

THE AVENGERS

Das Logo der Avengers hat die schwierige Aufgabe, einige der größten Marvel-Stars unter einem vereinten Banner zu repräsentieren. Wie erschafft man also ein Logo für eine Gruppe Superhelden mit jeweils eigenen, unterschiedlichen Identitäten? Man hält die Dinge simpel. Als *Avengers 1* 1963 auf den Markt kam, zeigte das Cover ein generisches Logo mit wenigen Besonderheiten außer dem halben Querstrich oben am A. Dieses Design blieb bis zur 96. Ausgabe (Februar 1972) bestehen, als Letterer Gaspar Saladino das Lettering schließlich veränderte und einige ikonische Details hinzufügte. Saladinos A reichte weiter nach oben auf der Seite und ragte auch unten über den Titeltext hinaus. Zusätzlich ersetzte er den Querstrich durch einen nach rechts weisenden Pfeil. 1982 wurde Saladinos Design gegen einen minimalistischeren Look eingetauscht. In den Folgejahren blieb es weitgehend unverändert, bis 1985 die 256. Ausgabe des Comics ein neues Logo zierte – mit einem unübersehbaren Unterstrich, der A und S verband. Das *Avengers*-Logo wurde 1994 ein letztes Mal maßgeblich überarbeitet und erhielt einen klobigen Schriftzug mit Querstrichen und betontem Schlagschatten.

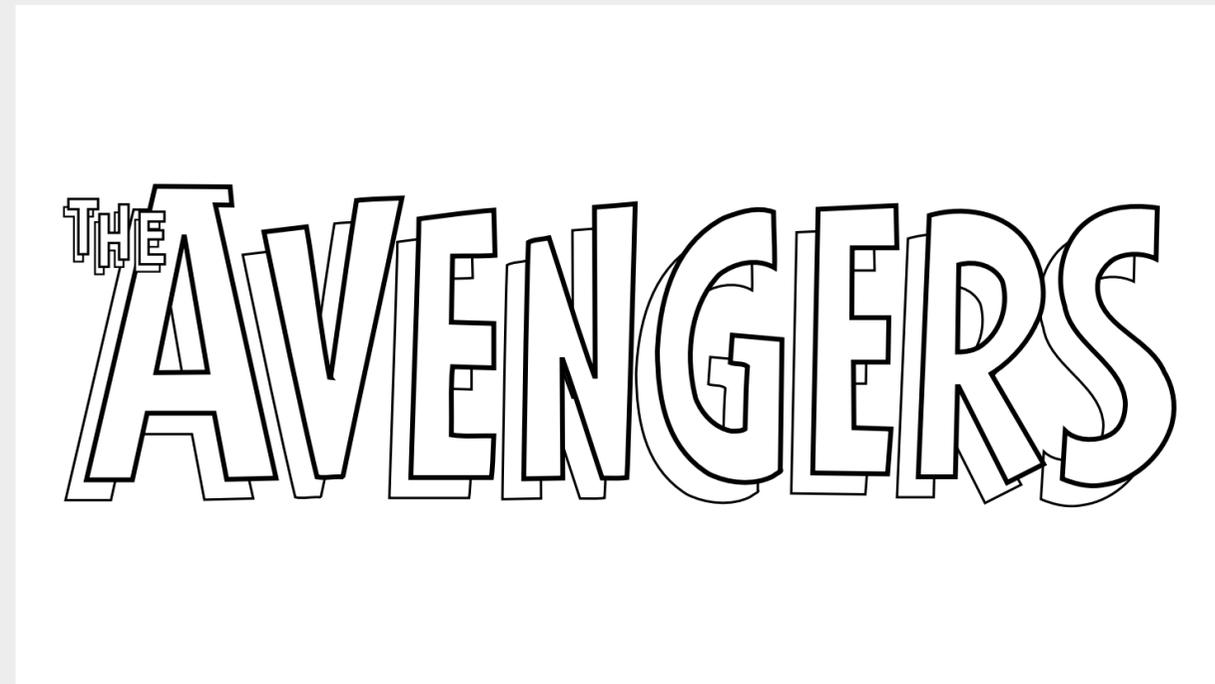
Jeden Monat statten Designer Logos mit einer neuen Farbpalette aus. Diese visuelle Inkonsistenz erfüllt zweierlei Nutzen: Erstens soll ein Logo zum Cover passen, zweitens den Leser zum Kauf der entsprechenden Ausgabe animieren. „Wenn man zwei Monate lang immer dieselben Logofarben zeigt, denkt sich ein potenzieller Leser, der vor dem Comicständer steht, es handle sich um die Ausgabe vom letzten Monat, die er schon gekauft hat“, erklärt Tom Brevoort (Executive Editor bei Marvel).



15



16



17



18



19



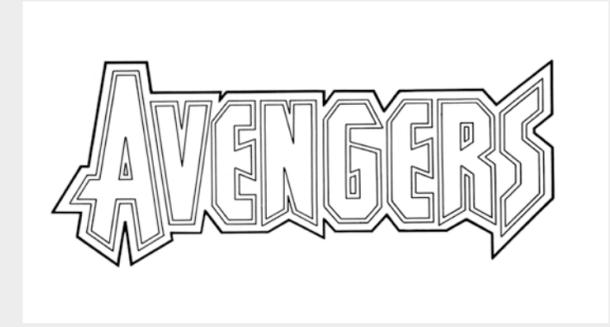
20



21



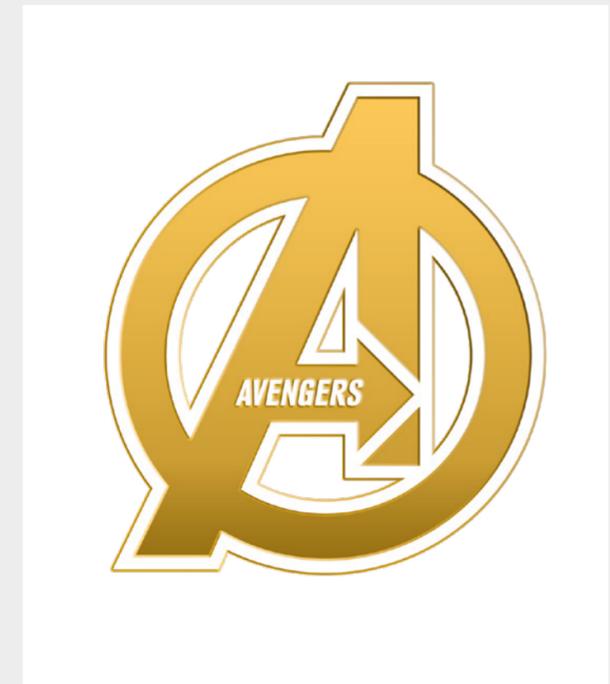
22



23



24



26



25



27