

Auf einen Blick

1	Die Ur- und Grundformen des Logos	13
2	Aufgaben und Nutzen des Logos	61
3	Gestalterische Aspekte eines guten Logos	75
4	Logotypen	99
5	Arbeitsvorbereitung	129
6	Entwurf einer Wortmarke	149
7	Entwurf einer Wort-Bild-Marke	261
8	Serienlogos	299
9	Redesign	315
10	Gestaltungstrends	331
11	Reinzeichnung und Text	345

Inhalt

Einführung	11
1 Die Ur- und Grundformen des Logos	13
1.1 Was ist überhaupt ein Logo?	13
Was ist ein Zeichen?	13
Die Semiotik	14
1.2 Die Ur- oder Grundzeichen	15
Welche Urzeichen gibt es?	16
Der Punkt	17
Die Linie	20
Der Pfeil	28
Der Kreis	31
Das Viereck	36
Das Dreieck	41
Das Kreuz	47
1.3 Die Vorzeichen des Logos	56
2 Aufgaben und Nutzen des Logos	61
2.1 Aufgaben und Nutzen im Überblick	61
Imagebildung	61
Erkennungsmerkmal	63
Identifikationsmerkmal	64
Begehrlichkeit wecken	65
2.2 Das Logo als Botschafter	66
Was muss der Gestalter tun, damit das Logo im Gedächtnis des Empfängers bleibt?	67
2.3 Die Rolle des Logos im Corporate Design	71

3	Gestalterische Aspekte eines guten Logos	75
3.1	Merkmale für gute Logos	75
	Ein Logo soll Interesse wecken	75
	Ein Logo soll hervorstechen	76
	Ein Logo soll einfach sein	76
	Ein Logo soll nachhaltig sein	77
	Ein Logo soll ikonografisch sein	78
	Ein Logo soll zeitlos sein	78
	Ein Logo soll sauber gearbeitet sein	78
	Ein Logo soll reproduzierbar sein	78
3.2	Das Logo und die Gestaltgesetze	79
	Das Gesetz der Figur-Grund-Differenzierung	80
	Das Gesetz der Nähe	81
	Das Gesetz der Ähnlichkeit	82
	Das Gesetz der Geschlossenheit	83
	Das Gesetz der Symmetrie	84
	Das Gesetz der Erfahrung	85
	Das Prägnanzgesetz	86
	Fazit	87
3.3	Das Logo und die Schrift	88
	Antiqua-Schriften im Logodesign	88
	Egyptienne-Schriften im Logodesign	90
	Frakturschriften im Logodesign	92
	Groteskschriften im Logodesign	94
4	Logotypen	99
4.1	Die Bildmarke	99
4.2	Die Wortmarke	103
	Wortmarken mit Unternehmensnamen aus	
	reinen Satzschriften	103
	Das Typologo	105
	Silbenakronyme	110
	Das Buchstabenzeichen	111
	Das Zahlenzeichen	113

- 4.3 Kombinierte Zeichen: Wort-Bild-Marken** 114
 - Das Lok-Prinzip 117
 - Das Schub-Prinzip 118
 - Das Star- oder Stern-Prinzip 119
 - Das Anker-Prinzip 120
 - Das Triebwagen-Prinzip 121
 - Das Insel-Prinzip 122
 - Zusammenfassung Logotypen 123
 - 4.4 Logozusätze** 124
 - Claim und Slogan 124
 - Die Leistung 126
 - Die Markenbezeichnung 127
 - Logozusätze in der Praxis 128
- 5 Arbeitsvorbereitung** 129
 - 5.1 Arbeitsauftrag und Briefing** 129
 - 5.2 Recherche und Mitbewerberanalyse** 133
 - Farbtypik von Logos in den verschiedenen Branchen 134
 - Schrifttypik von Logos in den verschiedenen Branchen 136
 - 5.3 Ideenfindung** 139
 - Anregungen suchen und finden 139
 - Merkmalanalyse 141
 - Ideen festhalten und ausarbeiten 142
 - 5.4 Logerecht: Der rechtliche Wink mit dem Zaunpfahl** 144
 - 5.5 Das liebe Geld** 146
- 6 Entwurf einer Wortmarke** 149
 - 6.1 Eine Wortmarke aus vorhandenen Schriften gestalten** ... 150
 - Schriften, Schriftstärken und Schriftschnitte ausprobieren 150
 - 6.2 Eine Wortmarke aus gemischten Schriften gestalten** 158
 - Gemischte Schriftstärken 158
 - Gemischte Schriftbreiten 160

