

Praktikumsdokumentation
PH Bern
MA Art Education
Hochschule der Künste Bern

18/19

LOGO LAB

Pamela Gardi
Bildnerisches Gestalten
Gymnasium Oberaargau
November 2018 - Dezember 2018

Praktikumsdokumentation

Praktikantin: Pamela Gardi

Mentorin: Gila Kolb

Praktikumsbetreuung: Annie Ryser, Rolf Martens

Layoutkonzept: basierend auf dem Konzept von
Stéphanie Winkler, weiterentwickelt von Pamela
Gardi

Alle Rechte bei den AutorInnen. Die Dokumenta-
tion entstand im Rahmen des Studiengangs
MA Art Education in den Seminaren Fach-
didaktik I und II an der HKB und PHBern.

Logos sind überall. ⁰⁵

Warum Logos im BG-Unterricht? ⁰⁶

Aufbauplan ⁰⁸

Beschreibung der UE S1 - S7 ¹⁰

Ergebnisse ³⁸

Quellenverzeichnis ⁴¹

Dank ⁴³

#LogoDesign #Wahrnehmung
#Abbildung #Auftraggeber #Bildzeichen
#Buchstaben #Brainstorming #Form
#Computer #DigitalAnalog #Symbol
#Funktion#CorporateDesign #Empfänger
#Reduktion #Kommunikation #Lesbarkeit
#Informationen #Signet #Piktogramm
#Produkt #Skalierbarkeit #Marken
#Wiedererkennungswert #LogoHack

Logos sind überall.

Logos sind überall und doch nehmen wir sie teils nur unterbewusst wahr. Die SuS nähern sich in dieser Unterrichtssequenz an das Thema Logodesign an. Neben einer formalen projektbezogenen gestalterischen Auseinandersetzung mit Logos wird auch der Sinn und Zweck von Logos kritisch diskutiert. Ziel dieser Aufgaben ist es, den SuS einen Einstieg in ein für sie alltagsrelevantes Thema zu ermöglichen. Der Aufbau beginnt mit der eigenen Wahrnehmung und Beobachtung von Logos und dessen Form, Farbe und Schrift. Anschließend werden Marken und ihre Logos kritisch beleuchtet und die SuS setzen sich anhand einer Aufgabe mit einer Marke auseinander. Nach diesen zwei Teilaufgaben besitzen die SuS ein Basiswissen zum Thema. Als Hauptaufgabe wenden die SuS ihr erlangtes Wissen an einem „realen“ (*könnte auch ein erfundenes Projekt sein) Projekt an. Sie wählen aus zwei möglichen Projekten eines aus, für welches sie direkt und zusammen mit dem „Kunden“ (die LP könnte hierbei auch als Kunde funktionieren) ein markenorientiertes Logo kreieren.

In einer sogenannten „Mini-Werbeagentur“ erfahren die SuS, wie sie als Designer für eine Marke ein Logo gestalten. In einer finalen Präsentation stellen die SuS die entstandenen Logos der Klasse und dem „Kunden“ vor.

Während der gesamten Auseinandersetzung mit dem Logo führen die SuS ein Doku-Buch, in welchem sie den Prozess des Designs dokumentieren. Sie erfahren, was ein Prozess sein kann, mit welchen Mitteln dieser visuell sichtbar gemacht wird und erkennen die Wichtigkeit der prozesshaften Erarbeitung eines Logodesigns. Nach dem Motto „Entwerfen, testen/überprüfen, verwerfen, behalten“ können die SuS aus mehreren Logovarianten ein finales Logo entwickeln. Der Rahmen bilden in der Einführung gezeigte Gestaltungs- und Inspirationsmethoden wie „aus zwei wird eins“. Zusätzlich werden die entstandenen Logovarianten in der Klasse geteilt und die SuS erhalten die Möglichkeit, voneinander zu lernen.

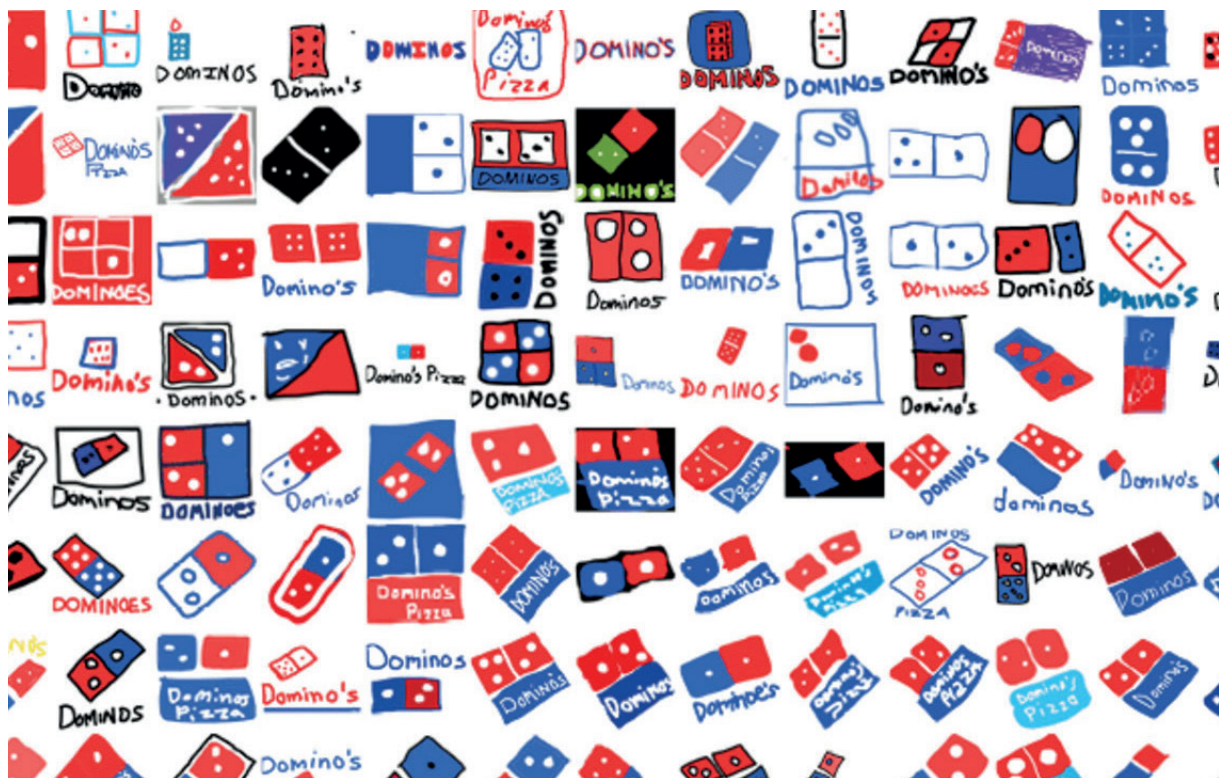
Warum Logos im BG-Unterricht?

Der Mensch nimmt seine Umgebung mit all seinen Sinnen wahr. Dabei werden bildhafte Elemente wie Logos durch ihre wiederholte Präsenz in unserer Wahrnehmung langfristig gespeichert. Die wiederkehrende Reizung führt dazu, dass wir die Logos immer wieder abrufen. Im Schnitt haben wir 6000 Werbekontakte pro Tag. Demzufolge prägen Logos unsere Wahrnehmung in einem hohen Ausmass (Vgl. Mattscheck, <https://www.onlinemarketing-praxis.de/basisinformationen/marken-logos-und-symbole-einfluss-und-bedeutung>). Der Kampf um Aufmerksamkeit ist allseits bekannt. Ein differenziertes Verständnis von Logos, deren Bedeutung und Zweck, ermöglicht einen bewussten und kritischen Umgang damit.

Praktisch jeder Bereich unseres Lebens ist von Logos geprägt. In einer digitalisierten Welt, wo Apps und Webseiten unseren Alltag prägen, konzentriert sich unsere Aufmerksamkeit vermehrt auf den Bildschirm eines Smartphones oder Laptops. Auch dort werden wir mit etlichen Logos konfrontiert. Diese Logos sind durch deren tägliche Präsenz bereits ein Teil unserer Wahrnehmung, unseres Verständnisses und unserer Kommunikation. Hinter Logos wie Netflix, Spotify, Whatsapp und Co stehen mächtige Marken mit grossem Einfluss.

Die Aufgabenserie LogoLAB ermöglicht den Schülerinnen und Schülern eine persönliche Auseinandersetzung mit dem Thema.

Von der eigenen Wahrnehmung bestehender Logos und Marken bis hin zu einem eigenen Logodesign-Prozess wird sowohl eine kritische, als auch gestalterisch kreative Perspektive eingenommen.



- 01 Abbildung Logo-Memory zum Logo von Domino's Pizza.
 02 Logo-Intervention von Reilly(schottischer Künstler) aus der Serie "Fake News"

Inhalt, Ziele und Lernpotentiale

Das Ziel der Unterrichtseinheit besteht darin, den SuS einen Einstieg in ein aktuelles und alltagsnahes Thema zu gewähren.

Mit der gestellten Aufgabenserie entwickeln die SuS ein Bewusstsein für die Gestaltung und Funktion von Logos. Sie schulen ihre Wahrnehmung, indem sie sich mit bestehenden Logos auseinandersetzen und können somit ein Logo, dessen Form und Farbe beschreiben und interpretieren. Die SuS kennen die verschiedenen Gestaltungskriterien, mit welchen ein Logodesign beeinflusst und gestaltet werden kann. Die SuS verstehen die Konzepte, welche die Wirkung von Logos mitprägen und können sich ein kritisch differenziertes Bild von Logos machen.

Hierbei nehmen die SuS eine kritisch-beobachtende Perspektive ein.

