
Vor 100 Jahren meldete Skoda sein Markenzeichen an

Vor 100 Jahren, am 15. Dezember 1923, hat Skoda sein Logo mit dem geflügelten Pfeil als Markenzeichen beim Patentamt in Pilsen registrieren lassen. Auf den Fahrzeugen aus Mladá Boleslav erschien es allerdings erst 1925. Trotz einiger Anpassungen blieb das ursprüngliche visuelle Konzept des Logos seitdem praktisch unverändert. Bis heute hat das Symbol lediglich fünf nennenswerte Modifikationen und Farbänderungen erfahren.

Offenbar geht der geflügelte Pfeil auf einen Ideenwettbewerb von Dr.-Ing. Vladislav Sykora, dem damaligen Technischen Direktor von Skoda, zurück. Der Entwurf an sich wird Tomáš Maglic zugeschrieben, zu jener Zeit Kaufmännischer Leiter des Unternehmens. Als Inspiration diente ihm angeblich ein Wandrelief in seinem Büro, das einen amerikanischen Ureinwohner mit auffälligem Kopfschmuck zeigte. Die finale Version des Logos ist allerdings das Werk eines Designprofis. Historische Quellen legen nahe, dass die führenden tschechischen Bildhauer Otakar Spaniel oder Otto Gutfreund für die Gestaltung verantwortlich zeichneten, Belege für ihre Urheberschaft gibt es jedoch nicht.

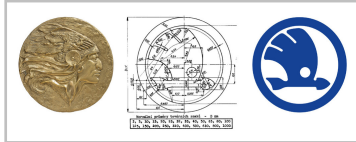
Letztlich entstanden zwei Versionen des geflügelten Pfeils – eine mit fünf Federn, die andere mit dreien. Beide wurden am 15. Dezember 1923 beim Pilsener Patentamt als Markenzeichen des Unternehmens eingetragen. Schon bald setzte sich die grafisch sauberere und visuell klarere Version mit drei Federn auf dem fliegenden Pfeil durch. Zuerst erschien das Logo auf den in Pilsen hergestellten Lokomotiven. Erst 1925, nach der Fusion mit dem Autohersteller Laurin & Klement, schmückte das Emblem auch Fahrzeuge aus Mladá Boleslav.

Das Logo sollte alle Vorzüge der Produkte bildlich ausdrücken: die hohen technischen und ästhetischen Maßstäbe, die präzise Fertigung und den dynamischen Vorwärtsdrang von Fahrzeugen und Unternehmen. Alle Elemente des Logos unterstützen diese Botschaften: Der große Kreis symbolisiert die Universalität sowie die fehlerfreie Produktion, den Globus oder die Welt. Der Flügel steht für technischen Fortschritt, die Modellpalette und ihren weltweiten Vertrieb. Der nach vorn deutende Pfeil wiederum repräsentiert moderne Fertigungsmethoden und Effizienz, während der kleine Kreis – das „Auge“ – die Präzision bei der Fahrzeugherstellung, technischen Scharfsinn und Weitblick widerspiegelt.

In seiner ursprünglichen Gestaltung besaß das Logo eine metallene Grundfläche, die auch für die erste Farbgebung in Silber und Blau maßgeblich war. Während der 1950er- und 1960er-Jahre erschien es parallel auch in Rot, oft in Verbindung mit dem „Skoda“-Schriftzug. 1993 und 1994 ersetzte Grün das vorherige Blau. Zudem enthielt der jetzt breitere Randstreifen den Markennamen. Diese Version blieb jedoch ein kurzes Zwischenspiel, denn 1994 erschien das Logo wie in 3-D ausgeformt. Den äußeren Kranz – zuvor grün – stellte Skoda auf schwarz um, während der nun grüne Pfeil das Bekenntnis der Marke zum Umweltschutz unterstreichen sollte. Auf den Fahrzeugen enthielt das Logo zusätzlich die Wortmarke „Skoda“ mit Lorbeerkranz im unteren Teil des umlaufenden Rings.

Die Nachfolge trat 2011 eine leichter und moderner wirkende Version mit grünen, silbernen und schwarzen Elementen an. 2022 stellte das Unternehmen dann im Rahmen seiner neuen Markenidentität die tiefgreifendste Logoänderung der vergangenen 30 Jahre vor. Die aktualisierte Version optimiert den Auftritt der Marke auf digitalen Kommunikationskanälen, insbesondere auf den Displays von Mobilgeräten. (aum)

Bilder zum Artikel



Am 15. Dezember 1923 meldete Skoda das runde Logo mit dem geflügelten Pfeil beim Patentamt in Pilsen als Markenzeichen an. Seit 1925 ziert es die Fahrzeuge der Marke.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Skoda



Skoda-Logo von 2011.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Skoda



Skoda-Logo ab 2022.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Skoda
