

Wie wirkungsvolles Design entsteht

Ein Überblick über den Designprozess

VON BRIGITTE BAUER



LOGOENTWICKLUNG

GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

BRANDING PROZESS

Logo-Design

WARUM EIN LOGO VON EINEM ERFAHRENEN GRAFIKDESIGNER
REALISIERT WERDEN SOLLTE

Ein hochwertiges und zeitloses Logo...

gehört mit zu den anspruchsvollsten Aufgaben beim Corporate Design. Das setzt Erfahrung voraus, (professionelles) Feingespür und das Beherrschen entsprechender Software, um ein wirklich gutes Ergebnis zu erzielen. Das Logo ist das erste Element, was ein Unternehmen nach außen hin repräsentiert. Es ist der rote Faden, der sich durch die Kommunikation zieht und den gesamten Auftritt beeinflusst – inklusive des ersten Eindrucks.



“Keep it short and simple:
Gutes Design ist erreicht, wenn man
nichts mehr weglassen kann.”

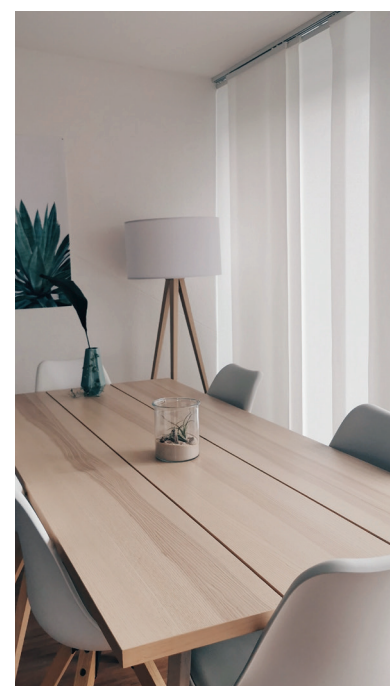
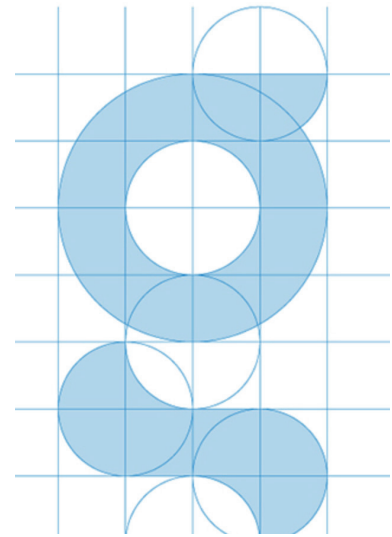
Welche Kernkriterien ein gutes Logo erfüllen muss

Das Zeichen sollte klar, verständlich und in Formgebung die Markenaussage des Unternehmens wiedergeben. Es ist oft besser, eine gute Idee klar und verständlich umzusetzen, als zu versuchen, viele Ideen in einem Design unterzubringen.

Handwerklich sollte das Logo mit einem professionellen Designprogramm erstellt und für die Druckerei in den richtigen Farbprofilen angelegt sein. Übrigens: bei „selbstgemachten“ Logos fehlt oft die Vektorgrafik, so dass viele Einsatzmöglichkeiten wie z.B. Printprodukte, Anzeigenformate, Briefbögen, T-Shirts, Tassen, etc. von Anfang an gleich wegfallen oder erst mit nachträglichem Aufwand nur gegen teure Gebühren zur Anpassung des Logos sich realisieren lassen. Meist ist das Ergebnis dann trotzdem nicht zufriedenstellend (pixelig, unscharf), weil die Basis-Qualität einfach fehlt, auf die man zurückgreifen könnte.

Ein Logo ist ein Markenzeichen mit hohem Wert

Deshalb sollte es so einzigartig wie möglich sein, Aber dennoch schnell zu verstehen, klar und einprägend sein. Es zeigt Ihre Wertigkeit, Qualität und Kompetenz. Es vermittelt Vertrauen in Ihre Arbeit.



0 1 . **Recherche:**

Um Ähnlichkeiten zu vermeiden, investieren gute Designer am Anfang mehrere Stunden in die Recherche von Mitbewerbern oder ähnlichen Namen und Zeichen. Natürlich auch, um Ärger mit geschützten Marken (besonders bei Unternehmen) zu vermeiden.

