



Preisverleihung in der Wallstraße. Insgesamt wurden Preisgelder im Gesamtwert von 5900,- Euro an die Studierenden übergeben.

Ein neues Erscheinungsbild für das deutschsprachige Kulturprogramm 3sat – „anders fernsehen“

von Anja Stöffler

Innerhalb des Studiengangs Medien-Design konnten im Sommersemester 2002 Studierende im Rahmen des Hauptseminars „Film/Video/Fernsehen“ für den Fernsehsender 3sat, das Gemeinschaftsprogramm von ZDF, ORF, SF DRS und ARD, ein neues visuelles Gesamtkonzept entwickeln. Vergleichbar mit einer realen Pitchsituation arbeiteten 24 Studierende an dem neuen 3sat Erscheinungsbild.

Die Gründe für eine Reform des Corporate Designs wurden von Andreas Reinberger, dem verantwortlichen Leiter der 3sat Präsentation, im Rahmen eines ausführlichen Briefings dargestellt: „Das aktuelle Design wird als zu kühl und zu wenig emotional empfunden.“ Die Integration „menschlicher Aspekte“ war Dr. Gottfried Langenstein, dem Direktor der Europäischen Satellitenprogramme im ZDF, ein besonderes Anliegen. Er formulierte das neue Leitmotiv von 3sat: „Der Sender mit Gesicht“.

Eine große Herausforderung für die Studierenden

Die Aufgabe bestand in erster Linie in der Entwicklung neuer Senderkennungen.

Das Logo stellte eine Zugabe dar, und die Studierenden erkannten, dass die Konzeption eines neuen Logos Hand in Hand mit der Entwicklung einer neuen visuellen Sprache gehen musste. Zugleich wirkte das aktuelle Logo, bestehend aus der Wortmarke 3sat mit seinen vier blauen Quadraten als Zusatz, uneindeutig und inkohärent.

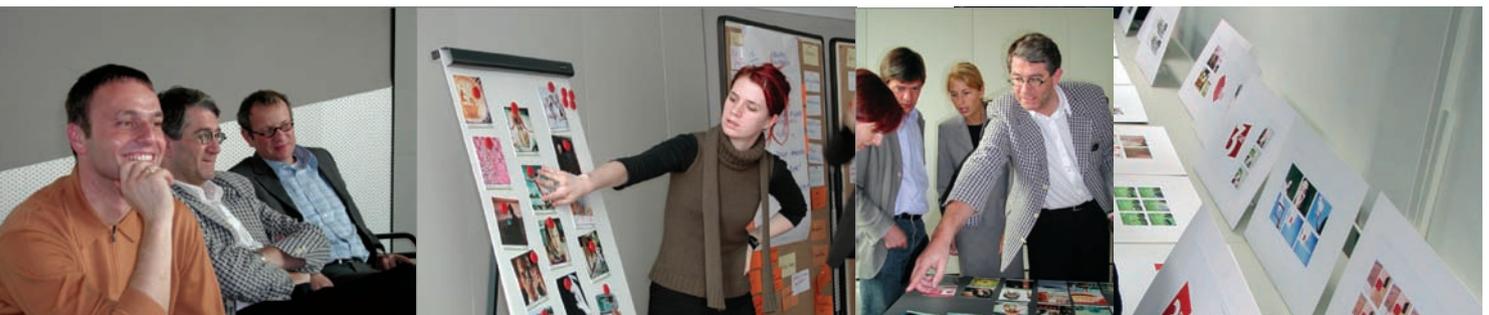
Um der Aufgabe professionell gerecht zu werden, wurde zunächst die Marke „3sat“ genau betrachtet, analysiert und selbstverständlich viel ferngesehen. Gemeinsam mit Kai Greib, Director Brand Strategy bei Razorfish Germany, führten die Studierenden mit einem ausgewählten Kreis von 3sat Mitarbeitern einen Markenentwurf-Workshop durch. Die Ergebnisse wurden in einem ausführlichen Bericht zusammengefasst, der als Basisdokument eine verbindliche Gestaltungsgrundlage für die weitere konzeptionelle Arbeit darstellte.

