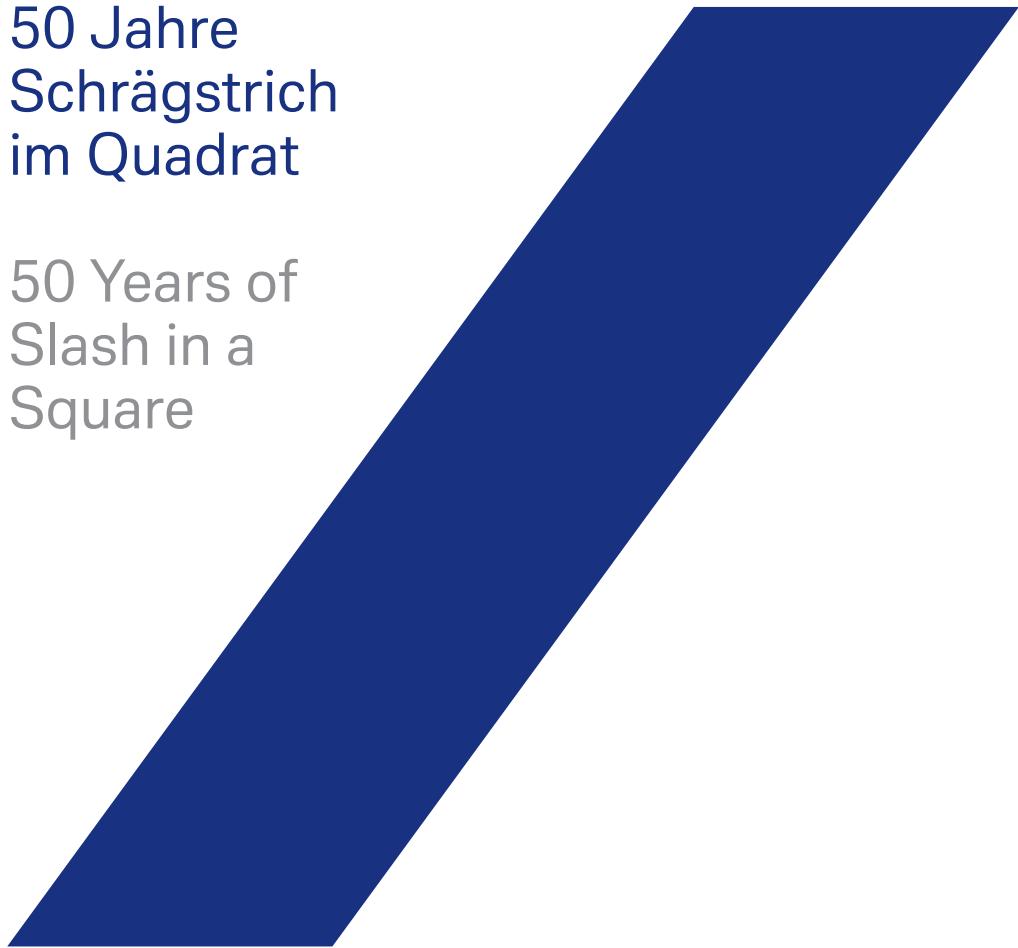


50 Jahre
Schrägstrich
im Quadrat

50 Years of
Slash in a
Square



50 Jahre Schrägstrich im Quadrat
50 Years of Slash in a Square

50 Jahre Schrägstreich im Quadrat

Herausgegeben von
Jens Müller und Christian Rummel

50 Years of Slash in a Square

Edited by
Jens Müller and Christian Rummel



A. Stanislawski 1977

Inhalt

- 6 Vorwort der Herausgeber
- 9 Die Firmenzeichen der Deutschen Bank von 1870 bis 1973
- 35 Auf dem Weg zum „Schrägstrich im Quadrat“
- 55 Quadrate, Schrägstiche und die Frage nach Originalität im Logodesign
- 65 Stankowski + Duschek und der Weg vom Logo zum Erscheinungsbild
- 75 Das Re-Design der Deutschen Bank von 1974 im Kontext der Zeit
- 87 Gestaltungsvisionen für die visuelle Zukunft der Deutschen Bank
- 99 Rationale Revolution: Anton Stankowski und sein Einfluss auf die Kunst der Gegenwart

- 123 Anmerkungen
- 127 Werkliste
- 129 Bildnachweis / Copyrights
- 130 Autorinnen und Autoren

Contents

- 6 Introduction by the editors
- 9 Deutsche Bank's logos from 1870 to 1973
- 35 The journey to the 'slash in a square'
- 55 Squares, diagonals and the question of originality in logo design
- 65 Stankowski + Duschek and the journey from logo to corporate design
- 75 Deutsche Bank's redesign in 1974 within the context of the times
- 87 Design visions for Deutsche Bank's visual future
- 99 Rational revolution: Anton Stankowski and his influence on contemporary art

- 123 Notes
- 127 List of works
- 129 Picture credits / Copyrights
- 130 Authors

Anton Stankowski, Zeichen
der Deutschen Bank, Rahmen/
Konstruktion, 1973.

Anton Stankowski,
logo of Deutsche Bank,
Frame/Construction, 1973.

Vorwort der Herausgeber

Ikonisch und zeitlos: Wenn das Logo eines global agierenden Unternehmens über 50 Jahre unverändert eingesetzt wird und dabei sowohl inhaltlich – von seiner Aussagekraft her – als auch gestalterisch nicht an Relevanz und Aktualität verliert, sind diese Attribute mehr als berechtigt.

