

## Peter Helmke und Hugo Abel Augenoptik gewinnen

### 2. Mülheimer Schaufensterwettbewerb

**Die Fachjury trifft nach fast sechs Stunden eine äußerst knappe Entscheidung: „Wir haben 20 sehr gute Fenster gesehen“. Nur ein Punkt liegt zwischen Platz eins und Platz sechs. Zweiter wird die Klasse zehn der Willy-Brandt-Schule mit der Gestaltung bei U.T.A, Dritter die Schneidemeisterin Corinna Kasper bei OPPERMANN. Die meisten Stimmen der BürgerInnen bekam das Fenster von Corinna Kasper.**

*Mülheim an der Ruhr, 5. Oktober 2012.* Peter Helmke hat den 2. Mülheimer Schaufensterwettbewerb gewonnen. Der Graphikdesigner und Künstler gestaltete das Schaufenster beim Optiker Hugo Abel (Leineweberstraße 67). Den zweiten Platz belegte die Willy-Brandt-Schule (U.T.A, Wallstraße 10-12), Platz drei ging an Corinna Kasper (Oppermann, Schloßstraße 11-15). Insgesamt stieß der von Daniela Städter (Mülheim & Business GmbH) organisierte und von der Sparkasse Mülheim an der Ruhr finanziell unterstützte Wettbewerb auf sehr große Resonanz: „Unsere Bilanz ist sehr positiv“, sagte Daniela Städter. „Das Engagement der Beteiligten war groß, die Aktion hat auch in diesem Jahr wieder viel Aufmerksamkeit bekommen, sie hat die Innenstadt in ein positives Licht gerückt und den Blick auf talentierte Mülheimer Kreativschaffende gelenkt.“

Peter Helmke gestaltete das Fenster bei Hugo Abel Augenoptik unter dem Motto „Ich sehe was, was Du nicht siehst, und das ist ... **scha(r)f sehen!**“ Peter Helmke sagt: „Aus der Distanz handelt es sich um ein „R“ mit Schaf. Aus der Nähe ein scharf mit „R“. Wenn mit Sehhilfe das Schaf zu scharf wird, dann nehmen meine Zeichnungen Kontur an. Und falls nicht: Fragen Sie Schä[r]fer Hugo im Laden. Er sorgt für Durchblick!“ Schon Anfang des Jahres hatte das Duo mit den Planungen begonnen. So galt es beispielsweise die Schafe für die Dekoration zu bekommen. Und da das Corporate Design umfassend sein sollte, erstellte Peter Helmke auch zur Dekoration passende Visitenkarten. Für Peter Helmke ist es die zweite Teilnahme am Wettbewerb. Im vergangenen Jahr hatte er Platz zwei belegt.



In diesem Jahr hatten erstmals Schulklassen an dem Wettbewerb teilgenommen. Und mit der Klasse zehn der Willy-Brandt-Schule gelang es einigen Schülern, direkt bei der Premiere auf das Treppchen zu klettern. Die Schüler hatten U.T.A, den Laden der Existenzgründerin Uta Siemer, in „Goldmaries Kleiderschrank“ verwandelt.

Mitglieder der vierköpfigen unabhängigen Jury waren **Anja Distelrath** Geschäftsführerin der Web-Agentur "Social Media Konzepte" und Mitglied des Kreative Klasse e.V.), City-Managerin **Gudrun von der Linden** von der Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH (MST), **Ulrich Schallwig** (Leiter der Unternehmenskommunikation bei RWW und Vorstandsmitglied des Mülheimer Kunstvereins e.V.) und die Oberhausenerin **Petra Mohr** (Mohr-Deko, Gestalterin für visuelles Marketing). Die Jury bewertete unter anderem die

Umsetzung des von den Kreativschaffenden selbst gewählten Mottos, die Originalität und den Überraschungseffekt sowie den ästhetischen Gesamteindruck der Fenstergestaltung. Die Entscheidung fiel der vierköpfigen Jury sichtlich schwer. Juryrundgang und Jurysitzung nahmen insgesamt knapp sechs Stunden in Anspruch. Am Ende lagen die ersten sechs nur einen winzigen Punkt (mögliche Höchstpunktzahl: 24 Punkte) auseinander: „Gestalterisch und handwerklich sind so viele Fenster wirklich gelungen. Wir hätten am liebsten 20 Gestalter auf das Podium gestellt“, sagte City-Managerin Gudrun von der Linden (MST). Dies macht deutlich, dass der Wettbewerb in diesem Jahr qualitativ sehr hochwertig besetzt war. Neben den vielen positiven Aspekten wiesen die Juroren auch auf einige grundsätzliche Verbesserungsmöglichkeiten bei der Warenpräsentation in einigen Einzelhandelsgeschäften hin: „Die Schaufensterbeleuchtung ist in manchen Läden verbesserungswürdig“, sagt die Oberhausener Schauwerbegestalterin Petra Mohr. „Sehr oft fehlen Lichtkonzepte. Zudem wirken manche Auslagen überladen und ohne Blickführung.“ Die Geldpreise für die Sieger wurden von der Werbegemeinschaft Innenstadt zur Verfügung gestellt (Platz 1: 500 Euro, Platz 2: 300 Euro, Platz 3: 200 Euro).

