



## Welches Logo passt zu mir?



### Dein Logo ist das GESICHT deines Unternehmens.

Und es ist das **Fundament deiner Markenbildung**. Oder kennst du eine bekannte Marke ohne Logo? Siehste.

Ich habe mit vielen Start-ups oder Unternehmern, die eine Firma übernommen haben, gearbeitet und das Thema Logo wird leider oft als „nötiges Übel“ erachtet: Eine hübsche Grafik, die deinen Eingang und dein Briefpapier schmückt.

Und gerade Start-ups haben in der Anfangsphase echt kein Geld übrig für solchen „Luxus“. Da wurde dann selbst gebastelt oder ein Logo günstig aus dem Netz heruntergeladen...uiuiui...

Was die meisten Unternehmer nicht wissen:

**Dein Logo ist Dein bester Mitarbeiter** - über Jahre. Es repräsentiert dich auf allen Medien, in allen Ländern, online und offline und zeigt stolz: „Schau mal, das sind wir und dafür stehen wir und das machen wir.“

Ich wünsche dir nun viele gute Aha-Momente mit diesem PDF und auf dass du danach weißt, welches Logo zu dir und deinem Business passt.



## 5 Kriterien, an denen du erkennst, welches Logo perfekt zu dir passt

Yippee, endlich selbständig! Nun muss ein geniales Corporate Design her. Du brauchst nun als allererstes ein Logo.

Du schaust dir auf Pinterest, Tumblr und Co. Logodesigns an und fragst dich: „Welches Logo würde zu mir passen?“

Bevor du dich weiter visuell inspirierst, lies lieber erst einmal zu Ende. Denn eines musst du wissen: Ein Logo ist nicht einfach nur eine schöne Grafik oder ein hübscher Schriftzug.

Logodesign ist eine hohe Kunst. Warum?

Es repräsentiert die **Quintessenz deines Unternehmens** - quasi auf **ein** Symbol hinuntergebrochen.

So etwas entscheidest du besser nicht aus dem Bauch heraus. Außerdem sollte es nicht „ein“ Logo heißen, sondern „dein“ Logo. Logos sind nämlich einzigartige Gestalten.

Darum solltest du dir auch keins günstig herunterladen, denn dieses Logo wird dir weltweit noch häufig begegnen.

Aber wenn du künstlerisch begabt und feine Antennen hast, wirst du dir mithilfe dieses Dokuments wissen, welches Logo zu dir passt.

**Diese 5 Kriterien solltest du unbedingt beachten, wenn du dich mit deinem zukünftigen Logo auseinandersetzt:**

### 1. Das Logo passt zu deiner Persönlichkeit

Primär ist natürlich wichtig, was ein Logo bei deiner Zielgruppe bewirkt. Was soll sie denken und fühlen, wenn sie dein Logo sieht? Welche Rückschlüsse auf dein Business sollen sie ziehen?

In meinen Briefings frage ich meine Kunden z.B. nach ihren Hobbies, Lieblingsbüchern oder ihrem Musikgeschmack. Nicht, weil ich neugierig bin, sondern weil ich ihre Persönlichkeit möglichst umfangreich in mir aufsaugen will.

**Jemand, der Ethnopop hört, gerne Yoga macht und spirituelle Bücher liest, kann trotzdem als Finanzberater selbständig sein.**

Diese scheinbaren Widersprüche machen das Logodesign extrem spannend, und zeigen die Facetten, die mit hineinspielen müssen.



Mache dir also zunächst **ein klares Bild von dir und deinen persönlichen Vorlieben in möglichst vielen deiner Lebensbereiche.**

Dazu kannst du z.B. ein Visionboard erstellen. Oder du holst dir Hilfe von Freunden und Bekannten. Bitte sie, dich in 2-3 Sätzen einmal kurz und knackig zu beschreiben.

