



Neue Visuelle Identität

Das Haus der Kunst erhält ein neues visuelles Erscheinungsbild, das die Ausrichtung auf ein miteinander verflochtenes Programm unterstreicht und mit dem Ort selbst – seiner Form, seinen Farben und Tönen – in Dialog tritt.

In einem neuen visuellen Ansatz werden Ausstellungstitel und Künstler*innennamen miteinander verwoben, um zu verdeutlichen, wie das Haus der Kunst sein Publikum zusammenbringt und wie dort Disziplinen ineinandergreifen.

Das neue Logo basiert auf den Säulen des Gebäudes, die sich biegen und einander zuwenden. Das Symbol steht für ein Miteinander und die Begegnung, die für das Programm des Haus der Kunst entscheidend ist. Nicht zufällig ähnelt es einem Forum, einem Ort der Begegnung, einer Funkstation, die Wellen aussendet, einem Regenbogen, ein farbenfrohes Symbol für Vielfalt und Frieden, und einer Brücke zwischen Menschen und Orten.

Das Musik- und Klangprogramm TUNE erhält eine eigene, eindrucksvolle visuelle Identität, die auf einem algorithmischen Umwandlungsprozess beruht, der einen Satz in Klang und schließlich wieder in visuelle Sprache übersetzt, und so die vielfältigen und diskursiven Ebenen von TUNE verkörpert.

Beide Designs wurden in enger Zusammenarbeit von Haus der Kunst und Bureau Borsche entwickelt.