

Auf den ersten Blick klar!

Superdot ist eine Informationsdesign-Agentur in Basel. Das Unternehmen erstellt Infografiken, Datenvisualisierungen und Designsysteme. Die Mission: Wirkung durch Verständnis zu erzielen, indem komplexe Themen mit unterhaltsamen, innovativen digitalen und analogen Lösungen visualisiert werden.

VON RUEDI NÜTZI

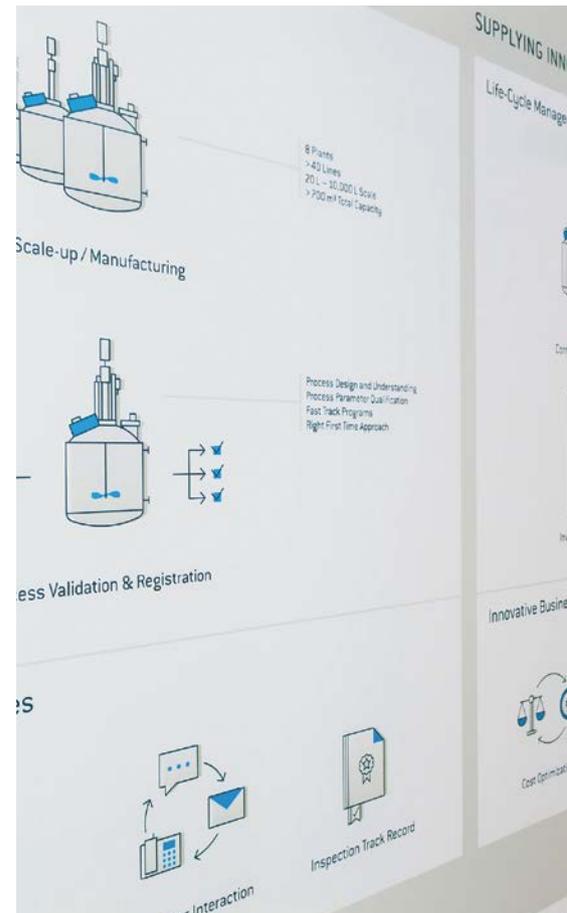
Superdot ist nicht nur der Name der Design-Agentur, die 2011 von Darjan Hil und Nicole Lachenmeier gegründet wurde. Der Name ist auch Programm. Wir leben in einer Welt, die uns immer mehr Daten zur Verfügung stellt, und in einer Gesellschaft, die mit zunehmend komplexen Herausforderungen konfrontiert ist. Darjan Hil und seinem Team geht es darum, einen Sachverhalt im Kern zu verstehen und dann visuell in herausragender Form auf den Punkt zu bringen. Superdot eben. Oder: visualizing complexity. Das ist der Titel eines Buches, das Darjan Hil und Nicole Lachenmeier 2022 in Deutsch und Englisch auf den Markt gebracht haben, um Kunden und Studierenden präzise erklären zu können, was

ihre Agentur für Kunden bringt und wie sich ihre Arbeitsweise von herkömmlichen Vorgehensweisen und Agenturen unterscheidet. Das Buch zeigt eindrücklich und im wahrsten Sinn des Wortes augenscheinlich, wie sinnhaft und attraktiv Zahlen und Fakten visualisiert werden können. Das Verständnis für Sachverhalte wächst innert Sekunden.

Sachverhalte besser verstehbar machen

Oft geht es Firmen darum, eine Strategie oder ein neues Produkt besser kommunizieren oder vermarkten zu können. Darjan sagt dazu: Wenn es darum geht, die Dinge einfach etwas aufzuhübschen, dann sind wir die falsche Adresse. Der Anspruch des jungen Teams in Basel ist, die Dinge zu hinterfragen, zu strukturieren, in Bezug zueinander zu bringen und dann zu visualisieren. Das Ziel dieses aufwendigen Denk- und Arbeitsprozesses ist klar: Alle Mitarbeitenden sollen eine Strategie verstehen. Alle Stimmbürgerinnen und Stimmbürger sollen auf einen Blick sehen, wofür die Steuern eines Kantons verwendet werden. Es geht also um Transparenz und um die Demokratisierung von Organisationen und Firmen. Der Bedarf für diese Qualität der Informationsvermittlung steigt.

Dazu vier aktuelle Beispiele von Mandaten von Superdot: Das Innovation-Lab der Roche will seine Digitalisierungsstrategie vermitteln können. Der Kanton Zug



Komplexe Sachverhalte und Abläufe verständlich visualisieren: Das ist das Kerngeschäft von Superdot aus Basel.

will den Bürgerinnen und Bürgern zeigen, wofür die Steuergelder verwendet werden. Das Bundesamt für Statistik will die SDGs, also Sustainable Development Goals, verständlich vermitteln können. Der Kanton Basel-Stadt möchte, dass die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger die Abstimmungsergebnisse noch besser verstehen als bisher. Der rote Faden durch diese Aufträge an Superdot ist klar: Alle Beteiligten sollen Sachverhalte, Ziele, Absichten verstehen und so beteiligt bleiben. In Zeiten, in denen viele Menschen in ihren Bubbles verharren, ist ein Grundfundament an Gemeinsamkeiten nötiger denn je. Das gilt für Firmen wie für öffentliche Organisationen. Nicole Lachenmeier und Darjan Hil sind denn auch überzeugt, «dass durch die Visualisierung als allgemeinem Problemlösungsansatz mehr Transparenz, Partizipation und Entscheidungsbefähigung entsteht». Superdot hat so mehr als 100 Projekte realisiert und Kunden wie Schweizer Post, Unicef, die UN oder den Schweizer Nationalfonds in der Kommunikation von komplexen Sachverhalten unterstützt.

