

Die erste Ausgabe der „Rudolstädter Infohefte“ & ein paar Worte zuvor

I. Thüringen hat bekanntlich mehr zu bieten als nur die Bratwurst und Rudolstadt ist mehr als nur die Heidecksburg. Obwohl das imposante Schloß schon durch seine Lage auf dem Bergsporn allenthalben als Wahrzeichen gilt, könnte man zu dessen Fuße in der ehemaligen Residenzstadt sicher noch eine Reihe weiterer Dinge finden, die als Wahrzeichen in Frage kämen und deren begriffliche Vermarktung sich als typisch für diese Stadt einprägen könnten.

Aber was ist schon typisch für eine Kleinstadt in dieser Zeit des großen Wandels – eine versteinerte Chronik, ein altes Gemäuer, ein traditionelles Fest, die Produktmarke einer bekannten Firma oder der Name eines Dichters, Denkers, Komponisten, der schon Ewigkeiten unter der Erde liegt?

Alles ist immer eine Frage des Standpunktes. Gebäude können durch einen unglücklichen Umstand niederbrennen oder durch Abriß einem anderen Bau weichen, ein Traditionsfest kann durch gewandelten Zeitgeist, fehlendes Engagement oder des leidigen Geldes wegen verkümmern, eine Firma Pleite gehen und eine Person in Vergessenheit geraten.

Um keine Mißverständnisse heraufzubeschwören – die Heidecksburg ist ein Glücksfall für die Residenz, aber immerhin auch schon mindestens einmal abgebrannt. Das letztendlich steif daherschreitende „Tanzfest der DDR“ hat sich zum turbulenten Mekka der Weltmusik-Fans gewandelt, die Bleichwiese mit dem ehemals beschaulichen „Vogelschießen“ kann dem Massenansturm zum „Größten Rummel in Thüringen“ kaum noch standhalten. Doch wer möchte schon voraussagen, was der Volksgeschmack in 25 Jahren bevorzugt und ob dann immer noch Liebhaber in aller Welt mit Ankersteinen spielen.

Auch Typisches unterliegt dem Wandel. Markenzeichen sind keine Konstante und Logos schneller unzutreffend, als man denkt. Jedes Merkmal einer Stadt hat seine Zeit und das

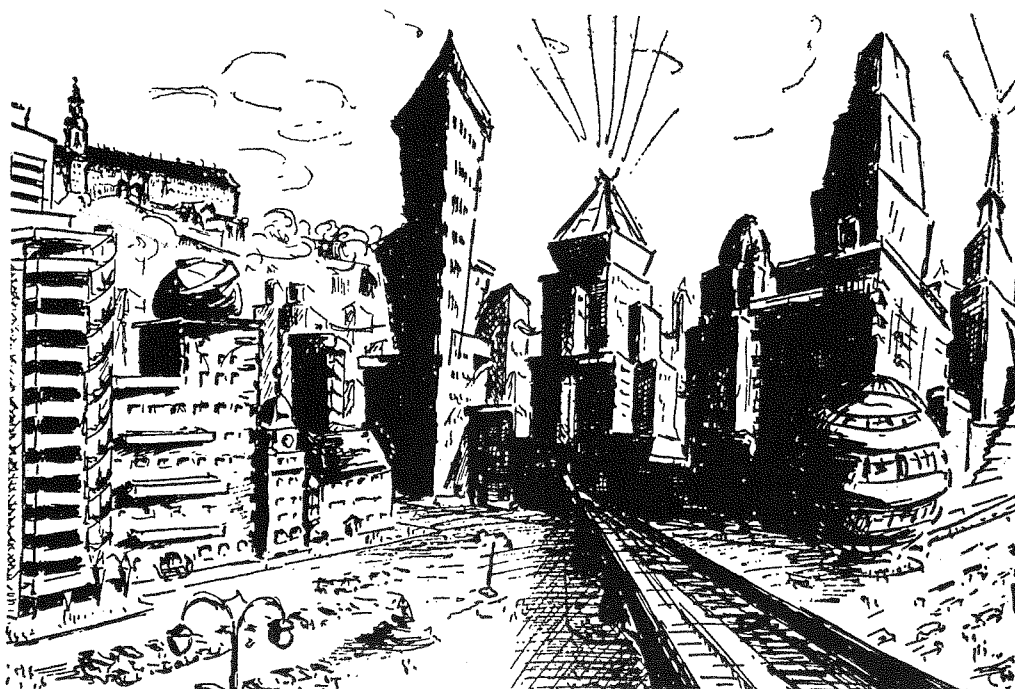
Zeitalter, in dem wir leben, nennt sich Informationsgesellschaft. Kenntnisse und Kommunikationstechniken, die heute als supermodern gelten, können morgen schon olle Kamellen sein. Die Gier nach oberflächlichen Informationen, die von einer unüberschaubaren Vielfalt an Medien und Verlautbarern erst künstlich erzeugt wird, um sie dann im Stopfgang-Verfahren zu sättigen, hat möglicherweise als typisch für die Zukunft zur Folge, daß sich Mißverständnisse häufen, die Informationsverweigerung zunimmt und der tatsächliche Wissensstand des durchschnittlichen Medienkonsumenten sinkt.

II. Alle Wahrzeichen Rudolstadts taugen nur bedingt als typisches Markenzeichen in einer Zeit, in der sich mehr wandelt als bleibt. Die Vielfalt und Verschlungenheit der Merkmale dieser Stadt zwingen in ihrer Darstellung zur absoluten Einfachheit. Auf der komplizierten Suche nach einer Lösung ist dem Stadtnamen ein &-Zeichen angefügt worden. In genialer Weise schließt das alles Wesentliche ein und kann unabhängig von Veränderungen in Rudolstadt noch lange Zeit gültig bleiben.

Auch auf der Titelseite der vorliegenden Publikation hat dieses „&-Logo“ Verwendung gefunden, denn die zukünftigen Themen sollen einerseits sowohl stadttypisch als auch vielfältig sein und andererseits den dieser Zeit eigenen Informationshunger stillen. Form und Inhalt wollen desweiteren den Ansprüchen der anspruchsvorwöhnten Rudolstädter genügen. Ergänzt wurde die Gestaltung durch das „Ei des Columbus“, ein traditionelles Puzzle aus dem Material der Ankersteinbaukästen und ein anregendes Denkspiel gleichermaßen.

Die Ösen am Heftrücken sind ein Service für Sammler.

Frank Michael Wagner



Der Rudolstädter
Marktplatz im Jahr 2000.
Die Graphik aus dem
Jahr 1927 zeigt auch
das Kugelhaus, den
Sitzungssaal des
Stadtparlaments als
neues Wahrzeichen
der Stadt.