In einem zweiten Teil wird anhand eines realen Cases ein Logodesign-Prozess durchgespielt. Zu Beginn lernen die SuS eine grobe Übersicht von unterschiedlichen Logoarten kennen (piktorales Logo, textbasiertes Logo, Text-Bild-Kombination). Über die eigene Beobachtung von bestehenden Logos definieren die

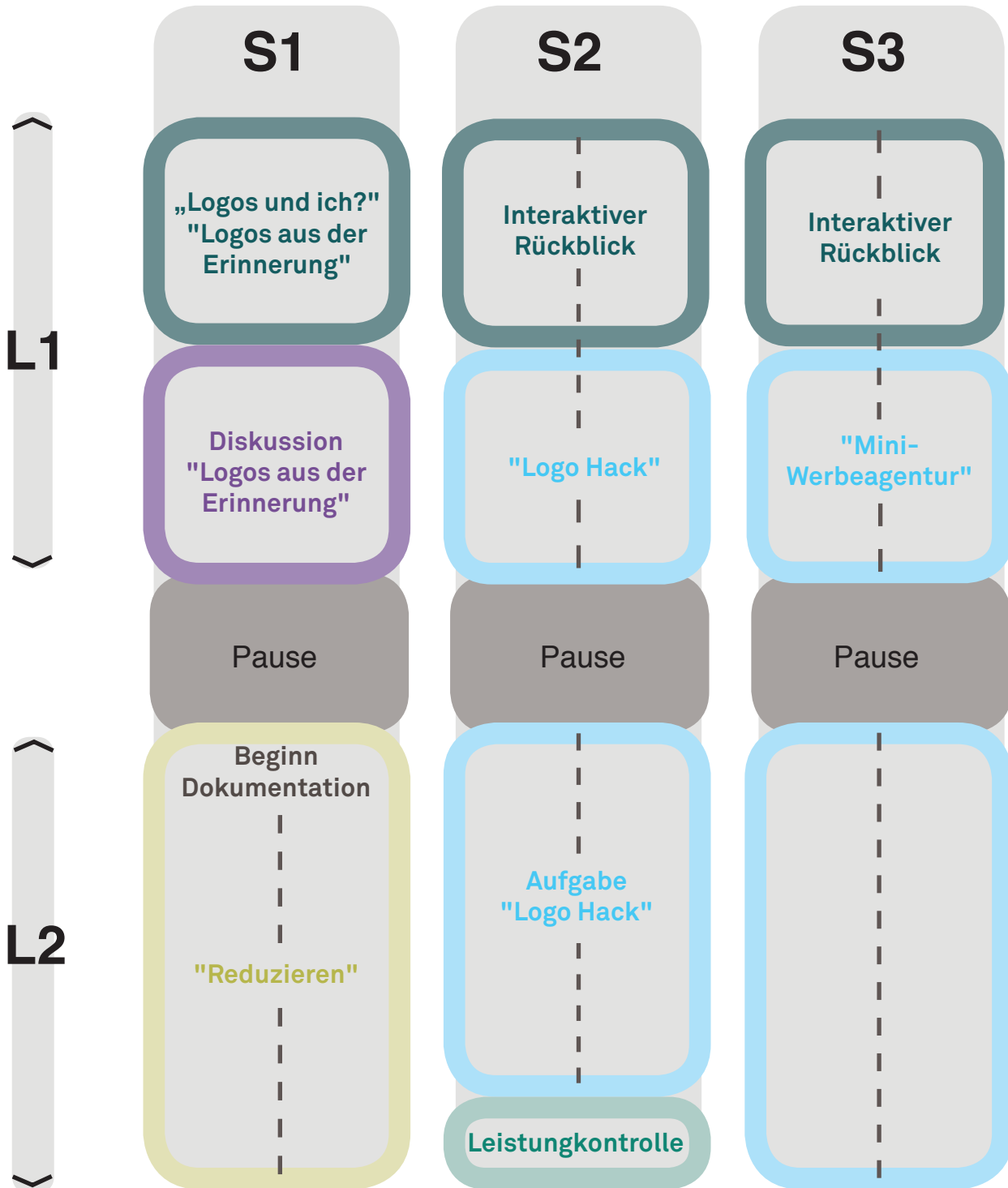
SuS mögliche Gestaltungsmittel, mit welchen die Logoform gestaltet werden kann (beispielsweise die Negativform und die Lücke als gestalteter Raum).

Parallel zu den Aufgaben im Rahmen des LogoLABs dokumentieren die SuS ihre prozesshafte Arbeit in einem Doku-Heft. Indem die SuS den durchlaufenen Prozess festhalten, sollen sie rückwirkend ihre Vorgehensweise verstehen. Die SuS erlernen die Gestaltungsmethoden „Fotografien reduzieren“ und „Aus zwei wird eins“, auf welche sie während des Logodesign-Prozesses zurückgreifen können. Zusätzlich lernen die SuS die Brainstorming-Methode kennen, welche ihnen zeigt, wie sie auf Umwegen zu Ideen kommen können. Der Prozess bindet auch die schriftliche und mündliche Reflexion ein. Die SuS üben sich im Einstiegsteil und bei der Präsentation darin, über ihre eigene Arbeit und die ihrer Mitschüler/Innen zu sprechen. Zudem werden die SuS als Teil der Dokumentation dazu aktiviert, ihre Arbeit schriftlich zu reflektieren.

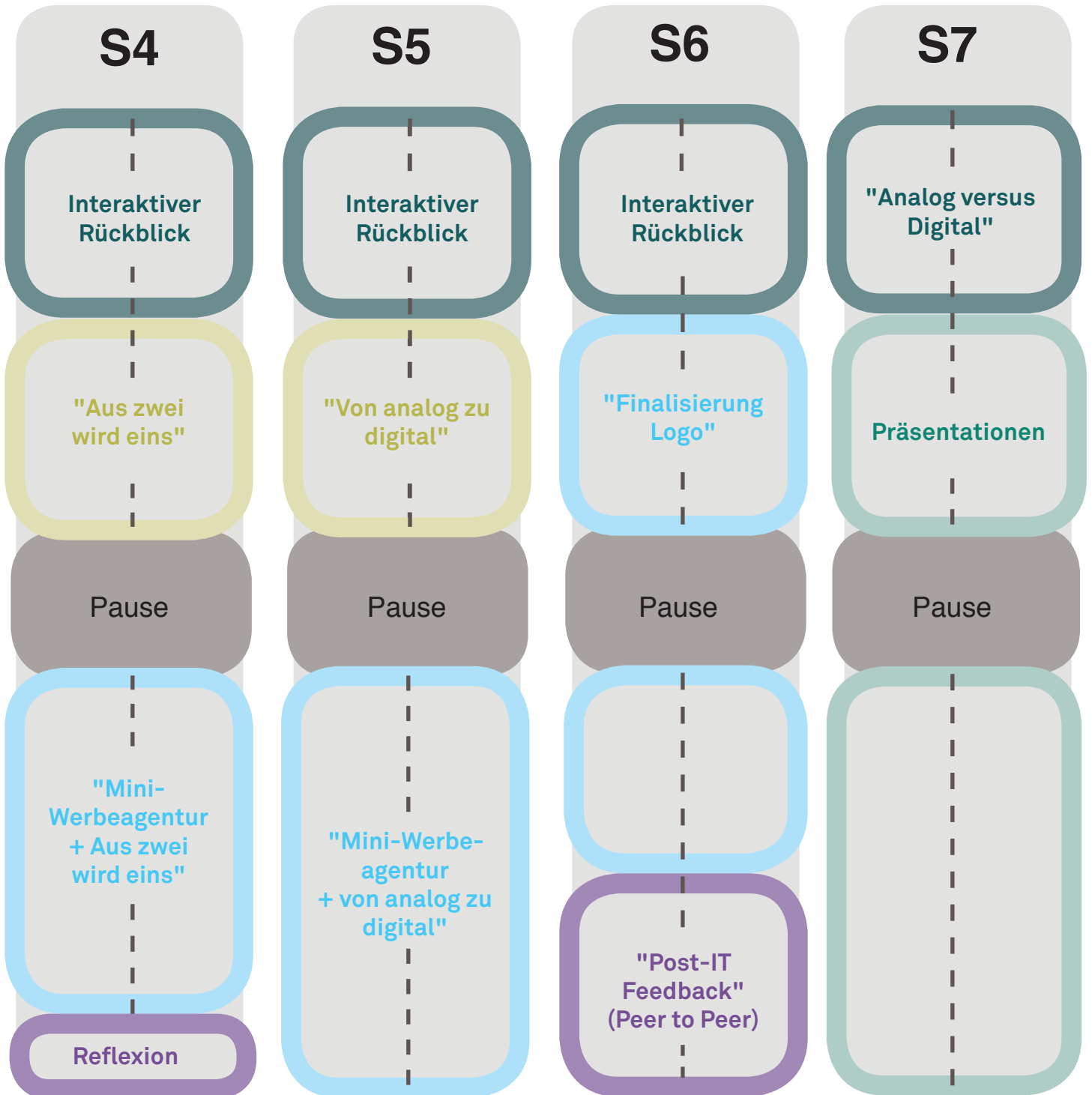
Als Abschluss wird erneut das Sprechen über die eigene Arbeit, hier das Logodesign, geübt. In einer Präsentation geben die SuS ihrer Klasse Einblicke in ihren Prozess und begründen in einer kurzen Reflexion ihr entwickeltes Logodesign.



Aufbauplan



- Einstieg
- Aufgabe
- Übung
- Leistungskontrolle
- Diskussion
- Dokumentation
- S** Sequenz
- L** Lektion



Beschreibung der Unterrichtseinheit - S1

Sequenz 1 **Ankommen**

Mit der Einstiegsaufgabe und der gleichzeitigen Vorstellungsrunde „Logos und ich?“ setzen sich die SuS ein erstes Mal mit ihren persönlichen Begegnungen mit Logos auseinander. Die Aufgabe besteht darin, dass sie ein Logo auswählen, welches etwas mit ihrer Freizeit zu tun hat. Dieses wird dann im Plenum geteilt. Der Zeitrahmen ist mit zwei Minuten sehr kurz gehalten, so dass die SuS auf jene Logos zurückgreifen, die ihnen als erstes einfallen. Für die Vorstellungsrunde wurden ca. zehn Minuten eingeplant.

