

# Die 7 Todsünden der Gestaltung

## »Für den Anfang reicht das!«

Man hört es immer wieder, bei Start-Ups wird so vorsichtig bis geizig in die Marktkommunikation investiert, dass es fraglich ist, ob überhaupt jemand merken wird, dass das Unternehmen existiert. Es reicht eben nicht für den Anfang! Gerade beim Start setzen wir die Zeichen (oder nicht): Ambition, Professionalität, Engagement, Vision.

Schlimmer noch wird es, wenn gestandene Unternehmen bei der Markteinführung neuer Produkte so agieren. Es wäre doch einfacher, das Geld zu verbrennen, als es erst in die Produktentwicklung zu stecken und dann nicht professionell zu präsentieren?

## Selbstgedruckte Visitenkarten und Briefbogen

Hängt sicherlich mit dem ersten Fehler zusammen und macht immer und zuverlässig einen schlechten Eindruck. Weder Gestaltungs- noch Papier- und Druckqualität sind in irgendeiner Form ausreichend und wenn der Tintenstrahldruck sich schon beim Drüberwischen löst, ist das Desaster perfekt. Meistens werden die selbstgemachten Visitenkarten auch noch mit dem Kommentar »Habe ich selbst gemacht!« überreicht. Was bei gehäkelten Topflappen vielleicht Eindruck macht, muss nicht für die Visitenkarte gelten.

Wenn Sie ein nachhaltig verwirrendes Erscheinungsbild anstreben, sollten Sie jeden im Unternehmen, der über einen Computer + Drucker verfügt, seine Briefbögen selbst drucken lassen. Abgesehen von den kaum lösbaren Problemen mit unterschiedlichen Hard- und Software-Konfigurationen, werden Sie in kürzester Zeit unzählige Briefbogenvariationen in Inhalt, Form und Farbe haben. Und glauben Sie nicht, dass Sie irgendetwas daran ändern können. Wenn wir mit Fug und Recht wenigstens behaupten könnten, das Selbstgemachtes billiger als professionell Produziertes ist, könnte ich fast (aber nur fast) Verständnis aufbringen. Tatsächlich ist es aber immer teurer. Rechnen Sie alleine die reine Kampfzeit, die Verkäufer, Sekretärinnen, Buchhalter, Techniker und Geschäftsführer mit Word-Vorlagen verbringen. Für dieses Geld kann ein mittleres Unternehmen mit ordentlichen Geschäftsdrucksachen für mehrere Jahrzehnte ausgestattet werden.

»Es muss nicht schön sein, unsere Kunden sind eh nur Techniker.«

Wenn ich diese Aussage für bare Münze nehmen würde, würde ich davon ausgehen, dass Techniker irgendwie anders ticken als wir anderen, die es durchaus als angenehm empfinden, wenn etwas übersichtlich und gut gestaltet ist. Gemeint ist vielleicht, dass der Techniker nur Wert auf die Funktion legt? Kann aber auch nicht stimmen. Einige meiner besten Freunde sind Techniker und begeistern sich für Glashütte-Uhren und Porsche 911. Ich bin der Überzeugung, dass es eine Lüge wider besseren Wissens ist, um Geld an der Gestaltung und somit am falschen Ende zu sparen.

## Blocksatz

Was ist so faszinierend an Blocksatz? Ist es unser Streben nach Ordnung, ein Rechteck sieht einfach ordentlicher aus? Oder ist es weil man es »kann« – ein Klick im Textverarbeitungsprogramm genügt? Oder will man nur Menschen ärgern, die übersichtlich gesetzte Texte mögen?

Blocksatz liest sich generell schlechter als linksbündiger Flattersatz. Das liegt an den Wortzwischenräumen, die im Blocksatz unregelmäßig werden und somit unseren Leserythmus stören. Der geübte Schriftsetzer kann durch manuelle Eingriffe wie Trennungen, Schriftgrade, Zeichenbreiten und Abstände einen gewissen Ausgleich schaffen aber nicht der gemeine Word-User! Finger weg vom Blocksatz, wenn nicht zwingende religiöse Gründe vorliegen sollten!

