

Krumme Nasen, gerade Würste

A new brand for Amberg

TEXT:

Christine Moosmann

In den letzten Jahren sind unzählige Regionallogos entstanden, meist zielten sie auf Außenwirkung ab und dienten der touristischen Vermarktung. Das neue Corporate Design für Amberg ähnelt jedoch eher dem eines Unternehmens und kommuniziert klar die Stärken der Marke und die Zuständigkeiten der verschiedenen Geschäftsbereiche – geradlinige Klarheit mit Mehrwert für den Bürger und einer feinen Prise Lokalkolorit.

Wie so viele andere Städte verfügte auch Amberg über kein einheitliches Erscheinungsbild für die Stadtverwaltung, das sollte sich 2016 ändern und nach einer Ausschreibung wurde wirDesign damit betraut, für die oberpfälzische Stadt ein neues Corporate Design zu entwickeln. »Wir haben eine lebendige Marke erschaffen, die zwar ihrer Grundform stets treu bleibt, sich aber immer wieder verändern kann«, erklären die Gestalter. Als wiederkehrendes Gestaltungselement dient ein Dreieck, das einen Rahmen für das Erscheinungsbild darstellt, wie bei einem Tangram lässt sich die Form immer wieder neu arrangieren und mit Inhalten befüllen. Das Dreieck taucht auch im A auf, das den Ausgangspunkt für das Logo darstellte, es ist auch ein Verweis auf die reich verzierten Giebel des Amberger Rathauses. Um einen Bezug zur Tradition herzustellen, findet sich im neuen Logo der Löwe aus dem historischen Stadtwappen wieder, ebenso wie die weiß-blauen Rauten Bayerns. Auffällig ist die strenge Reduktion, sie ist einerseits heutigen Sehgewohnheiten geschuldet, wie die Gestalter sagen, andererseits den technischen Gegebenheiten, denn natürlich ist das neue Erscheinungsbild skalierbar und das Logo ist auch auf kleinen Bildschirmen gut erkennbar. Für einen unverwechselbaren eigenen Charakter sorgen kleine Details, so gibt es in Amberg beispielsweise eine ganze Reihe von kreativen Ortsbezeichnungen, wie Creative Director Thorsten Greinus erklärt: »Die Stadtbrille bezeichnet einen Torbau über der Vils, dessen Wasserspiegelung das Bild einer Brille ergibt, und beim Amberger Ei handelt es sich um die Form der Stadtmauer. Außerdem sind in Amberg die Würste nicht gebogen, sondern gerade und die Stadt verfügt über eine ausgeprägte Braukultur. Diese und andere Eigenheiten finden sich in den Piktogrammen wieder.«

Auch die abgerundete Spitze im Logo, die sogenannte Amberger Nase, ist eine lokale Referenz, die bei den Bürgern für einen Wiedererkennungswert sorgt und Besucher neugierig macht. wirDesign verbindet lokale Eigenheiten, Tradition und flexibles Design zu einem Erscheinungsbild mit echtem Mehrwert – für die Verwaltung und die Bürger.

www.wirdesign.de

In recent years we have seen a plethora of regional logos, mostly promoting an image towards the outside, in the service of tourism. The new corporate design for the town of Amberg in Germany's south-east is different. It's more like a company CD in that it aims to convey a clear message about the strengths of the brand in general and of individual business sectors – presented with rectilinear clarity, added value for local residents, and a judicious touch of local colour.

Until recently Amberg was one of the many municipalities that lacked any coherent visual design marking its identity. The change came in 2016 with a design competition and the subsequent award to wirDesign of a commission to produce a wholly new corporate design. »We created a living brand that will always retain its basic shape but always be able to change,« the designers assert. The recurring visual motif is the triangle that frames the design. In the manner of a tangram, the triangle shape can be internally reconfigured and can also be given new content as required. The triangle structures the A from which the logo is developed, and at the same time alludes to the lavishly ornamented gable ends of the Amberg town hall. The need for a traditional allusion was met by having the new logo feature the lion from Amberg's medieval coat of arms and the familiar Bavarian blue-and-white diamond pattern. A conspicuous feature is the severely reduced character of the design, which while reflecting present-day visual convention, as the designers point out, also makes strictly practical sense: the new design can be scaled up and down without problems, and the logo comes out clearly even on small displays. And it's truly distinctive, thanks to some idiosyncratic details. It so happens that Amberg has a good line in picturesque nicknames for local features. Thorsten Greinus, Creative Director at wirDesign, cites in particular the »Stadtbrille« or Spectacles Bridge, so named because this medieval bridge over the River Vils, with its water reflection, looks for all the world like a pair of Harry Potter spectacles. »And then,« he continues, »we have the Amberg Egg – that's the oval circuit along the town wall. There's more, too: other singularities are that the sausages in Amberg are straight, not curved, and that the place is also noted for its beer-brewing culture. All these quirks and more show up in the pictograms.«

Yet another one-off feature is the Amberg Nose, the slightly rounded tip seen in the angular logo. This too is a local reference, intriguing for tourists and an emblem of home for Amberg's residents. Thus tradition blends into flexible design to create a visual identity with genuine added value – for council budget managers and community.