Gleich von Beginn an konnte den SuS der Alltagsbezug klargemacht werden. Jede/r SuS stellte ein eigenes Logo vor. Es gab nur wenige Wiederholungen. Vom Fussballclub-Logo, Netflix, Playstation bis hin zu Modemarken war alles mit dabei.

- YB (weitere Fussballclubs)
- Playstation
- Netflix
- Chor
- Pfadi
- Modemarken

Lernpotential

Die SuS setzten sich mit ihrer individuellen Wahrnehmung von Logos auseinander. Ein Logo, welches einem täglich begleitet, wird bewusst angeschaut und als Logo erkannt.

Vorwissen Abrufen

Die erste Aufgabe besteht aus einer Serie von kurzen Aufträgen, welche nacheinander und in zweiminütiger Ausführung bearbeitet werden. Sie ermöglicht den SuS, ihre Erinnerung an bekannte Logos zu testen. Fragestellungen;

1. Zeichne die Form des Starbucks-Logos.
2. Mische die Farbe der Logos nach.
3. Zeichne den Schriftzug des Logos nach.
4. Zeichne das Apple-Logo.

Bei den Kurzaufgaben können die SuS auf ihr bestehendes Vorwissen zurückgreifen und dieses abfragen. Ziel ist es, dass die SuS die alltägliche, beiläufige Wahrnehmung von Logos in eine bewusste Auseinandersetzung mit dem Thema umwandeln.

Diskussion

Mit einer anschliessenden Auslegeordnung der Resultate können sich die SuS über ihre Ergebnisse austauschen. In der fünfzehnminütigen Diskussion ist die Klasse dazu aufgefordert, ihre Erfahrungen im Plenum zu teilen. Die Resultate werden in anonymer Form vorgelegt, was eine freie Diskussion ermöglichen soll. Indem zuerst in der Klasse ein Resultat bestimmt wird, welches am nächsten an das Originallogo herankommt, sprechen die SuS das erste Mal über die Merkmale eines Logodesigns. Beim nachfolgenden Vergleich mit dem Originallogo können die SuS ihre Vorstellung des Logos mit der Wirklichkeit überprüfen.

Bei der Form des Starbucks-Logo fiel den SuS auf, dass nur wenige das Symbol der Meerjungfrau/der Sirene erkannt hatten. Zudem war eine Beobachtung der SuS, dass die Form dieses Logos zwar allen präsent ist, die Form jedoch zu kompliziert ist, um sie aus der Erinnerung genau im Detail nachzubauen. Die Farbe fanden die SuS einfacher aus der Erinnerung zu rekonstruieren. Daraus ergab sich die Erkenntnis, dass sich dieses Logo vor allem über die Farbe identifizieren lässt. Beim Schriftzug stellten die SuS fest, dass es nicht ganz einfach war, die Schriftarten in einer Skizze nachzubauen. Im Vergleich zum Starbucks-Logo, konnten sich die SuS an das Apple-Logo, wo Form und Farbe sehr simpel gehalten werden, besser erinnern.

Im Kontext der bereits durchgeführten Untersuchung konnten die SuS Resultate von 100 anderen Personen betrachten und somit ihre eigene Erfahrung in einen grösseren Kontext stellen. Mit den Erkenntnissen aus dieser Einstiegsaufgabe wird eine Überleitung zu den Kriterien des Logodesigns gemacht. Die SuS lernen die Kriterien „Form“ (Reduktion der Form, grafische Formen und gerade Linien), „Farbe“ und „Schrift“ kennen. Bereits an diesem Punkt wird ein klarer Fokus auf die Form für die kommenden Aufgaben bekannt gegeben.

- 03 Abbildung Schülerdiskussion
 04 Abbildung Erinnerungsskizze "Form des Starbuckslogo"
 05 Abbildung Erinnerungsskizze "Schriftzug des Starbuckslogo"
 06 Abbildung Erinnerungsskizze "Farbe des Starbuckslogo"
 Erfahrungsbericht



04



03



05



06

Material

Vorbereiten:

- PowerPoint
- Drucken: Anzahl SuS Aufgabenblatt
- Logo Reduktion
- Drucken: Fotografie-Sammlung

Im Schulzimmer:

- Beamer und PowerPoint
- Tische für Auslegeordnung
- Gelbe/Grüne Post-IT
- Materialstation 1 mit Postkarten, Farbstiften, Gouage/ Wasserfarbe
- Materialstation 2 mit Transparentpapier, Rasterpapier und Fotografien-sammlung
- Doku-Heft

Sequenz 1

Theorie: Was macht ein Logo aus?

Die Schülerinnen und Schüler definieren Kriterien, welche ein gutes Logodesign ausmachen. Sie können dabei die Beobachtungen aus der Diskussion einbeziehen. Die Lehrperson nimmt diese Inputs auf und ergänzt sie am Schluss mit weiteren Kriterien aus der Theorie. Nach der Sammlung werden die Hauptkriterien herausgefiltert, welche auch für die Bewertung relevant sein werden: Wiedererkennungswert, Skalierbarkeit, Reduktionsgrad. Anhand weiterer Logo-beispiele aus dem Alltag werden diese Kriterien beobachtet. Dieser Teil ist interaktiv aufgebaut, sodass die SuS eigene Wahrnehmungen im Plenum teilen können. Zudem werden die unterschiedlichen Logoarten angeschaut und besprochen.

Reduzieren

In einer Übung wird eine mögliche Strategie zur Logo-Entwicklung entworfen. Reduktion von Fotografien: Die SuS erhalten eine Sammlung von Fotografien vorgelegt. Aus dieser Sammlung suchen sich die SuS eine Fotografie aus, welche sie reduzieren möchten. In dieser Aufgabe üben die SuS die Reduktion von Logos, indem sie den Unterschied zu detaillierten Darstellungen von Fotografien erleben. Wichtig ist hierbei auch die serielle Arbeit, welche den SuS aufzeigt, dass aus einer Fotografie unterschiedliche Resultate und Reduktionsformen hergeleitet werden können.

Lernpotential

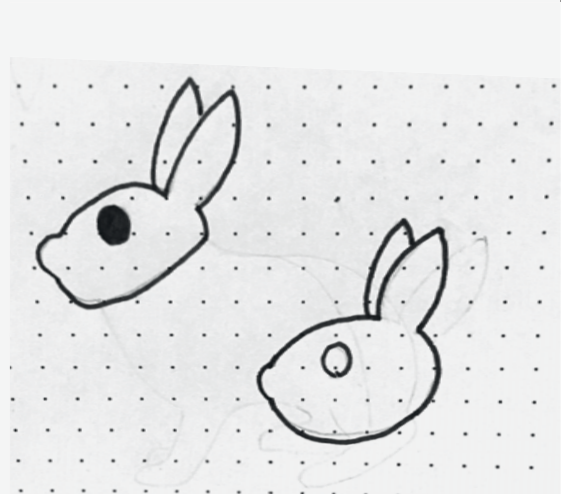
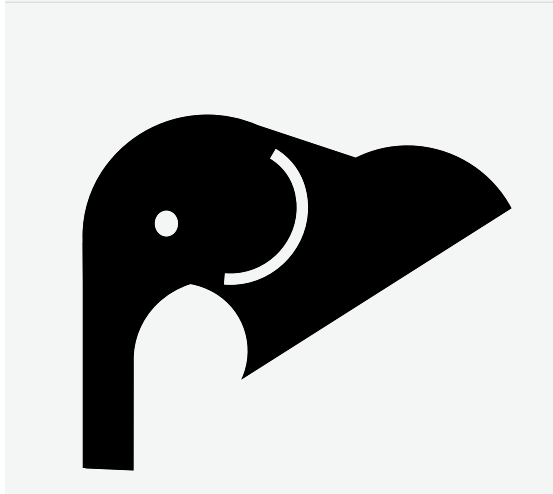
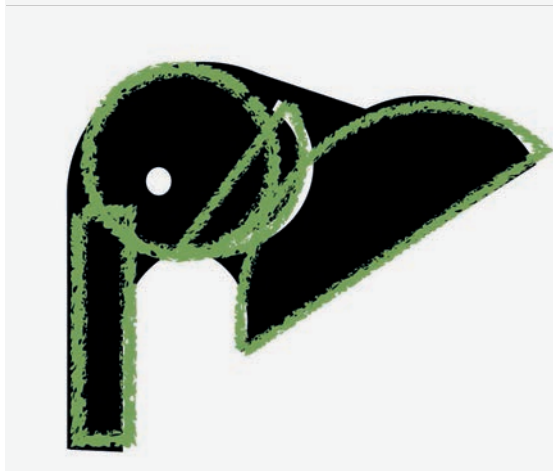
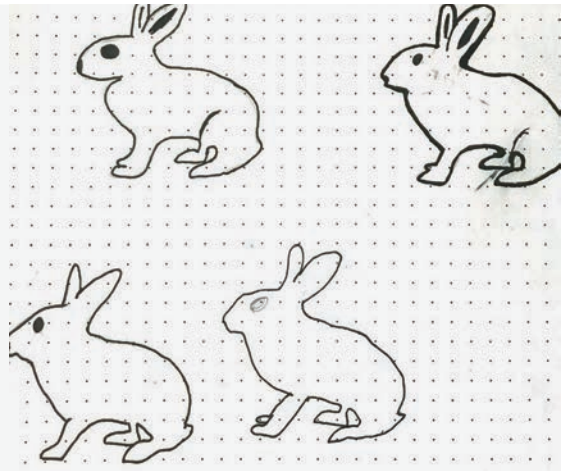
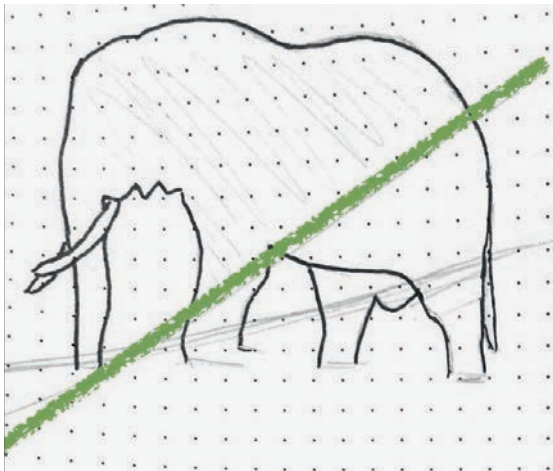
Die Schülerinnen und Schüler können für den Logodesign-Prozess auf bestehende Bilder und Fotografien als Ausgangslage und Inspiration zurückgreifen. Während der Ausführung der Übung können die Schülerinnen und Schüler den Unterschied zwischen dem Logodesign und ihrer Ursprungsform verstehen. Die Schülerinnen und Schüler werden zudem darauf aufmerksam, wie ein Gegenstand aus möglichst wenigen Formen und Strichen aufgebaut und somit abstrahiert werden kann.

