

Ausgabe 3 / 2013

Perspektiven



Durchblick für Fensterbauer

Von Planungstool bis
Produktionsoptimierung
Mehr auf Seite 20



Eine rote Ampel sorgt für Kunden

Serie Ausstellung:
Wohnstudio Pütz in Bestwig
Mehr auf Seite 12



Der „Vollkorn Tischler“ aus Löwendorf

Obermeister Josef Fuhrmann
im Interview
Mehr auf Seite 14

Visuelle Identität für Tischlerbetriebe

Der Weg zum richtigen Logo

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – so oft diese Redewendung auch schon bemüht wurde, hat sie doch nichts von ihrer Gültigkeit verloren. Ein Bild übt einen größeren Eindruck auf den Betrachter aus als ein umfangreicher Text. Schon unsere Urahnen kommunizierten durch einfache grafische Symbole – und genauso verhält es sich in unserer Zeit mit Logos. Deshalb ist es auch für Tischlerunternehmen längst notwendig, sich mit der passenden visuellen Identität, dem Selbstbildnis, auseinander zu setzen.

Welchen Zweck muss ein Logo erfüllen? Logos dienen als erstes als Kenn- und Merkzeichen eines Unternehmens. Die bei der Gestaltung des Logos verwendeten Farben und/oder Schriften, Zeichen und Symbole, können und sollen vom Betrachter mit bestimmten Erinnerungen, Erfahrungen, Eigenschaften und sogar Emotionen in Verbindung gebracht werden. Auf diese Art kann man Zielgruppen definieren und ansprechen. Somit bieten Logos aus Sicht der Konsumenten eine Orientierungs- und Entscheidungshilfe. Der Konsument ist dadurch in der Lage, die unterschiedlichen Angebote besser zu unterscheiden und Vertrauen aufzubauen. Logos zielen darauf ab, eine Botschaft mit einem Blick auf den Punkt zu bringen.

Wie entsteht das perfekte Tischlerei-Logo?

Das perfekte Tischler-Logo entsteht mit der tiefgründigen Analyse des Tischlerunternehmens. Im Fokus der Arbeit steht die Marketingstrategie Pate für das weitere Vorgehen. Dabei führen unter anderem folgende Fragen zum Designergebnis:

- Welchen Schwerpunkt vertritt die Tischlerei?
- Sollen individuelle Möbel für Privatkunden gebaut werden?
- Wird eine besondere Branche, wie z.B. Einzelhandel, Gastronomie oder medizinische Einrichtung am meisten bzw. am liebsten bedient und warum?



Logo-Beispiel 1: Die Bildmarke der Tischlerei Formsache zeigt ein t und ein f, die sich wie eine Passung zusammenfügen und so einen Brückenschlag zum Gewerk darstellen. Ein weiteres Ziel war es, das Firmengebäude zu repräsentieren.

- Wer kommt außerdem als Zielgruppe in Frage?
- Kommen bestimmte Materialien, wie z.B. Massivholz oder Mineralwerkstoffe zum Einsatz?
- Vertritt man einen besonderen Einrichtungsstil?
- Wie schaut der Maschinenpark im Unternehmen aus?
- Welche Werte vertritt das Unternehmen? Tradition, Innovation, Nachhaltigkeit oder Luxus?
- Wie lange existiert das Unternehmen?
- Welche zukünftigen Ziele hat das Tischlerunternehmen?

Auffallen und sich differenzieren

Sich diese und weitere Fragen zu stellen, ist im Entwicklungsprozess von entscheidender Bedeutung und sollte nie übersprungen werden. Ein gutes Logo-Design ist nicht einfach aufgesetzt, sondern entwickelt sich aus dem Ganzen. Daher ist es für den Gestalter wichtig, das Unternehmen und die Branche zu kennen, bevor er das Logo entwirft. In Zeiten übersättigter Märkte muss ein Logo zudem auffallen und sich von den Mitbewerbern differenzieren. Geometrische Motive, gepaart mit einer besonderen Farbe, können hier eine gute Strategie sein. Es sollte leicht und klar verständlich sowie leicht erlernbar und rememberbar sein. Verwechslungen und negative Assoziationen, wie z.B. ein Sägeblatt, sollte man vermeiden. Betriebe sollten immer bedenken: Mit ihrem Auftritt schaffen sie eine Unternehmensidentität. Möglicherweise ist diese falsch, inkonsequent oder sogar schlecht, aber niemals nicht existent – dies gilt es zu prüfen.

