

Gut ist, wenn man's einfach macht

Er schwimmt gegen den Strom. Mit einem Standort auf dem Land, mit kompromissloser Qualität. Und er erlaubt sich den Luxus, Nein zu sagen – zu schnellem Geld, basislosem Wachstum und zu vielen Neukunden. Der Erfolg gibt ihm Recht. Ein Besuch bei Jan Entzminger, Chef der Web-Agentur Blindwerk.

Text: Kerstin Friemel Foto: Jan Friese

☞ So was nennt man Idylle. Eingebettet in sanft hügelige Weinberge, ist der schiefe Kirchturm von Rhodt unter Rietburg schon von Weitem zu sehen. Jahrhundertalte zweistöckige Häuser reihen sich entlang enger Kopfsteinpflaster-Straßen. Rund 80 Prozent des Dorfes, das mehr als 1200 Jahre auf dem Buckel hat, stehen unter Denkmalschutz. Es gibt einen Tante-Emma-Laden, einen Metzger, eine Bäckerei, der Blumenladen soll auch hin und wieder geöffnet haben. In einer Minute ist der Ortskern mit dem Auto durchquert, zweimal rechts abbiegen, schon steht man vor dem roten doppelstöckigen Wohnhaus. Sonnenblumen im Vorgarten, Abtreter vor der Haustür. Hier wird Zukunft gemacht.

Im niedrigen Kellerraum sitzt Jan Entzminger vor großen Bildschirmen. Der 29-Jährige ist Chef der Web-Agentur Blindwerk. Und er macht so ziemlich alles anders als der Rest seiner Branche. Entzminger positioniert sich inmitten dörflicher Provinz, um für Dienstleistungen zu werben, die gemeinhin Symbol einer hippen, modernen Gesellschaft sind. In einer Welt, in der alles immer schneller, bunter und effektvoller zu sein hat, tritt er mit einem schlichten Gegenentwurf an. Wo andere sich mit dem Nimbus des kreativen Techno-Stylisten umgeben, kontert er mit Handwerk und Transparenz. Dabei setzt er seit Jahren auf einen technologischen Standard, von dem die Masse nicht einmal weiß, dass es ihn gibt. Das alles ist keine Masche, die hohe Kunst des Marketings liegt ihm nicht. Jan Entzminger tut all das ganz einfach, weil er vom Sinn seiner Arbeit überzeugt ist.

Wer ihn das erste Mal sieht, könnte ihn leicht unterschätzen: freundlich, sportlich, leger, jungenhaftes Gesicht, sanfter Händedruck. Ein netter Typ. Vor allem aber ein kompromissloser Verfechter seiner Sache.

Aus seinem rund elf Quadratmeter großen Kellerbüro beliefert Entzminger mit seiner Web-Agentur Blindwerk Kunden wie den SAP-Ableger InterComponent

brand eins Neuland 01_Südpfalz_Blindwerk

Ware AG (ICW) und das Mannheimer Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung. 2002 startete der Südpfälzer sein Unternehmen gemeinsam mit einem Kollegen, seit Frühjahr 2006 leitet er die Firma allein, den Partner lockte ein super Jobangebot, sagt Entzminger. Als Teilhaber blieb er dennoch an Bord.

Das Ziel: Barrierefreiheit

Blindwerk ist eine der wenigen Web-Agenturen, die sich früh auf die Gestaltung von Web-Seiten nach internationalen Qualitäts-Standards spezialisiert haben. Und die damit, quasi nebenbei, von Anfang an die meisten Anforderungen erfüllen, die eine Web-Seite heute als „barrierefrei“ klassifizieren – als von behinderten Menschen grundsätzlich uneingeschränkt nutzbar.

Seit Anfang 2006 müssen laut einer Verordnung die Web-Seiten aller Einrichtungen des Bundes „barrierefrei“ sein, die meisten Institutionen der öffentlichen Hand sind dem Bund inzwischen gefolgt. Die Idee dahinter: Alte oder Menschen mit Behinderungen haben häufig Probleme mit aufwendigen Grafiken, hoch animierten Seiten, einem unübersichtlichen Seitenaufbau oder kompliziert formulierten Internet-Inhalten. Für sie gilt es, Web-Seiten nach besonderen Kriterien zu gestalten.

Wie so etwas aussehen kann und wie gut Klarheit und Verständlichkeit auch jedem Nicht-Behinderten tun, zeigt der Besuch auf der Blindwerk-Web-Seite: Wer hier landet, weiß jederzeit, auf welcher Ebene der Homepage er sich befindet. Die Seite lässt sich einfach und eindeutig navigieren, Überschriften sind so groß dargestellt, dass sie sich deutlich vom Text unterscheiden. „Jeder Inhalt ist durch maximal drei Klicks erreichbar“, sagt Entzminger.

