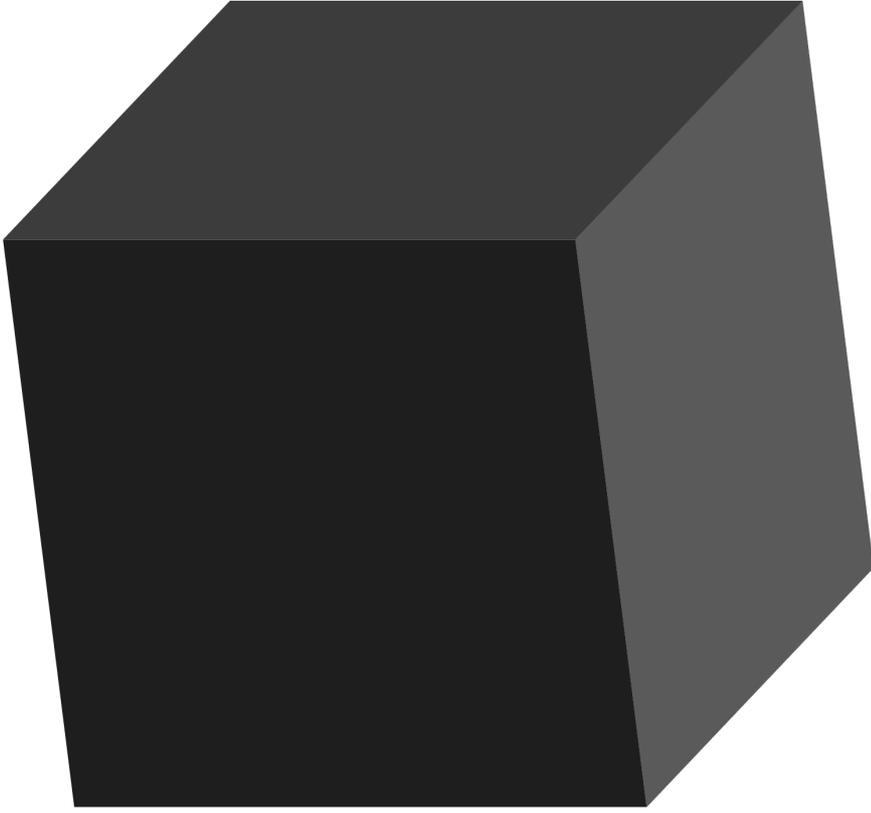


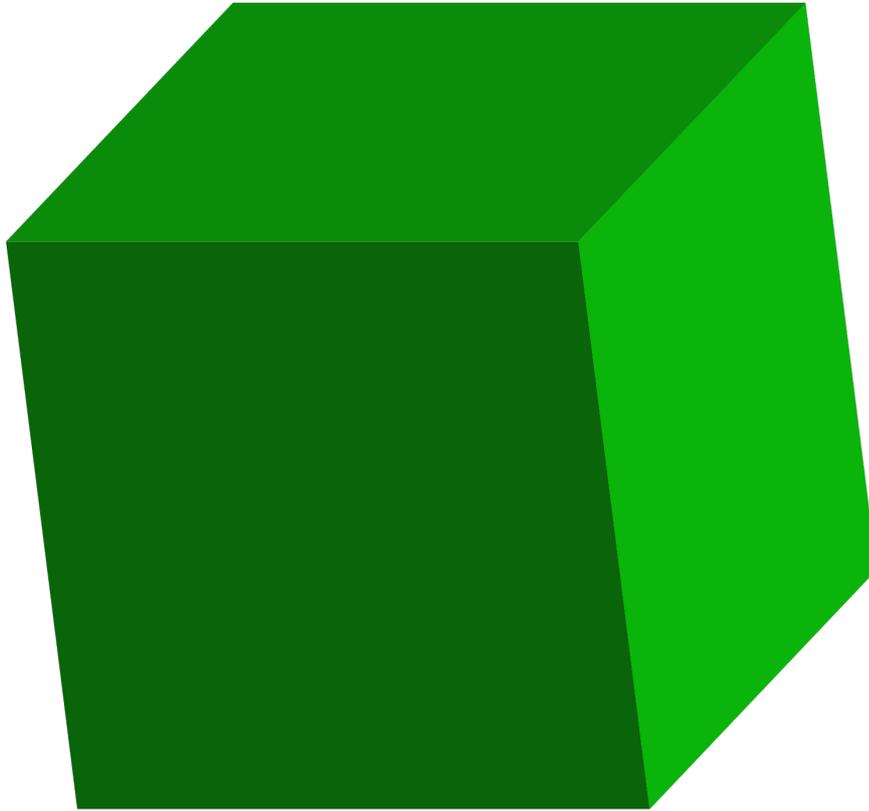
Flat Design und die Sehnsucht nach der Einfachheit

Überall hört man von steigenden Arbeitslosenquoten, zu geringem Wirtschaftswachstum und das Gespenst der Krise geistert noch allzu oft über unseren Köpfen. Hinzu kommen der rasante Vormarsch neuester IT-Entwicklungen in unserem Alltag sowie immer komplexere Produktangebote und eine Reizüberflutung, der man höchstens dann entfliehen kann, wenn man sich auf einer einsamen Insel verbarrikadiert. Kurzum: Wir leben in einer hektischen Zeit, mit der viele Menschen kaum Schritt halten können und/oder möchten. Man könnte fast meinen, der Spruch „früher war doch alles besser“ ist zur Realität geworden. Das frustriert.

