



informieren
statt
vermuten

Erfolgreich Werbung umsetzen.
Tipps und Tricks von der Idee über Layout, Druckvorstufe, Druck,
Weiterverarbeitung bis zum fertigen Produkt.





Das sind Sie. Dahinter stehen Sie. Das ist es, was Ihre Kunden immer und immer wieder wahrnehmen sollen. Das Aushängeschild Ihres Unternehmens. In der Gestaltung einer der Punkte, die unter Umständen den höchsten Zeitbedarf an Idee und Kreativität erfordern. Schließlich ist es ja kein modisches Kleidungsstück, das man nach einer gewissen Zeit gegen ein anderes eintauscht.

Ihr Unternehmenslogo ist Bestandteil des visuellen Erscheinungsbildes Ihres Unternehmens und kann aus unterschiedlichen Elementen bestehen. Einem Logo, einem Signet oder einer Mischung aus beiden, einer Bildmarke.

Das Logo besteht im klassischen Sinn nur aus Buchstaben bzw. Schriftzeichen (z.B. das Wort IBM). Das Signet wiederum ist eine reine Illustration aus der Tradition der Wappenmalerei (z.B. die AUDI-Ringe). Die Bildmarke vereint beides (z.B. das Wort BOSCH und die Doppelspule).

Welche Art des Unternehmenslogos sich für Sie anbietet, ist Ergebnis einer ausführlichen Beratung von Seiten Ihrer

Werbeagentur. Und bitte, bringen Sie Ideen mit! Je mehr, desto besser. Nichts ist ausgefallen genug, um nicht darüber sprechen zu können. Lässt sich eine Ihrer Ideen spontan umsetzen, sparen Sie eine Menge Geld. Wird eine Idee aus gestalterischen oder technischen Gründen verworfen, seien Sie nicht verärgert.

Der Weg zur passenden und einprägsamen Außendarstellung kann kurz oder lang sein.



Die Auswahl einer für Sie oder Ihr Unternehmen passenden Schriftfamilie/Schriftart ist eindeutig eine Profiaufgabe, oder hätten Sie Muße, aus ca. 10.000 Schriftfamilien selbst eine Auswahl zu treffen?

Hier rede ich wohlgemerkt nur von lizenzierten Schriften, also solchen, die Ihre Agentur entweder schon erworben hat oder für Sie erwerben kann. Natürlich finden sich im Internet noch jede Menge anderer, lizenzfreier Schriften, aber hier ist Vorsicht geboten. Nicht alle dieser Schriften sind für alle Zwecke belichtungsstauglich. Es lohnt sich also, hier auf „offizielle“ Schriften zurückzugreifen. Nicht unattraktiv ist hierbei die Möglichkeit, eine Lizenz auch für Ihr Unternehmen zu erwerben, falls Sie Ihre Geschäftspost in der gleichen Schriftart wie Ihre Drucksachen ausdrucken wollen. Bitte lassen Sie sich dann beraten, es ist meist günstiger als Sie denken!

Eine Schriftfamilie besteht in der Regel aus unterschiedlichen Versionen einer Schriftart (light, condensed, medium, regular, italic, bold, extended...). Manch-

mal werden verschiedene Schnitte benötigt, manchmal nur einer, je nach Situation. Ebenso häufig findet sich eine Mischung unterschiedlicher Schriftarten bzw. -familien in Ihrem Logo und allen anderen gesetzten Texten. Aber auch hier gilt: bitte beraten lassen. Es gibt so einige typografische No-Gos.

Leider existiert heute der Beruf des reinen Schriftsetzers nicht mehr, auch das entsprechende Wissen wird nur noch partiell vermittelt. Wohl dem, der über eine Agentur mit entsprechenden Fachkenntnissen verfügt. Fragen Sie doch mal bei Ihren Kreativen nach Begriffen wie „Schusterjunge“ oder „Hurenkind“, oder was ein „Rheinländer“ mit Schriftsatz zu tun hat...

Klare Gedanken für klare Werbung

Werbestudio Wittig

Andreas Wittig

Brennereistraße 5

71282 Hemmingen

Tel. 07150 - 9197695

Fax. 07150 - 9197699

kontakt@werbestudio-wittig.de

Schutzgebühr 5 €