



So kann gelungene Unternehmenskommunikation aussehen – einige Beispiele aus der Werkstatt von Hanser Corporate im Carl Hanser Verlag © Hanser

Im Dreisprung zur überzeugenden Print-Unterlage

## Die Firma ins rechte Licht rücken

Die Werbung neuer Mitarbeiter oder Auszubildender, ein Jubiläum, die Einführung neuer Maschinen, eine gelungene Hausmesse: Immer wieder gibt es Anlässe, das eigene Unternehmen Geschäftspartnern, Kollegen oder wichtigen Multiplikatoren zu präsentieren.

Eine besonders wirkungsvolle und nachhaltige Form der Darstellung ist nach wie vor eine gedruckte Broschüre, ein Magazin oder sogar ein Buch. Die Werbung neuer Mitarbeiter oder Auszubildender, ein Jubiläum, die Einführung neuer Maschinen, eine gelungene Hausmesse: Immer wieder gibt es wichtige Anlässe und gute Gründe, das eigene Unternehmen Geschäftspartnern, interessierten Kollegen oder wichtigen Multiplikatoren in der Region zu präsentieren – gerade jetzt,

wo der Metallbranche aufgrund wirtschaftlicher Rückgänge der Wind stramm entgegen weht. Da heißt es gegensteuern.

Doch oft bleibt eine hochwertige Firmendarstellung in gedruckter Form ein Wunschgedanke: Wie soll sie realisiert werden, wenn man größere Investitionen vermeiden will und es im eigenen Haus an personellen Ressourcen fehlt? Hier einige Tipps, wie sich mit begrenzten Mitteln, heimlichen Talenten und externen Dienstleistern kosten-

sparend eine überzeugende Präsentation erzielen lässt.

### Schritt 1: Planung

Die Konzeption einer Publikation ist essenziell. Zu klären sind Fragen wie: Wer ist die Zielgruppe, und was ist das Thema? Soll etwa aus Anlass eines Jubiläums ein Überblick über die Geschichte des Hauses geben werden? Oder geht es um die Darstellung technischer Entwicklungen, bei denen Maschinen oder komplexe Prozessabläufe

im Fokus stehen? Oder geht es um die Darstellung von Personen? Wer sich hier für ein Thema entscheiden oder wenigstens einen deutlichen Schwerpunkt setzen kann, erleichtert die Folgeschritte. Keine unwichtige Frage ist: Welchen Umfang soll die Publikation haben? Weniger ist hier meist mehr, denn wer nur wenig Platz zur Verfügung hat, ist gezwungen, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren – und das steigert die Wirkung.

### Schritt 2: Umsetzung

Es ist ratsam, dem Leser den Einstieg durch Bilder zu erleichtern, die den Text begleiten. Diese Bilder können dann mit gut formulierten Bildunterschriften versehen werden, um in das Thema einzuführen und zur weiteren Lektüre zu animieren. Wichtig ist zu klären, wie das Verhältnis zwischen Bildern und Textpassagen sein soll. Kurze Textabschnitte verschaffen dem Leser die Möglichkeit, den Inhalt bequem aufzunehmen und machen Lust aufs Weiterblättern.

Wenn eine Bildauswahl getroffen ist und ebenso die Entscheidung für eine Textform steht, geht es an die Beschaffung von Bildern und Texten. Aber wer schreibt die Texte, wer sucht die Bilder?

### Überzeugende Texte schreiben

In jedem Unternehmen schlummern versteckte Talente. Eine kurze Umfrage per Intranet wird Ihnen zeigen, dass Kollegen oder auch Angehörige oft bereitwillig die Texte verfassen. Dabei ist ganz wichtig: Verteilen Sie die Aufga-

ben, und beziehen Sie Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen und auch Ehemalige ein. Dem Einzelnen wird die Arbeit sehr viel leichter fallen, wenn er nur für überschaubare inhaltliche Zusammenhänge zuständig ist.

