

# I.S.M: OPUS

17

## DESIGN

Erlot 't Hart

De opdracht om een voorstel te doen voor het logo van Front Runner kwam via Rob (Dastro) bij ons binnen. Dastro had de winkel-inrichting gedaan van deze sportkleding en schoenenketen en was al geruime tijd aan het schetsen geweest voor een nieuwe 'corporate identity'. Ze hadden met elkaar een goed concept uitgewerkt, maar "het was het nog net niet". Rob was na een aantal schetsrondes op een dood punt beland en riep onze (Opus Design) hulp in.

Opus Design mocht een aantal nieuwe voorstellen doen. Er was al veel voorwerk gedaan: de positiebepaling Front Runner in de markt, het gewenste imago, de gevoelswaarde en er bestonden een aantal moodboards die voor ons een prima startpunt vormden voor een eerste schetsronde. We besloten het bureaubreed aan te pakken en van alle ontwerpers een voorstel neer te leggen. Dit resulteerde in vier totaal verschillende voorstellen, allemaal eigentijds, modern en een tikje 'urban'.

De opdrachtgever (Front Runner) was aangenaam verrast door het grote aantal uitwerkingen en de toch wel verfrissende nieuwe invalshoek. Er viel echt wat te kiezen en er was tijdens meteen de presentatie meteen voorkeur voor twee van de vier voorstellen.

Na intern overleg werd besloten het voorstel dat het meeste op een icoon leek verder uit te werken. De inspiratie voor dit logo lag in de abstractie van een kruising van SNELwegen, afgeleid van de locaties van Front Runner winkels in de stad: in drukke winkelstraten in het centrum, waar veel mensen langs lopen, plaatsen waar veel beweging is, waar looproutes elkaar kruisen. De kruising van wegen werd geabstraherd en leverde een vormtaal op waarvan het logo kon worden afgeleid. Dan begint een proces van fijnslijpen. Met kleine stapjes werken aan de details. Simplificeren, afpellen, kleine vormveranderingen aanbrengen, vooral een proces van 'trial and error' en goed kijken en vergelijken. Een logo moet eenvoudig zijn en toch spannend genoeg om even de aandacht vast te houden.

De vormtaal gaf eveneens aanleiding tot de ontwikkeling van een eigen schrijfwijze van de woorden FRONT RUNNER. Op die manier werden logo en schrijfwijze mooi op elkaar afgestemd. Dit bracht ons weer op het idee een heel alfabet te maken; de letter 'Frontrunner' was geboren en te gebruiken voor meerdere toepassingen in de winkels: prijsstags, sales aankondigingen, tassen. Het letterfont 'Frontrunner' werd zo, samen met de vormtaal, een krachtige drager van de nieuwe corporate identity.

Uiteindelijk zijn we nu in de afrondende fase en wordt de nieuwe stijl gefaseerd ingevoerd. Een eerste uiting is de gewelbetaaling van een nieuw filiaal in Eindhoven. Een mooie toepassing die laat zien dat, wat Opus Design heeft gemaakt, in de praktijk





# FRONT RUNNER



HET SPECIAAL VOOR FRONTRUNNER ONTWIKKELDE LETTERTYPE:  
 LUPAT LOR SENIAM VEL IRIURE FEU FACIPSU STIONSE QUATUER IPISSI. ALIQUAM TOR SUSCILIQUAT  
 WISCILL UPTATING EA FEUGAIT ALIQUIS ET DOLUT ALIQUAT LUPAT AD MAGNA FEUGAIT PRATION  
 SEQUAT DOLOR SE DIT AUT LAORPER SISIM QUSI.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R  
 S T U V W X Y Z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ ? ! €



**FRONT RUNNER**  
**FRONT RUNNER**  
**FRONT RUNNER**