

# **Geschichte und Entwicklung des Deutsche Bank Logos**



# Geschichte des Deutsche Bank Logos

In der Geschichte der Deutschen Bank gab es bisher nur wenige Embleme und Firmenzeichen.



von 1870 bis 1918: „Kaiseradler“ mit einer Variante



Disconto-Gesellschaft bis zur Fusion 1929:  
typische Buchstaben-Marke „DG im Kreis“



nach der Fusion der Deutschen Bank mit der  
Disconto-Gesellschaft: Redesign des Adlers



Mitte der 30er Jahre: „DB im Oval“ – eine  
typische Buchstaben-Marke



von 1947/48 bis 1952: 10 Teilinstitute. Buchstaben-  
Marken in konsequenter Anlehnung an das bis dahin  
verwendete „DB im Oval“



von 1952 bis 1957: 3 Nachfolge Institute.  
Buchstaben-Marken mit zwei stilisierten Münzrändern



seit Wiedervereinigung 1957: wieder „DB im Oval“

**Deutsche Bank**



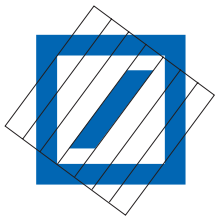
seit 1974

# Entwicklung des Deutsche Bank Logos

Schon Anfang der siebziger Jahre hat die Deutsche Bank erkannt, dass für ein Institut wie die Deutsche Bank ein markantes, unverwechselbares Erscheinungsbild von besonderer Bedeutung ist.

Der Bankenmarkt war schon damals ein außergewöhnlich dynamischer Markt mit ständigen Veränderungen. Die erweiterte Dienstleistungspalette, der Einsatz moderner Techniken im Bankgeschäft und die immer stärkere Internationalisierung sollten daher ihren Niederschlag auch in einem zeitgemäßen Firmenlogo finden. Man erkannte auch frühzeitig, daß sich das Dienstleistungsangebot für den Kunden nur geringfügig von anderen Kreditinstituten unterscheidet. Die angestrebte Differenzierung vom Wettbewerb sollte durch ein neues visuelles Erscheinungsbild unterstützt werden.

Im Juli 1972 wurden acht namhafte Grafiker mit der Gestaltung eines neuen Logos für die Deutsche Bank beauftragt. Das Logo sollte als unverwechselbares Zeichen das Unternehmen darstellen.



Aus den zahlreichen Vorschlägen hat sich die Deutsche Bank für die Bild-Marke des 1998 verstorbenen Stuttgarter Malers und Grafikers Anton Stankowski entschieden: der „Schrägstrich im Quadrat“ – so die konstruktionsbezogene Bezeichnung.

Das Logo entspricht allen Qualitätskriterien einer erfolgreichen Marke:

- Durch seine einfache, plakative Gestalt hat das Logo einen hohen Aufmerksamkeits- und Erinnerungswert.

- Das Logo unterstützt die Identität der Deutschen Bank:

- der „Schrägstrich“ steht für kontinuierliches Wachstum und eine dynamische Entwicklung
- das umrahmende Quadrat für Sicherheit und ein kontrolliertes Umfeld.

Zusammengefaßt symbolisiert das Logo somit kontinuierliches, dynamisches Wachstum in einem sicheren Umfeld.

- Es ist sehr markant und unverwechselbar sowie zeitlos und damit ohne modischen Akzent.
- Es ist nahezu unbegrenzt anzuwenden und medienübergreifend einsetzbar.
- Das Logo ist auch in der Verkleinerung oder auf große Distanzen deutlich lesbar.

Die Kombination von Firmenname Deutsche Bank mit dem quadratischen Firmenzeichen bilden seit 1974



in der Gesamtheit die Konzernmarke Deutsche Bank. Die Proportionen der Elemente sind fest definiert.

Der Schriftzug des Logos ist in der zeitlosen und gut lesbaren Univers gestaltet – das Logo in seiner Gesamtheit wird in der Hausfarbe Blau der Deutschen Bank dargestellt, was maßgeblich zur Wiedererkennbarkeit beiträgt.