



KOMMA

WERBUNG: PRAXISERPROBT

Tipps zur Vorbereitung eines Briefings zum Thema Textil-Gestaltung

- Welcher Name soll im Logo kommuniziert werden? Steht der Name bereits fest? Oder steht nur der Begriff fest, ein griffiger Name soll noch entwickelt werden?
- Machen Sie sich klar, was die wesentlichen Aussagen zu Ihrem Unternehmen sind: Produkte, Angebote, Branche, Zielgruppen, Wettbewerber, weitere Marktteilnehmer wie Fachpublikum, Fachpresse, Finanzierer
- Was sind die kommunikativen Überzeugungsargumente: Reason Why-Aussagen, Unique Selling Proposition (USP), weitere Alleinstellungsmerkmale, Geschichte, Unternehmens- oder ProduktStory?
- Recherchieren Sie in Ihrem Umfeld. Wie treten Ihre Wettbewerber auf? Gibt es typische Farben und Formen?

Für eine fundierte Logoentwicklung ist eine Checkliste/Briefing absolut wichtig. Sie hilft nicht nur, Ihr Logo/Signet authentisch, langfristig verwendbar und vor allem an Identität und Geschichte Ihres Unternehmens ausgerichtet zu entwickeln. Eine saubere Abklärung anhand von Marktumfeld und Wettbewerb ermöglicht Ihnen in einem späteren Schritt erst die Inanspruchnahme aller Markenschutzrechte für Ihre Wort- oder Bildmarke oder einer Kombination aus beiden. Damit sichern Sie sich Ihre Stellung am Markt und Ihren Anspruch.

Logos werden immer wichtiger. Das Logo bildet die Visualisierung Ihrer Markenwelt und macht Ihr Image auf einen Blick sichtbar und sofort wieder erkennbar. Ein gutes Logo ist prägnant, einzigartig und klar von den anderen Mitbewerbern zu unterscheiden.

Bei den bekannten Markenartikeln sind sie nicht mehr wegzudenken. Ein Auto mit dem Stern oder mit vier Ringen, da weiß jeder, was gemeint ist. Die Bank mit dem grünen Logo assoziiert Sympathie und bei Hausgeräten mit dem "Kürzel" AEG weiß jeder, dass sie "Aus Erfahrung Gut" sind. Die Liste lässt sich beliebig fortsetzen.

Eigenständig und einprägsam

Aber auch die kleinen und mittelständischen Unternehmen in unserer Nähe setzen auf Logos. Ein gut entwickeltes Logo sagt alles über das Unternehmen aus. Es muss auffallen und einzigartig sein!

Wir bieten unseren Kunden neben der Logoentwicklung auch die Gestaltung von Internetseiten an und verstehen uns als Fullservice-Agentur.

Vor dem Beginn der Entwicklungsarbeit müssen die Merkmale und Eigenschaften der Firma genau, möglichst kurz und prägnant definiert werden: wofür steht das Unternehmen, was können die Kunden erwarten und was bietet das Unternehmen für Vorteile, die andere Firmen nicht haben. Danach werden an Hand dieser Ergebnisse die graphischen Elemente und die Farben ausgewählt. Soll es eher konservativ, seriös und Vertrauen schaffen oder soll es modern/auffallend sein und somit Dynamik versprühen. Oder vertrauensvoll und dynamisch? Hier erkennt man die Schwierigkeit, mit der die Kreativen jeden Tag konfrontiert sind, denn das erarbeitete CorporateDesign sollte bei Ihnen auch sofort ins Schwarze treffen.

Im Rahmen des CorporateDesign steht das Logo auf der Visitenkarte, auf dem Geschäftspapier und im Internet. Es muss aber auch als Fax oder Fotokopie gut lesbar und wieder erkennbar sein. Das Logo muss also sowohl farbig als auch schwarz-weiß umsetzbar sein. Und auf dem LKW steht es in größeren Lettern als auf der Visitenkarte, was eine unbegrenzte Skalierbarkeit bei gleich bleibender Qualität voraussetzt. Auf alle diese Dinge muss bei der Logoentwicklung geachtet werden. Wer sich nicht intensiv mit dem Thema beschäftigt, ahnt meistens nicht, wie viel Aufwand im LogoDesign steckt. Die Kosten für eine Logoentwicklung sind abhängig von der Farbigkeit, dem zeitlichen Aufwand, der Größe des Unternehmens. Existenzgründer können eine Logoentwicklung bereits ab 250 Euro bekommen. Für den Preis von 850 Euro erhalten Sie neben der Logoentwicklung etliche Entwürfe sowie alle Nutzungsrechte und die Gestaltung eines Briefbogens bzw. Visitenkartendesigns.

