

Yritysten logojen vertailu

Toni Karinko

Opinnäytetyö

Huhtikuu 2018

Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala

Tradenomi (AMK), liiketalouden tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Karinko, Toni	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Huhtikuu 2018
	Sivumäärä 97	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Yritysten logojen vertailu		
Tutkinto-ohjelma Liiketalouden tutkinto-ohjelma		
Työn ohjaaja(t) Kananen, Jorma		
Toimeksiantaja(t) -		
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia saman alan logojen yhteneväisyyttä. Tutkimuksessa tutkailtiin eri alojen logoja keskenään ja pyrittiin löytämään sieltä toistuvia seikkoja logon muodossa, värissä tai fontissa. Tämän lisäksi selvitettiin, kuinka eri alojen logot eroavat toisistaan.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena vertailevana tutkimuksena. Aineisto kerättiin dokumenteista. Dokumentteina toimivat erinäiset internetsivustot, joihin oli listattu jokaisen tutkittavan alan tunnettuja yrityksiä. Listoilta löytyneet yritykset koottiin yhteen ja tämän jälkeen yritysten logoissa esiintyneet yhdistävät tekijät kirjattiin ylös. Seuraavaksi yritysaloja vertailtiin toisiinsa, jotta nähtiin, toistuivatko löydetyt yhteneväisyydet vain tietyllä alalla vai oliko kyseessä yleisempi ilmiö.</p> <p>Tutkimustuloksista voitiin huomata, että yhteneväisyyksiä alojen sisällä tapahtui. Se saattoi olla tietyn värin käyttö tai tiettyjen eri värien yhdistely. Se saattoi olla logon pyöreä, kulmikas tai jopa abstrakti muotoilu. Se saattoi olla myös tietyn tyyppisen fontin käyttö tai ylipäätään pelkän yrityksen nimen käyttäminen logona. Analysointien ja vertailujen päätteeksi jokaisesta alasta saatiin luotua stereotyyppinen logo kuvaamaan jokaisen alan yleisimpiä toistuvia ominaisuuksia.</p> <p>Tulosten pohjalta päästään johtopäätökseen, että alat erottuvat selvästi toisistaan logojen avulla. Siinä missä yritykset haluavat erottua kilpailijoistaan, käyttävät yritykset myös logoissaan yleisesti tunnistettavia piirteitä, joista selviää kyseisen yrityksen ala. Välttämättä tunnistettavuuteen ei vaikuta pelkkä väri, muoto tai fontti, vaan pikemminkin kaikkien edellä mainittujen ominaisuuksien yhdistäminen luoden alalle ominaisen näköisen kokonaisuuden.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Visuaalinen ilme, brändi, markkinointi, logo,		
Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Karinko, Toni	Type of publication Bachelor's thesis	Date April 2018 Language of publication: Finnish
	Number of pages 97	Permission for web publication: x
Title of publication Comparison of company logos		
Degree programme Business Administration		
Supervisor(s) Kananen, Jorma		
Assigned by -		
Abstract <p>The purpose of this research was to study the consistency between the company logos of the same industry. In this study the different industries were examined and the goal was to find recurring shapes, colors or fonts that were used between certain industry companies. In addition to that it was solved how different industry company logos differ from each other.</p> <p>The study was done as a qualitative comparative study. The material was gathered from documents. Different websites were used as the documents. On those websites were listed well-known companies from every investigated industry. Companies were gathered together and after that all the repeated features were registered. Next up the industries were compared between each other so it would settle if the repetitive features were only to be found between companies of specific industry or if the feature was common despite the industry.</p> <p>Results from this research showed that consistency was found between companies of the same industries. The feature might have been a specific color or combination of colors. It might have been a round, angular or abstract shape. It might have also been a specific font that the company used or using the name of the company as the whole logo. After all the analyzing and comparing, stereotypical logos were created to represent the most common features of every industry.</p> <p>Based on the results a conclusion can be made that industries really differ from each other. At the same time every company wants to be unique, but they also use a lot of features which indicates the industry of the company. It might not be just a certain feature but rather the way of combining all the elements to create a certain looking entity.</p>		
Keywords/tags (subjects) Visual identity, brand, marketing, logo		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Tutkimusasetelma	3
2.1	Tutkimusongelma ja -kysymykset	4
2.2	Tutkimusmenetelmät	4
3	Visuaalinen ilme	6
3.1	Oikeanlaisen ilmeen luonti	7
3.2	Vaikutukset ihmisiin	8
3.3	Logo	8
3.4	Muoto	12
3.5	Väri.....	15
3.6	Fontti	18
4	Tutkimustulokset.....	21
4.1	Tutkimuksen toteuttaminen	21
4.2	Saman alan yritykset	21
4.3	Eri alojen eroavaisuudet.....	24
4.4	Stereotyyppinen logo	26
5	Johtopäätökset.....	28
6	Pohdinta.....	29
	Lähteet	32
	Liitteet.....	34
	Liite 1. Pankit	34
	Liite 2. Öljy-yhtiöt	40
	Liite 3. Suomalaiset metsäalan yritykset.....	46
	Liite 4. Sähköenergiayritykset	52

Liite 5. Matkatoimistot	58
Liite 6. Luxushotellit	64
Liite 7. Tavalliset hotellit	70
Liite 8. Lentoyhtiöt	77
Liite 9. Rakennusyhtiöt.....	82
Liite 10. Lääkeyhtiöt.....	88

Kuviot

Kuvio 1. Lontoon vuoden 2012 olympialaisten logo.....	10
Kuvio 2. BMW logo	11
Kuvio 3. Chase-pankin logo	13
Kuvio 4. Tango's italian & mediterranean restaurant logo	17
Kuvio 5. Poddeabarac Barristers logo	18
Kuvio 6. Blue Star Technology logo	18
Kuvio 7. The psychology behind type choice (Leiba 2016)	20

Taulukot

Taulukko 1. Fontit ja niiden luomat mielikuvat (Leiba 2016).....	19
Taulukko 2. Stereotyyppiset logot	27

1 Johdanto

Alkukantaisia merkintöjä on ollut olemassa jo kauan ennen verbaalisen kielen syntymistä. Tämäntyyppiset yksinkertaiset merkinnät tarjosivat lukijoilleen paljon informaatiota ja olivat kieleltään universaaleja. Aikojen saatossa nämä alkukantaiset merkinnät kehittyivät merkeiksi sekä kylteiksi ja lopulta logoiksi. (Wiedeman 2015, 7.) Tänä päivänä nämä logot koristavat lähes jokaista tuotetta, jonka ihminen ympärillään näkee. Logo muistuttaa jatkuvasti ihmistä siitä, minkä yrityksen tuote hänen edessään on. Stribleyn (n.d.) mukaan logo on ensimmäinen asia, mikä kuluttajilla tulee mieleen yritystä miettiessä.

Lähes poikkeuksetta jokaisella yrityksellä on logo. Jokainen yritys myös haluaa itselleen oikeanlaisen logon. Logon tulisi viestiä asiakkaille yrityksen oikeat arvot. Logosta tulisi pystyä tunnistamaan, mitä yhtiö tekee ja millä alalla yhtiö toimii. Toisaalta logon pitäisi myös olla sen verran uniikki, että yritys pystyisi erottumaan kilpailijoistaan. Aina nämä kaikki ehdot eivät kuitenkaan toteudu. Eihän esimerkiksi elektroniikkavalmistaja Applen omenan muotoinen logo tai pikaruokaravintola McDonald'sin kullankeltainen M-kirjain mitenkään viittaa heidän aloihinsa. Silti kyseessä on eräät mailman ikonisimmista logoista.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena onkin ottaa tarkemmin selvää logoista. Tavoitteena löytää vastaus siihen, voiko logoista löytyä seikkoja, jotka voidaan yleistää kuvaamaan tiettyä alaa. Logojen ominaisuuksia on toki tutkittu jo iät ja ajat, ja internet on täynnä tekstiä siitä, mitä eri värit, muodot ja fontit viestivät logosta. Mitään tutkimusta ei kuitenkaan näy tästä nimenomaisesta aiheesta, jossa tiettyjen alojen logoja tutkitaan tarkemmin ja pyritään löytämään yhteneviä seikkoja logojen kesken. Tarkoituksena on kerätä näitä seikkoja ja selvittää, minkä takia juuri kyseinen ala käyttää tiettyjä ominaisuuksia logoissaan.

2 Tutkimusasetelma

Luvussa 2 käsitellään opinnäytetyön tutkimusongelma sekä ongelmaa avustavat tutkimuskysymykset. Näiden avulla avataan sitä, mihin opinnäytetyöllä haetaan ratkaisua. Tämän jälkeen perehdytään tutkimuksessa käytettävään

tutkimusotteeseen, aineistonkeruu- ja analysointimenetelmään sekä luotettavuuden varmistamiseen. Kyseiset aiheet avaavat niitä keinoja, joilla tutkimusongelma ratkaistaan.

2.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Ilman ongelmaa ei tieteellistä tutkimusta voida tehdä. Määritelty tutkimusongelma ohjaa koko tutkimusprosessia, ja koko työn onnistuminen riippuu oikein määritellystä ongelmasta sekä sitä kautta kehitetyistä tutkimuskysymyksistä. (Kananen 2017, 56.)

Tässä työssä ongelman lähtökohtana ovat yritysten logot. Logoja on maailma pullollaan, ja jokainen niistä on erilainen. Erilaisuuteen vaikuttavat logon muoto, väritys ja fontti, mikäli logo sisältää tekstiä. Kaikki edellämainitut seikat vaikuttavat visuaalisuudellaan ihmisten mieleen ja siihen, mitä logosta ajatellaan. Jokaisella muodolla, värillä sekä fontilla onkin omat psykologiset ominaisuutensa, joilla ne viestivät yrityksestä. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on saada selville, mitä tiettyjen alojen yritykset haluavat viestiä itsestään logojen avulla. Tutkimusongelmana on siis ”Samana alan logojen yhteneväisyys”. Jotta tietyn alan yritysten toimintaa logojen suhteen voitaisiin yleistää, tulee tutkia myös erilaisuuksia eri alojen kesken.

Edellä mainittu tutkimusongelma muodostaa seuraavanlaiset tutkimuskysymykset:

- Mitä samankaltaisuuksia saman alan yritysten logoissa on?
- Mitä eroavaisuuksia eri alojen logojen välillä on?

Kun näihin kysymyksiin saadaan tutkimuksen kautta vastaukset, saadaan myös tutkimusongelma ratkaistua.

2.2 Tutkimusmenetelmät

Kanasen (2011, 12–15) mukaan tutkimusotteet voidaan karkeasti jakaa kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen tutkimukseen. Tutkimusotteen valinta perustuu tutkittavaan ilmiöön. Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta käytetään uusien ilmiöiden selvittämiseen. Samalla tutkitaan myös ilmiöön vaikuttavia tekijöitä sekä niiden välisiä riippuvuussuhteita. Laadullisessa tutkimuksessa ilmiöstä ei siis ole etukäteen olemassa tutkittua tietoa tai teorioita. Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen käyttö taas

edellyttää, että ilmiöstä tiedetään siihen vaikuttavat tekijät. Määrällisen tutkimuksen tavoitteena onkin tunnettujen tekijöiden mittaamista, niiden välisten suhteiden vuorovaikutusten laskemista sekä tekijöiden esiintymisen määrällistä laskemista. (Kananen 2011, 12–15.)

Laadullinen tutkimus mahdollistaa syvällisen näkemyksen ilmiöstä, sillä se kohdistuu muutamaan havaintoyksikköön, jotka voidaan tutkia todella perusteellisesti laadullisin tutkimusmenetelmin. Tuloksia ei tosin voi yleistää, sillä ne pätevät vain kohdetapauksessa. Laadullinen tutkimus kuitenkin toimii uusien teorioiden ja mallien pohjana, ja sitä käytetäänkin reaali maailman teorioiden kehittämiseen. (Kananen 2017, 33.)

Tutkimus suoritetaan vertailemalla saman alan yritysten logoja ja pyrkimällä löytämään samankaltaisuuksia saman alan logoista. Tämän jälkeen selvitetään samankaltaisuudet ja verrataan niitä teoriaosuuteen, missä kerrotaan logon ominaisuuksien psykologisista vaikutteista. Seuraavaksi verrataan eri aloja keskenään. Tämä tapahtuu vertailemalla ensin jokaisen alan yrityksiä keskenään ja löytämällä sieltä samankaltaisuudet. Tämän jälkeen verrataan eri alojen yritysten kesken löytyneitä samankaltaisuuksia ja katsotaan, miksi tiettyjen alojen yritysten logoissa toistuu tietyt ominaisuudet.

Aineistonkeruu- ja analyysimenetelmät

Aineisto tähän tutkimukseen kerätään sekundäärisistä tietolähteistä. Kananen (2017, 120–121) mukaan sekundäärisiä tietolähteitä ovat tutkittavaan ilmiöön liittyvät erilaiset dokumentit kuten muistiinpanot, kirjat, kuvat, videot, äänitteet. Toisin sanoen kaikki menneessä ajassa joko kirjoitetussa, kuvallisessa, äänitetyssä tai muussa visuaalisessa muodossa tuotetut aineistot ovat dokumentteja. (Kananen 2017, 120–121.)

Aineiston sisältöanalyysissä aineisto luokitellaan lähtökohdiltaan joko teoriapohjaiseksi tai aineistolähtöiseksi. Aineistolähtöisessä teksti luokitellaan aineistosta löytyvien seikkojen mukaan. Teoreettisessa luokittelussa taas käytetään teorian luomia käsitteitä apuna aineiston katseluun. (Kananen 2014, 108.)

Tässä työssä aineisto kerätään yritysten nettisivuilta. Tutkittavia aloja on 10 kappaletta. Jokaisesta alasta otetaan 50 yrityksen otanta. Logot haetaan suoraan

yri­tysten nettisivuilta. Tarkasteltavana on niin kansainvälisiä kuin kotimaisiakin yrityksiä.

Kerättyä aineistoa analysoidaan tarkistelemalla jokaista logoa ja kirjaamalla ylös logon ominaisuudet. Kun kaikki alan yritykset on kirjattu ylös, tuloksista nostetaan mahdolliset usein esiintyvät yhteneväisyydet. Kyseisiä tuloksia verrataan sitten teoriaosaan, missä on kerrottu logon ominaisuuksien vaikuttavuudesta ihmismieleen.

Reliabiliteetti ja validiteetti

Tieteellisen työn luotettavuutta tarkastellaan luotettavuuskäsitteiden avulla. Nämä toimivat tutkimustuloksen hyvyyden mittareina. Yleisimmät luotettavuusmittarit ovat reliabiliteetti sekä validiteetti. Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten pysyvyyttä ja jatkuvuutta. Jos tutkimus uusitaan ja saadaan samat tulokset, reliabiliteetti on kunnossa. Validiteetti taas kertoo siitä, tutkitaanko oikeita asioita. Tämä vaikuttaa tutkimuksen suunnitteluun eli tutkimusasetelmaan ja siihen, että aineiston analyysi tehdään oikein. Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuustarkastelu jää arvion varaan, sillä tuloksia ei voi tarkasti arvioida ja laskea kuten kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tällöin luotettavuus jää tutkijan omien arviointien ja näytön varaan. (Kananen 2014, 146–147.)

Tässä työssä luotettavuutta tuo se, että yrityksiä ei valita satunnaisesti, joten tuloksiin ei voida vaikuttaa hakemalla otollisimpien logojen omaavia yrityksiä internetistä. Kaikkien alojen yritykset valitaan nettisivuilta, jossa yritykset on listattu esim. Top 50 suosituinta, isointa, menestyksekkäintä tai kalleinta alan x yritystä.

