

Berlin

Alles nur geklaut?

Zwei junge Grafikdesigner entwarfen eine verblüffend ähnliche Kampagne wie „be Berlin“

VON JAN THOMSEN

Eigentlich wollten sie nur „ihre Wut und Enttäuschung“ loswerden, als sie vor ein paar Tagen im Internet ihre Geschichte veröffentlichten. Ein Blog, ein Online-Diskussionsforum, sollte Andrea Horn und Marc Arroyo, zwei junge freiberufliche Grafikdesigner, damit versöhnen, dass sie ihrer Ansicht nach vom Land Berlin geprellt wurden. Denn sie hatten sich gemeinsam im vorigen Oktober am Wettbewerb des Senats für eine Imagekampagne beteiligt. Im März nun wurde das Ergebnis offiziell präsentiert: „be Berlin“ lautet der zentrale Slogan, auf Groß-Plakaten in der Stadt sind seitdem Hauptstädter zu sehen, die mit Spruchkombinationen wie „sei jung, sei forsch, sei berlin – be Berlin“ oder „sei unikat, sei delikat, sei berlin – be Berlin“ ihre Berliner „Erfolgsgeschichte“, wie es im Konzept heißt, erzählen.

„Parallelen in den Entwürfen“

Ihrem Internetforum auf der Seite „www.justberlin.co.nr“ gaben die 26-jährige Horn und der 25-jährige Arroyo den Titel: „Justberlin oder Wie die Stadt unser Kampagnenkonzept benutzt hat“. Tatsächlich ist die Ähnlichkeit ihrer Idee mit dem Siegerentwurf, den die etablierten Agenturen Embassy und We do entwickelten, auf den ersten Blick verblüffend. Horn und Arroyo schlugen als Logo ein typografisch dargestelltes Wortspiel aus „Just Be.“ und „Be.rlin“ vor und entwarfen Plakate mit variablen Slogans wie „Be.Northern, Be.Western, Be.Eastern, Be.Southern – Just Be.rlin“ oder „Be.Bear, Be.Slave, Be.Passive, Be.Active – Just Be.rlin“. Die Grundidee, aus der Vielfalt der Lebensentwürfe in der deutschen Hauptstadt ein Image der Offenheit und Toleranz zu kreieren, teilen die jungen Designer mit den späteren Siegern, die wesentlich mehr Erfahrung haben. Auf das Blog habe es eine „unglaubliche Resonanz“ gegeben, sagt Andrea Horn. Mehrere Teilnehmer stritten sich etwa darüber, ob es sich bei der Senatskampagne um ein Plagiat handele, andere recherchierten Verbindungen der Senatsentscheider mit den Siegern. „Wir sprechen nicht von Plagiat, sondern von Parallelen in den Entwürfen“, sagt Horn. Auch Rechtsanwälte hätten sich gemeldet und davon gesprochen, dass es aussichtsreich wäre, den Senat auf Entschädigung zu verklagen. Es gebe sogar Leute, die für eine solche Klage Geld geboten hätten. Ihr eigener Anwalt habe aber eher abgeraten, weil er die Durchsetzung der Ansprüche für „schwierig“ halte, sagt Horn.

Vize-Senatssprecher Günter Kolodziej erklärte, der Senat halte diese Vorwürfe sachlich für nicht begründet. Es habe auch etwa mehrfach den Vorschlag gegeben, „be Berlin“ beziehungsweise „Sei Berlin“ zum Hauptslogan zu machen. Ähnliche Ideen seien bei einem Wettbewerb mit hunderten von Einsendungen ebenso wenig verwunderlich wie Plagiatsvorwürfe im Nachhinein. Die Senatskanzlei und der Leiter des Auswahlverfahrens, der Werbeexperte Jochen Pläcking, haben die beiden jungen Grafikdesigner jetzt aber für den kommenden Dienstag eingeladen, um ihnen den Siegerentwurf zu zeigen und die Vorwürfe des Ideenklus zu entkräften. „Wir haben angeboten, ihnen unsere Entscheidung noch einmal darzulegen“, sagt Kolodziej.

Andrea Horn und Marc Arroyo werden das Gesprächsangebot in jedem Fall annehmen. „Wir schauen mal, wie sich die Sache entwickelt“, sagt Horn.



Berliner Grafikdesigner: Andrea Horn und Marc Arroyo.

Sei doppelt



Die offizielle Kampagne des Senats setzt den Slogan „Be Berlin – Sei Berlin“ unter anderem ein, um für die Rütli-Schule zu werben. Diese macht nach vielen negativen Schlagzeilen mittlerweile Furore mit einem eigenen Modelabel.



Die Kampagne der Grafikdesigner Andrea Horn und Marc Arroyo arbeitet ebenfalls mit „Be Berlin“, wie ihr Plakatmotiv mit John F. Kennedy zeigt. Ihr Slogan „Be Berlin“ ist kompakter als der offizielle, weil er das „Be“ in das Wort Berlin integriert.

BERLINER ZEITUNG/MARKUS WÄCHTER