

VORWORT



Es ist ein Leichtes, Design als irrelevant für Politik zu bezeichnen, aber auf eine bestimmte Art und Weise sagt dieses Poster, das 1948 für den Deutschen Marshall Fund entworfen wurde, mehr als tausend Worte. Die Darstellung Europas als gemeinsames Anliegen, das allein durch die Bündelung der Kräfte seiner Mitglieder vorangetrieben wird, ist wohl die ausdrucksstärkste Stellungnahme zu Europa, die jemals gemacht wurde. Jede mögliche Missinterpretation Europas wird augenblicklich in das richtige Licht gerückt: kein einzelner Staat auf Kosten der nationalen Identitäten, keine Einebnung der kulturellen Unterschiede, kein bedauerlicher Verlust der Vielfalt etc. Das Schiff als Sinnbild für die europäische Idee ist ein perfektes Symbol, nur selten ist es seither gelungen, den Europagedanken in ähnlicher Präzision bildlich festzuhalten.

Man könnte sogar einen Schritt weitergehen: vielleicht gibt dieses Bild mehr als nur einen vorgefassten Plan wieder, vielleicht hat es sogar mitgeholfen, diesen zu formen, und hat durch dieses Zutun einen Beitrag zur Konzeption von Europa geliefert, welcher, wäre er nur in Worte gefasst, niemals die gleiche starke Wirkung entfaltet hätte. Vielleicht liegt darin die Bedeutung des Designs...

Reinier de Graaf

Das Logo des österreichischen EU-Vorsitzes ist eine Weiterentwicklung eines Entwurfes aus dem Jahr 2001. Die Fahnen der EU-Mitgliedsstaaten fügen sich zu einem gemeinsamen Symbol und stellen so Europa als Summe seiner kulturellen Vielfalt dar. Österreich nutzte dieses Symbol nun erstmals offiziell als Logo für seinen EU-Vorsitz 2006.



EUROPA IM BLICK

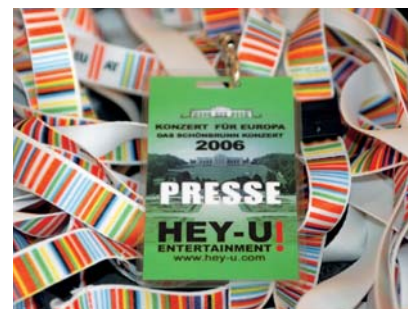
DAS LOGO IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Am Heldenplatz bot das Zelt im Koolhaas-Design den passenden Rahmen für die Ausstellung „Bilder Europas“: Sie wurde anlässlich des österreichischen Ratsvorsitzes nach Wien geholt und führte durch die Geschichte des Kontinents von den Dinosauriern bis in die Gegenwart – und noch weiter in die Zukunft.



Besonders in Zeltform setzte das Logo einen unübersehbaren Akzent im architektonischen Ensemble des Heldenplatzes. Ca. 40.000 Besucher folgten dem Ruf und besuchten die Ausstellung „Bilder Europas“.





Die Projektion auf der Fassade des Café Landmann im Herzen Wiens lud zum „Konzert für Europa“ im Schlosspark von Schönbrunn. (Aufgrund der schlechten Witterung wurde das Konzert am 30. Juni nachgeholt.)



Das Logo brachte Farbe ins Stadtbild: besonders symbolträchtig an der gläsernen Verbindung zwischen den beiden Gebäuden des Ministeriums für auswärtige Angelegenheiten.



Als Fahne markierte das Logo zahlreiche Veranstaltungsorte von Konferenzen, Gesprächen, Installationen und Ausstellungen und verankerte so das Thema EU-Ratsvorsitz im Blick der Öffentlichkeit.





Das Logo verweist als auffallende bunte Fläche am Flughafen Wien-Schwechat und an Autobahnbrücken auf internationale Verbindungen und lädt ein, gemeinsam den Weg in Europas Zukunft zu gehen.





Das Logo wird mobil und kommt auf einer Taurus-Lok der ÖBB durch ganz Europa.





Das Decken-„Fresko“ im Flughafen Wien bewies: Unter Europas Dach ist Raum für Vielfalt.