3 Visuaalinen ilme

Vaikka nykypäivänä asiat ovat helpommin kuin ennen, tuntuu ihmisillä olevan yhä vähemmän aikaa tehdä asioita. Tästä johtuen yrityksen ulkoinen visuaalinen ilme kiinnittää kuluttajien huomion. Tämän perusteella kuluttajat usein luovat nopeasti kuvan yrityksestä tietämättä, mitä kyseinen yritys tekee. On hyvin tärkeää, että visuaalinen olemus erottaa yrityksen muista. Ilmeen tulee olla hyvin suunniteltu, johdonmukainen ja sen avulla tulee luoda tunneyhteys yrityksen ja kohdeyleisön välille. (Bradford 2015.)

Vaikka visuaalinen ilme on vain pieni osa brändiä, se on silti ensimmäinen kuva, joka asiakkaalle yrityksestä muodostuu. Asiakas luo ensikäsityksensä yrityksestä vieraillessaan yrityksen sivuilla tai lukiessaan artikkelin tai blogin liittyen yritykseen. Tämän pienen katselmuksen avulla asiakas luo mahdollisen kiinnostuksen yritystä kohtaan. (Bradford 2015.)

3.1 Oikeanlaisen ilmeen luonti

Kun ihminen miettii brändiä, hän usein miettii ensimmäisenä logoa. Kuitenkaan logo ei tarkoita samaa asiaa kuin brändi. Logo on graafinen elementti, joka edustaa brändiä visuaalisesti. Näin ollen logo on yksi brändin tukipilareista. (Stribley n.d.) Logon lisäksi täytyy Bradfordin (2015) mukaan kuitenkin kaiken perinteisen sekä verkossa tapahtuvan markkinoinnin olla visuaaliselta ilmeeltään yhtenäinen. Värien, kuvituksen, typografian ja koko rakenteen on noudatettava samaa teemaa. Tämä antaa yrityksestä omannäköisensä ja tunnistettavan kuvan.

Hardy (2012) tuo tekstissään esiin viisi tärkeintä huomioonotettavaa asiaa visuaalista ilmettä luotaessa: Oikean nimen valinta, johdonmukainen visuaalinen tyyli, kiinnostavan logon luonti, värien huomioonottaminen sekä sopivan typografian valitseminen.

Ensimmäisenä yrityksen nimi täytyy valita oikein. Vaikkakin nimi itsessään ei ole osa visuaalista ilmettä, se tulisi ottaa huomioon visuaalisena elementtinä. Hyvän brändinimen ei tule vain kuulostaa hyvältä. Sen tulee myös näyttää hyvältä. Lahjakaskin suunnittelutiimi voi olla pulassa huonon nimen kanssa luodessaan menestyksestä ilmettä. (Hardy 2012.)

Tämän jälkeen visuaalisesta tyylistä tulee tehdä johdonmukainen. Kaikkien brändin elementtien tulisi noudattaa samannäköistä visuaalista tyyliä. Otetaan esimerkiksi brändi, joka on visuaalisesti romanttinen. Silloin romanttisen tyylin tulisi toistua jokaisessa visuaalisessa elementissä. Tietyt mainoskampanjat voivat poiketa tyylistä. (Hardy 2012.)

Seuraavaksi täytyy luoda kiinnostava logo. Logo on brändin tärkein visuaalinen elementti. Logot kertovat itse yrityksestä, yrityksen tehtävistä sekä yrityksen tarjoamista palveluista. Yritys ilman logoa ei voi tehdä vaikutusta kohdeyleisöönsä. (Hardy 2012.)

Logon jälkeen vuorossa on värit. Väreillä on suuri rooli brändin tunnistamisessa sekä brändiuskollisuudessa. Väreillä on suuri emotionaalinen vaikutus ja värien avulla myös erottaudutaan kilpailijoista. (Hardy 2012.)

Lopuksi valitaan vielä sopiva typografia. Typografia tarkoittaa kaikkien visuaalisessa ilmeessä käytettyjen kirjainten sekä fonttien tyyliä ja ulkomuotoa. Näillä ominaisuuksilla voi olla suuri vaikutus ihmisten ostopäätöökseen, ja ne tähdentävät myös yrityksen sanomaa. Fontin tyyli vaikuttaa siihen, antaako yritys itsestään oikeanlaisen kuvan, joten väärän fontin valinnalla voikin olla kohtalokkaat seuraukset. (Hardy 2012.)

3.2 Vaikutukset ihmisiin

Vaikkakin tuotteet ja palvelut ovat jokaisen yrityksen prioriteetti numero yksi, on brändin esilletuonti myös hyvin tärkeää. Visuaalisella ilmeellä on suuri vaikutus ihmisiin, joten jatkuvat strategisesti asetellut näkyvät vihjeet vaikuttavat suuresti nykyisten ja potentiaalisten tulevien asiakkaiden ostokäyttäytymiseen. Yrityksen markkinoinnin tulisi tuoda tuotteiden ja palveluiden parhaat puolet esiin. Tämän lisäksi asiakkaiden pitäisi myös pystyä tunnistamaan brändi ja liittämään näkemänsä mainokset ja markkinointikeinot osaksi juuri kyseistä brändiä. (Yefman 2015.)

Yefmanin (2015) mukaan ihminen ei asiaa välttämättä aina tiedosta, mutta hän altistuu päivittäin lukemattomille määrille eri brändejä. Lähes missä vain ympärille katsoessaan hän näkee monia asioita, joista näkyy yrityksen logo. Virtuaalisesti jokaisessa luodussa objektissa näkyy tekijänsä visuaalinen jalanjälki. Olkoon se sitten logo, uniikki väriyhdistelmä, tietty typografia tai jokin muu graafinen elementti. Yhdistettynä nämä elementit kuljettavat viestin yrityksen asiakkaille. Tämän tyyppiset viestit ovat tärkeitä, koska ne jäävät usein asiakkaan alitajuntaan ja vaikuttavat tulevaisuudessa ostopäätöksiin. (Yefman 2015.)

3.3 Logo

Alkukantaiset merkinnät tunnistettiin kauan ennen verbaalisen kielen syntymistä. Kun nämä merkinnät kehittyivät merkeiksi ja kylteiksi, ne muuttuivat yksinkertaisem-

miksi. Yksinkertaiset vierekkäin asetellut kuvat tarjosivat paljon enemmän informaatiota kuin monimutkaiset sanojen sarjat. Aiemmin, jolloin ainoastaan eliittiväki osasi kirjoitus- sekä lukutaidon, visuaalinen viestintä sai suuren merkityksen. Nämä kuvat tarjosivat mahdollisuuden viestiä värien ja muotojen avulla. Tämänäyttöinen viestintä saavutti helposti suuren joukon ihmisiä riippumatta heidän lukutaidostaan tai puhekielestään. Vaikka ihmiset saattoivat tulkita alkukantaisia kuvia hieman erilalla kuin toiset, ne tarjosivat silti helposti omaksuttavaa tietoa verrattuna vaikeaan puhekieleen. Kun puhekieli kehittyi ja vakiintui kansan parissa, jäi visuaalinen viestintä varjoon sen epäselvyytensä sekä vaikean siirrettävyytensä takia. Merkinnät olivat kuitenkin päänäpintymä kansalle, ja aikojen saatossa ne lopulta kehittyivät yritysten logoiksi. (Wiedeman 2015, 7.)

Kun tv-suunnittelija Martin Lambie-Nairnia haastateltiin ja häneltä kysyttiin Wolff Olinsin Lontoon 2012 olympialaisiin suunnittelemasta logosta (kuvio 1), hän vältteli luokittelemasta logoa hyväksi tai huonoksi. Sen sijaan hän kertoi esimerkkejä monista hyvistä sekä huonoista logoista, joilla on ollut suuri yhteiskunnallinen sekä kulttuurillinen merkitys. Hänellä oli asiassa hyvä näkökohta: Logo voi omaksua täysin oman elämänsä. Jos se on usein esillä, se tulee tutuksi; jos se muistuttaa ihmistä hyvästä ostoksesta, se tuottaa tyytyväisyyttä ja iloa; jos sen liittyy mielessään pitämäänsä harrastukseen tai aktiviteettiin, sitä tuetaan; jos se tukee hyväntekeväisyyttä, se on sydämen asia. Logo kulkee oman elämänsä matkan ja logolle kehittyy persoonallisuus. Jos logon matka on tuottoisa, ja se voittaa kansan puolelleen, se on silloin arvokas yrityksille. Sitä onko logo hyvä tai huono, ei välttämättä määritellä sen ulkonäön, vaan kaupallisen, yhteiskunnallisen ja taloudellisen aseman perusteella. (Wiedeman 2015, 7.)



Kuvio 1. Lontoon vuoden 2012 olympialaisten logo

Päivittäin ihminen kohtaa suuren määrän logoja, jotka johdattavat hänet luottamiensa tuotteiden ja palveluiden luokse. Mainokset lupaavat parantaa elämänlaatua, tehdä käyttäjistä viehättävämpiä, menestyksekkäämpiä tai rikkaampia. Niillä on kyky vakuuttaa asiakkaat tuotteidensa tuomasta lisäarvosta ja siitä, miksi heidän tuotteensa ovat kilpailijoitaan parempia. Ne voivat herättää jopa halun tai tarpeen, jonka olemassaoloa ei ennen tiennytäkään. Kun mielikuva kuluttajan päässä on herännyt, logo kuljettaa hänet mahdolliseen ostopaikkaan. Ihmiset jopa rakentavat brändi-uskollisuutta logojen kautta, ja vastapalveluksena heidät palkitaan hyvillä tuotteilla, joissa heidän pitämänsä merkin logo näkyy. On mahdollista, että tämäntyyppinen käytös on alkukantainen tarve olla osallisena johonkin menestyksekkääseen ja suureen asiaan. Logosta on tullut kaupankäynnin kulmakivi, ja se ajaa asiakkaita ostamaan tuotteita yhä uudestaan. (Wiedeman 2015, 8.)

Suunnittelun suhteellisen lyhyen olemassaolon aikana on ollut erinäisiä aikakausia, jolloin trendi on ollut tehdä logoista joko yksinkertainen tai monimutkainen. Tämäntyyppiset erilaiset lähestymistavat johtuivat suunnittelijoiden vaikeuksista päättää taiteellisen vapauden sekä kaupallisen muotoilun välillä. Nykyajan suunnittelijat ovat kuitenkin luopuneet vanhoista normeista sekä geometrian visuaalisesta käsikirjasta. Monen menestyneen logon ilmeeseen on myös vaikuttanut visuaalinen viittaus yrityksen nimeen tai toimialaan. Tämä tarkoittaa, että toisinaan logo

tarvitsee toisen tai kolmannenkin vilkaisun ennen kuin sen osaa tulkita täysin. (Müller 2015, 57.)

Oman mielipiteensä aiheeseen antaa Airey (2010, 22–23) joka kertoo, että yksinkertaisin ratkaisu on usein tehokkain. Se auttaa saavuttamaan myös muut vaatimukset, joita tarvitaan ikonisen logon luomiseen. Yksinkertaisuus tekee logosta monipuolisemman. Se tekee logosta helposti lähestyttävän ja sitä on näin ollen helppo käyttää joka puolella, kuten käyntikorteissa, kylteissä ja nettisivuilla. Yksinkertaisuus myös helpottaa tunnistettavuutta ja muistettavuutta sekä helpottaa logon pysymistä ajattomana. (Airey 2010, 22–23.)

Logon ei pidä olla trendikäs. Trendit tulevat ja menevät, joten pitkäikäisyys on avainasana. Logon tulee kestää niin kauan kuin yrityksen, jota logo edustaa. Sitä saatetaan ajoittain hieman uudistaa, jotta se olisi tuore, mutta perusidean pitäisi pysyä aina samana. (Airey 2010, 28.)

Logon tulee olla relevantti yritykselle. Sen on oltava sopiva yrityksen luonteeseen. Lakifirmalle tai syöpäsäätiölle ei voi luoda logoksi hymynaamoja eikä talviselle lomaohjelmalle rantapalloa. Logon ei kuitenkaan tarvitse välttämättä kirjaimellisesti paljastaa, mitä yritys tekee. Kuviossa 2 näkyvä BMW:n merkki ei ole auto. Kuitenkin se on todella tunnistettu ja relevantti merkki automaailmassa. (Airey 2010, 25.)



Kuvio 2. BMW logo

Massasta erottuva logo on edukseen. Lisäksi uniikin logo pitää olla myös tunnistettava. Sen on oltava niin tunnistettava, että pelkkä logon muoto tai ääriviivat paljastavat mistä yrityksestä on kyse. Tämän takia on hyvä suunnitella ensin täysin

mustavalkoinen logo. Kun värejä ei ole, keskitytään pelkkään muotoiluun. Väritys on toissijainen asia logon luonnissa. (Airey 2010, 30.)

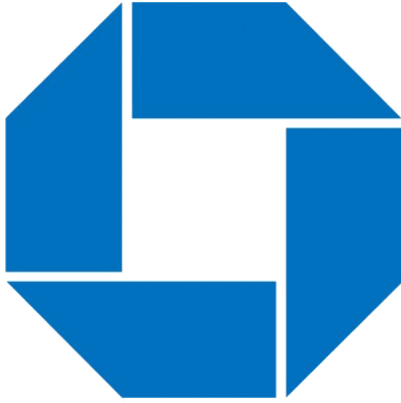
Erottuvien ja edustavien kuvien lisäksi kirjoitusmerkit ovat myös tärkeässä roolissa nykyajan logoissa. Kun symbolisen logon selittämiseen tarvitaan usein avuksi sanoja, typografiset kyltit ovat välittömästi tulkittavissa. Tunnetuin tyyli on kirjoittaa logoon koko yrityksen nimi, mutta nykyään on myös tavanomaista pitää logossa vain yhtä kirjainta tai kirjainyhdistelmää yrityksen nimen lyhenteestä. Juontaen juurensa perinteikkäistä nimikirjaimista yksittäinen kirjain tai kirjaimet voivat edustaa koko yrityksen graafista identiteettiä. (Müller 2015, 253.)

3.4 Muoto

Logon tulisi olla niin yksinkertainen, että sen voisi piirtää hiekkään isovarpaallaan. Silti sen tulisi pystyä edustamaan kompleksia kokonaisuutta. Oli kyseessä nuori start-up-yritys tai monikansallinen suuryritys, logolla on monipuolinen tehtävä. Se kertoo kaiken, mitä yritys edustaa. Nykypäivänä kun digitalisaatio ja pienet näytöt leviävät, myös logojen merkitys muuttuu. Nyt logo ei ole enää iso kyltti, vaan pienen pieni applikaatiokuvake älypuhelimessa. (Klanten, Müller, Popov & Sinozvik 2014, 4.)

Tavallisten geometrinen kuvioiden avulla voidaan luoda monenlaisia erilaisia graafisia ratkaisuja. Kuitenkin suunnittelija voi lisätä logoon tehokkuutta erilaisilla efekteillä. Eräitä logoissa käytettyjä tekniikoita ovat peilikuva, monistus sekä rajaaminen. Kaikkein jännittävimmissä ja omaperäisimmissä logoissa käytettyjä tekniikoita on useampiakin. (Müller 2015, 155.)

Yksi Yhdysvaltojen tunnetuimmista pankeista, JPMorganin Chase Bank on palvellut asiakkaitaan jo yli 300 vuotta. Yrityksen logo on myös vaihdellut vuosien varrella, mutta nykyaikana vakiintunut kuvio (kuvio 3) on tullut kansalle tutuksi 1960-luvulta lähtien.



