

So macht Fruitcake Marken

Darauf achten wir, damit eine von uns gestaltete Marke (Logo, Logotype, Wort-/Bild-Marke) authentisch und erfolgreich wird.

Wissen, wofür die Marke steht

Wir lernen den Kunden oder das Produkt intensiv kennen. Wir erforschen die Branche und deren Markt. Was tut die Konkurrenz des Kunden? Wie handeln die besten der Branche? Regional, national und international.

Wenn Naming, dann ...

Wenn zum Design auch die Entwicklung eines neuen Namens kommt, dann prüfen wir bei jeder Idee, ob der Name auch als Domain (mindestens .ch und .com) noch frei ist. Wenn nicht frei: Weiter suchen. Wenn Ja, reservieren wir die Domain noch vor der Präsentation.

Brainen und diskutieren

Wir setzen uns zusammen, entwickeln Ideen, formulieren mit Filzstift und Bleistift. Immer zuerst auf Papier! Jede gute Idee kommt auf ein Blatt und stellt sich dann einer Selektion. Die besten drei Ideen verfolgen wir weiter.

Keep it simple!

Unverwechselbarkeit und Symbolik müssen einfach, das Design nicht kompliziert sein.

Wir sind grosszügig

Es gibt keinen Unterschied zwischen regionalen oder globalen Marken: Was gut ist, ist gut. Überall.

Feinlayout

Die besten Skizzen werden im Adobellustrator verfeinert, die Farbgebung wird getestet.

Einbetten ins bestehende Erscheinungsbild

Wir testen, ob die neue Marke ins bestehende Erscheinungsbild des Unternehmens passt und dieses optimiert – Letzteres ist Bedingung.

Dazu setzen wir den Markentwurf z.B. nebst in Print versuchsweise auch als Haus- oder Fahrzeugbeschriftung ein – eine Marke muss leben.

Ergänzen

Eine Marke hat Einfluss aufs Corporate Design des Kunden: Wir zeigen es auf, bspw. mit ergänzenden Designs, etwa Elementen der Signaletik oder im Verpackungsdesign.

Wenn alles passt

Dann ist eine grosse Arbeit getan, die sich zeigen lassen kann.

Dann präsentieren wir.