

6

**typische Zeit- und
Kostenfallen im Design**
Design clever lösen

Zeit & Geld sparen mit Design - der Mini-Guide für Praktiker

Version 1.0 | Stand August 2025

Kommt Ihnen das bekannt vor?

- Das Logo liegt irgendwo in einer alten Mail.
- Der Flyer ist nach der zehnten Korrekturrunde immer noch nicht fertig.
- Am Ende sind die Werbemittel zwar hübsch, aber keiner weiß, ob sie wirklich etwas bringen.

☞ Genau hier setzen wir an: Drei typische Zeitfallen und drei Kostenfallen im Design - plus praktische Quick-Wins, die sofort helfen.



*Dieses Workbook hilft Ihnen dabei,
Klarheit zu gewinnen.*

Zeitfalle Nr. 1: Jedes Mal bei Null anfangen

Problem

Logos, Farben, Schriftarten
werden jedes Mal neu
improvisiert.

Ergebnis: Chaos, Sucherei,
Frust.

Stellen Sie sich vor,
Sie müssten jedes
Mal beim Kochen
überlegen, ob Salz
vielleicht durch
Zucker ersetzt wird ...
genau so fühlt es sich
ohne Styleguide an.



Lösung

Ein kleiner Mini-Styleguide

- mit Logo-Varianten
- 2 Farben
- 1-2 Schriften

spart sofort Zeit und sorgt für
Wiedererkennung.

👉 Nutzen: Kunden merken sich Ihr Unternehmen besser,
weil alles einheitlich wirkt - ob Website, Fahrzeug oder Flyer.

Zeitfalle Nr. 2: Bilder- und Schrift-Chaos

Problem

Dateien liegen verstreut auf Rechnern, Bilder sind unauffindbar, Schriften werden wild aus dem Netz geladen.



Tipp von MarkenMagie: „Weniger Suchen, mehr Kaffee oder Tee trinken.“

Lösung

Eine zentrale Medien-Bibliothek (z. B. in Canva, Dropbox oder Google Drive) – alles an einem Ort, jederzeit abrufbar.

☛ **Nutzen: Jeder im Team findet sofort, was gebraucht wird - egal ob Chef, Azubi oder externe Partner.**

Zeitfalle Nr. 2: Bilder- und Schrift-Chaos - Checkliste -



Ordnung mit dem Canva schaffen

☞ So setzen Sie die Lösung direkt in Canva um:



1. Marken-Kit anlegen

- Logo-Dateien hochladen (Hauptlogo + Varianten).
- Hausfarben hinterlegen (max. 3-4).
- Schriften definieren (Überschrift, Fließtext).
- → Spart Zeit, weil Sie bei jedem neuen Design direkt aus dem Marken-Kit wählen.

2. Ordnerstruktur einrichten

- Legen Sie eigene Ordner für Projekte an: „Flyer“, „Social Media“, „Anzeigen“ usw.
- Bilder und Grafiken jeweils dort ablegen → keine Suche quer durchs Konto mehr.

3. Freigaben sauber regeln

- Teilen Sie den Zugang nur mit den Personen, die wirklich gestalten.
- So vermeiden Sie Chaos durch „falsche Versionen“ im Umlauf.

4. Versionen abspeichern

- Wichtig: Statt alte Designs zu überschreiben, immer „Duplizieren“ wählen.
- So behalten Sie ältere Varianten und können Änderungen nachvollziehen.

☞ Ihr Gewinn: Kein endloses Suchen mehr, klare Struktur, weniger Korrekturen und schneller zum Ergebnis.

Zeitfalle Nr. 3: Zu viele Korrekturschleifen

Problem

Flyer, Broschüren oder Posts
gehen zehn Mal hin und her.
Jeder hat eine Meinung,
keiner entscheidet.

Aus meiner Praxis:

Eine Kundin reduzierte
die Korrekturrunden
von 7 auf 2, nachdem
klar war: „Die Chefin
entscheidet - nicht die
ganz Firma.“



Lösung

**Vorher festlegen: Was ist das Ziel?
Und wer hat das letzte Wort? –
spart Zeit und Nerven.**

👉 **Nutzen: Weniger Diskussion, schneller fertig,
günstiger in den Kosten.**

Kostenfalle Nr. 1: Masse statt Klasse

Problem

5.000 Flyer für alle -
landen im Altpapier

Ein Verein sparte 40 % Druckkosten, als wir von „Massenflyer“ auf gezielte Plakate + Online-Begleitung umstellten.



Lösung

Lieber klein anfangen (1.000
Stück, gezielt verteilen),
Wirkung messen, dann
skalieren.

👉 Nutzen: Weniger Streuverlust, mehr Wirkung
= Kosten im Griff.

Kostenfalle Nr. 2: Werbemittel ohne Strategie

Problem

Kugelschreiber, Luftballons,
Schlüsselanhänger ... alle
Schränke voll und alles toll,
aber kein Effekt.

Ein Kugelschreiber macht
niemanden zum Kunden - außer
Sie verkaufen Kugelschreiber.