### Hochwertige Bilder beschaffen

Das Bild ist für den heutigen, an visuelle Reize gewöhnten Leser und Betrachter von entscheidender Bedeutung. Deshalb ist die Auswahl des Bildmaterials äußerst wichtig. Auch hier gilt:

#### 10 TIPPS ZUM EFFIZIENTEN VORGEHEN

1. Zielgruppe, Anlass und Thema bestimmen
2. Umfang und Ausstattung klären
3. Textlängen und Anzahl Abbildungen festlegen
4. Aufgaben an Kollegen und ehemalige Mitarbeiter verteilen
5. Bildarchive durchsuchen und Mitarbeiter nach Bildschätzern fragen
6. Fotografen aussuchen
7. Ausgewählte Bilder und Texte Seite für Seite platzieren
8. Gestalter hinzuziehen
9. Besuch in der Druckerei
10. Publikation versenden und online stellen

Wenige sorgfältig gewählte Bilder in hoher Qualität erhöhen die Wirkung einer Publikation, während eine Flut von Bildern in mittelmäßiger Qualität auch den gutwilligsten Betrachter überfordert. Gerade bei der Beschaffung von gutem Bildmaterial sollte man nicht sparen. Eine etwas ausführlichere Recherche bei älteren Kollegen und Mitarbeitern des Unternehmens nach historischen Darstellungen fördert immer wieder Schätze zutage.

Aktuelle Bilder, die Mitarbeiter oder Gäste des Unternehmens in lebhafter Kommunikation zeigen, können eine wertvolle Ergänzung zu historischem Material sein. Um solche Schnappschüsse oder auch Porträts einzelner Kollegen einzufangen, kann man einen begabten Hobbyfotografen engagieren. Und es lohnt sich, Angebote bei Fotografen in der näheren Umgebung einzuholen und diese einen Tag lang mit der Aufnahme vorher gezielt ausgewählter Motive zu beauftragen. Das ist oft weit kostengünstiger, als man denkt.

### Was kommt wohin?

Hat man alle Textbausteine, Bilder und Bildunterschriften und Zitate et cetera gesammelt, macht man am besten einen Plan, was in welcher Größe auf welche Seite kommen soll. Es hilft, jede Seite zu skizzieren mit einfachen Rahmen und Linien für die Texte sowie Markierungen für Überschriften und Zitate.

Und danach sollten Sie überlegen, ob es sich lohnt, einen professionellen Gestalter anzufragen. Wenn alle

Elemente wie oben beschrieben bereits Seite für Seite zusammengestellt wurden, ist dies eine perfekte Arbeitsgrundlage und minimiert so die Kosten.

### Schritt 3

Soll das entstandene Dokument gedruckt oder vor allem digital verbreitet werden? Die digitale Verbreitung ist flexibel und lässt sich jederzeit an die Kommunikationsstrategie des jeweiligen Unternehmens anpassen.

Aber die Wirkung eines gedruckten Mediums, das man in die Hand nehmen und fühlen kann, ist nicht zu unterschätzen. Wenn Sie daher drucken wollen, besuchen Sie die Druckerei und lassen Sie sich beraten: Kennt der Dienstleister ein besonderes Papier? Oder hat er Tipps für eine besondere Ausstattung? Sie werden staunen, was zu moderaten Preisen alles möglich ist, wenn man nachfragt.

Jetzt gilt es, das Entstehen dieses Produkts möglichst wirkungsvoll zu inszenieren. Kann auf der Homepage über einen Newsletter auf das Entstehen verwiesen werden? Ist das Erscheinen ein Anlass, eine Pressemitteilung zu versenden? Wie können Kunden ansonsten auf diese Unternehmensdarstellung aufmerksam gemacht werden?

Und die gedruckte Version? Freuen Sie sich darauf, diese persönlich zu übergeben oder mit einem persönlichen Anschreiben zu versenden. Ihre Kunden, Kollegen, Mitarbeiter und alle anderen wichtigen Kontakte, die Sie erreichen wollen, werden beeindruckt sein. ■

## INFORMATION & SERVICE



## HANSERCORPORATE

Dieser Artikel wurde von der Abteilung Hanser Corporate im Carl Hanser Verlag, München, erstellt. In dieser Abteilung kümmern sich erfahrene Kollegen um die Unternehmenskommunikation, die sich freuen, Ihnen weiterzuhelfen

### VERLAG

Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG

81679 München

Tel. +49 99830-0

[www.hansercorporate.de/kontakt](http://www.hansercorporate.de/kontakt)