

When today's constant flood of images still seemed unimaginable, a pictorial image as a logo paved the way to a high level of recognizability. Companies used drawings of people, animals, landscapes, and objects to graphically represent their brands on letterheads, factory signs, and catalogs. It was not uncommon for these representational solutions to have a clear affinity with early insignia such as seals and coats of arms. This context also explains the frequent use of decorative ornaments in early company logos. But logos did not always depict products and services directly. Quite often, there were entirely different stories behind the chosen motifs—as shown by the logos of the petroleum giant Shell and the broadcast television network NBC.

In einer Zeit, in der die tägliche Bilderflut des heutigen Alltags noch unvorstellbar erschien, ermöglichte die Verwendung einer figürlichen Abbildung als Logo durchaus eine hohe Wiedererkennbarkeit. Auf Briefköpfen, Fabrikschildern oder Katalogen nutzten Unternehmen Zeichnungen von Menschen, Tieren, Landschaften oder Objekten als grafische Repräsentation ihrer Marke. Nicht selten zeigte sich bei diesen gegenständlichen Lösungen noch eine deutliche Verwandtschaft mit frühen Hoheitszeichen wie Siegeln oder Wappen. Vor diesem Hintergrund ist auch die häufige Verwendung dekorativer Zierelemente bei frühen Firmenzeichen zu verstehen. Nicht immer wurden jedoch Produkte oder Dienstleistungen direkt abgebildet. Ganz oft steckten ganz andere Geschichten hinter den ausgewählten Bildmotiven – wie die Fallstudien zu den Logos des Erdölriesen Shell und des Fernsehsenders NBC zeigen.

À une époque où le flux d'images qui nous inonde aujourd'hui au quotidien semblait encore inimaginable, le recours à une illustration figurative en guise de logo garantissait un degré élevé de reconnaissance. Les entreprises plaçaient sur leurs en-têtes de lettres, leurs enseignes ou leurs catalogues des dessins de personnages, d'animaux, de paysages ou d'objets qui constituent une représentation graphique de leur marque. Ces signes figuratifs étaient encore souvent apparentés à d'anciens emblèmes de souveraineté, tels un cachet ou des armoiries. C'est dans ce contexte qu'il faut comprendre la fréquente présence d'éléments décoratifs dans les premières marques de fabrique. Mais il ne s'agissait pas toujours de représentations des produits ou services offerts: les motifs choisis évoquaient souvent des histoires très différentes – on le voit avec les études des logos du géant pétrolier Shell et de la chaîne de télévision NBC.



