

WO IST SIE ???

Wo ist die Rose?! ... ist immer mal wieder die Frage ... zumeist gesalzen mit ein wenig Empörung über das neue Etwas. Daher hier an dieser Stelle zum Nachlesen und Denken eine kleine Streitschrift zum Logo im Allgemeinen und dem neuen Etwas im Besonderen.



Diese Variante des Ursprungslogos wurde bislang auf der Webseite sowie allen öffentlichen Schreiben der Schule verwendet. Es entspricht der Wandgestaltung des Aufgangs der ersten Etage.



Diese Variante des Logos verwenden wir im Zusammenhang mit der Ehrung als Weltethos-Schule noch immer.



Die Vektorisierung des Ursprungslogos stellte bereits die Frage nach dem „richtigen“ Logo. Der Entwurf von Frau Hoffmann-Wesker schien uns viel gelungener als die genutzte Form.

Als Signet der Schule diente in den letzten Jahrzehnten eine Abwandlung des Entwurfs der weißen Rose von Helene Hoffmann-Wesker. Das Original-Logo befand sich in Papierform in einem Rahmen an den Pfeilern der Aula hängend. Jenes hatten wir im Zusammenhang mit der Ehrung unserer Schule als Weltethos-Schule 2015 auch bereits vektorisiert / digitalisiert.

Warum haben wir es nicht bei der gelungenen Fassung von Helene Hoffmann-Wesker belassen?

Ganz einfach: das Logo entspricht nicht den technischen Anforderungen unserer heutigen Zeit. Dies wurde vor allem bei der Neuentwicklung unserer Webseite offensichtlich.

Was ist ein Logo?

„Ein Logo ist ein grafisches Zeichen (Signet), das ein bestimmtes Subjekt repräsentiert, dies kann ein Unternehmen, eine Organisation, eine Privatperson oder ein Produkt sein.“

Soweit Wikipedia.

Aber was macht ein gutes Logo aus ?

Hier ein paar Gestaltungsregeln:

1 Verständlichkeit

Das Logo sollte die Bedeutung des Namens unterstreichen oder auf die Tätigkeit der Organisation hinweisen. Ein gutes Logo ist dabei ein Hinweis auf die Marke, ähnlich einem Verkehrsschild, keine Abbildung.

2 Unverwechselbarkeit

Ein Logo sollte nicht bereits mit anderen Assoziationen besetzt sein. Logos, die einfach nur die Leistung des Unternehmens abbilden, wirken langweilig und sind wenig einprägsam. Besonders Handwerker machen diesen Fehler gern: gefühlt 90 % aller Maler verwenden einen Pinsel als Logo. Damit weiß zwar jeder, in welchem Handwerk der Meister arbeitet, aber die Chance sich abzugrenzen ist vertan.

Wofür steht symbolisch eine weiße Rose?

„Die Rose ist ein umfassendes, mannigfaltiges Symbol. [...] Die Rose kann ebenso für Leidenschaften, Begierden und Verführung stehen, wie für Liebe, himmlisches Entzücken und Vollkommenheit. Sie ist in ihrer Blütenfülle, Schönheit und Duft Bild der Lebenskraft und der Lebensfreude, wie in ihrem raschen Verblühen Bild der Vergänglichkeit und des Todes. Auch ist bei ihr immer die Spannung zwischen den harten Dornen des Stieles und der Zartheit

Überlegungen dazu:

Welches Bildzeichen steht für eine Schule? Und sind diese für unser Logo nutzbar? Im Hinblick auf die zweite Gestaltungsregel kann man dies klar mit einem NEIN beantworten.



Ist eine weiße Rose ein Verweis auf eine Schule? Oder könnte damit auch ein Florist, Bestattungsunternehmen oder eine Partnerschaftsvermittlung gemeint sein?

der Blütenblätter zu berücksichtigen. Dies kann daran erinnern, dass der Weg zur Entfaltung der inneren Rose des Selbst und des höheren Bewusstseins ein dornenreicher, schmerzhafter Prozess sein kann. Die rote Rose steht allgemein für das Urbild der Liebe, für Lebensfreude, Schöpfungskraft und Fruchtbarkeit. Sie ist die Blume der Venus, des Adonis, der Morgenröte, des Helios und der Musen. Die weiße Rose repräsentiert als Blume des Lichtes Jungfräulichkeit, geistige Erfüllung, Unschuld und freiwillige Armut.“

(<https://www.symbolonline.de/index.php?title=Rose>)

Warum nutzten wir bisher das Bildzeichen der weißen Rose?