Kuvio 3. Chase-pankin logo

Kuviossa 3 näkyvää logoa katsottaessa tavallinen kansalainen pystyy sanomaan muodoista seuraavat faktat: Logo on neljästä palasesta koostuva oktagoni eli kahdeksankulmio. Kuvion keskelle muodostuu tyhjästä tilasta neliö. Kuvio on toki tällä hetkellä yksi maailman ja eritoten Yhdysvaltojen tunnetuimmista, ja ihmiset osaavat rinnastaa kuvion Chase Bankiin. Siitä, herättääkö kyseinen kuva sen enempää mielikuvia tai mieltymyksiä pankista tietämättömälle kansalaiselle logoa ensi kertaa katsoessaan, on mahdotonta yleistää. Kuitenkin logon tekijöillä Tom Geismarilla ja Ivan Chermayeffillä on alunperin ollut täysin selvä visio siitä, mitä he halusivat logon muodolla tuoda esiin (Arnheim 1969, 146).

Arnheim (1969, 146) kertoo logosta seuraavaa: Sisäinen neliö ja ulompi oktagoni muodostavat keskitetysti symmetrisen kuvion. Kuvio ilmaisee levollisuutta, tiiveyttä sekä jämähyyttä. Se on suljettu kuin linnoitus häiriötekijöitä vastaan sekä koske-maton ajan muutoksia vastaan. Pieni monumentti on luotu tukevista palasista, jotka muodostuvat suorista reunoista ja yksinkertaisista kulmista. Logo on samanaikaisesti vireä ja tavoitteellinen. Kärjelliset, dynaamiset palaset eivät syrjäytä kokonaista kuviota, vaan istuvat yhdessä lujasti suuntaa-antamattomien rajojen sisällä. Palaset elävöittävät rotaatiomaisen kuvan antamista. Lisäksi kuviot ovat tiivisti lähellä toisi-aan, mutta silti erillään. Jokainen osa voidaan tulkita itsenäisenä palana, joka ei ole erityisen uniikki, mutta yhtä tärkeä kokonaisen kuvion muodostamiseen. Palaset ovat kuin suorakulmioita, joista on leikattu kulmapala pois ja ne kytkeytyvät toisiinsa kuin tiilet tiiliseinään. Paloista muodostuva yhtenäinen kuvio tasapainottaa

hienovaraisesti rinnakkaisuutta ja suoraa vuorovaikutusta. Tämän tyyppinen kuvio kuvastaa yrityksen sisäisen organisaation luonnetta. (Arnheim 1969, 146.)

Esimerkkinä käytetty analyysi oli todella syväluotaava, mutta Arnheimilla oli kuitenkin oikeanlainen idea. Christien (2017) mukaan ihmisen alitajunta vastaa erimuotoisiin logoihin eri tavalla. Suorat viivat, ymprät, kaarteet ja rosoiset reunat vihjailevat kaikki erilaisia tarkoituksia (Christie 2017). Erilaisia logossa käytettäviä muotoja on runsaasti ja jokainen muodoista viestii eri sanomia.

Ympyrät ja soikiot herättävät positiivisia tunteita. Ympyrän käyttö logossa voi näyttää yhteisöllisyyttä, ystävyyttä, rakkautta, suhdetta ja liittoa. Ympyrät implikoivat avioliittoa näin ollen vihjaten tasapainoa ja kestävyttä. (Christie 2017.) Yleisesti ottaen pyöreät logot ovat myös vähemmän uhkaavia kuin terävät. Ne tuntuvat harmittomilta, ystävällisiltä ja kutsuvilta. (The meaning of logo shapes 2017.)

Neliöt ja kolmiot vihjaavat tasapainoa ja käytännöllisyyttä. Suorat viivat ja tietyt muodot viestivät myös voimasta, ammattimaisuudesta sekä tehokkuudesta. (Christie 2017.) Neliön herättämiä tuntemuksia on tuttuus, luottamus, järjestys, rauha sekä yhdenmukaisuus (Sukhraj 2017).

Kolmiot viestivät voimasta, tieteestä, uskonnosta ja laista. Kyseisiä asioita pidetään yleisesti ottaen maskuliinisina, joten kolmioita esiintyy usein maskuliinisia tuotteita tarjoavien yritysten logoissa. (Christie 2017.)

Orgaaniset muodot eivät ole täysin ympyröitä tai soikioita, mutta ne ovat pehmeän pyöreitä. Niitä kutsutaan orgaanisiksi, koska ne ovat luonnollisen muotoisia. Ne auttavat luomaan pehmeämmän kuvan, jota täydellisellä ympyrällä ei saavuteta. Kuvissa esiintyy usein eläin, tai kasvi. Orgaaninen muoto on erityisen suositeltu, jos yritys on tekemisissä luonnon tai luonnollisten tuotteiden parissa. (The meaning of logo shapes 2017.)

Abstraktit muodot ovat tunnistettavia, mutta eivät oikeita muotoja. Ne esittävät yleensä tuttua asiaa, mutta ovat tyyliteltyjä tai yksinkertaistettuja versioita orgaanisista muodoista. Esimerkkinä tikku-ukko on abstrakti versio ihmisestä. (Bradley 2010.)

Geometristen sekä abstraktien ja luonnollisten muotojen lisäksi voidaan erotella vielä muutama logoissa käytettävä muoto ja asiat, joista ne viestittävät. Pystysuorat viivat esimerkiksi viestittävät maskuliinisuutta, voimaa ja aggressiosta. Vaakasuorat viivat puolestaan luovat kuvan yhteisöllisyydestä, tyyneydestä ja rauhasta. (Christie 2017.) Sukhrajin (2017) mukaan käyrä on kuvio, joka kertoo liikkeestä, ilosta, onnellisuudesta, rytmistä ja feminiisyydestä. Spiraalin muoto taas luovat kuvan evoluutiosta, luovuudesta sekä kasvusta (Sukhraj 2017).

3.5 Väri

Ilman värejä ihmisten luomat merkit jäisivät huomioimatta. Logot ja niiden muodot ovat tärkeitä lopputuloksen kannalta, mutta väri on se, joka saattaa kuvion yhteen katsojan kanssa. Väri myy tuotteen. Sillä on sekä fyysisiä että psykologisia ominaisuuksia, jotka puhuttelevat enemmän kuin merkin koko ja muoto. Värit pystyvät muuntumaan ja kääntämään tärkeitä viestejä. (Drew & Meyer 2006, 9.)

Jokainen väri tuo oman merkityksensä logoon. Punainen on tulen ja veren väri. Tästä syystä se liitetään energiaan, sotaan, vaaraan, voimaan, päättäväisyyteen, intohimoon sekä rakkauteen. Tunteellisesti se on todella voimakas väri sekä silmiinpistävä, minkä takia sitä käytetäänkin esimerkiksi stop-kylteissä, pysähtymisvaloissa sekä tulensammutustarvikkeissa. Punainen saa ihmiset tekemään nopeita päätöksiä ostotilanteissa ja on täydellinen väri "Tilaa nyt!" nappuloihin nettisivuilla. Punainen on todella energinen väri, joten se sopii myös energiajuomien, pelien, autojen ja urheilutarvikkeiden mainostamiseen. (Color meaning n.d.)

Oranssissa yhdistyvät punaisen energisyys sekä keltaisen iloisuus. Tästä syystä väri yhdistetään auringonpaisteeseen sekä trooppisuuteen. Ihmissilmälle oranssi on todella lämmin väri, joten se yhdistetään lämpöön. Väriä käytetään paljon nuorten ihmisten parissa. Oranssi on hyvin näkyvä väri, jolla on hyvä herättää huomiota ja korostaa tärkeitä elementtejä. Sopii mainiosti esimerkiksi ruokatuotteiden ja lelujen mainostamiseen. (Color meaning n.d.)

Keltainen on auringonpaisteen väri ja se yhdistetään iloisuuteen, älykkyyteen sekä energiaan. Keltainen luo lämpimän efektin ja tekee hyväntuuliseksi. Kirkas keltainen on hyvä huomionherättäjä ja tästä syystä taxikyltit ovat tämän värisiä. Keltainen

yhdistettynä mustaan menee muiden värien edelle, joten tätä yhdistelmää käytetään usein varoituksissa. Keltainen on hyvä väri mainostettaessa lasten tuotteita tai vapaa-ajan tuotteita. (Color meaning n.d.)

Vihreä on luonnon väri, joka symboloi kasvua, harmoniaa sekä tuoreutta. Vihreä väri liitetään usein myös turvallisuuteen. Se on kaikkein levollisin väri ihmissilmälle. Se tuottaa mielelle tasapainoisen ja kestävästi tunteen asioista. Vihreällä on hyvä mainostaa turvallisia tuotteita lääketarvikkeissa sekä luonnonmukaisia "vihreitä" tuotteita. Tummempi vihreä liitetään usein rahaan, joten se on loistava väri käytettäväksi finanssialalla. (Color meaning n.d.)

Sininen on taivaan ja meren väri. Yleensä se liitetään syvyyteen ja tasapainoisuuteen. Väri symbolisoi luottamusta, viisautta, varmuutta ja totuutta. Sinisellä on rauhoittava vaikutus ja sitä käytetäänkin paljon mainostettaessa puhtaita tai puhtauteen liittyviä tuotteita kuten vesi ja puhdistusaineet. Sininen luonnetaan maskuliiniseksi väriksi, joten sitä kannattaa tuoda esille miehille suunnatuissa asioissa. Lämpimien värien vastakohtana sininen linkitetään myös älykkyyteen, joten se on loistava väri huipputeknologian mainostukseen. (Color meaning n.d.)

Violetissa yhdistyy sinisen tasapainoisuus sekä punaisen energia. Väri liitetään usein kuninkaallisuuteen. Se symbolisoi voimaa, jaloutta, luxusta sekä kunnianhimoa. Violetti liitetään usein myös viisauteen, arvokkuuteen, mysteerisyyteen sekä taikuuteen. Tutkimusten mukaan 75% esiteini-ikäisistä lapsista pitävät violettia lempivärinään. Hyvä väri mainostettaessa femiinisiä tai lapsille suunnattuja tuotteita. (Color meaning n.d.)

Valkoinen väri kuvaa valoa, hyvyttä, viattomuutta sekä puhtautta. Valkoista pidetään täydellisyyden värinä. Se edustaa usein positiivisia asioita sekä onnistumista. Puhtaan imagonsa puolesta myös sairaalaympäristö on usein täynnä valkoista. Mainostamisessa valkoinen liitetään viileyteen ja siisteyteen koska lumi on valkoista. Valkoinen onkin sopiva väri esimerkiksi terveystuotteiden tai huipputeknologian mainostukseen. (Color meaning n.d.)

Musta väri on liitettävissä valtaan, voimaan, eleganssiin, muodollisuuteen, mysteerisyyteen, pahuuteen sekä kuolemaan. Musta aiheuttaa pelkoa ja tietämättömyden tunnetta ja se liitetään usein negatiivisiin asioihin. Toisaalta musta edustaa

myös voimaa ja auktoriteettia, joten sitä käytetään esimerkiksi muodikkaissa, tyylikkäässä ja arvostetuissa tuotteissa. (Color meaning n.d.)

Monesti logo on nykypäivänä monivärinen. Simmons, Belonax ja Earhart (2006) Kerovat kirjassaan kuinka erilaisia värejä yhdistelemällä pystytään antamaan tietynlainen vaikutus yrityksestä. Alla muutama esimerkki värien yhdistelystä.

Runsavärisessä yhdistelmässä (kuvio 4) käytetään täyteläisiä tummia värejä ruskeahkon punaisesta viininpunaseen, syvän siniseen sekä vihreään. Runsaat värit kertovat statuksesta, perinteisyydestä sekä hemmottelusta. Yhdistelmän käyttö sopii esimerkiksi gourmet tuotteisiin ja palveluihin, eksklusiivisille klubeille sekä perinteikkäitä arvoja esiintuoville yrityksille. (Simmons, Belonax & Earhart 2006, 28.)



Kuvio 4. Tango's italian & mediterranean restaurant logo

Perinteikäs väriyhdistelmä (kuvio 5) koostuu metsänvihreästä sekä laivastonsinisestä. Nämä värit voivat olla rohkeita ja kutsuvia, mutta ne pysyvät silti arvostettuina. Nämä värit eivät kannusta seikkailuihin tai riskeihin vaan vanhaan ja hyväksi koettuun. Perinteikäs yhdistelmä onkin yleisesti paremmissa piireissä esilläoleva yhdistelmä, joka on voimakas sekä jaloutta huokuva. Sopii käytettäväksi logoissa esimerkiksi yksityiskouluille, lakifirmoille sekä sijoitusyhtiöille. (Simmons, Belonax & Earhart 2006, 88.)



Kuvio 5. Poddeabarac Barristers logo

Ammattimainen yhdistelmä (kuvio 6) ei ole liian innostunut eikä liian hienostunut. Ammattimaiset väriyhdistelmät kertovat luottamuksesta ja rehellisyydestä. Puhtaat sävyt ovat samanaikaisesti sekä vaaleita että tummia. Tämä luo aikuismaisen ja kokeneen kuvan. Harmaa pääväri pehmentää voimakkaita värejä sekä tummentaa kokonaiskuvaa. Sopii käytettäväksi muun muassa ammatillisille palveluille sekä teknologiayrityksille (Simmons, Belonax & Earhart 2006, 140.)



Kuvio 6. Blue Star Technology logo

3.6 Fontti

Logoja luodessa tulee yleensä mietittyä värejä ja kuviota. Fontti on kuitenkin yhtä tärkeä elementti logossa. Monella ikonisella yrityksellä (Esim. Coca-Cola) on typografinen logo. Mikäli logossa on yrityksen nimi, valittu fontti voi ratkaista koko muotoilun onnistumisen. Logossa käytettävän fontin tulee olla yhtenäinen brändin persoonallisuuden kanssa. Fontti on merkittävä tekijä siinä, minkälaisen kuvan asiakkaat yrityksestä saavat. Fontti kertoo brändistä enemmän kuin itse teksti. (Kel 2017.)

Suomennettuna Tyyliä sekä niiden luomat mielikuvat ovat listattuna taulukossa 1. Kuviossa 7 voi nähdä tyyliesimerkkejä yleisimmistä fonttityyleistä.

Tyylin nimi	Tyylin tunnusmerkit sekä fontin luoma mielikuva
Serif	Tunnusmerkkinä pienet pääteviivat jokaisen kirjaimen päissä. Klassisia fontteja jotka edustavat perinteisyyttä, kunnioitusta ja luotettavuutta.
Script	Ulkonäöllisesti näyttävät kuin olisivat kynällä kirjoitettu. Tämantyyppiset fontit edustavat eleganssia, herkkyyttä sekä luovuutta.
Sans serif	Eivät omaa päätteitä ja ovat nykyaikaisemman näköisiä. Fontit edustavat uutuutta ja siisteyttä.
Modern	Täysin uusia nykyaikaisia fontteja jotka edustavat päätäväisyyttä, kehitystä sekä tyylikkyyttä.
Display	Tämantyyppiset fontit ovat tarkoitettu erikoisemmille yrityksille ja tämän tyyppiset fontit ovat harvinaisempia logoissa. Tämän tyyppiset fontit edustavat omaperäisyyttä sekä ystävällisyyttä.

Taulukko 1. Fontit ja niiden luomat mielikuvat (Leiba 2016)



Kuvio 7. The psychology behind type choice (Leiba 2016)

Fonttia valitessa täytyy pitää mielessä muutama asia. Fontin täytyy olla yksinkertainen. Tällöin fontti on helpompi toistaa ja tuottaa erilaisiin tuotteisiin sekä eri pinoihin. Yksinkertaista fonttia on myös helppo suurentaa sekä pienentää. Kilpailijoiden fontteja kannattaa myös analysoida. Tarkoituksena on selvittää, ovatko heidän ratkaisunsa viisaita. Fontin valintaan vaikuttaa yrityksen luonne ja kohdeasiakkaat. Lakifirmalla ja hääkaupalla ei voi olla samanlaisia logoja. Fonttia ei kannata myöskään luoda trendien pohjalta, koska trendit ovat ohimeneviä. Sen sijaan fontissa tulee panostaa siihen, että se tuo esiin yrityksen arvot sekä luonteen. (Leiba, 2016.)

