

„Ein Eigentor“

Frankfurt/Main (dpa/AP) – Deutschlands führende Designer haben eine Initiative gegen das Logo für die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland eingeleitet. Elf Kreativ-Büros wollen Mitte März in Berlin Vorschläge für ein neues Logo präsentieren. Nach Ansicht der Designer habe das WM-Organisationskomitee mit dem im November vorgestellten Signet ein Eigentor geschossen. „Drei Jahre Lächerlichkeit im Vorfeld der WM sind kein gutes Zeichen. Das



FIFA FUSSBALL-WELTMEISTERSCHAFT
DEUTSCHLAND
2006

kann keiner ertragen. Wir wollen keine alberne, sondern eine schöne WM. Von Anfang an“, übte Universitätsprofessor Klaus Hesse Kritik. Das Logo mit den „Smileys“ sei albern. Man wolle mit einem Alternativ-Vorschlag zeigen, wo das deutsche Design im internationalen Vergleich stehe. An dem Wettbewerb, den der „Art Directors Club für Deutschland“ (ADC) unterstützt, beteiligen sich Büros aus Berlin, Düsseldorf, Frankfurt/Main, Hamburg, Leipzig und Stuttgart.

Die Aussicht auf einen Erfolg der Initiative ist jedoch gering. Es bestehe keine Chance für ein neues Logo, teilten die WM-Organisatoren mit. Man sei mit dem Entwurf der Agenturen Abold (München) und Whitestone (London) zufrieden. Brasiliens größte Zeitung *O Globo* hatte über ein Design wie auf „Ecstasy-Pillen“ gespottet.