	Schriftlage kursiv	162
	Antiqua und Grotesk mischen	163
6.3	Eine Wortmarke mit Sonderzeichen gestalten	166
	Klammern	168
	& (et), das kaufmännische Und	172
	Andere Sonderzeichen	176
6.4	Das Typologo	182
	Die Binnenversalie	182
	Sperrsatz	186
	Unterschnittener Satz	189
	Stapeln	198
	Staffeln	199
	Variierende Zeichenhöhen	200
	Spiegeln	203
	Kontern	203
	Schrift modifizieren oder selbst entwerfen?	206
	Die Kunst des Weglassens	209
	Stören	214
	Handlettering	217
6.5	Eine Farbe hinzufügen	220
	Farbwahl für Ihr Logo	220
6.6	Mehrere Farben hinzufügen	228
	Ist Farbe eine Altersfrage?	231
6.7	Farbige Hintergründe	233
	Kontrast	234
	Farbe und Corporate Design	240
6.8	Hintergrundformen	242
	Das Rechteck	242
	Das Quadrat	246
	Der Kreis	247
	Die Ellipse	250
	Das Dreieck	253
	Der Stern	254
	Das Kreuz	255
	Hintergründe sprengen	255
	Amorphe Hintergründe	257

- 7 Entwurf einer Wort-Bild-Marke** 261
 - 7.1 Die Formen der Bildmarke** 262
 - Das Rechteck als Bildmarke 262
 - Das Quadrat als Bildmarke 263
 - Der Kreis als Bildmarke 265
 - Die Ellipse als Bildmarke 266
 - Das Dreieck als Bildmarke 268
 - Der Stern als Bildmarke 269
 - Das Kreuz als Bildmarke 271
 - Modifizierte geometrische Formen 271
 - 7.2 Anordnungsprinzipien des kombinierten Zeichens anwenden** 273
 - Das Lok-Prinzip 273
 - Das Schub-Prinzip 275
 - Das Stern-Prinzip 276
 - Das Anker-Prinzip 277
 - Das horizontale und vertikale Triebwagen-Prinzip 277
 - Das Insel-Prinzip 279
 - Das Emblem 282
 - Ein Logo, mehrere Anordnungsprinzipien 284
 - 7.3 Wort-Bild-Marken mit illustrativen Elementen** 286
 - Überlagerung und Rapport 289
 - Frei illustrierte Elemente 292
 - Abstrahierte Elemente 293
 - Fotografische Elemente 295
- 8 Serienlogos** 299
 - 8.1 Serienlogos adaptieren** 299
 - 8.2 Serienlogos internationaler Unternehmen:**
 - eine Analyse** 305
 - Serienlogos von FedEx 306
 - Serienlogos von Siemens 307
 - Serienlogos der Virgin Group 309
 - Klein, aber fein: konsequentes Design aus einem Guss 312

9	Redesign	315
9.1	Gründe für ein Redesign	316
9.2	Der Redesign-Prozess	319
	Der Zeitpunkt für ein Redesign	320
	Was muss renoviert werden?	321
9.3	Logos für den Unternehmensübergang	322
9.4	Logos modernisieren und vereinfachen – drei historische Beispiele	325
10	Gestaltungstrends	331
10.1	Servus Serife	331
10.2	Absolute Reduktion	334
	Zweidimensionalität	335
	Duoton, Monochrom	336
	Quadratisch, praktisch, nützlich	337
	Die Einzellinie	338
10.3	Logos mit Negativraum	338
10.4	Animierte Logos	339
11	Reinzeichnung und Text	345
11.1	Die Reinzeichnung	345
	Schrift zurichten	345
	Laufweiten optimieren	347
	Details zurichten	348
	Vereinfachen	350
	Schwarz-Weiß-Reproduktion oder Grau-Reproduktion	351
	Der Schutzraum	353
	Datenformate	354
	Farbmodi	354
11.2	Testverfahren	356
11.3	Checkliste zum Logoprozess	358
	Index	361