

Karriere

UNTERNEHMENSGRÜNDUNG

Prof. Preview

Existenzgründerin und Professorin mit 32 Jahren: Tanja Diezmann sagt Unternehmen, wie sie sich im Internet von ihrer besten Seite zeigen.

CHRIS LÖWER
HANDELSBLATT, 27.7.2001

Ein adrett saniertes Gartenhaus, zweiter Hinterhof, Berlin Mitte. In der Tür steht eine junge Frau in schwarzer Clubwear, mit Sneakers, ohne Socken. 32 Jahre alt, sieht jünger aus. Sie könnte als Djane durchgehen.

Die junge Frau ist Professorin. Und Gründerin der Firma Preview Digital Design. Der Fachbereich Design an der Hochschule Anhalt in Dessau hat Tanja Diezmann zur Interface-Professorin berufen, als sie 29 Jahre alt war und damit eine der jüngsten Hochschullehrerinnen in Deutschland wurde. „Meine Freunde haben immer gelästert: Beamtenstatus, gutes Gehalt und sichere Rente“, sagt Diezmann. Ganz so einfach wollte sie es sich nicht machen und gründete mit Tobias Gremmler im April vergangenen Jahres die Preview Digital Design GmbH.

Das Unternehmen berät E-Commerce-Unternehmen in Sachen Benutzerfreundlichkeit von Seiten und gestaltet Interfaces. Interface heißt Schnittstelle, beim Interface-Design geht es unter anderem darum, Informationen auf Internet-Seiten so zu strukturieren, dass die Navigation leicht fällt.

Diezmann unterrichtet im Semester 16 Stunden pro Woche in Dessau, betreut Diplomanten und forscht. Bleibt da noch genug Zeit fürs Geschäft? Offenbar schon: Bei einem für das laufende Jahr angepeilten Umsatz von 1,2 Mil-

lionen Mark, sechs Mitarbeitern und Kunden wie der Hypovereinsbank, Pixelpark, IBM und Opel. Und schließlich lassen sich Wissenschaft und Wirtschaft verbinden. Das Startup leistet sich einen eigenen Forschungsbereich und kooperiert mit der Hochschule Anhalt. Aktuelles Projekt: Wie lassen sich Computer intuitiv mit den Sinnen steuern – also ohne Tastatur, per Augenbewegung oder Berührung?

Aktuelles Projekt im Forschungslabor: Wie lassen sich Computer mit den Sinnen steuern?

Michael Halbherr, strategischer Berater bei den Preview-Kunden Gate5 und Kangeroo-net, schätzt genau diesen wissenschaftlichen Hintergrund: „Hier wird methodisch präzise gearbeitet. Das zeigt sich in dem klar strukturierten Netzauftritten, die Preview gestaltet.“ Halbherr arbeitet mit den Berlinern gerade an einem Stadtführer.

Vor ein paar Wochen wurde bei Preview eigens ein kleines Labor im zweiten Geschoss des Gartenhauses eingerichtet. Dort werden auch – als Kerngeschäftsfeld – Usability-Tests durchgeführt: Testuser überprüfen in einem

speziell entwickelten Verfahren, wie benutzerfreundlich Internetauftritte sind. Wenn nötig, werden bessere entwickelt. Das wird besonders für E-Business-Plattformen immer wichtiger.

„Bislang galt Time-to-market als entscheidend für den Erfolg. Nun merken viele Anbieter, dass Verständlichkeit und Bedienfreundlichkeit wichtiger sind“, sagt Diezmann. Dies gelte auch für Software und interaktives Fernsehen. Diezmann und Gremmler schwärmen mit dieser Botschaft aus und beraten Agenturen, Unternehmen, TV- und Webproduzenten.

Künftig werde es darauf ankommen, Geschäftsprozesse mit großem Datenvolumen so einfach wie möglich über digitale Kanäle abzuwickeln, sagt Diezmann. Da spiele ein gutes Interface-Design als Form von Kundenbindung eine zentrale Rolle.

Davon ist auch die Hypovereinsbank in München überzeugt und beauftragte die Berliner, am Relaunch ihres Webauftritts mitzuwirken: „Wir haben unser Angebot auf der Grundlage der Nutzerverhalten-Tests überarbeitet, besonders im Online-Banking und -Broking“, sagt Anne Gfrerer, Leiterin der Abteilung für digitale Kommunikation.

Die Bank wurde durch eine Empfehlung in der Branche auf das Startup aufmerksam und will auch weiterhin mit ihm zusammenarbeiten. „Das Besondere sind die Usability-Tests mit wissen-



Preview-Gründer Tobias Gremmler und Tanja Diezmann.

schaftlich fundierten Forschungsergebnissen“, sagt die Frau fürs Digitale bei der Hypovereinsbank.

Wie kommt man vom Start weg an große Kunden? Referenzen helfen. Diezmann war vier Jahre lang Creative Director bei Pixelpark und hat unter anderem Lufthansa und die Telekom beraten. Gremmler arbeitete zehn Jahre lang als freier Creative Director und Mediendesigner. Zu seinen Kunden zählten BMW und Siemens. Trotzdem haben die beiden sich erstmal mit Literatur zum Thema „Wie gründe ich eine Firma?“ eingedeckt, einen Businessplan geschrieben, sich um Fördergelder und Risikokapital bemüht.

„Das hätten wir uns alles sparen können“, bilanziert die Chefin. Die Investitionsbank vermittelte eine fünftägige Beratung mit einem Finanzcoach. Ergebnis: Die Empfehlung, mit 850 000 Mark Fremdkapital einzusteigen – viel zu hoch, stellte sich heraus. Der Trainer war zu alt, um die Geschäftsidee angemessen zu bewerten. „Andererseits wollte wohl die Bank verdienen“, mutmaßt Diezmann. Bei ihr lag der Kreditantrag vier Monate unbearbeitet herum. Dann lehnte sie ab, weil Diezmann Professorin ist – „dabei hatte ich vorher x-mal gefragt, ob das geht“.

Mittlerweile hatten die beiden aus ihren Rücklagen 50 000 Mark für die

Gründung der GmbH aufgebracht. Das Geschäft lief gut an, und es war klar: Auf Banken, Geldgeber und vor allem falsche Ratgeber konnte das Startup gut verzichten. Das Startkapital, da ist sich Diezmann sicher, wäre auch ohne Businessplan aufzutreiben gewesen.

Das Team soll innerhalb der nächsten drei Jahre auf maximal zwölf Mitarbeiter anwachsen. Die verdienen bei Preview zwischen 6 000 und 7 000 Mark. „Wir wollen autark bleiben und die Aufträge annehmen, die uns Spaß machen“, sagt Diezmann. Und weil ihr die Arbeit als Professorin Spaß macht, wird sie den Auftrag ihres Lebens nicht sausen lassen: ihren Lehrauftrag.

>> Die Preview Digital Design GmbH im Internet unter: www.pre-view.de. Mehr zum Thema Existenzgründer: www.handelsblatt.com/gruender.