

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Kunst, Ausgabe: 17

Titel: Ein Logo - logisch (21 S.)

Produktinweis zur »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe«

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus der »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe« der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG*. Den Verweis auf die jeweilige Originalquelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

- ▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 15 Jahren entwickeln erfahrene Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien für verschiedene Reihen der Ideenbörse.

- ▶ Informationen zu den Print-Ausgaben finden Sie [hier](#).

* Ausgaben bis zum Jahr 2015 erschienen bei OLZOG Verlag GmbH, München

Beitrag bestellen

- ▶ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Dokument bestellen** am oberen Seitenrand.
- ▶ Alternativ finden Sie eine Volltextsuche unter www.eDidact.de/sekundarstufe.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet. Eine Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien in Klassensatzstärke zu ziehen bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

- ▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@eDidact.de

✉ Post: Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG
E.-C.-Baumann-Straße 5 | 95326 Kulmbach

☎ Tel.: +49 (0)9221 / 949-204 | 📠 Fax: +49 (0)9221 / 949-377

<http://www.eDidact.de> | <https://www.bildung.mgo-fachverlage.de>

Ein Logo – logisch

4.3.6

Vorüberlegungen

Lernziele

- Die Schüler erfahren, was hinter dem Beruf „Designer“ steckt.
- Sie wissen, was Gebrauchsgrafiken sind.
- Sie erfahren, was hinter dem Wort „LOGO“ steht.
- Sie lernen, wie man ein Logo entwickelt und entwerfen ein fiktives Firmenlogo.

Anmerkungen zum Thema:

Der Mensch hat die Gabe, Schwierigkeiten aus dem Weg zu gehen, der einfache – nicht immer richtige – Weg liegt ihm, besonders wenn es darum geht, sich zu orientieren. Ein Blick muss genügen, um zu wissen, wo es langgeht, wo der Ausweg (Notausgang) ist, ob die Damen- oder Herrentoilette links oder rechts ist oder ob das T-Shirt von Nike oder Adidas ist. Da will niemand lange lesen müssen, besonders im Ausland, wo uns andere Sprachen erwarten, möchten wir Vereinfachungen, also „**Zeichen**“ sehen. Und zum Glück finden wir mit dem passenden „**Zeichen**“ das passende T-Shirt, den richtigen Weg und die richtige Tür für das „Örtchen“. Dank sei den Menschen, die sich eine einheitliche Sprache (**Zeichen**) ausgedacht haben, für uns, die das Einfache lieben.

Man bezeichnet diese Leute als **Designer**.

Ihre wesentlichen Aufgaben sind **Planen** und **Entwerfen**. So werden oft hunderte Vorschläge von ihnen erarbeitet, die alle, außer einem verworfen werden. So entstanden **Bildzeichen** wie das von Mercedes oder Schell, **Wortzeichen** wie das von Siemens, **Buchstabenzeichen** wie das vom ADAC oder auch **kombinierte Zeichen** wie das von Langnese.

Heute differenziert man **Industrie- und Grafikdesign**. Wie die Namen schon ausdrücken, handelt es sich beim Industriedesign um das Planen und Entwerfen unterschiedlicher Produkte für die Serienherstellung. Dies trifft für Branchen wie Mode, Haushalt, Bau, Möbel, Fahrzeuge etc. zu.

Der Grafikdesigner arbeitet dagegen hauptsächlich in den Medien. In den Printmedien gestaltet er das Layout der entsprechenden Zeitung/Zeitschrift, in der Werbung dasjenige der Anzeige, von Prospekten, Plakaten usw. Der Grafikdesigner entwickelt Bildideen, die er mit den Ausdrucks- und Gestaltungsmitteln der Grafik realisiert. Er versucht beim Käufer Impulse zu setzen, Interesse für das Produkt zu wecken.

Mit gebrauchsgrafischen Erzeugnissen wie Zeichen, Plakaten, Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Verpackungen, Briefmarken und Zahlungsmitteln kommen wir ständig in Berührung. Sie sind unentbehrlich, weil oft vereinfacht und deshalb leicht einzuprägen.

So helfen einige Zeichen, sich in fremder Umgebung zurechtzufinden (Wegweiser). Andere wieder markieren etwas oder bezeichnen Hersteller, Besitzer bzw. weisen auf etwas hin (Klettverlag etc.). Zeichen und Farben auf Geldscheinen sind unerlässlich, um beim Einkauf ihren Wert zu unterscheiden. Fernsehgrafik kündigt Programme an und macht neugierig auf einzelne Sendungen.

