

# Der ultimative **DESIGN** **GUIDE**

**Wie Du Überblick  
gewinnst ...**



**Viele  
Tipps &  
Checkliste**

**ob Du mit strategischem Design  
noch mehr aus Deinem Unter-  
nehmen herausholen kannst.**

**Wencke Börding**

# Großartig!

Herzlichen Glückwunsch, liebe Leserin, lieber Leser.

Gratulation zum nächsten logischen Schritt, Deine Herausforderungen flexibel und dynamisch anzugehen.

Während Design traditionell für Ästhetik, Funktion und benutzerfreundlichkeit stand ist es in einigen, innovativen und erfolgreichen Unternehmen fest in der Unternehmensstrategie verankert.

Was sind Deine die Vor- und Nachteile und wieso Du Design als strategisches Führungsinstrument nutzen solltest.

**Gutes Design  
beflügelt nicht nur  
großartige Produkte!**

# Mein Warum.

Zu erleben und ermöglichen, wie Unternehmen bzw Menschen ihr Potenzial voll ausleben und glücklich inspiriert sind ist mein Antrieb. Damit Erfolg und Zufriedenheit fest verankert sind, müssen sich Selbständige und Unternehmer strategisch präsent und sichtbar machen.

Zum Kern der Unternehmung vorzudringen, Ideen und Visionen zum Vorschein holen ist meine Herausforderung. Dabei steht Design übrigens hinter Funktionalität und Kundennutzen.

Auch wenn **Dein Design** nicht „perfekt“ sein sollte, solange es **stimmig** auf Visitenkarte, Webauftritt, SocialMedia, und Rechnungen zu sehen ist, ist ein **wertvolles und wunderbares Werk** entstanden. Das ist der erste Schritt zu einem professionellen Unternehmensauftritt.

Für Dein spannendes Vorhaben, Dein Unternehmen wünsche ich Dir viel Spaß, Erfolg und gutes Gelingen,



Wencke Börding, [mehrsehen.de](http://mehrsehen.de)



# Inhalt im Überblick

## 1. Warum finden

finde das Big Picture und verdichte die Attribute zum Leitmotiv

## 2. Problemlöser sein

Löse das Problem Deines Wunschzielkunden und finde seine größten Ängste und Herausforderungen

## 3. Für Klarheit sorgen

Drücke mit Deinem Logo die Attribute aus, für die Du bzw Deine Unternehmung steht

## 4. Checkliste

Beurteile Deinen Status Quo, Deine Wirksamkeit am Markt



WIE  
WAS  
WARUM

---

# Dein Warum finden

## **Finde zuerst Dein Warum, dann ergibt sich das Wie!**

Im ersten Schritt geht es ums „Big Picture“.

Wo willst Du mit Deiner Unternehmung in 5 Jahren, in 10 Jahren und in 50 Jahren stehen?

Wie soll das Unternehmen an Deinen Nachfolger übergeben oder verkauft werden?

## **Philosophie, Motivation und Vorteile Deiner Unternehmung in Attributen sichtbar machen.**

Bringe Deine Gedanken als MindMap nieder.

Bilde Deine Schlagwort-Assoziationskette ab und tauche tief in Dein Thema ein.

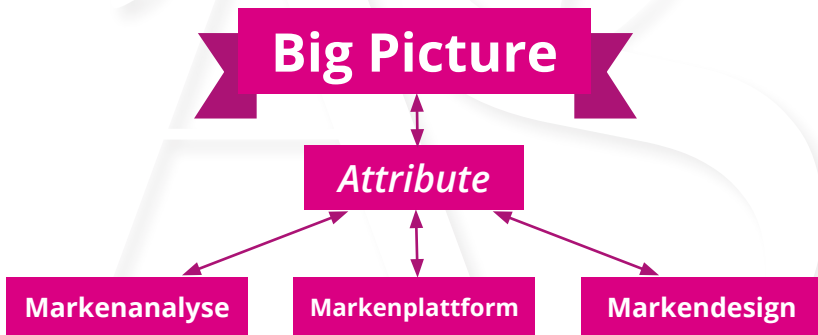
# Dein Warum

**Hast Du das Warum gefunden, ist das Wie naheliegend!**

Hast Du das Warum gefunden und den **Kundennutzen** identifiziert?

Damit hast Du Dein **Unternehmensleitbild** oder kurz Leitmotiv entschlüsselt.

Aus dieser Ebene hinaus geht es weiter mit Markenanalyse, strategischer **Markenplattform** und Marken-Design als Oberbegriffe.





# Problemlöser sein



# „Kittelbrennfaktor“

Du willst nachvollziehen, welche Probleme Deine Wunschzielkunden haben und was sie emotional bewegt.