- > SuS können seriell arbeiten und eine Fotografie/ein Sujet auf verschiedene Arten reduzieren.
- > SuS können ein Sujet auf einer Fotografie in einer reduzierten, grafischen Form darstellen.

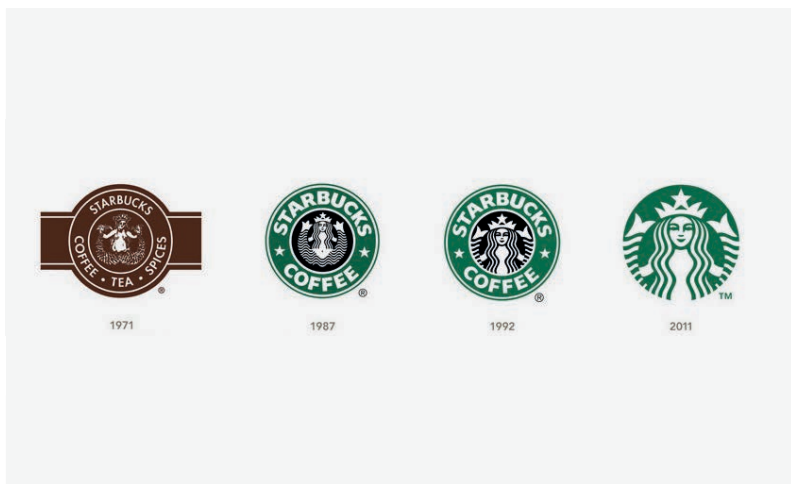
Dokumentieren

Als Abschluss wird ein Doku-Heft ausgeteilt, in welchem die erarbeiteten reduzierten Fotografien abgelegt werden. Über Beispielbilder wird aufgezeigt, was es heisst, einen Prozess festzuhalten und welche

Mittel dabei zur Verfügung stehen. Die Einführung ist eher kurz gehalten, da sie in der Hauptaufgabe „Mini-Agentur“ nochmals ausführlicher besprochen wird.



Material S1

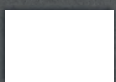
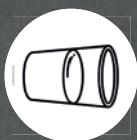
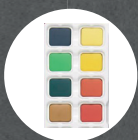




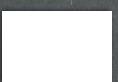
1. Zeichne aus der Erinnerung das Logo von Starbucks.



3. Erinnerere dich an den Schriftzug des Starbucks-Logos und zeichne diesen nach.



2. Mische mit Wasserfarbe die Farbe des Starbucks-Logos nach.



4. Zeichne aus der Erinnerung das Logo von Apple.

S2

Sequenz 2 **Interaktiver Rückblick**

In einem interaktiven Rückblick fassen die Schülerinnen und Schüler ihre Erfahrungen und Lerninhalte der letzten Doppellektion zusammen. Dazu dienen Powerpoint-Slides mit Resultaten und Umsetzungen aus der vorherigen Sequenz. Dieser Part funktioniert einerseits als Lernkontrolle für die Schülerinnen und Schüler, andererseits unterstützt es die Lehrperson dabei, den Wissensstand der Schülerinnen und Schüler zu eruieren.

Logo Hack

Nachdem das Logo als Zeichen untersucht und dessen Erfolgskriterien definiert wurden, wird ein kritisch-reflektierter Umgang mit Logos geübt. In der Einführung in die Aufgabe Logo Hack lernen die SuS Referenzen wie den schottischen Künstler und Grafikdesigner Reilly und dessen Umgang mit Logos kennen. Zudem wird der Begriff des „Adbusting“ erläutert und mit der bevorstehenden Aufgabe in Zusammenhang gebracht. Die Schülerinnen und Schüler werden aufgefordert, selber als Adbusters zu agieren. Mit einem von ihnen ausgewählten Markenlogo wird eine kritische Botschaft herausgearbeitet, welche im Nachhinein durch den Text des Logos ersetzt wird. Die Aufgabe beinhaltet einen schriftlich-reflexiven Teil.

Alle Schülerinnen und Schüler entschieden sich un-mittelbar für eines der Logos aus der Sammlung. Es gab nur zwei bis drei Personen, welche sich ein eigenes Logo ausgesucht haben. Für einige Schülerinnen und Schüler war es eher schwierig, eine Idee zu finden, andere konnten nach ihrer Recherche gleich mit der Umsetzung beginnen und hatten auch die Zeit mehrere Ideen durchzuspielen. Es wäre auch gut möglich, für diese Aufgabe vier Doppellektionen inklusive einer Präsentation einzurechnen.

Lernpotential

- > Die SuS lernen die Marken hinter bekannten Logos kennen und erlernen, wie diese in kritische Botschaften umgewandelt werden können.
- > Die SuS greifen auf ihr erarbeitetes Wissen des Logo-designs zurück.
- > Die SuS erarbeiten eine kritische Botschaft aus der Recherche zur Marke.
- > Die SuS lernen einen kritischen und humorvollen Umgang mit Logos und Marken und können ihre Arbeit auch schriftlich reflektieren.

Material

Vorbereiten:

- PowerPoint
- Drucken: Anzahl SuS Aufgabenblatt „Logo Hack“
- Drucken: Logo-Sammlung

Im Schulzimmer:

- Beamer und PowerPoint
- Materialtisch mit weissem A4- und A5-Papier, Transparentpapier./ Leuchtpult, Farbstiften, Fineliner
- Logo-Sammlung

08-10 Abbildung Schülerarbeiten Logo-Hack im Vergleich mit Originallogo
Erfahrungsbericht







Material S2

LOGO HACK

AUFGABE Verändere den Namen einer Marke so, dass eine humorvolle oder kritische Aussage entsteht.

BEWERTUNGSKRITERIEN

- > Originalität der Logo-Hack Aussage (konzeptueller Teil)
- > Korrektheit der gestalterischen Umsetzung des
- > Logo-Hacks im Vergleich zum Originalen Logo



S3

Sequenz 3 **Interaktiver Rückblick**

Zu Beginn der Lektion werden die entstandenen Logo-Hacks per Powerpoint-Präsentation im Plenum aufgenommen und diskutiert. Die Schülerinnen und Schüler können sich gegenseitig Fragen zu den Logo-Hacks stellen. Mit diesem Einstieg wird ein Übergang von der letzten Doppellektion geschaffen.

Aufgabe „Mini-Werbeagentur“

In der Einleitung der Aufgabe „Mini-Werbeagentur“ wird das Dokumentieren eines Prozesses von der Aufgabe bis hin zum Resultat vorgestellt. Anhand eines möglichen Ablaufs des Prozesses sollen sich Schülerinnen und Schüler auf ihren eigenen Prozess vorbereiten können (Aufgabe > Ideensammlung > Brainstorming > Auswahl mehrerer Ideen > Skizzen > Entscheidung für eine Idee > Überprüfung der Idee > Resultat). Zudem lernen die Schülerinnen und Schülern die Methode des Brainstormings kennen.

Anschließend wird die Aufgabe erläutert und die zwei möglichen Projekte „Streetfood Festival“ und „Konzertformat“ vorgestellt. Die Schülerinnen und Schüler können sich für eines der Projekte entscheiden. Ein Projektbeschrieb gibt den Rahmen vor. Die Schülerinnen und Schüler haben auch noch Zeit individuell weitere Fragen zum Projekt zu stellen.

Bildrecherche und Brainstorming

Die Klasse wechselt für das Brainstorming und die Bildrecherche in den Computerraum. Im individuellen Austausch mit der Lehrperson und der „Kundin“ Sinja Müller hk können weitere Fragen der Schülerinnen und Schüler geklärt werden. Abschliessend werden die recherchierten Bilder ausgedruckt und zusammen mit dem Brainstorming im Doku-Heft festgehalten.

Lernpotential

- > Die SuS können aus einem Projektbeschrieb ein Brainstorming entwickeln und ihre Ideen in Worte fassen.
- > Die SuS erarbeiten ausgehend von ihrem Brainstorming eine Bildrecherche.
- > Die SuS greifen auf ihr erarbeitetes Wissen zu Formalitäten des Logodesigns zurück und wissen, welche Bilder sich besser für ein Logodesign eignen und welche weniger gut.

Material

Vorbereiten:

- PowerPoint
- Drucken: Anzahl SuS Aufgabenblatt „Mini-Agentur“
- Drucken: Projektbeschrieb 1 & 2

Im Schulzimmer:

- Beamer und PowerPoint
- Laptops / Computerraum / Mobiltelefon
- Logo Sammlung
- Doku-Hefte

- 11 Abbildung Maoushi-Brot
- 12 Abbildung Eventformat
- 13 Schülerbeispiel einer Bildrecherche



11



12



13

Material S3

PROJEKT 2

Konzertformat

Projektleiterin: Sinja Müller

Projektbeschreibung: Veranstaltung von Konzerten, Theater o.Ä. mit den Besuchern im Voraus nicht kommunizierten Musikern/Künstlern an jeweils speziellen Orten, die erst am Vortag in einem E-Mail preisgegeben werden.

Ziel: Organisation eines neuen Musik- und Kunstforums, bei dem es ein spannender Faktor ist, dass der Ort und die speziellen Musiker fast bis zum Konzertbeginn unbekannt sind. Die Konzertbesucher erleben somit eine Überraschung und besuchen immer weitere Konzerte.

