

Logo-Design mit CorelDRAW

# 10 Schritte zum perfekten Auftritt



Über den Trainer

## Peter Lütke-Wissing

Peter Lütke-Wissing ist als Grafiker und Illustrator für namhafte Kunden unterschiedlichster Branchen tätig. Sein unverkennbarer Illustrationsstil und seine kreativen und zielgerichteten Ideen sind der Garant für erfolgreiche Kampagnen, bei denen er auf CorelDRAW setzt. Seit mehreren Jahren ist er zudem für Corel als Trainer tätig und zeigt in Webtrainings und bei Unternehmen vor Ort, wie User mit CorelDRAW und Painter das Potential der Programme ausreizen und gleichsam kreativ und produktiv arbeiten können.



## Logo-Design mit CorelDRAW: 10 Schritte zum perfekten Auftritt

Videotraining hier direkt laden.



Weitere  
Videotrainings  
und E-Books zum  
Herunterladen  
finden Sie unter

<https://www.coreldraw.com/de/learn/webinars/>

# Inhalt

<b>01</b>	Grundwissen Logos	<b>4</b>
<b>02</b>	Zehn Basis-Tipps für ein gutes Logo	<b>5</b>
	<b>Tipp 1:</b> Bleiben Sie einfach!	<b>5</b>
	<b>Tipp 2:</b> Zuerst die Schwarz-Weiß-Version entwickeln	<b>6</b>
	<b>Tipp 3:</b> Schriften reduzieren	<b>7</b>
	<b>Tipp 4:</b> Mit Vektoren arbeiten!	<b>8</b>
	<b>Tipp 5:</b> Outlines richtig formatieren	<b>10</b>
	<b>Tipp 6:</b> Bedachte Farbwahl	<b>11</b>
	<b>Tipp 7:</b> Skalierbarkeit	<b>12</b>
	<b>Tipp 8:</b> Effekte & Logos	<b>13</b>
	<b>Tipp 9:</b> Überraschen Sie!	<b>15</b>
	<b>Tipp 10:</b> Beobachten Sie Trends	<b>16</b>
<b>03</b>	Logos im Einsatz	<b>18</b>
<b>04</b>	Spezialanwendungen	<b>19</b>
<b>05</b>	Fragen und Antworten	<b>20</b>

## Impressum

V. i. S. d. P.: Jörg Rieger Espíndola, Corel GmbH

Redaktion: Peter Knoll, Katrin Richthofer

Layout und Satz: Michaela Maginot

Bildnachweis/Grafiken: Peter Lütke-Wissing,  
shutterstock

## 01 | Grundwissen Logos

Der erste Eindruck muss sitzen, damit Sie Ihren Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern im Gedächtnis bleiben! Eine entscheidende Rolle spielt dabei Ihr Firmen-Logo. Damit ein einfaches grafisches Zeichen ein Unternehmen, eine Organisation oder ein Produkt perfekt repräsentiert, gilt es einiges zu beachten – neben hohem Wiedererkennungswert und erkennbarem Bezug zur Branche auch die technische Umsetzbarkeit.

Das Wort „Logo“ kommt aus dem Griechischen: λόγος bedeutet im Altgriechischen „Wort“ oder „Schriftsatz“. Ein Logo kann eine Wortmarke, eine reine Bildmarke oder eine Wort-Bild-Marke sein.



*Hat Ihr Unternehmen schon ein gutes Logo? Sonst viel Spaß beim Umsetzen der Tipps!*

Bei Sony ist der Schriftzug Logo, Apple hat es geschafft, dass eine reine Bildmarke auch Nicht-Englischsprachige nicht an das Wort „Apfel“, sondern an „Apple“ denken lässt.

Das Logo ist das „Gesicht“ der Marke und entscheidend für den guten ersten Eindruck. Es sollte daher sorgfältig und ordentlich gestaltet sein. Mit Ihrem Logo sollten Sie die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf sich lenken. Eine wichtige Frage ist daher immer: Wer ist meine Zielgruppe, was ist in diesem Umfeld „gelernt“, was kann ich für meine Marke übernehmen? Mit diesem Wissen ist es einfacher, Ihren Auftritt an den Kontext Ihrer Marke und Dienstleistung anzupassen!

Die Firma Wörle, bei der man selbst Heidelbeeren pflücken kann, gibt sich im Logo naturverbunden, frisch – und ein wenig „old fashioned“, da die potentielle Hauptkundschaft eher nicht unter den Yuppies gefunden werden wird.

Technisch liegen Sie – wie später noch näher erläutert wird – mit einem Vektorbearbeitungsprogramm goldrichtig für die Arbeit an Ihrer Corporate Identity (CI).



*Logoideen auf dem Weg zum „Siegerlogo“: Natürlichkeit und ein wenig Verspieltheit sollte das Logo des Heidelbeerbauernhofes widerspiegeln.*

## 02 | Zehn Basis-Tipps für ein gutes Logo

### Tipp 1: Bleiben Sie einfach!

KISS – keep it simple stupid – ist ein englisches Schlagwort, das auf viele Gestaltungsarbeiten zutrifft. Übersetzt: Bleiben sie einfach! Ein gutes Logo sollte nicht zu kleinteilig oder verspielt sein. Ein kompaktes, konzentriertes Symbol ist schnell und einfach erfassbar, auch, um gut erinnerbar zu sein. Bei der Gestaltung gibt es gute Tests: Zeigen Sie Ihren Entwurf Freunden oder Kollegen und bitten Sie die Person am nächsten Tag, das Logo aufzumalen – wenn diese Zeichnung ähnlich ist, sind Sie auf einem sehr guten Weg.

Nutzen Sie auch den Freiraum um Ihr Logo herum. Bedenken Sie immer: Wie wirkt das Logo in seinem Raum, wieviel Platz um das Logo muss frei sein, damit es sinnvoll wirken kann. Deshalb wird in professionellen CI-Vorgaben auch die Umgebung des Logos beschrieben. Stopfen Sie den verfügbaren Platz nicht zu voll – weder im noch ums Logo. Wenn Sie eine erste Idee haben, machen sie zunächst kleine Skizzen.