CARFO
Carfo
Chemical
1951 - FR



SIVE
Sive
Cliffing
1931 - FR



De Drog
Aberding ingegrive
1921 - NL



**Nachgennemannschaft
der Zigarrenraucher**
Tabacco Working union
1922 - DE



West
Paper products
1932 - PL



Bond
Tobacco
1932 - Steinhilber & Meuser - US



Brosserie Montparnasse
Bross
1933 - FR



CIA
Internationale
Hochbau-Veranstaltung Berlin
Hochbauverein
1928 - DE



M. Jassin-Nichol Loch
Carroll Smith
1928 - FR



Metalak
Metal tools
1928 - US



Basic Foods
Cafes
1928 - US



Kaiser
Paper industry
1943 - Ernst Apper - CH



Brauerei Bier
Bier
1924 - Hofs-Bauer - DE



Bauwerke Stern
Construction materials
1928 - CH



ABC Berlin
Bauerei
1929 - Lorenz-Klar - DE



Savo
Cliffing
1930 - FR



Starbo
Steel furniture
1931 - FR



OM
Paper products
1931 - Steinhilber & Meuser - US



Läder-Garnet
Rubber products
1931 - DE



Wittenhöll
Metal products
1928 - Wittenhöll-Curie - DE



Krusen-Mühle
Bauerei
1940 - Wittenhöll-Curie - DE



Sanok
Paper products
1934 - PL



Technische Messungsbüro
1936 - Hans Schlegel 2004 - CH



Oppenheim and Co.
Paper products
1928 - UK



American Maxes Company
Maxing
1928 - US



Mischel & Co.
Toys
1930 - FR



Expire Magazine
1938 - Flor Noard - US



MAXA
Maxes Limited
Metal etc
1928 - UK



Geo. Bennett & Company
Geometric
1928 - UK



Hand Deutscher Friseur
German hairdressers Association
1930 - Walter Warner - DE



Penguin
Discosuits
1928 - FR



Melodrom
Musical instruments
1927 - FR



Aus Germanischen Büchern
Books
1928 - FR



S. H. Bittmann's Papierwarenhandl
Paper products
1922 - DE



Lohr-Zell
Cellulose
1928 - US



Quark
1921 - 1931 - 1939 - DE



Moturba
Motor etc
1928 - Hans Kriehaus - DE



Pat & Pictorial
Graphic film industry
Film production
1927 - UK



Azda
Paper products
1929 - FR



Pathé
Founded 1896 - FR

Société Pathé Frères was founded by Charles, Emile, Théophile, and Jacques Pathé in Paris in 1896 to sell photographic devices. Over the following decades, the Pathé brothers' entrepreneurial spirit was reflected in a wide variety of business ventures in the entertainment industry, including record labels, a chain of movie theaters, a film production company, and even a film projector factory. Today, the name Pathé is primarily associated with its film production company and the movie theaters that the company operates in several European countries.

Société Pathé Frères wurde von Charles, Emile, Théophile und Jacques Pathé 1896 in Paris gegründet, um photographische Geräte zu verkaufen. Die Unternehmensgeist der Pathé Brüder zeigte sich in der folgenden Jahrzehnten in verschiedenen Unternehmen der Unterhaltungsbranche wieder – von Schallplatten über eine Kinokette und eine Filmproduktionsfirma bis hin zur Pathé für Kinoprojektoren. Heute werden unter dem Namen Pathé vor allem Kinos in mehreren europäischen Ländern betrieben und Filme produziert.

La **Société Pathé Frères** est fondée en 1896 à Paris par Charles, Emile, Théophile et Jacques Pathé pour vendre des photographes. L'esprit entrepreneurial des frères Pathé s'étendit au cours des décennies suivantes sur divers secteurs tels que les disques, les cinémas et les salles de projection. À l'heure actuelle, le nom Pathé est principalement associé à sa société de production de films, jusqu'à une chaîne de salles de cinéma, Appareils, ce sont surtout des cinémas dans plusieurs pays européens qui sont associés au nom Pathé, et aux films qui sont produits.

Shortly after the company's founding, the brothers chose the Gallic rooster as the Pathé logo. The rooster, which has a long tradition in France as the heraldic animal of Wallonia, is an integral part of French identity and is featured, for example, on the national soccer team's jerseys. For Pathé's numerous ventures, the rooster became a unifying symbol through different eras in the company's history. Over its more than 120-year history, the logo has been depicted representationally, as a silhouette, and as a complete graphic abstraction. Almost no other company can look back on such a consistent and, at the same time, varied logo history. Although the current version, introduced in 1999, primarily emphasizes the name Pathé, one can hardly imagine the French entertainment company without its heraldic animal.

Kurz nach der Firmengründung wurde der gallische Hahn als Logo von den Pathé-Brüdern ausgewählt. Der Hahn hat in Frankreich eine lange Tradition als Wappentier der Region Wallonia und ist ein fester Bestandteil der französischen Identität – beispielsweise auf den Trikots der Fußballnationalmannschaft. Für die zahlreichen Pathé-Unternehmen wurde der Hahn zum verbindenden Symbol über unterschiedliche Epochen der Firmengeschichte. Im Laufe von mehr als 120 Jahren erschien er als Logo sowohl gegenständlich als Silhouette als auch grafisch völlig abstrahiert. Kaum ein anderes Unternehmen kann auf eine derart konstante und gleichzeitig wechselwellige Logogeschichte zurückblicken. Und auch wenn die aktuelle, 1999 eingeführte Variante vor allem den Namen Pathé betont, ist der französische Entertainmentskonzern ohne sein Wappentier kaum vorstellbar.