Zielgruppe: Fokus auf 20 - 40 Jährige, aber alle Altersgruppen sind willkommen.

Adjektive, welche meine Marke umschreiben sollen: überraschend, spontan, flexibel, neu, musikalisch, ‚heimelig‘, gemütlich, abwechslungsreich, kreativ, anders, unterwegs, speziell, einmalig, Wow-Effekt, lustig, unterhaltsam, provisorisch

Für welche Medien benutze ich das Logo: Website, Plakate, Flyer, Kleber, Werbeanzeigen

PROJEKT 1

Streetfoodfestival

Projektleiterin: Sinja Müller

Projektbeschreibung: Stand an Streetfoodfestival mit Verkauf von Manoushi (Fladenbrot mit Thymian-Sesam-Zitronensalz Gewürzmischung)

Ziel: Verkauf von Manoushi und vegetarischen Beilagen

Zielgruppe: Kulinarisch interessierte Personen aller Altersgruppen, Streetfoodfestival-Besucher

Adjektive, welche meine Marke umschreiben sollen: Traditionell arabisch, orientalisch, vegetarisch, nahrhaft, frisch, köstlich, erschwinglich, gesundheitsbewusst

Für welche Medien benutze ich das Logo: Facebook, Flyer, Standbeschriftung, Website

Bevorzugter Stil: orientalisch, schlicht, modern

S4

Sequenz 4 **Interaktiver Rückblick**

Die Lektion beginnt mit einem Rückblick auf den Prozess und dessen Dokumentation. Die Schülerinnen und Schüler sehen Powerpoint-Slides mit ihren eigenen Brainstormings und Bildrecherchen. Im Rahmen der Bildrecherchen werden die unterschiedlichen Bildarten besprochen und die Schülerinnen und Schüler werden dazu aufgefordert, Unterschiede zwischen den Bildarten herauszufinden. Von Farben, Landkarten, Fotografien, Schildern bis hin zu Illustrationen war alles in den Recherchen vorzufinden.

Übung „Aus zwei wird eins“

In der Übung „Aus zwei wird eins“ lernen die Schülerinnen und Schüler eine weitere Strategie kennen, um Logos aus bestehendem Bildmaterial zu entwickeln. Bei dieser Übung werden jeweils zwei der recherchierten Fotografien in unterschiedlicher Weise kombiniert, fusioniert und reduziert. Die bereits erlernte Methode der Reduktion wird bei dieser Übung erneut angewendet. Das Transparentpapier dient als Unterstützung, Formen zu erfassen. Die Formen können aber auch unabhängig von den Fotografien gestaltet werden. Zudem können während dieser Übung noch weitere Bilder gesucht werden.

Reflexion

Als Abschluss reflektieren die Schülerinnen und Schüler ihr gestaltetes Logo mithilfe eines vorbereiteten Fragebogens. Über Fragen werden die zu Beginn definierten Kriterien Reduktion, Skalierbarkeit, Wiedererkennungswert und Inhalt des Logos von den Schülerinnen und Schüler überprüft.

1. Ist die Form des Logo-Entwurfs genug reduziert? Wie kann die Logo-Form weiter reduziert werden?
2. Fotografiere den Logo-Entwurf mit deinem Smartphone ab und verkleinere ihn. Funktioniert die Form trotz der Verkleinerung?
3. Repräsentiert das Logo inhaltlich und gestalterisch das Projekt?

Lernpotential

- > Die SuS sind fähig aus ihrer recherchierten Bilder-sammlung eine Bildkombination auszuwählen, welche als Logo funktioniert und die Botschaft der Marke vermittelt.
- > Die SuS reduzieren die Fotografien so, dass sie den erlernten Kriterien des Logo Designs entsprechen. (Reduktion, Skalierbarkeit, Fokus aufs Pikturale)
- > Die SuS konzentrieren sich auf die Form des Logos und lassen die Farbe weg.

- > Die SuS wenden die Gestaltungsmethode „Aus zwei wird eins“ an, die ihnen hilft ein Logo zu erstellen.

Material

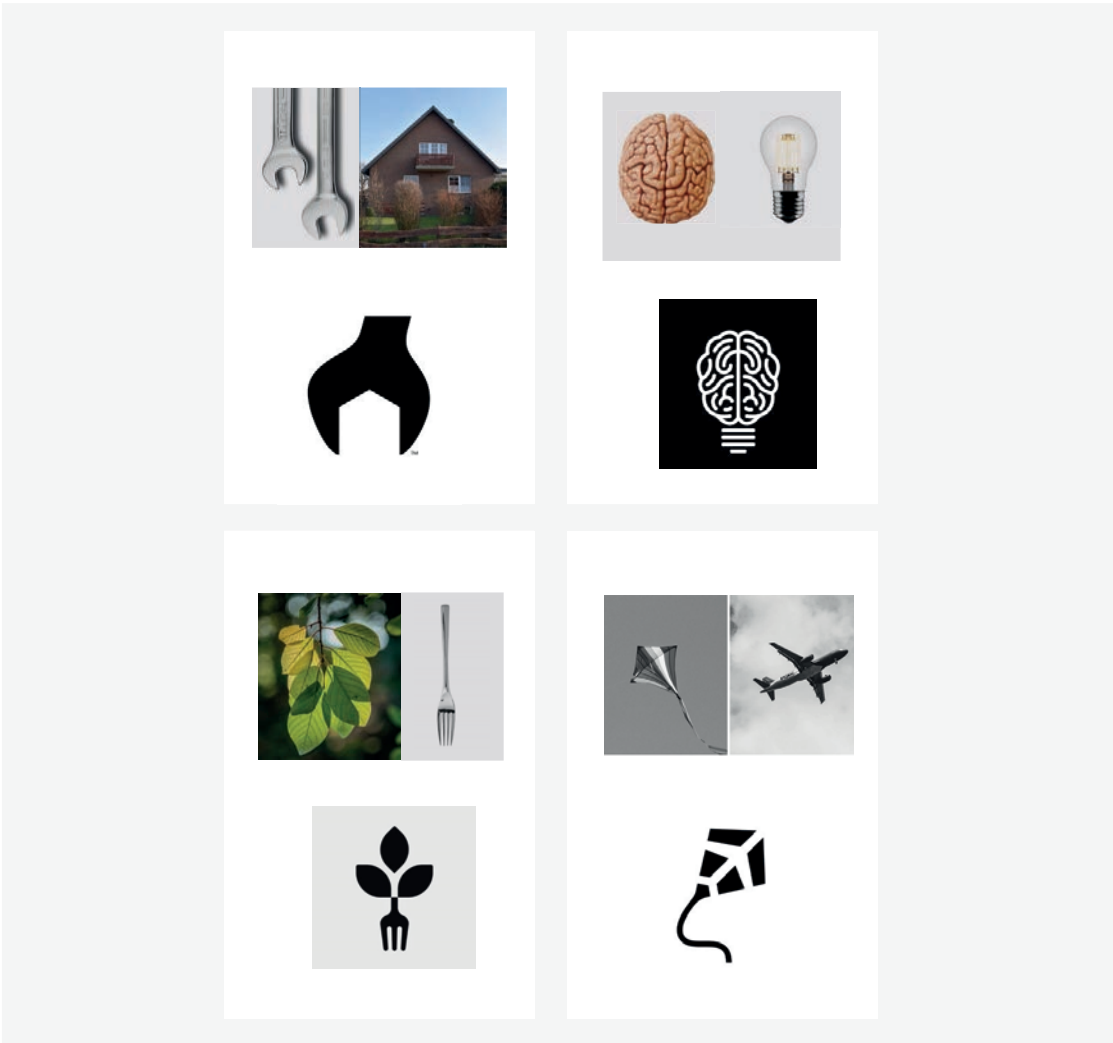
Vorbereiten:

- PowerPoint
- Drucken: Anzahl SuS Übungsblatt „Aus zwei wird eins“

Im Schulzimmer:

- Beamer und PowerPoint
- Materialtisch mit A4-Papier, Transparentpapier, Fineliner
- Doku-Hefte

14 Beispiele für die Aufgabeneinleitung "Aus zwei wird eins"



S5

Sequenz 5 **Interaktiver Rückblick**

Die Lektion startet im Computerraum mit einer Übersicht über alle entstandenen Logos der Schülerinnen und Schüler. Die Auslegeordnung bezieht grobe Skizzen bis hin zu ausgearbeiteten Logos mit ein. Diese Auslegeordnung wird den Schülerinnen und Schülern über mehrere Powerpoint-Slides präsentiert.

Die Schülerinnen und Schüler werden dazu aufgefordert, die Logos zu gruppieren. Bereits diskutierte Begriffe wie linear, flächig, Kombination aus linear und flächig, kontrastreich, kontrastarm werden hierbei wiederholt. Diese Begriffe werden direkt in die Powerpoint-Präsentation aufgenommen. Zudem können die Schülerinnen und Schüler sich gegenseitig darin unterstützen, die Gestaltung ihres Logos zu verstehen.

Übung: „Von analog zu digital“¹

Bevor die Schülerinnen und Schüler mit der Übung beginnen, wird das Wechselspiel von analog zu digital im Designprozess angeschaut. Anhand von realen Beispielen wird den Schülerinnen und Schülern aufgezeigt, wie Grafikdesigner analoge Entwürfe und digitale Umsetzungen in den Designprozess miteinbeziehen. Die Schülerinnen und Schüler erhalten den Auftrag, einer ihrer Logo-Entwürfe digital umzusetzen und unterschiedliche Gestaltungsformen (linear/flächig/Kombination) auszuprobieren. Bevor die Klasse mit der Umsetzung beginnt, werden alle Werkzeuge gemeinsam durchgegangen. In der restlichen Lektion werden die Schülerinnen und Schüler individuell betreut. Fragen, welche wiederholt auftauchen, werden ins Plenum getragen. Als Abschluss werden die digitalen Logos gedruckt.

Aus der Erfahrung bei der Durchführung empfiehlt es sich, hierfür 4 statt 2 Lektionen einzuplanen. Es hat sich als wichtig gezeigt, die Schülerinnen und Schüler alle Schritte parallel zur Erklärung selber durchführen zu lassen.