Ohne die Weitsicht des damaligen Vorstands der Deutschen Bank wäre die Wahl auf ein anderes Logo gefallen. Im Jahr 1973, als sich die Lösung von Anton Stankowski in einem Gestaltungswettbewerb durchsetzte, gehörte auch Mut dazu, sich für einen derart eigenständigen und avantgardistischen Entwurf zu entscheiden. Erstmals zeigt die vorliegende Publikation sämtliche 140 Entwürfe aus diesem Wettbewerb öffentlich.

Weitere wichtige Aspekte, die im Folgenden beschrieben werden, sind der Kontext, in dem der „Schrägstrich im Quadrat“ entstand, und seine Entstehungsgeschichte. In den gut 100 Jahren vor seiner Einführung waren der Kaiseradler und die Buchstaben D und B in einem Oval die prägenden Zeichen der Deutschen Bank gewesen – entsprechend groß und wegweisend war der Sprung zum „Schrägstrich im Quadrat“. Daher widmet sich dieses Buch auch der Einordnung des Logos in die Designentwicklung der 1970er-Jahre sowie seiner Anwendung in den vergangenen 50 Jahren.

Es ist bemerkenswert, dass das Zeichen im analogen Zeitalter entstand und die Digitalisierung der Welt ohne die geringste Überarbeitung überstand. Das können nur wenige Logos von sich behaupten, denn

Introduction by the editors

Iconic and timeless: if a multinational corporation's logo is used unchanged for more than 50 years and, in doing so, loses none of its relevance or modernity in terms of both its content – i.e. the power of its message – and its design, then these attributes are more than justified.

Had Deutsche Bank's management board at the time not been so farsighted, a different logo would have been chosen. Back in 1973, when Anton Stankowski's solution won a design competition, it took a good deal of courage to pick such a distinctive and avant-garde design. This book shows all 140 designs from this competition publicly for the first time.

Further key aspects described hereafter are the context within which the 'slash in a square' evolved and the story of its creation. During the 100 or so years before this logo was introduced, the German imperial eagle and the initials D and B within an oval had served as Deutsche Bank's principal logos – which made the bold decision to adopt the 'slash in a square' all the more momentous and groundbreaking. This book therefore places the logo within the design context of the 1970s and documents how it has been used over the past 50 years.

It is remarkable that the logo was created in an analogue age and yet has managed to survive in a digital world without the slightest modification. Very few logos can claim to have achieved this

meist verlangt ihre Anwendung auf digitalen Bildschirmen und Displays von Smartphones die Reduktion auf ein sogenanntes Flat Design – der „Schrägstrich im Quadrat“ war bereits auf die so erforderliche Weise minimalistisch und zweidimensional angelegt. In seiner Prägnanz und gestalterischen Qualität steht er in einer Reihe mit dem Mercedes-Stern, dem Nike-Swoosh, dem angebissenen Apple-Apfel oder der Shell-Muschel.

Das Logo der Deutschen Bank ist nicht nur konkrete Kunst, sondern auch minimalistisches Design in vollendeter Form. Zu verdanken ist es der jahrzehntelangen Arbeit und Auseinandersetzung seines Schöpfers Anton Stankowski mit den geometrischen Formen Quadrat und Dreieck sowie dem Schrägstrich. Als Universalkünstler und Designer mit weitem Horizont verband Stankowski großen Arbeitsfeier mit hoher Akribie. Ein Blick in seinen künstlerischen Nachlass zeigt, dass der Entwicklung seiner Markenzeichen jeweils ein umfangreicher Prozess zugrunde lag, in dem zahlreiche Skizzen und Studien entstanden. Und beinahe wäre der „Schrägstrich im Quadrat“ zum Zeichen eines ganz anderen Unternehmens geworden, wie im Folgenden ein Beitrag erläutert, der sich mit der Frage nach Originalität im Logodesign beschäftigt.

Dass das Logo der Deutschen Bank heute so modern ist wie in der Zeit seiner Einführung, wird nicht zuletzt in den Konzepten und Entwürfen deutlich, die Studierende des Fachbereichs Design der Fachhochschule Dortmund im Rahmen eines Wettbewerbs erarbeitet haben.

Wir danken den Autorinnen und Autoren für ihre fundierten Beiträge und wünschen eine erkenntnisreiche Lektüre.

Jens Müller Christian Rummel

because, before they can be used on digital screens and displays on smartphones, they usually have to be reduced to a ‘flat’ design, whereas the ‘slash in a square’ was already conceived in the required minimalist, two-dimensional format. Its conciseness and design quality puts it on a par with the Mercedes star, the Nike swoosh, Apple’s half-eaten apple and Shell’s seashell.

Deutsche Bank’s logo is not only concrete art but also the ultimate minimalist design. It owes its existence to its creator Anton Stankowski, who for several decades studied and worked on geometric forms such as squares, triangles and slashes. As a universal artist and designer with broad horizons, Stankowski combined an immense work ethic with a highly meticulous approach. One look at his artistic legacy shows that each of the logos he designed was based on a comprehensive process that produced a number of sketches and studies. And the ‘slash in a square’ was very nearly chosen as the logo for a totally different company, as one chapter of this book explains, examining the question of originality in logo design.

The fact that Deutsche Bank’s logo is today just as modern as it was when it was introduced is demonstrated not least by the designs and concepts that students in the Faculty of Design at Dortmund University of Applied Sciences and Arts have created as part of a competition.

We would like to thank the book’s authors for their excellent contributions and hope that you find them informative and insightful.

Jens Müller Christian Rummel