4 Tutkimustulokset

Tässä luvussa perehdytään itse tutkimukseen. Ensimmäisenä kerrotaan, kuinka tutkimus toteutettiin. Tämän jälkeen tarkastellaan jokaisesta alasta esiinnouseita toistuvia seikkoja logojen muodoissa, väreissä sekä muissa visuaalisissa elementeissä. Viimeisenä jokaisen alan useimmin toistuneet yhteneväisyydet yleistetään edustamaan kyseistä alaa ja jokaisen alan toistuvia elementtejä verrataan keskenään.

4.1 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimuksen aineisto kerättiin dokumenteista. Tarkasteltavana oli yrityksiä kymmeneltä eri alalta. Jokaisesta alasta otettiin 50 yrityksen otanta. Otannan valinnassa käytettiin hyödyksi internetistä löytyneitä sijoituslistoja. Jokaisesta alasta etsittiin esim. Top 50 -lista tunnetuimmista, isoimmista, menestyksekkäimmistä tai kalleimmista yrityksistä. Jokaisen yrityksen olemassaolo käytiin myös tarkastamassa yrityksen omilta nettisivuilta. Olemassaolon lisäksi nettisivuilta pystyi tarkistamaan myös aina tuoreimman version yrityksen logosta. Kaikki kerätyt logot löytyvät työn loppuosassa olevasta liitteet-kohdasta.

4.2 Saman alan yritykset

Pankit (liite 1)

Tutkittavina olivat maailman varakkaimmat pankit vuodelta 2018. Käytetyimmät muodot pankkien logoissa oli neliö (12 kpl), ympyrä (11 kpl) sekä abstrakti (6 kpl). Väreinä suosituimmat oli sininen (22 kpl), punainen (19 kpl) sekä vihreä (11 kpl). Tämän lisäksi huomattiin, että logot olivat yleisimmin yksivärisiä. Logot olivat myös yleisesti ottaen hillitysti muotoiltua vaikka erineväisyyksiä logojen ulkonäöissä kyllä esiintyi. Muutamassa logossa esiintyi eläin (Leijona, kotka, hevonen). Kiinalaisilla pankeilla oli usein logona ympyrä, joka esitti kolikkoa ja yrityksen nimi oli kirjoitettu sekä kiinaksi että englanniksi.

Öljy-yhtiöt (liite 2)

Tutkittavina olivat isotuloisimmat öljy-yhtiöt maailmassa. Käytetyimmät muodot logoissa olivat ympyrä (12 kpl), abstrakti (12 kpl) sekä neliö (11 kpl). Väreinä

suosituimmat olivat punainen (26 kpl), sininen (25 kpl) sekä musta (9 kpl). Logoissa oli useita alaan viittaavia teemoja kuten (öljy)tippa, liekki sekä öljypora. Myös eläimiä (lintu, koira, lisko) esiintyi muutamissa logoissa. Useissa logoissa yhdisteltiin kahta tai useampaa eri väriä ja suosituimpana oli sinisen ja punaisen yhdistelmä. Muotoilussa suosittiin abstrakteja, orgaanisia ja muutenkin erityisempiä kuvioita.

Suomalaiset metsäalan yritykset (liite 3)

Tutkittavina olivat suomalaiset metsäalan yritykset, jotka olivat virallisia METO Metsäalan Yrittäjät ry:n jäsenyrityksiä. Käytetyimmät muodot logoissa olivat orgaaninen (26 kpl), ympyrä (7 kpl) sekä pelkkä yrityksen nimi (7 kpl). Väreinä suosituimmat olivat vihreä (37 kpl), ruskea (9 kpl) sekä musta (9 kpl). Lähes poikkeuksetta logot edustivat visuaalisesti alaansa. Logot toivat joko värimaailmallaan (vihreä, ruskea) tai orgaanisilla muotoiluillaan (kuusi, karhu, tammenterho, lintu) mieleen välittömästi metsäalan.

Sähköenergiayritykset (liite 4)

Tutkittavina olivat maailman eniten osinkoa tuottavia sähköenergiayrityksiä. Käytetyimmät muodot logoissa olivat abstrakti (10 kpl), neliö (10 kpl) sekä ympyrä (7 kpl). Väreinä suosituimmat olivat sininen (39 kpl), vihreä (19 kpl) sekä punainen (10 kpl). Havaittavissa oli paljon abstrakteja sekä teräviä kuvioita. Monissa logoissa käytettiin erinäisiä väriyhdistelmiä ja jopa väriskaaloja. Tämän tyyppiset ominaisuudet toivat mieleen sähkön ja virran.

Matkatoimistot (liite 5)

Tutkittavina olivat eniten vuoden aikana myyntiä tehneitä matkatoimistoja. Käytetyimmät muodot logoissa olivat abstrakti (22 kpl), ympyrä (16 kpl) sekä pelkkä yrityksen nimi (6 kpl). Väreinä suosituimmat olivat sininen (31 kpl), punainen (15 kpl) sekä oranssi (11 kpl). Muodoiltaan logot olivat enimmäkseen pyöreitä ja abstrakteja. Logoissa esiintyi myös käyriä, jotka kuvasivat lentoon lähtöä tai ympärilentoa. Myös monia matkustukseen viittaavia logoja esiintyi, kuten lentokone, maapallo sekä matkalaukku.

Luxushotellit (liite 6)

Tutkittavina olivat kysytyimmät luxushotellit. Eli hotelleja tai hotelliketjuja, joista asiakkaat halusivat eniten etsiä majoitusta listauksessa käytetyn vuoden aikana.

Käytetyimmät muodot logoissa olivat pelkkä yrityksen nimi (24 kpl), kirjainyhdistelmä (10 kpl) sekä ympyrä (5 kpl). Väreinä suosituimmat olivat musta (25 kpl), ruskea (9 kpl) sekä harmaa (6 kpl). Logot olivat hyvin hillittyjä. Ne olivat useimmiten yksivärisiä, sävyiltään mustia tai muuten tummia. Muotoilussa suosittiin erityisesti serif-fonteilla kirjoitettuja typografisia logoja, joissa oli joko yrityksen nimi tai nimestä lyhennetty kirjainyhdistelmä. Mikäli logo oli joku kuvio, se edusti hyvin hillittyä muotoilua ja väriltään samaistui lähes aina yrityksen nimen väriytykseen.

Tavalliset hotellit (liite 7)

Tutkittavina olivat parhaat edukkaiksi mielletyt hotellit. Parhuusjärjestystä oltiin mitattu asiakkaiden antamasta palautteesta. Järjestykseen vaikuttavia tekijöitä olivat siisteys, palvelu sekä hotellin muut mukavuudet. Tutkittavana oli kaksi listaa. Toisessa listattiin Pohjois-Amerikan parhaita budjettihotelleja ja toisessa koko maailman. Käytetyimmät muodot logoissa olivat pelkkä yrityksen nimi (16 kpl), orgaaninen (9 kpl) sekä ympyrä (7 kpl). Väreinä suosituimmat olivat sininen (21 kpl), punainen (21 kpl) sekä oranssi (10 kpl). Logot olivat useimmiten yksivärisiä, mutta kirkkaampia kuin luxushotellien logot. Käytetyimpinä väreinä oli sininen ja punainen. Suosituimpana logotyypinä oli pelkkä yrityksen nimi tai simppele logo, kuten aurinko. Monen yrityksen logolla oli myös taustalla väriä ja logo oli muotoiltu muistuttamaan kylttiä. Luultavasti kyseiset logot olivatkin alunperin tienvarsikylttejä, jotka on nykyaikana käännetty suoraan nettiin.

Lentoyhtiöt (liite 8)

Tutkittavina oli maailman parhaiksi äänestetyt lentoyhtiöt. Yhtiöitä oli äänestetty listalle vuosittaisella matkustajakyselyllä ja kyselyyn oli osallistunut lentoyhtiöiden asiakkaita ympäri maailman. Käytetyimmät muodot logoissa olivat orgaaninen (16 kpl), abstrakti (16 kpl) sekä ympyrä (9 kpl). Väreinä suosituimmat olivat sininen (27 kpl), punainen (22 kpl) sekä keltainen (7 kpl). Kuvioinnissa oli monta toistuvaa lentämiseen liittyvää teemaa kuten lentokoneita, peräsiipiä ja lintuja. Monella yhtiöllä nousi myös joko muotoilussa tai väriytyksessä esiin maa, josta yritys on peräisin. Esimerkkeinä yhtiöitä, jotka edustivat väriytyksellään maidensa lippuja oli Qatar Airways (Qatar, violetti), Norwegian (Norja, punainen, sininen, valkoinen) sekä Ethiopian Airlines (Etiopia, vihreä, keltainen, punainen). Toisilla yrityksillä kuten Swiss International Airlines (Sveitsi), Air Canada (Kanada) ja South African Airways (Etelä-

Afrikan Tasavalta), logoissa esiintyi täysin kyseisten maiden lippu. Toki hieman erilailta muotoiltuna kuin alkuperäinen lippu.

Rakennusyhtiöt (liite 9)

Tutkittavina olivat maailman isoimmat kansainväliset rakennusyhtiöt. Listalle päätyivät ne yhtiöt, joilla oli listattuna vuonna eniten tuloja kotimaansa ulkopuolella tapahtuneista urakoista. Käytetyimmät muodot logoissa olivat abstrakti (13 kpl), ympyrä (12 kpl) sekä neliö (7 kpl). Väreinä suosituimmat olivat sininen (35 kpl), punainen (15 kpl) sekä keltainen (8 kpl). Rakennusyhtiöiden logojen keskuudessa esiintyi kaikkein eniten eriävaiisyyksia. Pääväreinä toimi useimmiten sininen ja hyvänä kakkosena tuli punainen. Logona oli monella yrityksellä mitä erikoisempia kuvioita, mutta mitään toistuvuutta ei muodoissa ollut havaittavissa. Yrityksen nimi oli usein kokonaan kirjoitettuna isolla.

Lääkeyhtiöt (liite 10)

Tutkittavina olivat lääkeyhtiöt, joilla oli suurimmat myyntitulot koko maailmassa vuonna 2017. Käytetyimmät muodot logoissa olivat abstrakti (13 kpl), ympyrä (12 kpl) sekä neliö (9 kpl). Väreinä suosituimmat olivat sininen (31 kpl), punainen (11 kpl) sekä vihreä (10 kpl). Väreinä oli useimmiten joko pelkkä sininen tai yhdistelmä, jossa sininen liittyy skaalassa seuraaviin sävyihin, kuten turkoosi ja vihreä tai violetti ja punainen. Muotoilupuoolella oli runsaasti abstrakteja kuvia, mutta pääpiirteittäin esille nousi seikka, että logoissa suosittiin paljon enemmän pyöreitä kuin kulmikkaita muotoja.

4.3 Eri alojen eroavaisuudet

Värien puolesta pankit ovat yleisesti yksivärisiä ja värinä on joko tumman sininen, punainen tai vihreä. Öljyalan logoissa löytyi useimmiten nämä samat värit, mutta öljyalalla logoissa oli kuitenkin enemmän useampien värien yhdistelyä. Suomalaiset metsäalan yrityksen luottivat metsien väriin, ja näin ollen värit olivatkin lähes poikkeuksetta vihreä ja ruskea. Sähköalalla alkoi löytyä todella monivärisiä logoja. Nämä logot väreineen edustivat luultavimmin sähkövirtaa ja asioiden henkiinheräämistä virtojen syttymisen seurauksena. Matkatoimistojen logoissa

sininen ja punainen dominoivat myös tilastoja, mutta myös iloisempia ja kirkkaampia värejä, kuten oranssi ja vaaleansininen löytyi hyvin joukosta.

Luxushotelleissa värijakauma oli täysin selvä. Värit olivat musta, tumman sininen, tumman harmaa tai kullanuskea. Kyseisistä väreistä oikein huokui ylellisyys ja tyylikkyys. Tavallisilla hotelleilla taas olikin enemmän ilotulitusta värejen kanssa. Parhaiten edustettuna olivat sininen ja punainen, mutta lähes jokaista muutakin väriä löytyi hyvin sekoitettuna joukkoon. Lentoyhtiöiden logot olivat myös sini- ja punavoittoisia väritykseltään, mutta joukosta löytyi myös huomattava seikka verrattuna muihin aloihin. Todella moni yritys pyrki väreillä näyttämään kansallisuutensa, ja näin ollen monen yrityksen logo oli yhteneväinen kyseisen yrityksen kotimaan lippuun. Rakennusalalla edusti eniten sininen väri, ja monessa logossa sinistä yhdisteltiin punaisen, mustan tai harmaan värin kanssa. Lääkealan yrityksessä oli myös sininen yleisin väri, mutta verrattuna muihin aloihin lääkealalla sininen oli usein nimenomaan vaaleansininen. Useassa logossa sinistä myös yhdisteltiin eri vihreiden sävyjen kanssa.

Pankkien logot olivat hyvin yksinkertaisia muodoltaan. Moni luotti ihan vain yksiväriseen ympyrään tai neliöön, jonka vieressä tai alapuolella luki pankin nimi. Öljy-yhtiöillä panostettiin enemmän abstraktimpaan ja muutenkin monipuolisempaan muotoiluun. Monissa logoissa esiintyi myös alaan liittyviä muotoja, kuten öljytippa sekä liekki. Suomalaisissa metsäalan yrityksissä linja oli hyvin selkeä. Joko logossa oli kuusia, tammenterhoja tai karhuja tai vähintään muoto oli muuten orgaaninen. Sähköalalla perinteisten muotoilujen rinnalle nousi paljon teräväkulmaisia muotoja sekä kuvioita, jotka muodostivat pyörivän, säkenöivän tai virtaavan liikkeen. Matkatoimistot toivat logoissaan hyvin esille liikkuvuuden. Tästä kertoi monet logot, jossa esiintyi yrityksen nimen läpikiitäviä käyriä sekä nimeä ympäröiviä rinkuloita. Tämän tyyppiset muodot indikoivat lentämisestä ja maapallon kiertämisestä. Myös monet maapallot sekä lentokoneet esiintyivät kyseisen alan logoissa.

Luxushotellit pitivät linjansa yksinkertaisen tyylikkäänä. Logo koostui useimmiten pelkästä yrityksen nimestä, joka oli kirjoitettu serif- tai script-fontilla. Jos yrityksellä taas oli kuvio, se oli yleisimmin hotellin nimikirjaimet, jotka oli tyyllitelty hieman erilailla kuin hotellin koko nimi. Tavallisilla hotelleilla oli myös useiten logona

yrittäjien nimi, mutta fontteja käytettiin kyllä laidasta laitaan. Varsinkin amerikkalaisilla inn-tyyppisillä hotelliketjuilla oli myös tapana pitää logonsa kylttimäisen muotoisina.

Lentäminen oli toistuva teema lähes jokaisessa lentoyhtiön logossa. Siitä kertoi yleisimmin lentokoneen peräsiipi, lintu tai muu kuvio, joka esitti liikkuvaa objektia. Moni yhtiö käytti myös kursivointia nimessään. Rakennusalan logojen muodoista ei juurikaan löytynyt mitään yleistettävää. Logoja oli laidasta laitaan erimuotoisia, ja jos logot näkisi ensimmäistä kertaa tietämättä kyseisiä yrityksiä, olisi logot haastellista osata yhdistää juuri rakennusalaan. Yhtenä teemana kuitenkin näkyi, että logot, joissa oli useampi palanen, näyttivät siltä kuin ne olisivat kiinnittymässä toisiinsa. Lääkeyhtiöt suosivat logoissaan huomattavasti enemmän pyöreitä muotoja kuin kulmikkaita. Muodot eivät välttämättä aina olleet täydellisiä ympyröitä, mutta pehmeitä muotoja kuitenkin.