Peu après avoir créé leur entreprise, les frères Pathé choisissent le coq gaulois comme logo. L'animal est issu d'une longue tradition en France, il figure au blason de la région Wallonie, et c'est un élément important de l'identité française – on le retrouve notamment sur les maillots de l'équipe nationale de football. Le coq devient le symbole qui fera le lien entre les nombreuses entreprises Pathé à différentes périodes de l'histoire de la société. En plus de 120 ans, il est apparu comme logo sous forme de silhouette figurative ou de graphisme totalement abstrait. Pathé est l'une des très rares entreprises à posséder un logo à l'histoire aussi constante et pourtant agitée. Et si la variante actuelle lancée en 1999 met surtout en avant le nom Pathé, le groupe français de sociétés de cinéma n'est guère imaginable sans son animal emblématique.

1898



1905



1906



1907



1909



1927



1928



1929



1921



1922



Pathépicture

Pathé

1923



1925



1924



1928



1929



1930



1935



1936



1938



1941



1943



1948



1954



1956



1960



1973



1974



1975

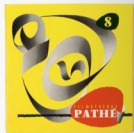


1981



1989





For over 120 years, the rooster has stood for the Pathe brothers' companies and their numerous successor companies. During this time, countless applications have been created, which always reflect the prevailing graphic aesthetic of the time.

Der Hahn steht seit über 120 Jahren für die Firmen der Gebrüder Pathe und ihre zahlreichen Nachfolgebauunternehmen. In dieser Zeit entstanden unzählige Anwendungen, die immer auch ein Spiegelbild der vorfindenden grafischen Ästhetik ihrer Entstehungszeit sind.

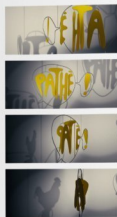
Le coq incarne depuis plus de 120 ans les sociétés des frères Pathe et les nombreuses entreprises qui leur ont succédé. Le coq est omniprésentes ailleurs, il reflète toutes les époques graphiques dominantes à chaque époque.



As early as the 1890s, Pathe Films appeared in Spain, Russia, Italy, and the United States. To increase the brand's name recognition overseas, the company presented a national competition in the 1920s to find the most beautiful rooster logo in the country.

Bereits in den 1890er-Jahren erschienen Pathe-Filme nach Spanien, Russland, Italien und in die USA. Um der Marke in Übersee eine größere Bekanntheit zu verschaffen, ließ man in den 1920er-Jahren einen nationalen Wettbewerb aus und suchte nach dem schönsten Hahn-Logo des Landes.

Pathe Films s'imprime dès les années 1890 en Espagne, en Russie, en Italie et aux États-Unis. Pour mieux faire connaître la marque outre-Atlantique, un concours national est organisé dans les années 1920 afin de trouver le plus beau logo de coq du pays.



The Pathe company, which among other things, operates multiple cinemas in five European countries, underwent an extensive rebranding in 1999. An unusual branding concept developed by the London designer shifted the rooster into the background and specifically emphasized the equally well-known company name.

Die Pathe-Gruppe, die heute unter anderem Multiscreens in fünf europäischen Ländern betreibt, erhielt 1999 ein umfassendes Design. Ein außergewöhnliches Branding, entwickelt von der Designagentur London, rückt den Hahn ins Bild und hebt insbesondere den ebenfalls bekannteren Firmennamen typografisch hervor.



