



PZ forum

Vortragstermin 2015  
Künstlerfreunde  
Klee & Kandinsky



Paul Klee (1879–1940) und Wassily Kandinsky (1866–1944) gelten als Gründungsväter der abstrakten Kunst und sind zugleich eines der großen Freundespaare in der Kunstgeschichte. Ihre Beziehung war geprägt von Austausch, Inspiration und Unterstützung, aber auch von Rivalität und Konkurrenz – eine Mischung, die beide in ihrem künstlerischen Schaffen beflügelte.

Klee und Kandinsky lernten sich 1911 als Nachbarn in Schwabing kennen. Nach dem Ersten Weltkrieg trafen sich beide 1922 als Lehrer am Bauhaus in Weimar wieder, 1925 siedelten sie mit dem Bauhaus nach Dessau über, wo sie Nachbarn im Meisterhaus waren. 1933 wurden sie durch die Ereignisse der Zeitgeschichte getrennt: Kandinsky emigrierte vor der nationalsozialistischen Verfolgung nach Paris, Klee kehrte in seine Schweizer Heimat zurück.

Kunsthistorikerin Claudia Baum-busch wird anlässlich der Ausstellung „Klee & Kandinsky“ im Lenbachhaus in München diese Künstlerfreundschaft beleuchten beim Vortrag am

**Mittwoch,**  
**28. Oktober 2015**

um 19.00 Uhr,  
Eintritt € 5,50/Für Inhaber der PZ-Abocard € 3,50  
Der Eingang zum PZ-Forum ist Ecke Post-/Luisenstraße

Eintrittskarten für die Veranstaltung erhalten Sie bei:

Pforzheimer Zeitung  
Poststraße 5, Pforzheim  
**072 31/9 33-1 25**  
Montag bis Freitag, 8 bis 17 Uhr

Reservierte Karten müssen spätestens einen Werktag vor der Veranstaltung abgeholt sein.



20,17 Euro kostet der Jahresbeitrag im Ornamenta-Verein, der das Goldstadt-Jubiläum 2017 fördert. Im Bild Vereinsvorsitzender Stefan Förster, Schatzmeister Stephan Scholl und Koordinator Gerhard Baral (von links).

## Der Startschuss für einen Neuanfang

- Ornamenta-Verein unter großer Zustimmung im PZ-Forum gegründet.
- Oberbürgermeister Gert Hager hofft auf eine Neupositionierung.

SANDRA PFÄFFLIN | PFORZHEIM

Wir müssen die Chance nutzen“ – fast gebetsmühenhaft klingt dieser Satz den rund 150 Menschen im PZ-Forum in den Ohren, die zur Gründungsversammlung des Ornamenta-Vereins gekommen sind. Einig sind sich alle, dass die Chance, die das Jubiläum „250 Jahre Schmuck und Uhren“ der Goldstadt bietet, nicht ungenutzt verstreichen darf. „Die Stadt soll sich neu erfinden“, sagt PZ-Verleger Albert Esslinger-Kiefer. „Sie muss sich neu positionieren, eine neue Identität schaffen“, fordert Oberbürgermeister Gert Hager. Und Jubiläumskordinator Gerhard Baral betont: „Wir freuen uns darauf, das Pforzheim von heute mitzunehmen und für morgen aufzustellen.“ Dass all dies nur gemeinsam geschehen kann, davon müssen die Anwesenden nicht erst überzeugt werden, sind sie doch gekommen, um genau diesen Schulterschluss zu dokumentieren.

### Lebensqualität verbessern

Mit dem Ornamenta-Verein will die Goldstadt zeigen, dass sie bereit ist für den Aufbruch. Bereit, das 2017 anstehende Jubiläum zu nutzen, um sich neu zu definieren. Und letztlich auch bereit, nicht nur um das Wohlwollen, sondern auch um geöffnete Geld-



Auf großes Interesse stößt die Gründung des neuen Vereins im PZ-Forum. FOTOS: KETTERL



„Ich hoffe, dass auf Dauer eine Ornamenta zustande kommt. Das ist wichtig für die Identität der Stadt.“

Ulrike Rein, Vorsitzende des Pforzheimer Kulturrats



„Ich bin für die katholische Kirchengemeinde dabei, weil wir uns grundsätzlich beim Jubiläum engagieren wollen.“

Karl-Heinz Renner, ehemaliger Rektor des Theodor-Heuss-Gymnasiums

börsen zu bitten, um möglichst viele Projekte im Rahmen dieses Jubiläums zu realisieren. Denn – und das stellt PZ-Verleger Esslinger-Kiefer klar: „Die Pforzheimer wollen ihre Stadt mögen – aber man muss ihnen Anlass dazu geben.“ Manchmal genüge ja ein Ochsenfest, viel wichtiger sei aber die Verbesserung der Lebens- und Aufenthaltsqualität in der City. „Kein Zweifel also: Dies Stadt

muss ihr Profil schärfen, gerade auch als Einkaufsstadt und kulturelles Zentrum für die Region.“

Auch für OB Hager stellt sich die Frage: „Wie finden wir zusammen in einer Stadt, in der sich vieles verändert?“ Die Ausweisung neuer Gewerbegebiete, die Ansiedlung von Unternehmen und der Bevölkerungszuwachs würden neue Aussichten bieten, aber auch neue Visionen erforderlich ma-

chen. Für den Oberbürgermeister ist das anstehende Jubiläum der Startpunkt für die Weiterentwicklung: „Wir werden es schaffen, wenn wir alle zusammenstehen, wenn wir heute dokumentieren, dass wir an der Zukunftsentwicklung mitwirken wollen.“