*Dies eine erste Version der Logoidee – mit viel Platz ums Logo kann das Institutslogo seine Wirkung entfalten!*

## Tipp 2: Zuerst die Schwarz-Weiß-Version entwickeln

CorelDRAW ist als vektorbasiertes Präzisionswerkzeug ideal zum Entwickeln von Logos, auch das Weiterentwickeln eines schwarz-weißen Logos in eine Farbversion ist im nächsten Schritt ganz einfach. Entwickeln sie aber zunächst ein Schwarz-Weiß-Logo. Damit haben Sie viele weitere Möglichkeiten. Die Werbeanbringung auf vielen Medien ist nur in Schwarz-Weiß möglich – so z. B. beim Folienschnitt. Oft müssen Sie z. B. auch eine Stempelversion umsetzen oder das Logo für den Firmeneingang aus Eisen ausschneiden, es auf Kugelschreiber drucken, lasern oder gravieren.



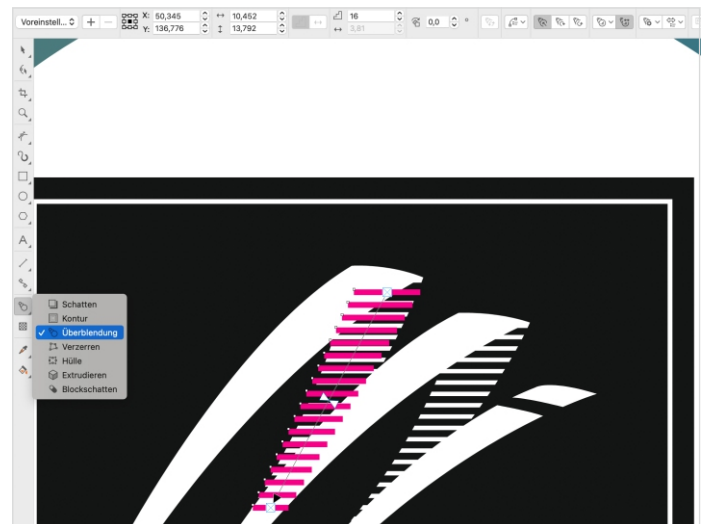
*Eine einfache Schwarz-weiß-Version Ihres Logos ist Grundlage für viele spätere Nutzungen – sei es auf Werbematerialien, Wänden oder Stempeln.*



*Die Schwarz-Weiß-Version Ihres Logos gibt Ihnen auch ein gutes Gefühl dafür, wie das „Gesicht“ Ihres Betriebs auf vielen Ausdrucken dargestellt sein wird – egal wie farbenfroh es gestaltet ist.*

Wie gestalten Sie ihre Schwarz-Weiß-Version also am einfachsten? Ein Logo setzt sich oft aus Einzelteilen zusammen. Das große stilisierte M besteht einerseits aus den großen weißen Flächen – mehr zur Gestaltung über das Hilfsmittel **Bézier** in Kapitel 3 Vektoren. Für die Gestaltung des Hintergrunds wurden die Abstriche des stilisierten M gerastert, um einen

Grauwert zu simulieren. Dafür bietet sich das Hilfsmittel **Überblendung** an. Ziehen Sie über das Hilfsmittel **Rechteck** (in der Hilfsmittel-Palette links) ein Rechteck in der gewünschten Größe als obere Stufe auf. Kopieren Sie dieses über **STRG / Befehl + C** und **STRG / Befehl + V** und ziehen Sie die Kopie an die Stelle der unteren Stufe. Soll diese etwas kürzer sein, passen Sie die Länge einfach über die Eckpunkte an. Wählen Sie nun links das Hilfsmittel **Überblendung** (3 Kreise) an und ziehen Sie das eine Rechteck aufs andere. Die Anzahl der Überblendungsstufen können Sie in der Bedienleiste über dem Arbeitsfenster über die **Stufen** anpassen.



*Für alle gleichmäßigen Abstufungen ist das Hilfsmittel **Überblendung** das Mittel der Wahl: Seien es Abstufungen für einen Grauwert im schwarz-weißen Logo oder Knöpfe auf der Knopfleiste.*

Um die weißen Anteile des Logos aus einer schwarzen Fläche „auszustanzen“, brauchen Sie zunächst lauter einzelne Flächen. Heben Sie also die Gruppe auf über **Objekt > Gruppieren > Gruppierung (aller) aufheben**. Diese Einzelelemente können Sie nun von einem anderen Element abziehen. In diesem Beispiel von einem schwarzen Quadrat. Über das **Rechteck**-Hilfsmittel ziehen Sie mit gedrückter **STRG / Befehl**-Taste perfekte Quadrate auf – das Ellipsen-Tool liefert so perfekte Kreise.

**Tipp:**

Über **Objekt > Eigenschaften / Objekte / Seiten** rufen Sie das Andockfenster / Informationsfenster auf. Ist es einmal geöffnet, können Sie über + unter Windows bzw. ... beim Mac unten rechts im Fenster weitere Werkzeuge aufrufen.

Markieren Sie über **Auswahl** (Pfeil) alle weißen Bildflächen, indem Sie das Auswahlrechteck darüber ziehen – es markiert alles, was komplett umschlossen ist.

Über das Hilfsmittel **Form > Zuschneiden** ziehen Sie nun die weißen Elemente vom schwarzen Quadrat ab und erhalten eine perfekte „Stanzform“ Ihres Logos. Nun ist die Weiterbearbeitung ganz leicht – so können Sie z. B. Ihr Logo über das Anklicken einer Farbe aus der Farbleiste in einen anderen Farbbereich setzen.



Die Booleschen Operationen des Hilfsmittels **Form** – hier **Zuschneiden** – sind eine große Hilfe beim Zusammenführen oder Subtrahieren von Bildelementen.

**Tipp:**

Der **Auswahl**-Pfeil links oben in der Hilfsmittelleiste ist immer einen Klick wert, wenn CorelDRAW einen Befehl nicht wie gewünscht ausführt. Oft befindet man sich z. B. noch im Textmodus – in dem beispielsweise das Einfügen von Bildern nicht möglich ist.

**Tipp 3: Schriften reduzieren**

Schrift ist in vielen Logos wichtig, nicht nur in den reinen Schriftmarken. Der Corel Font Manager als Schriftorganisations-Tool bietet Ihnen eine Vielzahl an Schriften. Zu viele unterschiedliche Schriften auf kleinem Raum konkurrieren miteinander. Eine gute Schriftmischung ist möglich, aber nicht einfach. Wenn Sie Schriften mischen, dann ist es meist sinnvoll, die fetten und/oder kursiven Verwandten aus derselben Familie zu wählen. Oder sie nehmen Schriften, die sich sehr unterscheiden – nicht nur durch ein paar Serifen.



Auch bei der Schrift gilt: Weniger ist mehr! Wenn Sie Schriften mischen, dann sehr unterschiedliche – oder bleiben Sie in einer Schriftenfamilie.

