Blumendekorationen. **Vielen Dank!**

Perspektivwechsel: Museen präsentieren Ghost City

Gemeinsam entwickeln die Kunstmuseen Krefeld und das Textilmuseum ein Projekt, das der Vorbildfunktion historischer japanischer Farbholzschnitte für Mangas und Comic-Kultur nachgeht.

Der Einfluss der Farbholzschnitte auf die heutige Populärkultur lässt sich von der Motivik und Erzählweise über die Stilmittel bis hin zu Techniken wie etwa der Tätowier-

Wettbewerb unter Jugendlichen münden, die angeregt von den historischen Exponaten mit Graffiti und Comics »ihre Stadt gestalten«. Anlass der Aktion vom 01. Septem-

tion der umfangreichen grafischen Bestände, darunter auch eine Auswahl aus dem großen Konvolut japanischer Farbholzschnitte des 19. Jahrhunderts. Parallel zeigt das Tex-



Der Einfluss der Farbholzschnitte auf die heutige Populärkultur lässt sich von der Motivik und Erzählweise über die Stilmittel bis hin zu Techniken wie etwa der Tätowier-

ber 2015 bis 31. März 2016 der Kunstmuseen Krefeld und des Deutschen Textilmuseums Krefeld sind zwei Ausstellungen in den Museen. So eröffnet im September 2015 in den Häusern Esters und Lange eine Sammlungspräsentation

der umfangreichen grafischen Bestände, darunter auch eine Auswahl aus dem großen Konvolut japanischer Farbholzschnitte des 19. Jahrhunderts. Parallel zeigt das Textilmuseum die Ausstellung "Blumen und Punkte - Textilien der Samurai und Bürger in der Edo-Zeit", ebenfalls mit Farbholzschnitten aus der Sammlung der Kunstmuseen. Infos: kunstmuseen@krefeld.de

Aktuelle Ausstellungen

Museum Haus Esters

Die Kunstmuseen Krefeld zeigen zur Zeit im Haus Esters "Kernstücke" von Imi Knoebel. Die Ausstellung ist noch bis zum 23. August zu sehen.

Museum Haus Lange

Das Haus Lange präsentiert ebenfalls noch bis zum 23. August Werke von David Reed unter dem Namen "The mirror and the pool".

Deutsches Textilmuseum

Das Deutsche Textilmuseum gehört zu den international wichtigsten Sammlungen mit historischen Textilien und Bekleidung. Die Sammlung umfasst etwa 30.000 Objekte aus allen Teilen der Welt von der Antike bis zur Gegenwart. Das Museum präsentiert Wechselausstellungen. In der jetzigen Umbauphase ist das Museum für Besucher geschlossen.

Aktuelles zur Ostwallbaustelle



Baustellenkoordinator ist Eckhard Lüdecke, Hotline: 02151/7478520, E-Mail: service@wo-schoenes-entsteht.de. Lüdecke kann auf einen großen Erfahrungsschatz zurückgreifen, da er in den vergangenen 30 Jahren an allen großen Krefelder Baumaßnahmen beteiligt war. Weitere Informationen gibt es auf www.wo-schoenes-entsteht.de. Aktuelle Nachrichten, Interviews und Informationen runden das Internet-Angebot ab.

Highlights 2015 - Highlights 2015 - Highlights 2015 - Highlights 2015

23. - 25.05.:	Historischer Flachsmarkt	19. - 20.09.:	Krefeld PUR - Themensamstag und verkaufsoffener Sonntag, Innenstadt
19. - 20.06.:	Kultur findet Stadt(t), Musik, Theater, Kunst und Kulturmarkt in der Innenstadt	20.09.:	Bottermaat in Hüls, Konventstraße
05.07.:	24. Niederrheinischer Radwandertag, Hülser Markt	02. - 11.10.:	Herbstkirmes auf dem Sprödenalplatz
Juli / August:	Literarischer Sommer, Infos unter www.literarischer-sommer.eu	08.11.:	Herbstlich willkommen - verkaufsoffener Sonntag, Innenstadt
07. - 08.08.:	Internationales Folklorefest mit Weltmusik, Innenstadt	Nov. / Dez.	Weihnachtsmarkt, Innenstadt
22.08.:	Jazz an einem Sommerabend Linn	21.11.:	Einkaufen bei Kerzenschein, Innenstadt
30.08.:	Seifenkistenrennen, Hülser Berg	28. - 29.11.:	Nikolausmarkt in Uerdingen mit verkaufsoffenem Sonntag im Stadtteil
11. - 13.09.:	British days & Country Fair, Burg Linn	05.12.:	Besonderer Weihnachtsmarkt, Innenstadt
13.09.	Fischeln Open mit verkaufsoffenem Sonntag im Stadtteil	13.12.:	Adventsshoppen - Verkaufsoffener Sonntag

Impressum:
Stadt Krefeld / Der Oberbürgermeister
Marketing und Stadtentwicklung
05/1 Stadtmarketing
Von-der-Leyen-Platz 1
verantwortlich: Ulrich Cloos
Redaktion & Layout: Nina Multhoff