

DIE VISITENKARTE EINES COMICS

GRAFIKDESIGNER MIKE ESSL ERKLÄRT, WIE LOGOS DAS VISUELLE STORYTELLING EINES COMICBUCHS WIDERSPIEGELN.

VON MIKE ESSL

Mein Interesse für Grafikdesign wurde durch die Titelseiten von Comicbüchern geweckt. Wie viele künstlerisch veranlagte Comic-Nerds zeichnete ich mit meinen Schulfreunden unsere Lieblings-Panels aus *Iron Man* nach. Während sie allerdings Figuren und Szenen abmalten, kümmerte ich mich um Iron Mans strahlend-stählernes Logo (3) – inklusive Nieten und aller Details. Ich war gebannt von dem dreidimensionalen Lettering, so als wären die Buchstaben von Iron Man höchstpersönlich geschmiedet. Gegen Ende der Highschool entwarf ich meine eigenen Logos und freute mich auf das Grafikdesign-Studium an der Kunsthochschule.

Im Seminar erklärten uns die Professoren, Logos sollten einfach sein; andeuten statt imitieren. Sie gaben uns jungen Designern eine Reihe ästhetischer Regeln des guten Geschmacks mit: Bei einem Logo waren schwarze Umrisslinien tabu und Schlagschatten verpönt. Stattdessen galten Paul Rands Logos für IBM und ABC als elegantes, effektives Design. Rand unterstützte folgende Theorie: „Ein Logo kann nur überleben, wenn es höchst simpel und zurückhaltend designt wurde.“

Aber wie soll ein simples Logo überleben, wenn es von Dark Phoenix zerquetscht wird? (1)

Für Logos in Comics gelten andere Regeln als für amerikanische Großkonzerne. Im Marvel-Universum werden typografische Zeichen entworfen (auch Wortmarken oder „Logotypes“ genannt), um in derselben Welt wie die Comicfiguren zu bestehen. Vor der Desktop-Publishing-Revolution in den Neunzigern wurden Logos von den Letterern in Marvels berühmten Bullpen-Büros entworfen, wodurch sie eine reizvolle, handgezeichnete Qualität erhielten. Auch wenn moderne Logos meistens auf existierenden Schriftarten basieren, wurden die klassischen Marvel-Logos individuell gezeichnet, um stilistisch zu dem jeweiligen Titel zu passen. In fast jedem Marvel-Logo finden sich Hinweise auf das Comicgenre. Kantige, strukturierte Typografie kann auf eine Handlung hindeuten, in der Militär oder Spione vorkommen; spitze, fließende Formen auf eine

magische Figur. Unförmige Buchstaben, die verbrannt oder verkümmert wirken, weisen auf Monster oder übernatürliche Elemente hin.

Versteht man die Marvel-Logos, versteht man das Marvel-Universum, in dem jede Figur einzigartig und legendär ist. Logos repräsentieren die Hauptfiguren auf dem Cover, während maßgefertigtes Lettering die stilistischen Züge der dargestellten Figuren symbolisieren kann. Eines der besten Beispiele dafür ist das *Ghost Rider*-Logo aus dem Jahr 1973, dessen Lettering des Wortes „Ghost“ an den Ecken bereits brannte und somit andeutete, dass Ghost Rider übernatürlich ist und in Flammen steht. Das Wort „Rider“ hingegen ist dynamischer und steht für das Motorrad des Helden. Zusätzlich weist das Logo Speedlines auf, um uns zu zeigen, dass sein Motorrad in der Tat sehr schnell ist. Dieser Ansatz ist das genaue Gegenteil von Andeutung – es ist die volle Ladung Nachahmung und eine direkte Anlehnung an die Hauptfigur. Obwohl Designern beigebracht wurde, diese Imitation zu vermeiden, funktioniert sie bei Marvel, denn hier ist alles „over the top“: die Texte, die Zeichnungen, die Figuren, ja selbst die Logos.

Diese fehlende Subtilität ist ein effektives Marketing-Tool. Als Comics auf einem drehbaren Zeitschriftenständer verkauft wurden, sah man das Cover in seiner Gesamtheit nur beim vordersten Comic im Ständer. Die anderen Ausgaben wurden davon verdeckt und offenbart lediglich ihr Logo. Um die Aufmerksamkeit des Lesers auf sich zu ziehen, musste das Logo alle Regeln brechen, die ich an der Uni gelernt hatte. Künstler machten ungezwungen Gebrauch von schiefen Buchstaben, breiten Umrissen und Illustrationen wie Rissen oder Speedlines. Ein lautes, auf den Titel zugeschnittenes Lettering ermöglicht es dem Logo, auch über einer dynamischen Kampfszene mit mehreren Figuren zu bestehen. Im Zeitschriftenständer waren Eleganz und Schlichtheit daher ein klarer Nachteil.

Das Erschaffen einer konsistenten und prägnanten visuellen Identität ist die Grundlage eines guten Logo-Designs, doch das funktioniert im Comic nicht. Das Cover ändert sich von Ausgabe zu Ausgabe. Es kann bunt oder monochromatisch, komplex oder ▶

