

Rentable Formulare

Kundenorientierte Formulare als Umsatzfaktor und Kostensenker

Mit dem angekündigten Bürokratieabbau der Bundesregierung rückt eine Ikone des Bürokratismus in den Blickpunkt – das Formular. Dieses oft als notwendiges Übel betrachtete Format der standardisierten Kommunikation von Behörden und Unternehmen könnte – richtig eingesetzt – schon bald vor einer ungewöhnlichen Karriere stehen: vom retardierenden Bürokratie-Element zum Katalysator für Verwaltungsabläufe.

Die Bundesregierung hat 2007 in ihrem Bericht zum Bürokratieabbau u. a. „das Kürzen der Formulare und das Vereinfachen der Formulierungen“ ganz oben auf die Agenda gesetzt. Damit steht das behördliche Beamtendeutsch vor einem Paradigmenwechsel. Schwer verständliche, Amtsmief ausstrahlende Klammer/Schrägstrich-Sparformen wie „ich/wir bevollmächtigte(n) hiermit die/den nachstehend genannt(en) Bevollmächtigten“ könnten endlich der Vergangenheit angehören.

Das Ausfüllen solcher Formulare kostet nicht nur Zeit, sondern verursacht enorme volkswirtschaftliche Kosten. Das Gesamtvolumen dieser Personalkosten schwankt, je nach Quelle, zwischen 27 Mrd. (Bundesregierung) und 46 Mrd. € (Wirt-

schaftsverbände). Nach Erhebung des Statistischen Bundesamtes wurden insgesamt 10.900 dieser „Informationspflichten“ für die Wirtschaft identifiziert. Da sämtliche Angaben mittels Formulare generiert werden, ist eine sprachlich und grafisch eindeutige Darstellung dieser Botschaften ein entscheidender, aber bislang weitgehend ignoriertes Kostenfaktor. Anders formuliert: Je kundenorientierter ein Formular gestaltet ist, je kohärenter es in die jeweiligen Verwaltungs- und Produktionsabläufe eingebettet ist, desto größer ist die Kostenersparnis bei Personal und Produktion.

Als beispielhaft auf diesem Gebiet lässt sich die Arbeit von Peter M. Scholz für die Deutsche Postbank aufzeigen. Der Berliner Designer, ausgewiesener Experte auf dem Ge-

biet der kundenorientierten Formularegestaltung, hat zeitraubenden Phänomenen einer omnipräsenten Formularwelt mit ihrer verquastenen Sprache erfolgreich den Kampf angesagt.

Der 49-jährige Kommunikations-experte, der in Bielefeld Design studiert hat, gilt als einer der Besten seiner Zunft. Siebenmal war er mit seiner 1996 gegründeten Agentur „Team Peter M. Scholz“ bei bundesweiten Formular-Wettbewerben Preisträger. Gleich zwei in diesem Herbst veröffentlichte Fachbücher nehmen auf seine Formular-Arbeiten Bezug.

Bereits 1990 entwarf Peter M. Scholz gemeinsam mit Florian Fischer ein neues Corporate Design für die Postbank. Dabei entwickel-

Buchtipps: Fachbücher Formulare

Wie sehr das Thema „Gute Formulare“ in der Luft liegt, zeigt sich anhand von gleich zwei Fachbüchern, die sich auf unterschiedliche Weise dem Thema widmen. Beide Autoren, **Borries Schwesinger** und **Ibrahim Abdullah**, beziehen sich dabei unabhängig voneinander auf beispielhafte Arbeiten von **Peter M. Scholz**.

Borries Schwesinger: Formulare gestalten, erschienen im Schmidt Verlag Mainz, September 2007, 75 €

Rayan Abdullah: Von der Wiege bis zur Bahre
... Formulare im Corporate Design, Stiebner Verlag, Oktober 2007, 64,95 €



Peter M. Scholz

Der 49-jährige Kommunikationsexperte, der in Bielefeld Design studiert hat, war mit seiner 1996 gegründeten Agentur „Team Peter M. Scholz“ siebenmal Preisträger bei bundesweiten Formular-Wettbewerben.

ten „Fischer & Scholz“ als Leitagentur eine Kultur der Corporate Formulare, die einen nachhaltigen Dialog mit den Kunden des Institutes aufbauten.

Das Ergebnis: Der Anteil der auf Formulare bezogenen Personal- und Produktionskosten konnte allein durch den Wegfall einzelner Formulare im Projektzeitraum um 15% reduziert werden. Mit der Neugestaltung entstand eine kundenorientierte Haltung und das Design wurde preisverdächtig klar. Eine Vielzahl der insgesamt 3.500 Postbank-Formulare wurde überflüssig. Auch habe man der Deutschen Postbank geholfen, „Notwendiges vom Überflüssigen“ zu trennen, so Peter M. Scholz. 130 Stellen konnten durch die Entwicklung von maschinenlesbaren Formularen eingespart werden.

Aber innovative Formulare sind mehr als nur Kostensenker – sie sind heute die erfolgskritische Schnittstelle zwischen Kunde und Unternehmen. Bei Direktanbietern oftmals die einzige und somit der entscheidende Schritt zur Realisie-

rung einer Kaufentscheidung. „Kundenorientierte Formulare sind ein echter Umsatzfaktor. Verständliche und übersichtliche Formulare werden eher ausgefüllt, verursachen weniger Bearbeitungsfehler und sind obendrein noch positiv fürs Image“, weiß Peter M. Scholz.

Von diesen Vorteilen für das Corporate Image hat Scholz schon viele Unternehmen, Institutionen und Behörden überzeugen können. Kunden der ehemaligen Bundespost haben es dem gebürtigen Ostwestfalen zu verdanken, dass ihr neuer Telefonanschluss nicht als „Antrag“, sondern unter der damals revolutionären Bezeichnung „Auftrag“ bearbeitet wurde. Die Deutsche Post, die Deutsche Postbank, die CC Bank, aber auch die VHV Versicherungen in Hannover geben heute Formulare aus, die von Peter M. Scholz und seinem Team ausgearbeitet wurden.

Gute Formulare

Bis zum kundenorientierten Formular als Standard ist es noch ein langer Weg. Hartnäckig halten sich Sprachsünden wie fehlende höf-

liche Ausdrucksweisen. Spitzenreiter der Formularsünden ist die häufig fehlende Anrede für Frauen. „Unternehmen, die Frauen eine eigene Ansprache einräumen, verdoppeln schlagartig ihre Zielgruppe“, betont der Designer.

Bislang erfolgreich einer Reformierung ihrer Formulkultur widerstanden konnten sich noch immer weite Teile des Gesundheitswesens. Obwohl dort sehr sensible Daten generiert werden. „Bei Krankenkassen und Krankenhäusern besteht ein enormer Nachholbedarf an einer eindeutigen und patientenfreundlichen Sprache“, sagt der 49-jährige Designer. „Es gibt noch sehr viel zu tun“, weiß Scholz und zitiert Altbundeskanzler Helmut Schmidt: „Steuererklärungen sind von Leuten verfasst worden, die sich nicht in die Befindlichkeiten anderer hineinversetzen können.“

Helger Wettingfeld

freier Journalist und PR-Berater (DAPR)

[**Kontakt** > www.t-ps.de,

peter_m_scholz@t-ps.de]

[**Info** > www.bundesregierung.de/

[bueroakademieabbau](#)]