

DNIKLDSGN
branding/marketing/webdesign

Logo- Briefing

Arbeitsunterlage für die Entwicklung
eines professionellen Logos



Logo-Briefing

Dieses Briefing schafft eine belastbare Grundlage für die Logoentwicklung. Es hilft dabei, strategische Ziele, Zielgruppen, Anwendungen und gestalterische Rahmenbedingungen früh zu klären.

Warum dieses Briefing wichtig ist

Je klarer die Ausgangslage, desto besser das Ergebnis. Nehmen Sie sich Zeit für konkrete Antworten. Stichpunkte reichen - entscheidend ist, dass Ziele, Zielgruppen und Erwartungen greifbar werden.

01 Unternehmen und Ausgangslage

Unternehmensname und gewünschte Schreibweise

Bitte exakt angeben - inklusive Groß-/Kleinschreibung, Zusätzen und Rechtsform.

Was bietet Ihr Unternehmen an?

Beschreiben Sie Ihr Angebot in wenigen verständlichen Sätzen.

Warum wird ein neues Logo benötigt?

Neugründung, Rebranding, Professionalisierung, veraltetes Logo, neue Zielgruppe oder anderer Anlass.

Was funktioniert am bisherigen Logo - und was nicht?

Nur ausfüllen, wenn bereits ein Logo vorhanden ist.

02 Zielgruppe und Positionierung

Wer sind Ihre wichtigsten Kunden?

Branche, Unternehmensgröße, Rolle, Alter, Region, Bedürfnisse und Entscheidungsverhalten.

Welches Problem lösen Sie für diese Kunden?**Wofür soll Ihr Unternehmen bekannt sein?****Was unterscheidet Sie von Wettbewerbern oder Alternativen?**

03 Markenpersönlichkeit

Wie soll die Marke wirken?

Wählen Sie höchstens fünf Eigenschaften.

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ☐ professionell | ☐ modern |
| ☐ hochwertig | ☐ nahbar |
| ☐ mutig | ☐ ruhig |
| ☐ technisch | ☐ traditionell |
| ☐ innovativ | ☐ exklusiv |

Welche drei Eigenschaften sind am wichtigsten?

Wie soll die Marke ausdrücklich nicht wirken?

Gibt es einen Claim oder eine Unterzeile?

Bitte Wortlaut angeben oder vermerken, dass eine Entwicklung gewünscht ist.

04 Einsatzbereiche

Wo wird das Logo eingesetzt?

Mehrfachauswahl möglich.

- | | |
|---|---|
| ☐ Website | ☐ Social Media |
| ☐ Geschäftspapiere | ☐ Fahrzeuge |
| ☐ Arbeitskleidung | ☐ Beschilderung |
| ☐ Verpackung | ☐ Präsentationen |
| ☐ Werbemittel | ☐ Produkte |

Welcher Einsatz ist besonders kritisch?

Zum Beispiel sehr kleine Darstellung, Stickerei, Folierung, Leuchtreklame oder App-Icon.

Welche Varianten werden benötigt?

Die endgültige Empfehlung ergibt sich aus Strategie und Anwendung.

- | | |
|--|---|
| ☐ Wortmarke | ☐ Bildmarke |
| ☐ Wort-Bild-Marke | ☐ Kurzzeichen / Icon |
| ☐ Schwarz-Weiß | ☐ Negativ-Version |

05 Gestalterische Richtung

Gibt es Farben, die bereits gesetzt sind?

Bitte Farbwerte angeben, sofern vorhanden.

Welche Farben passen zur Marke - und welche sollen vermieden werden?

Gibt es bevorzugte oder ausgeschlossene Symbole und Motive?

Welche Logos oder Marken gefallen Ihnen - und warum?

Es geht um Eigenschaften, nicht um Kopien.

Welche Logos oder Stile gefallen Ihnen ausdrücklich nicht?

06 Wettbewerb und Umfeld

Nennen Sie drei bis fünf relevante Wettbewerber

Bitte nach Möglichkeit mit URL.

Wie soll sich das neue Logo optisch vom Markt abheben?

Gibt es branchenübliche Zeichen, Farben oder Klischees, die vermieden werden sollen?

07 Organisation und Freigabe

Wer entscheidet final über das Logo?

Namen, Rollen und Anzahl der beteiligten Personen.

Wer sammelt und bündelt Feedback?

Gibt es feste Termine oder Anlässe für die Einführung?

Welche Dateien, Vorlagen oder Markenunterlagen sind bereits vorhanden?

Tipp für gutes Feedback

Bewerten Sie Entwürfe nicht nur nach spontanem Geschmack. Entscheidend ist, ob das Logo zur Strategie, Zielgruppe, Positionierung und zu den geplanten Anwendungen passt.

Zusammenfassung für den Projektstart

Das wichtigste Ziel des Projekts

Die drei wichtigsten Botschaften

Was darf auf keinen Fall passieren?

Weitere Hinweise oder Wünsche

Vor dem ersten Entwurf

Bitte sammeln Sie vorhandene Logos, Markenunterlagen, Wettbewerbsbeispiele und relevante Anwendungen. Je konkreter das Material, desto fundierter kann die gestalterische Richtung entwickelt werden.