Aber Achtung: Die Lesbarkeit in den verschiedenen Größen ist wichtig – testen Sie diese. Sie sollten die Schriftart Ihres Logos kennen – notieren Sie sich unbedingt, welche Schrift(en) sie für ihr Logo verwendet haben.

Die Abstände der Buchstaben zueinander müssen für Logos optisch fein austariert sein. Stellen Sie sich vor, sie wollen einen Bollen Knetmasse in den Abstand einpassen: Wenn jeweils dieselbe Menge in den Abstand passt, empfinden wir eine Schrift als harmonisch. Für das „Zurichten“ der Schrift – wie man

das Austarieren der Abstände in der Fachsprache nennt – nutzen Sie die winzigen Knotenpunkte, die als „Anfasser“ für die Position der einzelnen Buchstaben gesetzt sind. Aktivieren Sie das Hilfsmittel **Form**, dann können Sie über das Verschieben der Knoten die Buchstabenabstände anpassen.



Die Anfasser, die Sie mit dem Hilfsmittel **Form** aktivieren, erlauben das perfekte Zurichten der Buchstabenabstände.

#### Tipp 4: Mit Vektoren arbeiten!

Zum Weitergeben verwenden Sie immer eine Vektorversion: Diese Schrift ist ja vielleicht nicht auf jedem System installiert. Wenn Ihr Logo fertig gestaltet ist, markieren Sie daher die Schrift und wandeln sie über **Objekt > In Kurven konvertieren** um – ein Arbeitsschritt, der generell auch vor der Weitergabe eines Dokuments in den Druck sinnvoll ist – weshalb beim Erstellen eines PDFs die Option **Alle Schriften in Kurven konvertieren** angewählt werden sollte.

Außer der verlässlichen Darstellung jeder Schrift bieten Vektoren auch weitere enorme Vorteile: Sie vermeiden jeglichen Qualitätsverlust beim Skalieren und brauchen vergleichsweise wenig Speicherplatz. Im Prinzip beschreibt ein Vektor: „Von diesem Punkt aus für X % der Gesamtgröße des Objektes mit einem Winkel Y ° in Richtung Z.“ Das funktioniert bei einer 42 Meter großen Grafik ebenso gut wie auf einer Briefmarke – weswegen Sie mit CorelDRAW auch bis zu 45 m x 45 m große Grafiken nativ bearbeiten können. Eine Pixelgrafik stößt da schnell an ihre Grenzen und bildet an den Kanten „Trepchen“

aus den einzelnen, nun beim Hochskalieren vielleicht verzehnfachten Pixeln.



Das Arbeiten mit Vektoren ist für Logos ein MUSS – das erlaubt Ihnen, Ihr Logo ebenso verlustfrei als metergroße Leuchtschrift über dem Firmenhauptsitz wie auch winzig auf einem Kugelschreiber zu verwenden.

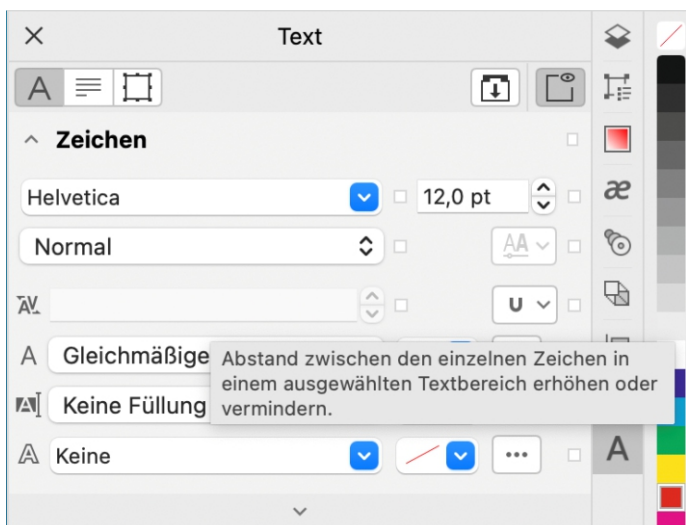


Vektoren ermöglichen die Weiterverarbeitung in alle Bereiche, sind sauber und klar. Und das Beste: Mit Vektoren können Sie beliebige Formen in CorelDRAW perfekt nachbauen!



CorelDRAW bietet Ihnen alle Werkzeuge, um ein Logo perfekt zu erstellen – oder ein bestehendes nachzubauen. Für das SALESPOINTER-Logo braucht es neben der richtigen Schrift einen **Kreis** und die Hilfsmittel **Form** und **Bézierkurven**.

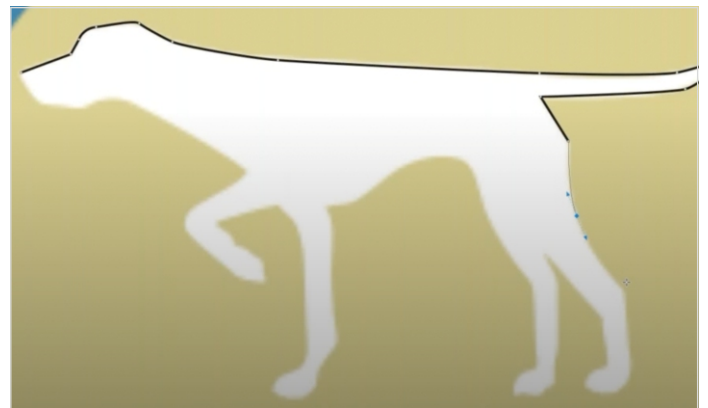
Um das Logo nachzubauen, brauchen Sie den Schriftzug mit der entsprechenden Spationierung. Sie finden im Netz Tools zum Ermitteln von Fonts – in diesem Fall ist die Schrift eine Garamond. Wenn Sie einen Text angewählt haben, erlaubt Ihnen **AV Text**, den Abstand zwischen den Zeichen insgesamt zu variieren. Hier liegen die Buchstaben bei 90 % passgenau über dem Schriftzug.



Im Fenster **Text** passen Sie nicht nur Schrift, Farbe und Absatz an, sondern können auch die Abstände der Buchstaben variieren.

Einen perfekten Kreis in der richtigen Größe ziehen Sie mit dem Hilfsmittel **Ellipse** mit gedrückter **Strg- / Befehl-Taste** auf. Über die rechte Maustaste formatieren Sie die Form und können ihr hier **Keine Umrissfarbe** zuweisen.