4.4 Stereotyyppinen logo

Edellisissä luvuissa käsiteltiin sekä yhteneväisyyksiä saman alan logojen kesken että vertailtiin, mitä eroja alojen välillä havaittiin. Nämä tiedot yhdistettynä tutkittuihin logoihin sekä teoriaan auttavat luomaan stereotyyppisimmän logon edustamaan jokaista alaa. Taulukosta 2 näkyy tulosten perusteella luodut logot.

Yritys	Stereotyyppisen logon ominaisuudet
Pankki	Yksinkertainen logo. Neliö tai ympyrä. Kuvion sisällä mahdollisesti lyhennys pankin nimestä. Pankin koko nimi kuvion vieressä. Väriyksenä kuviossa tumman sininen, tai punainen ja pankin nimi mustalla.
Öljy-yhtiö	Väriykseltä joko tumman sininen tai punainen tai näiden yhdistelmä. Logona öljytippa tai liekki ja perässä yrityksen nimi.
Suomalainen metsäalan yritys	Logosta löytyy kuusia sekä yrityksen nimi. Väreinä vihreä sekä ruskea.
Sähköenergiayritys	Yrityksen nimi on kirjattu sinisellä. Logossa on sinisen lisäksi yhdistettynä myös monia muita värejä. Logon muotoilu on

	joko teräväkulmainen tai abstrakti ja kuvio esittää sähkövir- taa tai välähdystä.
Matkatoimisto	Muotoilusta huokuu lentoon lähtö. Logossa lentokone lentää yrityksen nimen poikki nousukiitoisesti. Päävärinä sinisen eri sävyt ja siihen yhdistettynä oranssi. Fontti on kursivoitu liik- kuvan tunnelman maksimoimiseksi.
Luxushotelli	Hotellin nimen alkukirjain on isolla keskitettynä ylös ja tämän alapuolella on koko hotellin nimi. Väri on musta ja fonttina on käytetty Serif-tyylistä fonttia.
Tavallinen hotelli	Yrityksen nimi näkyy logossa todella isona. Värinä on silmi- inpistävän punainen. Taatakseen kotoisan majapaikan tun- nelman on mahdollinen kuvio logossa joko lämpimästi väritetty aurinko tai katto yrityksen nimen päällä.
Lentoyhtiö	Väritys riippuu yhtiön kansallisuudesta. Värien teemana kui- tenkin kotimaan lippu. Logona lentokoneen peräsiipi, jossa esiintyy sama kuvio kuin kotimaan lipussa tai jokin muu kyseiseen maahan viittaava asia.
Rakennusyhtiö	Logo on eri paikoista ja pinnoista helposti huomattavissa. Kuvio on abstrakti joka esittää jollakin tapaa toisiinsa kiinnittyviä palasia. Tämä luo mielukuvan rakentamisesta ja valmistuvasta kokonaisuudesta. Kuvion vieressä mahdollisim- man jämäkkä ja lyhyt yrityksen nimi tai lyhenne. Yrityksen nimi kirjoitettuna kokonaan isolla. Värinä sininen.
Lääkeyhtiö	Logoissa värimaailma joka tuo mieleen steriilin puhtauden ja muutenkin parantumisen. Väreinä siis vaalean sinisen ja vihreän yhdistelmä. Kuvio on muodoltaan pehmeä ja pyöreähkö ja se ympäröi sisäänsä yrityksen nimen.

Taulukko 2. Stereotyyppiset logot

5 Johtopäätökset

Tässä luvussa käydään läpi tutkimustuloksia, joiden tarkoituksena on ratkaista tutkimusongelma. Tutkimusongelma oli

Saman alan logojen yhteneväisyys

Kyseinen tutkimusongelma synnytti kaksi kappaletta tutkimuskysymyksiä, jotka olivat

Mitä samankaltaisuuksia saman alan yritysten logoissa on?

Mitä eroavaisuuksia eri alojen logojen välillä on?

Tämän tutkimuksen keskeinen tarkoitus oli selvittää tiettyjen alojen logojen ominaisuuksia, jotka toistuvat useammassa logossa. Toistuvia ominaisuuksia etsittiin logojen väreistä, muodoista sekä fonteista. Toistuvia ominaisuuksia löytämällä saatiin selville yhteneväisyys alan logojen kesken. Tämän jälkeen jokaisen alan yhteneväisyyksiä verrattiin keskenään. Näin saatiin selville, että kyseinen toistuva ominaisuus tosiaan tapahtui vain tietyn alan kesken eikä kyseessä ollut yleinen piirre, joka toistui jokaisella alalla.

Tutkimustuloksista kävi ilmi, että yleisesti suosituin väri logoissa oli ehdottomasti sininen. Värien käyttö kuitenkin vaihteli alasta riippuen. Yhdellä alalla käytettiin sinistä yksinään päävärinä. Toisessa alassa sinistä taas yhdisteltiin punaiseen ja toisessa vihreään. Yksi ala taas käytti mielummin vaaleansinistä tumman sijaan. Kuitenkaan sama kaava ei pätenyt jokaisella alalla. Löytyi myös aloja, jossa käytetyin väri oli esimerkiksi vihreä, punainen tai musta.

Muotojen puolesta yleisesti suosituimmat muodot olivat ympyrä sekä neliö. Se mikä erotti alat toisistaan, oli se, mitä he loivat näistä perusmuodoista. Ympyrä saatettiin tehdä muistuttamaan kolikkoa, aurinkoa tai vaikkapa puun kantoa. Ympyrä saattoi olla itsessään yrityksen logo tai se saattoi ympäröidä logon, yrityksen alkukirjaimen tai vaikkapa koko nimen. Neliö antoi myös monia mahdollisuuksia eri variaatioihin. Logon neliö saattoi olla suorassa tai vinossa. Neliö saattoi muodostua useasta eri palasta. Neliö saatettiin myös muuttaa nelikulmioksi, mikä mahdollisti esimerkiksi kyltin, kehyksien tai lentokoneen peräsiiven esittämisen. Joillakin aloilla sai myös huomata, että niin sanottujen perusmuotojen (ympyrä, neliö, kolmio) lisäksi yritykset käyttivät paljon abstrakteja sekä orgaanisia muotoja. Tällöin logot saattoivat esittää

vaikkapa jotain eläintä, kasvia tai lentokonetta. Tämän tyyppinen muotoilu auttaa logon katsojaa luomaan välittömästi käsityksen siitä, minkä alan yrityksestä on kyse.

Fontit näyttivät olevan myös tärkeitä, sillä harvassa olivat ne yritykset, joiden logossa ei olisi ollut yrityksen nimeä. Sitä vastoin taas typografisia logoja, joissa oli pelkkä yrityksen nimi kirjoitettuna, esiintyi runsaasti. Fonttien tarkka tutkiminen jäi kuitenkin hieman vähemmälle, sillä fontteja on todella suuri määrä, joten näillä resursseilla olisi ollut mahdotonta löytää jokaikisesta logosta silmämääräisesti siinä käytetty fontti vertaamalla sitä fonttistoloihin. Näin ollen fontit jäivät merkitsemättä tutkimustuloksissa. Toisaalta jostain aloista löytyi helposti huomattavissa olevia toistuvia seikkoja fonttien käytössä. Näitä olivat tiettyntyyllisen fontin suosiminen, yrityksen nimi kokonaan kirjoitettuna isolla tai kursivoinnin käyttäminen fontissa.

Näin ollen tutkimustuloksista voidaan tehdä johtopäätös, jonka mukaan on kuin onkin piirteitä, joilla jokaisen alan yritykset sekä tuovat edustamansa alansa esiin, jotta erottuvat muiden alojen logoista. Erottuvuutta ei luo pelkkä väri, muoto tai fontti. Erottuvuuden luo tietty tyyli, jolla jokaisen alan yritykset yhdistelevät näitä kaikkia ominaisuuksia ja luovat sillä oman näköisensä kokonaisuuden.

6 Pohdinta

Työn tavoitteena oli selvittää onko tiettyjen alojen logoilla olemassa yhdistäviä tekijöitä. Mikäli yhdistäviä ominaisuuksia löytyisi, tulisi tämän lisäksi selvittää myös miten eri alojen logot eroavat toisistaan.

Tutkimuksen onnistuminen

Tutkimus onnistui siinä mielessä hyvin, että ongelmaan löytyi ratkaisu. Kun sain tämän aiheen olin aluksi todella skeptinen. Ajattelin mielessäni, että opinnäytetyöstä tulee epäonnistunut, mikäli saman alan logojen välillä ei esiinny yhteneväisyyksiä. Kuitenkin logoja kerätessä alkoi heti huomaamaan, että monia samankaltaisia logoja tosiaan näkyi. Kun vielä oli tutustunut alan teoriaan, alkoi huomaamaan yhteneväisyyksiä, jota ilman teorian tuntemusta ei olisi hoksannutkaan. Voidaan siis sanoa, että työtä tehdessä tuli opittua paljon uutta sekä opinnäytetyön tekemisestä, että visuaalisesta markkinoinnista ja logoista yleisesti.

Opinnäytetyön aihe selvisi jo toukokuussa 2017. Kuitenkin erinäiset koulu- ja työkiireet sekä muutot paikkakunnilta toiselle jättivät työn pitkäksi aikaa taka-alalle. Tämän takia työn todellinen aloitus venyi tammikuulle 2018. Työ valmistui huhtikuussa 2018.

Yrityksiä ja logoja oli internet pullollaan, joten itse tutkimuksen teko oli todella sujuvaa. Päänvaivaa aiheutti enemmänkin teoriapuoli. Suomeksi alasta ei löytynyt kirjallisuutta lainkaan ja englanninkielisetkin kirjat täytyi erikseen tilata ulkomailta kirjastoon. Internetissä tekstiä aiheesta toki riitti, joten tässä työssä teoria painottuukin siksi enemmän verkkolähteisiin.

Luotettavuus

Kuten Kananen (2014, 146–147) sanoo tutkimustulosten hyvyyden määrittelevät luotettavuuskäsitteet eli reliabiliteetti ja valideetti. Tutkimuksessa luotettavuutta toi firmojen validiuden tarkistaminen. Jokainen listoista otettu yritys käytiin tarkistamassa yrityksen nettisivuilta. Täten saatiin tieto kolmesta asiasta: Onko yritys yhä toiminnassa, minkälainen on heidän uusin päivitetty versio logosta ja onko yritys varmasti täysin tutkittavan alan yritys vai onko kyseessä laajempi yritys, joka toimii monella alalla. Tämänäntyyppiset monialaiset yhtiöt pyrittiin pitämään tutkimuksen ulkopuolella. Tietyn alan yritykset kerättiin siis valmiista listoista, joten satunnaisuutta ei päässyt tapahtumaan yritysten valinnoissa. Ainoastaan tilanteet missä listalla oli liian vähäinen määrä yrityksiä tai listalla ollut yritys ei vastannut täysin haluttua alaa, jouduttiin turvautumaan Googlen apuun. Tämänäntyyppiset tilanteet olivat kuitenkin harvassa ja vain muutama yritys jouduttiin hakemaan listojen ulkopuolelta.

Palaute teoriaan

Teoriaa löytyi verkosta kattavasti logojen historiasta ja visuaalisen ilmeen vaikutuksista logojen erilaisiin analysointeihin. Jälkimmäinen aihe olikin ainoa asia mistä täytyy antaa negatiivista palautetta. Koska logot vaikuttavat eritavalla erilaisiin ihmisiin, on myös ominaisuuksien tutkijoiden näkemykset välillä erilaisia. Logojen muotojen, värien ja fonttien analysointi ei ole kuin matematiikka. Ei ole vain yhtä totuutta. Tästä syystä teoriaa lukiessa meni välillä hieman sekaisin, koska vastaan saattoi tulla tilanteita, jossa toinen kirjoittaja kertoo logon sinisen värin edustavan tiettyä asiaa ja toinen kirjoittaja taas saattoi sanoa saman värin edustavan jotain

aivan muuta. Lopulta täytyi vaan päätyä ottamaan väriteoria vain yhdeltä sivulta koska niin monen värin kohdalla törmäsi teorioihin, jotka välillä täydensivät toisiaan, mutta välillä saattoivat myös täysin kumota toisensa.

Myös logojen muodot tuottivat päänvaivaa. Alunperin tarkoitus oli luokitella logot ympyröihin, neliöihin ja kolmioihin. Kun logoja alkoi sitten tutkimaan, huomasi äkkiä että eihän jokainen logo millään sovi välttämättä näihin kategorioihin. Tästä alkoi sitten repertuaarin laajennus. Mukaan tuli niin teräväkulmaista, abstraktia kuin orgaanisiakin muotoja. Mitä enemmän uusia muotoja löysi, sitä hankalampaa tuli myös logojen lokeroimisesta. Esimerkkinä kuvio, jonka kehys oli neliö ja neliön sisällä oli sekä ympyrä, että eläimen kuva. Tämä logo siis sopisi periaatteessa kolmeen eri kategoriaan. Välillä olikin pakko luokitteluissa laittaa logolle useampi kuin yksi muoto. Myös esimerkiksi orgaanisesta logosta kerrottiin, että logon tulee esittää asiaa, joka kuuluu luontoon tai joka voi löytyä mahdollisesti luonnosta. Toisaalta taas kerrottiin, että orgaaninen logo on luonnollisen muotoinen ja abstrakti on epäluonnollisen muotoinen. Abstraktillakin muotoilulla voi kuitenkin luoda asioita jotka, kuuluvat luontoon, mutta eri tyylillä. Tämän tyyppiset ristiriidat teoriassa vaikeuttivat tutkimista, koska muotoilu on vielä suhteellisen vieras asia kirjoittajalle. Monta kertaa pitikin näiden luontoon kuuluvien logon kohdalla miettiä ja tehdä vaihtoksia kategoriaan, johon logon lopulta lajittelee.

Jatkotutkimusaiheet

Tutkimustulokset antoivat aiheita jatkotutkimuksille käyttämällä esimerkiksi luvussa 4.4 ilmeneviä, tuloksista saatuja stereotyyppisiä logoja. Jatkotutkimuksessa voisi paneutua yhä tarkemmin teoriaan ja selvittää todella juurta jaksuen värien, muotojen ja fonttien tarkoitus. Tarkemmilla tiedoilla pystyisi varmemmin analysoimaan sitä, miksi tietty ala käyttää tiettyjä ominaisuuksia. Tietoja pystyisi myös keräämään logojen suunnittelijoilta ja suunnittelutoimistoilta. Heille voisi esittää tässä työssä tehdyt yleistykset ja kysyä mitä mieltä he ovat asiasta. Toinen mahdollinen jatkotutkimus stereotyyppisyyttä koskien olisi haastattelu. Jokaisen alan stereotyyppisten perusteella luotaisiin kymmenen tekaistua logoa. Näitä sitten näytettäisiin ihmisille ja pyydettäisiin yhdistämään logo tiettyyn alaan. Mikäli ihmiset osaisivat yhdistää tietyn logon tiettyyn alaan saataisiin varmistus siitä, viestiikö kyseiset visuaaliset ominaisuudet logosta ihmisille juuri oikean sanoman.

Lähteet

Airey, D. 2010. Logo design love: a guide to creating iconic brand identities. Berkeley, CA: New Riders.

Arnheim, R. 1969. Visual thinking. uud. p. 2006. Berkeley, CA: University of California Press.

Bradford, K. 2015. Importance of a Brand's Visual Identity When Building a Customer Base. Blogiteksti LinkedInissä. Viitattu 5.4.2018. <https://www.linkedin.com/pulse/importance-brands-visual-identity-when-building-base-ken-bradford/>.

