

**SCHÖN
SEIN**

IST NICHT GENUG

**UM GUT
ZU SEIN!**

Dein Dossier
zum Thema

LOGO-DESIGN

1. Warum ein (gutes) Logo so wichtig ist
2. Kriterien für ein gutes Logo
3. Logoarten

LOGO-DESIGN

Die folgenden Seiten klären die Frage, wieso für ein Logo-Design schön sein allein nicht genug ist, damit es gut ist.

Schön sein oder besser gesagt ein Logo als schön empfinden ist eine Frage des persönlichen Empfindens und sehr subjektiv.

Wir schauen uns genauer an, welche Kriterien erfüllt sein müssen, damit ein Logo zu den Guten gehört.

Ein Logo, das dir persönlich nicht gefällt, kann trotzdem alle Kriterien erfüllen, damit es zu den Guten gehört.

Wenn du Fragen hast, die dir mein Dossier nicht beantwortet, dann melde dich bei mir info@raumundinhalt.ch.

Herzlich

Andrea



DER 1. EINDRUCK

1

Keine 2. Chance für den 1. Eindruck - dass gilt auch für dein Logo.

Mit deinem Logo wird ein 1. Eindruck von dir resp. deinem Business vermittelt. Es ist die erste Kontaktaufnahme zu deinem Kunden. Wecke sein Interesse, mehr über dein Produkt, deine Firma wissen zu wollen.

Es kann deshalb nur in deinem Sinne sein, dass dieser 1. Eindruck positiv ist.



Das Logo muss:

- grafisch/technisch einwandfrei aufbereitet sein
- die Typografie und die Farbwahl passen zu deinem Business, unterstützen die Aussage und Werte, die du vermitteln willst

Hol dir diesen Vorsprung, mit einem professionellen Logo, für den starken 1. Eindruck.

FIRMENIDENTITÄT

1

Dein Logo ist die Basis für deine Firmenidentität.

Dein Logo repräsentiert das Unternehmen und kann als massgeblicher Faktor zum Erfolg beitragen. Biete deinen potenziellen Kunden Informationen und Orientierung mit deinem Firmenlogo.

Tönt ziemlich einfach ;-).

Das Logo ist zwar nur ein Teil deiner visuellen Firmenidentität. Es ist jedoch die Grundlage der Geschichte auf der deine gesamte Firmenidentität aufbaut.

Löse mit deiner Geschichte Emotionen aus, die den Kunden neugierig machen.

MACH WAS DRAUS

1

Es ist überall, dein Logo, deshalb muss es gut sein.

Wenn du bereits ein Logo hast, dann nutzt du dieses hoffentlich rege und gerne:

- auf den Visitenkarten
- auf dem Briefpapier
- auf der Website
- auf deinen sozialen Kanälen
- auf deinen Produkten
- auf deinem Firmenfahrzeug
- auf der Arbeitsbekleidung
- und, und, und, ...

Dadurch ist dein Logo für (potenzielle) Kunden überall und permanent sichtbar. Das prägt deinen optischen Auftritt in der Öffentlichkeit. Im Grunde ist dies der bequemste Weg dich und deine Firma selbst vorzustellen und das sollte beim Betrachter einen positiven Eindruck hinterlassen.

Ein gewichtiger Grund, warum ein Logo gut sein muss und keinesfalls stiefkindlich behandelt werden darf.



ANDERS SEIN

Zieh die Aufmerksamkeit auf dich!
Sei anders, als die anderen aus deiner Branche.

Ein gutes Logo hebt sich von der Masse ab.
Sei mit deinem Logo einzigartig und unverwechselbar.

Logos aus der gleichen Branche enthalten immer wieder die gleichen Elemente. Zum Beispiel die Autobranche - Reifen, Auto, Lenkrad, usw.

Logos mit diesen branchentypischen Elementen sind austauschbar und auch verwechselbar.

Dein Logo soll in deiner Branche unverwechselbar sein.
Deshalb verzichte auf branchentypische Elemente.

Schau dir dazu meine Beispiele an. Die zwei Logos rechts sind branchentypische gehalten. Sogas kann jeder verwenden und vielleicht mit etwas Farbe und einer Namensanpassung sein Logo erstellen.



1

Das 3. Logo der Ghysnau Garage ist eine traditionsreiche Garage, die von einer grossen Autogarage übernommen wurde.

Das Logo arbeitet mit der Dynamik der Schrift und dem Icon. Das Icon kann losgelöst verwendet werden, was ideal ist für die sozialen Medien.

