

**Silke Ufer**  
Pressesprecherin

fon +49 221 20 40 8-321

ufer@koelnmusik.de  
koelnmusik.de

Bischofsgartenstraße 1  
50667 Köln

**Intendantin der Kölner Philharmonie und  
Geschäftsführerin der KölnMusik GmbH**  
Ewa Bogusz-Moore

**Vorsitzende des Aufsichtsrates**  
Henriette Reker, Oberbürgermeisterin  
der Stadt Köln

Datenschutzerklärung: koelner-philharmonie.de

21.08.2025

## Auftakt in die Zukunft

Seit dieser Woche fährt eine besondere Straßenbahn durch Köln: Sie macht das neue Design der Kölner Philharmonie weithin sichtbar.

Denn mit dem Amtsantritt von Intendantin Ewa Bogusz-Moore präsentiert sich die Kölner Philharmonie in einem neuen visuellen Gewand.

Die Bahn steht sinnbildlich für die Ausstrahlung der Kölner Philharmonie in die Stadtgesellschaft – von einem Ort aus, der durch seine einzigartige Architektur unter der Oberfläche liegt. Hier begegnen sich Tradition und Struktur mit Spontaneität und Überraschung. Diese Gegensätze sind durch die Farben Blau und Rot dargestellt. Dabei steht das Blau für den Rhein, Tiefe und Reflektion und das Rot für Köln, Leidenschaft und Vitalität. Beide Farben treffen sich im neuen Design in einem Glow.

Als Design Elemente kommen zu diesem hinzu: eine klare, moderne serifenlose Schrifttype, die im initialen Letter K mit einem dynamischen K kontrastiert wird. Das K ist inspiriert von alten Handschriften und gotischer Frakturschrift. In der modernen Interpretation verweist es auf Köln: »Wir sind genauso lebendig, widersprüchlich, aufregend, kreativ, emotional und ausdrucksstark wie Köln«, erläutert Ewa Bogusz-Moore. »Gleichzeitig sind wir klar, zeitgemäß und schnörkellos in Qualität, Relevanz, Glaubwürdigkeit, Dialog, Partnerschaften und unserer Vision für die Zukunft der Musik.«

Darüber hinaus dient das K als verspieltes Element, wie es auch auf der Straßenbahn gut zu erkennen ist.

»Ausgehend vom Relaunch der Website haben wir uns Gedanken über die Positionierung der Kölner Philharmonie und die Marke Kölner Philharmonie gemacht. Wir wollen noch stärker in die Stadtgesellschaft hineinwirken, weiter neue Zielgruppen ansprechen und dabei den emotionalen Aspekt des Live-Erlebnisses Konzert betonen. Das neue Design ist zeitlos elegant, verspielt und warm pulsierend zugleich. Es würde sogar in einer möglichen Übergangsspielstätte Gültigkeit haben«, erklärt Bogusz-Moore den Abschied von dem bisherigen Logo, das als liebevoll genannter »Pilzkopf« den Saal der Philharmonie abbildete.

Die Einführung des neuen Designs erfolgt schrittweise bis zur Jubiläumssaison 2026/2027 – aus Gründen der Nachhaltigkeit und Kostensensibilität.