Lernpotential

- > Die SuS führen ihren Prozess des Logodesigns weiter.
- > Die SuS wenden das Wechselspiel zwischen analog und digital in ihrem Designprozess an und verstehen die Vorteile beider Arbeitsformen.
- > Die SuS machen den Transfer zwischen der analogen Arbeitsweise und der digitalen Umsetzung auf den Il-

lustrator-Programmen.

- > Die SuS erarbeiten mittels einfacher Übungen den Umgang mit ausgewählten Werkzeugen des Adobe Illustrator-Programms.
- > Die SuS reduzieren ihre Logos so, dass sie den erlernten Kriterien des Logo Designs entsprechen (Reduktion, Skalierbarkeit, Fokus aufs Piktoriale).
- > Die SuS erarbeiten mittels ihrer digitalen Logoumsetzungen den Umgang mit einzelnen Werkzeugen vom Adobe Illustrator-Programm.
- > Die SuS können in kurzer Zeit ihr analoges Logo im Illustrator-Programm umsetzen.

Material

Vorbereiten:

- PowerPoint
- Computerraum/Laptops
- Drucken: Illustrator Manual, Link zu Adobe.com und Youtube-Erklärvideos.

Im Schulzimmer:

- Beamer und PowerPoint
- Laptops / Computer
- Doku-Hefte

¹ Diese Übung ist ein Einschub und eine Einführung ins Adobe Programm Illustrator.

- 15 Abbildung Arbeitssituation im Computerraum
 - 16 Abbildung Schülerarbeiten der Übung "Von analog zu digital"
- Erfahrungsbericht



15



16

S6

Sequenz 6

Rückblick „Analog versus digital“

Der Rückblick „Analog versus digital“ ist als Erfahrungsbericht zu verstehen. Die Schülerinnen und Schüler werden im Plenum erläutern, welche Vorteile und Nachteile sie im analogen und welche im digitalen Arbeiten sehen. In diesem Teil reflektieren die Schülerinnen und Schüler ihre Arbeitsweise. Abgerundet wird dieser Einstieg mit der Überleitung zum Prozess.

An einer Schulzimmerwand werden die Prozesse der Schülerinnen und Schüler durch kopierte Seiten ihres Doku-Hefts, welche von der Lehrperson vorbereitet wurden, visuell sichtbar gemacht. Von der Ideensammlung, dem Brainstorming, der Bildrecherche und den vielen Logo-Entwürfen bis hin zum digitalen Logo können die Schülerinnen und Schüler den Prozess der ganzen Klasse betrachten.

Aufgabe: Finalisierung des Logos

Ausgehend von den einzelnen Prozessschritten sollen sich die Schülerinnen und Schüler für einen Logo-Entwurf entscheiden. Dieser wird in einer finalen Umsetzung mit Fineliner auf A5 Papier erstellt. Änderungen können vorgenommen werden. Die Schülerinnen und Schüler arbeiten für die Finalisierung mit der Vorgabe, dass mindestens zwei Bildelemente im Logo vorkommen müssen. (Diese Einschränkung ist optional) Während der Arbeitsphase werden die Schülerinnen und Schüler dazu aufgefordert in Partnerarbeit den Skalierbarkeitstest durchzuführen.

Abschluss: Post It Feedback

Abschliessend wird ein Post-it-Feedback durchgeführt. Auf jedem Tisch werden fünf Post-its aufgeklebt. Das fertige Logo wird neben die Post-its gelegt. Jede Schülerin und jeder Schüler dreht sich zum Pult hinter sich um, die letzte Reihe kommt zur vordersten Reihe. Nun werden fünf Fragen gestellt, welche jeweils auf eines der Post-its beantwortet werden.

1. Wo erkennst du geometrische Formen im Logo? Zeichne die Formen auf das Post-it.
2. Welche Begriffe verbindest du mit diesem Logo? Notiere diese auf dem nächsten Post-it.
3. Von welchen zwei Sujets geht das Logo aus? Notiere diese auf dem Post-it?
4. Welcher Teil des Logos könnte noch reduzierter dargestellt werden? Gebe eine Empfehlung ab mittels Skizze oder kurzer Beschreibung.
5. Worauf könnte die Person bei der weiteren Umsetzung achten? (Form, Inhalt ...) Gebe eine Empfehlung ab.

Lernpotential

- > Die SuS können ihre Menge an analogen und digitalen Logoentwürfen reflektieren, überdenken und zu einem finalen Endlogo weiterentwickeln.
- > Die SuS analysieren ihre bestehenden analogen und digitalen Logo-Entwürfe nach den Kriterien Reduktion, Art der Gestaltung (linear/flächig/Kombination), Erkennbarkeit und Interpretierbarkeit.
- > Die SuS können sich mündlich und schriftlich zu den Logos der Mitschüler/Innen äussern und diese kritisch betrachten.
- > Die SuS arbeiten erhaltenes Feedback in ihre Gestaltung des finalen Logos ein.
- > Die SuS kennen die Vor- und Nachteile von digitaler und analoger Gestaltung im Logodesign-Prozess.

Material

Vorbereiten:

- PowerPoint
- Drucken: digitale Logos
- Kopieren/Drucken: Prozesse SuS aus Doku-Heft

Im Schulzimmer:

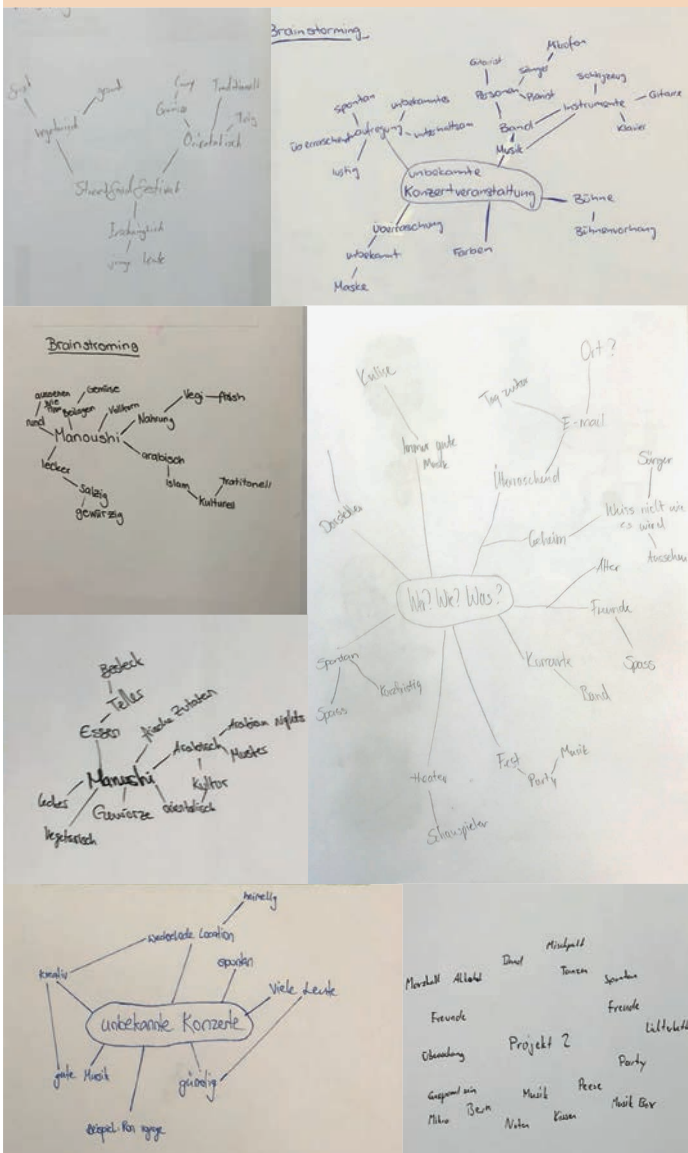
- Beamer und PowerPoint
- Materialtisch mit A5-Papier und Fineliner
- Post-It
- Doku-Hefte