Die neuen 3sat Markenwerte: Mut, Esprit und Ehrlichkeit

„Mutig setzt sich 3sat über bestehende Konventionen hinweg und wagt sich experimentierfreudig an neuartige Projekte heran. Verkrustetes wird durchbrochen – 3sat gilt lieber als renitent und skurril, denn als platt und bieder. Dabei soll das ausgefallene Programmangebot durch ein markantes, ästhetisches Erscheinungsbild unterstützt werden. Wissbegierig ist es Neuem permanent auf der Spur. 3sat steht für das Leben in all seinen Facetten. Mit Alltagsthemen wird ungezwungen und lebensnah umgegangen – der Alltag wird zum Erlebnis gemacht...“ (Auszug aus dem 3sat Markenentwurf)

Insgesamt wurden der 3sat Geschäftsleitung 9 Konzepte vorgestellt. Die Präsentation erfolgte in sehr professioneller Form. Das Interesse an den Konzepten und die Anerkennung für die hohe Qualität der Arbeit waren bei der 3sat Geschäftsleitung deutlich spürbar. Nach diesem gelungenen

3sat Mitarbeiter und Studierende beim Markenentwurf-Workshop





Beste Preis für das visuelle Gesamtkonzept „Drei Facetten“

Auftritt konnten die Studierenden mit einem guten Gefühl in die wohlverdiente Sommerpause gehen. Inwieweit 3sat das ein oder andere Konzept später tatsächlich realisieren wird, wollte sich der Sender noch vorbehalten. Nach wie vor ist für den Sommer 2003 eine Ausstellung der gesamten Entwürfe in den Räumlichkeiten der 3sat Sendezentrale geplant.

Beste Preis für das visuelle Gesamtkonzept „Drei Facetten“ | Design: Franziska Schuhmann

Das Konzept der Senderkennungen ist die vertikale Dreiteilung des Fernsehbildes, die sich zugleich innerhalb der Logogestaltung wiederfindet. In den drei Facetten werden kleine Geschichten aus dem Alltag inszeniert, die miteinander in Verbindung stehen. Möglichkeiten der Bildbeziehungen gibt es viele. So entwickelt sich zum Beispiel eine jeweils identische Ausgangssituation in drei verschiedene Richtungen weiter oder eine Situation wird aus unterschiedlichen Perspektiven oder z.B. zeitversetzt dargestellt. Der Betrachter erhält die Gelegenheit, die Welt aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten. Bildhaft wird das Thema „anders fernsehen“ dargestellt und erweitert.

Zitat Dr. Gottfried Langenstein, Direktor Europäische Satellitenprogramme im ZDF: „Franziska Schuhmann entwickelt aus dem auf einer römischen 3 basierenden Logoentwurf konsequent und stilsicher ein System von Senderkennungen und Trailerverpackungen, in dem der Mensch im Mittelpunkt steht. Die Bildsprache der Senderkennungen ist szenisch, sie arbeitet geschickt mit Perspektivwechsel und Neueinstellungen und setzt so den Anspruch von „anders fernsehen“ um. Die Trailerverpackungen machen neugierig, ohne aufdringlich zu wirken. Immer steht die den Sender symbolisierende 3 im Mittelpunkt aller Überlegungen.“ (6.11.02)

Den Alltag zum Erlebnis machen.

