

# Der Logo-Check



Briefing - Checkliste  
Logofarben-Check  
Polaritätenprofil  
Logodesign-Check  
Recall - Test

## 1.) Briefing-Checkliste

Nicht beginnen ohne genaues Briefing.

Ein Briefing kann man mit seinem Dienstleister oder mit sich selbst abstimmen.

Beim Briefing werden wichtige Fragen im Vorfeld geklärt. Gehen Sie zuerst diese Liste mit Fragen durch:



Diese Dinge sollten genau definiert werden, damit später nicht in die falsche Richtung gearbeitet wird:

Die Grundposition muss festgelegt werden

Was soll die wichtigste Aussage des Logos sein?

Was soll vom Logo unbedingt erfüllt werden?

### Briefingliste ©

Firmenname	<input type="checkbox"/>
Leistungen, Schwerpunkte der Leistungen	<input type="checkbox"/>
Vorteile gegenüber den Mitbewerbern	<input type="checkbox"/>
Größe der Firma, Struktur der Firma	<input type="checkbox"/>
Derzeitiges Image der Firma /Wunschimage der Firma	<input type="checkbox"/>
Preislage der Produkte / Leistungen	<input type="checkbox"/>
Marktanteil im Vergleich zu den Mitbewerbern	<input type="checkbox"/>
Nennung der Mitbewerber (Zur Analyse deren Logos und Strategien)	<input type="checkbox"/>
Zukünftige Entwicklung des Marktes	<input type="checkbox"/>
Zukünftige Entwicklung der Firma (Fusion, andere Leistungen o.ä.)	<input type="checkbox"/>
Aktuelle und geplante Werbemittel	<input type="checkbox"/>
Definition der Zielgruppe	<input type="checkbox"/>
Branchenfarben	<input type="checkbox"/>
Firmenfarben, Hausschrift (falls schon definiert)	<input type="checkbox"/>
Welche Begriffe bzw. Marken dürfen nicht verwendet werden (weil sie schon verwendet werden oder geschützt sind)	<input type="checkbox"/>

## Welcher Farbtyp sind Sie?

Für welche Werte soll Ihre Firma stehen?

### Logofarben-Check ©

<p><b>Rot:</b> Aktivität, Dynamik, Gefahr, Liebe, Wut, Leidenschaft, Wärme</p> 	<input type="checkbox"/>
<p><b>Blau:</b> Ferne, Weite, Kälte, Frische, Treue, Leistung, Zuverlässigkeit</p> 	<input type="checkbox"/>
<p><b>Grün:</b> Natur, Erholung, Ruhe, Jugend, Hoffnung, Lebendigkeit</p> 	<input type="checkbox"/>
<p><b>Gelb:</b> Sonne, Licht, Wärme, Gefahr, Energie, Leichtigkeit</p> 	<input type="checkbox"/>
<p><b>Schwarz:</b> Eleganz, Distanziertheit, Einsamkeit, Modernität</p> 	<input type="checkbox"/>
<p><b>Grau:</b> Seriösität, Sachlichkeit, Neutralität</p> 	<input type="checkbox"/>
<p><b>Weiß:</b> Vollkommenheit, Ideal, Leere, Klarheit, Ehrlichkeit, Unschuld</p> 	<input type="checkbox"/>

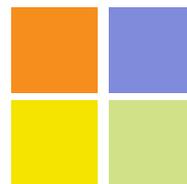


## Spezialfall Zielgruppe

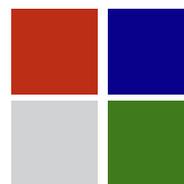
### Auch eine Frage des Alters!

Die Wahl der richtigen Farben hängt im Logodesign erheblich von der Zielgruppe des Produkts/Kunden ab. So lassen sich die unterschiedlichen Altersgruppen, besonders gut durch bestimmte Farben ansprechen.

Für ältere Zielgruppen stehen Werte wie Seriösität, Zuverlässigkeit und Qualität im Vordergrund. Hingegen lässt sich eine junge Zielgruppen auch oft alleine durch Gefühle wie Spaß, Repräsentation (Ipod) und Marktneuheit locken. Diese Aussagen lassen z.B. sich durch die richtige Schriftwahl noch weiter unterstreichen .



Junge, moderne Farbe =  
junge Zielgruppe



Vertraute, seriöse Farbe =  
ältere Zielgruppe



## 4.) Logodesign-Checkliste

Zu guter Letzt - taugt das neue Logo auch?

Je mehr Fragen man in dieser Checkliste mit Ja beantworten kann (und diese Fragen müssen auch für das jeweilige Logo Sinn ergeben), desto besser ist das Logo.

