

TYPISSCHENE FELD

Mit Wortwitz zu mehr Wirkung

Aufmerksamkeit für Schenefeld: Michael Braak ist der Gewinner des Logo-Wettbewerbs

Hans-Joachim Kölln

Es ist stylisch, minimalistisch und einprägsam. Es hat Pfiff und ist ein echter Hingucker. Dies sind die Attribute für das neue Stadtlogo Schenefelds (oben), das ab sofort als zusätzliches Marketingelement für die Düpenastadt dienen soll. Die Vorstellung des Logos und der „Segen“ des Hauptausschusses auf dessen Sitzung Ende Januar war nur der letzte Schritt eines intensiven Auswahlprozesses, um bei der Auswahl wirklich alles richtig zu machen.

Drei Vorschläge in der engeren Wahl

Sündhaft teuer, von großen Grafikstudios entwickelte Stadtlogos haben ja bereits mehrmals den unmittelbaren Weg in die Satiresendungen der großen TV-Anstalten gefunden, und ernteten

Hohn und Spott statt Anerkennung und Werbenutzen. In Schenefeld lief das anders. Der Aufruf für einen Wettbewerb war eher an jedermann gerichtet, ausgerechnet wurde ein Betrag von 700 Euro für den Gewinner des Wettbewerbs für ein Stadtlogo und 300 Euro für den Gewinner eines Schenefeld-Slogans.

In der letzten Runde waren noch drei Vorschläge im Rennen, Mitte Dezember wurde die Entscheidung von einer Jury, bestehend aus Politikern der Fraktionen von Grünen, CDU und BfB, so wie der Bürgermeisterin Christiane Küchenhof (SPD), der Stadtpräsidentin Gudrun Bichowski (SPD) und von der Verwaltung Tobias Behn, getroffen.

Innen zur Seite stand als Berater und Experte Ulrich Erdmann. Er prüfte bei den Eingängen die grafischen Anforderungen. Dabei geht es um die Erkennbarkeit der Darstellung unter den unter-



Michael Braak ist Gewinner des Wettbewerbs. Foto: Michael Braak

schiedlichen Anforderungen, in Farbe oder Schwarzweiß, vor hellem oder dunklem Hintergrund und auch groß oder winzig klein.

Aber wie gut ein Stadtlogo ist, hängt nicht nur von der grafischen Darstellung ab, sondern auch von der eigentlichen Botschaft, die es vermitteln soll. Und genau diese Kombination machte den Vorschlag des

Schenefelders Michael Braak zum eindeutigen Gewinner. Sein Vorschlag überzeugte nicht nur als Stadtlogo, sondern ist zukünftig auch städtischer Slogan.

„Typisch Schenefeld“ lautete sein simpler, aber wohl-durchdachter Slogan, der nun durch seine besondere Schreibweise auch zum Stadtlogo wurde. Der Ortsname als ist als Wortstamm in drei Wortteile SCH-ENE-FELD getrennt und übereinander angeordnet. So lassen die einzelnen Teile diverse Möglichkeiten eines Präfixes (Vorsilbe) zu, wie „TYPI-SCH“, „MAGI-SCH“ oder „SZ-ENE“.

Aber auch als Suffix (Nachsilbe) eignet sich der Vorschlag, so könnten Wortspielereien wie „SCH-ÖNES“ oder „ENE-RGIE“ entstehen. Vor- und Nachsilben heben sich durch den Schrifttyp, der wie ein Pinselstrich wirkt, vom Wortstamm ab. Und in der Grundform auch durch die

Farbe, einem hellen Grün, das dem Schenefelder Wappen entnommen wurde.

Obwohl Michael Braak, Inhaber von MG Creative Studio, „vom Fach“ ist, ist der Gewinn dieses Wettbewerbs für ihn etwas ganz Besonderes: „Es macht mich schon stolz, mein Logo zukünftig überall in der Stadt Schenefeld sehen zu können.“ Warum er an diesem Wettbewerb teilgenommen hat, erklärt er bei einem Gespräch mit unserer Redaktion: „Ich stand auf meiner Terrasse, einen Kaffee in der Hand, sah zwei Katzen beim Spielen zu und genoss den Sonnenschein.“ Aus dieser gutturalen Laune heraus machte er sich an die Arbeit und entwickelte seine erste Idee.

Eine Woche bastelte er an insgesamt fünf Varianten herum und investierte deutlich mehr Zeit als ursprünglich geplant. Sein ursprünglicher Gewinnervorschlag war, auch TYPI-SCH, nicht seine erste Idee.

Wer so künftig Rathahführer

SCHENEFELD Voran im Herbst werden berechtigten Sie an die Wahlurne zu entscheiden, das Bürgermeistern über soll. „Neu neu definitioem“ den zu finden, tnerstag, 9. Februar meidewahlaustrassen. Das Haus Osterbrook um 19 Uhr

Schenefelder

Ihr Kontakt zur R

Reporterscheff

Florian Kieps
Philipp Dickmannbach
Christian Uthoff

E-Mail: rml

Fax: 1

Reporterscheff

Sophie Laura Martin

Reporter Pinneberg

Rene Erdbrüggen

Martin Bräuer

Manuela Schmeidler

Reporter Barmstedt

Carsten Wittmann

Michael Bank

Reporter Elmshorn

C. Brameshuber

Grisca Bellner

Ann-Kathrin Just

Reporterinnen Quick

Claudia Eberlein

Caroline Warmuth

Reporter Viarum

Klaus Pietsch

Susi Große

Reporter Wedel

Oliver Gabriel

Inge Jacobshagen

Kristina Sagowski

Regionalreporter

Connela Sprenger

Anja Sternbach

Tina Willensschläger

Sportreporter

Kornelia Krüger

Johannes Speckne

Jonas Altwien

Reporter Hamburg

Guido Behrens

Taromic Kitzinger

Markus Lorenz

Produktion Tag

Tobias Stegmann

Andreas Diebold

Tina Hilberich

Panek, Knuth P.

Andrea Stange

Leserservice

08902060746

Frühjahrsputz: Los geht's!



5 Hausmittel ersetzen eine Droge

Dieser Ratgeber zeigt Ihnen mit über 300 Anwendungstipps und 33 Rezepten auf, wie sich mit Natron, Soda, Essig, Zitronensäure und Kernseife fast alle Drogerie-



Orange Power

Dieses Kraft-Reiniger-Konzentrat ist ein wahres Wundermittel! Es reinigt Backöfen und Textilien und löst leichteste Verschmutzungen auf Böden und an Wänden. Selbst das Entfernen von Wachs, Schuhcreme und Kaugummi



Rain Shock

Mit diesem Wundermittel ist die Reinigung von Glasflächen kein Problem mehr! Glasische und Duschenablässe lassen sich problemlos imprägnieren und Fenster wettler