

Presseinformation

Pressemitteilung vom 10.11.2021

Mit Liebe aufgedrückt

Die drei Gewinner*innen des Stadtlogo-Wettbewerbs stehen fest: Die Daumenabdrücke eines kleinen Jungen (10) überzeugten bei der Online-Befragung und stempelten sich aus 60 Vorschlägen in die Herzen der Mitglieder des Entscheidungsgremiums.

Nein, das war keine leichte Aufgabe. Wie soll man bloß aus 60 Einsendungen, von denen eine schöne als die andere ist, eine Gewinnerin oder einen Gewinner festlegen? Und dann auch noch, wenn es um so etwas Wichtiges wie das neue Stadtlogo von Pinneberg geht?



Am Ende entschied eine Kombination aus den Erkenntnissen der Online-Umfrage und der Einschätzung eines zehnköpfigen Entscheidungsgremiums aus Vertreter*innen des Stadtmarketingvorstandes, des Vorstandes der Wirtschaftsgemeinschaft Pinneberg, der Politik und dem Wirtschaftsförderer der Stadt Pinneberg. Das Gremium legte folgende Platzierungen fest:

1. Platz: Mika Schmid (10)
2. Platz: Daniela Schmid
3. Platz: Martina von Prondzinski



„Uns hat vor allem die Klarheit und der starke Wiedererkennungswert des Entwurfes von Mika überzeugt“, sagt Thilo Binné, Mitglied im Entscheidungsgremium und Vorsitzender des Stadtmarketingvereins.

Stadtmarketing/Citymanagement Pinneberg e. V., Dingstätte 28 A, 25421 Pinneberg

Der Vorstand: Thilo Binné (1. Vorsitzender), Marco Steinke (2. Vorsitzender)

Pressekontakt: Birgit Schmidt-Harder, Tel.: 04101 / 858 91 83, Mobil: 0173 / 23 57 66, E-Mail: bit@stadtmarketing-pinneberg.info



Presseinformation

Das Logo von Mika hatte es unter die Top Fünf aus der Online-Befragung geschafft und erfüllt alle Kriterien, die der Stadtmarketingvorstand vorher in den Teilnahmebedingungen festgelegt hatte.

Stimmen aus dem Gremium für den Entscheidung:

- „Die Herzform ist durch und durch **positiv besetzt** und ist so **universell**, dass sich alle – von den Bürgerinnen und Bürger über Handel, Wirtschaft und Verwaltung – damit identifizieren können.“
- „Und die Farben Grün, Rot und Gelb finden sich **in unserem Stadtwappen** wieder.“
- „Es ist **originell und ausdrucksstark**, hat einen hohen **Wiedererkennungswert**, funktioniert auch monochrom.“
- „Es lässt sich mit dem Namen der Stadt gut **kombinieren**.“
- „Dieses Logo strahlt sehr **viel mehr** als Werte wie Weltoffenheit, Lebensqualität oder Wertigkeit und Erfolg aus.“
- „**Es strahlt reine Emotionalität aus. Und Zugewandtheit, Zuneigung, Humor und Liebe. Etwas, das Pinneberg ausmacht.**“
- „Im Grunde ist dieser Entwurf die gelungene Weiterentwicklung des Markenkerns. **Er hat ihn gewissermaßen verbildlicht.**“
- „Der Entwurf zeigt, dass wir als Stadt, als Kommune, als Ort für hohe Lebensqualität stehen und auf die **Zukunft** setzen.“
- „Und wer braucht eine Zukunft am allermeisten. Richtig: **unsere Kinder.**“
- Dass der Entwurf von einer Kinderhand stammt, macht ihn nur um so **charmanter, nachdrücklicher und authentischer.**“

Und was sagt der Gewinner selbst zu dieser Entscheidung?

„**Ich kann das alles gar nicht glauben**“, sagt **Mika Schmid aus Heist, der im September 10 Jahre alt wurde und in die 4. Klasse einer Grundschule geht.**

„Er ist furchtbar aufgeregt und konnte sich vor Freude gar nicht einkriegen“, sagt seine Mutter Daniela Schmid. Die Familie hat gleich doppelten Grund zur Freude. Mama Daniela wurde von dem Gremium mit ihrem Entwurf auf den zweiten Platz gewählt.

„Man hätte ja auch sagen können, weil die Mutter ebenfalls eingereicht hat, darf sie nichts mehr gewinnen“, sagt **Citymanagerin Birgit Schmidt-Harder**. „Aber das macht einen fairen Wettbewerb doch gerade aus: Dass die Chancen für alle gleich stehen und am Ende der Entwurf und nicht der Name überzeugt.“

„**Wir freuen uns sehr über unsere Preise**“, sagt **Daniela Schmid, die auch als Grafikdesignerin bei der Conyu GmbH in Pinneberg arbeitet.** „Ein

Stadtmarketing/Citymanagement Pinneberg e. V., Dingstätte 28 A, 25421 Pinneberg

Der Vorstand: Thilo Binné (1. Vorsitzender), Marco Steinke (2. Vorsitzender)

Pressekontakt: Birgit Schmidt-Harder, Tel.: 04101 / 858 91 83, Mobil: 0173 / 23 57 66, E-Mail: bit@stadtmarketing-pinneberg.info



