

17.05.2017 | 12:45 Uhr

## Stadtmarketing: In Karlsruhe wird die U-Strab zur Kunstmeile

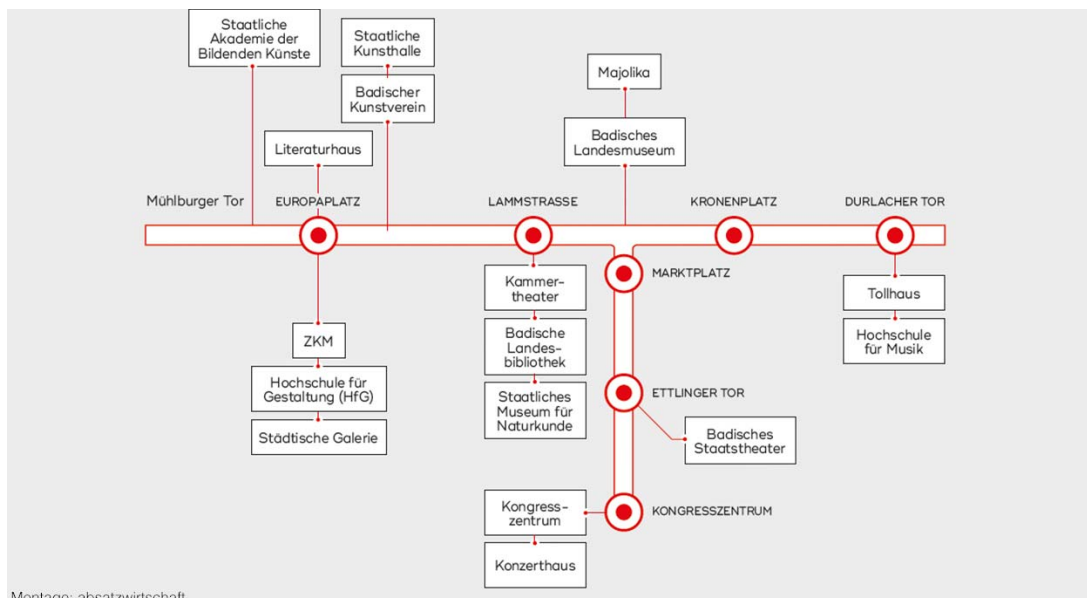


Künstler Markus Lüpertz in seinem Element

**Es ist eine Ergänzung zum 300. Stadtgeburtstag. Ein Projekt der Nachhaltigkeit für Generationen. Eine Idee, die im Wortsinn auf die Schiene gesetzt wird – die Unterirdische Straßenbahn (U-Strab) als Gesamtkunstwerk: Dafür wird das bestehende Projekt „Schattenspiele“ in den Haltestellen durch ein Gesamwerk des Künstlers Markus Lüpertz ergänzt. So entsteht eine ästhetische, künstlerische Begleitung für jeden Weg.**

„Stadtmarketing at it's best“: Verteilt auf alle Haltestellen entsteht in Karlsruhe in den drei Tunnelzufahrten ein völlig neuer Bezug: eine Dreiecksbeziehung zwischen Verkehrsinfrastruktur, Fahrgästen und Kunst.

Karlsruhe wird gleich mehrfach aufgewertet: Alle wichtigen Kunst- und Kulturinstitutionen sind einfach erreichbar. Gleichzeitig bildet das Gesamwerk mit seinen 20 Objekten eine ästhetische, künstlerische Begleitung für jeden Weg. In ansprechender Größe und als Gesamtthema „Genesis – 7 Tage des Herrn“ gestaltet, wird zu diesem Zweck eines der größten Werke von Markus Lüpertz entstehen. Regional wie lokal wandelt sich die äußerst teure Langzeitbaustelle zum künstlerisch attraktivsten Bahnprojekt mit gewaltiger touristischer Sogwirkung. Die U-Strab ist urdemokratisch: als Galerie, die 365 Tage im Jahr fast rund um die Uhr geöffnet sein wird.



Montage: absatzwirtschaft

## Kunstwerk in der U-Strab

Zuerst der Stadtgeburtstag 2015. Dann der eigene 75. im Jahr 2016. Dazu eine lange, enge Verbundenheit zu Karlsruhe. Drei Gründe, die Markus Lüpertz dazu bewegen haben, die Anfrage von Oberbürgermeister Frank Mentrup nach einem Kunstwerk in der U-Strab positiv aufzunehmen. Lüpertz' Motto: „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile!“ Alle 20 Objekte möchte er selbst in der Staatlichen Majolika ausführen: Eine Arbeit, für die er zwei bis drei Jahre einplant – weitgehend unter Verzicht seines Künstlerhonorars. Denn: Keramik passt bestens in den U-Bahn-Bereich, das lebendige und zeitlose Material fügt sich harmonisch in die Architektur ein und schafft Referenzen zu den großen Verkehrskathedralen der Welt.