Was der Nutzer nicht auf den ersten Blick sieht oder zumindest nicht wahrnimmt: Jedes Element auf der Seite ist über Tastaturkommandos erreichbar, damit sie auch von denen, die keine Maus bedienen können, navigierbar ist.

Die Schriftgröße lässt sich verändern, die Farben für die Gestaltung der Seiten sind so ausgewählt, dass auch Farbenblinde sie problemlos erkennen können. „Ein hellblauer Link auf grauem Hintergrund kann beispielsweise von sehgeschwachen Menschen nur schlecht wahrgenommen werden“, weiß der Blindwerk-Chef. Deshalb sind bei ihm grundsätzlich auch Grafiken und Bilder mit einem Text hinterlegt, der das Abgebildete beschreibt und bei Bedarf von Hilfsgeräten elektronisch vorgelesen wird. So können auch blinde Internetnutzer inhaltlich folgen. Im Gegenzug sei es wichtig, meint Entzminger, auf Kinkerlitzchen wie blinkende oder sich bewegende Elemente zu verzichten. „Hört sich alles einfach an? „Ist es auch“, sagt der Chef. „Und trotzdem machen es nur die wenigsten.“

Jan Entzminger tut es aus Überzeugung – und infolge einer Kette unkonventioneller und konsequenter Entscheidungen. Nach der Realschule mit „miserablem Abschluss“ macht er eine dreijährige Ausbildung zum Energieanlagen-elektroniker. Als sein Arbeitgeber ihn anschließend als Telefonanlagenbauer einsetzen will – „ein komplett anderer Job“ –, erledigt er seinen ersten Auftrag und kündigt anschließend. Da ist er 20 Jahre alt und überlegt, was er wirklich will. Er macht sein Technik-Abitur nach, entscheidet sich gegen ein Studium – „zu theoretisch“ – und lässt sich ein Jahr lang zum Online-Entwickler umschulen.

Seinen ersten Computer hatte Entzminger schon mit sieben. Mit 16 gestaltete er seine erste Web-Seite, seitdem hat er immer mal wieder dem Internet-Auftritt von Weingütern aus dem Ort ein Gesicht gegeben. Seine Umschulung schließt er als Bester ab und findet wenig später als Einziger der Gruppe einen Job in einer renommierten Ludwigshafener Design-Agentur. Es ist die Zeit der New Economy, der lässigen Turnschuhchefs und der Internet-Euphorie: Bunte Web-Seiten werden im Rahmen rauschender Firmenfeste freigeschaltet. Je-

der neue Internet-Auftritt sorgt für Schlagzeilen. Entzminger interessiert das alles nicht. Während seine Kollegen abends feiern, fährt er zurück in sein Weindorf. Ein Umzug nach Ludwigshafen kommt für ihn nicht infrage.

Mit den Monaten wächst auch an dem neuen Arbeitsplatz die Frustration. Der Südpfälzer ist bald genervt vom vermeintlich modernen Management-Stil aus Zuckerbrot und Peitsche. Häufig muss er bis tief in die Nacht arbeiten, dafür soll hin und wieder eine große Party entschädigen, auf die Entzminger sowieso nicht geht.

Der Alltag: Technikschröck

Der Arbeitsinhalt macht die Sache kaum besser. Riesige Firmenprojekte nehmen ihn mit Routineaufgaben in Beschlag. Er leidet unter der oft miesen Qualität der abgelieferten Arbeit. „Es zählte lediglich, dass eine Seite lief, ob sie wirklich gut war und wie lange sie gut lief, war erst mal egal.“ In der Agentur ist es wie überall: Kaum jemand programmiert nach internationalen Standards, kryptische Programmierungen können von neuen Mitarbeitern nicht nachvollzogen werden, fertige Web-Seiten werden von unterschiedlichen Browsern nicht richtig dargestellt, es wimmelt von kleinen Nachlässigkeiten im HTML-Code: Bilder ohne Erklärungstexte, Datentabellen als Layout-Hilfsmittel. „Die Produkte waren oft alles andere als nachhaltig“, erinnert sich der Blindwerk-Chef.

Nach gut einem Jahr zieht er den Schlussstrich und beschließt, mit einem Kollegen selbstständig weiterzumachen. Trotz ihrer Erfahrung, dass „80 Prozent der Kunden Technikklaui sind und sich jeden Schrott andrehen lassen“, entscheiden sie sich, kompromisslos Qualität anzubieten: Ihre Online-Angebote sollen in Gestaltung, Text, Grafik und HTML-Code allgemeinen internationalen Standards folgen. Das ist „kurzfristig vielleicht etwas arbeitsintensiver, aber zukunftsfähiger“, sagt Entzminger.