EUROPA IM KONTAKT

DAS LOGO IN WERBUNG
UND KOMMUNIKATION

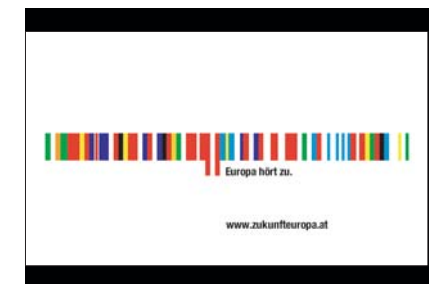
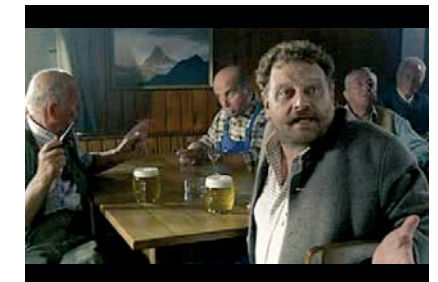
Das Logo bildete einen integralen Bestandteil der Plakatkampagne, nach rechts verlängert um einen roten Balken: Gemeinsam mit einem weißen Bildelement verwies das Logo so auf das Land des Ratsvorsitzes.



Die Plakatkampagne wurde in ganz Österreich an knapp 2.000 Stellen affiziert und zog Bilanz darüber, wie Österreich in den ersten 10 Jahren von der EU-Mitgliedschaft profitiert hat.



Zwei Fernsehspots, jeweils in einer Kurz- und Langfassung zu 60 bzw. 30 Sekunden, sollten auf humorvolle und informative Weise die EU-Skepsis ironisieren und zum ändern aufzeigen, was 10 Jahre EU den Österreichern gebracht haben. Zudem sollte der Dialog mit den Bürgern über www.zukunfteuropa.at sowie das Europatelefon angekurbelt werden.





Auch die Anzeigen dienen dem Ziel, die Bürger in einen kritischen Dialog über die EU zu holen. Denn jede Meinung ist wichtig, gehört zu werden.

Konferenzprogramme, Medienhandbücher und eine Informationsbroschüre zum Land des Ratsvorsitzes im ersten Halbjahr 2006: Das Logo sorgte an prominenter Stelle für einen ebenso einheitlichen wie gestalterisch hochwertigen Auftritt. Unter anderem wurden 4.000 Medienhandbücher und 70.000 Broschüren verteilt.



Auf www.zukunfteuropa.at wurde das Logo als interaktives Steuerungselement eingesetzt: Hinter den einzelnen Landesflaggen verbargen sich Informationen zu Kultur und Alltag im jeweiligen Mitgliedsland. Darüber hinaus bot die Seite Spiele, Statements von Prominenten und weitere Zugänge zum Thema EU. Dabei wurde besonderer Wert auf Verständlichkeit und unterhaltsame Leichtigkeit gelegt, als Ergänzung zu www.eu2006.at, der offiziellen Seite des Bundeskanzleramtes zum Ratsvorsitz.

Letztere verzeichnete ca. 31 Millionen Zugriffe, www.zukunfteuropa.at etwa 150.000 Besuche mit knapp 8 Millionen Zugriffen.

Außerdem wandten sich rund 3.500 Österreicherinnen und Österreicher an das Europatelefon; über 1.000 weitere nahmen an der Aktion der Bundesregierung „Europa hört zu“ teil und äußerten ihre Vorstellungen und Meinungen zur Zukunft Europas.



Die Installation „PEACE vermutet – Europa in 50 Jahren – der elektronische Speaker’s Corner am Ballhausplatz“: Hier konnten Bürger ihre persönlichen Kommentare zu 25 Thesen europäischer Denker über die Zukunft Europas abgeben – natürlich trug auch diese Installation das Logo, diesmal ringförmig.

Die Installation bestand von 8. Jänner bis 30. Juni 2006 und war auch über www.diepresse.com/vermutet zugänglich. Allein bis Anfang Juni verzeichnete der Speaker’s Corner rund 90.000 Zugriffe und knapp 2.000 Reaktionen aus der Bevölkerung.

