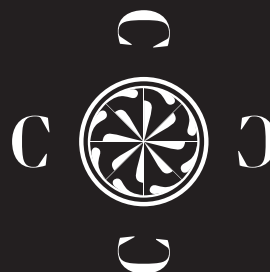
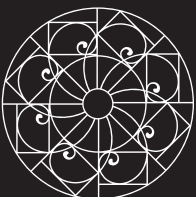


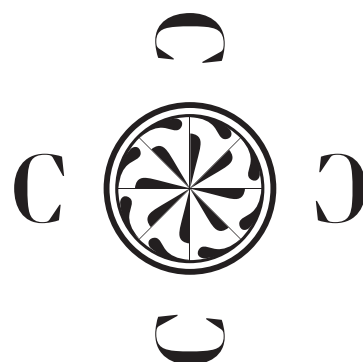
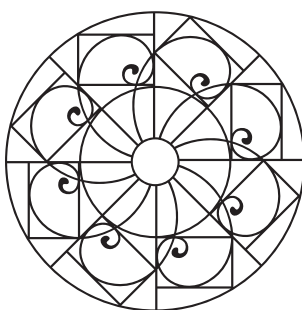
HOW TO APPROACH YOUR LASTING LOGO

how to approach your lasting logo
corporate laurel



how to approach your lasting logo
corporate laurel





for more

awareness and

1. digital edition July 2025
© 2025 Laura Michelle Maske
Corporate Laurel

Editorial design and content
Laura Michelle Maske

All rights reserved. Reproduction and archiving in retrieval
systems of this publication is prohibited.

aesthetic

for more

awareness and

1. Digitale Auflage Juli 2025
© 2025 Laura Michelle Maske
Corporate Laurel

Editorial Design und Inhalte
Laura Michelle Maske

Alle Rechte sind vorbehalten. Eine Vervielfältigung und
Archivierung in Abrufsystemen dieser Publizierung ist untersagt.

aesthetic

PREVIEW

Context

Logo Creation: Pablo Picasso
Intuitive approach 29

Logo Creation: Adrian Frutiger
Geometric approach 31

Logo Creation: Paul Rand
Semantic approach 33

Introduction

It is all about vision 9
Brand identity 11
Target group 12
Persona 13

A very good logo 14
Logotype 16
Monogram 18
Ligature 20
Type overview 22
Is your taste relevant? 24

Creation

01/ Element Development	37
Basic form	38
Form combination	43
Direction	45
Lines	46
Gaps	47
Roughs	48

02/ Element Processing	50
Rotation	51
Collage	54
Logo Architecture	57

03/ Logo Application	58
Protection zone	59
Extraction: Key Visual	61

Bibliography

Literature references	63
Online sources	64
About the author	65

„Logos are a graphic extension of the internal realities of a company.“

*Bass, Saul in
Founded by Design*

„Logos are a graphic extension of the internal realities of a company.“

*Bass, Saul in
Founded by Design*



It is all about vision

Before a logo can be created, it needs a clear direction, which is set by the company's vision. The vision is the company's inner compass that influences all decisions including and above all the design of the logo. A logo should make the soul of the company visible. What is the core of the brand? What values should it embody? Which people should it appeal to? Each brand must be considered individually: A start-up that focuses on sustainability needs a completely different logo than an IT company with a high-tech focus.

The vision helps to make design decisions consciously and with purpose. Which colors match the message? Which shapes reflect the company's attitude – soft and friendly or angular and determined? Should the logo appear loud and modern or calm and serious?

A logo or brand without a vision is like a house without a foundation. It may stand, but it lacks stability and direction. It will be difficult to build trust or create recognition in the long term. The vision gives the logo meaning. If you want to design a logo, you should therefore not start with the color or font, but with a very simple question: "What do we actually stand for?"

Bevor ein Logo entstehen kann, braucht es eine klare Richtung. Diese Richtung gibt die Vision des Unternehmens vor. Sie ist der innere Kompass der Unternehmens, der alle Entscheidungen beeinflusst, auch und vor allem das Design des Logos.