Le groupe Pathe, qui exploite aujourd'hui notamment des cinémas multiplexes dans cinq pays européens, a subi une refonte majeure en 1999. Une marque originale, créée par le cabinet de design london, fait légèrement reculer le coq à l'arrière-plan pour mettre davantage en valeur le nom de l'entreprise, non moins connu, à l'aide de la typographie.

Crests

Wappen

Emblèmes



John Deere & Sons
Iowa
1876- US



Heubacher Schweizer Käse
Cham, Switzerland
1887- CH



T. M. Wiener
US, Italy
1880- US



J. B. Hees & Son
Netherlands
1880- CH



Morris & Company
Ireland
1880- US



Canadian Pacific Railway
1886- CA



Wolf & Osierfeld
Cologne
1880- DE



Frankfurter Eintracht (St. Pauli Lane)
Eintracht union
1880- DE



AGO Zurich
Kilger, Switzerland
1880- CH



Louis Peter Mithelbach
Sachsen-Anhalt
Netherlands
1887- DE



Falcon
Germany
1887- CA



Shield Brand
Germany
1880- CA



C. Nash
Photography
1884- CH



Forstingen Dansk Akties
Wien's union
1884- CH



American Toy Products
Cincinnati, Ohio
1880- US



National Hockey League
1904- US



Paul Siegel
Lindenberg
1888- P. Kaminler- CH



Dr. Stephen Touche-Wittor
Finland
1888- DE



Schütz & Klacke
Bonn
1884- Oldenburg- DE



Warner Bros.
Film production
1889- US



British Petroleum
London
1920- A.R. Shumers- UK



The Salvation Army
1815- UK



Carl Lundy Fotoluxer
Hamburg
1880- US



W. G. G.
Publishing
1880- North Dakota- DE



H. A. P. C.
Great War
1900- DE



Direct Mail
Advertising services
1900- UK



Marathon
Tobacco
1900- US



DKW
Cars
1900- DE



Wilhelm Jägermann & Co.
Tübingen
1900- CH



Rex
Singapore
1900- IT



F. B. Flor
1904- CH



MIFA
Mithelbach's Filmwerke
Bonn
1908- DE



Associated Banking Companies
Missouri
1940- US

Oval

Oval

Oval



The Globetrotter Floor
Cloth & Manufacturing Company
1976-UK



J. E. Schmalzer
Tobacco
1980-UK



Hediger & Singer
Tobacco
1988-UK



Sun
Cigarettes
1961-UK



Lave & Company
Laundry
1902-CA



H.F.P.C.
Towing
1921-UK



Fiat
Cars
1924-Carlo-Braschi-IT



L'Oréal
Cosmetics
1909-FR



Ford
Automobiles
1912-US



The Atlantic Monthly Company
Publishing
1902-Brace-Regina-US



N. M. & F. Plun
Department store
1907-UK



J. & A.C. van Rossum
Cigarettes
1914-NL



El Cisne
Papers
1908-ES



Savage Arms Company
1904-US



Hartford Steam Boiler
Insurance
1899-US



Esselte Helvetische
Verlagsbuchdruckerei Massins
1918-IL



Helios Cigarettes
1908-UK



Double Palm Tree
Cigarettes
1911-IL



G.H. Wijnman & Papijngevoert
Paper products
1918-NL



Elephant Brand
Coffee
1901-FR



K.F.M.F.
Bleichwollerei
1901-UK



U.S. Treasury Department
War Savings Stamps
1919-US



Liberty Paper Company
1917-US



Napoleon
Cigarettes
1869-FR



Fines Mahomed
Tobacco
1913-Stephen-Holmes-UK



Hugo Hen
Gumming
1903-DE



F.E. Ehrhardt
Paper products
1914-UK



Cass Magnafabrikation
Toile
1919-UK



Typographic Service New York
Typesetting
1913-US



Marc Fabrics
Wooling Machine
1909-FR



United Manufacturers &
Engineers Manchester
1912-UK



Je Ro
Rubber Company
1912-US



P.E. Ehrhardt
Paper products
1914-UK