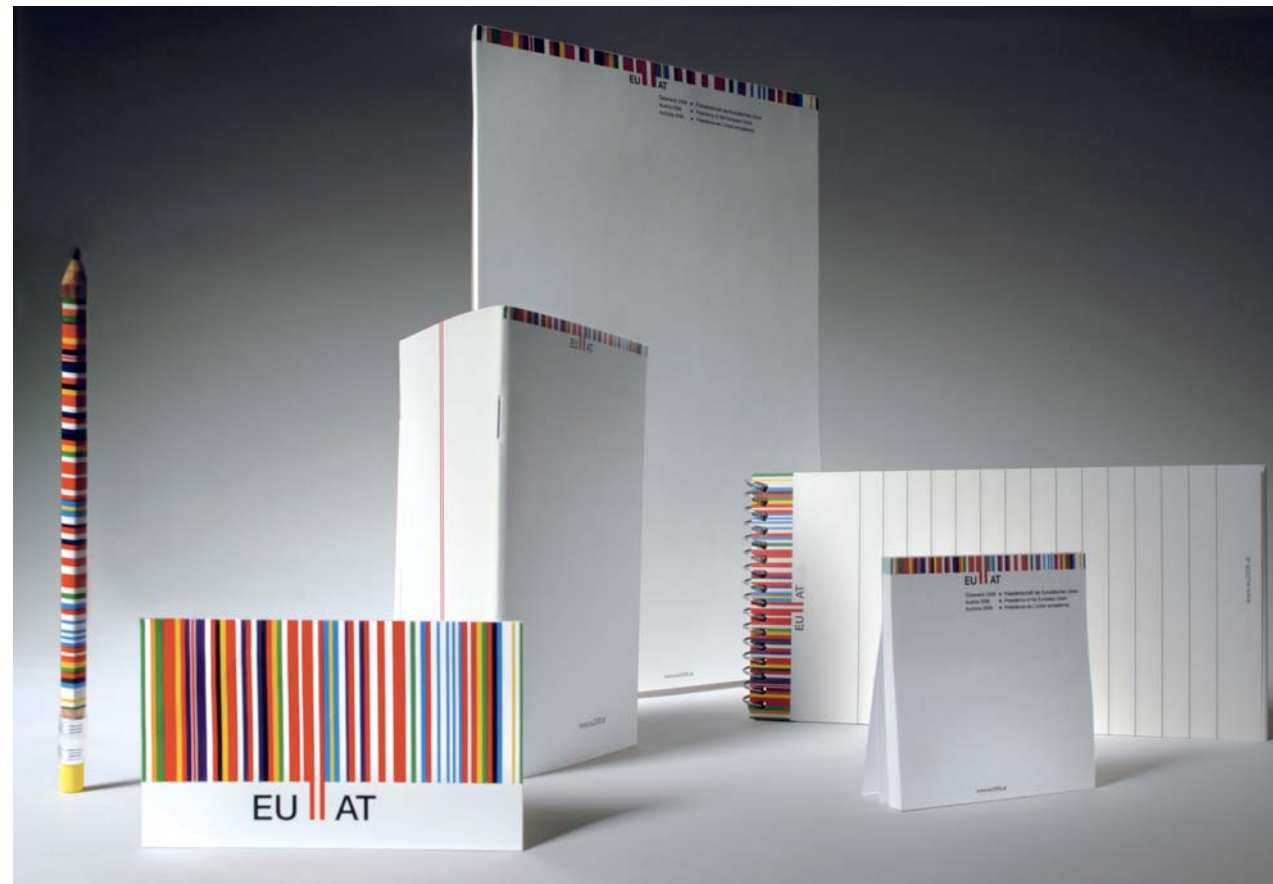


EUROPA IM GRIFF

DAS LOGO AUF GEBRAUCHSGEGENSTÄNDEN

In mannigfaltigen Einsätzen auf unterschiedlichsten Gegenständen schuf das Logo optischen Zusammenhalt und sorgte für hohe Wiedererkennbarkeit. Unter anderem wurden 40.000 Aufkleber, 45.000 Armbänder, 140.000 Anstecknadeln, 160.000 Bleistifte und

über 20.000 weitere Artikel verteilt. Mitglieder der Bundesregierung, österreichische und ausländische Diplomaten und weitere Interessierte trugen und verwendeten sie und wurden so zu Botschaftern des europäischen Gedankens.

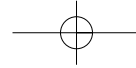




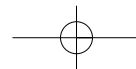
EUROPA IM GESPRÄCH

DAS LOGO BEI KONFERENZEN
UND GIPFELGESPRÄCHEN

Eine besondere Herausforderung bildete der eigentliche Inhalt des Ratsvorsitzes. Denn das Logo musste hier, im Arbeitsumfeld internationaler Zusammenkünfte, seine Aufgabe ebenso gut erfüllen wie in Anzeigen oder auf Gebrauchsgegenständen.

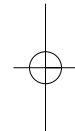
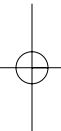
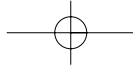


Das Logo sorgte dank seiner auffallenden Farbgebung für einen sowohl einheitlichen als auch einprägsamen Gesamteindruck.



Bei öffentlichen Anlässen war das Logo stets markant präsent und stellte für alle Aktivitäten des Ratsvorsitzes die Verbindung zum Ganzen her.





Impressum:

Konzept und Grafik:
PKP proximity
Guglgasse 7-9
1030 Wien

Bilder:
Pilo Pichler bei connyschmeller.com
Hopi Media
Bundespressediens

Medieninhaber (Verleger):
Bundeskanzleramt/Bundespressediens I/5
Ballhausplatz 2
1040 Wien

Litho:
austrian data base
Guglgasse 7-9
1030 Wien

Druck:
Stiepan Druck GmbH
Hirtenbergerstraße 31
2544 Leobersdorf

