

FUSSBALL FÜR DIE GALERIE

Das offizielle Logo für die Fußball-WM 2006 in Deutschland gilt als schwere Gestaltungsspanne. Elf Designer haben in der »Offensive für den Fußball« neue Vorschläge gemacht. Und unsere Leser haben entschieden, welches Logo Deutschland am besten stünde. Hier sind die Ergebnisse.

fifa **worl**cup
deutschland **de** 2006



1 | Hesse Design 37.22%



2 | moniteurs 15.5 %



3 | Die Gestalten 12.18 %



4 | Fons Hickmann 9.45%



5 | Factor Design 9.2 %



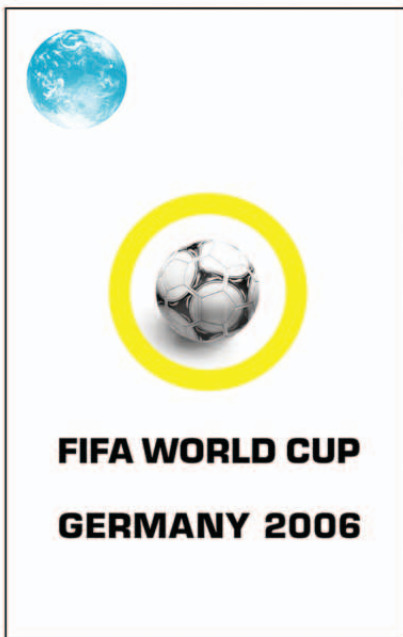
6 | Intégral Ruedi Baur 5.79%



7 | ade hauser lacour 4.43%



8 | nowakteufelknyrim 2.73%



9 | Uwe Loesch 1.53%



10 | cyan 1.19%



11 | Büro Uebele 0.77%

Die Entscheidung ist gefallen, Deutschland hat gewählt. Der karnevalistische Albtraum, mit dem die FIFA die kommende Fußball-Weltmeisterschaft ankündigt, wird schnurstracks überall abmontiert und das neue Logo, es ist ein richtiges und durchdachtes Zeichen, prangt ab morgen überall dort, wo so etwas halt prangt: Auf Coladosen, Fahnen, Trikots, Bussen, Anzeigen, Gerhard Delling, Eintrittskarten und so weiter.

So hätte es kommen können, wenn die FIFA-Marketing AG aus Zug in der Schweiz auf die elf deutschen Designer hören würde, die zum Wohle des Landes und dessen Außenwirkung das WM-Logo 2006 überarbeitet haben (siehe auch *SZ-Magazin* 11/2003).

Viele der elf Büros haben sich nicht nur die Mühe gemacht, ein Logo zu entwerfen. Sie überlegten sich auch Animationen und entwickelten Anwendungsbeispiele für ihren Vorschlag. Wie bei einem richtigen Wettbewerb gab es nachher eine unabhängige und überaus neutrale Jury: unsere Leser. Unter www.sz-magazin.de durften sie FIFA-

Ausschuss spielen und konnten sich alle Entwürfe in Ruhe ansehen. Dann wurde eine Woche lang abgestimmt und nun steht das Ergebnis fest.

Wenn es nach dem Wunsch unserer Lesergänge, dann bekäme die Fußball-WM 2006 ein Logo aus dem Hause Hesse Design. Das Team von Klaus Hesse entwarf ein ziemlich schickes Zeichen, in dem die Dynamik des Sports in Form von klecksartig stilisierten Spielern deutlich werden soll. Das kam an: Fast ein Drittel aller Jury-Mitglieder (also: Sie) votierten für dieses Logo (wobei über die Registrierung übrigens ausgeschlossen war, dass Teilnehmer mehr als eine Stimme abgeben konnten). Eine gute Wahl, finden wir. Schön wär's gewesen.

Leider kommt es aber nicht so. Die FIFA-Marketing AG lässt unseren Designern schöne Grüße ausrichten und erklärt, der Zug sei eh abgefahren, weil das Logo ja nun schon eine Weile in Gebrauch sei, es also gar nicht mehr geändert werden könne. Im übrigen sei man sehr zufrieden mit den

lachenden Nullen. Außerdem besteht man in der Schweiz darauf, dass sich unsere Gestalter nicht an das offizielle Briefing gehalten haben und beispielsweise die Vorgabe, im Logo auch den Pokal abzubilden, einfach ignorierten. Das ist zwar nicht von der Hand zu weisen, bekommt dem Logo aber eher gut. Auch konzentrierten sich die elf Büros auf das Thema Fußball und ließen den Briefing-Punkt »Freude« ein wenig außen vor. Hätte die FIFA tatsächlich offiziell zum Wettbewerb aufgefordert, wären auf diese Weise alle elf Vorschläge im Sinne der Aufgabe durchgefallen. Was wiederum Erik Spiekermann auf den Plan rief.

