

Faszination Musik

The Fascination of Music

Sir Simon Rattle, der innovative Chefdirigent aus Großbritannien, geht bei den Berliner Philharmonikern neue Wege. Das von MetaDesign entwickelte Corporate Design macht seinen Anspruch sichtbar: offen, von großer Ausdrucksvielfalt und unverwechselbar. So wie das Orchester, seine Musik und das Haus.

Sir Simon Rattle, the innovative conductor of the Berlin Philharmonic, is blazing new trails with the orchestra. The corporate design system developed by MetaDesign – open, expressive and unmistakable – gives visual form to Sir Simon's goals while capturing the character of the orchestra, its music and its home – the famous Philharmonie building.

Die Berliner Philharmoniker sind eines der besten und berühmtesten Orchester der Welt. Seit ihrer Gründung im Jahre 1882 bestechen sie durch ihre künstlerische Perfektion und eine einzigartige Spielkultur. Aber auch vor der Musik macht die Zeit nicht Halt. Zur Spielzeit 2002/2003 wurden die Berliner Philharmoniker in eine Stiftung umgewandelt, die Gestaltungsfreiräume, wirtschaftliche Stabilität und damit Verlässlichkeit bietet. Gleichzeitig stellt sich das Orchester dem größten Problem des Klassikbetriebs: junge Menschen für diese Form der Musik zu begeistern. Gemeinsam mit dem Orchester hat sich Sir Simon Rattle auf den Weg gemacht, das Haus zu öffnen und neue Impulse zu setzen: „Sonst haben wir es nicht verdient zu überleben.“ Mit ausgedehnten Programmen für Schüler und Jugendliche wollen die Berliner Philharmoniker ein Stammpublikum heranziehen, das gern ins Haus kommt und auf lange Sicht der Musik wieder jene selbstverständliche, begeisterte Aufmerksamkeit widmet, die ihr eigentlich gebührt.

Das Bild der Berliner Philharmoniker soll vielschichtiger werden. Es gilt, das bisherige Konzertpublikum zu binden und gleichzeitig neue Konzertgänger zu gewinnen. Über die klassischen Werte Tradition, Kontinuität, Klarheit und Erfolg hinaus soll das Image verjüngt werden: modern, weltoffen und jugendlich. Das entspricht auch der Realität im Orchester, das in den letzten Jahren wesentlich jünger geworden ist. Bei so grundlegenden Veränderungen ist es konsequent, das mit einem neuen Design zu verbinden. MetaDesign hatte dazu die Idee, Vorhandenes zu nutzen. Es musste nur sichtbar gemacht werden: die Menschen und die einmalige Architektur der Berliner Philharmonie mit vielen faszinierenden Details.

Das Pentagon als Zeichen für spannungsvolle Harmonie bildete für Hans Scharoun die Basis seiner architektonischen Entwurfsidee. Mensch, Raum und Musik werden symbolisch in drei ineinander verschränkten Pentagonen verbunden. Dieses Zeichen bildete seit Anbeginn die Marke der Berliner

Philharmoniker. MetaDesign entschied sich dafür, diese Bildmarke beizubehalten. Zusammen mit der neuen Wortmarke, deren typografischer Charakter Klarheit, Selbstbewusstsein und Kontinuität ausdrückt, entstand ein die neue Ausrichtung vermittelndes Logo. Das Pentagon als Gestaltungsprinzip bildet die visuelle Klammer für alle Kommunikationsmittel on- und offline.

Die Hausfarbe Goldgelb bezieht sich direkt auf die Farben des Gebäudes. Das Farbklima wurde aus dem reichen Farbspektrum der Fenster abgeleitet. Rot steht für symphonische Konzerte, Blau für Kammermusik, Grün für das Education-Programm für die Zielgruppen Schüler, Jugendliche, Lehrer und Eltern. Ein natürlicher Bildstil stellt die Personen in den Mittelpunkt des Geschehens: nah, sympathisch und ansprechend. Lebendige Fotos erzählen Geschichten.