Lösung

Leitfrage stellen: „Passt das
Werbemittel zur Botschaft?“
Wenn nein → weglassen.

👉 Nutzen: Ein Kugelschreiber macht selten einen
Kunden. Aber ein clever gewähltes Werbemittel kann
aus einem Kontakt eine Erinnerung machen

Kostenfalle Nr. 2: Werbemittel ohne Strategie - Checkliste -



Der gute alte Kugelschreiber als Werbemittel - quasi der „**Dackel unter den Give-aways**“: treu, praktisch, aber halt auch ein bisschen... langweilig. Machen Sie jetzt einen kleinen Test:

Kugelschreiber-Check - passt das Werbemittel zu Ihrer Marke?

Frage 1: Exklusivität

Ihre Marke ist eher ...

- ☐ A: Ein edles Candle-Light-Dinner im Lieblingsrestaurant
- ☐ B: Eine Mikrowellen-Lasagne im Büro

Frage 2: Erinnerungswert

Ihr Kunde soll sich erinnern an ...

- ☐ A: ein Schmunzeln & eine kleine Story
- ☐ B: „Noch ein Stift... wo leg ich den hin?“

Frage 3: Nachhaltigkeit

Ihr Werbemittel soll wirken ...

- ☐ A: solange die Marke im Kopf bleibt
- ☐ B: bis die Mine leer ist

Frage 4: Abgrenzung

Auf der Messe ...

- ☐ A: stechen Sie heraus
- ☐ B: liegen Sie im selben Stiftkorb wie alle anderen

Frage 5: Markenbotschaft

Ihre Botschaft lautet ...

- ☐ A: „Wir sind unvergesslich!“
- ☐ B: „Wir sind auch praktisch.“



Auswertung

Überwiegend A: Glückwunsch! Sie denken markenmagisch und Ihr Werbemittel sollte genauso besonders sein wie Ihr Unternehmen. Ein Kugelschreiber wird dieser Rolle kaum gerecht.

Überwiegend B: Der Kugelschreiber passt, aber Vorsicht: Sie schwimmen im Mainstream mit. Wollen Sie wirklich in der Masse untergehen?

Problem

[illegible]

Lösung

👉 **Nutzen: Sicherheit, professionelle Außenwirkung und langfristige Kostenersparnis.**



- Zeit sparen durch klare Strukturen.
- Kosten sparen durch smarte Entscheidungen.
- Markenauftritt stärken durch Qualität.
- 👉 Kleine Schritte reichen, um sofort einen Unterschied zu machen.

Checkliste - kompakt zum Abhaken:

○ Habe ich einen Mini-Styleguide?

→ Enthält Logo-Varianten, 2 bis 3 Hausfarben und feste Schriften. Spart Sucherei und sorgt für ein einheitliches Auftreten.

○ Weiß ich, wer bei Designprojekten entscheidet?

→ Klarheit vorab: Wer hat das letzte Wort? Das verhindert endlose Korrekturrunden.

○ Sind meine Bilder & Schriften zentral abgelegt?

→ Alle Dateien an einem Ort (z. B. in Canva, Dropbox, Google Drive). So findet jeder sofort, was gebraucht wird.

○ Habe ich Ordnung in z. B. Canva?

→ Marken-Kit eingerichtet, Ordnerstruktur angelegt, Versionen dupliziert. Kein Chaos mehr beim Erstellen von Designs.

○ Bestelle ich Werbemittel erst nach Zieldefinition?

→ Vor der Bestellung: „Was will ich damit erreichen?“ Wenn das Werbemittel nicht zur Botschaft passt → weglassen.

○ Habe ich meine Druckmengen im Blick?

→ Lieber klein starten, gezielt verteilen und Wirkung messen, statt tausende Exemplare ins Altpapier zu schicken.

○ Kaufe ich lieber einmal Qualität statt fünfmal billig?

→ Eine solide Website, ein durchdachtes Logo oder gutes Bildmaterial zahlen sich langfristig aus – Billiglösungen dagegen oft nicht.

DANKEschön

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben. Ich hoffe, dieser Mini-Guide spart Ihnen künftig nicht nur Kosten und Zeit, sondern auch Nerven.



**Ihre Meinung ist mir wichtig:
Verraten Sie mir in 2 Minuten,
was Ihnen am Guide geholfen
hat und was ich verbessern
darf.**

Wenn Sie möchten, dass Ihr Markenauftritt noch schneller, klarer und professioneller wird, lassen Sie uns sprechen.

**Ihre Nicole Ewald, Dipl. GrafikDesignerin
Unterer Mehlenweg 7, 97295 Waldbrunn**



Telefon

09306 5822470 oder mobil: 0176 70367607



Website

www.grafik-ewald.de



E-mail

mail@grafik-ewald.de

☞ Und wenn Sie beim nächsten Designprojekt lieber Kaffee trinken statt Nerven lassen wollen, melden Sie sich einfach bei mir.

Noch besser: Buchen Sie einfach auf meiner Homepage Ihren Termin.