

Was macht ein gutes Logo aus? die Checkliste. ©

01/

Design your story

Das Logo sollte Ausdruck Ihrer Unternehmens- oder Unternehmerpersönlichkeit sein. Ein Logo, das Ihre Marke prägnant repräsentiert, hilft Ihnen zu wachsen und am Markt wahrgenommen zu werden. Es sollte nicht zu modisch sein, aber auch nicht unmodern. Ihre Zielgruppen sollen es als zeitgemäß empfinden. Und das die nächsten 10 Jahre lang.

02/

Be unique

Fragen Sie sich: Wodurch unterscheide ich mich von meinen Wettbewerbern? Welches sind die wichtigsten Eigenschaften meiner Marke, meines Unternehmens, meines Angebotes? Und: repräsentiert mein Logo dies?

Vermeiden Sie auf jeden Fall zu allgemeine Symbole, die Verwechslungsgefahr ist zu groß. Halten Sie die Form einfach. Denken Sie an die Briefmarke. Das ist in unseren digitalen Zeiten ganz besonders wichtig.

03/

Be attractive

Bei der Wahl Ihrer Unternehmensfarbe sollten Sie weniger Ihrem eigenen Geschmack oder der aktuellen Mode Ausdruck verleihen, als vielmehr den Eigenschaften, die Ihr Unternehmen, Ihr Angebot ausmacht. Welche Farbe steht symbolisch für Ihr Engagement? Für Ihre Besonderheiten?

Aber Achtung: Je mehr Farben, desto beliebiger wird Ihr Logo. Auch hier gilt: weniger ist mehr. Schließlich wollen Sie eine hohe Wiedererkennbarkeit und Differenzierung vom Wettbewerb erreichen. Schauen Sie also, welche Farben Ihre direkten Konkurrenten nutzen. Sie sollten keine dieser Farben nutzen. Heben Sie sich ab.

Viele Farben haben zudem den Nachteil, dass sie bei gedruckten Medien deutlich teurer sind. In Flyern oder Broschüren wird es nicht zum Tragen kommen, da Sie dort in der Regel auch vierfarbige Fotos drucken. Aber bei Visitenkarten und Briefbogen oder Aufklebern macht es einen erheblichen Unterschied.

04/

Go digital

Ein Logo ist ein »Arbeitspferd«. Es muss jeder Situation – ob groß oder klein – und jeder Anwendung gewachsen sein. Es muss in digitalen Kanälen ebenso überzeugend und erkennbar sein wie auf Ihrer Visitenkarte. Gute Agenturen bieten Ihnen verschiedene Varianten an, wenn das Logo nicht eh schon so simpel ist, dass es ein Allrounder ist. Ein Fallstrick ist hier häufig die Schrift. Chique Typografie ist oft klein gesetzt. Verkleinert man das Logo, beispielsweise als Profilbild für einen Social-Media-Kanal, ist nichts mehr lesbar und erkennbar. Spätestens hierfür benötigen Sie eine Alternative.