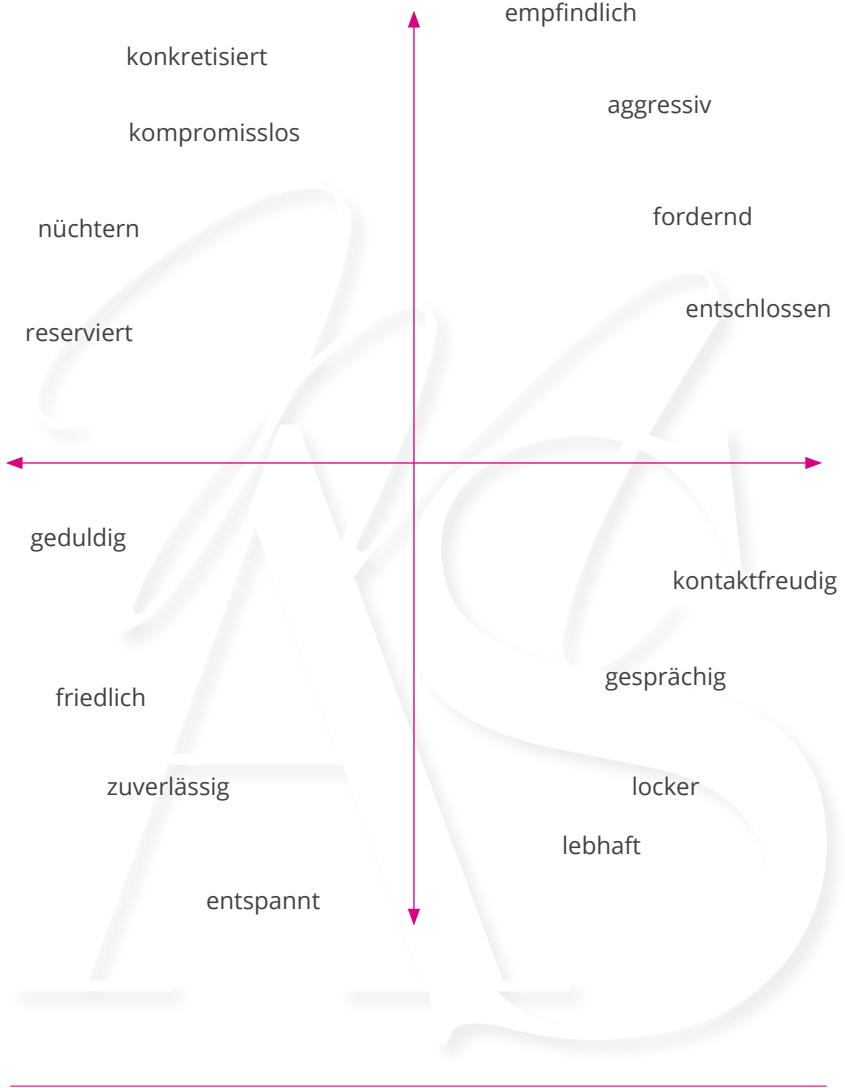
Entschlüssele Deine Kunden und ihre Herausforderungen. Auch Deine eigene Persönlichkeitsstruktur gilt es zu erkennen und mit der Deiner Kunden abzugleichen.

Meistens sind die Herausforderungen und Probleme ähnlich - sonst hättest Du sie nicht schon gelöst.

**Wenn Du möchtest,  
dass andere Menschen das tun,  
was Du willst,  
musst Du auf allen Ebenen  
ihre Sprache sprechen.**

---

## Faktoren



Sobald Du die Denkweise Deines Wunschkunden nachvollziehen kannst, kannst Du ihn überzeugen und gewinnen!

Alles, was Du entwickelst, entwickelst Du für den Endkunden.  
Im Fokus steht immer der kaufende Kunde.

Alles andere verfehlt das Ziel und ist vergeudete Zeit.

**Bediene erst den Geschmack  
Deines Wunschkunden,  
danach Deinen eigenen.**

---

**Hast Du diese Hausaufgaben  
nicht sorgfältig gemacht  
und kommuniziert,  
wird Dir jeder Grafiker,  
jede Agentur ihren eigenen  
Geschmack aufzwingen wollen.**



**Für Klarheit  
sorgen!**

---

# Klarheit

Komme sofort auf den Punkt. Jede Ablenkung gibt Anlass, zum nächsten Anbieter zu wechseln.

Erstes Indiz ist der Name der Unternehmung. Sorge für einen klaren Namen, in dem optimal das Angebot bereits enthalten ist.

## ***Beispielsweise***

☒ Max Mustermann.

☒ Max Mustermann. Malermeister.

☑ **Malermeister Max Mustermann.**

☑ **Max Malermeister Mustermann.**

☑ **Malermeister Max.**

Max Mustermann. Der Meister im Malen, Lackieren, ...

☑ **Maler Max.**

Max Mustermann. Der Meister im Malen, Lackieren, ...

Denke daran, dass heutzutage Suchmaschinen im Internet über einen Kunden mehr oder weniger entscheiden.