Eine Garantie können wir verständlicherweise nicht geben, dass wir alle relevanten Logos gefunden und angeschaut haben. Aber je genauer und intensiver wir uns damit auseinander setzen, desto besser für den Kunden/Auftraggeber. Besser investiert man hier im Vorfeld, bevor man sein Logo in der Nachbarschaft wiederfindet.

0 2 . **Ideenfindung:**

Als Designer verfügen wir nicht nur über einen großen Erfahrungsschatz, wir haben auch viele Möglichkeiten, durch die unterschiedlichsten Quellen zu stöbern und uns so auf außergewöhnliche Ideen bringen zu lassen. Dabei schauen wir auch gerne über den Tellerrand und kombinieren verschiedene Elemente aus Büchern, Design-Portalen oder unserer persönlichen Ideensammlung. Unsere Erfahrung lehrt uns, welche Idee umsetzbar ist und wo sich Stolpersteine verbergen. Wir verlieren uns so nicht in Details, die später wieder verworfen werden müssen und unnötig Aufwand, Zeit und Geld kosten.

0 3 . **Farben:**

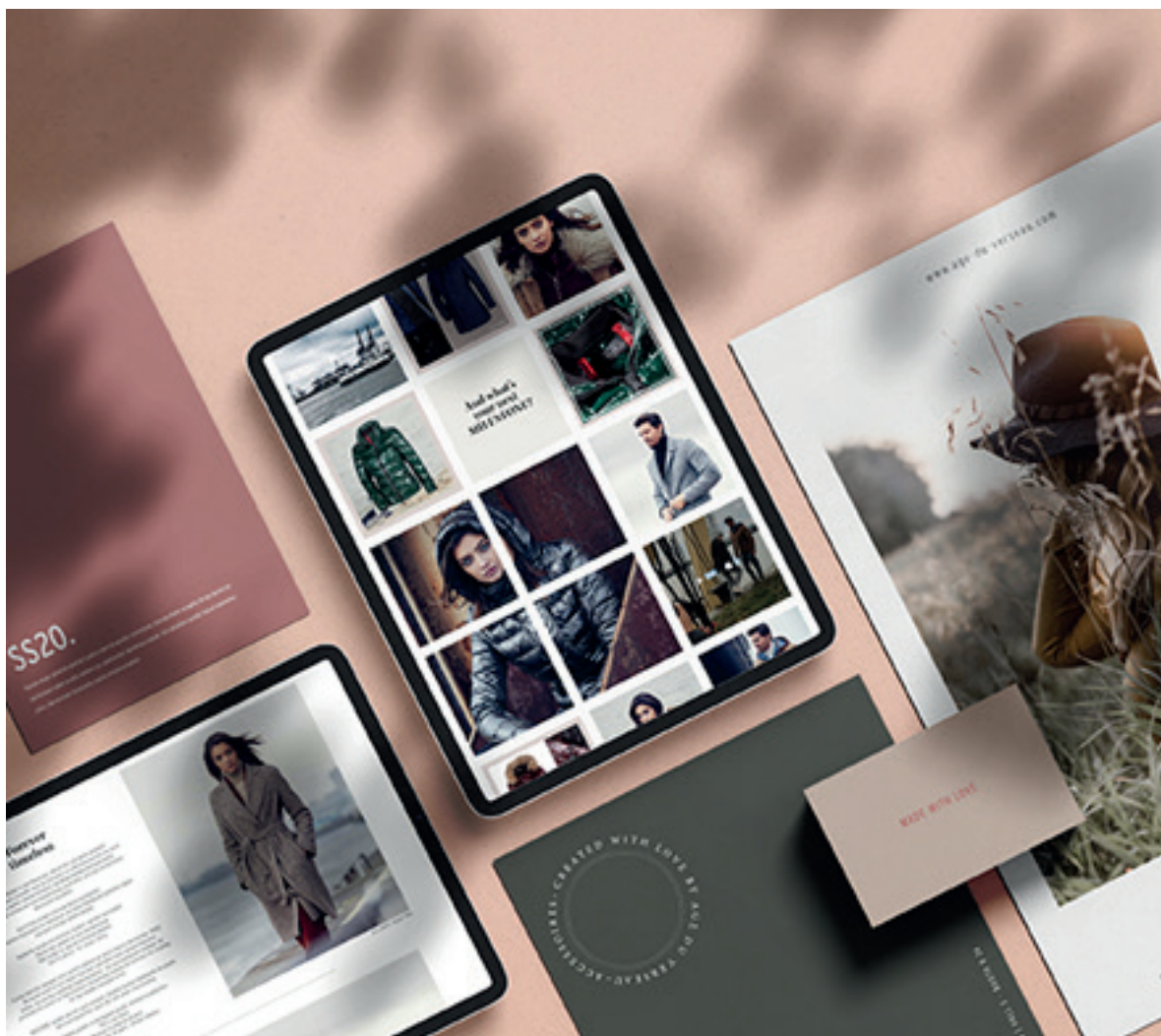
Gemeinsam mit dem Kunden wird im Vorfeld festgelegt, in welche Richtung die Farbkombination gehen soll. Anschließend mache ich verschiedene Vorschläge, was passend und möglich ist, welche Farben und Transparenzen gut funktionieren und definieren bei Bedarf auch die entsprechende Sonderfarbe (z.B. Pantone anhand eines Farbfächers oder Kataloges)

