

Checkliste für die Erarbeitung eines Logos

- Soll das Logo neu geschaffen werden? Oder gibt es vorgängig schon eines? Wenn ja, soll auf diesem aufgebaut respektive soll dieses überarbeitet werden?
- Welche Sensationen soll das Logo wecken, welche Werte vermitteln? Von welcher Tonalität soll das Logo sein? Medizinisch-technisch? Menschlich-sympathisch? Einfach oder komplex? Möglichst Werteneutral?
- Soll es nur Text sein? Oder Text-Bild? Gibt es ein visuelles/grafisches Element, das unbedingt integriert werden soll? Wie etwa ein Herz bei einem Herzspezialisten oder ein Zahn bei einem Zahnarzt?
- Entspricht das Logo der eigenen, klar definierten Positionierung? Widerspiegelt es die eigene Corporate Identity?
- Entfaltet das Logo seine Wirksamkeit wirklich auf allen Werbemitteln – von der Visitenkarte bis zum Strassenposter? Funktioniert das Logo auch dann, wenn man es stark verkleinert? Ist dann die Lesbarkeit gegeben?
- Gibt es Farben, die auf Grund der Corporate Identity zwingend vorkommen, wenn nicht sogar dominieren sollten? Und, ganz wichtig: Funktioniert das Logo auch in einer schwarz-weiss Version, respektive in Grautönen?
- Unterstützt das Logo wirklich das eigene Alleinstellungsmerkmal? Oder gibt es Aspekte wie etwa Schriftart oder Grafikelement (z.B. das obenerwähnte Herz), welche schon von anderen verwendet wird?
- Soll ein Slogan das Logo ergänzen? Ein knapp gehaltener Satz, der die Positionierung, Firmenphilosophie oder Kernkompetenz auf den Punkt bringt?
- Haben Sie, bevor Sie das Logo definitiv einsetzen, dieses Mitarbeitern oder Freunden gezeigt? War die Wirkung so, wie Sie sich erhofft haben? Oder müssen Sie nochmals über die Bücher?
- Last but not least: Gefällt Ihnen Ihr neues Logo wirklich? Können Sie sich damit identifizieren, und zwar voll und ganz?