

구 동독의 신호등맨(이하 암펠만)은 지난 몇년 사이에 컬트캐릭터라는 지위를 달성하였습니다. 이 카탈로그에는 비록 짧은 형식이지만 암펠만의 탄생에서 국제적인 브랜드가 되기까지의 다사다난했던 길이 소개되어 있습니다.

03 - 10 역사: 구 동독의 암펠만은 어떻게 하여 동독 이후에도 끈질기게 살아남았고, 심지어 구 서독의 신호등맨을 경쟁상대로 만들수 있었는지.

11 - 16 AMPELMANN: 어떻게 하나의 교통신물이었던 암펠만을 컬트제품으로 부활시켰는지.

암펠만의 세계에 환영합니다.

●●● 인사말

17 - 18 저작권: 브랜드 암펠만은 어떻게 보호되어지고 있으며, 어떠한 사용권이 허락되어 지는지.

19 - 20 Karl Peglau: 심볼을 고안한 카알 페글라우씨와의 인터뷰 - 그는 어떻게 구 동독-암펠만의 아버지가 되었는지.

21 - 22 언론보도: 왜 암펠만이 미디어의 사랑받는 테마가 되었는지.

23 - 26 세계의 친구들: 암펠만의 외국 친구들은 과연 어떻게 생겼는지.

27 - 28 숨: 암펠만 숨들은 어디에 있는지.

29 - 68 암펠만 상품 소개

구 동독의 신호등맨, 암펠만은 가장 사랑받는 베를리너이다:
1961년 10월 13일 당시 구 동독의 수도, 베를린에 처음으로
보행자-신호등이 소개되었다. 교통심리학자 카알 페글라우씨는
당시 증가하는 거리의 교통사고 위험을 막는 임무를 받았
다. 그때까지만해도 홀로 존재하던 자동차-신호등의 추가물로
써 보행자-신호등은 그렇게 생겨났다. 그 디자인은 심리학적으로
잘 숙고되어졌다. „호감“을 주는 심볼에 교통 이용자들은 더
잘 반응한다.

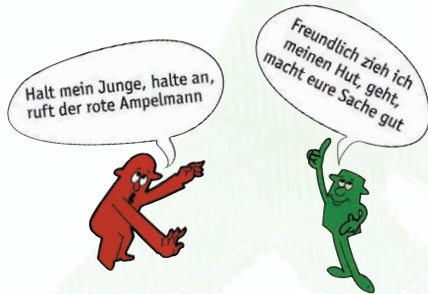
구 동독 신호등맨에서 컬트캐릭터로

● ● ● 역사

빨간-신호등맨의 쭉 뻗은 팔은 분명하게 신호를 보낸다, 여기서
기다리라고. 이와 반대로 녹색-신호등맨의 다이내믹한 걸음은
말한다, 지금 계속 가라고.



이 사람 생각새의 신호등 심볼은 바로 그의 목적을 달성했고, 거리에서 뿐만 아니라 사회에서까지 커다란 수용을 경험했다. DEFA-프로듀서, 프리드리히 로호우(Friedrich Rochow)씨는 1982년부터 어린이를 위한 교통교육영화에 암펠만을 수호천사로 투입했다. 만화 캐릭터의 형태속에서 암펠만은 위험한 상황속에서 주인공들에게 항상 가치가 높은 팁을 주었다. 또한 교통교육의 다른 영역에도 암펠만은 투입되었다.



어린이들은 증명되어진 유용한 교통지식을 얻기위해 녹색-암펠만이 들어간 뺏지 „황금의 일(Goldene Eins)“이나 특별한 암펠만-열쇠고리를 받았다. 또한 이 두 암펠만은 카드게임 „거리에서 교통조심!(Passt auf im Straßenverkehr!)“을 장식했다. 스탬프 속에서 색칠 그림책 속에서 유치원 어린이들은 암펠만과 친구가 되었다.