Das Corporate Design spiegelt den neuen Geist des Hauses in seiner ganzen vielfältigen Ausdrucksform adäquat wider. Es soll dabei helfen, den Zugang zur Musik zu erleichtern und Barrieren sowie Hemmschwellen abzubauen. Die Umsetzung reicht vom Programmheft und der Konzertkarte über Fahnen, Plakate bis zu Pressemappen und der neu gestalteten Website www.berliner-philharmoniker.de.

Selten hat den Gestaltern bei MetaDesign ein Projekt so viel Spaß gemacht. Sir Simon Rattles Begeisterung für die Musik und die Aufbruchstimmung der Philharmoniker – all das übertrug sich auf das Design-Team. Die Ergebnisse spiegeln das wider, wie der SPIEGEL anlässlich des Antrittskonzerts von Sir Simon Rattle am 7. September 2002 berichtete: „Zur Feier des Tages werden am Wochenende rund um Scharoun's berühmte ockergelbe Konzertschachtel erstmals über 30 farbenfrohe Fahnen wehen ...“



The Berlin Philharmonic is one of the finest and most acclaimed orchestras in the world. Since it was founded in 1882, it has captivated audiences with its artistic perfection and unique musical culture. But times change, even for music. For the 2002/2003 season, the Berlin Philharmonic was given the legal form of a foundation in order to ensure creative freedom, economic stability and reliability. At the same time the ensemble tackled one of the biggest challenges facing the classical music business: generating enthusiasm among young people for this form of music. Together with the orchestra, Sir Simon Rattle created more open structures and provided new impulses for the institution: "Otherwise we would forfeit our right to exist." With an extended program for schoolchildren and young people, the Berlin Philharmonic hope to attract a regular audience that enjoys coming and will give the music the enthusiastic response it deserves.



The Berlin Philharmonic wanted to present a more complex image of itself, not only strengthening its ties with previous audiences but reaching out to new ones too. Its image, largely colored by the classic values of tradition continuity, clarity and success, needed rejuvenating to make it modern, cosmopolitan and young. In fact, these new attributes match the real development of the orchestra, which has grown considerably younger over the last few years. It was only logical to express such fundamental changes in a new visual identity. MetaDesign had the idea of building on existing design elements. It only had to incorporate the people and the unique architecture of the Philharmonie, with its many fascinating details, into a novel design.

The Philharmonie, designed by Hans Scharoun, is based on the pentagon – a symbol of harmony in tension. Three overlapping pentagons symbolically unite people, space and music. This geometric form has long been an essential aspect of the Berlin Philharmonic brand. MetaDesign decided to keep the pentagon as a symbol. It developed a new word mark with a typography that expresses clarity, self-confidence and continuity. Together they form a logo that conveys the new orientation of the orchestra. The pentagon, as the central motif of the design principle, serves as a visual framework for all means of communication both online and off.

The primary color – gold-yellow – is a direct allusion to the yellow facade of the famous building. The color palette was derived from the rich range of window colors: red stands for symphonic concerts, blue for chamber music, green for the educational program targeting students, young people,



teachers and parents. A photographic style was chosen that presents people at the center of events: close-up, likeable and appealing. Lively photographs tell stories.

The corporate design concept reflects the new spirit of the orchestra with its rich forms of expression. It will allow people to relate to the music and help them surmount prejudices and other barriers. Corporate design applications include the concert program, tickets, flags, posters, press folders and the newly designed website www.berliner-philharmoniker.de.

MetaDesign's creative staff have rarely had so much fun working on a project. Simon Rattle's enthusiasm for music and the sense of setting off for new frontiers at the Philharmonic – all these things infected the design team and show in the final product. As the magazine SPIEGEL wrote when Sir Simon Rattle gave his inaugural concert on 7 September 2002: "To celebrate the occasion, over 30 colorful flags will fly at Scharoun's famous ocher concert hall on the weekend ..."