

*Projekt
Grafik Design*



Projekt: Entwurf und Gestaltung eines Logos für eine Sportmarke.
Entwurf einer Kollektion.

Bearbeiter: Michael Fix, Matr.-Nr. 13918
michael.fix@gmx.de

Michel Tokic, Matr.-Nr. 17899
michel@tokic.com

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--------------------------------|-----------|
| IDEE | 3 |
| FIRMA | 3 |
| PHILOSOPHIE | 3 |
| ZIELGRUPPE | 3 |
| FIRMENNAME..... | 4 |
| LOGO | 5 |
| IDEE & ENTSTEHUNG | 5 |
| SKRIBBELS..... | 5 |
| ADJEKTIVE..... | 7 |
| VERGLEICH MIT KONKURRENZ | 7 |
| FORM..... | 7 |
| FARBEN | 7 |
| SCHRIFT..... | 8 |
| KOLLEKTION | 9 |
| T-SHIRT KOLLEKTION 2007..... | 9 |
| EMOTION KOLLEKTION 2007 | 10 |
| SPECIAL KOLLEKTION 2007..... | 10 |
| SCHUHKARTON..... | 11 |
| FAZIT | 11 |

Idee

Wir hatten die Idee ein Konzept und Logo für eine fiktive Firma aus der Sportbranche zu entwerfen. Dadurch hatten wir große Freiheiten bei Entwurf und Gestaltung und waren nicht zu sehr an irgendwelche Vorgaben gebunden.

Da wir beide doch sehr viel mit Sport zu tun haben, lag dieser Themenbereich natürlich auch irgendwie auf der Hand.

Firma

Unsere Firma stellt Outfit und Ausrüstung für die unterschiedlichsten Sportarten her. Wir stehen damit in direkter Konkurrenz zu den großen Namen der Branche wie Adidas, Nike etc. Wollen uns aber durch ein eigenes Konzept und Philosophie von deren Produkten abheben.

Philosophie

Bewegung ist unsere Philosophie. Dabei versuchen wir ein gesundheitsbewußtes , umweltbewußtes und zukunftsorientiertes Image mit einem neuen, flotten und modernen Flair zu verbinden um auch ein jüngeres Publikum zu erreichen.

Zielgruppe

Unsere Zielgruppe sind sportliche Menschen aller Altersklassen, was sich in unserem Gesundheitsbewußtsein widerspiegelt. Dabei wollen wir zeigen das Gesundheit und Umweltbewußtsein nichts mit einem langweiligen Design zu tun hat, wie es bei anderen Firmen der Branche oft der Fall ist.

Unsere Produkte sollen sich durch ein eigenwilliges mutiges und auch etwas poppig Design auszeichnen , damit sich auch junge Menschen damit identifizieren können.

Firmenname

Zunächst mußte ein Firmenname her, der unsere Philosophie verkörpert und gleichzeitig auch was hermacht. Außerdem sollte er sich gut in die spätere Gestaltung integrieren lassen.

Da wir Bewegung, Aktivität und Vitalität ausdrücken wollen, kamen wir nach ein paar anderen ersten Gehversuchen schließlich auch recht schnell auf die englische Übersetzung von Bewegung '*motion*'. Bei dem wir dann auch geblieben sind.

Diesen Namen gibt es zudem bisher noch nicht auf dem Markt in Verbindung mit einer Sportartikel Firma.

Bei der Namensuche kam *motion* zu Gute :

a) Ausdruck und Bedeutung des Wortes

der Name '*motion*' drückt als Wort schon Bewegung und Aktivität aus. Weiterhin lassen sich durch ein paar Buchstabenspielereien relativ leicht *emotion*, *energy in motion* etc. ableiten, die für Slogans etc. gut verwendet werden können.

b) Klang des Namens (bei der Aussprache)

'*motion*' hat ausgesprochen einen sehr prägnanten, dynamischen Klang der viel Energie verkörpert und eignet sich daher sehr gut für die Sportbranche. Der Klang hat einen positiven Effekt auf die jüngere Zielgruppe, die sich doch eher mit einem energiegeladenen Namen identifizieren kann.

c) Look & Feel

Auch wenn der eigentliche Namen noch kein Design trägt kann man sich schon in etwa vorstellen wie der Name sich später auf einem Produkt machen würde. Und auch da kann man sich *motion* sehr gut vorstellen, was zum einen an der Kürze des Wortes liegt, zum anderen läßt sich auch eine etwas versteckte Symmetrie erkennen (*mo | ti | on*) die durch die zwei kleinen o's gebildet wird.

Da das Wort sich durch anfügen eines simplen '*e*' auch noch in '*emotion*' für Gefühl, Emotionen und Begeisterung umformen läßt was unsere Philosophie ebenfalls unterstreicht, und wir später auch nicht auf noch bessere Namen gekommen sind, sind wir schließlich dabei geblieben. Wir denken es war eine gute Wahl.

