
7 Tipps, für ein gutes Logo

“Du bist also ein Logo Designer? Klingt nach einem extrem einfachen Job!”

“Warum sollte ich so viel bezahlen für jemanden, der einfach nur einen Kreis malt und den Firmennamen hineinschreibt?”

“Es gibt doch Webseiten, die mir ein neues Logo für ein Bruchteil der Kosten gestalten und ich kann von mehr als 100 Entwürfen das beste heraussuchen.”

Als Designer muss man sich recht viele Kommentare und Meinungen wie diese gefallen lassen. Also wie kann man als professioneller Designer aus der Masse herausstechen und seinen Preis mit einem herausragenden Logo rechtfertigen?

Hier sind 7 Tipps, was ein gutes Logo ausmacht:

1. Spiegelt dein Logo die “Brand Story” des Unternehmens wider?

Was ist eine “Brand Story”?

Es ist die Geschichte hinter der Marke deines Unternehmens.

Zum Beispiel hat sich GoPro in dem Markt der Action Kameras etabliert und ist mittlerweile weltweit ein Begriff geworden. Die Story hinter der Marke besteht allerdings nicht in der ausgefeilten Technik und der Robustheit der kleinen Kameras.

Sondern: *“GoPro hilft Menschen die wichtigsten Momente ihres Lebens aufzuzeichnen und diese mit anderen zu teilen und zu feiern. Die Erfahrung einen Berg zu besteigen ist immer mehr wert, wenn man diese Momente teilen kann. Dies ermöglicht GoPro.”*

Klingt besser als: *“Wir stellen wasserdichte robuste Kameras her, die sie überall einsetzen können.”*

Eine Marke wird demnach erst zu einer richtigen Marke, wenn man mit ihr automatisch etwas assoziiert.

Miele = hervorragende Qualität, die ewig hält

Apple = innovative einfache Bedienbarkeit verpackt in einem tollen Design

Starbucks = erschwinglicher Luxus mit einem weltweiten Standard

Eine Marke entwickelt nach und nach ihre eigene Identität, also ihre eigene Corporate Identity.



Ein Logo ist ein wichtiger visueller Baustein der Markenbildung. Wenn wir uns weltbekannte Marken ins Gedächtnis rufen, können wir meistens unmittelbar deren Logo erkennen.

Ein BMW ohne Logo könnte bei vielen Menschen auch als Mercedes durchgehen. Eine Tasche von Chanel könnte genauso gut auch eine Ledertasche von Zara sein. Niemand würde für dieselbe Tasche ohne

das entsprechende Logo den gleichen Preis bezahlen. Warum kaufen wohl viele Leute Fake Klamotten teurer Marken?



Wenn wir ein Logo gestalten, besteht ein Großteil der Arbeit in dem Prozess, die Markenidentität des Unternehmens zu verstehen und wie wir diese am besten visuell widerspiegeln können.

Bei einem Startup ist der Vorgang beispielsweise ein anderer als bei einem traditionellen Unternehmen, welches sich über Jahrzehnte etabliert hat und ein dezentes Rdedesign benötigt.

2. Gestalte dein Logo so einfach wie möglich!

Die bekanntesten Logos sind ziemlich einfach gestaltet! Warum eigentlich?

Ein einfaches Logo kann man innerhalb einer Millisekunde überall wiedererkennen. Egal, ob es die drei Streifen von Adidas sind, das Swoosh Symbol von Nike oder eben der angebissene Apfel.



Doch wie kann ein einfaches Logo aus der Menge herausstechen? Zugegeben, die Silhouette eines Apfels ist jetzt nichts Außergewöhnliches. Der fehlende Biss bringt das Design allerdings auf eine ganz andere

Ebene. Es verleiht dem Logo Charakter und einen tieferen Sinn (Computer und Bytes, "to bite heißt übersetzt zudem "beißen")! Ohne den Biss (byte) wäre das Logo ziemlich farblos und würde sicherlich in der Masse untergehen.