Presseinformation

Geschäftspartner meines Mannes hat uns auf den Stadtlogo-Wettbewerb des Stadtmarketings aufmerksam gemacht. **An einem Wochenende saßen wir mit unseren drei Kindern** (Finn 13, Mika 10, Lian 4) **gemeinsam am Esstisch**. Eine Schulfreundin von Mika war auch noch dabei. Wir haben uns die Teilnahmebedingungen durchgelesen, die wir super und sehr konkret fanden. Die Kinder sprudelten nur so vor Ideen. Es war wie ein Familienbrainstorming. **Mika ist nicht so der große Zeichner. Er fand Tusche und Fingerfarben für diesen Zweck besser geeignet. Aus einem seiner Daumenabdrücke machte er zuerst einen Baum. Irgendwann wurde dann das Herz daraus.** Am Computer haben wir das reingezeichnet und das Gesicht zugefügt. Die Farben hat Mika ausgesucht. Alle waren so begeistert und motiviert von den Ideen, dass jedes Familienmitglied bis auf den Kleinen einen Entwurf eingereicht hat. Seine Schulfreundin und deren Bruder haben auch mitgemacht.“

Der dritte Platz geht an den **Entwurf der Pinneberger Grafikdesignerin Martina von Prondzinski**. Die von ihr entworfene Silhouette der Stadt mit Drostei und Wasserturm begeisterte ebenfalls viele Teilnehmende der Online-Befragung und viele Gremiumsmitglieder.

Wir gratulieren alle Gewinner*innen!

Der Vorstand des Stadtmarketings bedankt sich von Herzen bei allen anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Stadtlogo-Wettbewerbs. „Sie haben gezeigt, wie viel Kreativität und grafischen Können es in Pinneberg gibt“, sagt **Thilo Binné**. „Eine bessere Werbung für die Stadt können wir uns nicht vorstellen. Vielen Dank.“

Zum Stadtlogo-Wettbewerb:

Pinneberg hat sich in den vergangenen Jahren so positiv entwickelt, dass es an der Zeit war, die Marke dieser Entwicklung anzupassen. Der Vorstand des Stadtmarketingvereins wollte dafür etwas Neues schaffen. Etwas, das auf den Kern der ursprünglichen Marke aufsattelt, aber dennoch die Entwicklung der Stadt berücksichtigt. Und etwas – das war ihm besonders wichtig – mit dem sich die Pinneberger*innen identifizieren können.

Aus diesem Grund hatte der Stadtmarketingvorstand entschieden, die Pinneberger Bürgerinnen und Bürger in die Weiterentwicklung der Marke einzubeziehen und zu einem großen Stadtlogo-Wettbewerb aufzurufen.

Zwei Monate (6. Juni bis 8. August 2021) hatten die Menschen Zeit, einen Vorschlag einzureichen. Diese haben sie wahrlich genutzt: 60 Entwürfe sind in dieser Zeit beim Stadtmarketing eingegangen. Diese wurden nach Vorstandssichtung aufgrund der Qualität und der begeisternden Brandbreite ausnahmslos alle in einer vierwöchigen Online-Umfrage (Anfang September bis Anfang Oktober) der Bevölkerung zur Verfügung gestellt.

Stadtmarketing/Citymanagement Pinneberg e. V., Dingstätte 28 A, 25421 Pinneberg

Der Vorstand: Thilo Binné (1. Vorsitzender), Marco Steinke (2. Vorsitzender)

Pressekontakt: Birgit Schmidt-Harder, Tel.: 04101 / 858 91 83, Mobil: 0173 / 23 57 66, E-Mail: bit@stadtmarketing-pinneberg.info



Presseinformation

1734mal wurde die Online-Umfrage besucht, 1087mal wurde sie gestartet und 633mal wurde sie abgeschlossen. Man konnte drei Favoriten bestimmen und auf die Plätze 1 bis 3 platzieren.

Der Vorstand hat die Umfrage ausgewertet und sich dabei auf die 20 Entwürfe konzentriert, die die meisten Platzierungen (1., 2. und 3. Platz) in der Online-Umfrage erreicht haben. Diese 20 Entwürfe wurden zusätzlich in einem zweiten Schritt anhand der Kriterien in den Teilnahmebedingungen des Wettbewerbs überprüft.

Insgesamt erfüllen zehn Entwürfe diese beiden Maßstäbe:

1. Sie sind unter den 20 beliebtesten Entwürfen in der Online-Umfrage.
2. Sie erfüllen die Kriterien aus den Teilnahmebedingungen.

Einen elften Entwurf hielt der Vorstand zusätzlich für so gut, dass er dem Gremium nicht vorenthalten wurde, so dass dem Entscheidungsgremium am 28. Oktober **elf Entwürfe** vorgelegt wurden.

Aus diesen elf Entwürfen wurden die drei Gewinner*innen festgelegt.

Der Gewinnerentwurf wird nun zur weiteren Marken-Verwendung aufbereitet, so dass er genutzt (Visitenkarten, Briefpapier, Beschilderung Geschäftsstelle Stadtmarketing, Internet etc.) und allen, insbesondere der Stadt, die kraft des Wettbewerbs die Rechte an dem neuen Logo erwirbt, zur Verfügung werden kann.