

KREATIVBRIEFING. Name | Logo | Claim

01 | Übersicht

Projekt:	Namens-, Claim- und Logoentwicklung für ein Gründungszentrum
Objekt:	eine ehemalige Textilfabrik in der Luisenstraße 32 Krefeld
Auftraggeberin:	Grundstücksgesellschaft der Stadt Krefeld mbH & Co KG (kurz GGK)
Datum:	12.01.2026

02 | Hintergrund

In der Stadt Krefeld wird eine ehemalige Textilfabrik aus den 1920er Jahren zu einem flexiblen und zirkulär gedachten Gründungszentrum für nachhaltige Wirtschaft und Innovation umgebaut. Hierfür werden Namensideen, ein prägnanter Claim sowie ein visuelles Logodesign gesucht.

Das neu entstehende Gründungszentrum versteht sich als Möglichkeitsraum für die Entwicklung zukunftsfähiger, ökologisch und sozial nachhaltiger Unternehmenskonzepte. Es bietet Start-ups und Unternehmen eine Plattform, um ihre Ideen in einem dynamischen und gemeinschaftlich getragenen Umfeld zu verwirklichen. Ein Fokus soll unter anderem auf „Zirkularität“ - im Sinne von [Circular Economy](#), bzw. [Kreislaufwirtschaft](#) - liegen.

Ungefähr ein Drittel des Gründungszentrums soll zudem als flexibler Veranstaltungs- und Begegnungsort genutzt werden. Das Haus ist damit nicht nur Arbeitsort, sondern auch öffentliche Bühne für Austausch, Events, Workshops und Formate externer Partner:innen und Unternehmen.

03 | Zielsetzung

Ziel ist der Aufbau einer einprägsamen Marke, die:

- unternehmerische Innovation, Zusammenarbeit und nachhaltiges Gründertum verbindet
- den hybriden Charakter des Hauses widerspiegelt
- den historischen Ort wertschätzend integriert
- regional verwurzelt und überregional attraktiv ist
- sich deutlich vom Wettbewerb (z.B. [Gewächshaus Viersen](#), [Gründungsfabrik Mönchengladbach](#), [impuls.werk, Neuss](#)) abgrenzt

Wichtig: Die Marke darf nicht den Eindruck eines reinen „Bürovermieters“ vermitteln. Sie muss Ort, Haltung und Zukunftsversprechen gleichermaßen abbilden.

04 | Zielgruppen

Primäre Zielgruppen

- Nachhaltige Start-ups (GreenTech, Social Entrepreneurship, Circular Economy, Impact Start-ups)
- Gründer:innen in der frühen bis mittleren Phase
- Ausgründungen aus Unternehmen (nachhaltig oder technologiegetrieben)
- Hochschulnahe Ausgründungen

Sekundäre Zielgruppen

- Unternehmen, Investor:innen & Förderinstitutionen mit Impact-Fokus
- Netzwerkpartner, Wissenschaft & Wirtschaft
- Stadtgesellschaft & lokale Akteur:innen

05 | Markenidee & Positionierung

Das Gründungszentrum Krefeld ist mehr als ein Gebäude – es soll ein lebendiges Ökosystem werden. Ein Ort, an dem Ideen wachsen, Kooperationen entstehen und Zukunft gestaltet wird. Die Marke steht für Offenheit, Kreativität und wirtschaftliche Wirkung. Sie soll Krefeld als Wirtschaftsstandort für nachhaltige Transformation und Zirkularität positionieren.

Kernversprechen

Wir schaffen bezahlbaren Raum, in dem Menschen mit guten Ideen die Zukunft gestalten, ihr Geschäftsmodell ausbauen und sich begegnen können.

Markenwerte

- Offenheit
- Innovationsgeist
- Kollaboration
- Zirkularität
- Nachhaltigkeit & Verantwortung

Markenpersönlichkeit

- inspirierend
- zugänglich
- engagiert
- zukunftsorientiert

06 | Tonalität & Stilrichtung

- Sprache: klar, positiv, ermutigend, zukunftsgerichtet
- Design: mit urbanem Charakter, freundlich, variabel
- Atmosphäre: kreativ, kollaborativ, lebendig, wirkungsorientiert
- Kombination aus unternehmerischem Anspruch und menschlicher Nähe
- Keine technokratische oder zu institutionelle Anmutung

07 | Namensanforderungen

Der Name sollte:

- leicht aussprechbar und merkfähig sein
- im Deutschen sowie international funktionieren
- keine negativen Assoziationen haben
- Raum für zukünftige Entwicklungen lassen
- nicht (zwingend) das Thema „Zirkularität“ beinhalten, sofern es im Claim berücksichtigt wird

08 | Claim-Anforderungen

Der Claim sollte:

- die Vision des Gründungszentrums auf den Punkt bringen
- die Idee von „Zirkularität“ aufgreifen, wenn sich dies nicht im Namen wiederfindet
- kurz, prägnant und emotional sein
- Motivation und Zukunftsorientierung transportieren
- ergänzend zum Namen funktionieren

09 | Logo-Anforderungen

Gestalterische Leitplanken:

- modern, zeitlos, klar
- gut skalierbar & vielseitig einsetzbar
- rechtlich sicher

10 | Einsatzbereiche

- Website & Social Media
- Beschilderung & Leitsysteme
- Printmaterialien (Flyer, Plakate, Geschäftsausstattung)
- Events, Pressearbeit, Netzwerktreffen

11 | Ablauf

- 3-wöchige Bewerbungsfrist ab 12.01.2026
- Finalist:innen-Auswahl durch die Jury (02.02. - 06.02.2026)
- Kreativphase mit Briefing, Q&A Session (09.02. - 06.03.2026)
- Jury Bewertung der Finalist:innen und des Siegers/der Siegerin Mitte März

12 | Preisgeld

- Finalist:innen: 1.000 €
- Sieger:in: 4.000 €

13 | Einreichungsunterlagen

1. Stufe

Bewerbungsphase (12.01. – 01.02.2026)

01. Kurzes Motivationsblatt (max. 1 A4-Seite)
„Warum möchte ich teilnehmen?“
02. Mini-Lebenslauf und Kurzportfolio

2. Stufe

nach Teilnahmebestätigung (09.02. – 06.03.2026)

03. Die Ideeneinreichung in Form einer digitalen Präsentation umfasst:
 - Namensvorschläge und Claim inkl. Begründung (1-3 pro Person/Einreichung)
 - Logo-Design (Farbwelt, Typografie, Symbolik)
 - Kurze Markenbeschreibung / Brand Story
 - Erste visuelle Anwendungen (Anwendungsbeispiel City Light Plakat)

Die Einreichung erfolgt via E-Mail an: monika.zurnatzis@krefeld-business.de

Vielen Dank - wir freuen uns auf euch und eure kreativen Ideen!

14 | Rechtliches

Nutzungsrechte

1. Urheberschaft

Die Urheberschaft an den eingereichten Entwürfen verbleibt bei den jeweiligen Urheberinnen und Urhebern (§§ 12–14 UrhG). Die Urheberinnen und Urheber stimmen jedoch der Veröffentlichung und Nutzung des Entwurfs durch die Grundstücksgesellschaft der Stadt Krefeld mbH & Co. KG (kurz GGK) im Rahmen der eingeräumten Nutzungsrechte ausdrücklich zu.

2. Gewinnerentwurf

Mit der Prämierung räumt die Urheberin bzw. der Urheber der GGK das **ausschließliche, zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkte Nutzungsrecht** am Gewinnerentwurf gemäß § 31 ff. UrhG ein.

Dies umfasst insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung und Wiedergabe, Bearbeitung, Umgestaltung und Weiterentwicklung sowie zur Nutzung in allen bekannten und zukünftigen Medien.

3. Nicht prämierte Finalisten

Nicht prämierte Finalistinnen und Finalisten räumen der GGK ein **einfaches, nicht-ausschließliches Nutzungsrecht** zur Verwendung der Entwürfe für Zwecke der **Dokumentation, Ausstellung sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** gemäß § 31 Abs. 2 UrhG ein.

4. Namensnennung

Die GGK wird bei jeder Nutzung der Entwürfe den Namen der Urheberin bzw. des Urhebers gemäß § 13 UrhG nennen, soweit dies nach Art und Umfang der Nutzung üblich und zumutbar ist. Bei markenmäßiger Nutzung kann auf eine Namensnennung verzichtet werden.

5. Vergütung

Die Einräumung der vorstehenden Nutzungsrechte ist mit dem jeweiligen Preisgeld vollständig abgegolten (§ 32 UrhG).

6. Rechtfreiheit

Die Teilnehmenden versichern, dass die eingereichten Entwürfe frei von Rechten Dritter sind und keine bestehenden Kennzeichen-, Marken-, Urheber- oder Namensrechte verletzen. Die Teilnehmenden stellen die GGK insoweit von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei, die aus der schuldhaften Verletzung dieser Zusicherung entstehen.

Sollte ein Vorschlag aus offensichtlichen Gründen nicht markenfähig bzw. nicht eintragungsfähig sein, behält sich die Auftraggeberin vor, das Erfolgshonorar ganz oder teilweise einzubehalten. Als offensichtlich gelten dabei insbesondere gut recherchierbare Markenrechtsverletzungen oder mutwillige Kopien bestehender Marken. Die markenrechtliche Prüfung erfolgt durch die Auftraggeberin nach bestem Wissen. Offensichtliche Konflikte mit bestehenden Marken sollten von den Einreichenden im Vorfeld geprüft werden (Onlinerecherche).

15 | Datenschutz:

Die im Rahmen dieses Wettbewerbs erhobenen personenbezogenen Daten (z. B. Name, E-Mail-Adresse sowie hochgeladene Dateien) werden ausschließlich zur Durchführung, Abwicklung und Bearbeitung des Wettbewerbs verwendet.

Die Verarbeitung erfolgt gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO auf Grundlage Ihrer Einwilligung. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben und nach Abschluss des Wettbewerbs sowie Ablauf der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen gelöscht.

Weitere Informationen zum Datenschutz finden Sie unter: [Datenschutzerklärung – Krefeld Business](#)