Abschied von den Löwen : die neue Corporate Identity der Stadt Luzern

Autor(en): **Settele, Christoph**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **10 (1997)**

Heft 1-2

PDF erstellt am: **16.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-120561

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Abschied von den Löwen

14 verschiedene Logos und eine unklare Stadtidentität sind genug, sagte sich die Stadt Luzern 1994. Eine Analyse der verschiedenen Leitbilder führte zu einer neuen Corporate Identity (CI) unter dem Slogan ‹Lebensraum Luzern – offene Stadt im Gleichgewicht›. Für die visuelle Umsetzung dieser Leitidee schrieb die Stadt 1995 einen Wettbewerb für ein neues Erscheinungsbild, ein Corporate Design (CD), aus. Die Jury hatte sich einstimmig für die Vorschläge von Tino Steinemann entschieden. Nach gut einem Jahr Arbeit in enger Kooperation mit den diversen Ämtern sowie mit den EDV-Spezialisten der Stadt, liegt nun das neue Erscheinungsbild mit einem Gesamtkonzept für die Öffentlichkeitsarbeit von Logo über Geschäftspapieren und Versandmitteln bis zu hauseigenen Publikationen und Beschriftungen vor. 250 000 Fanken hat das Projekt bisher gekostet, weitere 175 000 sind für die nächsten beiden Jahre budgetiert. Corporate Behaviour und Corporate Communication sind die nächsten Ziele. Schlagwörter einer neuen Unternehmenskultur sollen der Stadt aus der Misere helfen.

Das Logo

Der Kanton Luzern hat sich vor fünf Jahren ein neues CD gegeben, das auf horizontalen Balken und Linien aufbaut. Um sich davon optisch abzugrenzen, betont das Logo der Stadt die Vertikale. Zwei hochformatige Rechtecke stellen Luzerns blauweisses Wappen abstrakt dar. Eine Linie aufeinanderfolgender Quadrate verbindet die beiden Flächen und führt das Auge auf die Typographie hin. Die neun kleinen Quadrate versinnbildlichen die neun Türme der Stadtmauer. Der Kulturbefliessene will darin aber partout die Perforation eines Filmstreifens und damit die Referenz an VIPER, das Festival für visuelle Medien, sehen.

Die Vorgabe, das grundlegende Prinzip des Wappens darzustellen, hat Steinemann elegant gelöst. Die weisse Hälfte des Wappens ist eine Negativform, die sich nur durch die Linie aus Quadraten und die rechts angeschlagene Schrift definiert. Dem Wunsch, die Stadtmauer in die Gestaltung zu integrieren, kam Steinemann nach. Er hat aber deren Prinzip umgekehrt. Die Linie aus Quadraten umschliesst nicht, sie öffnet den Raum. Offenheit war eine der Forderungen für das neue Stadtzeichen, Gleichgewicht eine andere. Die Ausrichtung des Logos auf die Mittelachse ist dafür die Lösung, die aber statisch wirkt. Einer weltoffenen, dynamischen Stadt, die sich als modernes Dienstleistungsunternehmen sehen möchte, entspricht das nicht.

Das Blau (Pantone 300) setzt sich sowohl vom heraldischen Blau wie vom Blau des Kantons ab. Als Titelschrift hat Steinemann die Frutiger bold und für die Brotschrift die Frutiger roman gewählt, eine moderne, aber nicht modische serifenlose Schrift. Als Papier sollen soweit als möglich nur drei Sorten Recyclingpapier verwendet werden. Das Altpapier geht ins nahegelegene Perlen, wo es für den erneuten Gebrauch aufbereitet wird. Ökologisch sinnvolles Handeln gehört mit zum neuen CI der Stadt.

Die Probleme

Die Linie mit Quadraten soll zur Wiedererkennung in Broschüren und Büchern auf allen Seiten oben randabfallend und zentriert gedruckt werden. Das hundertseitige Manual hat bereits gezeigt, dass standgenaue Schneidemaschinen und Massarbeit kein Standard sind. Die 2 x 2 mm grossen Quadrate werden an- oder abgeschnitten. Die Erkenntnis, dass ein CD nur in konsequenter Anwendung Sinn macht, hat sich noch nicht durchgesetzt. Die hauseigene Zeitschrift ‹brennpunkt› ist das erste Produkt im neuen Erscheinungsbild. Nur, vom CD ist wenig zu spüren. Serifenschrift, Balken mit Negativschrift und vierspaltige Photos liegen quer zum neuen CD.

