Stadtwappen, Signet und Logo

- Stadtwappen (bis 1989)

- Kronen-Signet (1990 – 1999)

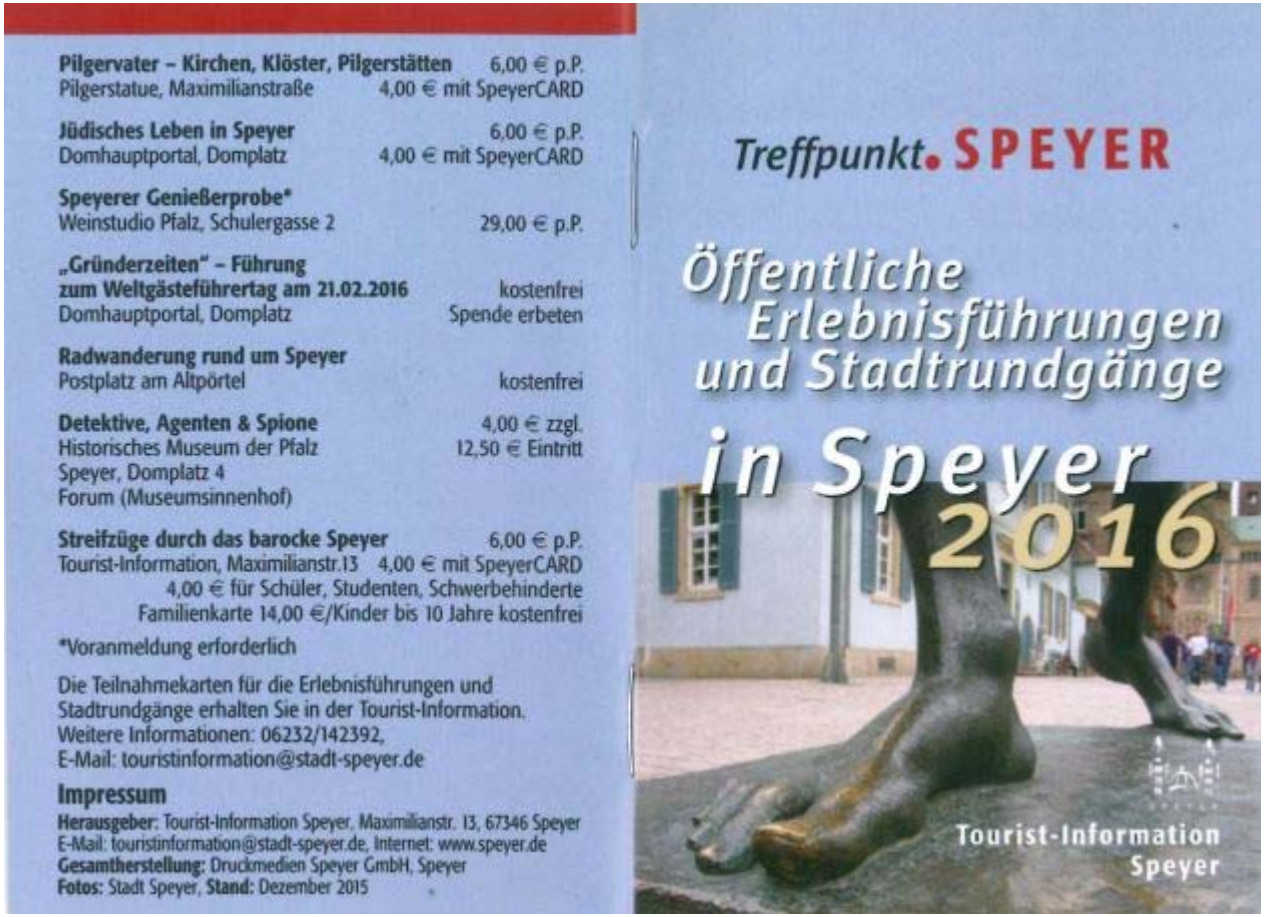
- Dom-Logo (1999 - heute)

Prägnanz eines Logos

Dom-Logo Schwächen

- lockerer, dünner Strich
- fast impressionistisch anmutende Zeichnung
- fehlende Prägnanz bzw. Signifikanz durch die fragile Konstruktion der Striche
- In der Verkleinerung ist das Dom-Logo nicht mehr gut darstellbar (Konturen werden unscharf, Farben verschwimmen)
- Im direkten Vergleich mit anderen Logos verliert es an gestalterischer Kraft
- Selbst die geistige Urheberin des Logos, Jutta Weiß, sieht, dass es „in die Jahre gekommen ist“ (Rheinpfalz vom 21. Juni 2016) und einer Ablösung bzw. eines„Relaunches“ bedarf

Schwäche 1: Verkleinerungen



Pilgervater – Kirchen, Klöster, Pilgerstätten 6,00 € p.P.
Pilgerstatue, Maximilianstraße 4,00 € mit SpeyerCARD

Jüdisches Leben in Speyer 6,00 € p.P.
Domhauptportal, Domplatz 4,00 € mit SpeyerCARD

Speyerer Genießerprobe*
Weinstudio Pfalz, Schulergasse 2 29,00 € p.P.