Heinrich Böll

**Beste Entwurf Logokonzeption „3sat Box“
Design: Gregor von Sivers und Markus Weigl**

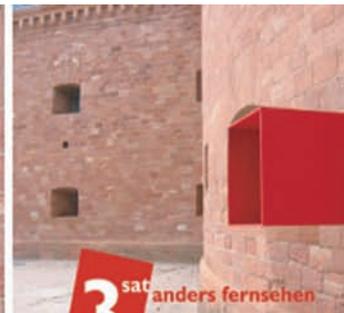
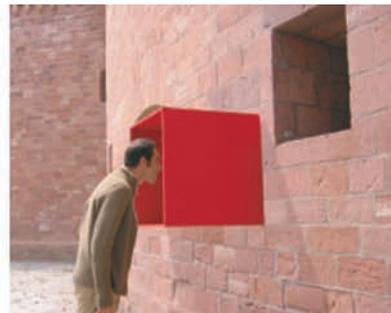
Ziel ist die Etablierung einer prägnanten und unverwechselbaren Bildmarke, die ein schlüssiges und einprägsames Gesamtkonzept repräsentiert. Neu ist die Gestaltung einer eindeutigen Wort-Bildmarke und die bewusste Betonung der Ziffer „3“, unter Beibehaltung der bisherigen Logo-schrift. Das Quadrat verkörpert die Beteiligung der vier Sendeanstalten ARD, ZDF, ORF und SRG. Das Aufbrechen der geschlossenen Form kommuniziert Offenheit und Transparenz. Die rote Box findet sich als Keyvisual innerhalb der gesamten Anwendungen wieder. Von der Infobox bis zu den Senderkennungen gelingt es mit wenigen Mitteln und Interaktionen immer wieder, neue und überraschende kleine Geschichten zu erzählen.

Zitat Dr. Gottfried Langenstein, Direktor Europäische Satellitenprogramme im ZDF: „Das 3sat-Logo von Gregor von Sivers und Markus Weigl ist einfach und doch im höchsten Maß signifikant. Die rote Box ist einprägsam und verhilft dem Sender durch die neue Hausfarbe hellrot zu einem ansprechenden, warmen Image. Die schräge Box symbolisiert exemplarisch den Anspruch von „anders fernsehen“ und vermittelt selbstbewusst Eigenständigkeit. Bestechend ist zudem die logische Weiterentwicklung des Logoentwurfes zu einem schlüssigen Trailerkonzept.“ (6.11.02)

**Zuschauerpreis für die Gesamtkonzeption
„Entfaltungen“ | Design: Marcel Senkpiel,
Jutta Siekmann und Alexander Killius**

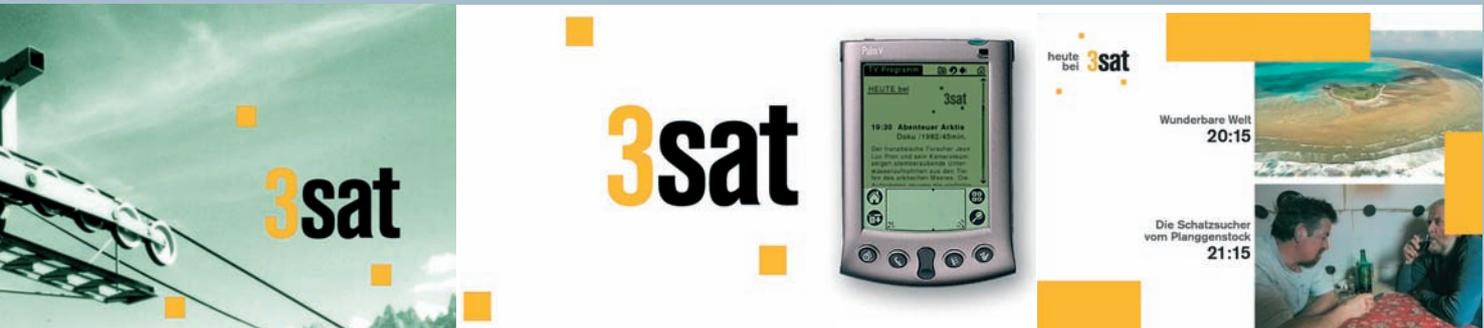
Das grafische Konzept basiert auf dem Thema der „Entfaltung“. Entfaltung, ähnlich dem Origami-Prinzip, repräsentiert hier den aktiven Vorgang der Erneuerung und Innovation. Übertragen auf den Kultursender 3sat heißt das: 3sat über-