Der Mensch sehnt sich wieder nach Einfachheit und Kontrolle. Er möchte es möglichst simpel und überschaubar haben und die Dinge im Griff haben. Da ist es alles andere als ein Zufall, dass Flat Design einschlägt wie eine Bombe. Richtig groß gemacht durch Windows 8, ist Flat Design eine Gestaltungsmethode, die sich vor allem im Interface-Design wiederfindet – also auf mobilen Websites oder Apps für Smartphones zum Beispiel.

Doch was ist Flat Design eigentlich? Das flache Design ist – wie der Name schon sagt – flach und simpel gehalten, kommt ohne viel Schnick-Schnack aus, wird auf das Wesentliche reduziert und besticht vor allem durch das bewusste Weglassen von Schatten, Konturen und jeglichen Effekten, die einen realistischen 3D-Look auch nur vage andeuten könnten. Allerdings wird im Flat Design ein 3D-Look oft in einen 2D-Look umgemünzt, sodass eine gewisse Tiefe geschickt in zwei Dimensionen verpackt wird: Da klassische Schatteneffekte im Flat Design nicht vorhanden sind, wird nicht selten mit verschiedenen Schwarz- oder Weiß-Beimischungen in der Hauptfarbe gearbeitet. Und in der Tat kommt Flat Design oft mit auffälligen Farben daher, sodass es nicht einfach nur als ein reduziertes, minimalistisches Design wahrgenommen wird. Ein einfaches schwarzes Quadrat auf weißem Hintergrund ist also nicht gleich Flat Design. Vielmehr wäre dies ein Quader mit einem dunklen Anthrazit-Grau vorne und die schräg nach hinten gestellten Ober- und Seitenflächen, die einen 3D-Look in 2D darstellen sollen, hätten jeweils einen helleren Anthrazit-Ton. Dieser Trick der Schwarz- bzw. Weiß-Beimischung lässt sich auf alle Farben anwenden (zB Grün mit einmal 20% und einmal 40% Schwarz-Beimischung usw.).





Zudem wird Flat Design generell als strikt von der Realität entkoppelt wahrgenommen. Dadurch erkennt der gestresste Homo sapiens des 3. Jahrtausends, dass es keinen Grund gibt, sich durch die „virtuelle Realität“ bedroht zu fühlen. Das erzeugt Sympathie.

Wie sich Flat Design auf Logodesigns auswirkt, hat man zB bei der Tourismusregion Nordkyn im nördlichen Norwegen gesehen (<http://deutsch.visitnordkyn.com/>). Wie das deutsche Kreativmagazin „Page“ im Sommer 2013 berichtete, konnte das bislang etwas unattraktive Nordkyn seit dem Logo-Relaunch eindeutige Umsatzzuwächse verzeichnen. Das Nordkyn-Logo ist eine gelungene Mischung aus Flat Design und flexiblem Logo-Design.

Hauptsächlich kommt Flat Design jedoch auf digitalen Benutzeroberflächen zum Einsatz, die ein schnelles, übersichtliches und möglichst unkompliziertes Navigieren erfordern. Dies kann Apps und Websites gleichermaßen betreffen. Firmen, die ihre Produkte oder Dienstleistungen über mobile Endgeräte verkaufen, sind definitiv gut beraten, Flat Design einzusetzen. Auch wenn die Zielgruppe regelmäßig mit viel Stress konfrontiert

ist (zB Führungskräfte oder Mütter mit mehreren Kindern), lohnt es sich seine Produkte bzw. Services mit einem gut ausgeklügelten Flat Design zu promoten (gestresste Leute wollen es einfach und unkompliziert haben!). Für alle anderen Zielgruppen ist Flat Design vermutlich nur schön anzuschauen, aber das war's dann auch schon.

Grundsätzlich macht man es mit Flat Design dem Kunden einfacher sich zu orientieren. Auf einer Website heißt das zum Beispiel, dass sie durch das Fehlen aggressiver Buttons angenehmer wirkt und der Besucher so länger auf der Website verweilt. Er wird animiert selbst zu entscheiden, was er denn eigentlich möchte. Deshalb muss das Flat Design so gut gemacht sein, dass es ein Gefühl des „Wohlfühlens“ beim Kunden erzeugt, sodass er sich länger mit dem Produkt beschäftigt (wie oft klicken wir genervt von einer Seite weg, weil sie von viel zu viel Werbe- und Button-Firlefnanz überschwemmt ist!). Im Gegenzug bedeutet das aber auch, dass die Chancen sinken, manipulativ in den Besucherfluss einzugreifen, was – je nach Produkt – auch von Nachteil sein kann. Mit Flat Design kann es leicht passieren, dass man viel Emotion wegnimmt und oft lebt der Verkauf von der Emotion. Daher kann immer nur im Einzelfall entschieden werden, inwiefern Flat Design sinnvoll ist oder nicht.

Unternehmen, die im unteren Preissegment arbeiten (zB Diskonter) müssen beim Thema Flat Design sehr aufpassen. Der Kunde muss hier schnell und besonders auffällig zum entsprechenden Angebot gelotst werden. Knallige Dumpingpreis-Angebote von Aldi & Co sind in einer gewissen Art und Weise in unseren Köpfen verankert. Wenn wir hier mit Flat Design konfrontiert werden, kann uns das sehr irritieren und wir kaufen nicht ein.

Am Schluss nochmal zurück zum gestressten Homo Sapiens des 3. Jahrtausends: Dass sich digitale Medien und Touchscreens immer mehr in unseren Alltag einschleichen, ist eine nicht zu leugnende Tatsache. Deshalb sollte man sich früh genug um eine gute User Experience für seine Kundschaft kümmern, bevor es die Konkurrenz tut und man sang- und klanglos in der Versenkung verschwindet.