

Logo, Bildwelt, Typografie

Die Grundpfeiler wirksamer Gestaltung von Unternehmensauftritten

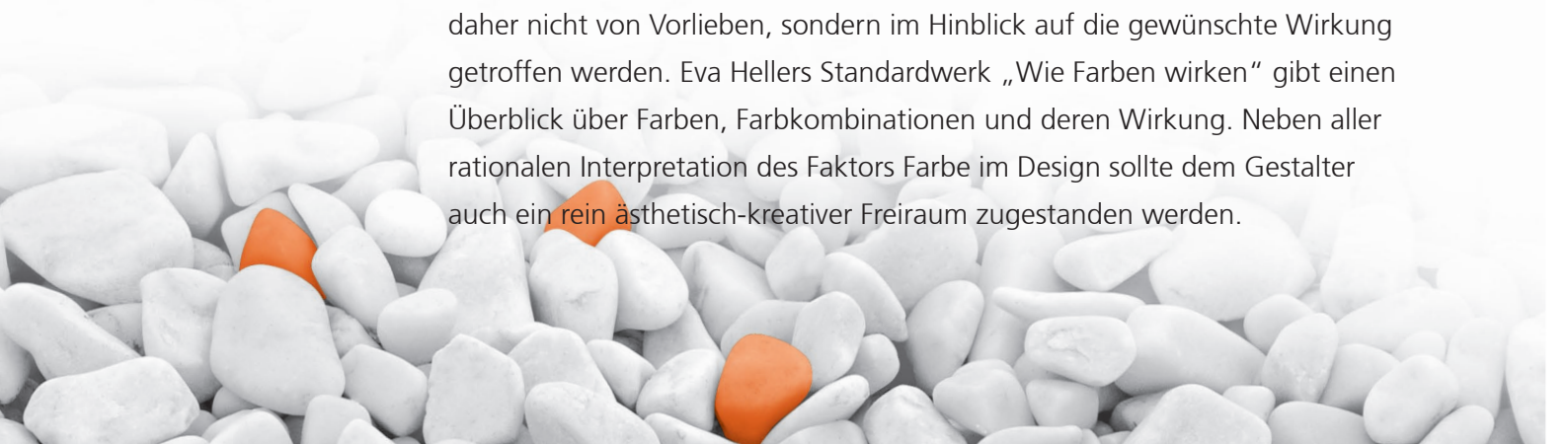


Wirtschaft in Mainfranken, Ausgabe August 2008

Markant sein: das ist das entscheidende Kriterium bei der gestalterischen Inszenierung von Unternehmensauftritten. Ein Mensch verfügt über Hautfarbe, Stimme, Größe, Ausstrahlung, Gewicht etc.. Die Summe dieser individuellen Merkmale bestimmt, wie Mitmenschen uns wahrnehmen. Ein Unternehmen muss sich solche visuellen Eigenschaften erst schaffen, um als „Persönlichkeit“ wahrgenommen zu werden. Ergebnis ist das Corporate Design. Unternehmer sind gut beraten, sich hier der professionellen Hilfe eines Gestalters bzw. einer Werbeagentur zu bedienen. Die so entstandenen gestalterischen Leitlinien sind Grundlage für beispielsweise hauseigene Drucksachen, die Webseite, Beschilderung, Autobeschriftung usw.. Für Unternehmer ist es wichtig, die gestalterischen Meilensteine zu kennen, die ein stimmiges Corporate Design ausmachen. Das erleichtert den Dialog mit den Kreativen und ist Grundlage guter Ergebnisse.

Farbklima erzeugt Stimmung

Die Mineralölkonzerne Aral und BP zeigen sich blau bzw. grün, die Post hat gelb als Hausfarbe, Mercedes Benz hält sich mit schwarz und Grautönen eher klassisch bedeckt. Mit Farben und Farbkombinationen verbindet der Mensch bestimmte Vorlieben und Erwartungen. Die Neurowissenschaft zeigt heute, dass die unbewussten Assoziationen mit bestimmten Farben Kaufentscheidungen beeinflussen. Die Entscheidung zur Unternehmens-Hausfarbe sollte daher nicht von Vorlieben, sondern im Hinblick auf die gewünschte Wirkung getroffen werden. Eva Hellers Standardwerk „Wie Farben wirken“ gibt einen Überblick über Farben, Farbkombinationen und deren Wirkung. Neben aller rationalen Interpretation des Faktors Farbe im Design sollte dem Gestalter auch ein rein ästhetisch-kreativer Freiraum zugestanden werden.