## Zum Vergleich

Was ist so faszinierend an Blocksatz? Ist es unser Streben nach Ordnung, ein Rechteck sieht einfach ordentlicher aus? Oder ist es weil man es »kann« – ein Klick im Textverarbeitungsprogramm genügt? Oder will man nur Menschen ärgern, die übersichtlich gesetzte Texte mögen? Blocksatz liest sich generell schlechter als linksbündiger Flattersatz. Das liegt an den Wortzwischenräumen, die im Blocksatz unregelmäßig werden und somit unseren Leserythmus stören. Der geübte Schriftsetzer kann durch manuelle Eingriffe wie Trennungen, Schriftgrade, Zeichenbreiten und Abstände einen gewissen Ausgleich schaffen aber nicht der gemeine Word-User! Finger weg vom Blocksatz, wenn nicht zwingende religiöse Gründe vorliegen sollten!

## Powerpoint was kannst du?

Wenn wir uns, unser Unternehmen oder einfach aktuelle Arbeitsergebnisse vor einem größeren Kreis präsentieren wollen, wird meist Powerpoint + Beamer eingesetzt. Manchmal sehne ich mich zurück in eine Zeit, in der die Instrumente Folie, Overheadprojektor und Flipchart hießen.

Was ist wichtiger, die Inhalte oder die Animationseffekte von Powerpoint? Ich hoffe, die Inhalte. Hin und wieder kann ich mich nicht des Eindrucks erwehren, dass man mit Powerpoint die Achterbahn auf dem Rummelplatz ersetzen will. Richtige Powerpoint-Junkies setzen auch noch Toneffekte ein, um diesen Eindruck zu verstärken. Dabei ist es so einfach: Fragen Sie sich, bevor Sie einen Effekt oder eine Animation einsetzen: »Unterstützt es das, was ich sagen möchte?«. Lautet die Antwort »Nein« oder »Weiß nicht«, lassen Sie die Effekte weg. Ihre Präsentation wird doppelt so gut werden. Ok, es gibt natürlich auch Präsentationen ohne Inhalt und dann müssen wir uns natürlich auf die Effekte konzentrieren aber das sind Sonderfälle.

## »Das Auto - ein literarisches Meisterwerk« oder »Wann haben Sie zuletzt ein Auto gelesen?«

Für wen beschriftet man Autos mit Firmenname, Firmenchronik, sämtlichen beherrschten Fertigungsverfahren, der kompletten Produktpalette, Öffnungszeiten, Büro- und Lieferanschrift, Telefon-, Fax- und Mobilnummern (Telexnummern sieht man immer weniger), E-Mail- und Homepageadresse sowie in welchen zukunftssträchtigen Geschäftsfeldern man beabsichtigt auch noch erfolgreich tätig zu werden? Für mich nicht. Ich schaffe es nie, das alles in den drei Sekunden zu lesen, die meistens zur Verfügung stehen. Schlimmer noch, ich erwische meist nur die unbrauchbaren Inhalte wie zum Beispiel »Anlieferung nur Montag bis Donnerstag«.

Worauf kommt es an? Antwort: Firmenname, Tätigkeitsfeld, Ort und Kontaktmöglichkeit (Telefon oder Homepage, hier erfahre ich alles weitere). Und wenn es dann auch noch gut gestaltet ist, wird man staunen, wie viele neue Kunden sich melden, weil sie das Auto gelesen haben.

## »Unsere Homepage ist fertig.«

Diese Aussage ist genau so häufig wie absurd. Wie interessant wäre die Tagesschau, wenn sie ein Jahr lang mit exakt den gleichen Inhalten ausgestrahlt würde? Genau dies ist das Schicksal vieler Homepages und das zum Teil über Jahre hinweg.

Eine Homepage ist nie fertig. Sie muss gepflegt und ständig aktualisiert werden. Den Besuchern müssen aktuelle Themen präsentiert werden, Inaktuelles muss gelöscht werden. Richtig genutzt ist die Homepage das schnellste Medium, das wir zur Verfügung haben, aber wir haben es ja nicht eilig und die Konkurrenz ist ja auch nicht schneller ...

- oder doch?