

**Ansehnlich,  
oder wie ist der "Eindruck", der überreicht wird?**

Von den Chinesen stammt der Satz:  
"Ein Bild sagt mehr als tausend Worte".

Dieses physikalisch nachgewiesene Phänomen beschäftigt mich als Designerin und es stellt sich die Frage, was durch das visuelle Erscheinungsbild, Corporate Design, z. B. auf Briefbögen, Visitenkarten, Prospekten usw. visuell emotional oder sachlich theoretisch ausgesagt wird und auf welche Weise es mit seinen jeweiligen Betrachtern kommuniziert.

Sowohl unbewusst, als auch bewusst wird ein Mensch, den wir neu kennen lernen - privat oder geschäftlich - innerhalb kürzester Zeit seinem ersten Eindruck gemäß beurteilt und einsortiert in die eigenen Kategorien wie zum Beispiel sympathisch, neutral oder unsympathisch. Dieses ist hinlänglich bekannt und bezieht sich sowohl auf die Äußere aber auch noch wichtiger auf die erste innere Erscheinung, auf das Gefühl dieser Person gegenüber.

Welche Rolle spielt nun die visuelle Kommunikation in diesem Zusammenhang?

Vor ein paar Wochen lernte ich eine Innenarchitektin kennen, die seit kurzer Zeit selbstständig tätig ist. In unserem ersten Gespräch erzählte sie mir über ihre persönliche und charakteristische Firmenphilosophie und im weiteren Verlauf, dass sie mit dem Eindruck, den sie auf ihrer bisherigen Visitenkarte überreicht, nur mäßig zufrieden ist.

*(...) Angelika Schnitger*

