

Corporate Design im Text

Corporate Identity.....	2
Text im Angebot?	2
Interessant für Sie?	3
Planung der Geschäftspapiere.....	3
Praxistipp zum Geschäftsvordruck	4
Ausblick	5
Die Autorin	5

Über das "Warum?" und "Wie?" von Corporate Design im Text

Text ist unverzichtbar im täglichen Business. Auch – oder sogar ganz besonders - wegen globaler Kontakte, die das Internet ermöglicht. Denn Text bleibt nicht mehr auf Papier und Postboten beschränkt, er wird auch elektronisch verteilt und zeigt sich via Internet. Grund genug, seine Gestaltung einer kritischen Prüfung auf "Usability", Empfängerorientierung und Werbewirksamkeit zu unterwerfen.

Corporate Identity

Wer heute vor der Entscheidung steht, seinen Briefbogen und das Dokumentdesign zu "modernisieren", oder wer ein Unternehmen neu gründet, will seine Corporate Identity stärken – oder diese weiter entwickeln. Ein gutes und einheitlich eingesetztes Dokumentdesign schafft Wiedererkennung off- und online und zeigt Kontinuität und Professionalität. Ganz besonders wichtig für Dienstleister, die ihre Aufträge vielfach in Form von Text oder Präsentation an den Kunden ausliefern, statt als Produkte in bunten Schachteln.

Text im Angebot?

Für Unternehmensberater, Sachverständige, Wirtschaftsprüfer, Anwälte und viele andere Unternehmen, die Dienstleistung anbieten, sind Text und Präsentation häufig die wichtigste "Verpackung" des Angebots. Aber auch in anderen Branchen werden für Text und dessen Gestaltung nach wie vor viele Stunden Arbeitszeit aufgewendet (werden diese Stunden nicht sogar immer mehr?). Seit zwölf Jahren sind Technik und Form der Unternehmenskommunikation mein Business. Deshalb will ich Ihnen mit dieser heute beginnenden Artikelreihe Unterstützung anbieten.

Was erwartet Sie? Sie erhalten hier Ratschläge, Tipps und finden praktische Anwendungsbeispiele für Textlayout in gleich bleibender Qualität. Vielleicht erkennen Sie, wie Sie folgenschwere Fehler in Ihrer individuellen CD-Planung vermeiden können. Fehler, die (wenn viele Mitarbeiter viel Text produzieren) – im Laufe der Zeit hunderte Stunden zusätzliche Arbeitszeit bedeuten können und vielleicht sogar dazu führen, dass trotz bestem Willen und schöner Vordrucke die fertigen Dokumente verschiedener Mitarbeiter nicht das gewünschte einheitliche Bild ergeben.

Aber selbst wenn Sie sich gut mit Ihrer Textverarbeitung auskennen und ganz allein für alle Texte Ihres Unternehmens verantwortlich sind: Schön wäre es, nicht bei jedem Dokument neu überlegen und formatieren zu müssen!

Interessant für Sie?

Anwendungsbeispiele und Praxistipps in dieser Artikelreihe beziehen sich auf den Einsatz von Microsoft Word für die Textverarbeitung und Adobe Acrobat zur Erstellung von "mobilen Texten" im Format PDF (Portable Document Format).

So weit im Zusammenhang mit dem Corporate Design im Text sinnvoll, lernen Sie hier auch die neuen Schreib- und Gestaltungsregeln laut DIN 5008:2001-11 kennen. Einige dieser Regeln sollten Sie beachten: Im Interesse der Empfänger Ihrer Texte und natürlich auch, damit Texte immer gut ankommen und aufgenommen werden.

Worauf ich nicht eingehe, sind Grundlagen der Logogestaltung und Typografie. Diese besprechen Sie mit den Verantwortlichen, die Sie zu Fragen Ihres Corporate Designs beraten. Ich zeige Ihnen hier, was beachtet werden muss, damit Designvereinbarungen immer gewahrt werden können – auch von ungeübten Textverarbeitern - in allen Dokumentarten für die Verteilung on- oder offline.

Planung der Geschäftspapiere

Die Planung darf nicht nur den "normalen" Brief einschließen. Denn das vereinbarte Corporate Design (CD) soll für alle Dokumentarten, on- oder offline, verbindlich sein. Nur so erreichen Sie Wiedererkennung im Außenverhältnis und intern eine Stärkung des Wir-Gefühls. Stellen Sie sich folgende Fragen:

Welche Dokumentarten werden benötigt?

Beispiele: Brief, Fax, Kurzmitteilung, Rechnung, Bericht, Formulare, technische Beschreibung, Dokumentation, Handbuch, Präsentation, Dokumente für die interne Kommunikation wie Notiz, Mitteilung, Einladung zur Besprechung, Besprechungsprotokoll: Alle in Ihrem Hause geschriebenen Dokumentarten sollen ein einheitliches, miteinander harmonisierendes Layout erhalten? Überlegen Sie, wie ein Vordruck aussehen muss, damit er möglichst allen oder zumindest den meisten der benötigten Dokumentarten gerecht wird. Denken Sie daran, dass der Einsatz verschiedener Vordrucke die tägliche Arbeit erschwert – insbesondere, wenn nicht an jedem Arbeitsplatz ein Bürodrucker installiert ist. Setzen mehrere Mitarbeiter ein und denselben Netzwerkdrucker ein?. Hat dieser genügend Papierschächte für die unterschiedlichen Formulare und Vordrucke?

Welche Inhalte und Formate sind zu berücksichtigen?