Für dieses Logo wurde ein Kreis aufgeschnitten – ziehen Sie ein Rechteck in der entsprechenden Höhe auf und subtrahierten Sie es über die Boolesche Operation **Form > Zuschneiden**. Den Hund zeichnen Sie mit dem Hilfsmittel **Bézier** mit gedrückter Maustaste nach. Das Zurechtbiegen der Kurven gelingt mit ein wenig Übung ganz leicht. Wenn ein Knoten nicht perfekt sitzt, können Sie diesen auch nachträglich noch über das Hilfsmittel **Form** anpassen, indem Sie den Knoten verschieben und die Kurvenform über die kleinen blauen Pfeile in Richtung und Länge variieren.

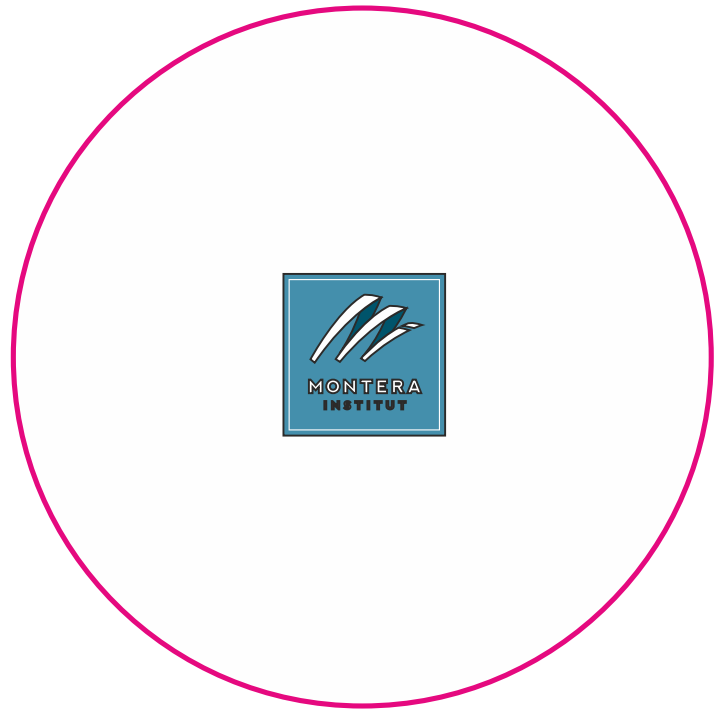


Das (Nach-)zeichnen einer Form klappt mit dem Hilfsmittel Bézier perfekt und ist mit ein wenig Übung ganz einfach.

## Tipp 5: Outlines richtig formatieren

Beachten Sie beim Skalieren insbesondere die Außenlinien – die Kanten behalten ggf. ihre Pixelgröße, klare Linien können so verloren gehen! Belassen sie die Außenkanten also nicht als Kante,

sondern wandeln Sie diese um über **Objekt > Umriss in Objekt umwandeln**. Jetzt werden auch die Außenlinien beim Skalieren harmonisch verkleinert und es gibt auf keinen Fall Komplikationen.



*Das Umrechnen von Outlines in Vektoren ist ein Klick auf „In Vektoren umwandeln“, der Ihnen bei der Weitergabe Ihrer Daten viel Ärger ersparen kann.*

## Tipp 6: Bedachte Farbwahl

Insgesamt gilt: Verwenden Sie nicht zu viele Farben, um im Logo klar und konzentriert zu bleiben! Zu viele Farben überfrachten ein Logo. Insbesondere als Schwarz-Weiß-Version funktioniert ein allzu buntes Logo oft nicht: Reduktion und Wiedererkennbarkeit sind dann zum Teil nicht mehr möglich.

Bedenken Sie auch, dass Farben in verschiedenen Kulturkreisen teil verschiedene Bedeutungen haben. Was im Südamerika als dezente Farbgebung gilt, würde manchen Nordeuropäer optisch bereits erschlagen. Wichtig ist, dass Sie Ihren Auftraggeber, aber vor allem die Zielgruppe berücksichtigen: Für das Wiener Caféhaus ist ein streng gestaltetes Schwarz-Weiß-Logo wahrscheinlich kontraproduktiv.

Farben transportieren immer auch bestimmte Emotionen und unterstreichen die Marke. Während Bioprodukte sich gerne saftig grün zeigen, erwarten wir Kreditinstitute eher in einem seriösen kühlen Farbraum.



Die Versuchung, **Farbverläufe** zu nutzen und tief in die **Farbpalette** zu greifen mag groß sein – platzieren Sie solche Farbvielfalt aber sehr zurückhaltend, wenn Sie keine Kinderspieleinrichtung bewerben.

Einige Farbkombinationen sind aus unserer Umwelt gelernt: Die Kombination Gelb-Schwarz kennen wir aus der Natur als die Farbe von Bienen und Wespen, die uns signalisiert: Achtung, Finger weg! Weshalb es auch eine beliebte Farbkombination für ein Absperrband ist. Gelernte Farbkombinationen werden sogar mit Firmen oder Produkten in Verbindung gebracht. Diese Farben oder Farbkombinationen sind z. B. als Markenfarben belegt: Die Telekom setzt auf Magenta. Weiße klare Schrift auf königsblauem Grund sollten Sie nicht verwenden, wenn Sie Kosmetika verkaufen – denn unweigerlich denken wir an NIVEA.

