

Ihre Nachricht vom	Ihr Zeichen	Datum	Unser Zeichen
		9. Mai 2006	cl

Aufgabenstellung:

Der 21. Geburtstag von WIBeN ist Anlaß, eine Veranstaltungsreihe zu initiieren. Ideellen Hintergrund bilden die Leitsätze der Lokalen Agenda 21. Ziel ist letztlich eine Förderung der Region durch Förderung einer regionalen, ökologischen Vermarktung; idealerweise auch durch die Stärkung eines Wir-Gefühls: Wir auf dem Westerwald können was – und können mehr. Öffentlichkeitswirksam soll das eigene Licht nicht weiter unter den Scheffel gestellt werden. WIBeN möchte sich aktiv an der Gestaltung des Westerwaldes im 21. Jahrhundert beteiligen, auch durch politischen Einfluß. Durch 21 Veranstaltungen soll dieses Gefühl der eigenen Leistungsfähigkeit dargestellt und gefördert werden. Der Inhalt der Veranstaltungen ist nur grob umrissen, ebenso die Zielrichtung der Aktion. Es besteht die Offenheit, auf künftige, noch nicht absehbare Entwicklungen innerhalb der Aktionsreihe einzugehen.

Zielgruppe:

Ideal der Aktion ist es, alle anzusprechen, die den Westerwald mit-gestalten wollen, ob aktiv oder passiv. Die Bedürfnislagen der Zielpersonen sind nicht geklärt. Das Interesse eines möglichst breiten Publikums soll angesprochen werden. Gleichzeitig soll die Veranstaltungsreihe ideelle und zukunftsorientierte Werte vermitteln – kein Platz also für folkloristische Begriffsfindungen à la „Wir Wäller“, da sie einen Großteil der Gestaltungswilligen ausschließt, die sich einem „Weiter so!“ verweigern.

Auf diesen Vorgaben basierend, schlage ich folgende Leitlinien für die Gestaltung der Außendarstellung der Aktion vor:

Logo:

Das Logo besteht aus einer einfachen Wortmarke: 21X.
Die 21 nimmt deutlichen Bezug auf 21 Jahre WIBeN, auf das 21. Jahrhundert, auf die lokale Agenda 21, auf die geplanten 21 Veranstaltungen.
Das X ist mathematisch eine Unbekannte, gleichzeitig das Symbol für eine Multiplikation. 21 Mal X – es entsteht ein Mehr, ein Mehr, das Raum für Entwicklung gibt.

Slogan:

Der Slogan „Raum für Entwicklung“ trägt dem Umstand Rechnung, daß neben den im Westerwald gepflegten Traditionen viele Potenziale ungenutzt bleiben – sowohl historisch verwurzelte wie auch zukunftsgerichtete. Es soll Platz für Neues entstehen; auch und gerade durch die Rückbesinnung auf die eigenen Wurzeln und Werte.

Gleichzeitig berücksichtigt der Slogan die unscharfen inhaltlichen Vorgaben der Veranstaltungsreihe: Etwas, das noch Konturen annehmen, das sich entwickeln darf und muß. Der Slogan als Sinnbild der Veranstaltungsreihe und künftiger Entwicklungen auf dem Westerwald.

Im Satz ist der Slogan mit immer breiter werdenden Buchstaben-Zwischenräumen versehen. Er wird breiter, er entwickelt sich, er nimmt Raum ein; eine Idee, die sich breit macht, wird visualisiert.

Typographie:

Als Schriften sind Minion und Myriad vorgesehen. Bei beiden handelt es sich um zeitgemäße Typen, die auch bereits als Hausschrift für künftige WIBeN-Publikationen vorgesehen sind. Ein entsprechendes Faltblatt liegt zum Druck bereit, der neue Schein der Brodeinheit ist entsprechend gehalten. Eine einheitliche Fortführung ist empfehlenswert, um WIBeN als Absender der Aktion zu kennzeichnen.

Die beiden Schriften sind aufeinander abgestimmte Typen mit und ohne Serifen; serifenlose Schriften eignen sich für Überschriften und Auszeichnungen, die Schriftvarianten mit Serifen eignen sich für den Satz großer Textmengen. Zudem liegt die Myriad auch in einem platzsparenden Condensed-Schnitt vor.

Farben:

Der beigefügte Plakatentwurf ist einfarbig und somit kostengünstig umsetzbar. Dennoch kann der Rahmen des Plakates in mehreren Farben vorgedruckt werden; es ergibt sich in der Summe der Plakate eine bunte Vielfalt, Sinnbild der Vielfältigkeit des Westerwaldes und seiner möglichen Entwicklungen.

Raumaufteilung:

Im Logo ist eine quadratische Fläche – 21x21 – vorgesehen. Die Konturen des Logos werden hier unscharf. Hierin ist der Slogan abgedruckt, die Farbe zurückgenommen. Die grafische Umsetzung des Raumes für Entwicklung, in dem durch einfaches Überdrucken in Schwarz der Inhalt der jeweiligen Veranstaltung kundgetan werden kann. Und damit nimmt dieser Raum Konturen an, er entwickelt sich.

Medien:

Die Einfachheit und Klarheit der gestalterischen Mittel gewährleistet eine mediengerechte Umsetzung im Internet, im Printbereich, in einfarbigen Anzeigen, als Stempel, gefaxt, auf T-Shirts und Bierdeckeln – wo auch immer: Eine einheitliche Umsetzung des Entwurfs ist sichergestellt. Auch über den Zeitraum der Veranstaltungsreihe hinaus.