Weiter wurde beim Design des Logos auf eine Anlehnung an das Mutterhaus geachtet. Das Klientel, die Automarken und der Standort waren weitere Faktoren, die bei der Realisierung des Logos mit im Spiel waren.

Definitiv kein branchentypisches Logo, dafür unverwechselbar anders.



VERTRAUEN

1

Dein professionelles Logo-Design ist ein Vertrauensbooster.

Es wertet deinen visuellen Firmenauftritt auf, was wiederum deine Professionalität, Kompetenz und Seriosität unterstreicht. Es schafft Identität.

Ein Unternehmen mit einem schlechten visuellen Auftritt, wird kaum mit Kompetenz überzeugen und Neukunden gewinnen.

Hol dir den Vertrauensbonus mit deinem professionellen Logo-Design.



WENIGER IST MEHR

Für ein gutes Logo-Design gilt - weniger ist mehr.

Halte es einfach. Wenige Schriften und Farben, sowie leicht verständliche Symbole oder Bilder. Dadurch wird Merkfähigkeit positiv begünstigt.

➤ **Lenke den Fokus auf das Wesentliche.**

Die ganz grossen Marken machen es vor. Audi mit den vier Ringen, die erkennt jeder, das Zeichen von Nike, den M von Mc Donalds, sind jedem ein Begriff.

Die gezeigten Beispiele gehören nicht zu den ganz grossen Marken. Diese Logos lenken jedoch den Fokus sehr gut auf das Wesentliche und haben eine starke Aussagekraft.



2.

WIEDERERKENNUNG

2.

Die Wahl deines Logos hat einen entscheidenden Einfluss auf die Wiedererkennung deiner gesamten Marke.

Dein Logo macht deine Marke/Firma/dein Produkt unverwechselbar.

Mit der Farb-, Schrift- und Symbolwahl schaffst du dein einzigartiges Logo. Damit dir das gelingt, ist es gut zu wissen, wie es andere aus deiner Branche machen. Schau also auch über den Tellerrand hinaus. Das hilft, um dein einzigartiges und einprägsames Logo zu kreieren.



Ein einprägsames Logo ist die halbe Miete. Sei einzigartig, bleibe aber immer du selbst!

Welche Logos (z.B. aus deinem Alltag, deinem Umfeld) haben sich bei dir eingeprägt?

Stell dir die Frage, was ist es, dass sich genau diese(s) Logo(s) bei dir eingeprägt hat.

Die Antwort kann dir helfen beim eigenen Logo-Design.

KLARE AUSSAGE

Ein gutes Logo macht eine eindeutige und klare Aussage.

Um was geht es in deinem Unternehmen?



Dein Logo soll deine Dienstleistung, dein Produkt oder deinen Namen in den Fokus rücken.

Hier besteht die Herausforderung in der Wahl der passenden Symbolik für deine Branche. Eine originelle und Verarbeitung und Weiterentwicklung ist dabei wichtig.

Die passende Symbolik zu finden ist manchmal nicht ganz einfach, deshalb ist das Erstellen einer Wortmarke eine ideale Option. Mit dem passenden Slogan wird diese in der Aussage unterstützt.

Anhand der Farb-, Schrift,- und Formwahl soll die Hauptaussage unterstrichen werden.

2.

KUNDENSPRACHE

Dein Logo muss die Sprache deiner Zielgruppe sprechen, damit du sie erreichst.

Wen möchtest du ansprechen? Wer ist dein Wunschkunde.

Definiere deine Zielgruppe und finde heraus wie diese funktioniert.

Wie wirkt dein Logo auf deinen Wunschkunden - verbindet er es mit positiven Emotionen, schafft es ein Gefühl des Vertrauens, ist es ihm sympathisch?

Damit du deine Zielgruppe direkt ansprichst, überlege dir genau, welche Farbe, Schrift und welches Layout zu deinem Angebot passen.

Um zu spüren, was im oben Gesagten gemeint ist, rechts Beispiele zum verdeutlichen was gemeint ist.



2.

HALTE ES ZEITLOS

Ein gutes Logo ist zeitlos.

Damit dein Logo auch in 5 oder 10 Jahren noch gut funktioniert - halte es zeitlos.



**Es empfiehlt sich möglichst auf modische Trends zu verzichten.
So hast mit deinem Logo einen beständigen langjährigen Begleiter.**

Was jedoch nicht heisst, dass du dein Logo anpassen darfst oder sogar musst, wenn sich deine Werte, Dienstleistung oder sogar das Zielpublikum verändert.

Doch auch hier ist weniger mehr. Mit kleinen Eingriffen ist es sehr oft möglich einem bestehenden Logo einen neuen Drive zu verpassen und die gewünschte Aussage einzubauen.