Logo Hack



Brainstorming



Bildrecherche



Logos nach Erinnerung



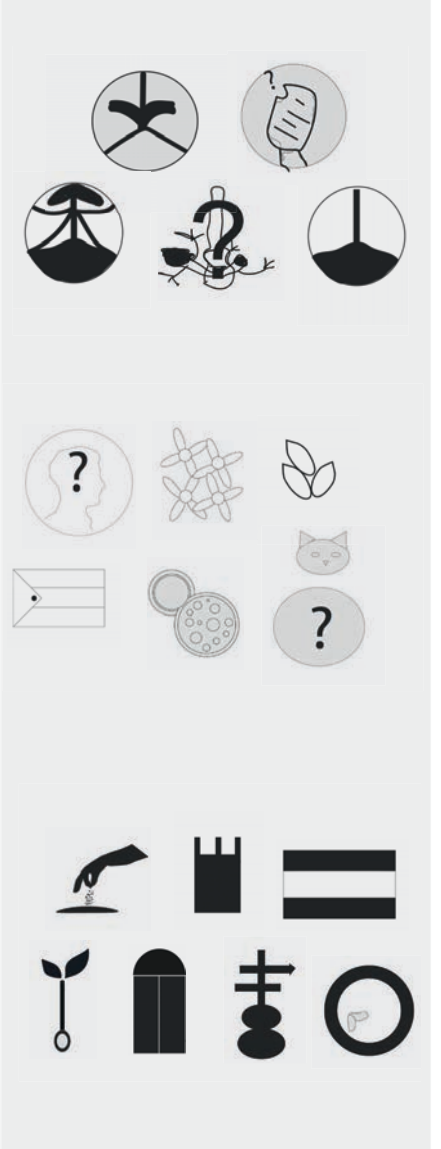
Reduzieren



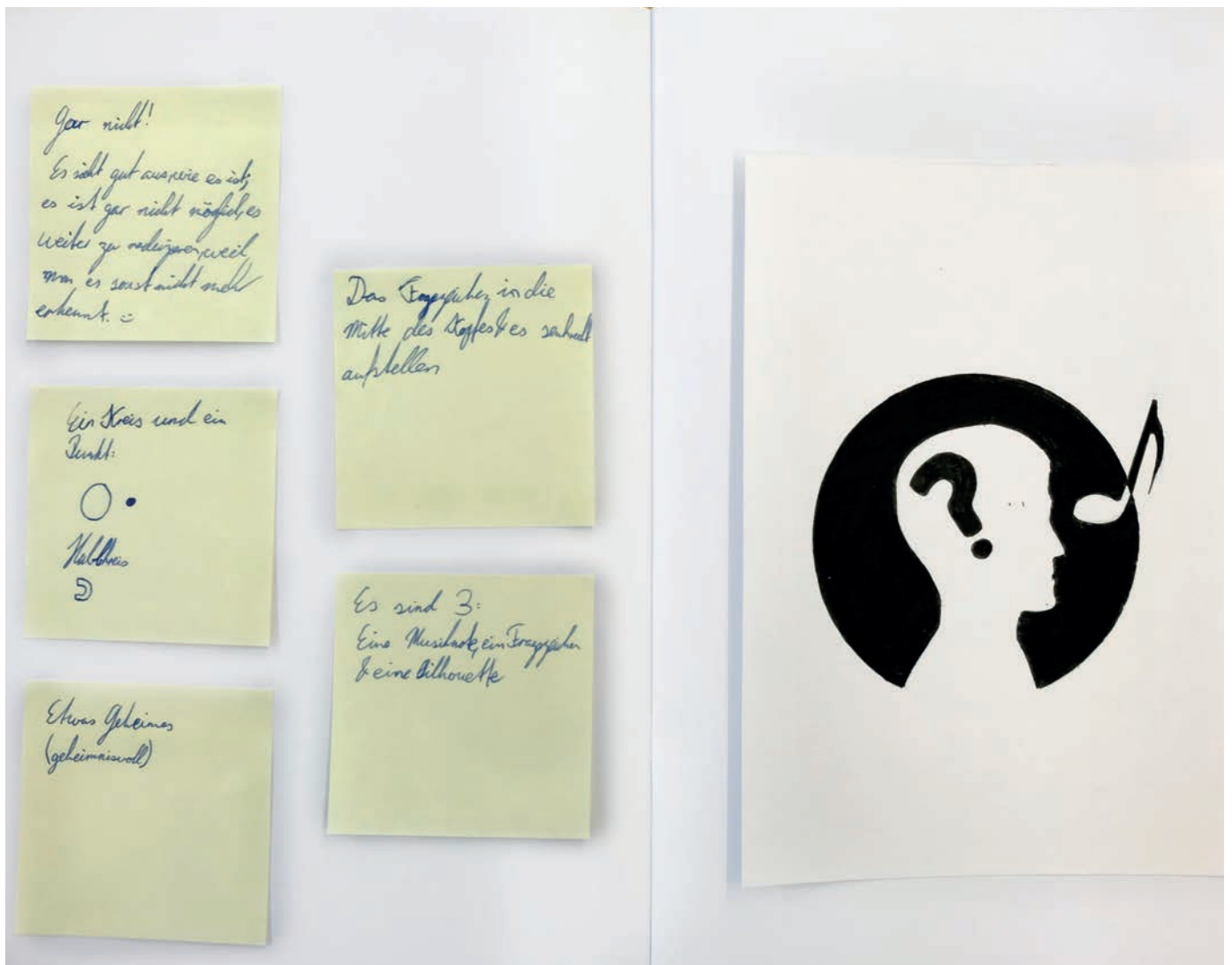
Aus zwei wird eins



Digitales Logo



19 Abbildung Schülerbeispiel "Post It Feedback"



S7

Sequenz 7 **Einstieg**

Die Lektion wird mit einer Einführung in den letzten Teil der Aufgabe, die Präsentation, begonnen. Welche Fragen sollen in der Präsentation beantwortet werden? Die Klasse hat 20 Minuten Zeit um sich vorzubereiten.

Fragen

- > Was ist deine Logo-Idee (inhaltlich und gestalterisch)?
- > Wie ist dein Logo entstanden (Prozess-Einblick)?
- > Wieso soll Sinja Müller dein Logo auswählen? Was macht dein Logo einzigartig?

Präsentation

Die Schülerinnen und Schüler haben ein bis zwei Minuten Zeit, ihre Logoidee zu präsentieren. Dabei wird ein Einblick in den Prozess gewährt. Die Klasse, die Lehrperson und Sinja Müller haben nach jeder Präsentation Zeit, Fragen zu stellen und ein kurzes Feedback zum Logo zu geben.

Lerninhalte

- > Die SuS sind in der Lage, ihre Überlegungen zum Logo mit der Klasse zu teilen und ihr Vorgehen reflektiert wiederzugeben.
- > Die SuS können ihre eigene Wahrnehmung schärfen und sich gegenseitig Feedback geben.

Material

Vorbereiten:

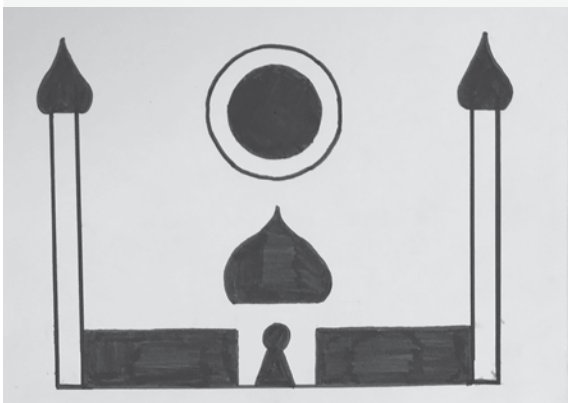
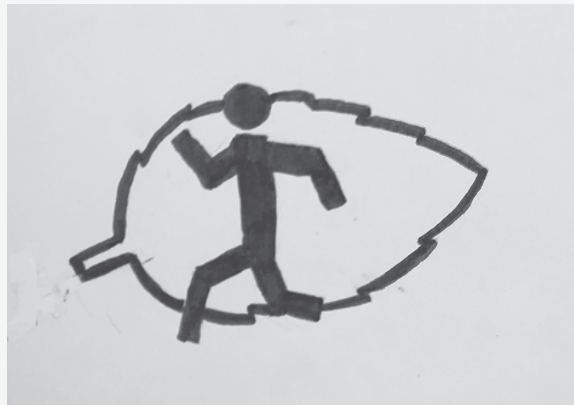
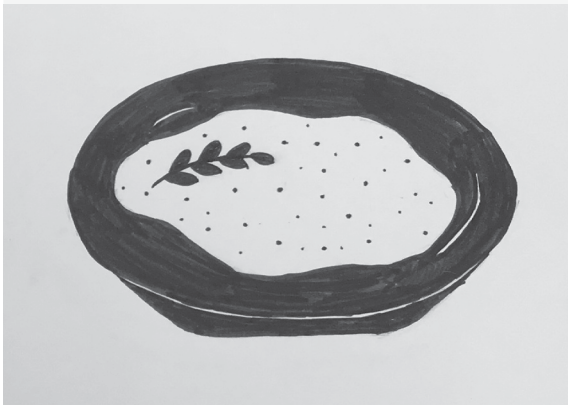
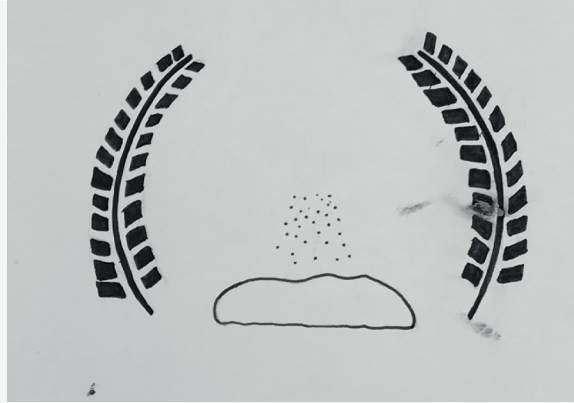
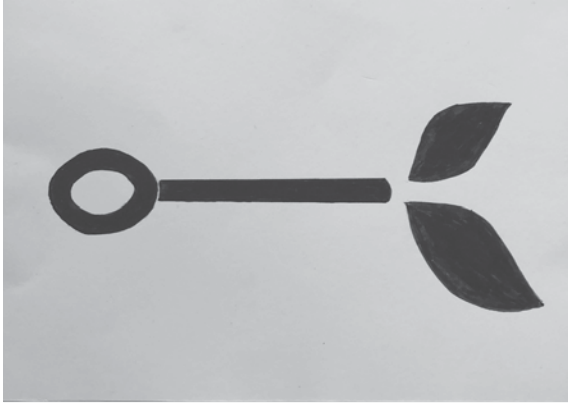
- PowerPoint