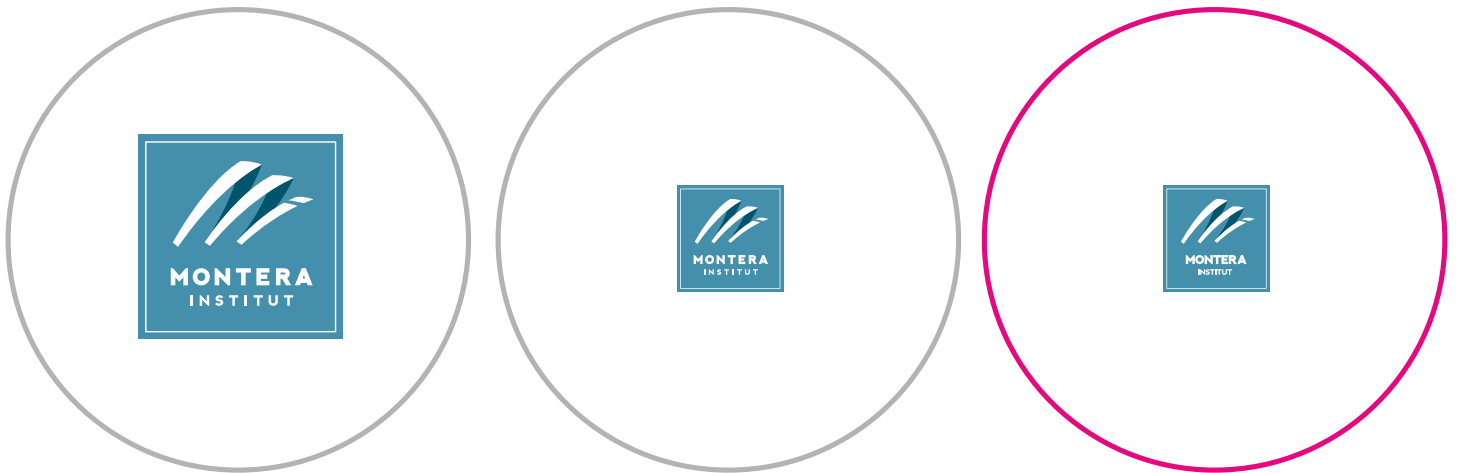


Machen Sie sich bei der Farbgebung Ihres Logos bewusst, welche Emotionen Sie transportieren wollen.

## Tipp 7: Skalierbarkeit

Wichtig für ein gutes Logo ist Skalierbarkeit: Ihr Logo sollte winzig klein auf einen Kugelschreiber und metergroß auf einen Messestand passen. Um zu sehen, wie Ihr Logoentwurf in verschiedenen Größen wirkt, hilft Ausdrucken und Schauen: Wie wirkt das Logo von weit/fern? Gehen Teile verloren, und wenn ja: ab wann?

Passen die Buchstabenabstände in den Skalierungen? Hier kommt es zur Nagelprobe: Nur eine gut ausgerichtete Spationierung funktioniert auch in sehr klein. Testen Sie die Größen im Vergleich!



*Testen Sie bereits bei der Erstellung Ihres Logos, wie es in verschiedenen Größen wirkt – spätestens an diesem Punkt werden winzige Schriftelemente aus der Gestaltung verschwinden.*

## Tipp 8: Effekte & Logos

Auch bei Effekten auf dem Logo gilt: Weniger ist viel mehr! Oft wirken Effekte wie modische Effekthascherei und daher unprofessionell. Logos müssen klar bleiben, Minimalismus macht das Logo langlebiger.

Natürlich machen die **fx**-Effekte Spaß beim Ausprobieren, wenn – wie im Beispiel mit einem Drittanbieter-Filter – mit wenigen Klicks ein Schweizer Käse, ein Kakteenfeld oder ein Wolkentraum aus Ihrer Schrift wird. Das Umwandeln mit dem Effekt ist leicht möglich, aber ist es sinnvoll? Fragen Sie sich immer wieder: Ist das die richtige Gestaltung, um diese Botschaft heute und in zehn Jahren professionell zu transportieren?

Der Glitch-Effekt, bei dem durch Flächenüberlagerung neue Farben entstehen, kann vielleicht gestalterisch und inhaltlich passen. Diesen gestalten Sie über Transparenzen, die Sie leicht versetzt übereinander lagern.



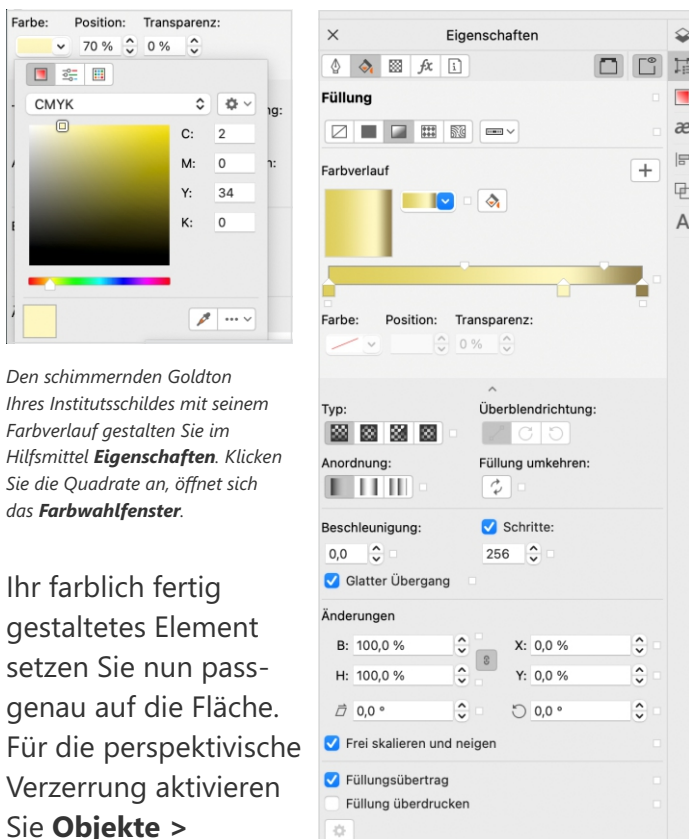
*Als Effekte MIT dem Logo erstellen Sie im Handumdrehen Mockups, um das neue Gesicht Ihres Betriebs an Ort und Stelle zu visualisieren.*

Auf alle Fälle spannend sind Effekte mit dem Logo: CorelDRAW gibt Ihnen die Möglichkeit, Logos perspektivisch richtig einzubinden, um die Wirkung auf Mockups oder Autos zu testen und zu simulieren: Wie sieht dieses Logo auf unserem Pizza-Express oder am Eingang der Firmenzentrale aus?



*Alles Käse, wolkig oder ziemlich pieksig? Testen Sie unbedingt die Wirkung in Ihrer Zielgruppe, und behalten Sie die Reproduzierbarkeit im Hinterkopf.*

Den edlen Goldton gestalten Sie über **Eigenschaften** > **Füllung (Farbeimer)** > **Farbverlauf (Verlaufsfläche)**. Wenn Sie in die kleinen Schieberegler der Farbverlaufsleiste klicken, öffnet sich das Farbauswahlfenster – nun wählen Sie Ihren Farbton oder nehmen über die **Farbpipette** einen beliebigen Farbton auf, hier z. B. die Messingfarbe der Türbänder des Mockup-Fotos.



Den schimmernden Goldton Ihres Institutsschildes mit seinem Farbverlauf gestalten Sie im Hilfsmittel **Eigenschaften**. Klicken Sie die Quadrate an, öffnet sich das **Farbwahlfenster**.

