

# KLASSISCHE LOGO-PROBLEME

**VORBEREITUNG – UMSETZUNG – REPRODUKTION**

**TABELLARISCHE ÜBERSICHT**



[www.shineundsign.de](http://www.shineundsign.de)

PROBLEM	AUSWIRKUNG	MASSNAHME / EMPFEHLUNG
Strategische Voraussetzungen vernachlässigt	das Logo wird nicht angenommen/verstanden, Sie erreichen Ihre Ziele nicht	Alleinstellungsmerkmal, Branche, Werte, Ziele, Zielgruppen definieren, Wettbewerbs- und Marktanalyse (Businessplan)
mehrere Märkte und unterschiedliche Zielgruppen bedienen wollen	Probleme bei Vermarktung und Positionierung	s.o. (Businessplan)
Rechtliche Voraussetzungen vernachlässigt	Verletzung von Marken-, Urheber- oder Nutzungsrechten, Folgekosten	Markenrecherche beim Patentamt, Nutzungsrechte mit dem Designer klären
falscher Name	der Name ist missverständlich, unkonkret, langweilig	Der Name sollte einfach zu merken, verstehen und auszusprechen sein, sich ausreichend vom Wettbewerb abgrenzen, Vertrauen und positive Emotionen wecken
zu viel Text / Slogan integriert	zu komplex, nicht mehr auf einen Blick zu erfassen	Fokus auf das Firmenlogo: Ein Logo soll einprägsam sein und der beste Weg dazu ist, es einfach zu halten
Logo Marke „Eigenbau“ oder von einem Amateur erstellt	Sieht sieht Logo amateurhaft aus, wirkt sich das auf die Wahrnehmung Ihres Unternehmens aus.	Profi engagieren
am falschen Ende gespart	unprofessionelles Ergebnis durch „Zusammenklicken“	das tatsächliche Entwerfen und Zeichnen von Ideen kostet naturgemäß mehr Zeit als wenn man nur irgendetwas zusammenklickt; ein beauftragter Grafiker naturgemäß Abstand zum Unternehmen und tut sich unter Umständen leichter, das Alleinstellungsmerkmal, das Charakteristische des Unternehmens zu erkennen
falscher Designer	hört nicht zu, versteht nicht, stellt eigenen Geschmack in Vordergrund	Vor der Beauftragung persönliches Gespräch, Vergleichsangebote einholen, Empfehlungen einholen

PROBLEM	AUSWIRKUNG	MASSNAHME / EMPFEHLUNG
Billig-Logo	mangelnde Wiedererkennung weil häufig gesehen, fehlende Identifikation mit dem Unternehmen	Gutes Logodesign ist einzigartig und originell.
auf Trends setzen	Trends kommen und gehen und werden schnell zu Klischees	Logo-Trends zu ignorieren ist das Beste: Gutes Logodesign ist zeitlos.
zu ähnlich zu anderen Logos oder sogar geklaut	Verwechslungsgefahr; rechtliche Folgen	Die Absicht eines Logos ist, ein Unternehmen zu repräsentieren. Wenn es genauso aussieht, wie das eines anderen U., scheitert dieser Anspruch. Ein Logo sollte einzigartig und originell sein.
beinhaltet Stock Art	kann im Logo zu Lizenzproblemen führen; Originalität ist nicht gegeben, fehlende Identifikation	Den Einsatz von vorgefertigtem Material vermeiden.
für sich selbst gestalten / fehlender Blick von außen	Logo wird nicht angenommen / funktioniert nicht / wird fehlinterpretiert / spricht nicht an (Bsp. Schriftwahl)	vorab Strategie entwickeln: Stellen Sie Zweck und Anforderungen, Kontext, Botschaft in den Vordergrund. während Designprozess Befragungen durchführen, Meinungen einholen
mehrere Ideen in einem Logo	verwirrend, Botschaft kommt nicht an	Konzentrieren Sie sich auf den Bereich, in dem Sie der Experte sind. Das Logo sollte die Kernidee des Unternehmens visualisieren/vermitteln. Weniger ist mehr. So klappt es auch mit der Wiedererkennung.
zu komplizierte Formen	zu verspielt wirkt unseriös	Ein Logo sollte eine eindeutige und klare Aussage treffen. Das Logo als Botschaft besticht durch einfache, klare Formen (in Verbindung mit den passenden Farben)
unbedachter Einsatz von Zeichen und Symbolen	falsche Deutung, z.B. in anderen Kulturkreisen	Zeichen und Symbole sind mit Aussagen behaftet. Stimmen vermeintliche Aussagen mit den gewünschten Aussagen überein?
viele verschiedene Schriften	stiftet Verwirrung, der Betrachter benötigt mehr Zeit, um das Ganze zu erfassen	Nutzen Sie maximal zwei verschiedene Schriften, dies verbessert Lesbarkeit und Markenwirkung enorm
schlechte Schriftwahl	reflektiert die Schrift die Charakteristik des Zeichens nicht, geht die Botschaft verloren	nehmen Sie die Entscheidung für eine Schrift ernst eine Schrift, die Ihnen persönlich einfach gefällt, passt nicht unbedingt zur Thematik oder Strategie
Farbe ist ein Muss	ohne Farbe / einfarbig verliert in Design seine Identität	bei der Entwicklung schon darauf achten, dass das Logo sowohl farbig als auch schwarz-weiß funktioniert und die Wiedererkennung bei einfarbiger Darstellung nicht verloren geht

