

Nel 1993 il Senato Berlese bandì un concorso a inviti per disegnare un logo che potesse promuovere una nuova identità urbana, da utilizzare nelle stampe ufficiali, al posto del vecchio logo già impiegato per 25 anni. MetaDesign sviluppò un progetto flessibile, non basato su prescrizioni e vincoli, ma su un sofisticato sistema di elementi e di segni, che prevedono l'icona di una spirale, come segno generatore, una famiglia di caratteri sviluppati ad hoc, il "Berlina", una gamma cromatica ove predomina un tradizionale rosso, un insieme di simboli relativi ai diversi distretti della città ricavati da quelli utilizzati dall'arma dei distretti stessi, da apporre sulla segnaletica stradale come ulteriore fattore identificativo delle aree urbane.

In realtà il concorso aveva proclamato un altro progetto vincitore, che prevedeva come logo una foglia di tiglio, ma il Senato contattò successivamente MetaDesign, classificatisi terzi, per assegnargli il progetto esecutivo, con l'esplicita richiesta di disegnare un nuovo logo per la capitale che avesse una immagine della Porta di Brandeburgo, meglio conosciuta all'estero ed immediatamente connessa all'immagine di Berlino.

Il logo sviluppato da MetaDesign è basato su un contrasto figura-fondo, nella quale si distingue una immagine schematica della Porta, con la scritta "Berlin".

Il nuovo simbolo è stato usato per la prima volta dal Berliner Tourismus Marketing GmbH (BTM), una società pubblica costituita per sviluppare il turismo cittadino.

Contemporaneamente cominciava anche a prendere forma un altro progetto, sviluppato sempre da Spiekermann di MetaDesign per la BVG, l'azienda dei trasporti pubblici berlinesi, articolato in una vasta gamma di pittogrammi, di segnaletica direzionale, di mappe diagrammatiche delle reti, ecc.

L'immagine della città di Berlino, nella complessa operazione grafica messa a punto da MetaDesign, non è più quella di un'autorità distante dai cittadini, ma è l'espressione del processo di emergenza della capitale tedesca.

Il progetto di identity di una città pone in essere un rapporto particolare tra grafica ed architettura ovvero tra grafica e città. Non si tratta solo di integrazione di un sistema di segnaletica particolare in un contesto, ma di una più profonda ed intima connessione, che incorpora nella grafica quegli elementi distintivi di una comunità, interpetrandone lo spirito e le aspirazioni.

Abbiamo chiesto, pertanto, di descrivere il progetto di Identity di Berlino a B. Schmidt, componente del gruppo MetaDesign.

In ultimo abbiamo accluso le immagini relative alla nuova segnaletica dell'aeroporto di Düsseldorf realizzata sempre da MetaDesign a seguito di un devastante incendio avvenuto nell'aprile del 1996. Il progetto si è basato su alcune considerazioni chiave relative alla facilità di movimento, alla facilità di lettura, alla chiarezza dei messaggi.

MetaDesign's projects for Berlin, are very important to create the new image of the city. First of all the project for Berlin Identity, articulated in different levels: the logo with Brandenburg Gate, the city signals, the posters and brochures for Berlin Tourismus Marketing GmbH (BMT); than the other project for Berlin Public Transport (BVG). Could you explain this complex machine of visual communication and the whole articulation of these projects?

You should differentiate between the two projects: 1) identity for berlin; 2) berlin public transport. They do not interfere with each other.

### 1. Identity for Berlin

What you can see on city signs and other samples like brochures berlin was developed in phase one which was an international competition. In this MetaDesign developed a new sign for the town, which expresses the growth and the future development. A single logo in a traditional way would not be able to express this development as far as we saw it. That's why we took a spiral which could be a fingerprint, a snail-shell etc. Beside this we developed signs which were abstract versions of heraldic signs of the different parts of the town. It would help people to find out easily in which part of town they

Logo della città di Berlino con la Porta di Brandeburgo.



are. Of course this is a system which needs to be learnt but a town always is a complex thing and you won't understand it without learning.

The competition ended like lots of them end: the jury was not able to take the decision for a winner. So there was a second winner: the leaf of the linden-tree as a logo (you know that we have the *strasse unter den linden*, a well known boulevard), MetaDesign was the third winner with the system as described above.

What I forgot to mention: the briefing said, don't develop anything which could remind of the past, think of the great future.

Half a year later the Berlin Senat knocked on our door. The linden-leaf was cancelled because it was already taken by Leipzig and Lindau at the lake Constance.

They asked us to develop a new sign, based on the Brandenburg Gate. A completely different briefing. We created lots of Brandenburg Gates, a colour scheme and a typeface and took the tourism board as the first user of the new Berlin identity, we took them as a pilot project to prove that the concept works.

## 2. Berlin Public Transport:

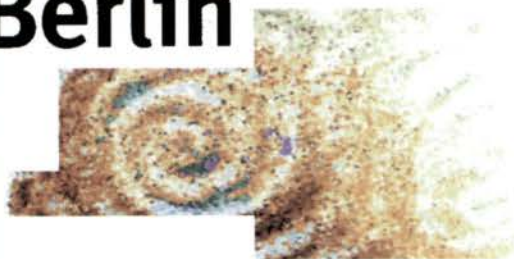
That project started when the wall fell and BVG needed to inform passengers in both parts of Berlin about the public transport and the new surrounding which they could experience.

*In the images created for the identity of a city, the community have to recognize itself. Which is MetaDesign approach to an identity project?*

Together with the leading people inside a company we find the words and expressions which describe the identity and the vision, we ask employees and target groups from outside what their picture is. On moodboards we compose images to what we see as a visual interpretation of the words. In a next step we create basic elements of the visual identity, define a tonality and so on. This is one way to do it. It needs of course at least one workshop to do that. How it does not work: if somebody asked us to create a logo and we would design a supermarket of logos and we go into a discussion about taste.

*Logo della città di Berlino con l'icona della spirale.*

**Berlin**



**Berlin**



**Berlin**



**Berlin**