Logo und Formen sind Hauptmerkmale der Wiedererkennung

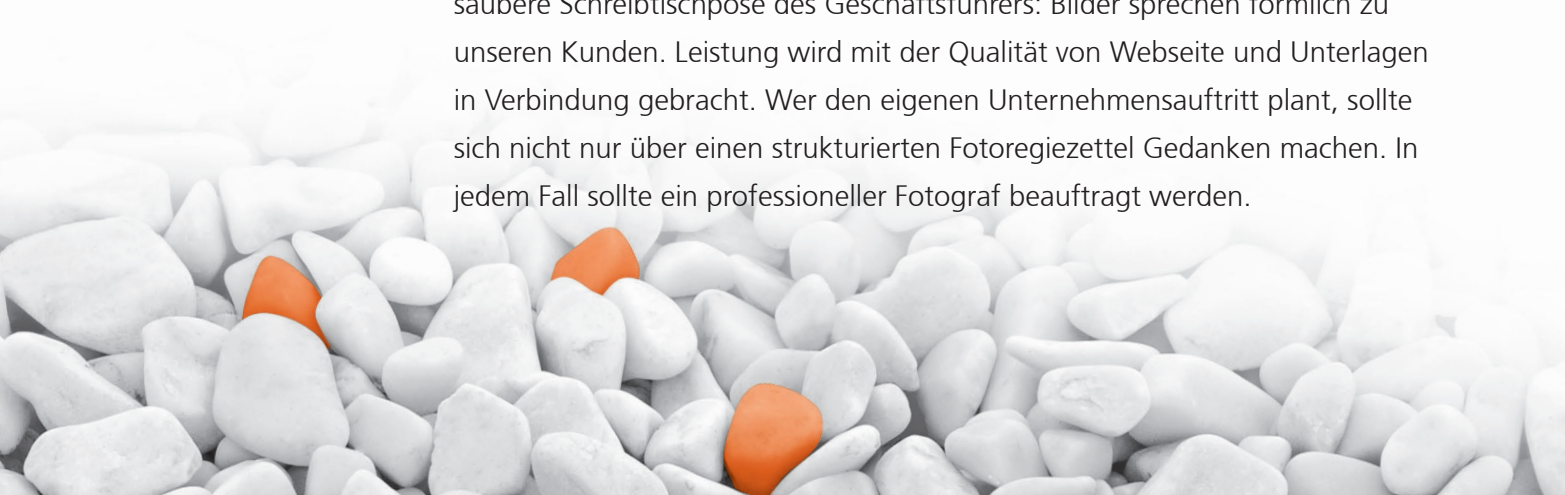
Das klassische Erkennungsmerkmal eines Unternehmens ist das eigene Signet bzw. Logo. Folgende sechs Kriterien bestimmen die Qualität guter Bildzeichen:

1. Unverwechselbarkeit
2. Wiedererkennbarkeit
3. Reduzierbarkeit
4. Skalierbarkeit
5. Leistungsaffinität
6. Einfachheit

Unverwechselbarkeit und Wiedererkennbarkeit sind selbsterklärende Begriffe, die auf die Eigenständigkeit von Bildzeichen im Wettbewerb und der Wahrnehmung reflektieren. Reduzierbar sind Logos, die auch in Graustufen noch markant und eindeutig sind: das Zeichen sollte als reine Bleistift-Nachzeichnung nicht deutlich an Identität verlieren. Skalierbarkeit bedeutet: funktioniert das Zeichen als Beschriftung auf einem Füllfederhalter ebenso wie als Projektion auf einer Hauswand. Die Leistungsaffinität ist die mögliche gedankliche Assoziation zur unternehmerischen Leistung. Schließlich ist die Einfachheit ein Attribut und Maßstab für Logos. Simple Form und klare Struktur vereinfachen die ggf. zu vermittelnde Botschaft. Es müssen allerdings nicht alle diese Kriterien erfüllt werden um dem Anspruch eines guten Bildzeichens gerecht zu werden. Der Mercedes Stern ist sicher kein schlechtes Logo, nur weil hier der offensichtliche Leistungsbezug fehlt.

Die Bildwelt visualisiert den Markenkern

Die herbstliche Stimmung eines Bekleidungslabels „Timberland“, der sprühende Schweißapparat eines Industriebetriebs zur Metallverarbeitung oder die saubere Schreibtischpose des Geschäftsführers: Bilder sprechen förmlich zu unseren Kunden. Leistung wird mit der Qualität von Webseite und Unterlagen in Verbindung gebracht. Wer den eigenen Unternehmensauftritt plant, sollte sich nicht nur über einen strukturierten Fotoregiezettel Gedanken machen. In jedem Fall sollte ein professioneller Fotograf beauftragt werden.



Gute Aufnahmen entstehen nicht durch Technik sondern durch ein geschultes Auge für Motiv, Licht und Posen. Stimmungsbilder aus frei zugänglichen Bildagenturen leisten ergänzend gute Dienste. Im Internet überzeugen einige freie Bild-Datenbanken wie Photocase und Pixelio mit einem großen Pool und sehr günstigen Preisen. Die Fotos sind häufig für gestalterische Zwecke frei verwendbar.

Typografie unterstreicht Aussage und schafft Charakter

Arial und Times New Roman sind sicher schöne Schriftschnitte. Markante Identität erzeugen lässt sich damit nicht. Die Auswahl der passenden Typografie ist entscheidender Bestandteil von Firmenidentität. Wir unterscheiden Schmuck- und Fließschrift. Schmuckschriften dienen häufig bereits als Logo, sofern kein eigenständiges Bildzeichen vorliegt oder sie ergänzen dieses schlüssig. Fließtext und dessen Verwendung im Satz - also die Art wie Layouts oder Textinhalte aufbereitet sind - sind weitere Identität stiftende Merkmale. Wer individuelle, ästhetisch feine Fonts sucht, wird im Internet kostenpflichtig bei linotype.com fündig.

Resumee

In Zeiten hoher Reizdichte und ständig wachsender Informationsflut wird es immer wichtiger, die eigene Leistung deutlich und „erinnerbar“ zu machen. Der Gestaltung kommt hier eine entscheidende Bedeutung zu. Die Entwicklung einer zeitlosen und visuell eindeutigen Marke sollte daher nicht der begabten Tochter im Kunst-Leistungskurs überlassen werden. Logo, Visitenkarte oder gar Werbeunterlagen sind Ergebnisse professioneller Kreativarbeit. Es sind entscheidende Bausteine, die Ihre Leistung und Ihr Unternehmen nach außen repräsentieren. Bedenken Sie: mögliche Neukunden sehen oft zunächst nur Webseite und Drucksachen.

Autorin: Karina Schneider

Die Verfasserin ist Mediengestalterin und gestalterischer Kopf der Werbedesign Agentur medioton in Giebelstadt.

