

Das Erscheinungsbild von „HELI“

Wolfgang Spuler

„Neue Architektur, neue Wohnungen, neue Geräte“ ist der Werbeslogan, mit dem bereits 1962 der kleine Betrieb Gerätebau Hempel KG, Limbach-Oberfrohna, auf der Leipziger Frühjahrsmesse seine neu gestalteten Rundfunkgeräte vorstellte. Zwei Diplom-Formgestalter, Clauß Dietel und Lutz Rudolph, versuchen seit 1960 gemeinsam mit dem Firmeninhaber Bodo Hempel, das von den sozialistischen Lebensbedürfnissen geprägte Gesicht der Architektur bzw. der Wohnungen im Erscheinungsbild und in den Erzeugnissen des Betriebes sichtbar zu machen. Sie wollen Vereinfachung, Standardisierung, funktionsbezogene Form auch bei Rundfunkgeräten. Das Einzeilmöbel, hier das frühere Tonmöbel, tritt zunehmend zurück, und gefordert ist stattdessen die nahtlose Einordnung der Rundfunkgeräte in ein System moderner Wohnausstattung: Die Kombination von Einzelteilen innerhalb eines einheitlichen Maßsystems führt auch bei Rundfunkgeräten zum Baukasten.

Konsequenter noch als die Rundfunkgeräte wird seit Jahren das Erscheinungsbild der Firma gestaltet. Gleichzeitig mit dem ersten gestalteten Produkt ist das neue Signet entstanden. Die Kombination aus dem typografischen Zeichen „H“ (Anfangsbuchstabe des Firmennamens) und den Symbolen für Antenne und Erde (zwei entgegengerichtete Pfeile in vertikaler Anordnung) ermöglichte es, auf einem Rastermaß aufzubauen, das sogar als Außenform sichtbar bleibt. Damit wird durch das Signet selbst eine inhaltliche Beziehung zur Bausteinserie hergestellt. In der einfachen, geschlossenen, geometrischen Grundform (erfaßbar von allen Seiten) ist das Signet sehr stark verkleinerungsfähig und bleibt auch in extremer Vergrößerung optimal werbewirksam. Das auf die Spitze gestellte Quadrat erhöht den Aufmerksamkeitswert und ist sowohl in schwarzweißer als auch in farbiger Ausführung stark einprägsam. Außerdem machen die Farbe Rot sowie die Wechselwirkung zwischen Zeichen und Symbol, zwischen positiven und negativen Flächen das Signet lebendig.

Sowohl auf Prospekten, in der Geschäftsausstattung, auf dem Messestand als auch am gestalteten Gerät behauptet sich das symmetrisch aufgebaute

Firmenzeichen durch seine kompakte Form, seine vielfältigen Bezugsmöglichkeiten und seine relative Selbständigkeit. Ein solches Signet ermöglicht es, auf den verschiedenen Kommunikationsträgern in großer Breite das grafische Gesicht des Betriebes zu vermitteln.

Der Gestaltungsabsicht des Signets entspricht sinnbezogen die kurze und prägnante Firmenbezeichnung „HELI“. In klarer und sachlicher Schrift sowie sinnvoller Zuordnung zum Zeichen verdeutlicht sie dessen Inhalt. Die Abstimmung auf ein quadratisches Rastermaß wird hier ebenso sichtbar wie im neugestalteten Schriftzug „HELIRADIO“. Dieser Schriftzug ist allerdings in sich noch nicht vollkommen ausgewogen.