Ihr farblich fertig gestaltetes Element setzen Sie nun passgenau auf die Fläche. Für die perspektivische Verzerrung aktivieren Sie **Objekte** > **Perspektive** > **Perspektive hinzufügen**. Über die kleinen **Anfasser** ziehen Sie Ihr Bild ganz einfach in die gewünschte Perspektive.



Das Hilfsmittel **Perspektive** erlaubt Ihnen das perspektivische Geraderichten – oder eben „Schiefrichten“ – eines Bildes.

Eine **Extrusion** hilft, um die Schrift der Messingbuchstaben des Logos erhaben wirken zu lassen. Mit **Extrudieren** (Unterpunkt des **Schatten**-Hilfsmittels) ziehen Sie Flächen ins Plastische. Die Arbeitselemente oben geben Ihnen verschiedene Optionen von Extrusionen – hier wurde die Schrift zentral herausgezogen und dann über das Hineinziehen von Farben in die kleinen Farbfelder eingefärbt. Fertig ist das Mockup für die Tür der Firmenzentrale.



Mit dem Hilfsmittel **Extrudieren** geben Sie Ihrer 2D-Grafik schnell eine 3D-Anmutung – hier z. B. fürs Mockup.

## Tipp 9: Überraschen Sie!

Interessante Logos haben oft Überraschungen „eingebaut“. Kennen Sie z. B. die Toblerone-Packung WIRKLICH? Toblerone kommt aus Bern, das im Wappen einen Bären hat. Auch im Logo der berühmtesten Berner Schokolade ist als Gag der Bär versteckt!

Natürlich soll das Logo zu Ihrem Betrieb „passen“ – ein Haus als Logo Ihres Architekturbüros ist dennoch nicht unbedingt ein Statement Ihrer exzeptionellen Kreativität... Denken Sie nicht in Klischees – durchbrechen sie gewohnte Bahnen und heben Sie sich dadurch ab!

Ein paar Beispiele aus der eigenen Praxis:

Freiwilligenakademie  
Augsburg



Für die Freiwilligenakademie Augsburg ergibt das a der Augsburger Akademie im Quadrat auf den zweiten Blick auch das F der Freiwilligen.



Im Logo von Papageno – einem Verein für gemeinsame Zeit für Väter und Söhne – steckt der kleine Wolf in jedem großen Wolf und formt ihn so mit.



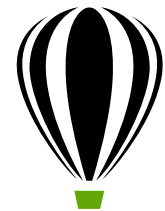
Förderverein  
Geriatriische  
Reha-Klinik

Auch der Förderverein für geriatrische Kliniken hat ein „doppeldeutiges“ Logo. Ältere Menschen mit Krückstock sind klar erkennbar, aber auch die offene Hand, die Gelder einsammelt.

Wo es sich anbietet, können Sie vielleicht mit überraschenden „Doppeldeutigkeiten“ oder Aha!-Effekten in Ihrem Logo spielen.

Auch viele berühmte Marken tun genau dies: Bekanntestes Beispiel ist wohl der Apfel als Logo, der aus dem großem Brocken IBM mittlerweile einen ordentlichen Bissen herausgebissen hat. Dass der Apfel an sich wenig mit hochwertigen Hardware-Gadgets zu tun hat, stört nicht.

Auch Corels Ballon, der die Marke seit Jahrzehnten begleitet, ist kein zwingendes Symbol für Software. Aber er stand und steht für (Gestaltungs-)Freiheit und ist schön bunt – ein Versprechen dafür, dass die Programme es Ihnen erlauben, Ihre kreative Freiheit auch in der digitalen Welt zu behalten und grafisch über den Dingen zu schweben.



CorelDRAW<sup>®</sup>  
GRAPHICS SUITE 2018



CorelDRAW<sup>®</sup>  
GRAPHICS SUITE

Ein Ihnen vermutlich bekannter großer Software-Konzern schwebt schon seit der ersten Logo-Version 1985 über den Dingen und gibt Usern die Freiheit, Ihre Gedanken in Vektoren umzusetzen.

Wie so oft ist das Logo hier der Transport in eine andere Welt und nutzt Streu- und Überlagerungseffekte von Emotionen. Wahrnehmungspsychologische Betrachtungen seien hier nur ganz kurz angeschnitten: Zumindest in Ländern, die von links nach rechts schreiben, wird z. B. eine nach rechts oben strebende Linie als „aufsteigend“ empfunden. Schauen Sie sich mal die Logos der deutschen Bank oder von Nike an...

## Tipp 10: Beobachten Sie Trends

Nach der vehementen Lanze für Schlichtes und Zeitloses in den ersten Tipps muss erwähnt werden: Nicht jeder Trend ist schlecht – er kann auch ein zeitloses Design hervorbringen. Fingerspitzengefühl ist hier gefragt! Beobachten Sie Trends: Wenn Sie auf den richtigen Trend für Ihre Marke setzen, können Sie zum Trendsetter werden, Trend und Logo können Klassiker werden und bleiben, so dass Ihr hochaktuelles Logo lange optimal eingesetzt werden kann.

### Trends 2022:



#### Retro-Figurenlogos im Stil der 20er/30er Jahre:

Wieder leben wir in den 20er-Jahren – und beobachten ein Revival der 1920er Jahre. Wenn es inhaltlich passt, spricht wenig gegen eine Umsetzung mit alten Figuren – wie hier mit den Mickey Maus-Handschuhen.

MONTERA

#### Unschärfe Logos:

Unschärfen sind eine Herausforderung für Stempel und Druck – wenn Sie einen Verein für Hilfe für Demenzkranke bewerben, ist das Verblässen und Vergessen vielleicht dennoch ein starkes Zeichen.

MONT  RA

#### Gestreckte Schrift oder Einzelbuchstaben:

Vielleicht bewerben Sie einen Firmennamen, in dem ein einzelner Buchstabe betont oder für zwei Wörter verwendet werden soll?



#### Grunge-Logos:

Ihr Betrieb hat nicht Perfektion als höchstes Ziel, sondern feiert die gute alte Zeit, Naturprodukte wie Stein oder altes Leder, ist seit Jahrzehnten „in Stein gemeißelt“? Warum nicht mal Grunge-Look probieren! Tipps zum schnellen Altern von Oberflächen in CorelDRAW finden Sie im E-Book [Wandtattoos](#).

MONTERA

#### Strichstärkenspielerei:

Das Spiel mit den Strichstärken gibt Ihrem Logo einen Retro-Charakter und erinnert an Jugendstil-Schriften – wenn das die gewünschte Assoziation ist, perfekt!