## Installiere ein klares Logo.

Weniger ist mehr.

Dein Logo will

- ✓ kompakt in der Form sein
- ✓ ein grafisches Highlight haben
- ✓ wenige Farben haben, optimal Schwarzweiß funktionieren
- ✓ so einfach sein, dass es von einem Kind mit dem Fuß in den Sand gezogen werden kann
- ✓ kompliziert genug sein, um einen Lerneffekt zu haben



# Klarheit

## **Nutze klare Formen**

Wenn Du eine Shisha-Bar betreibst oder einen Blumenladen, dürfen florale Elemente Hauptbestandteil des Logos sein. Ansonsten willst Du Abstand davon nehmen. In den meisten Branchen sind verspielte Elemente ein No-Go und weisen auf unnötige Umwege und Verspieltheit hin.

## **Finde klare Schriften**

Jede Schrift bringt einen eigenen Charakter mit. Kennst Du Dich mit Schriften nicht aus, kannst Du weit daneben greifen. Geheimtipp: im Zweifel machst du mit den Evergreens wie Helvetica oder Futura nichts falsch. Definiere nicht mehr als zwei Schriften und halte Dich skavisch daran.

## **Finde Deine Farben**

Jeder Farbe liegt eine tiefe Bedeutung inne. Sowohl positiver als auch negativer Natur. Wähle niemals willkürlich. Willst du nichts falsch machen, wähle Schwarz oder die kleine Schwester Grau.



## **Nutze ein Layout**

Ein gut geplantes und definiertes Layout kannst Du auf alle Anwendungen applizieren. Damit wirken Visitenkarten, Banner, Internetauftritt, Fahrzeugbeschriftung, Imagebroschüre bis hin zum Kugelschreiber aus einem Guss. Ein konsequent angewandtes schlechtes Design ist wirksamer als kein Design.

## **Wähle Deine Plattformen sorgfältig**

Für einen eignen sich ausschließlich Kongresse und Messen, für andere Fachzeitschriften, für wieder andere Facebook, Xing oder Pinterest. Wo bewegt sich Deine Zielgruppe und wie sprichst Du sie an? Beginne eine einzige Plattform regelmäßig und sorgfältig zu bedienen.

## **Wähle und pflege Deinen SocialMedia Auftritt sorgfältig**

Egal, auf welcher Plattform Du Dich bewegst, wähle sie weise und vor allem die Inhalte. Hierfür eignet sich ein Redaktionsplan, wann Deine Zielgruppe welche Inhalte zu sehen bekommt. Auch muss klar sein, was keinesfalls gepostet wird.



# Checkliste

---

# Design-Checkliste

**Prüfe, wie Du mit strategischem Design mehr aus Deinem Unternehmen herausholen kannst**

- 1. Big Picture**  
Unternehmensleitbild und Kundennutzen entschlüsseln
- 2. Problemlöser sein**  
Ängste und Herausforderungen des Kunden auffinden
- 3. eindeutigen Namen**  
SEO-tauglichen beschreibenden Unternehmensnamen
- 4. reduziertes Logo**  
Laut, aggressiv und spitz oder wonnig, phlegmatisch rund?
- 5. reduzierte klare Formen**  
Goldenen Schnitt beachten, für Stabilität sorgen
- 6. gut lesbare Schriften**  
Schriften müssen gut lesbar sein, keine Experimente wagen
- 7. sorgfältig gewählte Farben**  
Gefühle wie Liebe, Genuss, Dynamik, Charm werden sichtbar
- 8. einheitliches Layout**  
Sorge für Konsistenz und nutze konsequent ein Layout
- 9. Plattform wählen**  
finde heraus, wo Deine Kunden sich tummeln
- 10. Redaktionsplan SocialMedia**  
poste nie unkontrolliert sondern geplant und effizient
- 11. und zuletzt ...**  
Anzeigen schalten und loslegen



Veröffentlicht von  
**Wencke Börding**  
mail@mehransehen.de



© 2017 Wencke Börding

Sharing is Caring.  
Ich danke Dir, dass Du das e-Book teilst.

---

# Checkliste

- Logo aus Schrift extrahieren
- Logo funktioniert **auf kleinstem Raum**
- Logo bleibt **proportional im Goldenen Schnitt**
- Logo hat **hohen Kontrast** und funktioniert einfarbig
- Logo ist **langlebig** auf 10 > Jahre ausgelegt
- Logo hat expansiven Charakter, aufstrebende Linien
- ein gutes Logo ist auf das Nötigste reduziert
- ein funktionierendes Logo hat keine Verläufe

Ein gutes Logo lässt sich verlustfrei auf den Kopf eines Kugelschreibers drucken. Es soll so reduziert sein, dass ein kleines Kind das Logo **mit dem Fuß in den Sand** zeichnen kann.

**Logogestaltung  
braucht  
Zeit und Hingabe.**

---