독일통일 후 사라져 갔던 수많은 구 동독의 사물들처럼 암펠만 또한 사라져야만 하는 운명에 처하게 되었다. 구 서독의 관청과 정치인들, 교통기술자들은 구 동독의 암펠만에 대해 험담했다. 1994년 구 동독-암펠만은 구 서독- 또는 유로-신호등맨으로 교체되기 시작했다. 논쟁의 대상은 단지 오래되서 낡은 전자부품의 결함에 관계된 것이지 암펠만의 심볼에 관계된 문제가 아니라는 것을 관료주의자들은 들으려 하지 않았다.

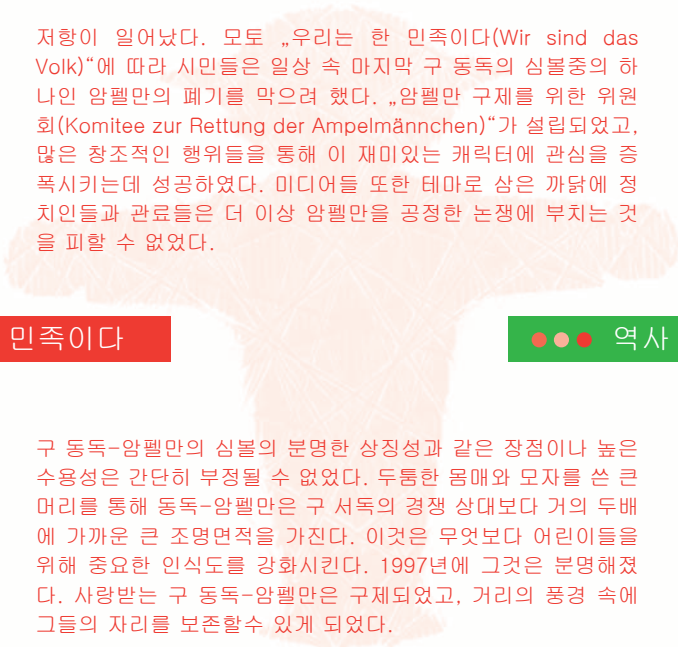
암펠만의 폐기

● ● ● 역사



1996년 구 서독 출신의 산업디자이너, 마쿠스 헥하우젠(Markus Heckhausen)씨는 폐기된 암펠만을 인수했다. 못쓰게 된 신호등의 오리지널 글래스로부터 첫번째 암펠만-제품이 탄생했다. 빨간, 녹색의 신호등 램프가 바로 그것이다. 이 신호등 램프와 이러한 암펠만-스토리에 대한 미디어의 반향은 엄청났다. 그리하여 매장되었던 암펠만은 독일국민의 의식속으로 그렇게 파고 들어갔다.





저항이 일어났다. 모토 „우리는 한 민족이다(Wir sind das Volk)“에 따라 시민들은 일상 속 마지막 구 동독의 심볼중의 하나인 암펠만의 폐기를 막으려 했다. „암펠만 구제를 위한 위원회(Komitee zur Rettung der Ampelmännchen)“가 설립되었고, 많은 창조적인 행위들을 통해 이 재미있는 캐릭터에 관심을 증폭시키는데 성공하였다. 미디어들 또한 테마로 삼은 까닭에 정치인들과 관료들은 더 이상 암펠만을 공정한 논쟁에 부치는 것을 피할 수 없었다.

우리는 한 민족이다

●●● 역사

구 동독-암펠만의 심볼의 분명한 상징성과 같은 장점이나 높은 수용성은 간단히 부정될 수 없었다. 두툼한 몸매와 모자를 쓴 큰 머리를 통해 동독-암펠만은 구 서독의 경쟁 상대보다 거의 두배에 가까운 큰 조명면적을 가진다. 이것은 무엇보다 어린이들을 위해 중요한 인식도를 강화시킨다. 1997년에 그것은 분명해졌다. 사랑받는 구 동독-암펠만은 구제되었고, 거리의 풍경 속에 그들의 자리를 보존할 수 있게 되었다.

