



Fotos: Motel One

Es gibt verschiedene Motel One-Logos: beispielsweise die hier im Bild zu sehende horizontale Version als Fernkennzeichnung (oben).

Eins-a-Anlage

Guttenberger & Partner fertigt jährlich mehrere Lichtwerbeanlagen für die Hotelkette Motel One. Drei Logoverversionen dienen als Grundlage.



Die Nachtwirkung des Schriftzuges ist weiß, die der Eins türkisfarben.



Hier zu sehen: die horizontale Logoverversion als Eingangskennzeichnung

Türkis gibt den Ton an; nicht nur im Innern der Hotels, sondern auch draußen. Der Lichtwerber Guttenberger & Partner aus Freystadt fertigt Außenwerbeanlagen für Motel One – mehrere im Jahr für Neueröffnungen in Europa. Teil davon ist immer eine Eins in einer schiefen Ellipse, natürlich in Türkis.

Sie spiegeln wie die Innenausstattung den konsequenten Auftritt der Hotelkette wider: „Natürlich erhalten wir kundenseitig generelle Vorgaben, die es lichtwerbeteknisch und architektonisch bezogen so umzusetzen gilt, dass die Marke immer optimal und überregional einheitlich dargestellt wird. Und das sowohl in der Tages- als auch Nachtwirkung“, sagt Wolfgang Schäffer von Guttenberger & Partner. „CI-Vorgaben der Kunden werden entsprechend in Materialauswahl und Anwendungszweck modifizierten Ausführungsvarianten präsentiert, sodass für die jeweiligen zum Teil sehr stark variierenden Einsatzvoraussetzungen das optimale Ergebnis sichergestellt werden kann“. Mit Vorlage der Gestaltungsvorgaben durch den Kunden fange die Arbeit des Unternehmens allerdings erst an.

Standard, horizontal oder vertikal

Die Planung beginnt mit der möglichen Position der Fern- und Eingangskennzeichnungen am Hotel – anhand von Fassadenansichten und Ortsaufnahmen. „Bei Neubauten erfolgt in enger Abstimmung mit den betreuenden Architekten und den örtlichen Behörden meist nach B-Planfeststellung die Eruiierung von Fernsignalisation und Nahbereichskennzeichnungen im Abgleich mit architektonisch-baulichen Gegebenheiten. Die Planerstellung erfolgt durch unser Grafikbüro und ist die Basis für alle weiteren Schritte“, sagt der Vertriebsmitarbeiter.

Anhand der baulichen Voraussetzungen wählt das Unternehmen auch das passende Logo aus; etwa nach breiter oder schmaler Fassadenfläche. Es gibt drei Varianten: eine Standard-, horizontale oder vertikale Version. Gemeinsam haben sie den Schriftzug „Motel One“ und die Eins in der Ellipse. Jedoch unterscheiden sie sich in ihrer Länge: Beim Standard liegt sie zwischen 1.475 und 10.000 Millimetern. Etwas größer sind die horizontale und vertikale

Ausführung mit 2.000 bis 12.996 beziehungsweise 1.854 bis 12.049 Millimetern. Bei allen richtet sich die Buchstabenhöhe nach dem Schriftzug; sie misst zwischen 159 und 1.031 Millimetern. Die Eins kann je nach Gesamtlänge und Versalhöhe 487 bis 3.164 Millimeter breit und 318 bis 2.065 hoch sein. Ihre Position ist je nach eingesetzter Variante verschieden: Sitzt sie beim Standard oberhalb des Schriftzuges zwischen den Wörtern Motel und One, befindet sie sich bei den anderen mit ihm auf einer Ebene – ebenfalls zwischen den beiden Wörtern positioniert. Besonderheit der vertikalen Version: Der Betrachter liest von unten nach oben, wobei die Buchstaben auf der Seite stehen – nur die Eins ist waagrecht angeordnet.

Für jedes Logo wird außerdem die Leuchtwirkung der Buchstaben festgelegt: „Hier stehen je nach Beschaffenheit und farblicher Gestaltung der Untergrundfläche eine weiße Tages- und Nachtwirkung oder eine dunkelgraue Tages- und annähernd weiße Nachtwirkung zur Verfügung“, sagt Wolfgang Schäffer. Die Eins ist sowohl tagsüber als auch nachts türkisfarben.



Bei der Standard-Logovariante sitzt die Eins oberhalb des Motel One-Schriftzuges.

Weiß oder Grau und Türkis

Zum Einsatz kommen Profil 8-Reliefbuchstaben mit Spiegeln aus weißem Plexiglas WH73 oder Grey&White 7H01SC. Zarge und Spiegel der Eins fertigt das Unternehmen aus Perspexblue 7TIG-Acrylglas, das nach Kundenwunsch auf das Türkis nach Pantone 3125 C abgestimmt ist. Letz-

teres erfordert laut Wolfgang Schäffer Mindestabnahmemengen, die auf Basis einer entsprechenden Abnahmevereinbarung eingekauft werden und auf Vorrat liegen.

Die Unterkonstruktionen der Anlagen sollen weitestgehend unsichtbar sein: „Hier erfolgt im Rahmen der Fassadenschließung eine Vormontage von Unterputzschienen, sodass die einzelnen Logoelemente frei vor der Fassade stehen“, sagt er.

Zum Ausleuchten verwendet der Lichtwerber ein von der Tochtergesellschaft Guttenberger Lichttechnik entwickeltes LED-System. Es handelt sich um weiße LEDs mit einem Abstrahlwinkel von 120 Grad. Ihre Farbtemperatur beträgt 6.500 beziehungsweise 5.000 Kelvin. Auf die kältere greift Guttenberger & Partner für den Schriftzug „Motel One“ zurück, die wärmere ist auf das türkisfarbene Acrylglas der Eins abgestimmt. Die Effizienz der LEDs beträgt 130 Lumen pro Watt. Alle großen Anlagen zum Fernkennzeichnen sind ab Werk mit einer tageslichtabhängigen Lichtsensorsteuerung ausgestattet. „Sie dient bei gleicher Wahrnehmungskraft zum einen einer

erhöhten Energieeffizienz der Lichtwerbeanlage. Denn bei völliger Dunkelheit wird die Leuchtdichte um bis zu 70 Prozent reduziert. Zum anderen werden die Lichtemissionswerte deutlich reduziert und eine weitere Maximierung der Lebensdauer der LEDs erzielt“, führt Wolfgang Schäffer aus.

Das Unternehmen mit rund 230 Mitarbeitern fertigt alle Komponenten selbst am Hauptsitz in Freystadt. Die Produktion einer Anlage dauert etwa zehn bis fünfzehn Werkzeuge. Hinzu kommen fünf Tage für die Werk- und Elektroplanung sowie weitere fünf bis zehn für Logistik und Montage. Fünfzehn eigene Teams stehen zum Montieren zur Verfügung. In Auftragsspitzen greift es zudem auf Partner zurück, die es regelmäßig schult.

Neben den Außenwerbeanlagen realisieren die Freystädter für Motel One beispielsweise auch Lichtinstallationen an den Gebäudefassaden und Lichtobjekte im Innern der Hotels. ■

Lorena Grüner
gruener@wnp.de

www.guttenberger-partner.com