



8 Logo ▪ Briefpapier

1. Darum geht es	Seite	1
2. Bestehende Angebote	Seite	2
3. So gehen wir vor	Seite	3
4. Ideen, Tipps und Tricks	Seite	4

1. Darum geht es

Idee	Wir schaffen mit einem Logo, Briefpapier und Visitenkarten ein einheitliches Erscheinungsbild (Corporate Design) für unseren Betrieb.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dem Betrieb ein Erkennungszeichen geben als Garantie- und Vertrauenszeichen für seine Produkte und Dienstleistungen. ▶ Als Betrieb gegenüber Kunden und der Öffentlichkeit besser sichtbar und identifizierbar sein, einen in der Kundenbeziehung professionelleren Eindruck machen. ▶ Das eigene Selbstbewusstsein stärken und bewusster auftreten.
Zielgruppen	Direktvermarktungskunden, andere Abnehmer und andere Korrespondenz-Partner
Aufwand	Logo, Briefpapier und Visitenkarten selber entwickeln und reinzeichnen 1 - 2 Tage, keine Kosten Logo, Briefpapier und Visitenkarten entwickeln lassen 600 – 1000 CHF

2. Bestehende Angebote

Gestaltungshilfen und Druckangebote

- Auf dem Internet findet man heute viele Anbieter für die Gestaltung und den Druck von Visitenkarten, Briefpapier und Couverts. Diese bieten oft fertige Vorlagen oder Gestaltungshilfen oder die Anleitung zum Fertigstellen selbst gestalteter Produkte an. Ein Beispiel unter vielen dafür ist www.vistaprint.ch. Am besten auf Google das Suchwort „Visitenkarte“ oder „Briefpapier“ eingeben und die Option „Seiten aus der Schweiz“ anklicken und die verschiedenen Angebote prüfen.

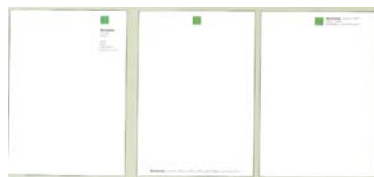
4. Ideen, Tipps und Tricks

Logo

- Das Logo ist ein Erkennungszeichen, das rasch erfasst und im Gedächtnis gespeichert werden soll. **Je einfacher ein Logo, desto kräftiger die Wirkung.** Eigentlich sollte man ein Logo jederzeit sofort mit einigen Strichen erkennbar aus dem Gedächtnis nachzeichnen können.
- Ein Logo kann einen **Inhalt stilisiert darstellen** (den Hof, ein Produkt, das Mühlenrad des Mühlehofs, ...); hier besteht oft die Gefahr, zu viel ins Logo zu drücken und es weniger verständlich und einprägsam zu machen.
- Ein Logo kann auch ein **abstraktes Zeichen** sein, das mit der Zeit mit dem Absender (Betrieb) in Verbindung gebracht wird (Beispiele aus dem Alltag: drei schräge Striche = Addidas, langgezogenes Gutzeichen = Nike usw.)
- Es gibt **Bild-Logos** (...) und **Wort-Logos** (z.B. MIGROS) und **Kombinationen** (...). Bei den Wort-Logos steht das Wort in einer bestimmten Schrift und Farbe und ist immer gleich. Kombinationen können graphisch verfremdete Schrift sein (z.B. coop) oder ein Bild und ein Text, die untrennbar zusammen gehören.
- Ein Logo muss **verschieden anwendbar** sein: farbig und schwarzweiss, gross und klein, kopiert (Grautöne fallen vielleicht weg) ...

Briefpapier

- Bei der Gestaltung des Briefpapiers** darauf achten, dass genügend Freiraum für verschiedene Verwendungsmöglichkeiten bleibt: Adresse auf Briefumschlag-Fensterhöhe links oder rechts einsetzen können, eventuell das Briefblatt auch als Werbeträger (Info-Blatt) verwenden können.
- Es gibt viele Gestaltungsmöglichkeiten:** Logo oben rechts – Mitte – links; Absender neben oder unter das Logo oder an den unteren Blattrand usw.