Der deutsche Typografie-Nestor (siehe auch Seite 56) unkte bei der Präsentation der Alternativ-Logos in Berlin, dass ein offizieller Wettbewerb das Lachmonster der FIFA-Agenturen Whitestone und Abold nicht zwangsläufig verhindert hätte. Spiekermann: »Wenn man fünf Scheiß-Agenturen zum Wettbewerb antreten lässt, bekommt man auch ein Scheiß-Logo.« *PHILIPP BESTIER*



17 Uwe Loesch



18 Ruedi Baur



19 Klaus Hesse



20 Petra Knyrim



21 Andreas Uebele



22 Sibylle Schlaich



23 Stefan Hauser



24 Johannes Erler



25 Paul Roth



26 Fons Hickmann



27 cyan

17 Uwe Loesch hat den WM-Logo-Vorschlag der 1968 gegründeten Düsseldorfer Arbeitsgemeinschaft für visuelle und verbale Kommunikation entworfen, die sich schon bei der Ausstellung »Der Ball ist rund - 50 Jahre DFB« mit Fußball beschäftigt hat.

18 Ruedi Baur leitet ein Büro gleichen Namens in Zürich und Paris. Unter anderem entwirft er Informations-Orientierungssysteme für öffentliche Institutionen und Unternehmen und beschäftigt sich mit Urban-Design-Projekten.

19 Klaus Hesse leitet zusammen mit seiner Frau **Christine** ein 1988 gegründetes Büro in Düsseldorf, das seit 2001 auch eine Zweigstelle in Berlin hat. Zu ihren Kunden zählen unter anderem die Allianz, Swarovski und Audi.

20 Petra Knyrim gründete 1992 zusammen mit Stefan Nowak und Philipp Teufel das Düsseldorfer Büro nowakteufelknyrim, das sich mit Kommunikationsdesign und Ausstellungsarchitektur für Kunden wie die Messe Düsseldorf oder die Siemens Kulturstiftung befasst.

21 Andreas Uebele hat seit 1985 ein eigenes Designbüro in Stuttgart, das sich mit allen Gebieten der visuellen Kommunikation beschäftigt. Zu seinen Kunden gehören unter anderem die Hypo-Vereinsbank und die Universität Stuttgart, an der er selbst Architektur und Städtebau studierte.

22 Sibylle Schlaich ist einer der Geschäftsführer des 1994 gegründeten Berliner Büros *moniteurs*, das visuelle Konzepte für Unternehmen und Kultureinrichtungen entwickelt.

23 Stefan Hauser gehört zu den Gründern des Frankfurter Büros *ade hauser lacour*. Zu den Kunden von *ade hauser lacour* zählt unter anderem die Münchener Rückversicherung.

24 Johannes Erler sitzt im Vorstand des 1993 gegründeten Hamburger Büros *Factor Design*, zu dessen Kunden Philip Morris zählt. Man sagt Erler nach, sämtliche WM-Endspielergebnisse seit 1954 auswendig zu kennen.

25 Paul Roth hat den Beitrag des Berliner Gestalten Verlags entworfen, der seit 1995 zum Thema Grafikdesign publiziert. Als Ausrichter des Szene-Fußballturniers 303 Cup war der Verlag für die Aufgabe geradezu prädestiniert.

26 Fons Hickmann arbeitet im gleichnamigen Berliner Atelier und ist Professor an der Wiener Universität für angewandte Kunst. Seine Meisterklasse veranstaltet dort alljährlich das »Turnier für angewandten Fußball«.

27 Das Berliner Büro **cyan** beschäftigt sich mit visuellen Inszenierungen. Von 1991 bis 1996 war das Büro Mitherausgeber und Gestalter der Zeitschrift *form + zweck*. Cyan ist unter anderem an der Olympiabewerbung Rhein-Ruhr 2012 beteiligt.

Autoren dieser Ausgabe: Julia Decker, Birgit Gebhardt, Christian Gottwalt, Kerstin Greiner, Sabine Grillenberger, Jan Heidtmann, Ono Mothwurf, Philipp Oehmke, Christof Rührmair, Susanne Schneider, Johannes Waechter, Jan Weiler.

FOTOS: FRANK SCHUMANN (1), INGA KNÖLKE (1), KATHARINA BEHLING (1), FALK WENZEL (1)