European Capital of Culture Chemnitz2025 – Final Bid Book

Kunde
Stadt Chemnitz, Chemnitz
Verantwortlich
Barbara Ludwig (Herausgeber),
Ferenc Csak (Herausgeber),
Ulf Kallscheidt (Content Strategist),
Mattijs Maussen (Freelancer, Content Strategist),
Simone Becht (Editorial Team), Eva-Maria Gräfer (Editorial Team),
Valentine Jerke (Editorial Team), Nora Lober (Editorial Team),
Anja Schubert (Editorial Team),
Anne Kurzweg (Freelancer, Editorial Team),
Pia Leydolt-Fuchs (Freelancer, Editorial Team),
Pia Volk (Freelancer, Editorial Team)

Agentur
zebra group GmbH, Chemnitz
www.zebra.de
Verantwortlich
Ralf Wolfermann (Creative Director), Fabian Weißpflog (Art Director), Stefan Lucut (Layout), Johanna Eisner (Picture Editing + Editorial Team), Linda Voigt (Project Manager),
Ulrike Schell (Drawings + Photographer/Bikini Kommando),
Nina Kummer (Photographer/Bikini Kommando),
Ernesto Uhlmann (Photographer/Bikini Kommando)

AUFGABENSTELLUNG

Die Wahl der Europäischen Kulturhauptstadt 2025 erfolgte über zwei Jahre. In der Vorauswahl-Phase (2019) hatte die Stadt Chemnitz bereits ein Bid Book eingereicht und in Berlin eine Livepräsentation vor der zwölfköpfigen Jury gehalten. Nach der ersten Bewerbungsrunde stand Chemnitz neben Hannover, Nürnberg, Hildesheim und Magdeburg als Finalist fest.

Auch in der Endauswahl-Phase musste ein Final Bid Book eingereicht werden, das das Hauptbewertungskriterium für die Titelvergabe darstellte.

Bewerbungs-Tanz in Fesseln

Die Erstellung des Final Bid Books unterlag zahlreichen Vorgaben. So durfte das Buch maximal 100 Seiten haben. Auf diesen musste in sechs Kapiteln ein breit gefächerter Fragenkatalog beantwortet werden. Die Vorgaben und Fragen waren für alle Städte gleich.

ZIELSETZUNG

Das Hauptziel war es, eine zwölfköpfige Jury aus zehn verschiedenen Ländern auf maximal 100 Seiten in einem Final Bid Book davon zu überzeugen, Chemnitz für den Titel Europäische Kulturhauptstadt 2025 zu empfehlen.

Für die Stadt Chemnitz, die mit vielen Klischees wie „ostdeutsch-grau“ und „Nazi-Problematik“ behaftet ist, war es eine große Herausforderung, sich mit einer überzeugenden Ausstrahlung von starken Mitbewerbern abzuheben. Das Bewerbungsbuch sollte der Jury Lust machen, das Risiko einzugehen.

STRATEGIE

Eine Arbeit mit Haltung, die Chemnitz nicht als Postkartenmotiv inszeniert, sondern zeigt, wie die Stadt wirklich ist: hart, rau und trotzdem liebenswert.

Kernidee: Die Stille Mitte voranbringen

Doch wie können wir in einer Stadt wie Chemnitz, wo ein Kammerflimmern an den Rändern stattfindet, mit der großen „Stillen Mitte“ zusammenarbeiten? Erzählt wird eine originale Chemnitzer Geschichte, nämlich die des Machens. Denn es waren stets die Macher:innen, die unsere Stadt seit Jahrzehnten kontinuierlich, dabei aber oft ungesehen, vorangebracht haben. Das Final Bid Book kommt deshalb als Maker-Buch daher, gefunden in einer Garage – den Macher-Hotspots von Chemnitz. Fantasievoll, straight forward und scheinbar autodidaktisch.

Dabei war es uns wichtig, das Image der Garage als antiquierte Man-Cave zu entstauben und das Maker-Narrativ nicht zu männlich wirken zu lassen. Deshalb haben wir mit einem jungen, überwiegend weiblichen Chemnitzer Künstler:innen-Kollektiv zusammengearbeitet, das Garagen fotografisch neu inszeniert und als vielfältigen Ort zelebriert hat.

IDEE

Ein Bewerbungsbuch als Makersbook, wie man es in einer Garage finden könnte: perfekt unperfekt durchdesigned, ehrlich, erfrischend – wie Chemnitz selbst.

C the Unseen

Das Final Bid Book fängt den Geist der Bewerbung ein, die den Fokus auf eine für Chemnitz typische Machermentalität legt: Außen ist es eine pragmatische Klemmmappe mit Pappdeckel und wirkt abgesehen von dem bunt bestickten Buchrücken ziemlich grau und unspektakulär. Der Buchrücken ist in den Farben des Wahrzeichens von Chemnitz, einem 302 Meter hohen Schornstein (das größte Bauwerk in Sachsen) nach einem Entwurf des französischen Künstlers Daniel Buren gestaltet. Der Claim „C the Unseen“ befindet sich „versteckt“ auf dem Rücken des in der Klemmmappe eingehefteten Innenteils des Final Bid Books.