Bradley, S. 2010. The Meaning of Shapes: Developing Visual Grammar. Blogiteksti Vaseo Designin sivustolla. Viitattu 1.4.2018 <https://vaseodesign.com/web-design/visual-grammar-shapes/>.

Color Meaning. N.d. Color Wheel Pro. Viitattu 16.4.2018. <http://color-wheel-pro.com/color-meaning.html>.

Christie, M. 2017. The psychology of logo shapes: A designer's guide. Blogiteksti Creative blog sivustolla. Viitattu 27.3.2018. <https://www.creativebloq.com/logo-design/psychology-logo-shapes-8133918>.

Gareth, H. 2012. 5 key aspects of visual brand identity. Blogiteksti Wavessa. Viitattu 7.4.2018. <https://blog.waveapps.com/visual-brand-identity-design/>.

Drew, J. & Meyer, S. 2006. Colour management for logos: a comprehensive guide for graphic designers. Hove: Rotovision.

Klanten, R., Müller, N., Popov, G. & Sinozfk, A. 2014. Los Logos: No 7. Berlin: Gestalten.

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Kel, H. 2017. 50 Logo Fonts Every Designer Should Know About. Blogikirjoitus Designhillin sivuilla. Viitattu 6.4.2018. <https://www.designhill.com/design-blog/50-logo-fonts-every-designer-should-know-about/>.

Kirby, R. 2010. Why Your Company Need a Professional Looking Logo. Artikkelii Mplans sivustolla. Viitattu 14.4.2018. <https://www.mplans.com/articles/why-your-company-needs-a-professional-looking-logo/>.

Leiba, D. 2016. How to Choose a Font for Your Logo. Blogiteksti Logasterin sivustolla. Viitattu 14.4.2018. <https://www.logaster.com/blog/how-to-choose-font-for-logo/>.

Müller, J. 2015. Logo Modernism. Köln: Taschen.

Natsha, Y. 2015. Corporate identity: What is it and why is it so important? Blogiteksti Studio Azuran sivuilla. <https://studioazura.com/corporate-identity/>.

Simmons, C., Belonax, T. & Earhart, K. 2006. Color harmony logos: more than 1,000 colorways for logos that work. Beverly, MA: Rockport.

Stribley, M. N.d. 12 Simple Strategies All Memorable Brands Use To Leave a Lasting Impression. Canva. Viitattu 31.3.2018. <https://www.canva.com/learn/brand-strategy/>.




Sukhraj, R. 2017. The Psychological meaning of Shapes in Logo Design. Blogiteksti IMPACTin sivustolla. Viitattu 10.4.2018. <https://www.impactbnd.com/blog/psychological-meaning-of-shapes-in-logos>.

Wiedeman, J. 2015 Logo Design. Köln: Taschen.

The meaning of logo shapes. 2017. Blogiteksti 99designsin sivustolla. Viitattu 13.4.2018. <https://99designs.com/blog/tips/logo-shapes/>.









Liitteet

Liite 1. Pankit









Yritys	Logo	Muoto/Kuvio	Väri
Industrial & Commercial Bank of China		Ympyrä/Kolikko	Punainen
China Construction Bank		Ympyrä, C-kirjain/Kaksi kolikkoa päällekkäin	Sininen
Agricultural Bank of China		Ympyrä	Vihreä
Bank of China		Ympyrä/Kolikko	Punainen
BNP Paribas		Neliö/Tähtiä	Vihreä
JPMorgan Chase Bank		Kahdeksankulmio	Sininen
China Development Bank		Neliö	Punainen, ruskea

Japan Post Bank		JP-kirjaimet	Vihreä
The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ		Yhdistyvät ympyrät	Punainen
Wells Fargo Bank		Neliö	Punainen, keltainen
Bank of America		Viivoista muodostuva Yhdysvaltojen lippu	Punainen, sininen
Deutsche Bank		Neliö	Sininen
Sumitomo Mitsui Banking Corporation		Nelikulmioista muodostuva ylämäki	Vihreä
Crédit Agricole		Käyrä/CA alleviivattuna	Sininen, vihreä, punainen
Barclays Bank		Orgaaninen/Kotka	Sininen








Mizuho Bank		Käyrä/Yrityksen nimi alleviivat- tuna	Sininen, punainen
Société Générale		Neliö	Musta, punainen
Banco San- tander		Soikio/Liekki joka edustaa myös S-kirjainta	Punainen
Citibank		Käyrä/Yrityksen nimi	Sininen, punainen
Groupe BPCE		Spiraali	Violetti
Bank of Commu- nications		B ja C kirjain, Ympyrä	Sininen
Postal Sa- vings Bank of China		Abstrakti	Vihreä
Lloyds Bank		Orgaaninen/He- vonen	Musta, vihreä
HSBC Bank		Kuusikulmio	Punainen










The Toronto-Dominion Bank		Neliö/TD kirjaimet	Vihreä
The Royal Bank of Scotland		Abstrakti	Sininen
Australia and New Zealand Banking Group		Abstrakti	Sininen
The Norinchukin Bank	農林中央金庫 The Norinchukin Bank	Yrityksen nimi	Musta
Royal Bank of Canada		Vaakuna/Leijona, jolla maapallo kädessä	Sininen, keltainen
UBS		Abstrakti/Kolme avainta	Musta, punainen
UniCredit S.p.A.		Ympyrä	Punainen, musta
ING Bank NV		Orgaaninen/Leijona	Oranssi, Sininen
Industrial Bank Co., Ltd		Spiraali	Sininen








China Merchants Bank		Ympyrä, jonka sisällä M-kirjain	Punainen
China Citic Bank		Ympyrä, joka muodostaa sanan CITIC	Punainen, sininen
China Minsheng Banking		Abstrakti kuvio, joka muodostaa S-kirjaimen	Sininen, vihreä
Shanghai Pudong Development Bank		Pd-kirjaimet	Sininen
Credit Suisse		Abstrakti	Sininen
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria		Nelikulmio	Sininen
Intesa Sanpaolo		Neliö	Vihreä, oranssi
Commonwealth Bank of Australia		Neliö	Keltainen, musta
Scotiabank		Ympyrä/S-kirjan, jonka keskellä maapallo	Punainen

Danske Bank		Nelikulmio/Yrityksen nimi	Sininen, valkoinen
Rabobank		Ympyrä/Ihminen ja kompassi	Sininen, oranssi
Westpac Banking Group		Kolmesta kuvioista muodostuva W-kirjain	Punainen, musta
Nordea Bank AB		Abstrakti	Sininen
Standard Chartered Bank		Spiraali	Vihreä
The Agricultural Development Bank of China		Kolmio	Ruskea
National Australia Bank		Teräväkulmainen/Tähti	Punainen, musta
DZ Bank		Nelikulmio	Sininen, oranssi











Liite 2. Öljy-yhtiöt

Yritys	Logo	Muoto	Väri
Saudi Aramco	أرامكو السعودية saudi aramco 	Neliö/Tähti	Sininen, vihreä
Sinopec	 SINOPEC	Ympyrä	Punainen
China National Petroleum Corporation	 CNPC	Orgaaninen/Au- ringonnousu	Punainen, keltainen
Qatar Petroleum	قطر للبترول Qatar Petroleum 	Abstrakti/Tippa	Sininen
ExxonMobil	ExxonMobil	Yrityksen nimi	Punainen
Shell		Orgaaninen/Simpukka	Keltainen, punainen
Kuwait Petroleum Corporation	 مؤسسة البترول الكويتية Kuwait Petroleum Corporation	Ympyrä	Musta, punainen
BP	bp 	Orgaaninen/Au- ringonkukka	Vihreä, keltainen

Total		Abstrakti	Sininen, punainen, oranssi
Lukoil		Neliö/LUK	Punainen
Eni		Neliö/Kuusijalkainen koira	Keltainen, musta, punainen
Valero Energy		Käyrä	Sininen, keltainen
Petrobras		Neliö/BR	Vihreä, keltainen
Chevron Corporation		Teräväkulmainen kuvio	Sininen, punainen
PVDSA		Teräväkulmainen kuvio, ympyrä	Punainen
Pemex		Vaakasuoria viivoja/Tippa, lintu	Punainen, vihreä
National Iranian Oil Company		Abstrakti/Soihtu	Sininen, punainen

Marathon Petroleum Corporation		Orgaaninen	Punainen, sininen
PTT Public Company Limited		Abstrakti sekä ympyrä/Tippa	Punainen, sininen, vaalean sininen
Rosneft		Pystysuoria viivoja	Musta, keltainen
JXTG Holdings		Yrityksen nimi	Harmaa, vaalean sininen
Abu Dhabi National Oil Company		Neliö/Lintu	Sininen
Statoil		Teräväkulmainen/Tähti	Violetti
Indian Oil Corporation Limited		Ympyrä/Yrityksen nimi	Oranssi, sininen
Sonatrach		Neliö/Yrityksen nimi ja nimikirjaimet	Oranssi, musta

Reliance Industries Limited	 The logo for Reliance Industries Limited features a stylized flame or drop shape in gold above the word "Reliance" in a large, bold, serif font, with "Industries Limited" in a smaller, sans-serif font below it.	Abstrakti Ympyrä	Ruskea
Pertamina	 The logo for Pertamina consists of a stylized, abstract shape composed of three overlapping geometric forms in blue, red, and green, with the word "PERTAMINA" in bold, black, uppercase letters below it.	Abstrakti	Sininen, punainen, vihreä
ConocoPhillips	 The logo for ConocoPhillips features a stylized red and white shape above the word "ConocoPhillips" in a bold, sans-serif font.	Yrityksen nimi	Musta, punainen
Enterprise Products Partners L.P.	 The logo for Enterprise Products Partners L.P. features a stylized blue and white shape above the text "Enterprise Products Partners L.P." in a sans-serif font.	Neliö	Sininen
Repsol	 The logo for Repsol features a stylized orange and red shape above the word "REPSOL" in bold, blue, uppercase letters.	Soikio	Oranssi, sininen, punainen
Centrica	 The logo for Centrica features the word "centrica" in a bold, blue, lowercase sans-serif font.	Yrityksen nimi	Sininen
Bharat Petroleum	 The logo for Bharat Petroleum features a stylized blue and yellow shape above the text "Bharat Petroleum" in a bold, blue, sans-serif font.	Nelikulmio, Ympyrä	Sininen, keltainen
OMV Group	 The logo for OMV Group features a stylized blue and white shape above the word "OMV" in a bold, black, sans-serif font.	Ympyrä, neliö ja kolmio joista muodostuu OMV	Sininen

GS Caltex		Abstrakti G-kirjain	Sininen, vihreä, oranssi
SOCAR		Abstrakti liekki	Sininen, punainen, vihreä
Idemitsu Kosan		Soikio, vaakasuoria viivoja	Punainen
Hindustan Petroleum Corporation Limited		Nelikulmio, Ympyrä	Sininen, punainen
Schlumberger		Yrityksen nimi	Sininen
Suncor Energy		Käyrä/Yrityksen nimi	Sininen, oranssi
Hellenic Petroleum		Ympyrä	Sininen
Motor Oil (Hellas)		Orgaaninen/Tippa	Sininen, punainen
Ecopetrol		Orgaaninen/Lisko	Vihreä, keltainen
CEPSA		Abstrakti	Punainen









Phillips 66		Teräväkulmainen	Punainen, musta
Gazprom		Abstrakti	Sininen
ONGC		Neliö/ Ympyrä	Punainen
Occidental Petroleum Corporation		Abstrakti	Sininen, punainen
EOG Resources		Abstrakti Liekki	Musta, punainen
Anadarko Petroleum Corporation		Teräväkulmainen/Öljypora	Sininen
Devon Energy		Vaakasuorat viivat	Punainen









Liite 3. Suomalaiset metsäalan yritykset

Yritys	Logo	Muoto/Kuvio	Väri
ATCoWork Oy		Yrityksen nimi	Punainen, musta
Allforest Ab Oy		Teräväkulmainen kuvio/A-kirjain	Vihreä
CareliaForest Oy		Soikio/Kuusia, talo	Vihreä, ruskea
Haveforest Oy		Neliö jonka sisällä kaksi ympyrää	Vihreä, keltainen
Innofor Oy		Orgaaninen	Vihreä
Valkealahden Metsäpalvelu		Nelikulmio, jonka sisällä 2 kuusta	Vihreä, oranssi
Konetyö Metsä Ky		Orgaaninen	Vihreä
Kultainen Kuusi		Orgaaninen	Ruskea
Kutajoen Metsärengit Ky		Abstrakti	Musta, vihreä

Lapin Metsäpalvelut Oy		Orgaaninen	Vihreä, ruskea
Massbybacka		Nelikulmio/Tammenlehti	Vihreä
Metsäalan Ammatti- palvelut		Yrityksen nimi	Valkoinen
Metsäkassu		Yrityksen nimi	Valkoinen
Metsäkontio		Ympyrä/Karhu	Musta, vihreä
Metsän tähden Tiimi Oy		Orgaaninen	Vihreä
Metsänhoito Koivuniemi		Orgaaninen	Vihreä, harmaa
Metsänparannus- palvelut Sep- pääkoski Ky		Orgaaninen	Mustavalkoinen
Metsäpalvelu Eero Anttila		Orgaaninen	Vihreä
Metsäpalvelu J. Hirvonen		Orgaaninen	Vihreä

Metsäpalvelu Jukka Heiskanen		Ympyrä	Vihreä
Metsäpalvelu Puupäällikkö		Ympyrä	Vihreä, musta
Metsäpalvelu T. Rantala		Orgaaninen	Musta
Metsäpalvelu Taikatyö		Abstrakti	Vihreä, musta
Metsäpalvelu Tammi		Orgaaninen	Vihreä
Metsäpalvelu Turunen Oy		Orgaaninen	Vihreä
Metsäpalvelut T. Gummerus		Ympyrä	Ruskea, vihreä
Metsäpro Oy		Orgaaninen/Pöllö	Vihreä

MetsäSavo Oy	 MetsäSavo Oy Anna metsällesi hyvä elämä	Orgaaninen	Vihreä
Metsäsuunnittelu Hollanti Oy		Ympyrä	Ruskea
Metsätöimistö Kuukkeli Oy	 METSÄTOIMISTO KUUKKELI	Orgaaninen/Kuukkeli	Oranssi
Metsätöimistö Tuomo Nurminen	 METSÄTOIMISTO TUOMO NURMINEN	Orgaaninen	Vihreä
Mikon Metsäpalvelu Oy	 MIKON METSÄPALVELU OY	Orgaaninen	Vihreä
Nordic Fungi		Orgaaninen	Musta
Nurmio Consulting Oy Ab	NURMIO CONSULTING OY AB	Yrityksen nimi	Vihreä
Pasi Aro Oy		Orgaaninen	Harmaa, ruskea, punainen
PJT-Forest Oy	 PJT-FOREST LKV Kiinteistönvälitys- ja arviointipalvelut	Soikio/Yrityksen nimi	Vihreä, musta










KuusiSaari- set		Kolmio, yrityksen nimi	Vihreä, musta
Pohjois-Kar- jalan Arbo- ristipalvelu		Orgaaninen	Vihreä, punai- nen
Puistomet- säpalvelu Oldenburg Oy		Orgaaninen	Vihreä
Punkahar- jun Metsä- palvelu Oy LKV		Ympyrä	Vihreä, sininen
Puunhoito Antti Virkki		Orgaaninen	Ruskea, vihreä, keltainen
Skogssäll- skapet Fin- land Oy Ab / Tilanhoita- jat		Orgaaninen	Vihreä
Suomen MetsätKun- toon		Teräväkulmai- nen/MK- kirjaimet	Vihreä, keltainen
Timoforest Oy		Yrityksen nimi	Sininen, musta




