



designagentur  
wagner

# Factbook 7

Trends, Tools, Facts im Corporate Publishing

Forum Corporate Publishing e.V., dapamedien Verlags KG, 2009

# Fünf Kniffe für die Gestaltung

**These: Schon mit wenigen kreative Elementen, professionell umgesetzt, lässt sich ein Geschäftsbericht attraktiv und preiswert gestalten.**

Geschäftsberichte im Medienmix des Corporate Publishing vermitteln Informationen greifbar, emotional und anschaulich. Bedeutung und visuelle Qualität der Jahresberichte nehmen daher zu. Wie lassen sich die Berichte noch attraktiver umsetzen, zugleich die Kosten nicht nur im Auge, sondern auch im Griff behalten? Hier ein paar grafische Kniffe für den Image-Teil.

## 1. Vektorgrafiken sind angesagt...

Man sieht sie immer öfter: statt Fotos filigrane Linien und Flächen. Abstrakte Vektorgrafiken erobern Werbung, Magazine, Plakate und nun auch den Geschäftsbericht. Die Computertechnik der letzten Jahre hat diesen Trend beschleunigt. Verwenden Sie lieber gute Vektorgrafiken als schlechte Fotos.

Im Alltag kommt es oft vor, dass sich Unternehmen aus dem Fundus der Pressefotos aus dem laufenden Jahr »das Beste« aussuchen. Solche Bilder passen oft stilistisch nicht zusammen, sind manchmal unscharf oder unterbelichtet. Haben Sie für aufwändige Fotografie keine Zeit und kein Geld, dann verzichten Sie lieber ganz auf solche Motive. Eine Lösung mit Vektorgrafiken ist in diesem Fall besser – gute Designagenturen wissen genau, wie man Ihre inhaltlichen Vorgaben visuell umsetzt. Das Ergebnis ist preiswert und kann sehr edel aussehen.

## 2. Hinein ins Fotostudio...

Oft kommt es auf eine ungewöhnliche

Sicht der Dinge an. Details können so spannend sein! Fotografieren Sie ihre Produkte – aber richtig! Gehen Sie mit der Kamera im Studio ganz nah heran. Das ist allemal günstiger, als Fotografen beispielsweise für das Thema »Mitarbeiter« um die halbe Welt zu jagen. Der Jahresbericht von mg technologies macht es vor. Da erscheint ein Doppelsitzventil wie ein Kunstwerk, ein Rotorpaar wie eine Skulptur, die Zerstäuberscheibe des Titels wie eine Plastik. Hier wird Produktqualität selbstbewusst in Szene gesetzt.

Mit Studiofotografie lassen sich auch abstrakte Themen gut realisieren. Die W&W-Gruppe (Bausparkasse und Versicherung) hat es mit ihrem Geschäftsmodell vorge-macht. Die »Lebensphasen« – für jede Phase gibt es die passenden Produkte – wurden mit Symbolen aus Draht und durch eine »subjektive Kamera« dargestellt. Symbolhaft inszeniert lassen sich auch komplexe Sachverhalte emotional und greifbar abbilden. Lassen Sie Ihre Agentur Ideen entwickeln, gehen Sie ins Studio und bestehen auf eine „neue Sicht der Dinge“.

## 3. Farbe wirkt...

Die Empfehlung für Sparsame: überhaupt keine Bilder – lassen Sie Farbe wirken. Großformatige Farbflächen mit kernigen Aussagen sind die Lösung für alle, die etwas zu sagen haben. Mit Sätzen wie „Wir wollen Werte schaffen“, „Wachstum durch Innovation“ oder „Wir erzielen eine nachhaltige Wertschöpfung“ kommen Sie gezielt auf den Punkt. Mit wenigen gestalterischen Elementen erzielt man Wirkung

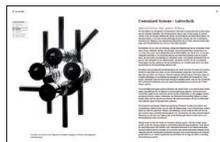
und kann textliche Aussagen visuell verstärken. Die bildlose Gestaltung im Image-Teil braucht allerdings routinierte Designagenturen – achten Sie auf die Regeln guter Typografie. Natürlich bleiben die Portraits des Vorstands und der Aufsichtsräte als Fotos weiterhin erhalten – das ist nun einmal ein Muss.