Die große Kunst besteht darin, wie man ein einfaches Logo einzigartig gestalten kann. Rob Janoff der Designer des Logos hatte unzählige Entwürfe im Gepäck, die er Steve Jobs vorstellte. Die Arbeit und Zeit für die Designs und Meetings machen am Ende ebenfalls den hohen Preis eines neuen Logos aus.

Betrachtet man die durchschnittliche Lebensdauer eines Logos, das mit 10 Jahren recht hoch ist, relativiert sich diese Summe allerdings wieder recht schnell.

3. Denke an ein zeitloses Design!

Damit kommen wir auch zum dritten Punkt. Bei einer solch langen Lebensdauer ist ein zeitloses Design wichtig. Innerhalb einer Dekade entwickeln sich viele Trends ziemlich schnell weiter.

Wenn du dich nun für ein Hipster-Design entscheidest, dass gerade im Trend liegt,



besteht die Chance, dass dein Logo auch recht schnell wieder unmodern wird.

Vor zwei Jahren waren beispielsweise Flat Icons der Renner, heute sieht man sie kaum mehr.



Die Kosten für ein neues Logo belaufen sich nicht nur auf das eigentliche Redesign. Neue Geschäftspapiere und Firmenbeschilderungen machen sicherlich einen wesentlich höheren Prozentsatz der Gesamtkosten aus.

4. Überlege, wo dein Logo zum Einsatz kommt!

Bevor man überhaupt mit dem Gestaltungsprozess des Logos beginnt, sollte man die Nutzung in Betracht ziehen. Ob euer Logo auf einer Visitenkarte, den Geschäftspapieren in der allgemeinen Firmenbeschilderung oder im Web zum Einsatz kommt, macht einen Unterschied. Denn jede Nutzung setzt bestimmte Kriterien voraus.

Im Print wird ein Logo häufig auf verschiedenen Materialien gedruckt. Dabei ist eine exakte Farbwiedergabe sehr wichtig. Dies ist Grund, um beispielsweise auf Pantone Farbtöne zu setzen, anstatt sich nur auf CMYK Farben zu beschränken. Im Druck spielt dann wiederum die Anzahl der Farben in eurem Logo eine große Rolle, sodass sich der

Druckprozess je nach Logo entscheidend ändern könnte!

Auch im Web ist der Einsatzort entscheidend. Die Farben werden hier über das gesamte Spektrum als RGB angelegt und sollten ebenfalls den Farben im Druck entsprechen.

Die Firma Uber ließ ihr Logo vor kurzem neu gestalten, um ihre "Brand Story" (siehe Punkt 1) möglichst exakt wiederzugeben. Da die meisten Kunden den Service von Uber als App nutzen, ist es natürlich naheliegend, dass dieses Logo hauptsächlich den quadratischen Vorgaben eines App-Icons entspricht. Die Vorgaben für Android und iOS sind ebenfalls etwas anders.



Bei der Gestaltung solltest du also immer im Hinterkopf behalten, ob dein Logo als App-Icon, auf der Seite eines LKW Anhängers, auf einem Kugelschreiber oder auf einer großen Anzeigetafel mit farbigem Hintergrund zum Einsatz kommt.

Ein Logo, das in einer App gut aussieht, muss nicht zwangsläufig auf einem Kugelschreiber lesbar sein.

5. Die Farbgebung ist absolut wichtig

Wir haben schon kurz über Pantone, CMYK und den RGB Farbraum gesprochen. Die Farbigkeit eines Logos ist eines der wichtigsten Aspekte, nicht nur im Hinblick auf den Einsatzort des Logos.

Farben haben immer eine Bedeutung. Nehmen wir z. B. Netflix, Lego oder McDonald's.

Auf welche Farbe setzen diese drei Marken? Richtig, Rot!



