

meo

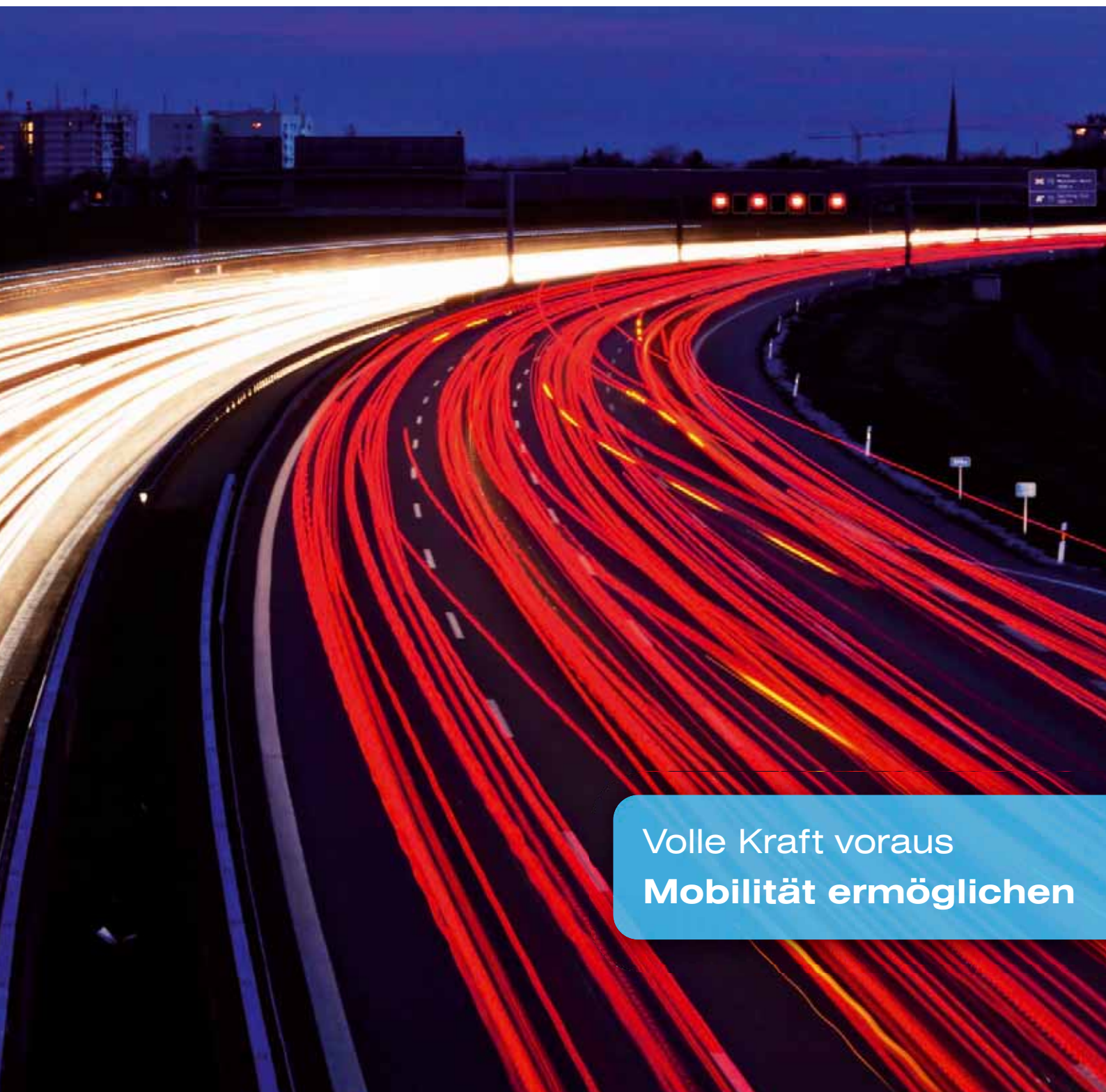
Das Wirtschaftsmagazin
für Mülheim an der Ruhr, Essen und Oberhausen

01 | 2011



Industrie- und Handelskammer
für Essen, Mülheim an der Ruhr,
Oberhausen zu Essen

www.essen.ihk24.de



Volle Kraft voraus
Mobilität ermöglichen

Gewonnen: ÖKOPROFIT verbindet
Ökologie und Ökonomie

Geplant: Unternehmen steigern
Innovationsaktivitäten

Gesteigert: Unternehmens-
nahe Dienstleister legen zu

Logoprofi

Logos aus der Maßschneiderei

■ „Wie Du kommst gegangen, so wirst Du empfangen.“ Diese alte Weisheit gilt nicht nur für das persönliche Erscheinungsbild, sondern auch für den Außenauftritt eines Unternehmens. Wesentlicher Baustein für dieses Erscheinungsbild ist das Firmenlogo.

Um Firmen bei der Konzeption und Ausgestaltung ihres visuellen Auftritts zu unterstützen, haben Marius Gasse und Michael Dabrowski Anfang 2010 Logoprofi gegründet. Die beiden haben ein speziell auf kleine und

über das Unternehmen selbst, um dann ein Firmenprofil zu erstellen. Dabei geht es um die Frage, wie sich das Unternehmen darstellen möchte. Schließlich folgen eine Zielgruppen- und Marktanalyse. Für all diese Informationen sei ein intensiver Austausch mit dem Kunden unerlässlich.

Dabei soll der maßgeschneiderte Firmenauftritt keine Luxusware sein. „Je weniger Zeit und Geld der Kunde für den Entwicklungsprozess seines Außenauftrittes aufwendet, desto näher sind wir unserem Ziel gekommen“, erklärt Geschäftsführer Gasse. Zudem haben die Auftraggeber die Möglichkeit, sich über das Kundenportal einzuloggen und live zu beobachten, wie weit die Kurationsprozesse vorangeschritten sind bzw. auch alle relevanten Dokumente einsehen zu können, die bei der kreativen Arbeit erstellt wurden. „Nicht jeden interessieren die Ergebnisse von Brainstorming, aber wir wollen unsere Arbeit transparent machen und zeigen diese auch“, sagt Dabrowski.



Die Gründer von Logoprofi: Michael Dabrowski und Marius Gasse

Foto: Logoprofi

mittlere Unternehmen ausgerichtetes Online-Angebot entwickelt – insbesondere für die Gründungsphase.

Logoprofi sei allerdings keine anonyme Onlineplattform, sondern nutze die Vorteile des Internets für den Beratungsprozess, der in der Entwicklungsphase ausschlaggebend sei, so Diplomdesigner Marius Gasse. „Ein Formular mit zwei bis fünf kurzen Fragen reicht mir nicht, um auf den Kunden intensiv einzugehen. Ein intensiver Dialog ist das A und O für ein gutes Ergebnis.“

Wesentlicher Arbeitsschritt ist das Designbriefing. Dafür sammeln Gasse und Dabrowski Informationen

jedes Logo nicht nur von technischer Seite, sondern auch aus Marketingsicht bewertet.

Im November 2010 wurde das Essener Unternehmen auf dem Gründermarktplatz der Financial Times Deutschland (FTD) zum „Gründer des Monats“ gewählt. Michael Dabrowski zeigt sich optimistisch: „Die Auszeichnung der FTD und die damit verbundene Anerkennung unserer Geschäftsidee motiviert uns, unseren Erfolgskurs stringent fortzusetzen. Ab 2011 Jahren planen wir Expansionen in europäische Nachbarländer.“

www.logoprofi.com