0 4 . **Schriften:**

Bei gut 700.000 europäischen Schriftarten, die zur Zeit am Markt angeboten werden, kann man schon mal den Überblick verlieren. Als Grafik-Designer haben wir ein umfassendes Wissen über Typografie und Schriftgestaltung. Wir können „billige“ (also schnell, unsauber und nicht vollständig erstellte) Schriftarten von hochwertigen unterscheiden und haben Erfahrung mit deren Einsatz. Ein Grafik-Designer weiß, welche Schrift funktioniert und übergreifend eingesetzt werden kann. Er erkennt die Feinheiten und weiß, was er braucht. Nun gilt es nur noch, eine Schriftart herauszusuchen, die die Anmutung, Botschaft und den Charakter des Unternehmens am besten widerspiegelt. Auch hier machen wir eine

mehrstündige Recherche und erstellen mehrere Vorschläge, was zu der Anforderung passen würde. Gemeinsam mit dem Kunden grenzen wir die Vorschläge ein, bis wir den oder die Favoriten benennen können.

Im Zuge der Logoerstellung macht es auch Sinn, die Schriftart für Fließtexte mitzubestimmen. Also die Schriftart, die später in der Kommunikation genutzt wird. Sei es in einer Word-Datei, auf einem Printprodukt oder als Webfont im Internetauftritt. Diese „Hausschrift“ kann entweder die gleiche sein, wie im Logo verwendet, oder eine weitere Schrift, die in der Kombination harmonisch zur Logoschrift passt.



0 5 . Entwurfsarbeit:

Nun wird es konkret: wir erstellen mehrere Vorschläge für das Signet (Das Icon oder Bild des Logos) in Form von handgezeichneten Skizzen, die wir je nach Komplexität als Bleistift oder Marker-Skizze zeigen, oder schon gleich als geglättete Computergrafik ausarbeiten. Die Auswahl besprechen wir dann gemeinsam. Sie werden schnell merken: Die Sprache und Aussage eines Logos kann grafisch viele Facetten haben: Edel, Klassisch, fein, leicht, modern, extravagant, selbstbewusst, laut, stark, fröhlich, etc.

0 6 Varianten erstellen:

Steht der Favorit fest, geht es weiter in die feinere Ausarbeitung des Signets am PC. Diesmal in Kombination mit den verschiedenen Schriftarten. Evtl. stellen wir auch unterschiedliche Proportionen, Anordnungen und Schriftstärken gegenüber.



07. Farben final festlegen:

Wenn Signet und Schriftart final stehen, zeigen wir Ihnen das Logo in unterschiedlichen Farben oder Farbkombinationen. Das verfeinern wir so lange, bis die Farben perfekt passen. Wichtig ist hierbei, nicht nur die Bildschirmfarben zu definieren, sondern auch über einen Katalog die richtige Druckfarbe zu bestimmen. Denn einige Bildschirmfarben sind durch das Licht des Monitors so strahlend, dass sie nicht 1zu1 aufs Papier übertragen werden können. Im Druck werden sie also je nach Papiersorte matter herauskommen.

