



Marken

Werbewoche-Video

Die Lieblingslogos der Branding-Experten

Fabian Bertschinger von Process, René Allemann von Branders und Katrin Hasler von Ruby beantworten vor der Kamera, welche Schweizer Logos sie klasse und welche sie missglückt finden. Ausserdem verraten die Experten, was sie selbst beim Designen eines neuen Logos beachten.



2 / 3 «Sogar Google musste das Logo anpassen, selbst ein Treiber der Digitalisierung», sagt René Allemann, Gründer und CEO der Agentur Branders, «weil man gemerkt hat, dass es auf den mobilen Geräten nicht mehr funktioniert.»

«Ein gutes Logo kann man nach fünf Kriterien beurteilen», sagt Katrin Hasler, die vor ein paar Monaten die Zürcher Agentur Ruby gegründet hat. «Es muss möglichst einfach sein, möglichst einprägsam, flexibel einsetzbar, damit es in grossen und kleinen Anwendungen funktioniert - on- und offline und in verschiedenen Medien. Es muss zeitlos sein, damit man nicht immer wieder ein Redesign machen muss. Und, was auch sehr wichtig ist: Es muss zum Markencharakter, zur Brand-Positionierung gut passen.»

Katrin Hasler und auch die Branchenkollegen Fabian Bertschinger, Creative Director und Geschäftsleitungsmitglied bei der Agentur Process, und René Allemann, Gründer und CEO der Markenschmiede Branders, stellten sich für die Werbewoche sechs Fragen rund ums Thema Logos: Was ist Ihr Lieblingslogo? Welches finden Sie komplett missglückt? Was macht ein gutes Logo aus? Worauf muss man achten, wen man ein neues Logo entwirft? Wer braucht überhaupt ein Logo? Welchen Stellenwert hat ein Logo im Gesamtmarkenauftritt?



Zahlreiche Schweizer Logos haben es zu weltweiter Bekanntheit geschafft und erzählen mitunter versteckte Botschaften. Die Geschichten von 13 der bekanntesten Schweizer Logos lesen Sie in der aktuellen Ausgabe der Werbewoche 13/2017.



Wer genau hinschaut, erkennt im Matterhorn den Berner Bären.



Das SBB-Logo symbolisiert ein Schweizerkreuz und den Transport von A nach B.



Das erste Rivella-Logo designte Firmengründer Robert Barth zusammen mit einem Reklameberater und einem Grafiker im Jahr 1952.

(aks)



Mi 09.08.2017 - 11:49

Tags

Logo

Wirtschaftsgebiet & Region

Zürich

Ostmittelland