오늘날 사람들은 구 동독 지역의 지방 도로에서 암펠만을 다시 볼 수 있다. 연방 도로에서는 신호기를 위한 지침(RiLSA)에 따라 구 서독-신호등맨이나 유로-신호등맨이 빛나고 있다. 구 서독 지역에서는 그 사이 몇몇 도시들의 선별된 교차로에서 구 동독-암펠만이 보행자를 인도하고 있다. 그러나 이것은 어디까지나 연대적인 제스처로서 이해될 수 있다. 여러가지 명시된 장점들에도 불구하고 다른 방향으로의 일반적인 교체는 전혀 논의가 되지 않았다.





신호등맨에서 컬트캐릭터로

역사

1997년 마쿠스 핵하우젠씨는 암펠만의 아버지, 카알 페글라우 씨와 함께 „암펠만의 책(Das Buch vom Ampelmännchen-오일렌슈피겔(Eulenspiegel) 출판사)“을 출판했다. 이 책에는 암펠만의 역사와 구제가 시대의 증인들로부터 상세히 서술되어 있다. 많은 사진들과 일러스트들은 이 테마를 최상으로 경험할 수 있게 한다. 신호등 램프와 책에 대한 사람들의 커다란 관심은 마쿠스 핵하우젠씨로 하여금 계속해서 암펠만에 생명을 불어넣는 일을 하도록 동기화시켰다. 1999년 그는 그의 회사 MAKE Design(현 AMPELMANN 주식회사)과 디자이너 바바라 폰(Barbara Ponn) 씨와 함께 첫번째 암펠만-컬렉션을 선보였다. 예를 들어 병따개, 과일맛 젤리, 자석, 코르크마개 따개, 열쇠고리나 티셔츠와 같은 상품들은 많은 사람들에게 인기가 있었다.

다음 해에도 예를 들자면 교통안전 시리즈 같은 새로운 상품들이 끊임없이 개발되었다. 매년 새로운 상품들로 인해 사람들의 관심은 높아져 갔고, 미디어의 보도는 강하게 증가했다. 그러는 사이 암펠만은 가장 사랑받는 „베를리너“ 중의 하나로 떠올랐다. 2001년 암펠만 40주년 기념 전시회는 암펠만이 컬트캐릭터로서의 지위를 획득하는 데에 기여했다. 이 전시회를 통해 첫 번째 암펠만-갤러리숍이 베를린, 하케셔회페(Hackesche Höfe)에 탄생했다. 그 후 또 다른 두 개의 암펠만 숍들과 소매상을 통한 판매, 온라인 쇼핑몰(www.ampelmannshop.com)을 통한 직접 판매는 암펠만을 모든 세상으로 내보낸다.





● ● ● AMPELMANN

이 디자인 회사는 실용성이 높은 감성적 라이프스타일 제품을 추구한다. 각각의 제품 뒤에는 제품을 빛나게 하는 스토리가 있다. 이 회사 철학의 기초는 1996년 통일된 독일 속에서의 첫번째 암펠만-제품(마쿠스 핵하우젠씨가 디자인한 오리지널 신호등 글래스로 만들어진 신호등 램프)과 함께 세워졌다.

창조적인 제품 아이디어와 마케팅 덕분에 암펠만은 신호등의 세계를 뛰어넘어 생활제품으로서 또 하나의 새로운 세계를 얻었다. 제품 디자이너와 그래픽 디자이너는-영화 제작인들과 뮤지션들과의 공동 작업속에서- 암펠만이 그들의 새로운 삶을 이끌어 갈 세계를 디자인한다. 성공적인 암펠만-스토리는 계속적으로 혁신적인 제품 개발을 가능하도록 만들었다. 여기 손으로 옷들을 맞이하는 James의 “5개의 돕는 손들(fünf helfende Hände)”을 그 한 예로 들수 있다.

