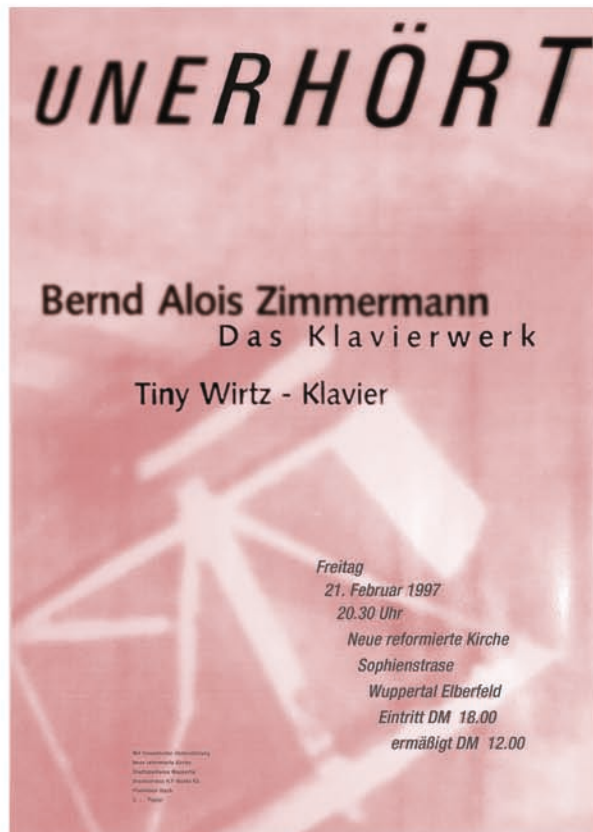




Erstes Plakat, Dezember 1995



Zurück zum Querformat, 2004



Plakatgestaltung und Logo ab 1997



Plakat für Kooperation mit der Citykirche, 2011



Aktuelles Plakat, Mai 2015

Die Geschichte der unERHÖRT!en Plakate beginnt mit jeder Menge Papierschnipseln, Filzmalern, Ausdrucken von Schriftschnitten (aber auch selbst gemalten Schriften) und ClipArts, die dann ganz analog zusammengefügt und kopiert wurden. Die ersten UNERHÖRT! Plakate waren mal im Querformat, überwiegend jedoch ersteres, sahen (bis auf das Logo) immer völlig unterschiedlich aus, und waren häufig auf Primärfarbige Papiere gedruckt, damit sie besonders gut auffallen, Was auch besonders auffällt ist, dass das UNERHÖRT! Logo im ersten Jahr eine besondere Betonung auf den Umlaut gelegt hatte. Zudem war UNERHÖRT! damals besonders laut, so ist unserem „neuen“ Logo zwar das Ausrufezeichen abhanden gekommen aber so ganz ohne Anstieg geht es auch hier nicht, und so ist das Ausrufezeichen in gewisser Weise in dem „Schriftgrößerverlauf“ und der kursiven Ausrichtung gegeben, die dem Logo im Vergleich zu dem auf den ersten Plakaten verwandten Logo einiges an Statik nehmen und es zu dem visuellen Equivalent der musikalischen Dynamik machen, die die Konzertsreihe UNERHÖRT! seit jeher verfolgt. Das Logo wurde 1997 mitsamt einem neuen einheitlichen Plakatkonzept von Grafiker Horst Neumann gestaltet. Das Plakat mit dem rosigen Farbverlauf und dem Notenständer wurde gut angenommen, und bis ins neue Jahrtausend hinein benutzt, wurde dann allerdings wieder vom praktischen A3 Querformat abgelöst. Dass man dieses besonders gut hängen konnte, war sicherlich einer der Gründe. 2004 entstanden einige grafische Experimente durch Franziska Köppen (wie zum Beispiel das Plakat für das Orgelkonzert von Vladimir Khomyakov, das in gewisser Weise eine Ausnahme darstellt denn normaler Weise fand das Logo links oben Platz), doch das war vorerst nur eine kurze Odyssee - in der Regel gestaltete Bernd Köppen die Plakate selbst. so sind das erste Plakat von 1995 und auch das Plakat zu seinem Sechzigsten (2011) von ihm, wobei das erste am noch am Kopierer entstand, während alle Plakate aus diesem Jahrtausend an heimischen PCs entstanden, zum Kopierverfahren ist man aber, zumindest zur Verfielfältigung der Plakate seit der Rückkehr zum A3 Format treu geblieben und hat dieses inzwischen als Stilmittel und Markenzeichen etabliert. Seit Mitte 2014 zeichnet sich Franziska Köppen wieder unter dem Synonym eFKay DSGN für die unERHÖRT!en Plakate verantwortlich. Diese setzt dabei auf originelle Gestaltung in einem streng definierten Rahmen mit punktuellen Helligkeitsverläufen die dezent an das 97'er Plakat erinnern.

Seit 2013 ist unERHÖRT! im Netz und schreibt sich dort übrigens in Anlehnung an den Schriftgrößenverlauf im Logo unERHÖRT.