Die Farbe Rot verbindet man mit Emotionen, Appetit, Passion und Liebe

Sie beschleunigt den Puls, regt den Appetit, vermittelt Dringlichkeit und führt zu Impulskäufen.

Nehmen wir Blau! Diese Farbe steht für Frieden, Ruhe, Himmel und Wasser.

Unterbewusst hemmt die Farbe den Appetit, fördert die Produktivität, wird von Männern bevorzugt und vermittelt Sicherheit und Vertrauen.

Es passt daher ganz gut, dass die Marken, Facebook, Skype und die Allianz auf diese Farbe setzen.



Ein letztes Beispiel wäre Grün. Sie steht für Gesundheit, Geld, Wachstum und Natur.

Die Farbe sorgt für Entspannung, steht für Fruchtbarkeit, wird mit Reichtum assoziiert und ist sehr sensibel für das menschliche Auge. Starbucks, Land Rover und auch wir als MontMedia AG haben uns für diese Farbe entschieden.



So wichtig die Farbe des Logos auch ist, genauso wichtig ist es ein Logo auch monochrom wiederzuerkennen. Es gibt immer verschiedene Anlässe auf denen ein Logo in schwarzweiß oder als Graustufe genutzt werden muss.

Geschäftspapiere können beispielsweise in schwarzweiß ausgedruckt werden oder man nutzt schon einen farbigen Hintergrund, der mit den Farben deines Logos nicht zusammen passt.

6. Denkt an die negative Logo-Darstellung

Ein recht alter Trick besteht darin, den negativen Raum eines Logos zu nutzen, um eine Botschaft zu vermitteln.

Der bekannteste Vertreter ist das FedEx Logo mit dem versteckten Pfeil. Es ist faszinierend, wie viele Menschen dieses Logo jeden Tag sehen und der Pfeil niemanden auffällt.



Hast du ihn gefunden? Suche weiter, er ist auf jeden Fall da :)

Hier sind noch ein paar sehr kreative Beispiele, wie der negative Raum genutzt wurde.



Bei dem "Safari into Africa" Logo kann man sowohl den Elefanten als auch den Kontinent Afrika erkennen.



Das "Unique Idea" ist ebenfalls ein schönes Beispiel, das sowohl das Einhorn, als Symbol für die Einzigartigkeit, als auch die Glühbirne, als Zeichen für die Idee zeigt.

7. Die Schriftart

Neben Farbe und Form des Logos, spielt natürlich auch die Schriftart eine entscheidende Rolle, um einzigartig zu sein.

Während viele Designer auf der Suche nach einem Logo sich an den Standard Schriftarten versuchen, ist ein bisschen mehr Einsatz notwendig, um ein einzigartiges Logo zu kreieren.

Die größten Marken haben meistens eine eigens entwickelte Firmen-Schriftart. Natürlich treibt es den Kaufpreis wieder etwas in die Höhe, aber auf dem Weg zur Einzigartigkeit führt dabei nur schwer ein Weg vorbei.

Denken wir z.B. an Coca-Cola.



Diese einzigartige Schriftart wurde schon sehr oft für seltsame Parodien gestohlen, dennoch weiß jeder, welche Marke gerade auf den Arm genommen wird.



Ohne den typischen Coca-Cola Schriftzug wäre der Wiedererkennungswert wesentlich geringer.

Wenn ihr also auf der Suche nach einem neuen Logo seid oder gerne ein Redesign möchtet, achtet nicht nur auf den geringsten Preis. Das Logo ist ein wichtiger Baustein deiner Marke und wird über viele Jahre das Aushängeschild deiner Firma sein.

Gerne helfen wir dir bei dem Designprozess. Kontaktiere uns einfach:



Airport Center Luxemburg
5, rue Heienhaff
1736 Senningerberg
Luxemburg

+352 - 27 40 57 20
info@montmedia.lu
www.montmedia.lu