Touran Puuapu		Orgaaninen	Vihreä, ruskea
Tuomiahon Taimisto		Yrityksen nimi	Vihreä, musta
Westsilva		Yrityksen nimi	Vihreä
Metsän Woima Oy		Teräväkulmai- nen/MW- kirjaimet	Harmaa
Metsä-Mul- tia Oy		Orgaaninen	Vihreä
OTSO Met- säpalvelut Oy		Orgaani- nen/Karhu	Violetti


Liite 4. Sähköenergiayritykset






Yritys	Logo	Muoto/Kuvio	Väri
Covanta Energy		Yrityksen nimi	Sininen, vihreä
Spark Energy		Abstrakti	Sininen, keltainen, violetti
PPL Corporation		Teräväkulmainen	Sininen
Southern Company		Kolmio	Punainen, vihreä, sininen
Atlantica Yield plc		Yrityksen nimi	Sininen, vihreä
The AES Corporation		Ympyrä	Sininen, vihreä
Duke Energy		Abstrakti	Sininen, vihreä
Brookfield Infrastructure Partners		Yrityksen nimi	Sininen

Entergy Corp.		Ympyrä	Punainen
Dominion Energy		Vaakasuoria viivoja	Sininen
FirstEnergy Corp		Käyrä/Yrityksen nimi	Musta, sininen
OGE Energy Corp		Yrityksen nimi	Oranssi
Edison International		Neliö/Auringon nousu	Vihreä, keltainen
American Electric Power		Nelikulmio/AEP	Punainen
Hawaiian Electric Industries		Abstrakti	Sininen
Black Hills Corporation		Nelikulmio, vaakasuoria viivoja	Musta, oranssi
Great Plains Energy Incorporated		Nelikulmio	Sininen, vihreä, musta

Pinnacle West Capital Corporation		Neliö, terävä- kulmainen	Sininen
DTE Energy		Abstrakti/Kas- vot ja aurinko	Sininen
Xcel Energy		Spiraali	Punainen
Portland General Electric		Abstrakti	Vihreä, punai- nen, musta, sini- nen
Otter Tail Corpora- tion		Abstrakti	Sininen
NextEra Energy, Inc		Ympyrä, käyrä	Sininen, vihreä
IDACORP, Inc		Nelikulmio	Sininen, vihreä
El Paso Electric		Yrityksen nimi	Sininen
TransAlta Corpora- tion		Yrityksen nimi	Sininen, oranssi

Enel Améri- cas SA		Yrityksen nimi	Punainen, vio- letti, sininen, vihreä
Ormat Technolo- gies Inc		Ympyrä	Punainen
NRG Energy, Inc		Nelikulmio	Violetti, sininen, vihreä, keltai- nen
PG&E Cor- poration		Neliö	Sininen, oranssi
CLECO		Teräväkulmai- nen	Punainen, sini- nen
Empire Dis- trict Electric Company		Abstrakti	Sininen, keltai- nen
Exelon Cor- poration		Abstrakti	Sininen, oranssi, vihreä
TECO Energy Inc		Abstrakti	Sininen, keltai- nen
Avangrid		Orgaaninen	Vihreä, sininen, oranssi

UniSource Energy Services		Käyrä/Yrityksen nimi	Vihreä, sininen
ITC Holdings Corp.		Ympyrä	Sininen
Atlantic Power Corporation		Neliö	Sininen
CEMIG		Yrityksen nimi	Vihreä, keltainen
Dynegy		Neliö	Sininen, oranssi, punainen
Copel		Teräväkulmainen	Oranssi
KEPCO		Ympyrä	Punainen, sininen
Pampa Energía		Yrityksen nimi	Sininen
Ellomay Capital Limited		Yrityksen nimi	Vihreä, harmaa
Calpine Corporation		Abstrakti/C-kirjain	Sininen

Adani Power Limited		Yrityksen nimi	Sininen, violetti
AGL Energy Limited		Abstrakti	Sininen, musta
Alliant Energy		Teräväkulmainen	Sininen, keltainen, oranssi, vihreä
Ameren Corporation		Ympyrä/Auringonnousu	Vihreä, punainen
ATCO Electric		Yrityksen nimi	Musta, sininen

Liite 5. Matkatoimistot



Yritys	Logo	Muoto/Kuvio	Väri
Expedia, Inc.		Käyrä/Yrityksen nimi	Oranssi, ruskea
Booking Holdings		Abstrakti	Musta, Sininen
American Express Global Business Travel		Neliö/Yrityksen nimi	Sininen
Carlson Wagonlit Travel		Abstrakti/Yrityksen nimi	Musta, oranssi
BCD Travel		Ympyrä/Yrityksen nimi	Sininen, keltainen, oranssi, punainen
Hogg Robinson Group		Abstrakti/Yrityksen nimi	Musta, punainen
Flight Centre Travel Group Limited		Abstrakti/Yrityksen nimi, lentokone	Punainen, musta
Travel Leaders Group		Teräväkulmainen	Keltainen, punainen

Webjet		Abstrakti/Len- tokonetta muostuttava tietokonehiiri	Punainen, val- koinen, musta
OneTravel		Yrityksen nimi	Oranssi, musta
CheapOair		Yrityksen nimi, soikio matka- laukku	Sininen, oranssi
AAA Travel		Soikio	Punainen, sini- nen
Corporate Travel Ma- nagement		Abstrakti Mat- kalaukku	Monivärinen
Travel and Transport, Inc.		Ympyrä, jonka ympäröi abst- rakti kaari	Sininen, vihreä
Altour		Yrityksen nimi	Sininen
Direct Tra- vel		Abstrakti/D- kirjain	Punainen, har- maa
World Tra- vel, Inc.		Soikio, vaaka- suoria vii- voja/Auringon- nousu	Sininen, kelainen

Omega World Travel, Inc.		Ympyrä/Lentokone meren yllä	Sininen
FROSCH		Ympyrä/Maapallo	Ruskea, musta
JTB Corporation	 <i>Perfect moments, always</i>	Yrityksen nimi	Punainen, harmaa
Ovation Travel Group		Abstrakti/Paperilennokki	Musta, harmaa
World Travel Holdings	 WORLD TRAVEL HOLDINGS	Nelikulmio/Laiva, palmu, vuori kaupunki	Sininen, vihreä, punainen, oranssi
ATG Travel	 business travel management	Abstrakti ympyrä	Sininen, keltainen
Vision Travel Solutions	 A DIRECT TRAVEL® COMPANY	Yrityksen nimi	Punainen, sininen
Adelman Travel Group		Käyrä/Yrityksen nimi	Sininen
Travizon, Inc.		Käyrä/Yrityksen nimi, lentokone	Sininen
Christopherson Business Travel		Nelikulmio/Yrityksen nimi	Sininen

Cheapcaribbean.com		Yrityksen nimi	Violetti, sininen, keltainen
Worldview Travel		Ympyrä/WT	Musta
CorpTrav		Abstrakti	Sininen, vihreä
H.I.S.		Soikio/Yrityksen nimi	Sininen
TravelStore		Neliö/Pikkolo	Violetti
Valerie Wilson Travel		Ympyrä/Kompassi	Vaalean punainen
Fox World Travel		Abstrakti/Yrityksen nimi, OX kirjaimet muodostavat lentokoneen	Sininen, oranssi
Avoya Travel		Abstrakti	Oranssi, sininen
Professional Travel		Abstrakti/Lentokone	Sininen, musta
Travel Experts		Ympyrä/Maapallo	Violetti, musta

Short's Travel Management		Abstrakti	Sininen
Global Crew Logistics		Abstrakti	Sininen, keltainen
Montrose Travel		Ympyrä/M-kirjain	Sininen
Travel Planners International		Abstrakti/Kompassi	Sininen, punainen
Uniglobe Travel Partners		Yrityksen nimi	Sininen
Balboa Travel Management		Ympyrä/Maapallo	Harmaa, sininen
Atlas Travel		Abstrakti	Violetti
Click Travel		Abstrakti	Harmaa, sininen
CI Azumano Travel		Neliö	Sininen, violetti
The Appointment Group		Ympyrä, abstrakti	Harmaa
GANT Travel Management		Abstrakti	Punainen

Travelgenio		Abstrakti/Len- tokone	Sininen
Opodo		Ovaali	Punainen, oranssi

Liite 6. Luxushotellit

Yritys	Logo	Muoto/Kuvio	Väri
Hilton Hotels & Resorts	 The logo features a stylized blue 'H' inside a circle, with the word 'Hilton' in a large, bold, blue serif font below it, and 'HOTELS & RESORTS' in a smaller, blue, sans-serif font underneath.	Spiraali/H-kirjain	Sininen
Sheraton Hotels & Resorts	 The logo consists of a black 'S' inside a laurel wreath, with the word 'Sheraton' in a large, bold, black serif font below it, and 'HOTELS & RESORTS' in a smaller, black, sans-serif font underneath.	Ympyrä/S-kirjain	Musta
Westin Hotels & Resorts	 The logo features a stylized 'W' inside a circle, with the word 'WESTIN' in a large, bold, black sans-serif font to its right, and 'HOTELS & RESORTS' in a smaller, black, sans-serif font below it.	Ympyrä	Harmaa
Four Seasons Hotels and Resorts	 The logo features a stylized tree with four branches, with the words 'FOUR SEASONS' in a large, bold, black serif font below it, and 'Hotels and Resorts' in a smaller, black, cursive font underneath.	Abstrakti/Puu, josta näkyy neljä vuodenaikaa	Musta
The Ritz-Carlton	 The logo features a lion's head crest, with the words 'THE RITZ-CARLTON' in a large, bold, black serif font below it.	Orgaaninen/Leijona, kruunu	Mustsa
Hyatt Hotels & Resorts	 The logo features the word 'HYATT' in a large, bold, black serif font, with a curved line underneath it, and 'HOTELS & RESORTS' in a smaller, black, sans-serif font below it.	Käyrä/Yrityksen nimi	Mustsa
Renaissance Hotels	 The logo features a large, bold, black 'R', with the word 'RENAISSANCE' in a large, bold, black serif font below it, and 'HOTELS' in a smaller, black, sans-serif font underneath.	Yrityksen nimi	Musta

Embassy Suites by Hilton	 EMBASSY SUITES HOTELS®	Nelikulmio/E-kirjain	Sininen
InterContinental Hotels & Resorts	 INTERCONTINENTAL. HOTELS & RESORTS	Ovaali/I-kirjain	Ruskea
Hyatt Regency	 HYATT REGENCY	Kuusikulmio	Violetti
Shangri-La	 SHANGRI-LA HOTELS and RESORTS	Abstrakti/S-kirjain	Ruskea
Wyndham Hotels and Resorts	 WYNDHAM®	Neliö, jossa W-kirjain muodostelma	Sininen
Grand Hyatt	GRAND HYATT	Yrityksen nimi	Punainen
Fairmont Hotels & Resorts	 HOTELS & RESORTS	Yrityksen nimi	Musta
JW Marriott	 JW MARRIOTT®	Orgaaninen/Taruolento leijonakotka	Musta
Sofitel Hotels & Resorts	S O F I T E L LUXURY HOTELS	Yrityksen nimi	Musta

Loews Hotels		Yrityksen nimi	Musta
Mandarin Oriental Hotel Group		Orgaaninen/Viuhka	Ruskea
Conrad Hotels & Resorts		Yrityksen nimi	Ruskea
The Peninsula Hotels		Yrityksen nimi	Musta
St. Regis Hotels & Resorts		ST. R-kirjaimet	Musta
Waldorf Astoria		WA-kirjaimet	Musta
Le Meridien		Yrityksen nimi	Musta
Kempinski		Yrityksen nimi	Musta
Banyan Tree Hotels & Resorts		Orgaaninen	Vihreä
Park Hyatt		Yrityksen nimi	Musta







Langham Hotels & Resorts	 The logo for Langham Hotels & Resorts features a gold circular emblem with a stylized 'L' at the top. Below it, the word 'LANGHAM' is written in a gold, serif font. Underneath 'LANGHAM' is a thin horizontal line, followed by an ampersand '&' and the words 'HOTELS RESORTS' in a smaller, gold, sans-serif font.	Ympyrä/L-kir- jain	Ruskea
Regent Ho- tels & Re- sorts	 The logo for Regent Hotels & Resorts features the word 'Regent' in a large, elegant, black cursive script. Below it, the words 'HOTELS & RESORTS' are written in a smaller, black, sans-serif font.	Yrityksen nimi	Musta
Jumeirah	 The logo for Jumeirah Hotels & Resorts features the word 'Jumeirah' in a large, blue, serif font. Above the 'i' in 'Jumeirah' is a small gold emblem. Below the word, the tagline 'STAY DIFFERENT™' is written in a smaller, gold, sans-serif font.	Yrityksen nimi	Sininen, ruskea
Swissôtel	 The logo for Swissôtel Hotels & Resorts features the word 'swissôtel' in a black, sans-serif font. The 'i' in 'swissôtel' has a red roof-like shape above it. Below 'swissôtel', the words 'Hotels & Resorts' are written in a smaller, red, sans-serif font.	Yrityksen nimi	Musta, punainen
W Hotels	 The logo for W Hotels features a large, grey, stylized letter 'W' at the top. Below it, the word 'HOTELS' is written in a smaller, grey, sans-serif font.	Yrityksen nimi	Harmaa
Nikko Ho- tels Interna- tional	 The logo for Nikko Hotels International features a blue stylized flower or leaf emblem at the top. Below it, the words 'nikko hotels' are written in a black, sans-serif font, and 'international' is written in a smaller, black, sans-serif font below that.	Orgaaninen	Sininen
Andaz	 The logo for Andaz features the word 'ANDAZ' in a stylized, multi-colored font. 'A' is purple, 'N' is grey, 'd' is red, 'A' is yellow, and 'Z' is green.	Yrityksen nimi	Violetti, harmaa, punainen, keltai- nen, vihreä
Rosewood Hotels & Resorts	 The logo for Rosewood Hotels & Resorts features the word 'ROSEWOOD' in a large, black, serif font. Below it, the words 'HOTELS & RESORTS' are written in a smaller, black, sans-serif font.	Yrityksen nimi	Musta

Kimpton Hotels & Restaurant	 KIMPTON® HOTELS & RESTAURANTS	Yrityksen nimi	Harmaa
Oberoi Ho- tels & Re- sorts	 Oberoi Hotels & Resorts	Yrityksen nimi	Musta
Pan Pacific Hotels and Resorts	 PAN PACIFIC <i>Hotels and Resorts</i>	Orgaaninen	Ruskea
Anantara Hotels, Re- sorts & Spas	 ANANTARA HOTELS · RESORTS · SPAS	Kolmio	Ruskea
Taj Hotels	 TAJ	Kuusikulmio	Ruskea
Dusit Inter- national	 Dusit INTERNATIONAL	Yrityksen nimi	Sininen
Vivanta By Taj	 VIVANTA HOTELS & RESORTS BY TAJ	Yrityksen nimi	Musta, violetti
Gran Meliá Hotels & Resorts	 GRAN MELIÁ HOTELS & RESORTS	Yrityksen nimi	Musta, punainen








Affinia Hotel Collection		Yrityksen nimi	Harmaa
Deutsche Hospitality		DH-kirjaimet	Sininen
Six Senses		Spiraali	Violetti
One&Only Resorts		Yrityksen nimi	Musta
Joie de Vivre Hospitality		Yrityksen nimi, Ympyrä jonka sisällä sydän	Sininen
Hotel du Vin		Neliö/Yrityksen nimi	Sininen
Omni Hotels & Resorts		Yrityksen nimi, lähde	Musta, harmaa
Aman Resorts		Yrityksen nimi	Musta

