



TEAM2

WM-Logo-Präsentator Beckenbauer

DESIGN

Infantiles Logo

Die Schockwellen reichten bis Südamerika: „Wie Ecstasy-Pillen“ sähen die kleinen Gesichter aus, hämte Brasiliens größte Zeitung „O Globo“, nachdem Franz Beckenbauer und andere Fußball-Lobbyisten das offizielle Logo zur Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland präsentiert hatten. Auch deutsche Design-Fachleute waren entsetzt über das infantile Kennzeichen, das die Münchner Agentur Abold für die weltweite WM-Werbung entworfen hat – und gehen jetzt in die Offensive: Bundesweit werkeln zurzeit elf Design-Büros an neuen Logos; die Ergebnisse des Wettbewerbs sollen Mitte März im Berliner Olympiastadion präsentiert werden. Ziel der Aktion, so Initiator Klaus Hesse, 48, Professor für Kommunikationsdesign in Offenbach, sei „ein Entwurf, der dem Ereignis gerecht“ werde. Zum Vergleich verweist Hesse auf die Piktogramme, die der Grafik-Guru Otl Aicher für die Olympiade 1972 in München entworfen hatte und die bis heute als vorbildlich gelten. Dagegen sei das vom Weltfußballverband Fifa auserkorene Logo offenbar „von Laien zusammengestoppelt“ worden. Große Chancen, einen neuen Entwurf durchzusetzen, rechnen sich die am Wettbewerb beteiligten Grafiker allerdings nicht aus: Die Fifa hatte den WM-Auftrag ohne Ausschreibung vergeben – für „einen relevanten sechsstelligen Betrag in Euro“, so Agenturchef Andreas Abold.