

Das neue Design

Mit Beginn der 235. Konzertsaison 2015/2016, am 28. August 2015, präsentiert sich das Gewandhausorchester in einem vollständig neu gestalteten Design.

Die Ausrichtung der Markenstrategie und das Erscheinungsbild des Gewandhauses sowie des Gewandhausorchesters werden sich ab der kommenden Spielzeit 2015/2016 grundlegend verändern. Das erste Ergebnis dieser Veränderung ist das neue Spielplanheft der Saison 2015/2016.

Das Erscheinungsbild von Haus und Orchester wurde zuletzt 1999/2000 grundlegend neu gestaltet (und 2005/2006 farblich leicht verändert). Seit dieser Zeit wurde die damals beschlossene Marketingstrategie erfolgreich umgesetzt. Über 12.500 Abonnenten, zahlreiche Großkunden, eine 94% Auslastung der Großen Concerte, überzeugende Kundenbindungsmittel und neue Konzertformate unterstreichen diesen Erfolg. Darüber hinaus wurde das Gewandhausorchester 2009 zur Marke des Jahrhunderts benannt.

Nach fünfzehn Jahren empfanden wir es als notwendig, Strategie und Erscheinungsbild einer Überprüfung und einem Modernisierungsprozess zu unterziehen. Die Neuausrichtung wurde in einem zweijährigen Strategieprozess, „Gewandhaus 2020“, durch Mitarbeiter und Musiker unter der Leitung von Gewandhausdirektor Prof. Andreas Schulz vollzogen. „Die Marke *Gewandhausorchester* ist aus vielen Gründen weltweit einzigartig und so singulär sollte auch das neue Erscheinungsbild werden“, umreißt Schulz ein wesentliches Ziel der Veränderung.

Um dieses Ziel gestalterisch und konzeptionell umsetzen, wurde in einem mehrstufigen Auswahlverfahren eine Agentur gesucht. Den Pitch hat die Hamburger Agentur Karl Anders gewonnen. Überzeugt hat Karl Anders vor allem durch das innovative Konzept, das Live Layouting, bei dem Mitarbeiter des Gewandhauses und des Orchesters in den Kreativeprozess einbezogen wurden, an dessen Ende das vorliegende Design stand. Das Leitmotiv "res severa verum gaudium" spielt dabei eine zentrale Rolle. Wichtigste Botschaft des neuen Markenauftritts ist es, Leidenschaft und Freude für die Musik zu vermitteln.

„Die visuelle Identität der Marke Gewandhausorchester ist in der Weltklasse angekommen. Die Marke Gewandhausorchester sieht jetzt so gut aus wie sie klingt“, beschreibt Claudia Fischer-Appelt, Kreativchefin von Karl Anders, das neue Erscheinungsbild.

„Ich bin sehr stolz und freue mich, dass gemeinsam mit Karl Anders dieses unverwechselbare Design entstanden ist. Es ist mutig, es steht für unsere Werte, Tradition zu erhalten und Neues zu begründen und es ist durch die einmalige Herleitung der Form- und Farbenwelt auf Dauer auch Identität stiftend“, erläutert Schulz.

Karl Anders ist ein Büro für Visual Stories. Wir machen Design und Storytelling, das Menschen involviert und sie zum Teil unserer Geschichten werden lässt. So schaffen wir ganz neue Anlässe für Kommunikation und verbinden Menschen, Marken und Unternehmen miteinander. Karl Anders wurde 2011 von Claudia Fischer-Appelt und Lars Kreyenhagen in Hamburg gegründet und betreut Kunden wie Blickfang, Evangelische Kirche in Deutschland, MairDumont, OKE Group, Staatsoper Hamburg, Stadt Wolfsburg, thom/krom, Vitra und Volkswagen.

Gewandhaus zu Leipzig
Eigenbetrieb der Stadt Leipzig

Pressesprecher
Dirk Steiner
T +49 341 1270-316
F +49 341 1270-408
M +49 174 9046341
Dirk.steiner@gewandhaus.de

gewandhausorchester.de
facebook.com/gewandhaus
twitter.com/gewandhaus