„Zurückkommend auf meine Schrift ‚Die Weiße Rose‘ möchte ich auf Befragen, warum ich diesem Flugblatt gerade diese Überschrift gegeben habe, folgendes erklären: Der Name ‚Die Weiße Rose‘ ist willkürlich gewählt. Ich ging von der Voraussetzung aus, dass in einer schlagkräftigen Propaganda gewisse feste Begriffe da sein müssen, die an und für sich nichts besagen, einen guten Klang haben, hinter denen aber ein Programm steht. Es kann sein, dass ich gefühlsmäßig diesen Namen gewählt habe, weil ich damals unmittelbar unter dem Eindruck der spanischen Romanzen von Brentano ‚Rosa Blanca‘ gestanden habe. Zu der ‚Weißen Rose‘ der englischen Geschichte bestehen keine Beziehungen.“

Hans Scholl, Gestapo-Verhörprotokoll, 20.02.1943

Welches Bildzeichen nutzen andere Geschwister-Scholl-Schulen?



Welchen Teil dieser Symbolik wollen wir für unsere Schule in Anspruch nehmen?

Die weiße Rose steht also für die Widerstandsgruppe, der unsere Namensgeber angehörten.

Ist das Geschwister-Scholl-Gymnasium Taucha Teil dieser Widerstandsgruppe oder damit zu assoziieren? Nein!

Hat das Geschwister-Scholl-Gymnasium Taucha Rechte an der Verwendung des Begriffs „Weiße Rose“ oder am Erbe der Geschwister Hans und Sophie Scholl? Nein!

Gibt es einen Zusammenhang zwischen dem Geschwister-Scholl-Gymnasium Taucha und den Spanischen Romanzen des Brentano? Nein!

Wie zu erkennen, operieren andere Schulen ebenfalls mit weißen Rosen oder ähnlichen Gebilden. Im Hinblick auf die Unverwechselbarkeit eines Logos bzw. einer Schule ist die Verwendung einer weißen Rose somit suboptimal.

Warum sollten wir dann weiterhin die weiße Rose als Logo nutzen?

3 Einprägsamkeit

Hier sollte die Formel KISS gelten: „Keep It Short (and) Simple“ („Halte es kurz und einfach“) – was einfach ist, ist einfach zu merken. Erfolgreiche Unternehmenszeichen, wie von Audi, Opel, VW, Nike oder Apple sind so einfach, dass sie viele Verbraucher auswendig nachzeichnen können.



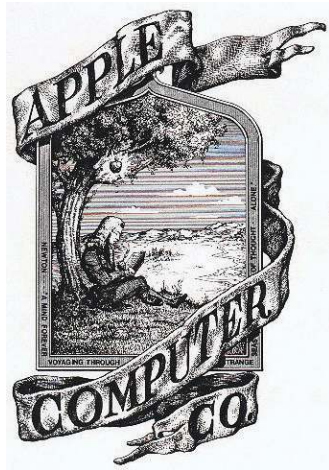
4 Reproduzierbarkeit

Ein gutes Logo ist in allen Medien einsetzbar! Ein Logo muss geeignet sein für die Verwendung als Stempel, auf dem Fax, als Stickerei (einfarbig) und als Favicon (16 x 16 Pixel) noch deutlich erkenn- und lesbar sein! Ein Logo kommt heute in mehr Medien denn je zum Einsatz. Es sollte daher auch Varianten enthalten, um in verschiedenen Formaten zu funktionieren: Im Querformat auf der Website, im Hochformat auf einem Roll-Up oder quadratisch in sozialen Netzwerken sind ganz übliche Anwendungen.

Damit ein Logo allen diesen Anforderungen gerecht wird, bedarf es vieler Kompromisse, wie Abkürzungen und Reduktion auf ein Optimum. Der von Kreativen gern und viel zitierte Spruch Mies van der Rohes „Weniger ist mehr“ trifft hier recht genau zu.

Nichts davon erfüllte das bisherige Logo. Eine weiße Rose auf weißem Papier? Der dunkelrote Hintergrund geriet als Kopie oder Laserdruck zum Trauerflor. Ohnehin machte die Umrahmung das Logo optisch sehr schwer und diente lediglich dem Sichtbarmachen des Bildzeichens; hatte also keinerlei semantische Funktion. Die Rose in Dunkelrot oder Schwarz hatte nicht die erwünschte Aussage. Der Stiel der Rose gab dem Zeichen eine Tendenz nach oben, was eine Anordnung auf dem Blatt immer über dem Text bedeutete. Eine Fassung als Favicon in der Browserleiste? Bitte sieh selbst.





Im Wandel der Zeit

Dass sich die technischen Möglich- und Notwendigkeiten im Laufe der Zeit verändern ist ein Allgemeinplatz. Ebenso verändern sich unsere Sehgewohnheiten, wie Moden der visuellen Kommunikation. Um die Jahrtausendwende zum Beispiel waren Computer soweit entwickelt, dass 3D Renderings ohne großen Aufwand möglich wurden. Das 3D Design war der neueste Schrei. Aktuell ist das Flat-Design der Standard.

So aktualisieren Firmen regelmäßig ihr Logo, um als innovativ und am Puls der Zeit befindlich von den Konsumenten wahrgenommen zu werden.