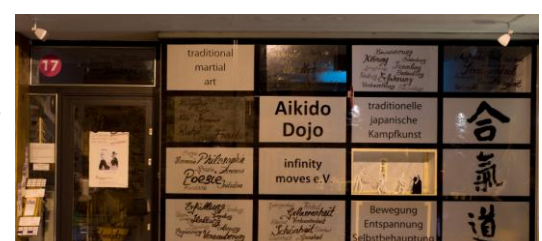
## Ergebnisse der Bürgerjury

Erstmalig konnten in diesem Jahr auch die Bürger ihren persönlichen Favoriten wählen, knapp 1.200 BürgerInnen nutzen diese Möglichkeit. Die Gestaltung von **Corinna Kasper beim Bekleidungsgeschäft Oppermann erhielt mit 174 Stimmen mit Abstand die meisten.** Die Schneidermeisterin, die von der Fachjury auf Rang drei gewählt worden war, hatte das Motto „Ich sehe was, was Du nicht siehst, und das ist ANZIEHEND“ gewählt. „Warum in die Ferne schweifen? Das Gute liegt so nah“, betont Corinna Kasper. „Für individuelle Kleidung oder Haute Couture der besonderen Art muss niemand nach Düsseldorf fahren.“ Sie versteht ihre maßgefertigte und individuelle Stadtplanbekleidung als „kleine Liebeserklärung“ an die Stadt Mülheim an der Ruhr. Die Bürger schrieben u.a. folgende Begründungen auf die Abstimmungskarte:

- Weil diese Idee unsere Stadt in den Mittelpunkt stellt
- Weil Mülheim darin vorkommt und weil wir genau das brauchen
- Eine sehr spezielle Gestaltung, die in Serienproduktion gehen sollte
- Eine sehr innovative Ideen, die einen beim genaueren Hinschauen schmunzeln lässt
- Sehr schön, das Cocktail-Kleid würde ich auch selbst anziehen
- Weil man da erst merkt, was man aus Papier alles zaubern kann
- Weil es überraschend ist, dass man aus Stadtkarten schicke Kleidung schneidern kann
- Speziell, elegant, einfallsreich, originell außergewöhnlich, ausgefallen, liebevoll dekoriert, stilvoll, handwerklich meisterhaft



**Auf Rang 2 landeten mit 124 Stimmen drei Schüler der neunten Klasse aus der Willy-Brandt-Schule mit der Gestaltung des Fensters Aikido dojo infinity moves e.V.** Die Schüler haben dafür ein Aikido Dojo gebaut. Das Modell zeigt, wie es in einer traditionellen Kampfschule aussieht. Typische Situationen und Körperhaltungen von den Kämpfern werden in kleinen Figuren dargestellt.



(Schüler: Mahmut Karaduman, Jan Schramm und Philipp Schmerbeck)

Die Bürger begründeten ihre Entscheidung u.a. wie folgt:

- Die kleinen graziösen Figuren zeigen ausdrucksvoll, was in dem Institut angeboten wird
- Man erkennt, dass sich viele Beteiligte gemeinsam mit dem Thema auseinandergesetzt haben und es sich nicht um eine seelenlose Auftragsarbeit gehandelt hat
- Das dargestellte Bild gibt sehr gut die Philosophie des Vereins wieder
- Schöne Kombination aus Schrift und Installation
- Realistisch und gut dargestellt, traditionell, individuell, harmonisch und ästhetisch
- Es regt zum Nachdenken an und spricht mehrere Sinne an

**Platz drei belegte mit 120 Stimmen die zehnte Klasse der Willy-Brandt Schule mit ihrer Gestaltung bei U.T.A.** Die Schüler beschreiben ihre Gestaltung wie folgt: „Im Kleiderschrank deiner Phantasie liegt die Rüstung, die dich vor dem Drachen schützt. Stehen die Schuhe, die dich überall hin tragen. Hängt das Ballkleid, mit dem du durch die Nacht tanzt. Und es ist genau für dich gemacht. Nur für dich. Ein Einzelstück. Passt wie angegossen. Was du berührst, wenn du es trägst, das wird zu Gold, zu Silber – schön, wie Sterne.“