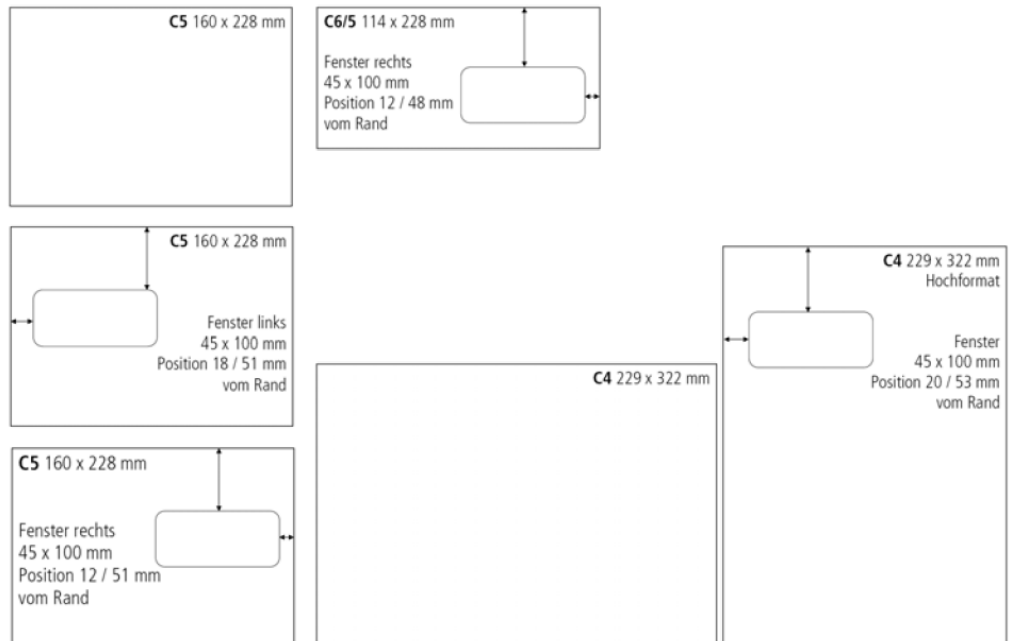


- Zur Inspiration Beispiele anschauen auf nachstehender Internetsite. Aber Achtung: Briefbogen nicht überladen, klar und schlicht bleiben!
http://www.vistaprint.ch/vp/ns/gallery.aspx?q=29&xnav=HowToDesign&sbc=217&category_id=1863
- Wer nicht Briefpapier in grösserer Auflage drucken lassen will, kann auch eine **Vorlage am PC** einrichten und Logo und Absender gleich mit jedem Brief mitdrucken.
 - **Musterdokument gestalten** mit Schlüsselwörtern („Adresse“, „Anrede“, „Text“) in der gewünschten Schrift und Schriftgrösse, die dann jeweils durch den gewünschten Text ersetzt werden.
 - **Speichern** mit „Speichern unter“, Speichern in ... (gewünschter Ordner, sonst wird das Dokument automatisch unter Dokumentvorlagen abgespei-

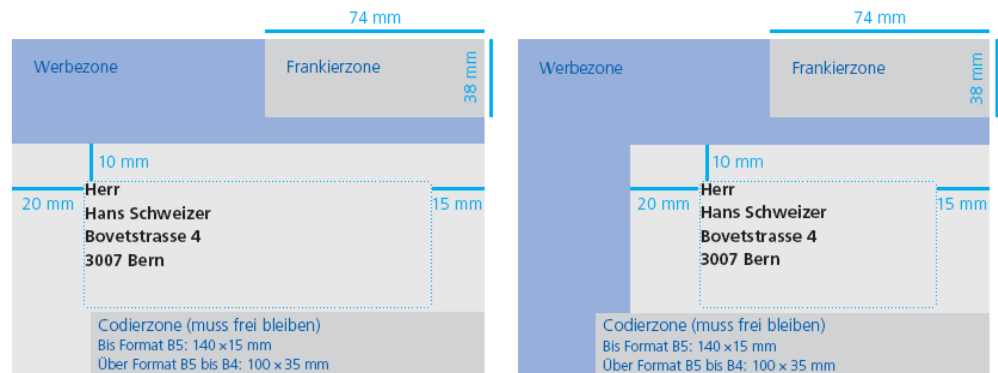
chert), Dateiname (z.B. „Briefvorlage“), Dateityp „Dokumentenvorlage“

Briefumschlag

Übersicht über die gängigen Briefumschlag-Formate und -typen:



Hinweise zur normgerechten Gestaltung von Briefumschlägen mit Werbezone, Absenderzone, Adresszone, Codierzone): <http://www.post.ch/de/pm-gestaltung-von-briefen-und-adressen.pdf> :



Briefing

Ein **klarer Aufgabenbeschrieb** ist bei der Auftragserteilung an Fachleute, aber auch bei Eigenkreationen sinnvoll und wichtig:

Motive: Dies sind die Besonderheiten, das Typische unseres Betriebes oder unseres Angebotes (Stichworte notieren zu Produktion, Gebäuden, Organisation, Lage, Name ... aufschreiben zur Inspiration für den Logo-Entwurf, dann die drei wichtigsten auswählen.

- Bild- oder Textlogo?**
 - Das Logo soll etwas vom Betrieb gegenständlich / abstrahiert zeigen
 - Für das Logo kann auch ein beliebiges Symbol verwendet werden, der dann „geladen“ wird
 - Das Symbol / Bildlogo soll allein stehen und verwendet werden können
 - Das Symbol soll immer mit einem Text zusammen dargestellt werden
 - Der Text ist:
 - Es soll ein reines Textlogo entstehen (z.B. Hofname in besonderer Schrift / Farbe) Der Text ist:
 - Anmutung und Tonalität:** Das soll das Logo / das Briefpapier den Adressaten sagen und zum Ausdruck bringen, auch wenn sie keinen Text lesen (die drei Zutreffendsten ankreuzen)
 - Tradition Innovation Wärme Frische Leichtigkeit Dynamik Behäbigkeit Natürlichkeit Gediegenheit Qualität Schlichtheit Exklusivität Unternehmertum Grösse BescheidenheitBevorzugte Farbe(n): _____
 - Anforderungen ans Format,** auch entsprechend der Verwendungszwecke von Werbekleber über Briefpapier bis Ladenschild / Werbefahne):

 - Kostenrahmen** CHF _____ bis _____
 - Zeitraumen:** Entwurf bis _____ Erstverwendung am _____
- Druck**
- Vorlagen in Word erstellen und PDF- (Originalgetreu) und Word-Dokument (Bearbeitbar) abliefern
 - Unbedingt Gut zum Druck verlangen und kontrollieren, ob alle Schriften und Formate stimmen und die Bild- und Farbqualität okay sind.
 - Offerten für Mindestmenge und zusätzliche 100 verlangen und den Druck und allfällige Zusatzleistungen offerieren lassen.

Anregungen zur Ergänzung und Verbesserung dieses Tools nehmen wir gerne entgegen (Adresse siehe unten)!