

LightnTec macht Telekom-Logo dynamisch

Logos werden dynamisch – sie zeigen variable Botschaften – sie werden in der Kommunikation flexibler. Den ersten Schritt in dieser Richtung geht nun die Deutsche Telekom AG mit einer digitalen Version ihres „T“-Logos. Auf dem Dach der Konzernzentrale in Bonn wurde am Donnerstag ein „neues“ Logo mit einer Gesamthöhe von 5 Metern angebracht.

Der besondere Clou: Die magentafarbene Fläche des „T“-Logos und der vier Digit-Punkte sind jeweils ein digitaler Bildschirm auf dem bewegte Inhalte abgespielt werden können. Die technische Umsetzung dahinter stammt vom Karlsruher Startup LightnTec. „Mit unserer digitalen Leuchtfolie können wir alle Formen und alle Größen ausstatten. Wir erreichen inzwischen mit unserer Technik eine Lichtstärke von 5.000 Lumen“, erklärt Florian Kall, einer der Geschäftsführer der LightnTec GmbH. Insgesamt besteht das „T“-Logo aus 84 in Form zugeschnittenen Lichtfolien mit mehr als 11.000 Lichtpunkten. Diese können dann mit einer entsprechenden Video-Technik als ein Bildschirm angesteuert werden.

Ein weiterer entscheidender Vorteil der LightnTec-Folie besteht darin, dass die Bildschirmfläche nicht schwarz wird, wenn keine Inhalte über den Monitor abgespielt werden, da die Oberflächen der Folien im Telekom-magenta eingefärbt sind. „Wir sind extrem flexibel mit den Nutzungsmöglichkeiten unserer Leuchtfolie. Nicht umsonst haben wir das Motto: anySize – anyShape – anyPlace“, fügt Stephan Wittekind an.

Das Konzept für die Anwendung dynamischer Logos stammt von der Agentur MetaDesign GmbH. Dabei wird das Ziel verfolgt, einem Firmenlogo neben den klassischen Parametern Licht, Form und Farbe eine weitere hinzuzufügen: Dynamik.

<https://vimeo.com/511544233>