12

암펠만에게 새 삶을



디자이너 라인하트 체첸(Reinhard Zetsche)와의 공동작업 속에서 슈바르츠발트(독일서부의 산맥)의 느낌을 성공적으로 전하는 자명종 시계 „Black Forest“가 탄생했다. 또한 선풍기 시리즈 „Flowerpower“에는 꽃밭을 스치고 지나가는 자연스럽게 느껴지는 신선한 미풍이 있다. 1999년 헥하우젠씨는 주식회사 MAKE Design(현 주식회사 AMPELMANN)을 설립했다. 암펠만-제품의 계속적인 성공, 새로운 판매 구조와 브랜드의 포지셔닝은 새로운 법의 형식의 선택을 필요로 했다.

● ● ● AMPELMANN





끊임없이 성장하는 다양한 제품군, 암펠만을 국내와 해외에 유명하게 만든 집중적인 홍보작업, 그리고 암펠만의 아버지, 카알 페글라우씨와의 오랜 해에 걸친 협력작업을 통해 구 동독 신호등에서 탄생한 이 두 캐릭터는 어느덧 쿼트캐릭터로서의 지위를 달성했다. 철저한 라이선스 작업을 통해 AMPELMANN은 국제적으로 유명한 독일 브랜드를 만들어 냈다. 예를 들면 정치교육을 위한 센터(Die Zentrale für Politische Bildung)는 AMPELMANN의 지원속에서 암펠만을 „독일 통일상“의 로고로 사용하였다.

상업적인 면에서 예를 들자면, SAT1(독일공영방송)는 퀴즈쇼 „슈트뢰라인의 실험가(Ströhleins Experten)“에 암펠만을 중심캐릭터로 사용하였다. 트렌드가 창조되는 베를린-미테에서 AMPELMANN은 그동안 하나의 중소기업으로 발전했다. 35명의 직원들과 외부로부터의 수많은 도움들은 암펠만의 니드를 우선적으로 돌보고 있다. 디자인 분야와 함께 판매 분야와 스포츠 또한 점점 더 중요한 위치를 차지하게 되었다. 이미 준비가 끝나서 랍속에 놓여있는 지속적인 컨셉들은 앞으로도 지속적인 성공을 보장한다.

● ● ● AMPELMANN





예를 들자면 위와 같이 암펠만과 함께 의류 라벨이 만들어진다. AMPELMANN에는 마쿠스 핵하우젠씨와 바바라 폰씨가 경영자로 있다. 핵하우젠씨는 1987년 포르츠하임(Pforzheim)에서 제품디자인 학과를 졸업했다. 졸업과 함께 그는 밀라노 Anna Cartelli-Ferrieri(Kartell)에서 장학금을 받고 일을 하였다. 그 이래로 그는 독립한 디자이너로 활동하고 있다. 폰씨는 1992년 원헨에서 제품 디자이너로써 디플롬(석사) 학위를 받았다. 그 후 그는 BMW, Siemens, Escada에서 6개월 인턴쉽을 마쳤다. 1998년과 1999년에는 베를린예술대학 디자인학부 강의를 맡은바 있다.



● ● ● 저작권

AMPELMANN에게 암펠만에 대한 저작권법의 존중은 처음부터 매우 중요했다. 따라서 첫번째 제품부터 암펠만의 고안자, 카알 페글라우씨와의 계약적 관계가 생겨났다. 새로운 제품의 개발과 판매를 보장하기 위해 암펠만은 독일 상표청과 특허청에 상표로서 등록되었다. 게어(Geher: 가는 녹색 신호등맨)와 슈테어(Steher: 서있는 빨간 신호등맨)는 그래픽적, 3차원적으로 텍스트 상표와 그림 상표로서 등록되었다. 각각의 제품들 또한 추가로 의장등록되었다. 그동안 암펠만은 또한 국제적으로도 등록되어 보호되어지고 있다.

암펠만-상표의 사용은 이 등록을 통해 분명하게 통제되어진다. 이와함께 암펠만의 캐릭터를 바르게 유지하기 위한 디자인적, 상표권적 관점에서의 분명한 선이 만들어졌다. 암펠만의 긍정적인 이미지를 계속 유지하고 그의 인지도를 높이는 것이 AMPELMANN의 목표이다. 암펠만-상표의 라이선스 허가는 전적으로 주식회사 AMPELMANN을 통해 통제되어질 수 있다.

