

## „H WIE ...“

### Ein Corporate-Design-Projekt für den Stadtteil Haidach

>> von Ralf Schroeder > Raphaela kennt das Haidach, Maïke hatte sich bislang nie hin getraut. Eine interessante Ausgangssituation für eine Projektarbeit zum Thema Haidach

Die beiden Studentinnen Raphaela Riegraf und Maïke Schamotzki studieren Visuelle Kommunikation an der Hochschule Pforzheim. Im Bereich Corporate Design haben sie im Zweierteam ein neues Erscheinungsbild für den Pforzheimer Stadtteil Haidach erarbeitet. Ortsbegehungen, Gespräche mit den Anwohnern und klassische Internet-Recherche halfen den beiden, sich ein persönliches Bild von Haidach zu machen. Was hat sich getan in dem ehemals als Problemviertel geltenden Bezirk? Wie kann man den Weg hin zum grünen, aktiven, lebens- und lebenswerten Stadtteil unterstützen?

Die Grundidee des Teams war es, mit den festgefahrenen Vorurteilen des Viertels zu spielen – sehr schwierig, dabei nicht in den bestehenden Klischees zu verharren. Doch den beiden gelingt es mit viel Charme und Ironie, etwas völlig Neues zu schaffen. Entstanden ist dabei ein Logo, das die Formensprache der Sozialwohnungen zitiert, eine Kampagne „H wie ...“, die dem Stadtteil ein sympathisches persönliches Gesicht verleiht, sowie das originelle Haidach-Monopoly. Im Rahmen der „Werkchau“ der Hochschule machte ein Bericht der Pforzheimer Zeitung den Bürgerverein Haidach-Buckenberg auf das Projekt aufmerksam

*H wie Hoffnung.  
Die Kampagne zeigt  
Haidacher mit einem  
Statement zu  
ihrem Stadtteil.*



# Haidach



– worauf der Vorsitzende, Dr. Augenstein, zur Präsentation einlud. Trotz ihrer Bedenken, dass das Konzept mit seinem ungewöhnlich augenzwinkernden Blick auf das Haidach missverstanden werden könnte, stellten Raphaela und Maika den Mitgliedern des Vereins ihre Ideen vor. Neben der Präsentation ihrer grafischen Medien ging es dabei auch um diverse Aktionen rund um die Belebung des Stadtviertels: Ein Open Air-Kino, das die massiven Hausfronten als Leinwand nutzt, oder einen Parcouring-Wettbewerb zwischen den beiden Vierteln Haidach und Buckenberg haben sich die Studentinnen ausgedacht. Spätestens bei der räumlichen Darstellung des Logos als Skulptur in einem Verkehrskreislauf wurde klar, dass das neu entworfene Erscheinungsbild das Potenzial hat, Haidachs neues Wahrzeichen zu werden. Das runde Konzept, die Ideenvielfalt und die treffsicheren Ansätze fanden bei allen Zuhörern großen Gefallen.

Der Bürgerverein berät momentan darüber, wie eine mögliche Umsetzung aussehen könnte – das Ergebnis wird so bald wie möglich veröffentlicht werden auf der Website [www.designpf.com](http://www.designpf.com) ■



*Bei der Präsentation  
sehr begehrt: das  
Haidach-Monopoly.*

Ralf Schroeder

ist Lehrbeauftragter im Studiengang Visuelle Kommunikation.

*H wie Haidach:  
so könnte es aussehen.*