2.

VEKTORDATEI

Ein gutes Logo wird stets als Vektorendatei erstellt.

Aus meiner Sicht und aufgrund meiner Erfahrung ein absolutes Muss!

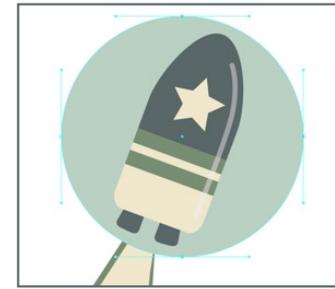
Das garantiert dir eine beliebige Vergrößerung deines Logos ohne Qualitätsverlust.

Ein Logo sollte kein Foto sein. Das kann zu Komplikationen führen beim Vergrößern, da das Foto unscharf wird.

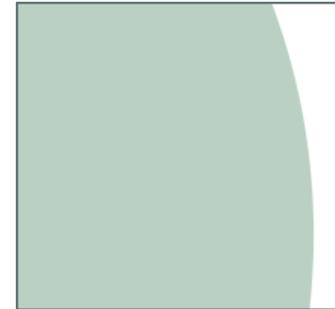
Die Vorteile einer Vektorgrafik

- Logos/Bilder können beliebig vergrößert werden und bleiben scharf
- kein Problem mit den Schriften, weil sie gepfadet sind
- die Datenmenge ist geringer als bei einem Pixelbild
- die einfache Umwandlung in ein Pixelbild ist möglich

Zur Verdeutlichung schau dir die Abbildungen an.



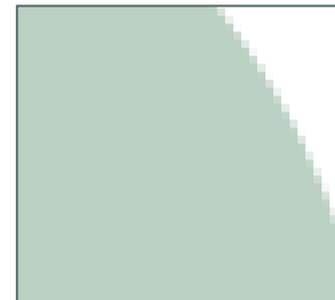
Vektordatei erkennt man an den Pfad- und Ankerpunkten



Saubere Kanten bei der Vergrößerung - es bleibt alles scharf



Gleiches Motiv, jedoch als Pixelbild



In der Vergrößerung sieht man deutlich, dass das Bild unscharf wird und verpixelt

UNIVERSAL

Ein gutes Logo ist in allen Medien einsetzbar:
Printmedien, online, Beschriftungen, usw.



**Dein Logo muss universal einsetzbar sein.
Ein technischer Aspekt, den dein Logo zwingend erfüllen muss.**

Für die Website brauchst du eine andere Datei als für den Druckbereich.

Ein gutes Logo liegt vor in:

- verschiedenen Dateitypen
(ai/svg = Vektordatei, jpg, png, sind die gängigsten)
- in unterschiedlichen Grössen

Wenn dein Logo anwendbar ist in:

- CMYK-Farben (Vierfarben-Druck)
- Pantone oder RAL (Sonderfarben)
- RGB, Lab, Hexa
- schwarz/weiss

gehört es aus technischer Sicht zu den Guten.

2.

WORT-LOGO

Im 3. Teil schauen wir uns die unterschiedlichen Logo-Arten an. Den Fokus lege ich auch die 3 gängigsten Logo-Arten.

Das Wort-Logo

Wie der Name schon sagt, besteht ein Logo, das in die Kategorie Wortmarke gehört aus einem einzelnen Wort oder zusammenhängenden Wörtern.

Die Schrift wird speziell für dein Unternehmen, Produkt angepasst oder entwickelt.

Mit der entsprechenden Farbwahl, Schriftgröße und dem Spiel von Abständen entsteht deine individuelle Wortmarke.



3.

3.

Vorteile

- Chance für eine Verwechslung ist gering
- Informationen zur Firma können enthalten sein
- wenn man die Bekanntheit des Namens steigern will
- ideal für traditionelle und klassische Logo-Design

Nachteile

- funktioniert eher schlecht für lange Firmennamen
- die Kreativität des Designs ist etwas eingeschränkt

Empfehlenswert für

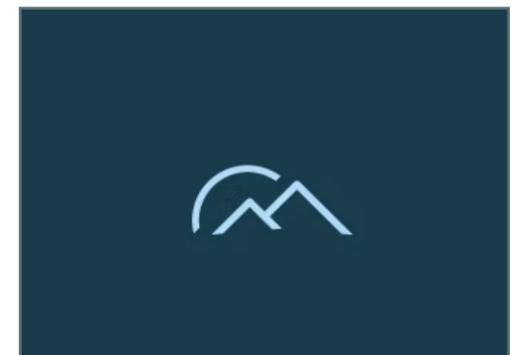
- wenn ein Name, neue Marke, bekannt gemacht werden will
- Unternehmen, die in förmlichen Branchen zuhause sind (Anwälte, Buchhalter)
- wenn der Logo-Name etwas über die Tätigkeit aussagt

BILD-LOGO

Die Bild-Logo kommt gänzlich ohne Text aus. Logos aus der Kategorie Bild-Logo folgen dem Motto «weniger ist mehr».

