

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XII
-----------------------------	-----

Tabellenverzeichnis	XIII
---------------------------	------

1 Einleitung	1
2 Die wirtschaftliche Bedeutung von Logos	2
3 Erfolgsgarantie für Logos?	3
4 Daseinsberechtigung eines Evaluationsinstrumentariums	4
5 Stand der Forschung	6
6 Ziel dieser Arbeit	6
7 Vorgehensweise	7
8 Methodik	11
8.1 Literarische Inhaltsanalyse	11
8.2 Expertenbefragung	12
8.2.1 Die Methode der Durchführung	12
8.2.2 Der Fragebogen	14
8.2.3 Die Stichprobe	16
8.2.4 Die Experten	17
8.2.5 Auswertungsmethoden	19
9 Begriffserklärungen	21
9.1 Uneinigkeit über Definitionen	21
9.2 Corporate Identity (CI)	22
9.3 Corporate Design (CD)	23
9.4 Logo	24
9.5 Zusammenhang von CD, CI und Logo	26
9.6 Marke	28

Teil 1: Der Kriterienkatalog	31
10 Gütekriterien eines Logos	32
10.1 Leicht objektivierbare Kriterien	33
10.1.1 Anwendbarkeit / Praktizierbarkeit	33
10.1.2 Skalierbarkeit	35
10.1.3 Farben im Druck	35
10.1.4 Farben im World Wide Web	36
10.1.5 Kulturelle Unmissverständlichkeit	37
10.1.6 Werke Dritter	38
10.1.7 Zusammenfassung & Fazit der leicht objektivierbaren Kriterien	38
10.2 Schwer objektivierbare Kriterien	40
10.2.1 Generelle, schwer objektivierbare Kriterien	42
10.2.2 Individuelle, schwer objektivierbare Kriterien	47
11 Erkenntnisse durch den Kriterienkatalog	63
11.1 Der Zusammenhang der Kriterien	63
11.2 Das „Überkriterium“	66
11.3 Zusammenfassung / Fazit des Kriterienkatalogs	68
12 Die Frage des objektiven Beurteilens	70
12.1 Abwägung der Argumente für und gegen Objektivität	71
12.2 Fazit der Frage nach objektiver Beurteilung	73
 Teil 2: Die Entwicklung eines Evaluationsinstrumentariums	 77
13 Die Beschaffenheit des Evaluationsinstrumentariums	78
13.1 Die Rolle des „Überkriteriums“ im Evaluationsbogen	79
13.2 Das Beurteilungssystem	79
13.2.1 Das Bewertungsschema	80
13.2.2 Die Gewichtung der Kriterien	81
13.2.3 Das Gewichtungsschema auf Basis der Kriterien-Prioritäten	83
13.2.4 Die Auswertungsmethode	85

14 Das Evaluationsinstrumentarium	95
14.1 Der Evaluationsbogen	90
14.2 Erläuterungsbogen und Anwendungsanleitung	92
14.3 Zusammenfassung/ Fazit des Evaluationsbogens.....	93
15 Nachweis der Allgemeingültigkeit	95
16 Die Experteninterviews im Fokus.....	95
17 Abschließendes Fazit	96
 Literaturverzeichnis	 99
Anhang	A-1