

Design wird oft lediglich als Luxus oder schmuckes, aber überflüssiges Beiwerk betrachtet, welches keine Funktion erfüllt und demnach im Grunde nutzlos ist. Dabei wird jedoch das Offensichtliche übersehen, nämlich die Tatsache, dass jeder Mensch sich durch äußere Eindrücke beeinflussen lässt, ja sogar auf sie angewiesen ist, um die Realität mit den Sinnen erfassen zu können.

Design matters

Ein einfaches, aber einleuchtendes Beispiel: Was wäre ein BMW, wenn bei der gleichen Technik eine unförmige Karosserie die äußere Erscheinung prägen würde? Was wäre James Bond ohne den klassischen englischen Anzug? Alle genannten Beispiele haben etwas gemeinsam: Bei allen wird besonderer Wert auf das Äußere gelegt und alle sind genau deshalb auch erfolgreich. **Design ist hier ein entscheidender Erfolgsfaktor.**

Das Auge isst mit

Doch nicht nur bei den oben genannten Beispielen lässt sich dieses Phänomen beobachten. Das alltägliche Handeln jedes Menschen wird ständig unbewusst von der Wahrnehmung äußerer Eindrücke bestimmt. Viele Situationen erfordern eine Entscheidung, bei welcher **visuelle Merkmale** eine relevante Rolle spielen:

- Für welches Produkt entscheidet man sich vor dem Supermarkt-Regal?
 - Auf welche Anzeigen in Magazinen und Zeitungen meldet man sich am ehesten?
 - Mit welchem **Webdesigner** möchte man zusammenarbeiten, wenn man lediglich die Internetauftritte vergleicht?
-



Für den ersten Blick gibt es keine 2te Chance

Ein weiteres Gedankenspiel: Ein und derselbe Geschäftsmann verkauft hochwertige Technologie-Dienstleistungen an unterschiedliche Kunden. Beim Kunde Nummer 1 tritt er in Jeans und Gammel-T-Shirt auf, beim zweiten im Anzug. Wo sind die höheren Erfolgschancen, wenn die Beratung jeweils dieselbe ist?

Auch wenn es nicht bewusst geschieht, hängen viele Entscheidungen in besonderem Maß von visuellen Kriterien ab. Über Sympathie oder Antipathie bestimmen oft die sogenannten „Äußerlichkeiten“ und der Eindruck, den man sich „auf den ersten Blick“ macht. Dieses Wissen sollten sich Unternehmen zu Nutze machen.

Kleider machen Leute, Design macht Unternehmen

Martin Riekert von //SEIBERT/MEDIA/DESIGN vertritt die These: „Kleider machen Leute, Design macht Unternehmen!“

Der Einfluss des Designs eines Produktes oder das Erscheinungsbild eines Unternehmens auf dessen Erfolg sollte nicht unterschätzt werden. Gerade im Web sorgt das Design eines Unternehmens für den ersten Eindruck beim potentiellen Kunden – und der kann sowohl positiv als auch negativ sein. Es muss also bedacht werden, dass auch ein nicht vorhandenes Design

eine (oft ungewünschte) Wirkung haben kann. Für ein Unternehmen ist es deshalb ratsam, das eigene Erscheinungsbild (Business-Design) nicht einfach dem Zufall zu überlassen, sondern sich bewusst darüber Gedanken zu machen, um nicht nur irgendeine, sondern die gewünschte Botschaft auszusenden.

Auch die Wissenschaft bestätigt diese These: Eine Studie zur Website Credibility zeigt, dass der Gesamteindruck des Designs die Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit einer Website am stärksten beeinflusst.

Positive Wirkungen eines professionellen Corporate Designs

Welche positiven Wirkungen kann ein professionelles Design sowohl des Web-Auftritts als auch des Gesamt-Erscheinungsbilds haben?

Business-Design schafft Wettbewerbsvorteile.

Durch ein ansprechendes Business-Design hebt sich ein Unternehmen von den Mitbewerbern ab, wird eher wahrgenommen und hat damit einen Wettbewerbsvorteil.

Business-Design gibt Aufschluss und Orientierung bei der Kaufentscheidung.

Auch für den Kunden bedeutet gutes Design einen Vorteil, da er weiß, mit wem er es zu tun hat. Design schafft Struktur, dadurch werden gewünschten Informationen klar und eindeutig kommuniziert.

Business-Design ist der direkteste Bestandteil eines Unternehmensauftritts.

Business-Design wirkt unmittelbar und wird ohne den Filter des Bewusstseins wahrgenommen. Durch einzelne Gestaltungselemente kann eine gewünschte Wirkung gefördert werden.

Business-Design macht Qualitätsversprechen sichtbar.

Ein ansprechendes Design wird häufig mit guter Qualität assoziiert. Anders herum ist ein Unternehmen, das einen hohen Qualitätsanspruch kommuniziert, diesen aber nicht in einem adäquaten Design sichtbar macht, wenig glaubwürdig.

Business-Design wird zum Differenzierungsmerkmal.

Mit einem passenden Design kann ein Unternehmen seine Haltungen und Werte zum Ausdruck bringen und sich dadurch von der Konkurrenz abheben.

Business-Design führt zu Mehrwert.

Ein ansprechendes Design ist immer auch ein Entgegenkommen für den Kunden. Relevante Informationen werden für den Rezipienten optimal aufbereitet, so dass Irritationen vermieden werden. Design ist also auch gleichzusetzen mit Service.

Professionelles Business-Design kann mehr

Professionell gestaltetes Business-Design kann also noch mehr als nur schön aussehen: Design bringt Werte zum Ausdruck, vermittelt die Unternehmens- und Markenidentität und ist damit ein strategisches Instrument in der Unternehmensführung.

Der Autor D. A. Norman bringt die Wirkung von Design auf den Punkt: **“Aesthetics matter: attractive things work better.”**