08. Das Logo testen und visualisieren:

Um das Logo zu testen, erstellen wir es zusätzlich in einer Schwarz-Weiß Variante und simulieren am PC einige Anwendungsmöglichkeiten. Z.B an der Hauswand, im Meetingraum, auf einem Katalog, auf Visitenkarten, einer Tasse, einem Shirt/Hemd, gestempelt, etc. So können Sie sich schon ein sehr genaues Bild machen, wie ihr Branding in Zukunft wirken wird.

09. Reinzeichnung erstellen:

Nun geht es in die exakte Ausarbeitung: Wir erstellen das Logo als genaue skalierbare Vektorgrafik, die noch einmal in ihren Proportionen definiert und pixelgenau angelegt wird. (Dabei werden für jede Form des Logos im Grunde vier Dateien angelegt. Eine Datei für Bildschirmfarben: rgb (nutzbar z.B. für die Webseite), eine Datei für die Druckerei: cmyk Druckfarben und eine Datei für die Schwarz-Weiß Varianten, die auch oft für Prägungen, Lasergravuren oder Stickereien gebraucht werden. Wenn Sonderfarben zum Einsatz kommen, erstellen wir eine dritte Variante (Sonderfarben sind im Druck teurer und werden deshalb oft nicht für jedes Druckprodukt genutzt.)

10. **Varianten des fertigen Logos für verschiedene Medienformate:**

Je nach Design braucht es Formvarianten. Z.B. als reduziertes Icon für den Social Media Kanal oder das Favicon für die Webseite, das Bildzeichen alleine, den Schriftzug rechts oder links vom Zeichen o.ä. gesetzt oder mit einer zusätzlichen Tagline (Slogan, Zusatz oder Spruch)

11. **Dokumentation und Styleguide:**

Damit Druckereien problemlos weitere Werbemittel erstellen können, gestalten wir eine Übersicht aller Logovarianten inklusive der verwendeten Farben für Bildschirm (rgb + # Hex Wert) und Druck (cmyk + Pantone) zum einfachen Ablesen der Farbwerte.

Wie viel Arbeit steckt in einer Logoerstellung?

Wie sie sehen, stecken einige Stunden Arbeit in einem professionellen und nachhaltigen Ergebnis. Erfahrungsgemäß braucht es zwischen 30-40 Stunden bis zur Fertigstellung.

Wie lange nutzt man ein Logo?

Die meisten Unternehmen nutzen ihr Logo um die 10-15 Jahre, bis sie das Design anpassen lassen. Auf diese Zeitdauer gesehen, lohnt sich die Investition in das eigene Logo durch einen erfahrenen Grafikdesigner auf jeden Fall. Die preisliche Investition ermöglicht unterschiedliche Einsatzmöglichkeiten des eigenen Logos auf verschiedenen Werbeträgern und erhöht so die Außenwirkung zusätzlich.

Visitenkarten

WAS MACHT SIE WERTVOLL UND EINZIGARTIG?

Ein Visitenkarten-Design, das wirkt

Eine gelungene Visitenkarte zeichnet sich nicht nur durch eine wertige Haptik, sondern durch das ausgewogene Zusammenspiel von Typografie, Schriftgrösse, Zeilenabstand und Layout aus – also der Aussage, die dadurch entsteht.

Bei vielen Visitenkarten ist die Schriftgröße zu klein gewählt. Dadurch leidet die Lesbarkeit. Da die Schriftgröße am Bildschirm oft gut aussieht, beim Druck aber wegen der Papierstruktur nicht so scharf gedruckt werden kann, wie der Bildschirm es darstellt, ist das bei der Grössenwahl zu berücksichtigen und vor dem Druck zu testen.



0 1 . Inhalt und Format bestimmen:

Im ersten Schritt legen wir gemeinsam fest, welche Inhalte, Informationen und ggf. Texte auf der Visitenkarte abgebildet werden sollen. Das heißt: Gibt es einen QR Code? Ein Foto? Sollen einige Stichpunkte Ihres Angebotes mit auf die Karte? Vielleicht ein Feld zur Eintragung des nächsten Termins? Daraus ergibt sich auch das Format: Quer, Hochkant oder eine Klapp-Visitenkarte? Quadratisch oder als Mini-Visitenkarte? Je nach Branding und der Branche finden wir hier zur richtigen Lösung.