# REPRODUKTION

PROBLEM	AUSWIRKUNG	MASSNAHME / EMPFEHLUNG
Schriften nicht vektorisiert	ist die Schriftart beim anderen nicht installiert, wird eine andere Schrift eingesetzt	Schriften immer vektorisieren (die Schriftart unbedingt z.B. in einem CD Manual notieren)
Verwendung von gerasterten Bildern	Qualitätsverluste beim Skalieren	benutzen Sie Software zum Erstellen von Vektorgrafiken
Qualität der Grafik / falsches Dateiformat	Treppeneffekt bei Skalierung	Logo immer im Vektorformat erstellen, leichter für verschiedene Medien adaptierbar (falls Pixebild als Ergänzung unumgänglich, dann in höchstmöglicher Auflösung)
zu viele Farben	Bei farbiger Schrift können durch Aufrasterung ausgefranste Ränder entstehen	Schrift einfarbig oder in Sonderfarbe anlegen. Sollten mehrere Farben in Ihrem Logo vorkommen, so sollten sie diese nach Möglichkeit reduzieren.
falsche/unzureichende Farbdefinitionen	Abweichungen der Farben in der Reproduktion	Logo immer in Sonderfarben, CMYK, RGB und einfarbig erstellen
Zu komplex / zu detailreich	Bei kleiner Abbildung oder Betrachtung aus weiterem Abstand gehen Details eines komplexen Designs verloren	achten Sie darauf, dass Ihr Logo aus einfachen Formen besteht und nicht allzu viele Details aufweist
Sehr feine Linien	Bei Verkleinerung des Logos nicht mehr da	ggf. eine zusätzliche Variante für kleinere Einsatzgebiete entwerfen
Schatten und Verläufe	sind bei manchen Produktionsverfahren nicht oder schwierig darstellbar (gestickt, Folienbereich, evtl. weißer Hintergrund (Kasten) wenn das Logo auf farbiger Fläche gedruckt wird)	das Logo muss auch ohne „Schnick-Schnack“ und einfarbig bzw. mit flächigen Farben darstellbar sein
fehlende Kontraste	fehlende Dynamik unter den einzelnen Bestandteilen, Farbe hebt sich nicht vom Hintergrund ab (z.B. gelb auf weiß)	von Anfang an auf Kontraste innerhalb des Logos achten, Einsatzgebiete berücksichtigen
Logo auf unruhigem Hintergrund eingesetzt	das Logo geht im Gesamtbild unter	das Logo auf einfarbigen Hintergründen einsetzen, auf genügend Randabstand achten