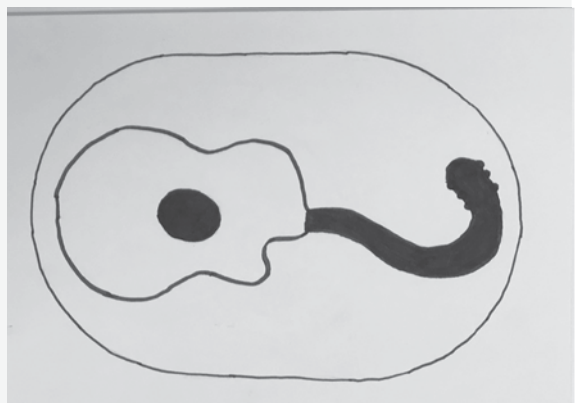
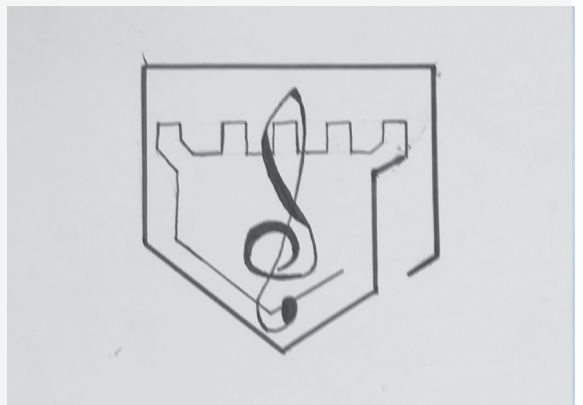
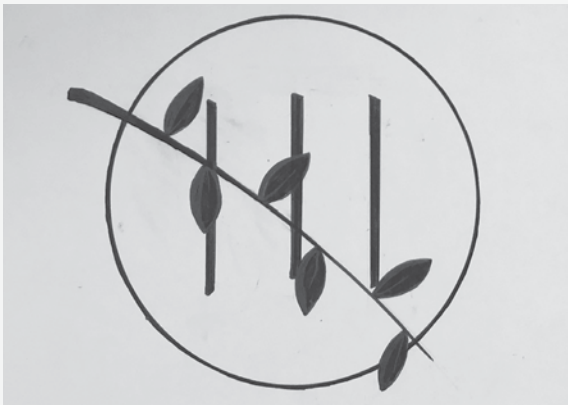
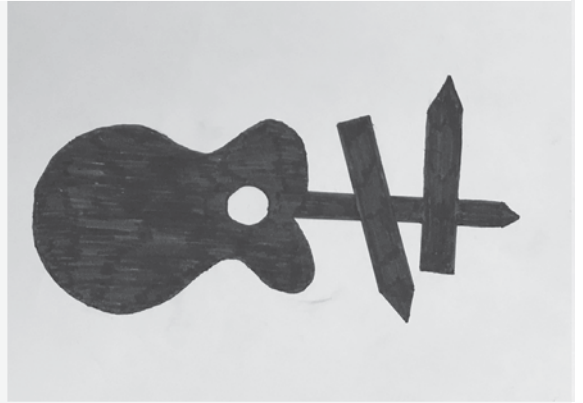
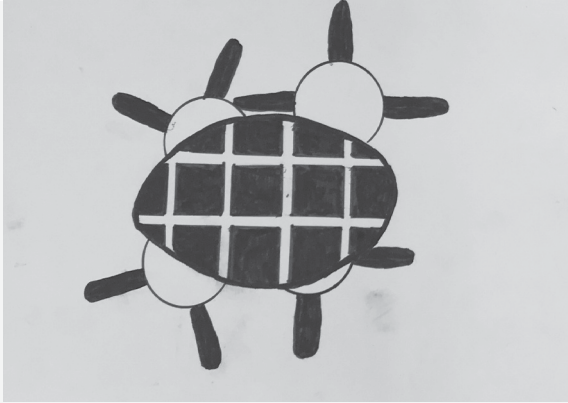
Im Schulzimmer:

- Beamer und PowerPoint
- Visualizer
- Doku-Heft



Ergebnisse





Quellenverzeichnis

Books:

Healey 2011

Matthew Healey, *Logo-Design*, München: Stiebner, 2011.

Siegle/Golpon, 1996

Michael Bernd Siegle, Roland Golpon, *Logo. Grundlagen der visuellen Zeichengestaltung*, Beruf & Schule Verlag, 1996.

Müller/Wiedermann 2018,

Jens Müller, Julius Wiedemann, *Logo Modernism*, Taschen, 2018.

Evamy 2007

Michael Evamy, *Logo*, Laurence King, 2007.

Wiedemann 2011

Julius Wiedemann, *Logo Design*, Taschen, 2011.

Leu 2005

Claudia Leu, *Index Logo*, moderne industrie Buch, 2005.

Rivers 2008

Charlotte Rivers, *Logo-art*, RotoVision SA, 2008.

Houplain/Wiedermann 2013

Ludovic Houplain, Julius Wiedemann, *Logobook* Taschen, 2013.

Frutiger/Heiderhoff 2006

Adrian Frutiger, Horst Heiderhoff, *Der Mensch Und Seine Zeichen*, 10. Aufl. Marixverlag, 2006.

Stiebner/ Urban 1989

Erhardt D Stiebner, Dieter Urban, *Zeichen + Signets*, Bruckmann, 1989.

Fachbeitrag Markus Mattscheck, Marken, Logos und Symbole – Einfluss und Bedeutung:

<https://www.onlinemarketing-praxis.de/basisinformationen/marken-logos-und-symbole-einfluss-und-bedeutung>

Links: (Zuletzt besucht am 22.03.2019)

Künstler:

<https://www.instagram.com/tomgalle/>

<http://www.heyreilly.com/profile>

Ausstellungen:

<http://www.museeninbremen.de/logo-die-kunst-mit-dem-zeichen/>

http://www.wilhelm-wagenfeld-stiftung.de/ausstellungen/logo_die_kunst_mit_dem_ze/

Projekte / Inspiration:

<https://noizz.de/lifestyle/wie-aus-modemarken-trash-logos-werden/tv6tmwy>

<https://www.bento.de/art/pringles-monopoly-und-co-kuenstler-ueberarbeiten-weltbekannte-markenlogos-zu-weiblichen-versione-n-a-00000000-0003-0001-0000-000002196748>

<https://www.adweek.com/creativity/how-hard-is-it-to-draw-a-brand-logo-from-memory-much-much-harder-than-you-thought/>

<https://www.logodesignlove.com/famous-logos-drawn-memory>

<https://www.adbusters.org>

Tools:

<https://www.logomaker.com>

<https://99designs.ch/logo-design/psychology-of-color>

<https://logo-app.ucraft.com>

Dank

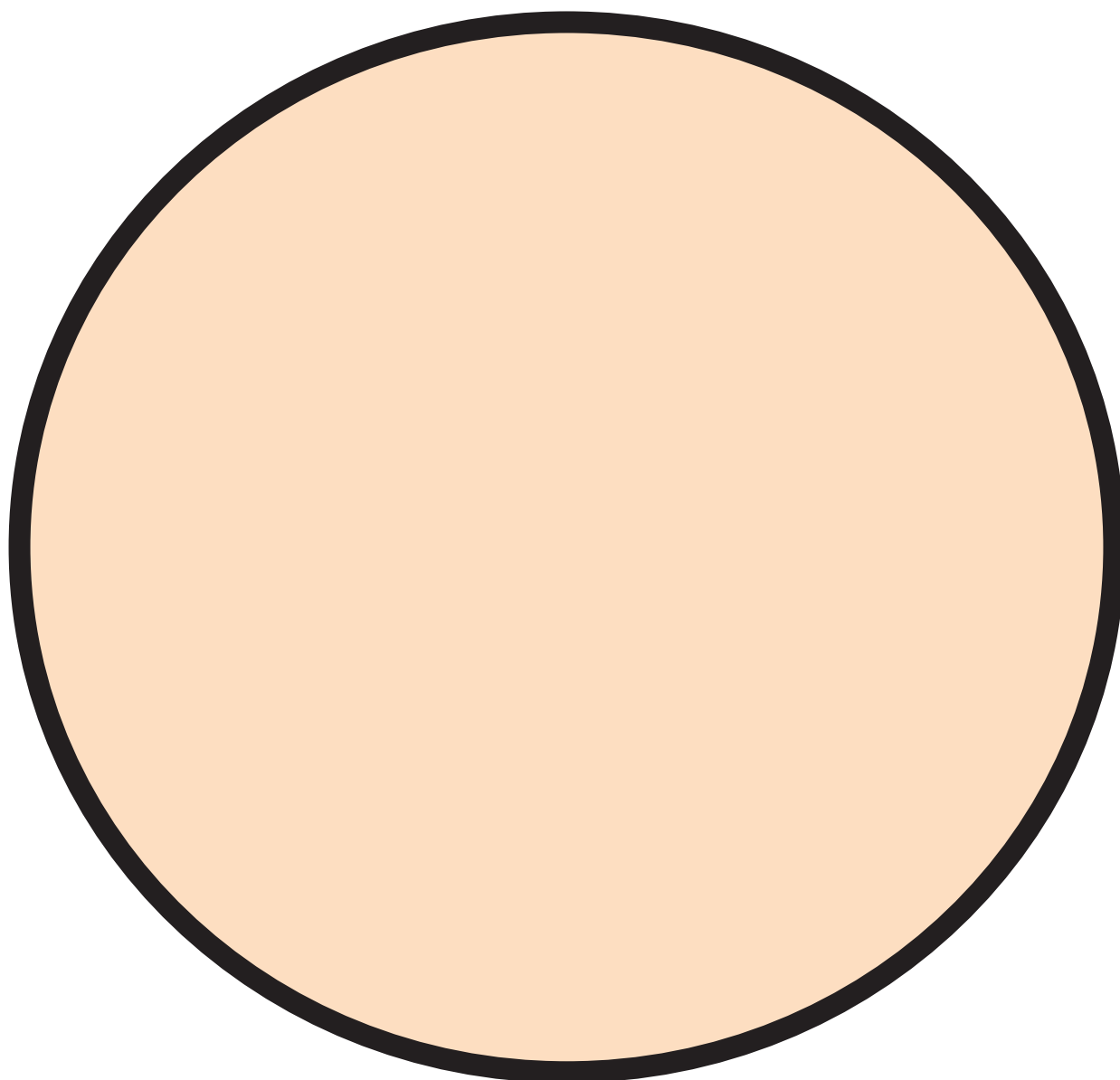
Herzlichen Dank an meine beiden Praxislehrpersonen Annie Ryser und Rolf Martens. Für die wertvolle Unterstützung, die fachlichen Inputs, die anregenden und inspirierenden Gespräche und die spannenden Herausforderungen. Weiter danke ich meinen Klassen, denen ich diese Erfahrungen verdanke, für ihr Interesse, ihre Fragen, ihre Diskussionen und Rückmeldungen.

Vielen Dank auch an Gila Kolb, welche mein Praktikum besucht und begleitet hat, für ihr vernetztes Denken, das mich mit hilfreichen Inputs, Künstler-Referenzen und Ideen inspiriert hat.

Kontakt

Pamela Gardi
pamela.gardi@outlook.com





HKB HEAB
Hochschule der Künste Bern
Haute école des arts de Berne



PHBern
Pädagogische Hochschule