



# Medieninformation

Leipzig, 25.03.2013  
214/so

*Die Stadt Leipzig informiert:*

## **„1000 Jahre Leipzig“: Eine Wort-Bild-Marke zum Festjahr**

„Wir sind die Stadt“ – das ist die Botschaft, unter der Leipzig das Festjahr 2015 zum Anlass seiner urkundlichen Ersterwähnung im Jahre 1015 stellen wird. Oberbürgermeister Burkhard Jung und Bürgermeister Torsten Bonew als Beauftragter „Leipzig 2015“ der Stadt, gaben heute (25. März) den siegreichen Entwurf und die Sieger des Agenturwettbewerbs für Logo und Claim bekannt, den die Stadt ausgelobt hatte. Schöpfer der Bildmarke, die am Ende die Jury überzeugte, ist die Agentur MinneMedia (Leipzig und Dresden). Die Wortmarke wurde von der Agentur Brandung (Leipzig) kreiert.

„Ich finde das Ergebnis ausgesprochen geglückt“, kommentierte Oberbürgermeister Burkhard Jung. Die Botschaft mit ihrem bewussten Anklang an die Friedliche Revolution von 1989 ist prägnanter Ausdruck des wachen Bewusstseins für die eigene Herkunft, für den Mut und das zivilgesellschaftliche Engagement der Leipzigerinnen und Leipziger. Und Leipzig ist Inbegriff der europäischen Stadt. Das Festjahr soll ein Katalysator für die Entwicklung unserer Stadt in den nächsten Jahrzehnten sein: Wachstum. Vielfalt. Nachhaltigkeit.“

Torsten Bonew ergänzte: „Das Festjahr ruht auf vier Säulen: Bürger, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft. Dem entsprechen die bisherigen vier Subclaims: ‚Wir atmen Freiheit‘, ‚Wir leben Kultur‘, ‚Wir schöpfen Werte‘ und ‚Wir teilen Wissen‘. Im Festjahr soll sich Leipzig als organische Verbindung aus großer Vergangenheit, aufregender, weltoffener Gegenwart und vielversprechender Zukunft präsentieren. Die Schwerpunkte lauten: Handels- und Messestadt, Stadt des Geistes und der Künste, Musikstadt, Buch- und Verlagsstadt, Stadt großer wirtschaftlicher und architektonischer Blüte, Stadt der Arbeiter- und der Frauenbewegung, Sportstadt, Stadt der Friedlichen Revolution und junge, kreative Stadt. Dabei möchten wir möglichst viele Menschen erreichen und bewegen, indem wir an Bürgersinn, Bürgerfleiß und Bürgerstolz appellieren.“

Der Agenturwettbewerb wurde im November 2012 gestartet. Zehn Leipziger Agenturen waren dazu eingeladen, sieben beteiligten sich. Von den 18 eingereichten Logos und Claims kamen je vier in die Vorauswahl. Am 8. März entschied dann die Jury. Die Finalisten wurden zuvor durch das unabhängige Institut für Marktforschung Leipzig evaluiert. Befragt wurde in Leipzig, Dresden und Hannover zum Gefallen der Entwürfe, zu Gedanken und Empfindungen, die sie bei den Probanden auslösen, zur generellen Akzeptanz sowie zur Innen- und um Außensicht. Basierend auf den Ergebnissen der Marktforschung machten am Ende MinneMedia und Brandung das Rennen.+++