### Logodesign-Check ©

- |  |                          |
|--|--------------------------|
| Ist das Logo auch noch sehr klein (2cm) gut lesbar?  | <input type="checkbox"/> |
| Ist das Logo bei starker Vergrößerung noch optisch gleich als klein?   | <input type="checkbox"/> |
| Ist das Logo auch aus geringer Entfernung gut erkennbar?   | <input type="checkbox"/> |
| Kann das Logo auch in Schwarz/Weiss verwendet werden?  | <input type="checkbox"/> |
| Kann das Logo dreidimensional dargestellt werden?  | <input type="checkbox"/> |
| Ist das Logo in möglichst wenigen Farben erstellt worden? (Kostenfrage)  | <input type="checkbox"/> |
| Kann man sich das Logo auch bei kurzer Betrachtung gut merken?   | <input type="checkbox"/> |
| Passt die Schrift, wenn vorhanden, zu der in der Branche verwendeten Schriften?  | <input type="checkbox"/> |
| Kann man die Farben des Logos für das komplette Corporate Design verwenden?  | <input type="checkbox"/> |
| Ist das Logo leicht erkennbar, zuordenbar und merkfähig??  | <input type="checkbox"/> |
| Kann das Logo in allen Bereichen der Werbung eingesetzt werden?  | <input type="checkbox"/> |
| Kann das Logo auf den verschiedensten Werbemitteln eingesetzt werden?  | <input type="checkbox"/> |
| Hebt sich das Logo vom Wettbewerb ab?  | <input type="checkbox"/> |
| Kann man aus dem Logo auch die Leistung erkennen?  | <input type="checkbox"/> |
| Wenn Bild und Textteil: Ist der Bildteil alleine auch verwendbar?  | <input type="checkbox"/> |
| Kann das Logo variiert werden? (für andere Geschäftsbereiche)  | <input type="checkbox"/> |
| Ist das Logo keiner gerade modischen Erscheinung zuordenbar  | <input type="checkbox"/> |
| Kann das Logo in allen Druckarten reproduziert werden?   | <input type="checkbox"/> |
| Können bei starker Verkleinerung drucktechnische Probleme auftreten? Wenn ja, gibt es eine zweite Version des Logos für solche Einsatzgebiete? | <input type="checkbox"/> |

## 5) Recall - Test

Bleibt das Logo in Erinnerung?

Für diesen Test benötigt man das neu erstellte Logo und Logos von Konkurrenzfirmen. Diese Logos sollten die gleiche Größe haben und können auf Pappe geklebt werden, damit sie alle auf demselben Untergrund sind.

- Insgesamt sollte die Anzahl der Logos so bei ca. 6 liegen. Für den Recall-Test wählt man sich nun ein paar Betrachter aus. Diesen Betrachtern legt man die Logos vor, sie können sich diese nacheinander anschauen, die Zeit dafür sollte bei 3 - 5 Minuten liegen.
- Nach diesem Zeitraum werden die Logos wieder eingepackt, und damit sich die Betrachter nicht an das letzte Bild am besten erinnern, sondern an alle Logos gleich, wartet man jetzt ca. 5 Minuten ab bevor man mit der Auswertung beginnt.
- Bei der Auswertung werden die Betrachter dann gefragt, an was sie sich am besten erinnern können, welche Logos bzw. Teile eines Logos ihnen am meisten aufgefallen ist. (einen einfachen Test finden Sie hier)
- Mit den Erkenntnissen dieser Fragen können Sie eine Reihung der Logos durchführen, und schauen, wo sich das neu erstellte Logo in dieser Reihung befindet. Ebenso können durch die am meisten aufgefallenen Elemente Rückschlüsse gezogen werden auf etwaige Änderungen des neu erstellten Logos.
- Diese Methode ist nicht übermäßig genau, hilft aber sehr gut um festzustellen, ob man vielleicht noch Änderungen am Logo machen sollte.

noch Fragen? Einfach anrufen:



0931 / 7208772

Firmenlogos 24 Jürgen Hümmer

Der Test den der Designer fürchtet...



### einfacher Recall-Test ©

Wie wirkt das Logo? Positiv oder Negativ?

Welchem Bereich würden Sie das Logo zuordnen? Handwerk, Industrie, Dienstleistung...?

Empfinden Sie das Logo als schön?

Wie wirkt es auf Sie?

Passt das mit dem Logo Dargestellte auch zu der Firma?

Stimmt die Aussage des Logos mit dem Produkt /Leistungen überein?

Würden Sie den Kontakt mit dieser Firma scheuen oder suchen?

Wie hieß der Name der Firma? Bleibt das Logo im Gedächtnis?

Bitte zeichnen Sie das Logo ungefähr nach. Wie hat es ausgesehen?