원칙적으로 단지 시간적으로 제한되어진 사용은 수여되어진다. 교통, 구 동독, 통일 등과 같이 테마적으로 암펠만에 근접한 협회와 단체들을 위해 암펠만의 무료 사용 가능성은 존재한다. 암펠만의 상업적 사용을 위한 계산적 토대로서 *BVPA가 발행한 카탈로그 „그림 보수(Bildhonorare)“가 사용되어진다.

*BVPA: 언론그림-에이전시(Pressebild-Agenturen)와 그림문고협회(Bildarchiv e.V.)의 연방연합

1927년 바트 무스카우(Bad Muskau)에서 태어난 카알 페글라우 씨는 암펠만의 아버지이다. 그는 32년동안 구 동독의 „교통 의학사업(Medizinischen Dienst des Verkehrswesens)“의 지도적 심리학자였다. 이러한 지위 속에서 그는 1961년 암펠만을 개발하였다. 여기 2004년 그가 암펠만 홈페이지(www.ampelmann.de)를 위해 한 인터뷰로부터의 글을 소개한다.

재미있는 심볼이 더 효과적

●●● Karl Peglau



어떻게 교통심리학자로서 암펠만의 아버지가 되었는가?

나는 오랜시간 교통사고와 그 예방에 대해 연구했다. 이러한 연구로부터 나는 사고의 위험을 감소시키기 위해서는 자동차, 보행자, 자전거와 거리전차의 교통흐름이 분리되어 이끌어져야 한다는 의견을 가지게 되었다. 그리고 다양한 교통 사용자들을 위해 각각의 고유한 신호등을 만들 것을 제안하였다. 그 속에 보행자 교통을 위한 구체적인 제안, 즉 두명의 유용하고 재미있는 사람모양의 운곽을 선보였고 그것이 좋다고 판정되어졌기 때문에 나는 베를린 암펠만의 아버지가 되었다.

당신에게 컬트 캐릭터와 디자인 제품으로서의 암펠만의 두번째 이력이 어떻게 느껴지는가?

1996년 내가 마쿠스 핵하우젠씨와 그의 첫번째 암펠만-제품을 알게 되었을 때, 나는 많이 회의적이었다. 그러나 오늘날 나는 그와의 연대와 제품으로써의 길이 암펠만을 거리인도 캐릭터로 유지하는 유일한 길이었다고 생각한다. 그 때문에 나는 구동독-암펠만이 단지 베를린 뿐만 아니라 이미 벌써 전세계에 열렬한 호응을 받고, 디자인 제품으로서 높은 지위와 가치를 획득한 것이 당연히 기쁘다.

이미 첫번째 암펠만-제품, 신호등 램프는 미디어에 큰 관심을 불러 모았다. 마쿠스 핵하우젠씨와 그후 그의 회사 AMPELMANN 은 암펠만-테마를 시작부터 철저한 홍보작업과 함께 지원했다. 이미 새로운 제품을 위한 아이디어 기획 시기에 마케팅의 시기가 계획 되어진다. 크리스마스 시즌 전의 과자모양 짚는 틀, 취학식 전의 학교주머니(학교를 입학하는 어린이를 위한 선물포장 주머니)는 끊임없이 암펠만의 세계로부터 새로운 스토리를 제공한다. 이것은 미디어에 강하게 반영되고 암펠만-테마는 끊임없이 소개되어진다.



언론보도



미디어 반항의 정점은 2001년 암펠만 40주년 기념일이었다. 독일의 유력 신문들인 디 차이트(die Zeit), 데어 슈피겔(der Spiegel), 디 프랑크푸르트알게마이너차이퉁(die FAZ), 모든 베를린의 미디어, 독일공영방송 ARD, ZDF 그리고 다른 많은 미디어들이 이 구 동독으로부터의 마지막 잔유물에 대해 큰면으로 보도하였다. 해외 미디어들은 통일된 독일로부터의 이 기이한 이야기를 항상 다시 끄집어냈다. 통독 후 독일민족의 어렵지만 함께 성장하는 이야기와 Ostalgie(동구에 대한 향수)유행에 대한 살아있는 실례로써 이 호감을 주는 암펠만은 빼어나게 적합했다.