Aufregend auf den zweiten Blick

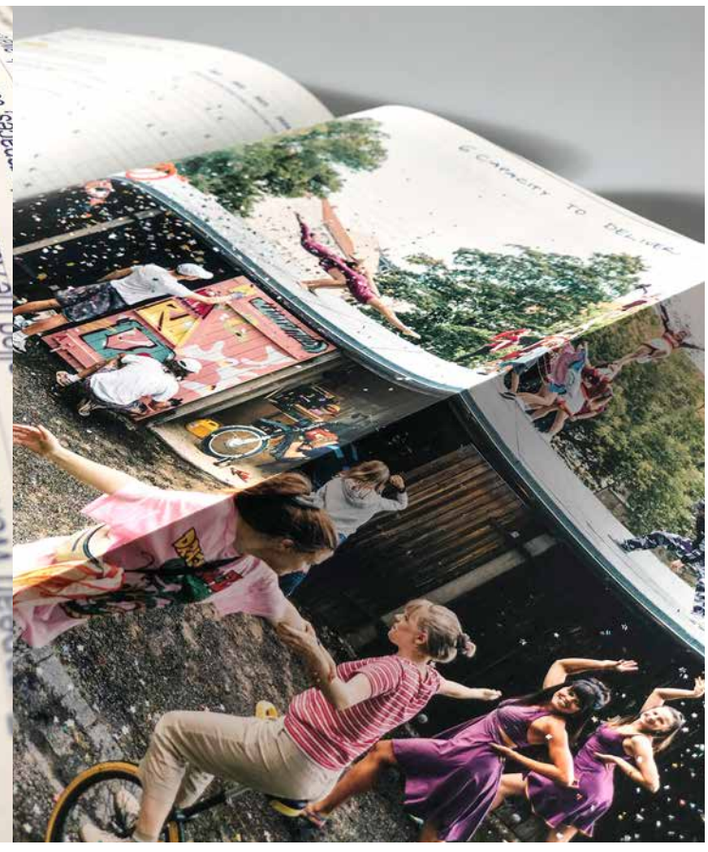
Das Innenleben ist so aufregend wie die Stadt Chemnitz auf den zweiten Blick: Ein Siebdruck stellt die in Chemnitz oft gehörte Frage: „Why are you here?“, und gibt auch ehrliche Antworten, die sich jenseits von Hochglanz-Stadtmarketing bewegen. Gleich am Anfang des Buches greifen zwei internationale Zeitungsartikel aus der New York Times und dem Guardian die Ereignisse rund um die Nazi-Proteste 2018 auf: Es geht um die Proteste selbst, aber auch um die Gegenreaktion, ein großes Konzert für Demokratie mit rund 70.000 Besuchern.

Bewerbung setzt auf mutige Brüche

Auf der Seite, die den „European Workshop of Democracy“ vorstellt, ein Programm für Demokratieförderung, prangt ein Foto rechtsextremer Demonstranten, die ihre entblößten Hintern in die Kamera strecken. All der Ernsthaftigkeit und Schwere setzt die Bewerbung aber auch bewusst spielerische Elemente entgegen: Aufklappbare Kapitelopener inszenieren Garagen als Kulturraum neu, wobei der Kapitelopener zur „Europäischen Dimension“ subtil auf die Flüchtlingspolitik der EU anspielt – migrantisch gelesene Menschen sitzen in einer gefluteten Garage. Es gibt farbige Illustrationen, die in ihrer Edginess zur Stadt passen, „handgeschriebene“ Anmerkungen, ein Kulturprogramm, das an ein Periodensystem erinnert und verschiedene Karten. Ein eingeklebtes Soundtool sorgt für lauten Überraschungseffekt beim Öffnen des Buches und spielt „Karl-Marx-Stadt“ von der Chemnitzer Band Kraftklub.

ERGEBNISSE

Chemnitz ist Europäische Kulturhauptstadt 2025. Das finale Bewerbungsbuch überzeugte eine zwölfköpfige, internationale Jury. So gipfelte der zweijährige Bewerbungsprozess am 28. Oktober 2020 im Titelgewinn, und Chemnitz konnte sich im Finale gegen vier Mitbewerberstädte durchsetzen. Das Final Bid Book dealte mit den Hoffnungen und Träumen vieler Menschen und nicht zuletzt mit mehreren Millionen Euro – quasi mit der Zukunft einer gesamten Stadt. Der Titelgewinn eröffnet ein enormes Potenzial und entfacht ein neues Selbstverständnis. Die Anschubfinanzierungen in Millionenhöhe von Bund, Land und Stadt oder die Chance auf den 1,5 Mio. Euro dotierten Melina-Mercouri-Preis sind dabei nicht das Wichtigste. Der ideelle Wert für Chemnitz ist viel höher und als tatsächlicher Wert nicht messbar.

CASE SUMMARY

Das finale Bewerbungsbuch im Handmade-Look überzeugte eine zwölfköpfige, internationale Jury davon, Chemnitz den Titel Europäische Kulturhauptstadt 2025 zu geben. Eine Arbeit mit Haltung, die zeigt, wie die Stadt wirklich ist: hart, rau und trotzdem liebenswert.