Inhalt und seine Formate: Fließtext für den "normalen" Brief, tabellarische Aufstellungen z. B. für die Rechnung oder auch für technische Berichte und Dokumentationen, Abbildungen in verschiedenen Größen, querformatige Listen, Überschriften in mehreren Gliederungsebenen, Inhalts- und Abbildungsverzeichnisse...). Reicht ein hochformatiges Geschäftsbogen-Layout oder wird auch Querformat benötigt? Welche Bogengestaltung ist zu planen, um möglichst allen Inhalten gerecht zu werden?

Denken Sie an Folgeseiten. Reicht ein Blankobogen? Oder sollten Folgeseiten neben der fortlaufenden Seitennummerierung auch Ihr Logo enthalten? Sind weitere Angaben notwendig oder für Archivierungszwecke hilfreich?

Welche Transport- und Archivierungswege sollen ermöglicht werden?

Die "gelbe" Post, die Faxübermittlung, der Versand als Anlage in der E-Mail, Veröffentlichung im Internet? Bei der Wahl Ihrer "Hausschrift" bedenken Sie, dass der Font möglichst in allen Medien gleichermaßen gut lesbar sein sollte. Das ist Service am Leser, den er Ihnen danken wird.

Wer erstellt Dokumente?

Schreiben alle Mitarbeiter selbst, oder gibt es Sekretariate mit gut geschulten Textverarbeitungsanwendern? Das CD muss von jedem Schreiber gut anwendbar sein. Sind Sie bereit, dafür in Schulung zu investieren?

Wenn Sie eine anspruchsvolle Gestaltung wählen, lassen Sie sich besser Dokumentvorlagen zur Textverarbeitung anfertigen. Solche Vorlagen erledigen das Ausfüllen aller Bereiche, die Teil Ihres CDs sind, selbst. Der Schreiber kann sich ausschließlich auf den Inhalt konzentrieren. Damit sparen Sie bei jedem Dokument, das entsteht, Zeit und natürlich Schulungsaufwand. Trotzdem haben alle Texte immer das vorgesehene Layout.

In Word können Dokumentvorlagen "programmiert" werden. Das heißt: Alle Elemente, Formate und Standardeingaben, die zu Ihrem CD gehören, werden automatisiert. Der Texter hat mit der Dokumentgestaltung gar nichts mehr zu tun, sondern schreibt "nur" noch.

Praxistipp zum Geschäftsvordruck

Wenn Sie verschiedene Dokumentarten im harmonisierenden Design benötigen, dann entscheiden Sie sich für Geschäftsvordrucke, die bis auf das Logo leer bleiben. Damit wahren Sie Flexibilität. Und: Sie sind weitgehend gewappnet vor unangenehmen Überraschungen, zum Beispiel aufgrund von Toleranzen unterschiedlicher Bürodrucker. Denn es ist fast unmöglich, vorgedruckte Leitwörter zeilen- und positionsgenau durch die Textverarbeitung auszufüllen, wenn verschiedene Druckermodelle im Einsatz sind.

Das Logo stellen Sie in schwarz/weiß und/oder farbig auch als Grafik-Datei für die Textverarbeitung zur Verfügung.

Vorlagen für die unterschiedlichen Dokumentarten sparen den Platz für das Logo aus, doch der Schreiber kann jederzeit auf Mausclick die Logo-Grafik in das Dokument einfügen. So gibt es kein Problem: Das dringende Angebot kann auch einmal als PDF auf die Reise gehen, oder die technische Beschreibung im Internet veröffentlicht werden.

Ausblick

Im nächsten Artikel dieser Reihe finden Sie einige Vorschläge und Beispiele zur Dokument-Gestaltung. Basis ist der Brief. Kurz wird beschrieben, welche Angaben sein müssen, da gesetzlich vorgeschrieben, und was die aktuelle DIN 5008 zur Blattaufteilung sagt. In Beispielen zeige ich, wie Elemente des Brief-Designs auch in anderen Dokumentarten wiederholt werden und deshalb für Wiedererkennung sorgen.

In weiteren Folgen gehe ich darauf ein, wie Sie die CD-gerechte Formatierung unterschiedlicher Dokumentinhalte erleichtern. Später werden Sie erfahren, worauf bei der Erstellung von Dokumentvorlagen für den Einsatz mit Word zu achten ist, und wo es für Routinearbeiten Automatisierungsmöglichkeiten gibt.

Die Autorin

Karin Schmitt ist seit 1990 selbstständig und berät, entwickelt und schult Technik und Form der Unternehmenskommunikation. In dieser Zeit hat sie für kleine und große Unternehmen mit Standorten im In- und Ausland Projekte für Text und Dokumentation im Corporate Design realisiert. Viele dieser Projekte erfolgten in Zusammenarbeit mit Agenturen. Karin Schmitt bietet die Erstellung und Automatisierung von Dokumentvorlagen an bis hin zu kompletten Lösungen für den Schriftverkehr mit Microsoft Word.

Auftraggeber und Anwender sind u. a.:

- TÜV Akademie, München
- TÜV Süddeutschland Holding
- Swiss Life Partner, München
- SUPRATEC GMBH Information Technology, München
- TÜV Bau und Betrieb mit Niederlassungen in Deutschland und international
- Grey Connect – Agentur für vernetzte Kommunikation
- Jenoptik AG, Jena
- Bauscher Hotel Porzellan, Weiden
- CANCOM Media Solutions, Division ff-eCommerce
- Siemens Business Services, München
- CNC AG, München