Liite 7. Tavalliset hotellit

Yritys	Logo	Muoto/Kuvio	Väri
Hampton by Hilton		Kuusikulmio/Yrityksen nimi	Sininen, punainen
Holiday Inn Express		Neliö/H-kirjain	Vihreä, sininen
Best Western Hotels and Resorts		Ympyrä/BW-kirjaimet	Sininen
Courtyard by Marriott		Yrityksen nimi	Harmaa
Quality Inn		Käyrä/Q-kirjain	Vihreä, oranssi
Ramada		Yrityksen nimi	Punainen





<p>La Quinta Inns & Suites</p>		<p>Orgaaninen/Aurinko</p>	<p>Keltainen, oranssi, vihreä</p>
<p>Days Inn</p>		<p>Orgaaninen/Aurinko</p>	<p>Keltainen, sininen</p>
<p>Comfort Inn</p>		<p>Ympyrä/Aurinko</p>	<p>Keltainen, oranssi, punainen, sininen</p>
<p>Residence Inn by Marriott</p>		<p>Abstrakti</p>	<p>Ruskea, violetti</p>
<p>Baymont Inn & Suites</p>		<p>Orgaaninen/3 Lippua</p>	<p>Sininen, punainen, keltainen</p>
<p>Motel 6</p>		<p>Yrityksen nimi</p>	<p>Sininen, punainen</p>

Clarion Inn		Ympyrä	Punainen, keltainen
Econo Lodge		Soikio, Spiraali	Punainen, oranssi
Fairfield Inn & Suites		Teräväkulmainen	Sininen
Travelodge		Orgaaninen/Vuoristo	Sininen, punainen
Wingate by Wyndham		Orgaaninen/Kasvi	Vihreä
Red Roof Inn		Yrityksen nimi, katto	Punainen
Microtel Inn & Suites by Windham		Orgaaninen/Kasvi	Sininen, keltainen

Knights Inn		Teräväkulmainen/ linnan torni	Sininen, punainen
Budget Inn		Ympyrä/ vuoristo	Keltainen, oranssi, punainen, sininen
Howard Johnson's		Abstrakti	Sininen, oranssi
Rodeway Inn		Yrityksen nimi	Sininen
Super 8 Motels		Yrityksen nimi, käyrä	Musta, Keltainen, punainen
Hotel F1		Yrityksen nimi	Oranssi, musta
Ibis Budget Hotels		Abstrakti/Yrityksen nimi	Sininen

Novotel		Käyrä/Yrityksen nimi	Sininen
Campanile		Orgaaninen/Yrityksen nimi	Harmaa, vihreä
CitizenM Hotels		Teräväkulmainen/M-kirjain, yrityksen nimi	Musta, punainen
easyHotel		Yrityksen nimi	Oranssi
NH Hotel Group		Yrityksen nimi	Sininen
Jurys Inn		Yrityksen nimi	Punainen
Premier Inn		Orgaaninen/Tähtitavas ja kuu	Violetti, keltainen

Z Hotels		Yrityksen nimi	Musta, harmaa
Median Hotels		Yrityksen nimi, 3 tähteä	Harmaa, sininen
UNA Hotels & Resorts		Abstrakti/ UNA-kirjaimet	Sininen
Husa Hoteles		Teräväkulmainen kuvio/H-kirjain	Punainen
Barceló Hotel Group		Yrityksen nimi	Harmaa
Room Mate Hotels		Yrityksen nimi	Oranssi, harmaa
Qbic Hotels		Yrityksen nimi	Violetti, sininen
Scandic Hotels		Yrityksen nimi	Punainen
Omena Hotels		Yrityksen nimi	Punainen

Motel One		Soikio/1	Sininen
Mercure Hotels		Yrityksen nimi	Violetti, harmaa
Sol Hotels and Resorts		Orgaaninen/Yrityksen nimi	Punainen, oranssi, sininen, vihreä
Pestana Hotels & Resorts		Nelikulmio	Sininen
The Hoxton		Yrityksen nimi	Musta
Tune Hotels		Ympyrä/Yrityksen nimi	Punainen
Centara Hotels & Resorts		Abstrakti/Yrityksen nimi	Punainen, harmaa
Rydges Hotels & Resorts		Yrityksen nimi	Punainen

Liite 8. Lentoyhtiöt

Yritys	Logo	Muoto	Väri
Qatar Airways		Ympyrä, vaakasuoria viivoja, orgaaninen/Antilooppi	Violetti, harmaa
Singapore Airlines		Orgaaninen/Lintu	Keltainen, sininen
All Nippon Airways		Nelikulmio	Sininen
Emirates		Yrityksen nimi	Punainen
Cathay Pacific		Orgaaninen/Lintu	Sininen
EVA Air		Nelikulmio/Lentokoneen peräsiipi	Vihreä, oranssi
Lufthansa		Ympyrä, orgaaninen/Lintu	Sininen, keltainen
Etihad Airways		Yrityksen nimi	Ruskea
Hainan Airlines		Abstrakti	Punainen

Garuda Indonesia	 Garuda Indonesia	Orgaaninen/Lintu	Sininen
Thai Airways	 THAI	Abstrakti	Violetti, keltainen
Turkish Airlines	 TURKISH AIRLINES	Ympyrä, orgaaninen/Lintu	Punainen, sininen
Virgin Australia	 australia	Viisikulmio/Lentokoneen peräsiipi	Punainen, musta
Swiss International Air Lines	 SWISS	Nelikulmio/Lentokoneen peräsiipi	Punainen
Qantas Airways	 QANTAS	Orgaaninen/Lentokoneen peräsiipi, jossa kenguru	Punainen, hermaa
Japan Airlines	 JAL JAPAN AIRLINES	Ympyrä, orgaaninen/Joutsen	Punainen
Austrian Airlines	 Austrian	Abstrakti/Lentokonetta muistuttava kuvio	Punainen
Air France	 AIRFRANCE	Abstrakti	Sininen, punainen

Air New Zealand		Abstrakti	Sininen
Asiana Airlines		Abstrakti	Punainen, harmaa
Bangkok Airways		Abstrakti	Sininen, ruskea, punainen
KLM		Ympyrä, nelikulmio	Sininen
China Southern Airlines		Ympyrä/Lentokoneen peräsiipi	Sininen, punainen, ruskea
Hong Kong Airlines		Orgaaninen	Punainen
Finnair		Abstrakti	Sininen
Air Asia		Yrityksen nimi	Punainen
Norwegian		Abstrakti/Lentokone	Sininen, punainen









Air Canada		Ympyrä, orgaaninen/Vaahteranlehti	Punainen
Aeroflot		Abstrakti	Sininen, punainen, oranssi
Malaysia Airlines		Abstrakti	Sininen
Delta Air Lines		Kolmio	Punainen, sininen
Korean Air		Ympyrä	Sininen, punainen
China Airlines		Orgaaninen/Kukka	Violetti, sininen
Alaska Airlines		Yrityksen nimi	Sininen
Aegean Airlines		Ympyrä, orgaaninen/Auringon edestä lentävät 2 lintua	Sininen
Aer Lingus		Orgaaninen	Vihreä
jetBlue Airways		Yrityksen nimi	Sininen
British Airways		Käyrä	Sininen, punainen





easyJet		Yrityksen nimi	Oranssi
Iberia		Abstrakti	Punainen, keltainen
Jetstar Airways		Teräväkulmainen/Tähti	Musta, oranssi
Air Astana		Abstrakti	Ruskea, sininen
Vietnam Airlines		Orgaaninen/Kasvi	Oranssi, sininen
Ethiopian Airlines		Abstrakti/Lentokoneen peräsiipi	Vihreä, keltainen, punainen
South African Airways		Nelikulmio/Lentokoneen peräsiipi	Sininen, vihreä, keltainen, musta, punainen
Avianca		Orgaaninen/Lintu	Punainen
Saudia		Ympyrä/Palmu, 2 miekkaa	Harmaa, sininen
Azul Brazilian Airlines		Abstrakti/Etelä-Amerikka	Monivärinen
Oman Air		Abstrakti	Harmaa, ruskea
Southwest Airlines		Orgaaninen/Sydän	Sininen, punainen, keltainen

Liite 9. Rakennusyhtiöt

Yritys	Logo	Muoto	Väri
ACS Group		Neliö	Sininen, keltainen
Hochtief		Neliö	Sininen
China Communications Construction Co., Ltd.		Ympyrä	Sininen
Vinci		Abstrakti	Sininen, punainen
Bechtel		Ympyrä/Maapallo	Harmaa, punainen, musta
Odebrecht Engenharia e Construção		Yrityksen nimi	Punainen, musta
Technip		Käyrä/Yrityksen nimi	Sininen, punainen
Strabag SE		Yrityksen nimi	Punainen

Bouygues Construction		Ovaali/Yrityksen nimi	Punainen, sininen, musta
Skanska		Yrityksen nimi	Sininen
Powerchina		Abstrakti	Punainen, sininen
Hyundai Engineering & Construction		Kolmio	Vihreä, keltainen, sininen
China State Construction Engineering Corporation		Nelikulmio/CSCEC	Sininen
Fluor Corporation		Yrityksen nimi	Sininen
Ferrovial		Yrityksen nimi	Keltainen
Samsung C&T Corporation		Soikio/Yrityksen nimi	Sininen
Consolidated Contractors Company		Kolmio, jonka sisällä 3 c-kirjainta sekä ympyrä	Musta, punainen








SINOMACH		Abstrakti	Sininen
Royal BAM Group		Abstrakti	Vihreä
Salini Impregilo		Abstrakti	Punainen
CIMIC Group Limited		Abstrakti neliö	Sininen, musta
Obrascón Huarte Lain		Neliö/Kasvot	Keltainen, oranssi, sininen
PCL Construction		Ovaali/PCL-kirjaimet	Keltainen, vihreä
Lendlease		Abstrakti	Keltainen, vihreä, sininen
Obayashi Corporation		Neliö	Sininen, vihreä

Orascom Construction Limited		Orgaaninen/Faarao	Sininen
NCC		Teräväkulmainen/Tähti	Sininen
Larsen & Toubro		Ympyrä/LT-kirjaimet	Sininen
SK Engineering & Construction Co. Ltd.		Orgaaninen/Perhonen	Punainen, keltainen
Polimeks İnşaat ve Sanayi A.Ş.		Ympyrä/P-kirjain, jonka ympärillä kaari	Sininen, harmaa
SNC-Lavalin Group Inc.		Abstrakti	Sininen, musta
Daelim Industrial Co., Ltd.		Abstrakti	Sininen
Kajima Corporation		Abstrakti	Punainen, harmaa
Renaissance Construction		Käyrä	Sininen, harmaa

China Gezhouba Group Company Limited		Ympyrä	Sininen
M+W Group		Nelikulmio/MW-kirjaimet	Sininen
Eiffage		Neliö, abstrakti	Punainen
China Metallurgical Group Corporation		Ympyrä/Maapallo	Sininen, harmaa
POSCO Engineering & Construction Co., Ltd.		Yrityksen nimi	Sininen
Daewoo Engineering & Construction Co., Ltd.		Abstrakti/D-kirjain	Sininen
Astaldi S.p.A.		Kolmio, ympyrä, vaakasuoria viivoja	Sininen, vihreä, punainen
Jacobs		Yrityksen nimi	Sininen

<p>Toyo Engineering Corporation</p>		<p>Ympyrä</p>	<p>Sininen, harmaa, musta</p>
<p>Mota-Engil</p>		<p>Neliö</p>	<p>Sininen, oranssi, musta</p>
<p>China Civil Engineering Construction Corporation</p>		<p>Abstrakti</p>	<p>Sininen</p>
<p>Grupo Isolux Corsán</p>		<p>Ovaali, vaakasuoria viivoja</p>	<p>Punainen</p>
<p>KBR</p>		<p>Yrityksen nimi</p>	<p>Punainen</p>
<p>Acciona</p>		<p>Orgaaninen/Lehti</p>	<p>Punainen</p>
<p>Kiewit Corporation</p>		<p>Ympyrä/Yrityksen tietoja</p>	<p>Musta, keltainen</p>
<p>Porr</p>		<p>Neliö/Yrityksen nimi</p>	<p>Sininen, keltainen</p>

Liite 10. Lääkeyhtiöt









Yritys	Logo	Muoto/Kuvio	Väri
Pfizer		Soikio	Sininen
Novartis		Abstrakti	Sininen, punainen, oranssi
Roche		Kuusikulmio	Sininen
Merk & Co., Inc.		Ympyrä	Sininen
Sanofi		Ympyrä	Sininen, oranssi, ruskea
Johnson and Johnson		Yrityksen nimi	Punainen
Gilead Sciences		Orgaaninen/Vaakuna ja lehti	Punainen, musta



GSK		Orgaaninen/Yrityksen nimi	Oranssi
AbbVie		Yrityksen nimi	Musta
Amgen		Yrityksen nimi	Sininen
AstraZeneca		Abstrakti	Oranssi, violetti
Allergan		Ympyrä	Sininen, vihreä
Teva Pharmaceutical Industries		Yrityksen nimi	Vihreä
Bristol-Myers Squibb		Abstrakti, 3-ulotteisista kolmioista muodostuva kuusikulmio	Sininen
Eli Lilly and Company		Yrityksen nimi	Punainen
Bayer		Ympyrä/Yrityksen nimi	Vihreä, sininen

Novo Nordisk		Ympyrä, orgaaninen	Sininen
Boehringer Ingelheim		Ympyrä, pystysuoria viivoja/Kaupunki	Sininen
Takeda		Abstrakti	Punainen
Celgene		Abstrakti	Sininen
Astellas Pharma		Abstrakti	Violetti, harmaa
Shire Plc		Ympyrä	Sininen
Mylan		Neliö/M-kirjain	Sininen, musta
Biogen Idec		Abstrakti	Sininen, vihreä, harmaa

Daiichi Sankyo	 Daiichi-Sankyo	Ympyrä	Sininen, vihreä, keltainen
CSL Limited		Yrityksen nimi	Punainen
Merck KGaA		Yrityksen nimi	Vihreä
Valeant Pharmaceuticals International		Nelikulmio/2 laattaa jotka muodostavat V-kirjaimen	Violetti
Otsuka Holdings Co., Ltd.		Orgaaninen	Sininen, punainen
Sun Pharmaceutical Industries Ltd.		Abstrakti	Ruskea, punainen
Eisai Co., Ltd.		Soikio	Sininen, violetti

Les Laboratoires Servier		Teräväkulmainen, vaakasuoria viivoja/Aurinko ja vuori	Sininen
Endo Pharmaceuticals		Ympyrä/e-kirjain	Keltainen
UCB Pharma		Neliö, ympyrä/Yrityksen nimi	Sininen
Abbott Laboratories		Abstrakti/a-kirjain	Sininen
Fresenius		Vaakasuoria viivoja	Sininen
Chugai Pharmaceutical Co., Ltd.		Nelikulmio/Kuusikulmio	Sininen
Grifols		Yrityksen nimi	Sininen
Regeneron Pharmaceuticals, Inc		Yrityksen nimi	Sininen
Dainippon Sumitomo Pharma		Abstrakti	Vihreä

Alexion Pharmaceuticals		Käyrä	Sininen, punainen
Mallinckrodt Pharmaceuticals		Abstrakti, neliö/ M-kirjain	Violetti, sininen, vihreä
Menarini		Nelikulmio/M-kirjain	Musta, punainen
Mitsubishi Tanabe Pharma		Orgaaninen/Lintu	Sininen
Lupin Ltd.		Nelikulmio, orgaaninen	Vihreä
Actelion		Abstrakti	Punainen
Aspen Pharmacare Holdings Limited		Abstrakti	Sininen, punainen
Kyowa Hakko Kirin Co., Ltd.		Yrityksen nimi	Oranssi

Ono Pharmaceutical Co., Ltd		Neliö/Yrityksen nimi	Sininen
Ferring Pharmaceuticals		Nelikulmio/Yrityksen nimi	Sininen, musta