0 2 . Ideenfindung für das Design der Visitenkarte:

Wir unterhalten uns, wie das Design ausschauen soll. Evtl. gibt es schon Designrichtlinien oder einen Styleguide. Wenn nicht, gestalten wir ein bis zwei Vorschläge. Soll das Layout eher schlicht sein, oder gewisse Schmuckelemente, Linien, Hintergründe oder Muster beinhalten? In dieser Vorbesprechung schauen wir uns einige Muster von der Druckerei an. Es gibt verschiedene Papiersorten, Stärken, und Materialien. Z.B. auch Visitenkarten mit drei Schichten und farbigem Kern, Karten aus sehr feinem Holz oder Schwarzkarton. Zudem gibt es diverse Sonder-Veredelungen: Prägung, Kaschierung, Lackierung, Relief, Heißfolie, oder verschiedene Beschichtungen. Pantone Sonderfarben oder kleine Details

0 3 . QR Code:

Bei Bedarf erstelle ich Ihnen einen QR-Code mit Ihren Adressdaten. Diese Codes kann man heute individuell gestalten und auch mit einem Icon oder Symbol versehen. Mein Team und ich übernehmen die Erstellung des Codes. Alternativ können Sie im Code auch eine Broschüre oder einen Link zu einer Landingpage hinterlegen. So können durch einen einfachen Scan des Codes alle Adressdaten in die Kontakte importiert werden, oder man kann sich eine Info-Broschüre herunterladen etc.

0 4 . Das Layout:

Wie oben bereits erwähnt, achten wir beim Layout und der Gestaltung der Visitenkarte auf eine professionelle Typografie. Falls nicht schon im Zuge der Logoentwicklung geschehen, recherchieren wir verschiedene Schriftarten für die Texte und bereiten eine von uns vorselektierte Auswahl vor.

Wichtig: Bei Name und Position achten wir darauf, dass (evtl. zu einem späteren Zeitpunkt) auch Mitarbeiter mit einem sehr langen Nachnamen eingefügt werden können. Sollte jemand neu eingestellt werden oder später eine Visitenkarte benötigen. Anhand der verschiedenen Designentwürfe geht es dann an die Auswahl der oder des Favoriten. An diesem Design nehmen wir nach Absprache entweder Veränderungen vor oder gehen gleich weiter ins Feinlayout.

0 5 . **Reinzeichnung und Druckvorbereitung:**

Nun folgt die Feinjustierung jeglicher Abstände und Positionen. Die Schriftgrößen und Farben werden noch einmal genau überprüft. Sie bekommen die finale Datei mit der Bitte zur Abnahme. Nach dem finalen OK legen wir die Informationen für Stanzform, Relief oder partiellen Lack an. Erstellen die Druckdaten mit Beschnitt und dem geforderten Farbprofil der ausgesuchten Druckerei und erstellen alle PDFs, die die Druckerei benötigt.

0 6 . **Bestellung: :**

Nach Absprache der Auflage und Kosten legen wir für Sie die Bestellung an und laden die Daten hoch. Die Versendung erfolgt an Ihre Firmen-oder Wunschadresse. Die Druckkosten geben wir Ihnen ohne Handling-Aufschlag 1zu1 in unserer Rechnung zusammen mit den Kosten für das Design weiter. Selbstverständlich können Sie die Druckdaten auch selbst bei der Druckerei in Auftrag geben. Dann senden wir Ihnen die Druckdaten zu.

Optional:

Wir erstellen für Sie auch gerne Visitenkarten mit speziellen Inhalten. Das könnte eine Visitenkarte mit Link und QR Code zu einer Bewertungsplattform sein wie Google Business oder Proven Expert. Das erleichtert Ihnen das Sammeln von positiven Kundenbewertungen.

Briefbögen

FÜR IHRE ANGEBOTE UND RECHNUNGEN

So entsteht ein funktionales Briefbogen-Design

Der Eindruck, den Sie bei Angeboten und auch in Ihrer Kommunikation mit Interessenten oder potenziellen Kunden hinterlassen, hat einen großen Einfluss auf die Wertempfindung und damit auf das Vertrauen, das Ihnen entgegengebracht wird. Und in der Folge auch auf Ihren Umsatz.

Professionell gestaltete Briefbögen auf einem wertigen Papier unterstreichen Ihre unternehmerische Qualität und sind auch hilfreich, um sich von anderen Anbietern abzuheben.



