

Hinweise zur Logogestaltung und Corporate Design Umsetzung

Ein Logo ist (noch) kein Corporate Design ...

aber es ist das zentrale Element des visuellen Erscheinungsbildes. Wie ein roter Faden zieht es sich durch alle Formate, von der Beschriftung auf dem Kugelschreiber bis zum Großflächenplakat. Es ist der erste Eindruck, den Kunden von Ihrem Unternehmen haben und insofern prägend für Ihren ganzen Außenauftritt – was Farben, Schriften und Darstellungsstil angeht.

Das Logo kann eine Wortmarke oder eine Wortbildmarke sein, d.h. es besteht entweder nur aus Buchstaben oder aus einer Kombination aus Schrift und grafischen Elementen.

Zu einem stimmigen (Corporate-) Design gehören Farben, Schriften, Bildwelten und grafische Elemente, die sich idealerweise aus dem Logo ableiten lassen. So entsteht ein durchgängiges Konzept aus deklinierbaren Grundbausteinen für alle Medien – von der Visitenkarte bis zur Website.

Ein Logo muss nicht einfach nur „schön“ aussehen und gefallen. Wenn es perfekt auf das Unternehmen zugeschnitten ist, bringt es Werte und Persönlichkeit auf den Punkt und sorgt für Wiedererkennung und schnelle Orientierung.

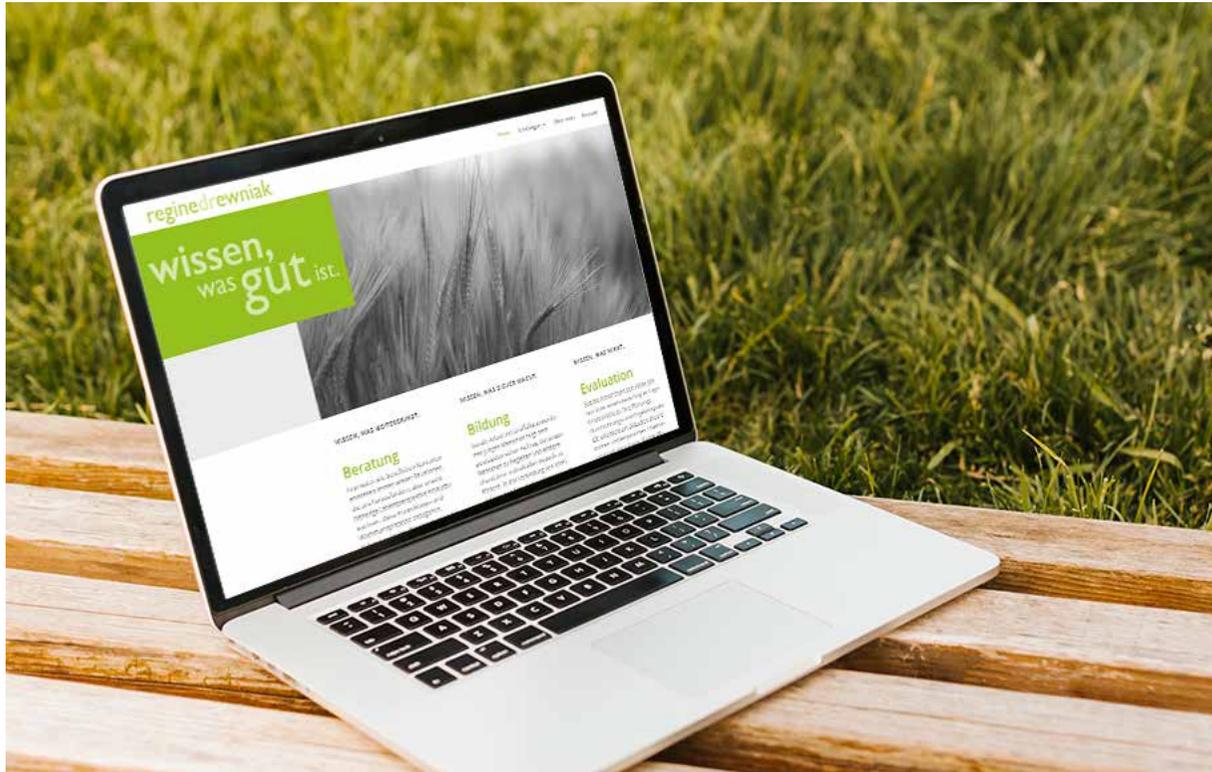
Der Weg zum Corporate DESIGN

1. Briefingfragebogen zum Ausfüllen
2. Recherche und Marktanalyse
3. Zusammenfassung der Ziele und Wünsche (optional: Positionierungsworkshop)
4. Entwurf (2-3 Varianten)
5. Abstimmung und Korrekturrunden
6. Umsetzung in Dateiformate für Web und Print
7. optional: Umsetzung in Briefbogen, Visitenkarten, Beschilderung ...

Auf den nächsten beiden Seiten finden Sie einige Beispiele für Corporate Design Umsetzungen.

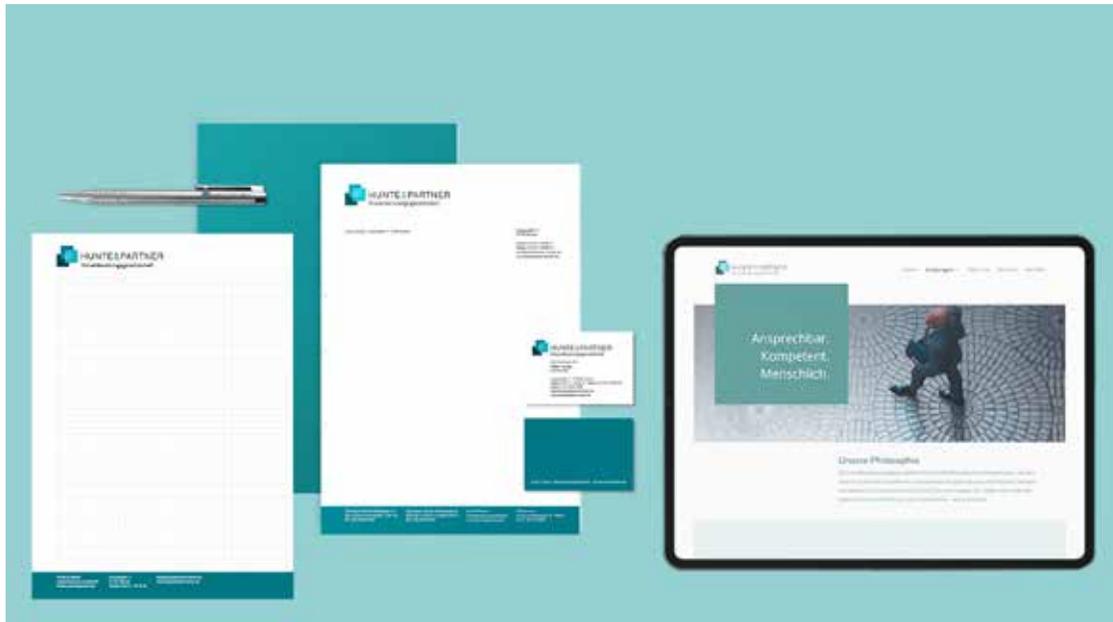


Anwendungsbeispiel Corporate Design „Steinmann Coaching“



Anwendungsbeispiel Corporate Design „Dr. Regine Drewniak“

reginedrewniak



Anwendungsbeispiel Corporate Design „Hunte & Partner“