Alle haben eine Aufgabe, nämlich **Gedanken, Mitteilungen** so sichtbar zu machen, dass die beabsichtigte Wirkung erreicht wird. Charakteristisch für die meisten gebrauchsgrafischen Erzeugnisse ist ihre massenhafte **Vervielfältigung** und **Verbreitung**.

Die Unterrichtseinheit greift das auf, was Schüler oft bewusst, aber meist auch unbewusst tun – sie werben für Marken wie Adidas, Hilfiger, Pitbull etc.

4.3.6**Ein Logo – logisch****Vorüberlegungen**

In den USA oder in Großbritannien hat man dies seit vielen Jahren auch für die Bildung genutzt, es wird für Schulen und Universitäten geworben, und zwar **bewusst**. Namen wie Oxford, Cambridge und Yale tauchen auf T-Shirts und Jacken auf. Auch unsere Schüler werben damit, **unbewusst**, weil es eben „in“ ist.

In der Unterrichtseinheit sollen Schüler ein Logo entwickeln – logisch!

Literatur und Internetadressen zur Vorbereitung:

Büchner, Rainer/ Dehne, Bernd/ Kern, Erika/ Kern, Helmuth/ Niggemeier, Friedhelm/ Schelken, Michael/ Simon, Karl-Heinz/ Rottmann, Karin: Grundsteine Kunst 2, Ernst Klett Schulbuchverlag, Stuttgart 1994

Autorenkollektiv unter Leitung von Prof. Dr. sc. Böhlich, Adolf: Kunst und Umwelt, Volk und Wissen Verlag GmbH, Berlin 1990

Hamm, Ulrich: Farbe-Arbeitsheft, Ernst Klett Schulbuchverlag GmbH, Stuttgart 1995

Homepage zum Thema unter: www.sn.schule.de

Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt: Einstieg – Erinnerung
2. Schritt: Erarbeitung – Visuelle Zeichen
3. Schritt: Experiment – Wiedererkennung von Logoarten
4. Schritt: Erarbeitung – Die Aufgaben des Grafikdesigners
5. Schritt: Praktische Arbeit – Entwicklung eines Logos für eine fiktive Firma
6. Schritt: Praktische Arbeit – Signalwirkung und Bedeutung der Farben
7. Schritt: Praktische Arbeit – Farbe im Logo

Checkliste:

Klassenstufen:	• 9. und 10. Jahrgangsstufe
Zeitangaben:	• 6 bis 8 Unterrichtsstunden
Vorbereitung:	• Magnete besorgen • Folien herstellen (vgl. Texte und Materialien M 1, M 3, M 4, M 6, M 7, M 8) • Arbeitsblätter (vgl. Texte und Materialien M 5, M 10) in Klassenstärke kopieren
Technische Mittel:	• Tafel • Overheadprojektor
Materialien:	• Zeichenpapier DIN A4 • Folienstifte • Folie • Scheren • Magnete • Bleistifte • Bunt- oder Filzstifte • Klebestifte

Ein Logo – logisch

4.3.6

Unterrichtsplanung

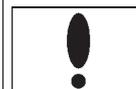
1. Schritt: Einstieg – Erinnerung

- Die Schüler reaktivieren ungewollt gelerntes Wissen.
- Sie zeichnen Firmenlogos aus ihrer Erinnerung.

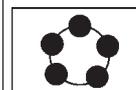


Die Schüler werden in Gruppen aufgeteilt und bekommen unterschiedliche Aufgaben.

Die Schüler, die hintereinander sitzen, bekommen die gleichen Aufgaben. So wird das Zum-Nachbarn-Schauen eingeschränkt und die Schüler erinnern sich wirklich.



Gruppe 1: Zeichnet aus dem Gedächtnis das Symbol von Adidas.
 Gruppe 2: Zeichnet aus dem Gedächtnis das Symbol von Lacoste.
 Gruppe 3: Zeichnet aus dem Gedächtnis das Symbol von Apple.
 Gruppe 4: Zeichnet aus dem Gedächtnis das Symbol von Toyota.
 Gruppe 5: Zeichnet aus dem Gedächtnis das Symbol von Peugeot.



Die Schüler bekommen ein weißes DIN-A4-Blatt und 15 Minuten Zeit, um Entwürfe anzufertigen. Der beste Entwurf soll auf eine Folie gezeichnet werden.