## 2. Das Logo passt zu deinen Werten

**Welche Werte sind in deinem Leben die wichtigsten?**

**Wofür stehst du?**

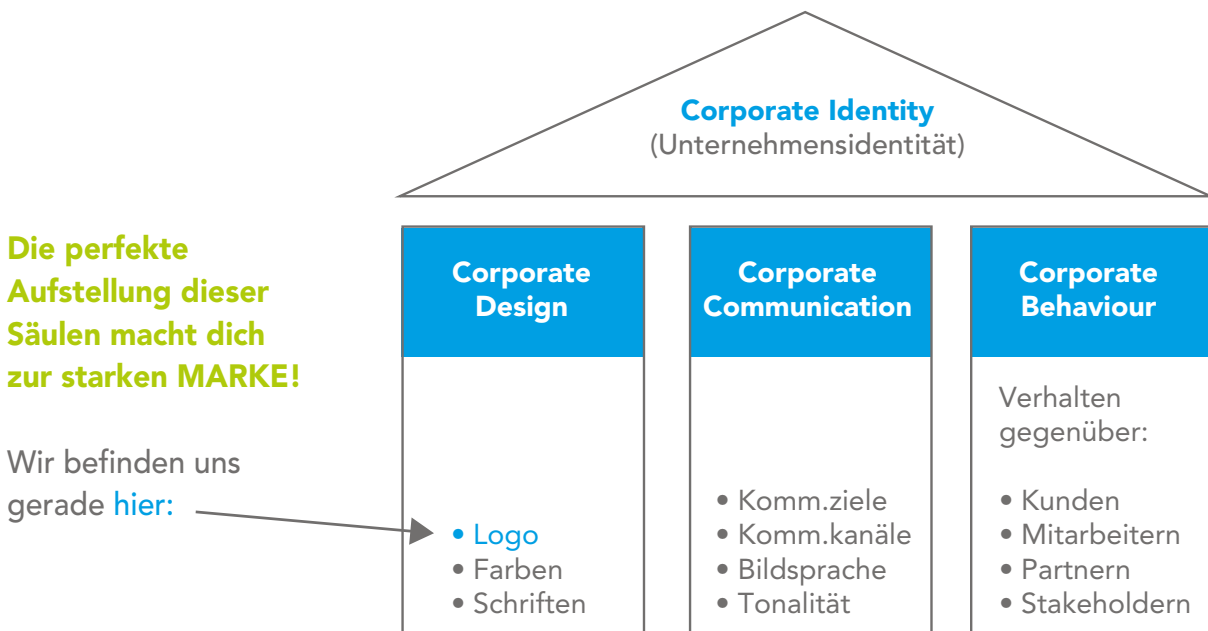
**Wofür würdest du auf die Barrikaden gehen?**

**Wofür würdest du dich kostenlos und sofort engagieren?**

Beispiel: Dir ist Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit ein hohes Gut. Ich würde nun beim Logodesign auf Farben achten, die auch auf ungestrichenem Umweltpapier aussagekräftig wirken.

Warum solltest du jetzt schon deine Werte mitspielen lassen im Thema Logodesign?

Deine Werte (auch die deines Unternehmens) spielen spätestens im **Corporate Behaviour** (Firmenverhalten) eine extrem wichtige Rolle. Dies ist eine der 3 Säulen deiner Corporate Identity:



**Du siehst:** Idealerweise spiegeln sich diese Werte also schon im Logo.



### 3. Farben und Formen passen zur Zielgruppe und zu deinem Business

Farben und Formen erwecken **Gefühle, Assoziationen, Erinnerungen oder sogar Gerüche**. Die ganze Sinneswahrnehmung spielt hier hinein.

Jeder von uns mag instinktiv gewisse Farben mehr als andere. Ebenso ist es mit Formen. Wir werden **durch Erfahrungen von frühster Kindheit an so geprägt und speichern das für immer ab**.

*Diese Erzieherin damals im Kindergarten, die dich einmal wegen einer Kleinigkeit so ausgeschimpft hat...den gelben Pulli, den sie an jenem Tag trug, hat sich in dein Gehirn gebrannt und du magst Gelb seitdem überhaupt nicht mehr.*



(Foto: Giphy.com)



*In Geometrie bist du regelmäßig verzweifelt, weil du mit diesem blöden Geodreieck einfach nicht klar kamst. Ich wette, du stehst seitdem auf Kriegsfuß mit Dreiecken.*

(Foto: Sergey Zolkin/unsplash.com)

Aber es geht auch nicht nur um dich und was dich geprägt hat. Vor allem musst du hier an deine Zielgruppe denken. Welche Form, welche Farben würde sie am ansprechendsten und treffendsten erachten?

#### **Woher weißt du, was bei deiner Zielgruppe gut ankommt?**

Du kannst hier natürlich möglichst viele deiner Kunden befragen. Aber es gibt auch Erfahrungswerte, die eine gewisse Allgemeingültigkeit haben.

Die Wirkung der Farben ist so ein Erfahrungswert. Orange wirkt auf die meisten Menschen anregend, während Flieder beruhigt. Blau wirkt seriös, Lila mysteriös.

Auch wenn es hier natürlich Ausnahmen gibt, **reagiert die Mehrheit der Menschen so**.