„Gründerzeiten" – Führung
zum Weltgästeführertag am 21.02.2016 kostenfrei
Domhauptportal, Domplatz Spende erbeten

Radwanderung rund um Speyer
Postplatz am Altpörtel kostenfrei

Detektive, Agenten & Spione 4,00 € zzgl.
Historisches Museum der Pfalz 12,50 € Eintritt
Speyer, Domplatz 4
Forum (Museumsinnenhof)

Streifzüge durch das barocke Speyer 6,00 € p.P.
Tourist-Information, Maximilianstr.13 4,00 € mit SpeyerCARD
4,00 € für Schüler, Studenten, Schwerbehinderte
Familienkarte 14,00 €/Kinder bis 10 Jahre kostenfrei

*Voranmeldung erforderlich

Die Teilnahmekarten für die Erlebnisführungen und Stadtrundgänge erhalten Sie in der Tourist-Information.
Weitere Informationen: 06232/142392,
E-Mail: touristinformation@stadt-speyer.de

Impressum

Herausgeber: Tourist-Information Speyer, Maximilianstr. 13, 67346 Speyer
E-Mail: touristinformation@stadt-speyer.de, Internet: www.speyer.de
Gesamtherstellung: Druckmedien Speyer GmbH, Speyer
Fotos: Stadt Speyer, **Stand:** Dezember 2015

Treffpunkt. SPEYER

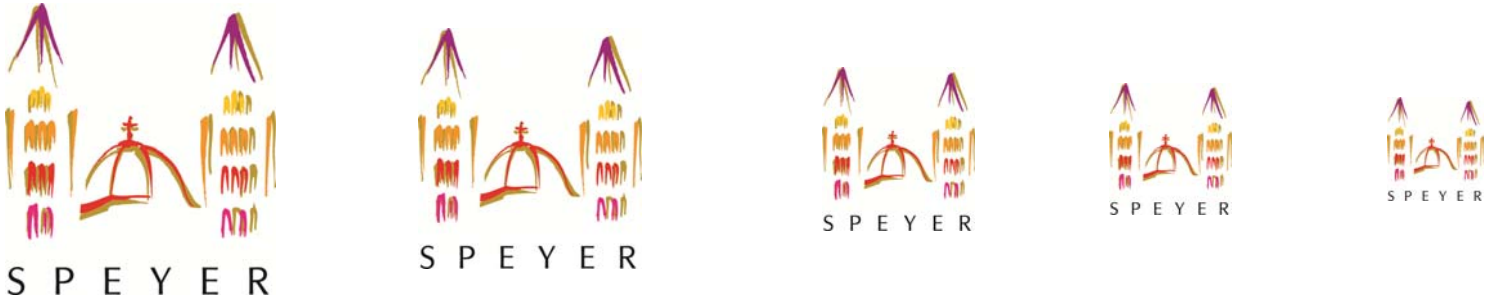
Öffentliche Erlebnisführungen und Stadtrundgänge

