

Corporate Design

Vom Scribble zum Logo

Mit der Skizze vor Augen bietet der Computer alle technischen Möglichkeiten, die Idee druckfertig in verschiedenen Variationen umzusetzen.

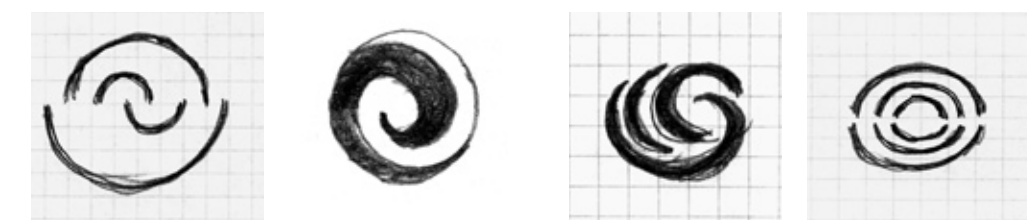
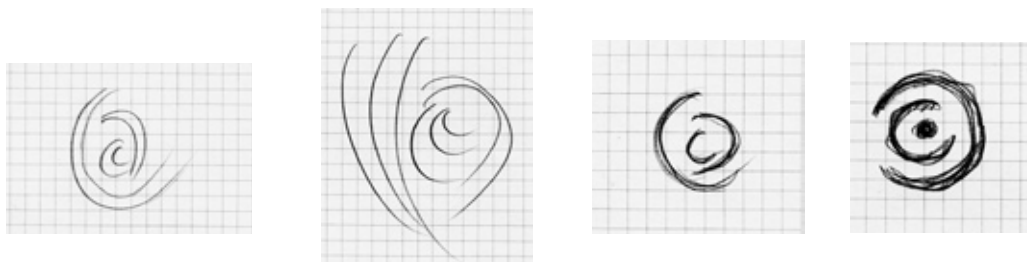
■ **RALF TURTSCHI** Das Start-up-Unternehmen Air-On AG mit Sitz in Cham entwickelt und produziert ein neuartiges System für den kontinuierlichen Luftaustausch in Wohn- und Bürogebäuden. Dabei wird die Luft gereinigt, befeuchtet und schonend umgewälzt, ohne dass die unangenehmen Zugluft-Erscheinungen einer Klimaanlage entstehen. Das System kann in kleineren und grösseren Räumen oder Gebäuden installiert werden, um ein Rundum-Wohlfühlklima zu schaffen.

Die Agenturtschi, Adliswil, wurde beauftragt ein neues Corporate Design zu schaffen. Von dieser Dienstleitung soll hier der Schritt von der Skizze zum fertigen Logo mit dahinterliegenden Gedanken dargelegt werden. Antonietta Moles und Ralf Turttschi waren die Gestalter der verschiedenen Varianten.

Ein Brainstorming öffnet die Hirnzellen und gibt Ideen für die Gestaltungsrichtung eines Logos. Womit haben wir es zu tun? Wasser und Luft, Umwälzung, Erneuerung, Austausch, Reinheit,

Frische, Feuchtigkeit, Staub, Schmutz, Atmung, Sauerstoff, Gas, Licht, Sauberkeit, Helligkeit, Ruhe, Wohlfühlen, Ergonomie, sich zu Hause fühlen, so lauteten erste Gedankenblitze. Vom Formalen kam eine Kreisform am ehesten in Frage, oder dann die Form der Buchstaben A und O für Air-On. Der Kreis ist Bewegung, das Rad, der Propeller sind wesentliche Elemente in der Mechanik von Klimageräten. Erste Scribbles führen zu visuellen Umsetzungen, die alle mit den Gedanken des Brainstormings zu tun haben. Sie sind

unfertig und dienen dazu, die Aufgabe möglichst umfassend zu beschreiben. Welche Möglichkeiten bestehen grundsätzlich? Man kann aus dem Namen Air-On einen Schriftzug kreieren, aber auch ein unabhängiges Bildzeichen gestalten. Dann allerdings stellt sich die Frage, wie man zusätzlich den Namen in Szene setzen will: AIR-ON, air-on, Air-on oder air-ON, wie auch immer. Eine Scribble-Idee führt zur nächsten, und plötzlich klärt sich der Schleier im Hirn, die Idee nimmt Gestalt an. Die Zeit ist gekommen, das



Bei den Skizzen ist es interessant zu verfolgen, welche Ideen entstehen und wie sie später ganz zu anderen Umsetzungen inspirieren. Dies ist besonders bei der dritten Skizzenreihe der Fall.



Reine Luft, Feuchtigkeit



Wechselbad



Luft mit Buchstabe a



Austausch von Schmutz und Wasser



Becken, Austausch

air:On



Ein Vorschlag für die Kombination von Bildzeichen und Name, welcher keine Zustimmung fand.
Schrift: Linotype Univers.