Logo

Idee & Entstehung

Nachdem der Name *motion* nun feststand, ging es an das Finden von Ideen für unser Logo. Es sollte einfach aufgebaut sein, einen hohen Wiedererkennungswert besitzen, und gleichzeitig auch wieder unsere Philosophie der Bewegung unterstreichen.

Dazu schauten wir uns zuallererst mal alle Firmennamen und zugehörigen Logos aller namhaften Hersteller der Sportbranche an und skizzierten die wichtigsten grob auf einem Blatt Papier.

Dabei stellten wir fest das mit Ausnahme von Nike und Puma die Logos auch nicht sehr einfallsreich waren und auch nicht gerade Bewegung verkörperten. Dies hat dem Logo von Adidas z.B. aber auch keinen Abbruch getan.

Mit diesen Informationen im Hinterkopf, suchten wir weiter nach einer Idee. Irgendwann hat ich dann eine Vision :) von unserem sogenannten "Atomding" Dabei handelt es sich um irgendein Bild aus einem Film oder Videospiel oder was weiß ich woher, in dem irgendwelche Partikel oder Ionen oder wie die Dinger heißen um ein Zentrum kreisen. Aus diesem Bild entstand dann die Idee mit solchen Bällchen (Atomen) zu arbeiten, die sich wie so'n Atomding verhalten.

Skribbels

Mit dieser Idee wurde nun geskribbelt und einiges gespielt und ausprobiert. (siehe Skribbelseiten 1 - 6)

Es wurde nun versucht die Idee des Atomdings in Form von Kügelchen mit dem Namen *motion* in verschiedenen Formen zu verbinden. Dabei orientierten wir uns an kreisförmigen, spiralförmigen und schwingenden Flugbahnen der Bällchen in und um das Wort *motion* herum, und versuchten dabei auch die 2 o's von *motion* mit als Bällchen aufzugreifen.

Dabei entstand nach dem Skribblen in Illustrator zuerst die Version 1, die uns am Anfang doch gut gefiel



einige Tage später gefiel sie uns dann aber nicht mehr , es fehlte also einfach noch irgendwas.

Darum wurde wieder etwas weiter geskribbelt. Bei der Alien-Version Zeichnung des Atomdings kam dann die Idee der Wellenform mit rein, die ein wenig an den Swoosh von Nike erinnert, aber trotzdem ihren völlig eigenen Charakter hat.

Aus dieser Welle heraus entstand letztendlich die endgültige Form als gedämpfte Sinusschwingung im Illustrator. Durch die farbliche Abschwächung der Intensität und die Größenvariation der einzelnen Kugeln entsteht außerdem ein Tiefeneffekt. Diese Version 2 gefällt uns bis heute und hatte damit Bestand.



In Verbindung mit der Schrift *motion* sah es endgültig dann so aus:



Adjektive

unser Logo läßt auch die wichtigsten Adjektive wie aktiv, veränderlich, beweglich, impulsiv, vital und schnell erkennen und damit haben wir auch hier unser Ziel erreicht. Durch die Farbgebung lassen sich hier später im Einzelnen noch Akzente setzen.

Vergleich mit Konkurrenz

Unser jetziges Logo erinnert am ehesten an den Swoosh von Nike, hat aber trotzdem sein ganz eigenen Stil. Dies entsteht auch dadurch, dass bei uns der Firmenname mit in das Logo integriert ist.

Man erkennt wie beim Nike Swoosh eine zunehmende und abnehmende Bewegung bzw. Größenveränderung von links nach rechts. Das Ganze in einer Rotation, was die Bewegung unterstreicht.

Form

Da Bewegung meist mit runden Formen in Verbindung gebracht wird, haben wir uns auch daran gehalten und versucht an vielen Stellen mit runden, schwingenden Elementen und Formen zu arbeiten.

Bei der Form haben wir für die einzelnen Kügelchen / Bällchen, Ellipsen reinen Kreisen vorgezogen. Die Ellipsen gehen etwas mehr weg vom kreisrunden Standardkügelchen und wirken deshalb im Logo auch etwas interessanter.

Ebenso war eine wellenförmige Flugbahn der Kügelchen interessanter wie eine kreis bzw. spiralförmige. Wobei von vielem etwas in der endgültigen Bewegung steckt. Die Wellenform wird durch die zu-u. abnehmenden Größen der Kügelchen zusätzlich visuell verstärkt. Letztendlich ging es uns bei der Gestaltungsform aber immer um eine Beschreibung einer Flugbahn von Kügelchen im Raum. Die hinteren sind dabei kleiner und die vorderen größer.

Farben

Bei der Farbgebung konnten und wollten wir uns nicht festlegen. Die Farbe schien uns bei unserem Logo auch gar nicht so wichtig, da es mit fast allen Farben eine gute Figur macht. Außerdem möchten wir als Sportfirma ja auch möglichst viele Textilien in unterschiedlicher Farbgebung mit verschiedenfarbigen Logos und Hintergründen ausstatten. Und dadurch wir unser Logo auf unterschiedlich farbige Untergründe aufbringen wollen, ist hierbei sowieso eine individuelle Farbgebung erforderlich.