0 1 . Text und Inhalt festlegen:

Welche Adressdaten, (Steuer)-Informationen, Bankverbindung, Partnerlogos etc. soll der Briefbogen enthalten? Gibt es evtl. mehrere Bankverbindungen? Gibt es noch zusätzliche Informationen, Disclaimer etc, die enthalten sein sollen? Soll der Briefbogen exakt nach Din Normen gestaltet sein oder kann das Design ausbrechen? (z.B bei Künstlern)

0 2 . Design:

Analog zur Visitenkarte bzw. konform zur Unternehmens-CI und den Branding-Vorgaben entwerfen wir das grafische Layout. Also die Platzierung des Logos, Gestaltung von Hintergrundelementen, Auswahl der Schriftart und Schriftgröße, Platzierung von Absender-Zeile usw. Der Bereich für Anschrift, Betreff, Anrede und Text wird angelegt. Faltmarken werden platziert. Wir definieren die Schriftart für den geschriebenen Text (Adressfeld und Beispielinhalt des Briefes) und zeigen die optimale Formatierung als Vorlage auf. Das heißt optimale Schriftgröße, Zeilenlänge, und Zeilenabstände, die in der Software (z.B. Word) eingestellt werden.

0 3 . Feinlayout:

Sie bekommen mehrere Varianten zur Auswahl und wir nehmen nach Absprache finale Änderungen des favorisierten Designs vor.

0 4 . Reinzeichnung und Druckvorbereitung:

Wir legen ggf. die Informationen für Stanzform, Relief oder partiellen Lack an. Erstellen die Druckdaten mit dem geforderten Farbprofil der ausgesuchten Druckerei und erstellen alle PDFs, die die Druckerei benötigt.

0 5 . Bestellung:

Nach Absprache der Auflage und der damit verbundenen Kosten legen wir für Sie die Bestellung an und laden die Daten hoch. Die Versendung erfolgt an Ihre Firmen-oder Wunschadresse. Die Druckkosten geben wir Ihnen ohne Handling-Aufschlag 1zu1 in unserer Rechnung zusammen mit den Kosten für das Design weiter. Selbstverständlich können Sie die Druckdaten auch selbst bei der Druckerei in Auftrag geben. Dann senden wir Ihnen die Druckdaten zu.

Wordvorlage

SCHNELLER UND LEICHTER BRIEFE IN WORD
ERSTELLEN UND DRUCKEN

In einer Wordvorlage liegt das Layout des Briefbogens nur zur Orientierung und Kontrolle im Hintergrund der Word-Datei, wird aber nicht mit ausgedruckt, da der Druck direkt auf das Briefpapier erfolgt, das ja schon Logo, Adressdaten usw. enthält.

Was legen wir in dieser Word-Datei an?

- Header- und Footer Bereich
- Bilddatei des Briefbogens im geschützten Hintergrund
- Adressfeld
- Textbereich
- Automatisches Datum und automatische Seitenzahl
- Aktivierte Einstellung: Druck ohne Hintergrund

Vorteilspakete

1

Logoentwicklung

1. Recherche
2. Ideenfindung
3. Vorstellung versch. Schriftarten,
4. Farbkombinationen,
5. Skizzen,
6. Designentwürfe,
7. Varianten,
8. Finale Reinzeichnung als Vektorgrafik in Druck und Bildschirmfarben,
9. Sowie aller Varianten des Logos für verschiedene Einsatzzwecke

ab 2200,- * Euro

Logoentwicklung inkl. Visitenkarten, Briefbögen und Wordvorlage

1. Recherche
 2. Ideenfindung
 3. Vorstellung versch. Schriftarten,
 4. Farbkombinationen,
 5. Skizzen,
 6. Designentwürfe,
 7. Varianten,
 8. Finale Reinzeichnung als Vektorgrafik in Druck und Bildschirmfarben,
 9. sowie aller Varianten des Logos für verschiedene Einsatzzwecke
 10. Druckvorbereitung,
 11. Preisvergleich,
 12. Bestellung Drucksachen
 13. Kleiner Styleguide für alle Farbwerte
 14. Simulation der Einsatzbereiche (Mockups) Auch zum Einsatz für das Google Business Profil
- +**
Visitenkarten
Briefbögen
Wordvorlage

ab 3500,- * Euro

* zzgl. 19% ges. Mehrwertsteuer

2

la mia grafica

Brigitte Bauer

Dipl. Kommunikationsdesignern FH

Isareckstraße 43

81673 München

Tei: 089 45600406

Mobil: 0176 620 867 58