Autor

Ruedi Nützi ist Verwaltungsrat von drei Schweizer KMU und Dozent im Bereich Führung und Kommunikation an der FHNW Hochschule für Wirtschaft.

> www.fhnw.ch/wirtschaft



Datenvisualisierung setzt Denkprozess in Gang

Das Team um Darjan Hil versteht es nicht nur, komplexe Sachverhalte auf den Kern zu reduzieren, sondern attraktiv zu visualisieren. Auf einen Blick wird klar, was 1000 Worte nicht schaffen. Wissens-Visualisierung ist mehr, als Worte durch grafische Zeichen zu ersetzen. Die Grafik, die den dargestellten Sachverhalt korrekt und zusammengefasst wiedergibt, ermöglicht dem Betrachter einen eigenen, fundierten Denkprozess. Mit dieser pionierhaften Haltung gewinnen die fünf Generalisten von Superdot zunehmend Kunden und Preise. Superdot war beispielsweise Finalist bei den Swiss Design Awards, Gewinner des österreichischen Joseph-Binder-Awards, Silbergewinner des Deutschen Presse-Awards im Bereich Infografik und Bronzegewinner des Art Directors Club Deutschland.

Aktuell kann man sich leisten, auch mal einen Auftrag abzulehnen, wenn klar wird, dass der Kunde an Marketing und nicht an Datenvisualisierung interessiert ist. Weshalb soll jemand für eine Grafik, ein Plakat, das allen Mitarbeitenden erklärt, was Sache ist, 20 000 Franken zahlen? Der Kunde muss den Willen haben, wirklich alle Mitarbeitenden an Bord zu haben. Man könnte



Darjan Hil und Nicole Lachenmeier, die Gründer von Superdot.

auch sagen: Die Auftraggeber sind an einer zeitgemässen Unternehmenskultur interessiert.

Weltweite Partnerschaften und Netzwerke

Deshalb ist jeder Auftrag anders. Copy Paste geht bei Superdot nicht. Die Mitarbeitenden von Superdot brauchen nicht nur Design-, Informatik- und Mathematik-Wissen. Sie müssen gesellschaftlich breit interessiert sein. Wissensdurst ist das verbindende Element des Teams. Und die Freude an der korrekten, aber auch kreativen Arbeit mit Texten und Zahlen.

Basel und die Schweiz bieten ein Umfeld, in dem die Budgets und die Einsicht, Dinge zu klären, vorhanden sind. Die Idee, in Berlin wegen der Start-up-Szene ein Zweitbüro zu eröffnen, wurde erwogen und dann verworfen. Die Energie geht in Kundenprojekte und den Unterricht. Darjan Hil und Nicole Lachenmeier unterrichten Studierende in Data Experience Design und Datenvisualisierung. Ihr Handbuch verkauft sich gut; eine Crowd-Funding-Initiative ergab 50 000 Dollar und war Türöffner für neue Partnerschaften und Netzwerke in den USA, GB und weltweit. Superdot ist in den zehn Jahren in einer Achterbahn zu einem namhaften Player in der Szene geworden. Das ist das Resultat einer klaren, unverwechselbaren Haltung, hoher Qualität und Fleiss. Darjan Hil und sein Team wissen: Ohne Arbeit geht es nicht. Aber Fleiss und Neugierde werden belohnt.

Drei Fragen an Darjan Hil

Was macht euch einzigartig und erfolgreich?

Unser Alleinstellungsmerkmal (USP) und das Geheimnis unseres Erfolges liegt in unserer Unternehmenskultur. Wir behandeln die Projekte unserer Kunden, als wären es unsere eigenen internen Produkte. Die Kombination aus systematischem Denken in wiederverwendbaren Modulen und der Freude an Erlebnissen ermöglicht es uns, Daten in das zu verwandeln, was wir Data Experience nennen – also Daten in eindrucksvolle Erlebnisse umzuwandeln. Wir sind in der Lage, selbst die komplexesten Themen zu moderieren und greifbar zu machen.

Auf welche Projekte bist du besonders stolz?

Unsere Projekte haben eine nachhaltige Wirkung, die weit über die eigentliche Projektlaufzeit hinausgeht. Wenn eine Visualisierung attraktiv und einladend gestaltet ist, zieht sie gerne Blicke auf sich und behält ihre Anziehungskraft über die Zeit. Oft sind unsere visualisierten Jahresberichte (wie der HSW Radar) längerfristig im Einsatz und erreichen eine breitere Zielgruppe als ursprünglich im Briefing definiert. Visualisierung ist universell ansprechend und überschreitet Zielgruppengrenzen. Wir sind stolz darauf, dass unsere Arbeit Menschen nicht nur berührt, sondern sie auch über einen längeren Zeitraum hinweg zum aktiven Handeln befähigt. Verständnis kann Brücken bauen.

Wie sieht die Zukunft von Superdot aus?

Wir wollen auch weiterhin ressourcentechnisch und finanziell in der Lage sein, die wichtigen gesellschaftlichen Inhalte für unsere Kunden zu visualisieren. Mit ein bisschen Investment wollen wir einige unserer Produkte aus der Schublade auf den Markt bringen und über die Grenzen hinweg helfen, Informationsdesign als eines der wichtigen neuen Disziplinen mit einer Online-Academy zu etablieren.