Das Corporate Design

Corporate Design findet Anwendung bei der Gestaltung von Visitenkarten, Schildern, Arbeitskleidung, Geschäftspapieren, Internetpräsenz, Fuhrpark und Innenarchitektur. Ist das Logo ausgearbeitet, kann der Übergang zum Corporate Design stattfinden. Corporate Design ist die Bindung an einen einheitlich



Umsetzung im Internet: Die Wortmarke „tischlerei formsache“ wurde bewusst klein geschrieben. Weichere Kleinbuchstaben wirken freundlicher, dynamischer und zum Namen „formsache“ passender als Großbuchstaben.



Logo-Beispiel 2: Die Tischlerei Lamm steht für Tradition, Erfahrung und eine hohe Verbundenheit zum Werkstoff Holz. Die Bildmarke mit dem Wappen und dem Hobel soll die Tradition des Gewerks hervorheben. Nicht zuletzt in Verbindung mit der Farbgestaltung.

sichtbaren Außenauftritt. Das fängt beim richtigen Einsatz des Unternehmenslogos an. Die Erfahrung zeigt, dass oftmals der Umgang mit der Farb- und Bilderwelt, der Textsprache und somit auch mit der Typografie übertrieben wird. Der Gesamtdruck, die visuelle Ausformung und die Qualität müssen zum Image passen. Auch hier müssen Gestaltungselemente klar und eindeutig definiert und konsequent umgesetzt werden. Kurzweilige modische Wechselspiele muss man vermeiden, da diese zu Verwirrung führen und letztlich Zeit und Geld kosten.

Darstellung nicht dem Zufall überlassen

Ziel des Logodesigns sollte es sein, den Zielgruppen die Branche, die spezifischen Werte und Ziele, also die Identität Ihres Tischlerunternehmens eindeutig, differenziert und dennoch leicht verständlich, näherzubringen. Das Logo und das Corporate Design sollten deshalb so gestaltet sein, dass sie im Erinnerungsbild Ih-

rer Zielgruppen schnell haften bleiben und besagte Werte und Ziele fest verankern werden.

Mit Hilfe der passenden und klaren Selbstdarstellung entsteht ein deutliches und identifizierbares Bild bei Ihren Kunden, Geldgebern, Lieferanten, Mitbewerbern, Mitarbeitern und auch bei Ämtern. Ihr Auftreten erscheint professioneller und Sie werden ernst genommen. Sie gewinnen an Profil. Durch eine konsequente, ganzheitliche und emotionale Kommunikation erscheint Ihr Unternehmen für den Kunden persönlicher und Ihr Bekanntheitsgrad erhöht sich. Durch eine einheitliche Gestaltungsrichtlinie entsteht vor allem bei Banken und Ämtern ein stabiles und strukturiertes Vorstellungsbild über Ihr Unternehmen. Überlassen Sie Ihre Selbstdarstellung nicht dem Zufall. ■

Autor: René Kottmann, www.colourform.de

DAVIDI-WERKZEUGTECHNIK
Ihr zuverlässiger Partner

Maschinenwerkzeuge für die Holz-, Kunststoff- und Alu-Bearbeitung • CNC-Technik • Schärfservice • Akkuregenerierung

Nutzen Sie unseren
Nachschärf-Service

Kostenlose und pünktliche Abholung durch unseren Hol- und Bringdienst per PKW oder per Paketdienst in der praktischen AGEFA-Servicebox.

DAVIDI-WERKZEUGTECHNIK Handels GmbH • Hauptstraße 32 - 34 • 40699 Erkrath-Hochdehl
Telefon +49 (0) 2104 - 3034 - 0 • Telefax +49 (0) 2104 - 3034 - 26 • E-Mail info@davidi-werkzeugtechnik.de • Web www.davidi-werkzeugtechnik.de

AGEFA - Vertriebspartner **FDPW** Mitglied im Fachverband Deutscher Präzisions-Werkzeughersteller e. V. **Tischlerpartner** Mitglied im Förderkreis für das Tischlerhandwerk