Fachliches zum Logo der Otto-von-Guericke Universität (OVGU)

von Astrid Sauer, Dipl. Designer (FH)
Medienzentrum der Universität

Das Logo steht immer auf weißem Hintergrund (siehe Festlegungen zum Corporate Design an der OVGU) und das hat einen Grund.

Warum sollte das Logo immer auf Weiß stehen?

Und was ist, wenn man Werbeartikel zum Beispiel ein rotes T-Shirt oder eine Tasche in Schwarz oder Dunkelblau bedrucken möchte?

In diesen Fällen würden Text oder Portrait verschwinden oder nur schwer zu erkennen bzw. zu lesen sein. Wichtige gestalterische Eigenschaften würden also fehlen.

Warum kann man das Logo nicht einfach in Weiß einfärben, also ein Negativ erstellen?

Das liegt am Portrait Otto von Guerickes im Logo, hier kommt der Simultankontrast zum Wirken. (siehe Folgeseite)

Simultankontrast

Wie hell oder dunkel eine Fläche wahrgenommen wird, hängt auch von der sie umgebenden Fläche ab. Bei Abbildung 1 sind die beiden innen liegenden Quadrate gleich hell (50 % Schwarz). Trotzdem wirken sie verschieden, denn ihr Hintergrund führt zu unterschiedlicher Wahrnehmung. Flächen vor dunklem Hintergrund (hier: 75 % Schwarz) wirken heller, vor hellem Hintergrund (hier: 25 % Schwarz) dunkler. Dieser Effekt wird Simultankontrast genannt.

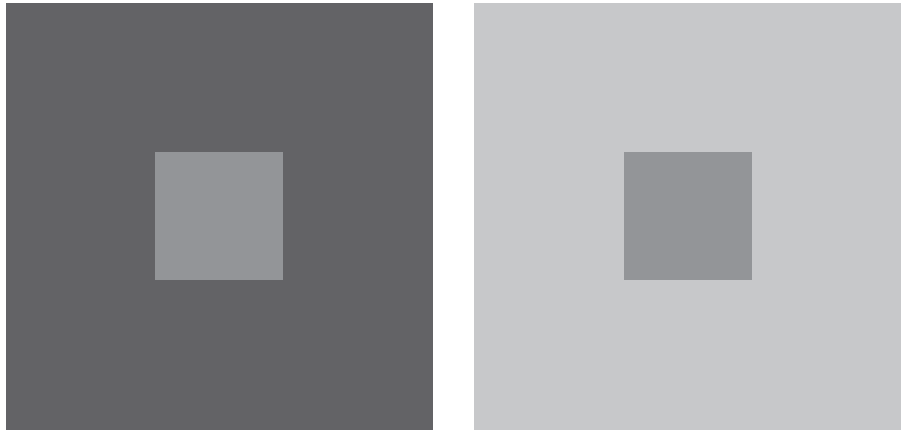

Abb. 1

Beim Zeichnen tritt der Effekt sehr häufig auf, da bei einfarbigen Zeichnungen (z.B. in Graustufen) immer Helles neben Dunklem steht. Man nutzt den Effekt bewusst, um Flächen heller bzw. dunkler erscheinen zu lassen. Helligkeiten auf weißem Papier werden durch Freilassen dargestellt. Dadurch ist die höchste zu erzielende Helligkeit durch die Farbe des Papieres vorgegeben und man lässt eine Stelle heller erscheinen, indem man die Umgebung dunkler macht. Auf dunklem bzw. schwarzem Papier dagegen werden nur die Helligkeiten gezeichnet. (siehe Abbildungen 2 und 3)

Das Gleiche trifft auf das grafische Portrait Otto von Guerickes im Logo zu und darum sollte man es nicht ins Negative setzen. Um aber auch farbige Werbeartikel mit einem Logo versehen zu können, gibt es eine modifizierte Form des Logos. (siehe Folgeseite)