Checkliste zur Entwicklung von Textilien

Kunde:

Adresse:

Telefon: **Fax:**

Internet: **E-mail:**

Bitte füllen Sie die Checkliste so genau und vollständig wie möglich aus.

Die Eigenschaften eines guten Logos:

- Es zieht Aufmerksamkeit auf sich.
- Es ist klar und verständlich.
- Es ist einprägsam und bleibt in Erinnerung.
- Es ist einzigartig.
- Es hat eine klare, prägnante Form.
- Es ist für alle Medien geeignet.
- Es vermittelt Werte.

1. DAS PRODUKT

a) geplante Produkte

	Damen	Herren	Kinder
<input type="checkbox"/> T-Shirts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Polo-Shirts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Sweatshirt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Kapuzenshirt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Jacken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Westen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Hosen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Base-Caps	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Mützen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Krawatten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Handschuhe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Schal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> andere Textilien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

b) Stückmenge:

50
 300*
 1.000
 5.000
 100
 500
 2.500
 10.000

Mindestmenge 50 Stück. | *Ansprechender Preis erst ab 300 Stück.

Checkliste zur Entwicklung von Textilien

2. EINSATZGEBIET

a) Wie sollen die Textilien eingesetzt werden?

- | | | |
|---|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Firmenbekleidung | <input type="checkbox"/> wird verkauft | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Präsent | <input type="checkbox"/> Tourismus | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Shop | <input type="checkbox"/> sonstiges | <input type="checkbox"/> |

sonstiges:

3. DAS UNTERNEHMEN

a) Beschreibung des Unternehmens oder Unternehmensbereichs (Schwerpunkt):

b) Der Firmenname, der in der Textil-Gestaltung Verwendung finden soll (ggf. auch Alternativen, wie Abkürzungen):

c) Tragen Sie ggf. Ihren Slogan ein, falls dieser im Textil Verwendung finden soll:

d) Soll ein Slogan durch uns kreiert werden? Bestehen hierzu schon Vorstellungen in welche Richtung es gehen soll?

4. ZIELGRUPPE

a) Welche Gruppe von Menschen sollen wir erreichen (in Bezug auf: Geschlecht, Bildung, Einkommen, Interessen, soziales Umfeld, Familienstand, Beruf, etc.)?

- | | | |
|---------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> privat | <input type="checkbox"/> 21 - 40 Jahre | <input type="checkbox"/> Gewerbe Firmenbekleidung |
| <input type="checkbox"/> bis 20 Jahre | <input type="checkbox"/> ab 40 aufwärts | |

Checkliste zur Entwicklung von Textilien

5. DAS LOGO

a) Wie sollen die Textilien wirken? Wie würden Sie gern nach aussen wirken?

- | | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> klassisch | <input type="checkbox"/> retro | <input type="checkbox"/> edel | <input type="checkbox"/> sportlich |
| <input type="checkbox"/> modern | <input type="checkbox"/> jung | <input type="checkbox"/> aggressiv | <input type="checkbox"/> seriös/sachlich |
| <input type="checkbox"/> günstig | <input type="checkbox"/> innovativ | <input type="checkbox"/> poppig | <input type="checkbox"/> dynamisch |

sonstiges:

b) Welche Farben spiegeln Ihrer Meinung nach am meisten die Eigenschaften Ihres Unternehmens wieder? Gibt es schon Firmenfarben?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Grundfarben | Firmenfarben: |
| <input type="checkbox"/> helle Farben | <input type="checkbox"/> Pantone, HKS Farben: |
| <input type="checkbox"/> dunkle Farben | |

c) Gibt es andere Elemente, die in den Entwurf Ihrer neuen Textilien mit einfließen sollten? (bestimmte Formen, Schriften, wappenartig, etc.)

6. SONSTIGE ANGABEN

Vielen Dank für Ihre Mühe!

Senden Sie bitte die ausgefüllte Checkliste

per Fax an: 039204 / 927 99-77

oder

per Mail an: Info@Komma-Agentur.com

per Post an:

KOMMA,
Agentur f. Kommunikation & Marketing GmbH
Bördestraße 1
D-39167 Irxleben