

Checkliste: Logo-Entwicklung

Wenn Sie sich vor der Sitzung mit dem externen Partner folgende Fragen stellen, werden Sie gut vorbereitet sein. Zudem steigt die Gewähr, dass Sie das Logo erhalten, das Sie sich wünschen.

- Wer sind wir, was ist unsere Firma: Hintergrund, Aufbau, Stärken, Differenzierungsmerkmale, Konkurrenz, Umfeld, Mitbewerber?
- Für welches Produkt wird das Logo gemacht: Eigenschaften, Vorteile, Differenzierungsmerkmale, Hintergrundberichte, Testberichte etc.?
- Welche Zielgruppen sollen mit dem Logo erreicht werden?
- Wie lassen sich diese Zielgruppen charakterisieren? (Wissenschaftler, Praktiker, Techniker, Familien, Männer etc.)
- Wo wird das Logo hauptsächlich verwendet? (Drucksachen, Plakate, elektronisch...)
- Darf es farbig sein? Falls ja, gibt es eine Wunschfarbe?
- Gibt es ein Farbkonzept, worin sich das Logo einbetten soll?
- Wird es viel kopiert oder gefaxt?
- Gibt es bestehende Logos, die Ihnen besonders gut gefallen?
- Wird eine Schriftmarke oder eine Wort-Bild-Marke gewünscht?
- Was soll das Logo oder eine allfällige Bildmarke vermitteln?
- Wie konkret muss eine allfällige Bildmarke sein? (D.h., muss sich dem Betrachter über die Bildmarke sofort erschliessen, was dahinter steckt, oder kann sie auch als grafisches und einfach wieder erkennbares Element dienen?)
- Steht das Logo neben bereits bestehenden Logos und soll sich daran anpassen?
- Gibt es bereits ein Corporate Design?

Quelle: inform AG, Agentur für crossmediale Kommunikation, www.inform-zh.ch