### Reibungslose Gründung

Wie groß die Bereitschaft im Saal ist, das lässt sich nicht nur am großen Beifall für die Redner ablesen, sondern vor allem auch an der reibungslosen Vereinsgründung, der einstimmigen Wahl des Vorstands und der Zahl der neuen Mitglieder. Insgesamt 79 Bürgerinnen und Bürger erklären sich an diesem Abend bereit, nicht nur den symbolischen Mitgliedsbeitrag von 20,17 Euro jährlich zu entrichten, sondern auch den neuen Ornamenta-Verein zu unterstützen.

Unter der souveränen Leitung von Andrea Hermesmeier, Rechtsamts-Chefin der Stadt, wird die Satzung ohne Gegenstimme genehmigt, mit großem Interesse die kurze Programmvorstellung der Jubiläumsaktivitäten durch Gerhard Baral verfolgt und mit Beifall die Präsentation der Werbelinie durch Georgios Simoudis von der Agentur fg.branddesign quittiert. Und eines wird an diesem Abend ebenfalls deutlich: Das Jubiläum 2017 ist erst der Anfang. Mit der geplanten Ornamenta II im Jahr 2022 und den im Fünf-Jahres-Turnus folgenden Expos kann, will und muss die Goldstadt zeigen, welch großes Potenzial in ihr steckt.

Informationen zum Förderverein sind erhältlich über: **Geschäftsstelle Förderverein Ornamenta e.V.**, c/o Goldstadt 250, Östliche Karl-Friedrich-Straße 2, 75175 Pforzheim  
E-Mail: monika.heinzmann@stadt-pforzheim.de, Telefon (0 72 31) 399332.

### Der Vorstand

Erster Vorsitzender: **Stefan Förster** (Firma Forestadent),  
Zweiter Vorsitzender: **Philipp Reiser** (Firma C. Hafner),  
Schatzmeister: **Stephan Scholl** (Sparkasse Pforzheim Calw),  
Sprecher des Kuratoriums: **Philip Paschen** (Firma Witzemann),  
Rechnungsprüfer: **Thomas Kappler** (Steuerberater) und **Christopher Fuhrhop** (Firma Restube), ps

### Höhepunkte 2017

Einen Ausblick auf einen Teil der 78 bereits feststehenden Veranstaltungen des Jubiläums gab Gesamtkoordinator Gerhard Baral, der das Programm in Vorklang (November bis Mai 2017), Hauptklang (Mai bis August 2017) und Nachklang (August bis Dezember 2017) aufteilt. Große Projekte sind die Ausstellungen im **Schmuckmuseum**: „Mechanik in miniature – Armbanduhren der Luxusklasse (24. November 2016 bis 23. April 2017) und „Schmuck in der Malerei“ (20. Mai bis 10. September 2017), die Eröffnung des neuen **Technischen Museum** am 6. April 2017, die Eröffnungsgala am 12. und 13. Mai 2017, die Lichtprojektionen von visual arts am 23. Juni 2017 und die „Goldrausch“-Auführungen des Theaters Titanic am 28. und 29. Juli 2017. Zudem stellt das **Theater Pforzheim** die Spielzeit 2016/2017 unter das Motto „Eldorado“, ps

## „Pforzheim beginnt zu strahlen“

Georgios Simoudis stellt das Werbekonzept für „250 Jahre Goldstadt“ vor

Einfach ist die Aufgabe nicht: „Das Logo soll die Geschichte der Stadt und ihrer Bedeutung erzählen – und auch noch gut aussehen“, fasst Georgios Simoudis von der Agentur fg.branddesign die Aufgabenstellung zusammen. Bei seiner Präsentation des Corporate Design und des Logos für das Jubiläum der Schmuck- und Uhrenindustrie zeigt er auf, welche Ideen bereits Form angenommen haben. Fest steht, dass das Jubiläumsfestival 2017 unter dem Slogan

„250 Jahre Goldstadt Pforzheim“ firmieren soll. Und dass sämtliche Veröffentlichungen einem Grundgedanken folgen: Alle Facetten des Jubiläums sollen aufgefächert werden – anhand von Strahlen, die sich vom Zentrum aus verbreitern.

„Das ist der Moment, in dem Pforzheim zu strahlen beginnt“, schildert Simoudis. Auf diese Weise sollen sich in Plakaten und Werbeanzeigen, in Videos und Flyern, auf Bussen und Fahnen

Historie und Gegenwart verbinden, sollen Stadtgeschichte und aktuelle Programmpunkte gleichermaßen beworben werden.

Und: Die neue Werbelinie muss nicht nur für das Jubiläum Bestand haben, sondern auch einen Brückenschlag zur Ornamenta II in sieben Jahren herstellen. Abgesehen davon, dass sie „handlich in der Umsetzung sowie medien- und formatübergreifend sein soll“, sagt Georgios Simoudis, Chef der in Stuttgart ansässigen Agentur. ps



So könnte ein künftiges Werbeplakat für das Schmuck- und Uhren-Jubiläum aussehen.