Man sieht auch in den Kollektionen, dass das Logo mit vielen Farben funktioniert und je nach Bedarf unterschiedliche Eindrücke erzeugt. Trotzdem hat sich ein mittleres Blau als unsere erste Wahl herauskristallisiert, auf die wir uns aber trotzdem nicht festlegen wollen.

Die Farbintensität spielt in unserem Logo eine etwas größere Rolle, da sie die räumliche Tiefe der Bewegung mit unterstreicht.

Schrift

Ein etwas schwierigeres Unterfangen war die Auswahl der Schrift. Die Auswahl war mehr oder weniger aber auf einmal da, indem wir einfach alle vorhandenen Schriften mit dem Wort *motion* durchprobiert haben. Bei den meisten sagten wir sofort: "Neehhhh, auf keinen Fall...man sieht hier drin keine Sportfirma!"

Und letztlich war von den wahrscheinlich weit über 100 Schriften nur eine dabei die vom ersten Moment an überzeugte und das aber eher in einer kursiven Version.

Das war die Schriftart: **Bimini** (Bimini)

motion

motion

motion

motion

Von dieser Schriftart sind wir dann auch nicht mehr gewichen, weil keine wirklich interessanten Alternativ-Kandidaten vorhanden waren. Als wir dann noch ein bißchen mit der Farbe spielten und ein interessantes Blau (nicht das oben) entdeckten, wußten wir das es sich gut eignen würde.

Kollektion

T-Shirt Kollektion 2007

Bei der T-Shirt Kollektion haben wir nun versucht mit unserem Logo zu spielen und den Eindruck der Bewegung zu verstärken. Da sich unser Logo als sehr flexibel herausstellt was Farbgebung, Größe und Anordnung angeht, ließen sich relativ schnell durch einfache Manipulationen gute Ergebnisse erzielen.

Zu den besten Resultaten gehören:

Das Logo in Rotation um sein Zentrum zu versetzen, so das eine drehende Spirale bzw. Sonne entsteht. Das ganze in verschiedenen Variationen. (siehe Kollektion)



Das abschwächen der Intensität und versetztes Übereinanderlegen des Logos, sowie Bernadette's grünes Luftblasen-Shirt.



Aber auch das simple bedrucken mit einem kleinen Emblem unseres Logos, machte einen edlen Eindruck.

***emotion* Kollektion 2007**

Bei der *emotion* - Kollektion ging es darum nun auch das 'e' für *emotion* mit in das Logo und in die Kollektion einfließen zu lassen, um für Sonderaktionen und Slogans Emotionen mit hineinzubringen. Dies gestaltete sich schwieriger als zunächst gedacht. Das Problem war, dass das kleine 'e' der Schriftart Bimini irgendwie aus dem Rahmen fiel und nicht so recht dazupassen wollte. Meistens sah es dann nicht mehr nach Sportfirma sondern nach Internetfirma aus, weil man dieses 'e' inzwischen doch sehr mit Email und Internet verbindet.

Trotzdem sind uns schließlich mit einer großen E-Version und entsprechenden Schriftarten (Bearpaw, Freestyle, Brush Script etc.) einige Entwürfe gelungen, die nicht nach Computer & Co aussehen.



weitere Entwürfe siehe Kollektion im Anhang.

Special Kollektion 2007

hier dann noch ein paar andere Artikel und Entwürfe:

- edles schwarzes Lady-Top
- ein tailliertes , pinkes Ladyshirt mit grüner *motion* - Spirale
- Baseball-Caps Men / Women
- beidseitiges T-Shirt
- und ein mehrfarbiges *motion* - Sondershirt.



Schuhkarton

Als Zusatz wurde dann noch ein Beispiel für ein Schuhkarton aus dem Hause *motion* entworfen. Dabei zeigte sich wie gut das Logo im Zusammenspiel mit anderen Elementen funktioniert.

hier kamen jetzt noch folgenden Ideen hinzu:

- "keep your spirit" Slogan
- aneinanderreihen der *motion*-Welle zu einer großen Schlange (Bernadette 's Idee)
- Kartonaufkleber (Technische Angaben)
- 2-farbiges Kartondesign

Die weiß/blau Farbgebung gibt dem Karton auch einen gewissen Aqua-Touch (Luft/Wasserblasen) was sich später bestimmt auch gut für Wassersportartikel umsetzen ließe...



Fazit

Es hat uns sehr viel Spaß gemacht. Vor allem dieses ungezwungene Arbeiten, war schön und hat, auch wenn letztlich vielleicht gar nicht mal so viel Zeit investiert wurde, zu recht produktiven Ergebnissen geführt.

Uns persönlich gefallen unserer Entwürfe, weil man irgendwie erkennen kann das sie wirklich Potential für so eine Sportfirma hätten. Und wenn wir mal Zeit haben, werden wir vielleicht noch T-Shirts machen lassen :-). Oder wir machen uns selbständig.