#### Schichtenlogos

Wie vielschichtig ist die angebotene Dienstleistung oder das angebotene Produkt? Vielleicht erzeugt ein Schichtenlogo genau die richtige Assoziation für Ihre Aussage!



#### Skizzenlogos:

Skizzenhaften Logos sind immer häufiger zu beobachten, sie treffen Aussagen wie: „Hier gibt es eine Auszeit von der Perfektion!“, oder aber: „(Auch) ich entwickle mich noch.“





### Volumen-/Weißraum-Experimente

Die Ihr Logo umgebende Fläche eignet sich natürlich auch für Experimente mit Volumen und Weißraum. Dafür wählen Sie Ihr Objekt – hier das Quadrat – an und erstellen über **Objekt > PowerClip > Leeren PowerClip Rahmen erstellen** oder **Rechtsklick > Rahmentyp > Leeren PowerClip-Rahmen erstellen** daraus eine „Maske“ für eine zweite Ebene. In diese können Sie nun weitere Elemente einsetzen.

Entweder ziehen Sie diese mit dem Hilfsmittel **Auswahl** via Drag & Drop in den gerade erstellten PowerClip. Oder Sie wählen das einzufügende Objekt mit **Rechtsklick > PowerClip innen** an und klicken danach sofort auf den PowerClip-Rahmen. Hier wurde das Bergbild an den unteren Rand des PowerClip-Rahmens geschoben und mit **Fertigstellen** bestätigt. Durch einen Doppelklick in den PowerClip können Sie jederzeit die Position oder Größe Ihres Objekts innerhalb des PowerClips ändern. Bestätigen Sie, wenn alles eingepasst ist, links oben erneut über **Fertigstellen**.

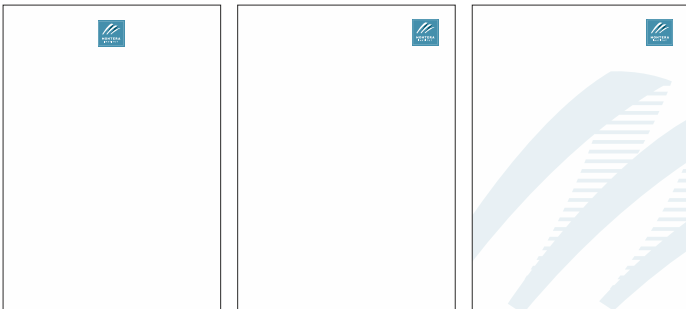


Ein **PowerClip** ist ideal, um mehrere Elemente in einer Gestaltung zusammenzuführen.

## 03 | Logos im Einsatz

Ihr Logo ist erstellt und idealerweise als Gestaltungselement in Ihre persönliche Symbolbibliothek Sammlung übernommen wie im E-Book [Kataloge gestalten von A-Z](#) beschrieben. Nun geht es an die Gestaltung einer Corporate Identity auf Basis Ihres Logos. Auch (oder gerade?) das papierlose Büro bietet Raum für schön gestaltetes Briefpapier in Ihrem „Firmenlook“. Legen Sie über **Datei > Neu** einen Bogen in der richtigen Größe an – solange Dokumente doch noch gelegentlich ausgedruckt werden, bietet sich für Briefpapier weiterhin A4 an.

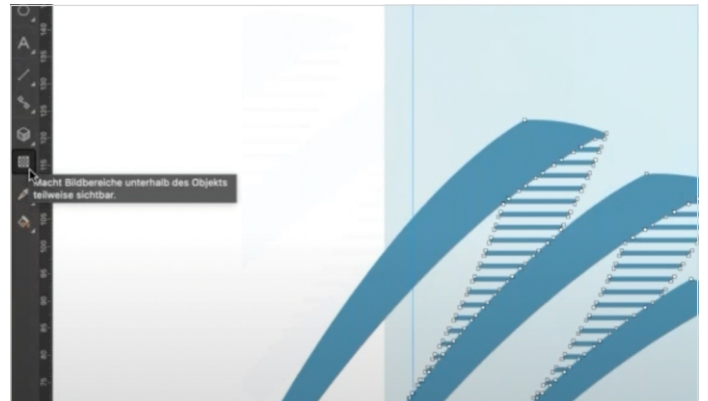
Nun platzieren Sie Ihr Logo, das Sie entweder über **Strg + C > Strg + V** aus einem anderen Dokument oder aus Ihrer Symbolbibliothek einfügen. Links oben verbietet sich als Platzierung, da dort der Adressbereich ist – also mittig, rechts, unten?



Zur Gestaltung Ihrer CI gehört auch die Überlegung, wie Ihr Logo später in welchen Bereichen der Firmenkommunikation eingesetzt werden wird – hier z. B. als Wasserzeichen und ganzes Logo auf dem Briefpapier.

Ein schönes Gestaltungselement ist oft ein Wasserzeichen im Papier aus dem ganzen Logo oder einem Teil des Logos. Legen Sie ein **Rechteck** auf Ihr Dokument und wandeln dieses in einen **PowerClip**. Ziehen Sie Ihr Logo in den PowerClip und vergrößern es über die **Anfasser** in den Ecken, die im **Auswahl-**Modus bei jedem zweiten Klick aufs Dokument (alternativ zur Drehfunktion) aktiv sind. Schieben Sie das Logo an die gewünschte Stelle und geben Sie ihm eine **Transparenz**. Klicken Sie dazu auf das kleine **Schachbrett** unten links in der Hilfsmittelleiste und passen Sie die **Transparenz** über den Schieberegler oder die Eingabe eines Zahlenwertes an, also z. B. **80** (%). Nun liegt Ihr Logo durchscheinend im

Hintergrund der Wasserzeichenversion Ihres Briefpapiers. Testen Sie Wirkung und die Lesbarkeit Ihrer CI-Schrift bei verschiedenen Transparenzen!