Logo mit einem Zeichnungsprogramm wie Illustrator oder Freehand umzusetzen. Es hat keinen Sinn, das Logo detailliert zu zeichnen, Typografie macht man am Computer schneller und genauer. Aus dem Schriftmusterbuch schreiben wir Schriften heraus, die sich generell eignen können. Sie werden geladen und als Variationen eingesetzt. Dem Kunden werden diese konzeptionellen Ansätzen in einer ersten Präsentations unterbreitet: Es werden Bildzeichen und Schriftzüge wie unten

abgebildet gezeigt, wir weisen auf die Vor- und Nachteile hin. Der Kunde will ein Bildzeichen. Es stellt sich sodann die Frage, wie der Name dazugestaltet werden, welche Schreibweise, und vor allem welches Trennzeichen zwischen den Namensteilen Air und On verwendet werden soll. Im Logo muss man ja nicht unbedingt das Divis verwenden, auch Doppelpunkt, Strichpunkt, Underline, Schrägstrich oder andere trennende Zeichen kommen in Frage. All diese Entscheidungen werden mit dem Kunden andiskutiert und später aufbereitet. Eine weitere Präsentation zeigt vier Logovarianten zusammen mit dem Namen in einer möglichen Anwendung der Geschäftsausstattung. Die Entwürfe werden auf Pappe aufgeklebt. So kann sich der Laie besser vorstellen, wie das Ganze später wirkt. Der Entscheid fällt gegen eine prominente Namensaufbereitung, Air-On AG soll in Grundschrift, fett gesetzt werden. Für das Signet fällt die Wahl auf die konzentrischen Kreise mit dem schwebenden «Staubpunkt» in der Mitte. Die zwei Ringe sind in Photoshop mit Gaußschem Weichzeichner unscharf gestellt worden. Das Logo besteht also aus einer Pixeldatei, was die weitere Anwendung stark einschränkt. Aufgrund des limitierten Einsatzes auf der Geschäftsausstattung und auf einem Prospekt wird es nicht vektorisiert. Bei diesem Bildzeichen ist der Verlauf in den Ringen den drucktechnischen Gegebenheiten anzupassen. Wenn der Verlauf zu kurz ausfällt, schmiert er im Druck zu und ist nicht mehr als Unschärfe zu sehen. Das Logo wird mit Cyan und Schwarz aufbereitet. Während Laser- oder Tintenstrahldrucker ein sattes und glänzendes Schwarz hervorbringen, kann der Offset im Vergleich bestenfalls ein Dunkelgrau wiedergeben. Es führt also kein Weg an einem Andruck auf Originalpapier vorbei, weil auch die Rasterung den Verlauf bestimmt. Man kann die Wirkung nur so genügend genau simulieren. Nach einem ersten Andruck müssen wir den Verlauf nachbessern, die Unschärfe sieht man zu wenig. Bei der Umsetzung in eine Schwarzweissvariante interpretiert Photoshop Cyan als viel zu dunkel. Im Illustrator wird Cyan aufgehellt, die Datei im Photoshop nochmals mit Gauss weichgezeichnet, bis der visuelle Eindruck stimmt. Ein zweiter Andruck folgt. Das Signet ist zwar reizvoll, aber gefährlich im Druck, weil auf jedem Träger und in jedem Verfahren der Verlauf wieder anders aussehen wird. Es wird Genauigkeit brauchen. ■



Wasseraustausch



Radiator



Geborgenheit, wohlfühlen, a



Austausch, Bewegung



unsichtbare Luft



Reinigung, Ventilator, Fluss



Der Kunde kann sich ein Logo in der Anwendung besser vorstellen als wenns alleine steht. Die endgültige Ausgestaltung der Briefschaften spielt in dieser Phase noch keine Rolle. Immerhin kann diskutiert werden, ob das Fenster im Kuvert rechts oder links liegen soll, was für die Gestaltung wichtig ist.

- aiR,On air_on
- aiR:On aiR'On
- AiR|oN aiR;On
- aiR\ON AIR}ON
- [AIR]ON AIR!ON
- AIR°ON aiRvON

Es gibt einige Variationsmöglichkeiten für die Trennung der beiden Worte Air und On. Auch spielt die Schriftwahl eine grosse Rolle. die Buchstaben und Zeichen sehen in den verschiedenen Schriften völlig anders aus. Hier zu sehen die Franklin Gothic.

Stichwort Reinzeichnung

Unter Reinzeichnung wurde in der Fotosatzzeit (ca. 1975-87) eine geklebte Vorlage mit Satz verstanden. Das Wort stammt aber aus der Zeit, wo Logos noch von Hand mit Tusche gezeichnet wurden. Der von den Agenturen bestellte Satz wurde damals auf Fotopapier ausgegeben. Die Reinzeichner klebten die Textteile nach den Angaben des Art Directors auf Kartons, schützten das Ding mit einem transparenten Deckblatt und gaben die Pappe in eine Reproduktionsanstalt, wo die Rezo gemacht wurde. Die Reinzeichnung wurde auf

Film fotografiert und zusammen mit den Bildscans zu fertigen Bildmontagen kombiniert. Reproduktionsfotograf und Fotolithograf hiessen die entsprechenden Berufe. Noch heute geistert dieses schöne Wort «Reinzeichnung» in der Werbewelt herum, mit nochmals anderer Bedeutung: Heute verstehen viele Anwender darunter die druckfertigen Daten, meistens also XPress- oder InDesign-Daten. Es ist manchmal schon eigenartig, wie sich Begriffe über Technologie-sprünge hinweg jahrelang halten können. Die Reinzeichnung gibt es definitiv nicht mehr.