in Speyer 2016

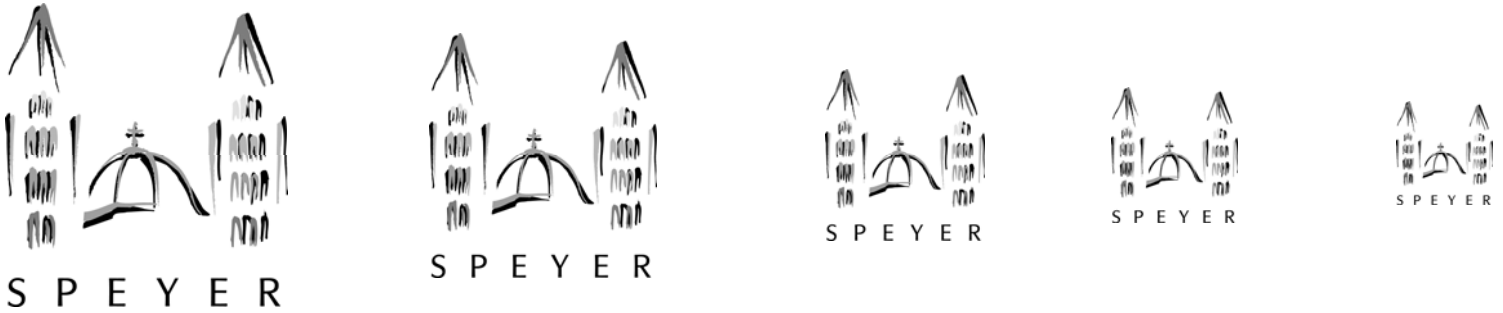
Tourist-Information Speyer

Abnehmende Prägnanz in der Verkleinerung

- Farbe



- Schwarz-Weiß



Schwäche 2: Kooperationen, Logo-Leisten

Fazit

- Aufgrund der skizzierten Schwächen ist eine Neugestaltung/Überarbeitung des Logos naheliegend (Wort- und Bildmarke)
- Der Markenbildungsprozess sollte durch die Einführung eines neuen/überarbeiteten Logos abgeschlossen werden
- Wir brauchen ein prägnanteres und signifikanteres Zeichen, das die heute notwendigen vielfältigen Anwendungen und Kooperationen ermöglicht

Ideenwettbewerb
„Logo und Slogan für die Stadt Speyer“

- Zweistufiges Verfahren (Ideenwettbewerb/Beratung im Stadtrat)
- Ausschreibung von 3. Preisen im Ideenwettbewerb (3.000€/1.500€/500€)
- Juryentscheidung mit Fachberater Prof. Volker Albus
- Insgesamt 48 Wettbewerbsbeiträge von Agenturen und Privatpersonen

Platz 3

art.work Medienagentur

SPEYER

Positive Anmerkungen der Jury

- Grafisch einwandfreie Lösung
- Sehr prägnant und plakativ
- Die geschwungene Welle unter dem Schriftzug zeigt neben dem Dom ein weiteres für Speyer wichtiges Element, den Rhein (Mehrdimensionalität)
- Symbolisiert die Lebenslust (am Rhein)
- Buchstabenfolge „EYE“ exakt unter dem Abbild des Doms platziert (engl. für „Auge“, „sehen“, „besichtigen“)

Kritik & Überlegungen

- Erinnert in Farbgebung und Form an das Logo der Stadt Worms

- Farbgebung müsste angepasst werden (evtl. Anlehnung an Stadtfarben)
- Der Spalt zwischen Domkuppel und Türmen stört
- Signet des Doms erscheint im Verhältnis zur Typographie etwas zu klein geraten, ist er doch *das* Symbol für die Stadt Speyer

SPEYER

SPEYER

SPEYER

Platz 2

Brönner Mediengestalterei

SPEYER

Lebenslust Kultur Toleranz

Positive Anmerkungen der Jury

- Modernität
- Greift den Speyerer Markenkern auf
- Variation des noch aktuellen Logos, das sehr beliebt ist

Kritik & Überlegungen

SPEYER
Lebenslust Kultur Toleranz

- Kombination des impressionistisch wirkenden Domsignets mit der klassischen Times-Schrift ist widersprüchlich
- ➔ Die Schriftmarke steht aufgrund der Typo eher für ein Selbstwertgefühl, das sich auf erhabene „klassische“ Größen stützt
- ➔ Impressionistischer Gestus der Domskizze könnte auch auf ein Bauwerk in der Provence verweisen, nicht auf einen romanischen Dom von derartiger Wucht, Strenge und Einzigartigkeit
- Wort und Bildmarke bilden keine Einheit (wirkt daher nicht als Logo)
- Schwächen des aktuellen Logos werden nicht ausgeglichen
- Zu filigran (Relaunch nötig, um das Signet prägnanter zu machen)
- Schlechte Proportionen

SPEYER

■ Lebenslust ▲ Kultur ● Toleranz

SPEYER

■ Lebenslust ▲ Kultur ● Toleranz

SPEYER

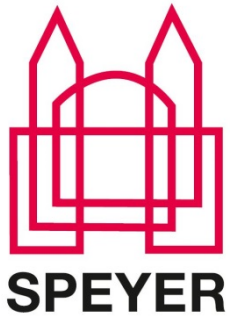
■ Lebenslust ▲ Kultur ● Toleranz

Platz 1

VPC Group – Value Publication & Consulting

SPEYER

Positive Anmerkungen der Jury



- Sehr prägnant, plakativ und klar
- Hoher Wiedererkennungswert
- Die präzise geometrische Linienführung stellt die spezifische Architektur des Doms dar und überträgt sie auf ein Gitternetz
- Anders als bei Platz 2 und 3 wird hier die überragende Harmonie und Meisterschaft der Architektur des Bauwerks gewürdigt (unterstreicht die Einzigartigkeit)
- Gestaltung in Rot und Schwarz auf weißem Grund gibt die Stadtfarben wieder
- Symbolisiert die Vielschichtigkeit der Stadt
- Gibt die klare Linienführung wieder, die auch im Stadtbild überall zu finden ist
- Hat strenge und klassische Elemente
- Domsignet ist die Dominante des Logos, Wortmarke ordnet sich in gleicher Breite unter (sehr gute Proportionen)
- Wirkt auch im Negativ sehr gut
- Logo ist im Gegensatz zu den beiden anderen „stehend“ ausgerichtet (= zusätzliche Qualität, vor allem in der digitalen Anwendung)