Beste Entwurf Logokonzeption „3sat Box“





Zuschauerpreis für die Gesamtkonzeption „Entfaltungen“



Zuschauerpreis für die Logokonzeption „Der andere Blick“

rascht, entfaltet seinen unverwechselbaren Charakter und wendet sich dem Zuschauer immer wieder in überraschender Form zu. Innerhalb der neuen 3sat Senderkennungen entfaltet sich vor den Augen unterschiedlichster Protagonisten ein mit der Szenerie unvereinbares oder auch konträres Objekt bzw. mehrere Objekte. Der Sender schafft Raum für Unerwartetes oder auch Skurriles. Scheinbar gegensätzliche Welten werden nicht voneinander abgegrenzt, sondern vielmehr vereint.

Zuschauerpreis für die Logokonzeption „Der andere Blick“ | Design: Till Heim, Sascha Jahnke, Robert Schwartz

Das Re-Design knüpft an Bekanntes an. Der Schriftzug „3sat“ ist umgeben von drei Quadraten, die ein imaginäres Dreieck bilden und das die Länder Deutschland, Schweiz und Österreich symbolisiert. Grundlage für die zufällig anmutende Position der Quadrate ist deren Ausrichtung an die optisch geographische Mitte der drei Länder. Der Claim „anders fernsehen“ kommuniziert das Kernversprechen des Senders und wird zur inhaltlichen Hauptaussage der neuen Senderkennungen. Durch den bewussten Einsatz von ästhetisch hochwertigen und sehr kontrastreich gefilmten, monochrom anmutenden Color-Aufnahmen soll die „andere“ Sichtweise unterstrichen werden. Die gewählten Naheinstellungen sowie abstrakte Bildausschnitte und ungewöhnliche Perspektiven zeigen urbane, technische, natürliche und menschliche Aspekte. Darüber hinaus sind Langsamkeit und Poesie bewusst gewählte Gestaltungsprinzipien, die wohltuend innerhalb der Medienlandschaft wirken. Der neuen Corporate Identity

gelingt die Mischung aus emotionalen, leisen Tönen, die sachlich, informativ und glaubwürdig wirken.

Lobende Anerkennung Gesamtkonzept „Gedankenwelten“ | Design: Vera Zimmermann

Im Mittelpunkt des Entwurfs steht der Gedanke, dass bei 3sat die Kommunikation und der Mensch im Vordergrund stehen. So symbolisiert die Wabenform des Logos den besonderen Ort der Kommunikation als Treffpunkt zum Austausch von Informationen sowie als Zentrum von Unterhaltung und Diskussion. Der menschliche Aspekt des Wabenlogos kommt auch in der Senderkennung zum Ausdruck. Gezeigt wird hier eine Person in einer alltäglichen Situation aus einem ungewöhnlichen Blickwinkel. Die Person sagt einen Satz aus dem Off, der sie im Moment besonders bewegt und mit ihrer emotionalen Lage, mit der Örtlichkeit oder mit etwas ganz anderem zu tun haben kann. „Darauf habe ich den ganzen Tag gewartet!“, „Ich denke, ich sollte etwas sagen“, „Wo sonst, wenn nicht hier!“. Die Gedankenwelten der einzelnen Personen übertragen sich auf den Zuschauer, der den Satz auf sich bezieht und somit über seine eigene Lebenssituation nachdenkt – ein Dialog entsteht. 3sat begleitet den Zuschauer durch den Alltag. So ist Fernsehen bei 3sat keine Einwegkommunikation. Vielmehr wird der Zuschauer aktiv in Denkprozesse mit einbezogen. Der Sender zeigt Charakter und erhält Individualität, indem er Menschen mit ihren Emotionen und Gedanken zeigt. So wird das Kernversprechen „anders fernsehen“ in den Senderkennungen umgesetzt. ■

Lobende Anerkennung Gesamtkonzept „Gedankenwelten“