Christoph Settele

Die schwarzweisse Version des neuen Luzern Logos

Berner Design Tage

Plakat zum dritten Berner Design Weekend, entworfen von Thomas Petraschke

Bern ist immer eine Reise wert. Ganz besonders am 25. und 26. Januar, dann nämlich findet das Berner Design Weekend statt. Die sieben Einrichtungshäuser Form + Raum, Anliker, Intraform, teo jakob, High Tech, Kilchenmann und Zona haben sich für eine gemeinsame Aktion zusammengetan. Die bereits zur Institution gewordene Veranstaltung findet dieses Jahr zum dritten Mal statt. Neu dauert sie zwei Tage – Samstag und Sonntag. Eigentlich wollten das die Einrichtungshäuser von Anfang an, doch das Ladenöffnungsgesetz hat es bisher verunmöglicht.

Kein gemeinsames Thema

Dass sich sieben Einrichtungsgeschäfte derselben Stadt zusammentun, ist gut und muss hier gelobt werden. Wohl in keiner anderen europäischen Stadt ist eine deratige Dichte an spezialisierten Einrichtungshäusern und Designgeschäften zu finden wie in Bern. Innerhalb der Aareschleife, auf einer Strecke von 1,5 km aufgereiht, findet man die internationale und Schweizer Design-Szene präsentiert.

Doch trotz der gemeinsamen Veranstaltung ist jede der sieben Firmen für ihren Auftritt an diesem Weekend selbst verantwortlich und kein gemeinsames Thema ist gegeben. So lassen sich die sieben Beteiligten etwas Spezielles einfallen, das sie nebst ihrer konstanten Ausstellung präsentieren können. Das Angebot ist vielfältig und reicht von thematischen Ausstellungen über Aktionen bis zu Modellpremieren. Zum Beispiel zeigen Peter Spahr und Otto Friedrich von Zona neue Plastikmöbel der Designern Jasper Morrison, Werner Aisslinger, Lloyd Schwan, Christophe Pillet.

Design für alle

«Wir möchten den Leuten mit diesem Weekend die Schwellenangst nehmen und hoffen, dass bei dieser Gelegenheit auch Leute in unser Geschäft eintreten, die zufällig vorbeiflanieren, oder sich sonst gar nicht getrauen», erklärt Rosemarie Horn, Geschäftsführerin von teo jakob, als Ziel der Veranstaltung. Und sie meint weiter: «Wir wollen zeigen, dass man in unseren Einrichtungshäusern auch Design findet, das zahlbar ist.» Die Stadt Bern soll damit für den Möbeleinkauf attraktiv bleiben.

Hochparterre ist zu Gast

Auch der Verlag ‹Hochparterre› wird beim Berner Design Weekend mitmachen. An der Gerechtigkeitsgasse 36 hat teo jakob einen Buch- und Medienshop eingerichtet. Hier können die Besucher auf den Stühlen ‹Laleggera› von Riccardo Blumer in unseren Büchern und Heftern schmökern und mit uns schwatzen. Unser Angebot reicht vom Möbeljass bis zum Bündner Architekturführer. **NS**

3. Berner Design Weekend

Samstag, 25. Januar, 10 bis 18 Uhr, Sonntag, 26. Januar, 10 bis 16 Uhr
Konzept und Beratung: Alfred Hablützel, Basel
Beteiligte: Form + Raum, **Belpstrasse 14: Stand der Dinge – von der Kunst, mit Farben positive Emotionen auszulösen**
Anliker die Möbelmacher, **Bubenbergplatz 15: Tisch und Fisch. Tisch-Gestaltung à la carte mit Ann Stalder**
Kilchenmann, **Kramgasse 64 + 72: Schlaf-Form am Beispiel Bettbaukasten ‹kwad› von Zaugg & Zaugg**
intraform, **Rathausgasse 76-80: Glas und Design, die verschiedenen Facetten des Glases. Möbel von Fiam und glaströsch Design**
teo jakob, **Gerechtigkeitsgasse 32 + 36: Aktionsprogramm ‹Laleggera› von Riccardo Blumer für Alias, Videoinstallation von Beatrice Gysin und Jost Nyffeler, Buch- und Medienshop**
Zona, **Postgasse 60: Plastik der neuen Generation, ein rehabilitierter Werkstoff High Tech, Nydeggstalden 26: ‹swastica› – Caspar Wetli setzt Zeichen zum Sitzen mit seiner neuen Kollektion**