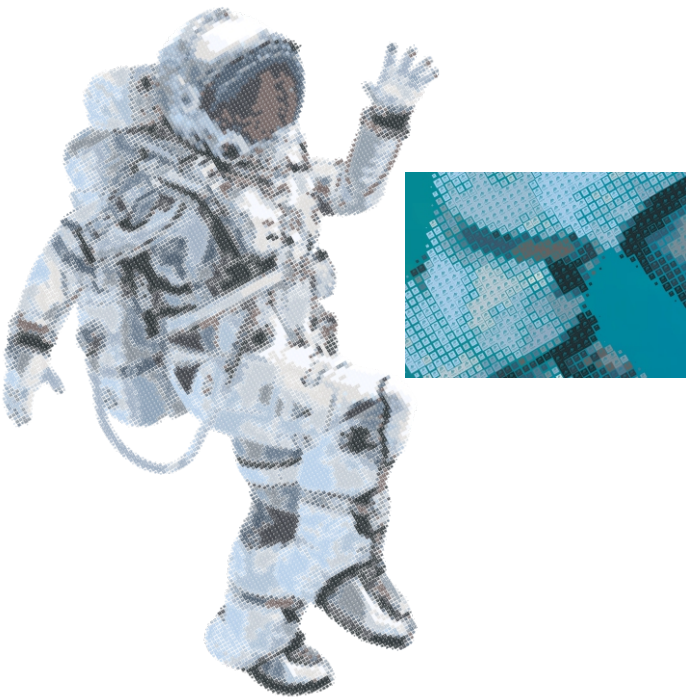


In einem **PowerClip** und mit einer **Transparenz** erstellen Sie flexibel und schnell die Wasserzeichenversion Ihres Briefpapiers.

Speichern Sie das fertig gestaltete Briefpapier über **Datei > Als Vorlage speichern...**, dann können Sie in Zukunft über **Datei > Neu aus Vorlage...** direkt auf Ihrem Papier arbeiten.

## 04 | Spezialanwendungen

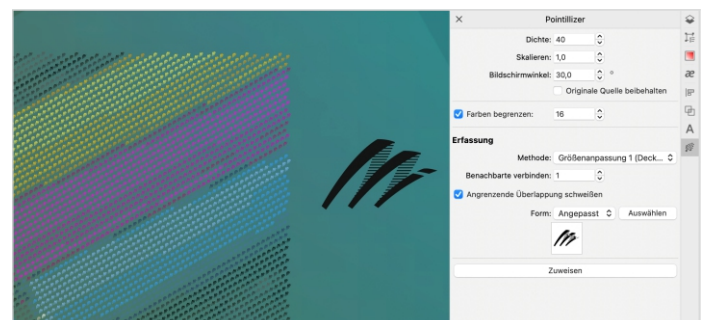
Vielleicht haben Sie in der Lobby Ihrer Firmenzentrale eine Glaswand, die Sie kreativ mit Ihrem Logo gestalten wollen? Oder Sie brauchen einen pfiffigen Hintergrund für einen Messestand? Der **Pointillizer** wandelt jedes Bild – egal ob Vektor oder Foto – in ein Logomosaik um.



Im Detail liegt der Witz – beispielsweise für eine Umsetzung in der Lobby Ihres Betriebs ist das vom **Pointillizer** errechnete Mosaik aus Ihren Firmenlogos ein echter Blickfang!

Als beispielhaften Messestandhintergrund eines Druckfarbenherstellers werden hier zunächst Bild und Logo auf eine Dokumentseite eingefügt. Über **Effekte > Pointillizer** aktivieren Sie das Tool und wählen im Dropdownmenü **Form: Angepasst** aus. Klicken Sie auf **Auswählen** und dann auf das Logo, dann ist dieses als „Muster“ festgelegt. Variieren Sie ggf. noch die **Dichte**. Aktivieren Sie das Bild, das gerastert werden soll, und wählen Sie **Zuweisen**. Ihr Computer erstellt Ihnen nun das Logomosaik.

**Tipp:**  
Wenn Sie den Pointillizer mal ganz anders kennenlernen wollen, schauen Sie ins E-Book [Fit in Fashion](#). Auch Nicht-Modedesigner finden hier spannende Tipps zur Farbgestaltung mit CorelDRAW und allgemeinen Arbeitserleichterungen!

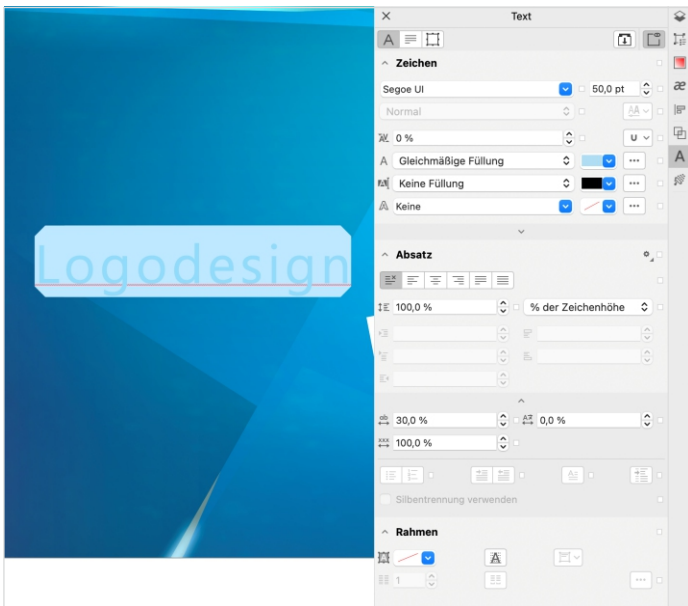



Vorher – nachher: **Der Pointillizer** verwandelt Bilder in Mosaikflächen aus Quadraten, Punkten – oder eben auch Logos.

## 05 | Fragen und Antworten

Kann ich den Abstand beim Zurichten auf einen ganzen Text anwenden?

Ja, Sie können natürlich auch einen Text auswählen und im Andockfenster / Informationsfenster **Text** > **Absatz** > **(Aufklappen des kleinen Pfeils unten)** > **Feld ab (Abstand)** einen Abstand von immer z. B. 20 oder 30 % eingeben und die Abstände allgemein so berechnen lassen.



Im Bereich **Absatz** des Werkzeugs **Text** können Sie Ihren Text nochmal feinjustieren.

Kann ich die Außenlinien nicht mehr als skalierbar definieren?

Doch, das geht weiterhin, aber da passieren bei der Weitergabe in andere Programme leicht Fehler. Wenn Sie Ihr Logo in einem anderen Kanal, mit einer anderen Software bearbeiten, kann diese Information verlorengehen. Dann kann es Probleme geben – also lieber von vornherein die Außenlinien in Flächen umwandeln.

## Kontakt

Weitere Informationen und Downloads  
aller Testversionen unter:

[www.coreldraw.com/business](http://www.coreldraw.com/business)

Fachliche Fragen gerne an:

**Peter Knoll, [corel@4edition.com](mailto:corel@4edition.com)**