영국(The Independent on Sunday, Financial Times), 스웨덴(Boras Tidning), 네덜란드(Dagbald, De Telegraaf)의 신문들과 덴마크의 TV방송은 암펠만을 크게 보도했다. 베를린-다크호스로서 암펠만-컬렉션에 대한 일본 매거진 „Woman“의 보도는 2002년 이래로 머니먼 동쪽나라에 강한 관심을 일깨웠다. 그후 남성 매거진 „Pen“과 여성 매거진 „Figaro“가 뒤를 따랐다. 이것은 암펠만의 길이 더 오래 계속되리라는 것을 예감하게 한다.



● ● ● 세계의 친구들

신호등맨은 전세계적으로 헤아릴 수 없을 만큼 다양한 형태로 빛나고 있다. 몇몇 나라에선 심지어 도시에서 도시마다 다르다. 우리는 여기 여러분께 그 예로 우아한 프랑스의 신호등맨, 일본의 진지한 신사 신호등맨, 폴란드의 로봇 신호등맨, 슬로바키아의 바지를 입은 완만한 신호등맨 그리고 벨기에의 실험적으로 설치된 남녀한쌍 신호등맨 등을 소개한다. 그 중 구 동독-신호등맨은 그들의 특별한 캐릭터를 통해 그 누구보다 분명하게 두드러져 보인다.

www.ampelmann.de 에서 당신은 또 다른 예들을 감상할 수 있으며, 또한 그곳에서 스스로 암펠만-사진작가가 될 수 있다.



24

유로

구 동독

구 서독





벨기에



프랑스



프랑스(파리)





26

일본

폴란드

슬로바키아



AMPELMANN은 암펠만-컬렉션 전반을 특별하게 선보이고 있는 세계의 자체 슝을 베를린에 운영하고있다. 2001년 12월 암펠만 갤러리슝이 하케셔 회페(Hackesche Höfe)에 오픈되었다. 2004년 초반 포츠담 광장(Potsdamer Platz)에 또 하나의 슝을 오픈하였고, 2004년 8월 이래로 당신은 돔 아쿠아레(DomAquaree)에 있는 암펠만슝을 방문할수 있다.

암펠만 슝으로 들어가다



● ● ● 슝

Ampelmann Galerie Shop

Hackesche Höfe, Hof 5
Rosenthaler Str. 40-41
10178 Berlin

전화: +49-30-44 04 88 01

개점시간:

월 - 토 10:00 - 22:00

일 11:00 - 19:00

지하철 S (에스 반): Hackescher Markt,

지하철 U (우 반): Weinmeisterstraße



28

Ampelmann Shop

Potsdamer Platz Arcaden (Basement)
Alte Potsdamer Str. 7
10785 Berlin
전화: +49-30-259 256 91

개점시간:
월-토 10:00 - 20:00,
일 12:00 - 18:00
지하철 S, U:
Potsdamer Platz 하차

Ampelmann Shop

Im DomAquaree
Karl-Liebknecht-Str. 1
(베를리너돔 건너편)
10178 Berlin
전화: +49-30-275 83 238

개점시간:
월-토 10:00 - 20:00, 일 11:00 - 20:00
지하철 S, U: Alexanderplatz 하차



AMPELMANN GmbH

Rosenthaler Str. 40-41

10178 Berlin

Tel.: (0049) (0)30 - 44 04 88 01

Fax: (0049) (0)30 - 44 04 88 00

www.ampelmann.de

E-Mail: info@ampelmann.de

사업자등록:

Amtsgericht Berlin-Charlottenburg,

HRB 71925

디자인:

Pfrommer Studios

커뮤니케이션을 위한 에이전시

www.pfrommer-studios.de

발행