



Logoprüfbogen

Gestaltungshinweise für Logos:

Die gestalteten Logos müssen sich klar vom „optischen Rauschen“ unserer Umgebung unterscheiden.

Eine eindeutige Figur-Grund-Trennung trägt zu einer prägnanten Logo-Botschaft bei.

Mehrdeutige Figur-Grund-Beziehung, die zu optischen Täuschungen führen können, sollten vermieden werden, es sei denn Sie setzen es bewusst ein.

Die flächenmäßige Beziehung der Hell-Dunkel- oder Farbkontraste ist von großer Bedeutung.

Neben der formalen Figur-Grund-Beziehung ist die psychologische Figur-Grund-Wertung sehr wichtig, denn jede visuelle Wahrnehmung wird unmittelbar nach dem Ge- oder Missfallen beurteilt. Eine neutrale Bewertung gibt es nicht, die würde indifferent bedeuten.

Ähnlichkeit mit uns bekannten Objekten trägt zum Wiedererkennen und damit zur schnelleren Erfassung und Informationsbearbeitung bei. Daher die Notwendigkeit der Redundanz.

Der Komplexitätsgrad eines Logos darf weder zu niedrig (Unterstimulanz) noch zu hoch (Überstimulanz) angesetzt werden.

Die ästhetische Bewertung eines jeden Bildes ist stets individuell verschieden von Emotionen bestimmt. Sie hängt wesentlich vom Bewusstseinsstand, dem Erfahrungsschatz und der Sensibilität des Betrachters ab.

Formalisten und Moden sind vergänglich. Technische Spielereien können den Mangel an Originalität nicht kompensieren.

Die Beleuchtung, die Perspektive, die Überschneidungen und der Texturgradient dienen der Vermittlung eines scheinbaren Raumgefühls auf zweidimensionaler Fläche.

Eine Perspektive, die nicht der alltäglichen Sehgewohnheit entspricht, belebt das Logo.

Der bewusste Einsatz der Linienführung und das dem Motiv angepasste Logoformat steigern die Logowirkung.



Logoprüfbogen

- Ist das Logo dreidimensional darstellbar? Ja Nein
- Ist das Logo auch bei extremer Verkleinerung noch gut lesbar? Ja Nein
- Wirkt das Logo auch bei extremer Vergrößerung noch optisch gleich? Ja Nein
- Kann man das Logo in positiv/negativ umwandeln? Ja Nein
- Kann man das Logo in schwarz/weiß umsetzen? (Fax, Zeitung) Ja Nein
- Sind beim Logo zu viele Farben verwendet worden? (Kostenfaktor) Ja Nein
- Bemerkst man im Logo bei spontaner Betrachtung einen Eye-Catcher? Ja Nein
- Passt die Schrift des Logos zur Branche? Ja Nein
- Können die Farben des Logos auf das komplette Corporate Design übertragen werden? (Hausfarbe, Inneneinrichtung, Fahrzeuge etc.) Ja Nein
- Hebt sich das Erscheinungsbild von den der Wettbewerber ab? Ja Nein
- Sagt das Logo etwas über Leistungsangebot aus? (Sind Name und Leistungsangabe voneinander abhängig?) Ja Nein
- Ist das Logo auch ohne Leistungszusatz werblich einsetzbar? Ja Nein
- Ist das Logo Wettbewerbsrechtlich unanfechtbar? Ja Nein
- Ist das Logo aus geringer Entfernung leicht erkennbar? Ja Nein
- Ist das Logo rasch auffassbar? (Ohne Verzerrung) Ja Nein
- Ist das Logo leicht merkfähig? Ja Nein
- Ist das Logo auf allen erdenklichen Werbemittel einsetzbar? Ja Nein
- Ist das Logo eine in eine noblere Variante für die Geschäftsleitung umwandelbar? Ja Nein
- Ist das Logo zeitgemäß, aber keine modische Erscheinung? (zeitlos) Ja Nein
- Entspricht das Logo dem angestrebten Corporate Image? Ja Nein