1900



1904



1909



1930



1948



1955



1961



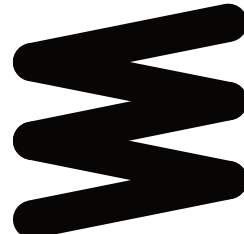
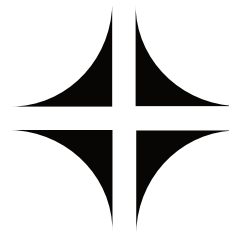
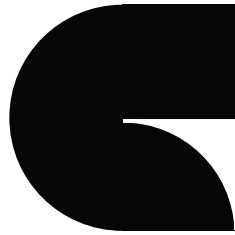
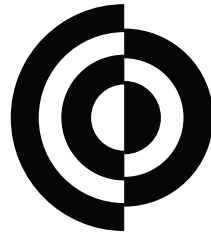
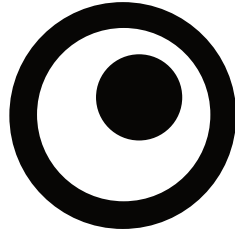
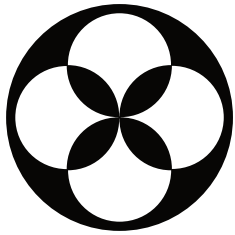
1971



1995



seit
1999



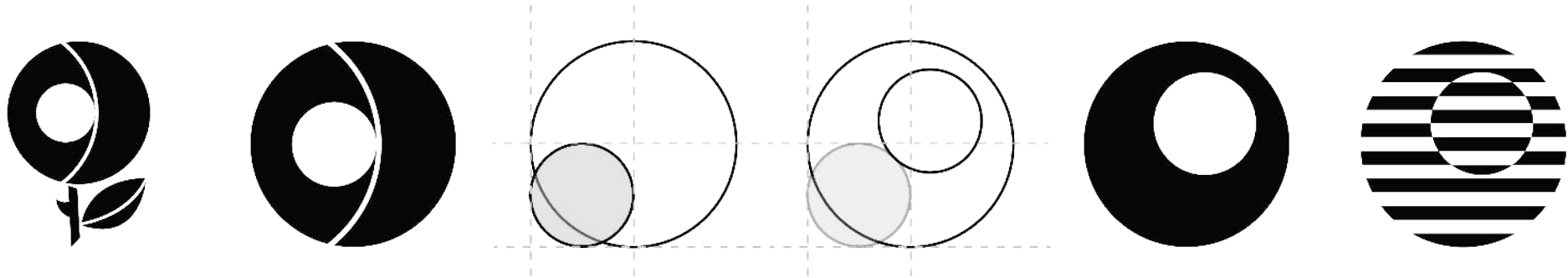
Auf der Suche ...

... nach einer bedeutungsoffenen Form von freundlicher Wirkung.

Damit begann zunächst die Suche nach neuen einfachen Formen, die assoziativ nicht belegt sind. Eigentlich eine Sache der Unmöglichkeit, da unser Gehirn immer bestrebt ist, irgend etwas zu erkennen.

Die Formsprache sollte von runden/weichen Formen dominiert sein, da jene als weniger aggressiv wahrgenommen werden. (Die Zeit der Prügelpädagogen ist ja schließlich lange vorbei!) Dabei bevorzugten wir die Grundform der Kugel; das Quadrat schien uns zu autoritär.

Die dargestellten Entwürfe sind eine Auswahl aus den Beispielen der Entwurfsphase.



Schließlich sind wir zum Ursprungslogo zurückgekehrt und haben die Grundidee, des Kreises im Kreis, als Ausgangspunkt genommen.

Wir haben Stiel, Blatt und Dorne entfernt, da diese bei Verkleinerungen (Favicon) das Problem darstellten. Der innere Kreis befand sich in der linken Hälfte des äußeren Kreises und damit entgegen der Leserichtung. Günstiger ist eine Richtungstendenz des Logos nach rechts oben, da dies einen „Aufstieg“ suggeriert. (Hier sei beispielsweise auf das Logo der Deutschen Bank verwiesen oder von Nike.)

Der innere Kreis des Ursprungslogos entsprach zwar dem Goldenen Schnitt, erinnerte in seiner Größe jedoch an eine Billardkugel. Daher vergrößerten wir ihn. Dies löste jedoch nicht das Hauptproblem: die Farbgebung. Eine lineare Rasterung des Logos ermöglicht eine Verwendung des Logos in weißer sowie schwarzer Varianz und schafft eine partielle Transparenz. Letztere ist bei der Verwendung auf Fotografien von Vorteil. Der Bogen des Ursprungslogos störte leider die Rasterung. Daher haben wir ihn entfernt.





GESCHWISTER-SCHOLL-GYMNASIUM TAUCHA

P
Sonntag und
Feiertage
Mo-Fr
8-18h

←
Eisenstraße

→
Eisenstraße