Ein Logo ist eine gelungene Kombination aus funktionaler Perfektion mit angestrebter Exzellenz der jeweiligen Marke. Es soll die Seele des Unternehmens sichtbar machen. Was ist der Kern der Marke? Welche Werte soll sie verkörpern? Welche Menschen soll sie ansprechen? Jede Marke ist dabei individuell zu betrachten: Ein Start-up, das Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt, braucht ein ganz anderes Logo als ein IT-Unternehmen mit High-Tech-Fokus.

Die Vision hilft dabei, gestalterische Entscheidungen bewusst und mit Ziel zu treffen. Welche Farben passen zur Botschaft? Welche Formen spiegeln die Haltung des Unternehmens wieder. Weich und freundlich oder kantig und entschlossen? Soll das Logo laut und modern wirken oder ruhig und seriös?

Ein Logo oder eine Marke ohne Vision ist wie ein Haus ohne Fundament, es kann zwar stehen, aber es fehlt die Stabilität und die Richtung. Es wird schwer, damit langfristig Vertrauen aufzubauen oder Wiedererkennung zu schaffen. Die Vision gibt dem Logo Bedeutung. Wer ein Logo entwerfen will, sollte daher nicht mit der Farbe oder Schrift beginnen, sondern mit einer ganz einfachen Frage: „Wofür stehen wir eigentlich?“

What does the brand stand for?

What emotions should be aroused?

What distinguishes them from the competition?

What do the people behind the company stand for?

What movement do we wanna create?

Wofür steht die Marke?

Welche Emotionen sollen
geweckt werden?

Was unterscheidet sie
vom Wettbewerb?

Wofür stehen die
Menschen hinter dem
Unternehmen?

Welches Movement
möchten wir kreieren?

Who should be addressed by the logo?

How should the end consumer of the brand feel?

What problems or wishes does this target group have?

What does the target group expect from a company like yours?

Wer soll durch das Logo angesprochen werden?

Wie soll sich der Endverbraucher der Marke fühlen?

Welche Probleme oder Wünsche hat diese Zielgruppe?

Welche Sprache, Symbole oder Stile kennt und versteht die Zielgruppe?

PERSONA

Demographic
facts

- Name
- Age
- Location
- Profession
- Sinus Milieu
- How does she/he spend her/his time?

Motivations

- Values
- Problems
- Goals

Contact

- Market
- Media
- Acquisition
- Where can consumers find the brand most easily?

Context

- Market challenges
- Circumstances

Movement

- How does the consumer deal with the product and himself after contact with the brand?
- What is the reason for choosing the brand?
- What goals does he/she want to achieve with the purchase?

PERSONA

Demografische Fakten

- Name
- Alter
- Wohnort
- Beruf
- Sinus Milieu
- Wie verbringt sie / er ihre / seine Zeit?

Motivationen

- Werte
- Probleme
- Ziele

Contact

- Markt
- Medien
- Erwerb
- Wo können die Endverbraucher die Marke am einfachsten finden?

Context

- Marktherausforderungen
- Umstände

Movement

- Wie geht der Endverbraucher nach dem Kontakt mit der Marke mit dem Produkt und sich selbst um?
- Was ist der Grund für die Wahl der Marke?
- Welche Ziele will sie / er durch den Kauf erreichen?

Bibliography

ONLINE SOURCES

Founded by design: What makes a good logo: a deep dive into the design principles of logo design (03.08.2024), online at URL: <https://www.foundedbydesign.com/blog/what-makes-a-good-logo> [08.07.2025].

OLINE SOURCES

Founded by design: What makes a good logo: a deep dive into the design principles of logo design (03.08.2024), online at URL: <https://www.foundedbydesign.com/blog/what-makes-a-good-logo>



how to approach your lasting logo
corporate laurel



HOW TO ACHIEVE LASTING HAPPINESS