

David Airey



LOGO DESIGN LOVE

Von Marken-Identität,
Design-Prozessen und Kunden

Inhaltsverzeichnis

	Einführung	x
Teil I	Marken und ihre Bedeutung	
Kapitel 1	Weglaufen sinnlos! (33 Logos in 33 Minuten)	2
Kapitel 2	Die Geschichten, die wir erzählen	8
	Nur echt mit diesem Schriftzug	9
	Ein Unternehmen ohne Logo ist wie ein Mann ohne Gesicht	10
	Millionenfach gesehen	11
	Nur mit Zustimmung der Queen	12
	Grenzüberschreitende Symbole	13
	Identitätsdesign als Teil unserer Sprache	18
	Die Bedeutung einer Marke überdenken	21
Kapitel 3	Elemente des Logodesigns	22
	Halten Sie es einfach	22
	Bleiben Sie beim Thema	25
	Binden Sie Traditionen ein	28
	Heben Sie sich ab	30
	Prägen Sie sich ein	33
	Denken Sie in kleinen Dimensionen	34
	Konzentrieren Sie sich auf die Sache	36
	Die sieben Zutaten in Ihrem ganz eigenen Gericht	38
	Regeln sind da, um gebrochen zu werden	39
Teil II	Der Designprozess	
Kapitel 4	Die Grundlage schaffen	42
	Die Unsicherheit abschütteln	42
	Es steht alles im Designauftrag	43
	Vorbereitende Informationen sammeln	44

	Die schwierigeren Fragen stellen	45
	Geben Sie Ihrem Kunden Zeit und Raum	48
	Wahren Sie allerdings den Fokus	48
	Zeit für Hausaufgaben	48
	Den Designauftrag zusammenstellen	49
	Eine Mission und einige Grundsätze sind der Schlüssel	50
	Feldforschung als Ausweg	53
	Einzelheiten der Diskussion mit dem Kunden zum Leben erwecken	56
	Adjektive aufgreifen, die vom Kunden geliefert werden	59
Kapitel 5	Die Risiken eines Redesigns minimieren	62
	Welche Gründe gibt es für die Neugestaltung einer Marke?	63
	Nicht ausquetschen	63
	Große Emotionen	67
	Die Antworten liegen oft in den Zielgruppen	68
	Von »teilnahmslos« bis »fürsorglich«	69
	Vielleicht nur eine kleine Optimierung?	72
	Denken Sie an Ihre Manieren	75
Kapitel 6	Preisgestaltung	76
	Die Berechnungsformel für das Design	76
	Stundensätze oder Festpreise?	81
	Der Umgang mit den Druckkosten	82
	Empfang einer Vorauszahlung	84
	Wechselkurse	85
	Freie Arbeiten	87
	Jeder macht Fehler	89
Kapitel 7	Vom Stift zum PDF	90
	Mindmapping	90
	Die grundlegende Notwendigkeit des Skizzenblocks	96
	Das Zehnte Gebot	98

	Die Karte feststecken	102
	International anerkannt	104
	Keine Zeitvorgabe	107
	Bereiten Sie Ihren Erfolg vor	109
	Schwarz und Weiß vor Farbe	111
	Wo Photoshop ins Spiel kommt	114
	Die Feder ist mächtiger als die Maus	116
Kapitel 8	Die Kunst der Konversation	118
	Mit dem Entscheidungsträger verhandeln	119
	Regel #1: Konspirieren Sie, um zu helfen	124
	Regel #2: Vermeiden Sie Vermittler	126
	Regel #3: Übernehmen Sie die Kontrolle	128
	Regel #4: Beteiligen Sie die Kommission	132
	Vergessen Sie nicht, weniger zu versprechen und mehr zu liefern	134
	Schlucken Sie Ihren Stolz herunter	136
Teil III	Halten Sie das Feuer am Brennen	
Kapitel 9	Motiviert bleiben	144
	Hören Sie niemals auf zu lernen	145
	Seien Sie vier Jahre voraus	147
	Schaffen Sie etwas für sich	148
	Stehen Sie vom Computer auf	149
	Bringen Sie Ihr Leben ins Gleichgewicht	150
	Reisen Sie in der Zeit zurück	150
	Zeigen Sie unbändiges Verlangen	151
	Überarbeiten Sie sich aber nicht	151
	Jeder hat mal einen Durchhänger	152
	Beginnen Sie auf dem richtigen Fuß und bleiben Sie dabei	153
	Suchen Sie eine Gemeinsamkeit	153

	Der Termin droht	154
	Denken Sie in alle Richtungen	155
	Verbessern Sie Ihre Kommunikation	156
	Steuern Sie Ihre Erwartungen	156
	Entwerfen Sie immer etwas	157
	Folgen Sie Ihrem Glück	157
	Nicht jeder hat so viel Glück	159
Kapitel 10	Antworten auf Ihre Fragen	160
	Ähnlich aussehende Logos	160
	Benutzungsrechte	161
	Herstellung eines Online-Portfolios	162
	Das Geschäft abschließen	167
	Ausländische Kunden	168
	Wie viele Konzepte?	169
	Freunde und Familie	170
	Designüberarbeitungen	171
	Der Zeitrahmen des Projekts	172
	Die Konkurrenz erforschen	173
	Praktika	173
	Das schlimmste Kundenprojekt	174
	Das Handwerkszeug	175
	Der Umgang mit der Arbeitsmenge	176
	Wem gehört was?	177
Kapitel 11	25 praktische Tipps für das Logodesign	178
	1. Fragen, Fragen, Fragen	178
	2. Die Druckkosten verstehen	179
	3. Erwarten Sie das Unerwartete	179
	4. Ein Logo muss nicht sagen, was ein Unternehmen tut	180
	5. Nicht jedes Logo braucht ein Symbol	180
	6. Eine Sache, an die man sich erinnert	181
	7. Vernachlässigen Sie den Skizzenblock nicht	182

	8. Überlassen Sie Trends der Modeindustrie	183
	9. Finger weg von Photoshop	183
	10. Arbeiten Sie in Schwarzweiß	184
	11. Bleiben Sie relevant	184
	12. Denken Sie an die Leserlichkeit	185
	13. Seien Sie konsistent	185
	14. Passen Sie die Schrift an die Marke an	186
	15. Bieten Sie eine einfarbige Version an	186
	16. Achten Sie auf den Kontrast	187
	17. Unterstützen Sie die Wiedererkennbarkeit	187
	18. Testen Sie eine Vielzahl von Größen	187
	19. Kehren Sie es um	188
	20. Stellen Sie es auf den Kopf	188
	21. Versehen Sie Ihren Entwurf mit Ihrem Markenzeichen	189
	22. Vernachlässigen Sie nicht das Trägermaterial	190
	23. Fürchten Sie sich nicht vor Fehlern	190
	24. Ein Logo ist keine Marke	190
	25. Denken Sie daran, es ist ein wechselseitiger Prozess	191
Designressourcen	Hilfe von anderswo	192
	Grafikdesign-Blogs	192
	Designer mit Kultstatus	193
	Empfohlene Bücher	194
Index	Sie suchen etwas?	198