

# Handwerk trifft Marketing

Von Peter Pawlowski

## Das Logo: vom Wortzeichen zum Goldesel?



Ein Firmenlogo ist das Gesicht des Unternehmens in der Öffentlichkeit: Es signalisiert dem Kunden, was der Betrieb macht, schafft Vertrauen und steht für Unverwechselbarkeit. Nicht zuletzt sorgt es wie ein Fußballtrikot auch für den Teamgeist unter den Mitarbeitern. Wie aber das richtige Logo finden? Aussagekräftige Logokreationen in Wort und Bild sind eine höchst komplexe Aufgabenstellung.

## Hier ein paar Grundregeln für die erfolgreiche Logogestaltung:

Der Name, versehen mit dem Zusatz „Tischlerei“ beispielsweise, ist vielleicht kein Ausbund an Kreativität, aber schnell zu erfassen. Jeder weiß sofort, was der Betrieb tut und das ist auf jeden Fall positiv. Auch wer mit seinem Logo Bilder im Kopf erzeugt, kann gegenüber Mitbewerbern punkten, zum Beispiel: „Blitzblank-Raumpflege“. Von Abkürzungen ist hingegen in vielen Fällen abzuraten. Sie sind zu beliebig und schwer zu merken. Wer weiß schon wirklich, was sich hinter VGH, HDI, P.O.S. oder MPI verbirgt.

Auch die passende Farbwahl ist wichtig für den Erfolg eines Logos: So sollte der Ökobauer besser nicht in Knallrot für seine Produkte werben – auch wenn es sich dabei um seine Lieblingsfarbe handelt. Ganz wichtig außerdem: Klare

Gestaltungslinien und eine deutliche Typographie (Schrift). Denn das Logo muss auch in Schwarz-Weiß, wie etwa auf einem Fax, noch gut zu erkennen sein.

Wenn das Unternehmen bereits seit vielen Jahren ein Logo hat, dann sollte gerade nach einem Generationenwechsel oder der Erweiterung des Geschäftsfeldes über das Redesign nachgedacht werden. Mit solch einer Erneuerung kann man sich womöglich noch klarer von seinen Mitbewerbern abheben, modern und zukunftsgerichtet erscheinen und signalisieren, dass sich im Betrieb etwas verändert hat.

Schönes Logo, chic und zeitgemäß! Aber was nun? Das Logo öffentlich machen ist der nächste Schritt, es auf Visitenkarten, Briefpapier, Imagebroschüren, auf Produkt- und Aktionsflyer und Anzeigen bringen. Auch auf der Arbeitskleidung, der Website, als Fahrzeugbeschriftung am Firmenwagen und auf dem Firmenschild darf es nicht fehlen. Ein Logo muss einfach unter die Menschen - es will gesehen werden und in die Welt hinaus!

*Kommunikationswirt Peter Pawlowski ist gemeinsam mit Ralf Kresin Inhaber der mehrfach ausgezeichneten Kreativagentur [P.O.S. Kresin Design GmbH](#). Sein Beitrag ist fester Bestandteil der Reihe „Handwerk trifft Marketing“ der [Wirtschaftsförderung Region Göttingen GmbH \(WRG\)](#), die kleinen und mittelständischen Handwerksunternehmen die Grundlagen des Marketings eröffnen möchte. .*