

Einführung

Logodesign – ein knapper Begriff für eine Designdisziplin, die vielfältiger kaum sein könnte, denn nirgendwo werden mehr Gestaltungsaspekte auf engstem Raum komprimiert als im Logo.

Ein Logo ist das Konzentrat, die Essenz, der Kern eines übergeordneten, mehr oder weniger komplexen Zusammenhangs. Deswegen fordert das Logo auch gestalterische Reduktion, die Konzentration auf das Wesentliche. Alles Überflüssige muss weggelassen werden, um maximale Aufmerksamkeit in minimaler Wahrnehmungsgeschwindigkeit zu erzeugen. Nirgendwo müssen wir also kürzer, knapper und treffender kommunizieren als im Logodesign. »Reduce to The Max«, wie schon bei Smart gesagt wird.

Das Image, das Gesicht des Absenders, muss sich im Logo wiederfinden. Gelingt das, zahlen Logos in Ihrer Wechselbeziehung die erwünschte Identität dem Absender zurück. Sie sind also eindeutiges Merkmal für das Übergeordnete, das sich immer wieder im Logo erdet.

Logos sind Signatur, Daumenabdruck und unverwechselbares Kennzeichen für einen Zusammenhang, der ohne Logo gesichtslos bliebe. Logos transportieren Inhalte und Werte, demonstrieren aber auch Gemeinschaft und Zusammenhalt. Sie sind die bildgewordene Botschaft des Absenders. Aus gutem Grund: Nichts vermag schneller zu kommunizieren als ein Bild.

Logos sind auch das Medium, das Marken lebendig macht. Beim Anblick eines bestimmten Markenzeichens läuft mir, wenn ich hungrig bin, das Wasser im Mund zusammen oder es kann die Vorfreude auf Sonne, Meer und Sand sein. Ist ein Logo erlernt, ruft es die Bilder und Gefühle ab, die es in unseren Köpfen verankert hat.

Ein Logo kann für den einen passen, für den anderen nicht. Es kann aufsässig, laut, leise, wohl proportioniert oder bescheiden sein. Es kann den Absender inhaltlich widerspiegeln, manchmal gelingt das auch nicht. Schließlich hat jeder Betrachter seinen eigenen Blickwinkel. Wichtig ist, dass das Logo einprägsam und eigenständig ist, dass es einen Wiedererkennungswert schafft und Botschaften besiegelt.

Hier geht es nicht nur um die großen Logos der weltumspannenden Unternehmen. In diesem Buch gebe ich praktische Gestaltungsratschläge, wie ein aufmerksamkeitsstarkes Logo systematisch Schritt für Schritt unter Berücksichtigung aller möglichen Gestaltungsaspekte entsteht. Auch für das Small Business, aber immer mit professionellem Anspruch. Deswegen werden wir während der Arbeit unsere Entwürfe auch immer wieder mit guten und überzeugenden Beispielen abgleichen. Mit berühmten, aber auch mit unbekannten. Von der Ideenfindung über die Entwurfsarbeit bis zur Umsetzung – in einfachen und nachvollziehbaren Aufgaben gebe ich Hilfestellungen und Tipps, wie Sie gute und treffende Logos selbst professionell gestalten.

Mein Buch richtet sich zum einen an ambitionierte Gestaltungsinteressierte ohne Experten hintergrund, an Grafik- und Kommunikationsdesigner in Ausbildung und Studium, aber auch an Gestaltungsprofis, die ihr Know-how im zeitgemäßen Logodesign vertiefen möchten.

Ich bin Frank Koschembar, Kommunikationsdesigner, Gestaltungstrainer und Designberater. In meinem Berufsalltag entwickle ich neben allen möglichen Designanwendungen natürlich auch Logos. Die Logogestaltung ist aber noch mehr, sie ist eines meiner Steckenpferde. Sie ist die Kunst, Komplexes zu vereinfachen und es auf eindeutige Gestaltungsformeln zu reduzieren. Werden diese Formeln dann handwerklich sauber umgesetzt (Auch das ist wichtig!), kann eine klare Botschaft ihren Empfänger erreichen und von ihm verstanden werden. Nicht mehr und nicht weniger. Und wie das funktioniert, zeige ich Ihnen in diesem Buch.

Freuen Sie sich auf unsere gemeinsame Reise in die Welt des Logodesigns und packen Sie mit an!

Frank Koschembar

gute-kommunikation.com

Diese Leseprobe haben Sie beim
 **edv-buchversand.de** heruntergeladen.
Das Buch können Sie online in unserem
Shop bestellen.

[Hier zum Shop](#)