Zur weiteren Profilierung des Firmengesichtes trägt der kurze, werbewirksame Slogan „radio mit ratio“ bei, der inhaltlich wie formal die geistige Haltung von Gestaltern und vom Hersteller zum Ausdruck bringt. Schnell in seiner optischen und akustischen Form aufnehmbar, stellt der axiale Aufbau eine Verkettung zum Signet her. Diese Zuordnung von Wort und Signet findet sich unter anderem auf Sammelprospekten, Fahrzeugen des Fuhrparks, Aufklebern und Anhängern. Auch die weiteren grafischen Arbeiten werden zu Elementen dieser einheitlichen Gestaltung. Deshalb sind die Ergebnisse frei von formaler Manier und Sterilität. Die Einzel- und Sammelprospekte zeichnen sich durch eindeutige Gliederung in Bild und Text, spannungsvolle Flächenaufteilung und die Verwendung einer Schrifttype in maximal drei Schriftgraden aus. Der belebende Akzent wird konstant durch die rote Farbe des Signets gesetzt. In der Geschäftsausstattung wirken dieselben Faktoren, doch durch die gleichwertigen Flächenverhältnisse (Signet-Geschäftsangaben, regelmäßiger typografischer Blockaufbau) verliert hier die Gestaltung an Großzügigkeit und Frische. Dagegen erhielt die Grafik am Erzeugnis durch Untersuchungen und Experimente in unmittelbarem Zusammenhang mit der Gestaltungsarbeit ihre funktionsbezogene Form. Sie ergänzt und steigert in ihrer Wechselbeziehung und logischen Zuordnung zum plastischen Körper die ihm zugrunde liegende Gestaltungsabsicht. So bildet sich, angefangen vom Warenhausgerät „RC 1“

über die „HELIRADIO-Bausteinserie“ sowie den Geräten für Studioteknik, ein einheitliches grafisches Gesicht. Es ist geprägt durch ein ruhiges, gegliedertes Gesamtbild, das gut und schnell überschaubar ist. Störende grafische Elemente (Phantasienamen, Flächenaufrasterungen, Sondernamen) wurden entfernt. Dagegen wurden ordnende Elemente entsprechend ihrer Wertigkeit bei der Bedienung eingesetzt. So sind in sachlicher Typografie die Bezeichnungen und in gleicher Strichstärke die Sinnbilder unverdeckbar den Bedienelementen axial übergeordnet. Dieselbe Zuordnung besitzen auf der Skala die Zahlengruppen der „m“- und „kHz“-Angaben zur Frequenzeinteilung. Diese Konsequenz in der typografischen Ordnung weist das Hotelgerät „HELIRADIO clock“ auf, bei dem auch zu der Weckuhr vom VEB Uhrenkombinat Ruhla und dem Chassis von „transmira“ Sonneberg die Entwürfe erarbeitet wurden. Das Ausspielen grafischer und plastischer Reize auf dem Bedienteil und der Frontseite ist allen Geräten gemeinsam. Gut abgestimmt sind die Gegensätze. In der Farbe ist es die schwarze Skala mit weißer Beschriftung in ihrem Verhältnis zur hellen Frontseite mit den grauen oder schwarzen Bedienelementen (beim Warenhausgerät „RC 1“ auch noch Ausführung in umgekehrter Tonabstufung). Bei der plastischen und grafischen Ordnung sind es Form und Größe der Bedienelemente, beim Material schließlich sind es die Struktur der Seitenflächen (Plast bzw. Holz) und das plastisch vorgeformte Drahtgewebe am Lautsprecherteil, die in einem angenehmen Gegensatz zu der glatten Lackoberfläche bzw. den eloxierten Metalloberflächen stehen. Die Rückfronten wurden im Bausteinprinzip von Anfang an mit der gleichen Sorgfalt grafisch und räumlich gestaltet. Im Zusammenklang mit dem neutralen Seitenaufbau der Bauteile soll ein freies Aufstellen im Raum ermöglicht werden. Leider ist diese Variante im „offenen Prinzip“ der Bausteinserie durch die nicht gestalteten Kabelzuleitungen undurchführbar. Das Leitungsgewirr zerstört die geschaffene Ordnung sowie die guten Proportionen zwischen den plastischen und grafischen Werten, zum Beispiel zwischen der angenehmen Rasterwirkung der Durch-