## Die Vorteile für die Stadt

<p><b>1 für die Bevölkerung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Bevölkerung empfängt die Kombilösung statt mit Angst, Bedenken und Befürchtungen mit Vorfreude und anhaltender Neugier.</li> <li>Attraktive Stationen machen Lust auf den ÖPNV. Weitere Bevölkerungsgruppen werden die U-Strab schätzen. Alle Nutzer der U-Strab lassen mit Stolz ihre Freunde und Gäste aus Nah und Fern gerne - Kunst Erfahrungen.</li> </ul> <p><b>2 für die Stadt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Qualitativ hochwertiges, dauerhaft wirksames Stadtmarketing – Nachhaltigkeit für Generationen.</li> <li>Stark verbesserte Akzeptanz des U-Strab-Projektes bei der Bevölkerung, Vorfreude und Stolz auf die Kombilösung.</li> <li>Ein weiteres regionales, überregionales, internationales Tourismushighlight – ein Leuchtturmprojekt, das ZKM, Schloss und Stadtgrundriss attraktiv ergänzt und höhere Besucherzahlen und Übernachtungen einbringt.</li> <li>Die Wirtschaftlichkeit steht außer Frage. Die Werbe- und Marketingeffekte für die Stadt bewegen sich nach Schätzungen von Marketingexperten schon nach zwei Jahren auf über fünf Mio. Euro.</li> </ul>	<p><b>3 für die Kultur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Kunst- und Kulturinstitutionen Karlsruhes werden für Besucher und Bevölkerung noch sichtbarer, die Vernetzung gewinnt zusätzlich an Dichte.</li> <li>Diese Initialzündung untermauert die dauerhafte Etablierung der Majolika im wichtigen „Kunst am Bau“-Bereich.</li> <li>Markus Lüpertz will sich persönlich, gemeinsam mit Künstlerkollegen, um weitere Anschlussaufträge bemühen.</li> </ul> <p><b>4 für Einzelhandel und Wirtschaft</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nachhaltige Stärkung des Einzelhandels in der Innenstadt durch mehr Kunden und höhere Kaufkraft. Zusätzliche Kultur- und Shoppingtouristen aus ganz Deutschland.</li> <li>Indirekte Förderung der einzigartigen Majolika, die zwei Jahre lang erhebliche Deckungsbeiträge erzielen kann und europa- und weltweit bekannt wird – auch mit hochwertiger Kunst für Verkehrsprojekte.</li> <li>Die heimische Wirtschaft ist mit hochkarätigen Sponsoren eingebunden und fördert die spätere Vermarktung. Bisherige Zusagen: über 300.000 Euro.</li> </ul>
---	--

Die Installation der Kunstwerke und die Präsentation sind nach der Fertigstellung und offiziellen Eröffnung der U-Strab geplant.

Der 1941 im tschechischen Lieberec geborene Markus Lüpertz gilt als Künstler von Weltruf – und als Persönlichkeit mit vielen Verbindungen zu Karlsruhe und zur Majolika. Der ehemalige Professor an der Kunstakademie Karlsruhe stellt international aus, viele Jahre war er Rektor der Düsseldorfer Kunstakademie. Eloquent, weltgewandt und bestens vernetzt bringt Lüpertz auch den Charme und Glamour Salzburgs oder Bayreuths nach Karlsruhe.

***In der aktuellen Ausgabe der absatzwirtschaft geht es auch um Stadtmarketing. Einen Einblick finden Sie [hier](#). Zur Bestellung der [aktuellen Ausgabe hier entlang](#).***

Werbeanzeige

© 2014 MEEDIA GmbH & Co. KG - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG

Handelsblatt Online   WirtschaftsWoche Online   karriere.de   meedia.de   Der Betrieb   Creditreform   VDI Nachrichten  
DUB   Unternehmensnachfolge   boatoon.com   koffer.de   bellevue.de   DUB Franchiseunternehmen

fachmedien  
und  
mittelstand digital

---

Gebaut von JUNE - Online Marketing Tools

**JUNE**