➤ Eine Bild-Logo kann ein abstraktes Zeichen/Icon sein oder ein Bild.

Die Bildmarke ist eine Logo-Art, die schnell und emotionaler informiert als andere Logo-Varianten. Beim Betrachter setzt es in Gedanken sofort einen Prozess in Gang.



3.

3.

Vorteile

- Kreativität ist uneingeschränkt
- flexible Anwendung z.B. zum Darstellen der Markeneigenschaft
- ein Bild sagt mehr als 1000 Worte

Nachteile

- Verwechslungsgefahr mit anderer Bildmarke, wenn zu viel Ähnlichkeit vorhanden
- Wiedererkennungswert bei reinen Bildmarken stellt sich erst längerfristig ein

Empfehlenswert für

- wenn das Bild deine Tätigkeit auf den Punkt bringt (z.b. Hund für Hundeschule)
- als unterstützende Massnahme und Erklärung, was dein Service, Produkt ist

WORT-BILD-LOGO

Eine 3. Logo-Variante ist die Wort-Bild-Logo



Für das Wort-Bild-Logo kommt das Bild-Logo zum Tragen und wird mit einem Schriftzug ergänzt.

Mit der Wort-Bild-Logo liegt der Fokus nicht mehr auf dem Bild oder Icon. Die Information wird zum Bild mittels Typografie vermittelt.

Wenn dein Logo eine breite Zielgruppe abdecken soll, ist der Einsatz eines Word-Bild-Logos ideal.

3.



3.

Vorteile

- lässt der Kreativität freien Lauf
- vereint die Vorteile von Wort- und Bild-Logo

Nachteile

- muss gut darauf geachtet werden, dass es in allen Grössen gut funktioniert (Lesbarkeit, Erkennbarkeit)

Empfehlenswert für

- wenn eine coole Idee besteht, wie ein Bild und Schriftzug zu einem cleveren Logo vereint werden können
- No Name Unternehmen, die ihre Bildmarke bekannt machen wollen
- eine Logoüberarbeiten für Firmen, die sich am Markt bereits etabliert haben

DEIN LOGO-DESIGN



- Du kannst dich zu 100% mit deinem Logo identifizieren?
- Dein Logo macht dich stolz?
- Du nutzt es oft und gerne?

Ja?

Dann hast du genau dein Logo-Design, das zu dir passt.

Wenn du von ganz innen heraus von deinem Firmenauftritt überzeugt bist, dann überträgst du das auch auf deine (potenziellen) Kunden. Eine positive (Neben-)Erscheinung, die du nicht unterschätzen darfst. Sie schafft Vertrauen in dich und beim Kunden.

Wenn dein Logo zusätzlich alle wichtigen Aspekte beinhaltet, die du hier im Dossier findest, dann gehört es definitiv zu den Guten.



Du hast noch kein Logo? Auf was wartest du noch?

Die Gründe, wieso ein gutes Logo so wichtig ist kennst du nun.

3.

DEIN LOGO-DESIGN

3.

Der Weg zum professionellen Logo ist ein Prozess, der viel Erfahrung voraussetzt.

Als erfahrene Grafikerin nehme ich dich mit meiner Professionalität und Erfahrung an der Hand und führe dich gekonnt durch diesen Prozess.

Die Herausforderung eines Logo-Designs ist vielschichtig. Die Faktoren Gestaltung, Technik, Werte, Einzigartigkeit, Kompetenzen und Zielkunden müssen auf einen Nenner - **dein Logo** gebracht werden.

Also, Finger weg von den Online Logogestaltungs-Plattformen.

Die Einzigartigkeit von dir, deinem Produkt, deiner Dienstleistung, deiner Firma sollen im Logo auf den Punkt gebracht werden.

SCHÖN SEIN IST NICHT GENUG UM GUT ZU SEIN!

KONTAKT

Du hast noch Fragen, die dir mein Dossier nicht beantwortet.
Melde dich bei mir. Hier findest du alle nötigen Koordinaten.

raum & inHALT

Grafik Design | Konzepte | Beratung

www.raumundinhalt.ch

info@raumundinhalt.ch

+41 78 661 30 10