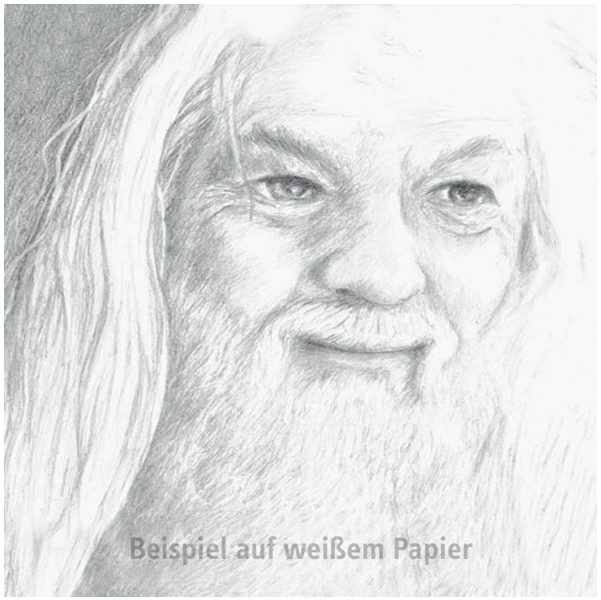

Abb. 2

Abb. 3

Abb. 4 - Otto von Guerickes Portrait im Logo auf weißem Hintergrund.

Abb. 5 - Otto von Guerickes Portrait auf schwarzem Hintergrund für einen Einsatz als Illustration (sparsam einsetzen). Nicht als Logo zu gebrauchen !!!

Die modifizierte Form des Logos

Bei dieser Logoversion (Abb. 2) handelt es sich um eine abgeänderte Variante die das (ungefähre) Erscheinungsbild des Logos (Abb. 1) wiederspiegelt. Sie ist nicht unser Logo!

Das modifizierte Logo beruht auf den wesentlichen Merkmalen des Originals, die da sind: schwarzes Porträit auf weißem Hintergrund, weißer Text, gleich abgerundete Ecken und gleiche Proportionen. Die Siegets unterscheiden sich nur in der Position des Porträits, welches etwas nach unten gerückt ist, damit es nicht auf einem farbigen Hintergrund verschwindet. Einziger Nachteil der abgeänderte Version: sie ist nicht so ästhetisch ansprechend wie ihr Original.

Um eine adäquate Wirkung auf einen Betrachter zu erzielen, muss die Umgebung, in der das Objekt dargestellt ist, einheitlich sein. Darum sollte das Signet auf immer einer einfarbigen Fläche stehen.

Die Schutzzohne ist hier mit einbegriffen, d.h. es muss aureichend Raum in der gleichen Farbe um das Sieget herum angelegt werden, um eine ähnliche Anmutung zu erzeilen.

Richtig auf/in einem Medium eingesetzt wird es Betrachtern kaum auffallen, dass es sich um eine Modifikation handelt. Das wird man nur merken, wenn man die beiden Signets dierekt nebeneinander sieht.

Abb. 1 - Original

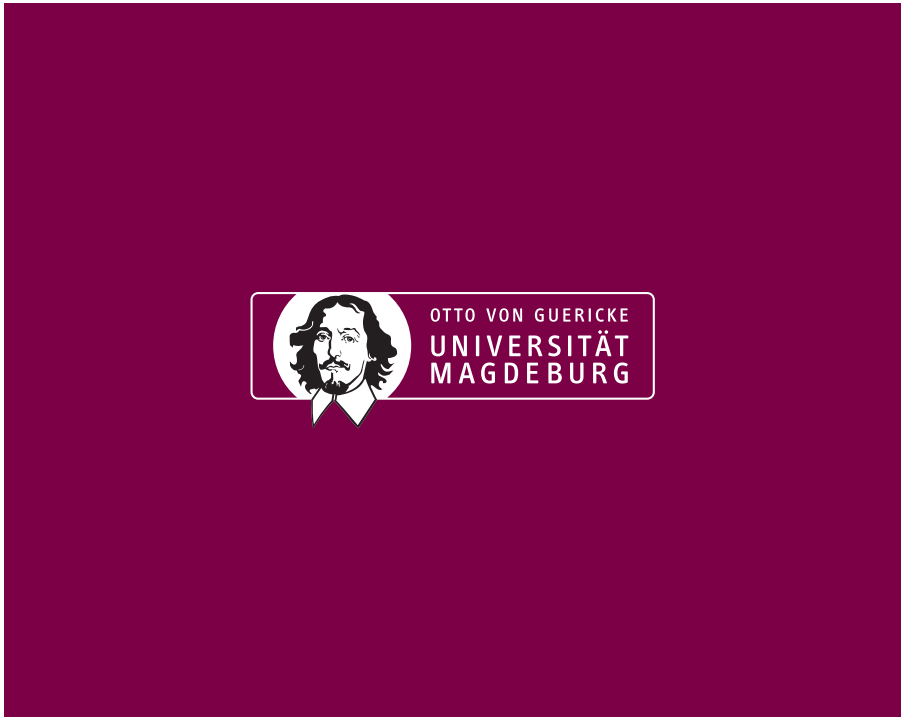

Abb. 2 - modifizierte Form