



## Klare Form und aktive Farbe

Die Gemeinde Sins modernisiert ihr Erscheinungsbild. Das neue Logo ist geprägt durch einen einfachen Schriftzug und die rote Farbe. Mit dem neuen Logo soll Sins als Marke erkennbar sein.

Firmen und Organisationen suchen unverwechselbare Auftritte. Sie wollen sich ihren Kunden und der Öffentlichkeit einprägen, sie wollen positive Eindrücke und Gefühle vermitteln. Seit einigen Jahren legen auch Regionen und Gemeinden grösseres Gewicht auf einen gepflegten und eigenständigen Auftritt. Dazu sind mehrere Instrumente nötig. Das zentrale und sichtbarste ist das Logo, das in der Regel den Namen in sorgfältiger grafischer und farblicher Gestaltung enthält.

Auch der Sinsler Gemeinderat verstärkt die Öffentlichkeitsarbeit, damit die Gemeinde in ihrer Vielfalt positiv wahrgenommen wird. So hat er unter anderem beschlossen, den Auftritt der Gemeinde zu überarbeiten. Das Ergebnis liegt nun vor: An die Stelle des bearbeiteten Wappens tritt ein rot dominiertes Viereck, das weniger amtlich erscheint. Der Gestalter umschreibt das Logo so: «Es hat eine klar gefasste Form. Die Schrift bricht aus der Form heraus und zeigt Offenheit. Die beiden S sprengen die Form. Es entsteht das Wort «in» in der Mitte. Das sagt zweierlei aus: Starker Kern und Offenheit gegen aussen.» Das Original-Wappen bleibt als heraldisches Zeichen erhalten.

### Rot ist aktiv

Das Logo kann in verschiedenen Farben verwendet werden. Es ist überall dort in rot gehalten, wo es sich um Drucksachen und Präsentationen der politischen Gemeinde handelt, also bei Briefen, Broschüren, Beschriftung von Gemeindehaus und andern Gemeindebauwerken und Einrichtungen. Rot ist eine aktive Farbe, mit ihr verbinden wir Vorstellungen von Kraft und Leidenschaft, von Blut und Herz.

### Zeitlose Schrift

Im Logo bildet das Wort Sins die Basis. Es ist mit Kleinbuchstaben geschrieben. Die gewählte Schrift ist modern und gleichzeitig zeitlos. Entwickelt hat sie der Schweizer Adrian Frutiger, der zu den wichtigsten Schrift-Designern der Nach-

kriegszeit gehört und bekannt ist für sein vollendetes handwerkliches Können. Diese Schrift ist künftig auch die «Hauschrift» der Gemeinde, das heisst Briefe und andere Schriftstücke sind künftig in dieser Schrift geschrieben.

### Klare Vorgaben

Nachdem der Gemeinderat die Erarbeitung eines neuen Logos beschlossen hatte, formulierte die Marketingkommission den Auftrag an die Gestalter, in dem unter anderem steht: «Das Logo ist Teil der Marketingmassnahmen, um die «Marke Sins» zu entwickeln. Es soll alle öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten bündeln und diese besser zur Geltung bringen. Das Logo soll als Erkennungszeichen angewendet werden können». Und zum Stichwort Botschaft: «Sins ist auf dem Weg, ist unterwegs, entwickelt sich. Die rasche Entwicklung bewegt die Men-

schen, sie bewegt die Einrichtungen innerhalb der Gemeinde und nach Möglichkeit nach aussen».

### Den Favoriten suchen

Im Einverständnis mit dem Gemeinderat entschied die Marketingkommission, in dieser Sache mit dem einheimischen Künstler René Villiger und seiner Agentur A4 in Rotkreuz zusammenzuarbeiten. Zuerst erarbeitete der Gestalter Patrik Frei eine grössere Zahl von Ideenskizzen, aus denen eine Auswahl getroffen wurde. Dann präsentierte die Agentur A4 der Marketingkommission die Entwürfe. Zusammen mit Vertretern des Gemeinderates und der Schulpflege und Schulleitung folgte darauf eine ausführliche Diskussion. Recht bald zeigte sich das heute vorgestellte Logo als Favorit. Daraufhin erarbeitete der Gestalter die verschiedenen notwendigen Anwendungen, zum Beispiel das Briefpapier, die Titelseiten von Broschüren, die Ortseingangstafeln oder die Website.

### Gespür fürs Passende

Bei seiner Arbeit suchte der Gestalter nach Vorschlägen, welche die beabsichtigte Botschaft vermitteln und die gefallen. In unserem Fall hiess das: Das Logo soll zeitlos, einfach und variabel sein. Wichtig für die gestalterische Entwicklungsarbeit sind «Auge und Gespür des erfahrenen Fachmanns» wie es René Villiger ausdrückt. Er schildert das einem Beispiel: «Den definitiven Platz des i-Punkts im roten Logo findet man nicht mit dem Massstab. Wir haben den Punkt so lange auf und ab geschoben, bis wir – für unser Auge – den richtigen Ort fanden. Ist er zu nahe, entsteht der Eindruck des Buchstabens l, ist der Punkt zu hoch, fliegt er herum». In gleicher Art erfolgte der Entscheid für die Farbe aus den vielen Rot-Varianten.

### Mehrdeutiges Grafikelement

Der Gestalter hat zusätzlich zum Logo ein grafisches Element entworfen. Es ist eine

freie Form des Sinsler-S. Das S erinnert an Wasser, an die Reuss, an einen Weg, an Bewegung oder ganz einfach an den Ortsnamen Sins. Platziert ist dieses grafische Element auf der unteren Hälfte des Briefpapiers, auf den Titelseiten von Broschüren und auf den drei Tafeln an den Ortseingängen. Es ist ein untergeordnetes dekoratives Element.

### Einheitlicher Auftritt der Schule

Eine besondere Rolle spielt das Logo für die Schule. Es zeigt wieder den Namen Sins als Basis, allerdings ohne i-Punkt. Stattdessen enthält der obere Teil drei Symbole aus der Welt der Schule: Die Buchstaben a, b und c, sind so angeordnet, dass daraus ein lachendes Gesicht wird. Die «Hausfarbe» der Sinsler Schulen ist orange. Auch diese Farbe strahlt Kraft, Dynamik und Energie aus. Angewendet werden soll dieses Logo überall dort, wo die Schule nach aussen auftritt, also in den Medien, bei Einladungen und Ankündigungen sowie bei Reglementen.



### Passt zur Gemeinde

Nach den intensiven Arbeiten der vergangenen Monate beurteilt René Villiger das Ergebnis positiv: «Das neue Logo ist schön und klar, Form und Schrift sind einfach, es ist leicht wieder erkennbar, bietet viele Variationsmöglichkeiten und passt insgesamt sehr gut zur Gemeinde Sins, die sich stark weiter entwickelt».

Alfons Croci



Die «Baumeister» des neuen Logos der Gemeinde Sins beim Evaluieren des bestmöglichen Signetes (v.l.): Kommunikationsberater Alfons Croci Sins, Patrik Frey vom Atelier A4 Rotkreuz und der Sinsler Künstler René Villiger.  
Bild: rico