Zeigst du in deinem Business, wie sich Menschen in Stresssituationen besser behaupten? Dann dürfte eine runde, weiche Form hier nicht passen. Besser etwas mit „Ecken und Kanten“.

Arbeitest du als Hebamme, dann sind Ecken und Spitzen fehl am Platz. Do you feel me?



## 4. Die Typografie passt zur Zielgruppe und zum Business

Die Schriftkunst ist ein ganz besonders interessanter Bereich, der ins Corporate Design mit hineinfließt. Allein darüber kann man viele interessante Bücher lesen, wie z.B. „*Schrift wirkt*“ von Jim Williams und Gesine Hildebrandt.

Sehr oft kombiniert man zu Formen und Farben auch direkt eine Schrift und vereint so das Logo zu einer **Wort-Bild-Marke**:

Beispiele



Viele Logos bestehen aus nichts anderem, als aus Schrift und Farbe(n), diese sind dann **Wortmarken**:

Beispiele

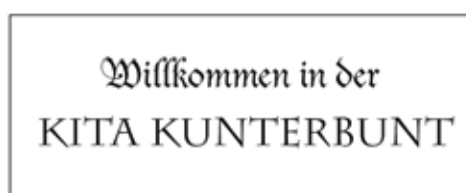


**Jede Schrift hat ihren ganz eigenen Charakter, genau wie wir Menschen.** Die eine Schrift ist **auffällig und laut**, die andere **zart und leise**. Schriften können einen **Standpunkt klarmachen** oder **neutral vermitteln**.

Denke mal an ein Logo für einen Steuerberater. Kannst du dir diesen Schriftzug an seinem Hauseingang vorstellen?



Oder meinst du, ein Kindergarten sollte sich mit dieser Typo präsentieren?





Kommen wir zum letzten und wichtigsten Punkt:

## 5. Nicht DU suchst dir ein passendes Logo aus. Dein Logo findet dich.

Denkst du immer noch, du schaust dir einen Katalog an Logos an und suchst dir eines davon aus?

### Die Wahrheit ist: Dein Logo findet dich.

Es ist kein Tinder, wo du weiterwischst, bis dir was Nettes ins Auge fällt. Je besser du dich und deine Zielgruppe kennst, je konkreter entsteht das Bild deines Logos in deinem Kopf.

Manche Kunden erzählen mir verschämt: „Dieses Logo hab ich mir damals mal schnell selbst gebastelt. Ich hatte einfach kein Geld für ein designtes Logo.“

### Ich finde das grandios!

Wenn jemand sich daran traut und sich mit diesem Thema befasst, obwohl er keine Ahnung hat. Hut ab. Ich bin mir sicher, die Person hat während des Prozesses arg geschwitzt und ist zwischendurch auch mal verzweifelt. Wenigstens hat sie gemerkt, dass es gar nicht so einfach ist, wie es scheint.

### Aber ich habe auch Naturtalente erlebt. Oft konnten wir den Ansatz des selbstgemachten Logos aufgreifen und gemeinsam perfektionieren.

Lass dir eines sagen: Wenn du kein künstlerisch begabter und feinfühligere Mensch bist, ist die Aktion „Ich bau mir ein Logo“ eigentlich per se immer eine Totgeburt.

Mein Credo lautet daher:

**Lieber kein Logo, als kein gescheites.**

**Das meine ich völlig Ernst!** Es gibt Unternehmen, die inzwischen sehr erfolgreich sind, und deren Logo jedes Mal ein Schlag ins Gesicht ist, wenn man es anschauen muss. Weil es halt damals der Azubi in Word schnell hingerotzt hat. Oder die Neffin in Photoshop. Gruselig. Dieses Bild im Kopf kriegt man so schnell nicht mehr raus. Und für die Markenbildung ist es komplett kontraproduktiv. Schade.

**Dein Logo übernimmt in deinem Unternehmen einen extrem wichtigen Job.** Das musst du verstehen. Du lässt deine Neffin ja auch nicht deinen Jahresabschluss erstellen oder den Azubi die Ausschreibungsverhandlungen führen, oder?

Dein Logo ist dein **besten Mitarbeiter**. Über viele, viele Jahre hinweg, im Idealfall für immer (siehe Coca Cola). Es repräsentiert dich und dein Unternehmen auf der Straße, in der Zeitschrift, auf dem Polohemd des Monteurs, auf der Flotte deines Fuhrparks.

Sei daher gnädig und verhilf ihm zu einer angemessenen Geburt. Es wird noch lange Jahre an deiner Seite stehen.

### Love your logo!