

Logo trends in 2020

Wat zijn nou dé trends in logodesign voor 2020?

Versimpeling

Na vele eeuwen van verrijkte kunst is één van de trends van de 21e eeuw het **minimalisme**. Komt je logo uit de vorige eeuw, en wil je mee in het minimalisme, maak dan de keus. Laat je bestaande logo versimpelen of ga over tot het laten ontwerpen van een compleet nieuw modern logo.



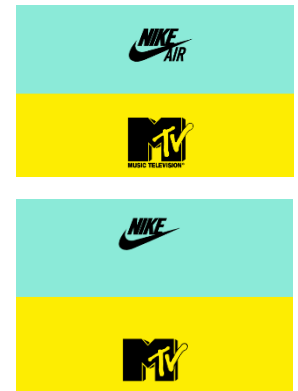
Goede voorbeelden van eenvoudig versimpelde logo's zijn die van American Express en Uber. Zelfs al is je logo nog zo simpel vormgegeven, het kan altijd simpeler.



Aanpasbare logo's

De digitale snelweg heeft ook zijn invloed op het logodesign. Eén en hetzelfde logo ziet er heel anders uit op grootscherm dan op bijvoorbeeld een smartphone. Maak één logo dus in diverse varianten of met meerdere afgeleide.

Kijk eens op de site <http://responsivelogos.co.uk/>. Verklein je scherm naar smartphone grootte en zie wat er met de logo's gebeurt. Op klein scherm zijn ze sterk vereenvoudigd, maar ze blijven uitstekend herkenbaar. Vereenvoudiging kan gebeuren door decoratieve elementen weg te laten en door andere elementen eenvoudiger van vorm te maken. Aanpasbare logo's trekken de aandacht, altijd goed voor je branding.



Echtheid

Versimpeling vormt wel een gevaar voor authenticiteit. Als we alles versimpelen gaat het meer en meer op elkaar lijken. Hoe kun je je nog onderscheiden? Een logo moet je idealiter in één oogopslag vertellen wat je bedrijf doet of uitstraalt. Het maakt je herkenbaar. Soms kan een logo ook juist uitstralen dat je niet modern wilt zijn. Juist het creëren van een eigen, uniek fonttype kan die herkenbaarheid bevorderen en bijvoorbeeld uitstralen: Je bent behoudend en levert hetzelfde beproefde concept (en nog steeds populaire product) als altijd.

De keerzijde: in een tijd van versimpeling spring je er wel uit met je rijkelijk vormgegeven logo. Een van de bekendste voorbeelden is dat van Coca Cola.



Gebruik van dunne lijnen

In navolging van het minimalisme, worden dunne lijnen gebruikt. Ze worden zowel gekromd gebruikt, wat het logo een beweging maar ook kalmte meegeeft. Maar ook rechte lijnen zijn favoriet. Zij bieden de kijker het gevoel structuur en orde.



Stabiliteit

Sommige merken halen hun kracht en vertrouwen uit hun langgeleden verworven identiteit. Kenners zeggen dat het traditionele logo het moderne versimpelde logo ruimschoots zal overleven. De reden is dat trends elkaar in snel tempo opvolgen. Het design van vandaag is morgen weer 'uit'. Ga je iedere keer mee met de nieuwste trends dan kan dat je je reputatie kosten. Het motto is hier dan ook: verander niet je logo maar pas je product aan aan de moderne tijd. Dan blijven mensen het kopen en is er geen noodzaak voor her-branding.



Gradients

Logo's voorzien we in 2020 graag van gradients. Door het gebruik van versimpelde vormen kiezen we wel meer voor rijkelijk kleurgebruik in logo's. Er wordt gewerkt met aangrenzende kleuren en simpele kleur verloopjes.

Designers geven met kleur hun ideeën de vrije loop. Spelen met kleur mag! Zelfs de meest bijzondere kleurcombinaties zijn geaccepteerd.

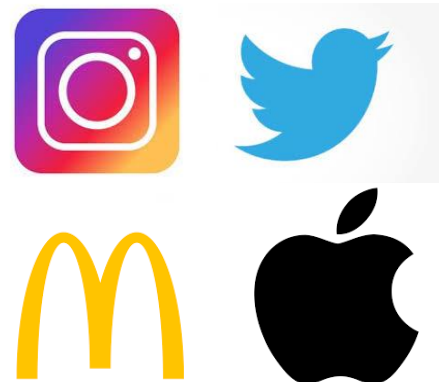


Logo met één afbeelding

Merken als Instagram, Twitter, Apple en McDonald's hebben één ding gemeen. Naast dat ze wereldberoemd zijn, gebruiken ze in hun logo slechts één afbeelding.

Dit is voor start-ups minder geschikt. Een dergelijk logo moet eerst naamsbekendheid hebben wil het ook zonder naam in het logo herkenbaar blijven.

Beeldmerken hebben doorgaans niet meer dan 3 seconden om de bezige consument te boeien. Het moet dus een echte eye-catcher zijn, wil je boven het maaiveld uitsteken.

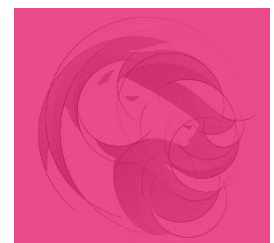


Logo animaties

Geanimeerde logo's lijken het monotone beeld te doorbreken. Zij schijnen het brein te beïnvloeden ten gunste van de ontspanning. De animatie bevordert zo een relaxte state-of-mind van de consument.

Deze animatie <https://dribbble.com/shots/2961617> is van een bedrijf in paardrij-artikelen.

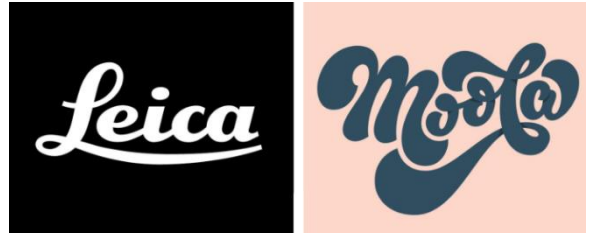
Met behulp van animatie kun je eenvoudiger je imago vorm geven en de juiste boodschap uitstralen. Het maakt je logo uniek. Het is beter herkenbaar en maakt een aangename eerste indruk. Het is verrassend en professioneel.



Wat is 'uit'?

Bubble Font

In het begin gaf het Bubble font je organisatie een gevoel van individualiteit. Je onderscheidde je daarmee. Totdat het font teveel gebruikt ging worden. Daarmee werd het eentonig en weinig origineel.

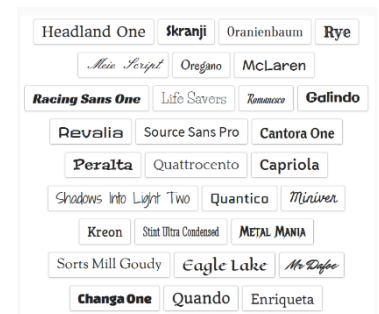


Jaren '80 stijl

“Oud wordt weer nieuw”, veel gebruikt in de designwereld. Deze stromingen uit vroeger tijden gaan echter niet meer zo lang mee.

Veel verschillende fonts

De afgelopen 5 jaar was het mode zoveel mogelijk fonts in je design te stoppen. We hebben gemerkt dat dat echter alleen maar een gevoel van rommeligheid en verwarring oproept. Ook hier geldt weer dat de hoofdtrend voor 2020 versimpeling is.



By Simplified Arts, september 2019