#### 4. Die echte handgemachte Illustration...

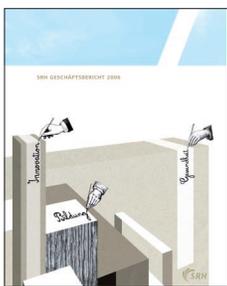
Eine gute Möglichkeit, abstrakte Themen darzustellen, ist die gezeichnete Illustration.

Auf dieses Stilmittel greifen gelegentlich Banken und Versicherungen zurück. Geldthemen lassen sich so wunderbar mit Leben füllen. Aber auch in Industrie und Handel können Illustrationen sehr viele positive Emotionen wecken und Geschichten transportieren. Da nur wenige Firmen auf diese Darstellungsart beim Geschäftsbericht setzen, entsteht ein unverwechselbarer Auftritt. Ein schönes Beispiel dafür ist der Bericht von SRH Heidelberg.

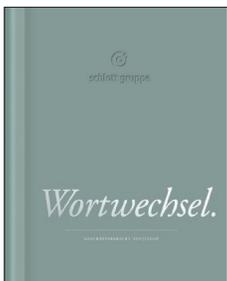
Oft genügen schon fünf gute Zeichnungen für einen Jahresbericht. Wenn Sie auf Fotografie im Image-Teil verzichten, sparen Sie Kosten für aufwendige Vorbereitungen wie Termine mit Mitarbeitern an unterschiedlichen Orten, Reisekosten, das Lichtsetzen in Hallen und Büros oder das Warten auf gutes Wetter. Viele Kreative verzweifeln, wenn sie eine Frühlingsstimmung mitten im Winter fotografieren lassen müssen. Mit Illustrationen sparen sie Kosten und sind terminlich unabhängiger. Viele gute Illustratoren finden Sie unter [www.illustration.de](http://www.illustration.de).



**Wie Kunstwerke:**  
Die Produkte im Jahresbericht von mg technologies.



**Ausdrucksstark:**  
Die SRH-Gruppe wählte für ihren Geschäftsbericht Illustrationen.



**Harmonisch:**  
Typo, Grafiken und Diagramme im Bericht der Schlott-Gruppe.

#### 5. Typografie kann so schön sein...

Kaum zu glauben, wie sich mit Typografie und Diagrammen gestalten lässt! Konzentrieren Sie sich auf Lagebericht und Bilanzteil und inszenieren Sie Seite für Seite mit feinen Schriften, Linien, grafischen Elementen und natürlich detailreichen Diagrammen. Wirklich gute Designagenturen sind Meister in dieser Disziplin.

Ein eindrucksvolles Beispiel für typografisch erstklassige Berichte ist die Serie der Schlott-Gruppe – jede Seite ein kleines Kunstwerk. Die Berichte erscheinen in



Buchform. Für die typografische Inszenierung gilt: ein spannender Schriftmix (maximal zwei Schriftfamilien) und ein abwechslungsreicher Satzspiegel sind die Grundlage. Nutzen Sie Weißraum als Gestaltungselement – nicht jede Seite muss gefüllt sein – und wählen Sie die Größe der Grundschrift im Zweifel lieber etwas kleiner. Klein und fein.

knackigen Aussagen auf Farbflächen (dritter Kniff) ergibt eine starke Doppelseite. Schlichte aber eindrucksvolle Produktaufnahmen (zweiter Kniff) und ein filigraner Satzspiegel (fünfter Kniff) machen ihren Bericht schlicht und edel. So erzielen Sie beim Kombinieren überzeugende und nicht zuletzt preiswerte Resultate.

### Zu guter Letzt...

Mit diesen fünf Gestaltungskniffen sind Sie beim nächsten Bericht auf der sicheren Seite. Kombinieren Sie diese miteinander. Eine Vektorgrafik (erster Kniff) neben



**Oliver Wagner,**  
Designagentur Wagner,  
Mainz