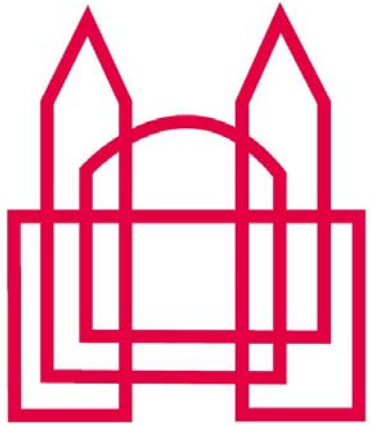
Kritik & Überlegungen

SPEYER

- Erinnert in der Machart an das Logo der Deutschen Stiftung für Denkmalschutz

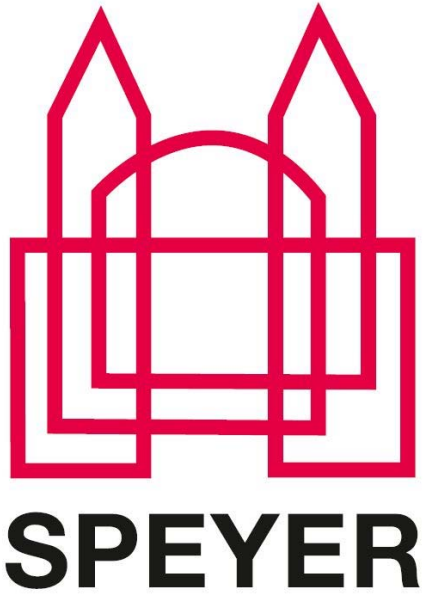
DEUTSCHE STIFTUNG
DENKMALSCHUTZ

- Wirkt streng
- Gibt den Speyerer Markenkern (Kultur, Toleranz & Lebenslust) nicht angemessen wieder
- Wurde von einem Jurymitglied ebenfalls als „filigran“ empfunden


SPEYER

SPEYER

SPEYER


SPEYER

SPEYER
Lebenslust Kultur Toleranz

SPEYER

Jede Logo-Neueinführung ist umstritten

- Man hält gerne fest am Gewohnten und Vertrauten
- Das vorhandene Logo ist (in Speyer) populär und hat eine große Verbreitung
- Die Einführung eines neuen Logos ist mit Kosten verbunden
- Aber es ist auch eine strategische Investition in die Zukunft
- Dient der besseren Positionierung der Stadt im schärfer werdenden europäischen Wettbewerb der Städte

Aktuell genutztes Dom-Logo, Kritik bei der Einführung 1998

- „zu flach und dahingehuscht“ (Anne Ludwig)
- „enttäuschend“ (Thomas Bußjäger)
- Frank Joachim Grossmann wünscht sich „mehr Klarheit und weniger Verwirrung“
- „Hingeschmissene Zeichnung“ (Gerd Bosslet)
- „Farbwahl nimmt herrschende Mode auf und wird darum bald sehr bemüht wirken“ (Ulrich Best)

Fazit

- Auch Logos sind dem Zeitgeschmack unterworfen und sollten gegebenenfalls verändert/angepasst werden
- Das vorhandene Dom-Logo ist populär in Speyer, aber schwach im Außenmarketing
- „Stillstand ist Rückschritt“
- Haben Sie den Mut, sich auf eine neue Lösung einzulassen!

Slogans & Claims – 1. Preis

SPEYER

Speyer – 100% Pfalz
Speyer – 100% Genuss
Speyer – 100% Zukunft
Speyer – Aus Lust an der Pfalz
Speyer – Kultur für Kopf und Bauch
Speyer – Erfolg mit Hand und Herz
Speyer – Leben für und miteinander

Slogans & Claims – 2. Preis

SPEYER
Lebenslust Kultur Toleranz

Lebenslust. Kultur. Toleranz.

Mein Speyer

Dein Speyer

Unser Speyer

Für Speyer

Slogans & Claims – 3. Preis

Speyer – Über allem der Dom

Speyer – Vielfalt erleben

Speyer – liebenswert. kulturell.