

Unverwechselbar

Otto-Hahn-Schüler erstellen ihrem Gymnasium ein neues Logo

VON JONAS ROHDE

Göttingen. Mit einem „Corporate Design“ schaffen sich Firmen ein einheitliches und unverwechselbares Erscheinungsbild. Die Schüler des Otto-Hahn-Gymnasiums (OHG) finden, dass auch ihre Schule von einer

professionellen Außenwirkung profitieren kann. Gemeinsam mit einer Rosdorfer Werbeagentur haben sie fünf Logos entworfen, die neben dem Schuleingang und der Website auch Briefbögen oder T-Shirts zieren sollen. Die Schulleitung hat nun das Gewinner-Logo gekürt: Der

Entwurf heißt „Fragmente“ und soll die Vielfältigkeit des Lehrangebots verdeutlichen.

„Unser Ziel war es, der Schule ein unverwechselbares Image zu geben“, erklärt die 18-jährige Karina Neitzel den Lehrern, die für die Logo-Präsentation in den Kunstraum gekommen sind. Gemeinsam mit 20 Mitschülern zwischen 16 und 18 Jahren hat sie im vergangenen „Halbjahr“ fünf Entwürfe erarbeitet, die der Schule zu einem neuen Gesicht verhelfen sollen. Zwei Stunden pro Woche trafen sich die Schüler mit den Agenturchefs Peter Pawlowski und Ralf Kresin. „Wir haben schon alles gemacht. Bis auf Unterricht“, sagt Pawlowski, der das Engagement der beiden Kommunikationsdesigner erklärt. Anstatt der Schule einfach ein Logo zu erstellen, haben sie mit den Lehrern Petra Siebert und Rainer Köster ein Konzept erarbeitet, das die Schüler selbst zu Werbegrafikern macht. So war zu Halbjahresbeginn die

OHG-Inhouse-Agentur „OH-Graphix“ geboren. Und in dieser ging es zu wie in jeder echten Werbeagentur: kreativ und streitbar. „Ich weiß nicht, ob es gut oder schlecht war, dass viele unserer Ideen etwas ausgebremst wurden“, meint die 16-jährige Josefine Marie Kruse. Trotz einiger Konflikte während der Projektarbeit ist sie aber mit der Kooperation zwischen Schülern und Werbe-Profis zufrieden. „Das sind halt Profis, und in einer echten Werbeagentur geht es ja genauso zu“, sagt Kruse.

Der Sieger-Entwurf stammt von den Schülerinnen Karina Neitzel, Janine Gensch und Jule Meyer. Mit ihrer Mischung aus Groß- und Kleinbuchstaben in unterschiedlichen Grüntönen wollten sie vor allem Lebendigkeit und Offenheit symbolisieren. An ihrem Entwurf wird deutlich, dass ein gutes Logo eben nicht nur über die Sprache kommuniziert.



Junge Graphiker: Jule Meyer, Janine Gensch und Karina Neitzel (v.l.) präsentieren ihren Entwurf.

Heller