Die Lehrkraft teilt jedem Schüler eine in DIN A7 geschnittene Overheadfolie und einen Folienstift aus.

Zur Ergebnissicherung fertigt die Lehrkraft eine **Folie** „Firmenlogos“ an, auf der tabellenartig am oberen Rand die Logos der Firmen abgebildet sind (vgl. **Texte und Materialien M 1**).

Die Schüler vergleichen somit ihre Arbeiten mit dem Original (*Schülerarbeiten* vgl. **Texte und Materialien M 2**).

Die Lehrkraft stellt fest, dass bei allen Entwürfen Ähnlichkeiten vorhanden sind.



Warum ähneln eure Entwürfe dem Original?

Schülerantworten:

- „Man habe die Zeichen viele Male schon gesehen.“
- „Täglich in der Werbung sieht man Firmenlogos.“
- „Wenn man diese Symbole oft sieht, prägt man sie sich einfach ein.“



Die Lehrkraft macht ein Experiment:

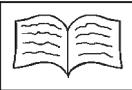
Sie zeigt das **Bild** „*Matthias Grünewald: Auferstehung*“ (vgl. **Texte und Materialien M 3**) mehrmals hintereinander, aber immer nur für kurze Augenblicke. Jetzt fordert sie die Schüler abermals auf, ihre Erinnerung aufzuzeichnen.

Das Gleiche macht sie mit einem „**Logo (nicht existierend)**“ (vgl. **Texte und Materialien M 4**) und lässt auch hier den Vorgang wiederholen.



Sichtlich fällt den Schülern die Erinnerung an das Bild von **M 3** schwerer.

Warum?

4.3.6	Ein Logo – logisch
Unterrichtsplanung	
 	<p>Schülerantworten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Das Bild hat viel zu viele Details.“ • „Die vielen Hell-/Dunkelabstufungen im Bild kann man sich nicht in so kurzer Zeit einprägen.“ • „Das Logo ist einfach und schnell nachmachbar.“ • „Man kann mir ein Logo mit wenigen Linien schneller einprägen.“ <p>Die Lehrkraft fasst am Ende der Unterrichtsstunde zusammen und stellt das neue Thema vor:</p> <p>Firmenlogos müssen einfach, leicht erkennbar und mit wenigen Linien gezeichnet sein, dann prägen sie sich bei wiederholtem Sehen schnell ein.</p> <p>In unserer neuen Unterrichtseinheit wird es eure Aufgabe sein, ein Firmenlogo zu entwickeln. Dazu werdet ihr wichtige Grundschriffe lernen.</p>
   	<h2 data-bbox="308 853 1018 891">2. Schritt: Erarbeitung – Visuelle Zeichen</h2> <div data-bbox="331 954 1382 1003" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>• Die Schüler lernen unterschiedliche visuelle Zeichen kennen und unterscheiden.</p> </div> <p>Die Lehrkraft teilt das Arbeitsblatt „Visuelle Zeichen“ (vgl. Texte und Materialien M 5) aus. Leider sind ihr beim Kopieren alle Begriffe und Darstellungen durcheinander gekommen.</p> <p>Die Schüler bekommen die Aufgabe, das Arbeitsblatt auseinander zu schneiden und die Überschriften, Bilder und Textbausteine neu zu ordnen.</p> <p>Nach entsprechender Zeit werden im Unterrichtsgespräch die Ergebnisse verglichen. Die Ergebnisfolie „Visuelle Zeichen“ (vgl. Texte und Materialien M 6) dient zur Ergebnissicherung. Die Schüler kleben die richtigen Ergebnisse auf ein weißes Blatt.</p>
 	<h2 data-bbox="308 1442 1294 1480">3. Schritt: Experiment – Wiedererkennung von Logoarten</h2> <div data-bbox="331 1543 1382 1626" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>• Die Schüler erfahren, dass ein Logo ein Zeichen ist, das eine Identifikations- und Kommunikationsfunktion besitzt.</p> </div> <p>Die Lehrkraft zeigt auf der Folie „Logoarten“ (vgl. Texte und Materialien M 7) Details von Logos.</p> <p>Die Schüler sollen anhand der „Bruchstücke“ eines Logos diese erkennen und erklären, woran sie sie erkannt haben.</p> <p>Beispiel:</p> <div data-bbox="576 1839 762 2000" style="text-align: center;">  </div> <p>Wiedererkennung: gelbe Farbe („Gelbe Engel“), Buchstabenformat</p>