Die Begründungen der Bürger:

- Mit viel Liebe zum Detail gestaltet
- Ein Traum in Weiß und Beige
- Perfekt aufeinander abgestimmt
- Sehr ansprechend, gut gelungen, stilvoll, phantastisch, elegant, bezaubernd, romantisch, raffiniert
- Weil ich die Kleider liebend gern selber tragen würde
- In Goldmaries Kleiderschrank kann man sich sofort hineinversetzen und wunderbar träumen
- Tolle Kleider, die einen sofort an Märchen denken lassen; man meint, gleich müsste der Goldregen auf einen niederprasseln
- Das Schaufenster macht Lust auf den Laden und passt super zum Laden



### Die Begründung der Fachjury im Detail:

#### **Peter Helmke bei Hugo Abel Augenoptik**

Die Fenstergestaltung besticht durch ihren Detailreichtum sowie den Sprach- und Wortwitz: Da ist die klassische Sehtafel, auf der mit den Worten „Scha(r)f sehen bei Hugo“ gespielt wird, da ist der Maulwurf, der die Aussage des Fensters unterstützt und selbst die Hunde der Passanten werden eingebunden. Peter Helmke und Hugo Abel ist es gelungen, eine innovative, witzige Idee vom „Schaf zum Optiker“ inhaltlich und gestalterisch erfolgreich umzusetzen. Darüber hinaus wurde das Schaufenster auch in der Tiefe optimal genutzt und funktioniert auch räumlich. Ebenso wirkt das Fenster aus der Ferne als auch im Detail in direkter Draufsicht. Deswegen sagen wir: Bei diesem Fenster stimmt einfach alles.

#### **Willy-Brandt-Schule bei U.T.A.**

Die Existenzgründerin Uta Siemer hat sich an der Wallstraße erst vor einigen Monaten mit ihrem Laden U.T.A selbstständig gemacht. Der kleine Raum besticht durch seine Individualität und durchaus durch seine Skurrilität. Den Schülern der Willy-Brandt-Schule ist es gelungen

gen, den Geist des Ladens aufzugreifen. Die Gestaltung des Fensters ist genauso herzlich wie der Ladenbau und die Ladengestaltung von Uta Siemer selbst. Das Fenster ist aufwändig gestaltet, mit viel Liebe zum Detail, fantasievoll und durchaus märchenhaft. Diese originelle Gestaltung passt zu U.T.A und transportiert das Schräge des Ladens authentisch nach außen!

### **Corinna Kasper bei OPPERMANN**

Der Schneidermeisterin Corinna Kasper ist es gelungen, mit ihrer Gestaltung eine Liebeserklärung an Mülheim, an die Innenstadt und an das Einzelhandelsgeschäft Oppermann zu transportieren. Mülheim ist bei ihr einfach anziehend! In besonderer Weise hat Corinna Kasper über das Motto „anziehend“ eine doppelte Verbindung hergestellt. Darüber hinaus besticht die Ausgestaltung durch ein hohes Maß handwerklicher Perfektion. Wir sagen: Dieses Fenster hat uns magisch an- und in den Bann gezogen!

Für Nachfragen zu den Urteilen steht Ihnen Jury-Mitglied Petra Mohr unter 0163-9060686 zur Verfügung.

### **Hintergrundinformationen zum Wettbewerb**

**Die Idee:** Jeweils ein Einzelhändler und ein Kreativschaffender haben sich für den Wettbewerb zusammengeschlossen. Sie überlegten gemeinsam, wie sich unter dem Motto „**Ich sehe was, was Du nicht siehst, und das ist ...**“ das Schaufenster des Einzelhändlers gestalten lässt. Aus diesen ungewöhnlichen Kooperationen sind nun viele originelle Konzepte entstanden. Ein Flyer bietet eine Übersicht über alle Orte und Teilnehmer. Der Wettbewerb war Teil des ruhrgebietsweiten Festivals „extraklasse!“ ([www.kreativeklasse.org](http://www.kreativeklasse.org)) und wurde in Mülheim federführend von der Mülheim & Business GmbH Wirtschaftsförderung mit Unterstützung von Mülheimer Kreativschaffenden organisiert. Der Wettbewerb stand in diesem Jahr unter dem Thema „Ich sehe was, was Du nicht siehst, und das ist ...“ .

### **Pressekontakt**

Daniela Städter, PR & Marketing, Kreativwirtschaft  
Wirtschaftsförderung Mülheim & Business GmbH  
Tel: 0208 - 48 48 54, Mobil: 0163 - 48 48 540  
Mail: [d.staedter@muelheim-business.de](mailto:d.staedter@muelheim-business.de)