Am Anfang haben die beiden Partner weniger eine behindertengerechte Nutzbarkeit der Web-Seiten im Auge. Es geht ihnen ganz grundsätzlich um technische Vorteile für jeden Anwender: Eine klar strukturierte Programmierung ermöglicht nicht nur einen einfachen Zugang zu Inhalten, sie reduziert auch das Datenvolumen und damit die Ladezeiten für einen schnellen Seitenaufbau. Ein Vorteil vor allem für Nutzer, die unterwegs mit Multimedia-Handys oder Pocket-PCs im Internet surfen. Und ein Plus für den Betreiber der Web-Seite: Er kann die Kosten für Nutzung und Pflege des Internet-Auftritts senken. Daneben hat eine übersichtliche, bilderlose Startseite gute Chancen, die Kriterien der Suchmaschine Google zu erfüllen und einen hohen Rang unter den Ergebnissen zu erzielen.

Das Konzept: Transparenz

Mit diesem Konzept gehen Entzminger und sein Partner 2002 an den Start – zu Preisen, die so mancher Kunde für ein billiges Lockangebot hält. Statt wie in der Branche üblich mit horrenden Gebühren und kryptischen Honorarsätzen zu operieren, entscheidet sich die Agentur aus der Südpfalz auch in der Preisgestaltung für Transparenz: Potenzielle Kunden finden auf der Blindwerk-Internetseite mit einem Klick eine Übersicht über die kalkulierten Tagessätze. Auf die Frage, ob das nicht ein wenig naiv sei, meint Entzminger nur: „Nein, das ist ehrlich.“

Auch die Standortfrage für das Unternehmen wird pragmatisch entschieden. Das Angebot, in eine Bürogemeinschaft in Mannheim zu ziehen, lehnen sie ab. Stattdessen entscheiden sie sich für Entzmingers Heimatdorf Rhodt unter Rietburg – und verweisen fortan darauf, dass sie auf dem Land sitzen und auch noch stolz darauf sind.

Aber warum etwas anderes suchen? Hier fühlt sich Jan Entzminger wohl, hier ist er „verwurzelt“. Hier war sein Großvater in den fünfziger Jahren ers-

ter Testpassagier der Rietburgbahn, eine Sesselbahn, die ganz in der Nähe auf den Blättersberg fährt. Und hier führte sein Vater bis vor einigen Jahren im ältesten Haus des Dorfes eine Wirtschaft. Freitags sang er pfälzische Lieder und zupfte auf seiner Gitarre. „Die Leute kamen von weither.“ Für Jan Entzminger ist es undenkbar, wegzugehen.

Neben heimatlicher Verbundenheit treiben den Selbstständigen auch berufliche Überlegungen. Im Umkreis von 50 Kilometern gibt es eine Handvoll Städte, „alle nur einen Steinwurf entfernt“. In Karlsruhe, Mannheim, Ludwigshafen und in den kleineren umliegenden Städten hoffen die beiden auf Auftraggeber, vor allem aus dem Mittelstand. Dort ist der Nachholbedarf am größten. Dort werden die Projekte nicht wie bei den Großkunden über Werbeagenturen vergeben. Und dort können sie sich, so ihr Kalkül, auch durch ihren Standort von den großen Agenturen in den Metropolen abheben.

Was ihnen fehlt, sind die Mittel für Marketing oder Werbung. Den ersten Auftrag ergattert Blindwerk, indem Entzminger einen örtlichen mittelständischen Weinverschlusshersteller am Telefon auf die schlechte Qualität seiner Web-Seite hinweist. „Doch dieser Ansatz funktionierte nur einmal“, gibt der 29-Jährige zu, „die nächsten 50 Kandidaten, die wir mit demselben Hinweis anriefen, legten entrüstet auf.“

Es dauert nicht lange, bis den Blindwerkern klar ist: Ihre Arbeit und zufriedene Kunden sind die Garanten für weitere Aufträge. Wer sie weiterempfiehlt und ihnen so zu einem neuen Auftraggeber verhilft, erhält deshalb eine Provision von zehn Prozent des vermittelten Projektes. Bald läuft das Geschäft.

Die freien Mitarbeiter, die Blindwerk nach kurzer Zeit braucht, suchen die Gründer auf Design-Foren: Dort schreiben sie kleine Aufgaben aus, wer mitmacht, kann einen Preis gewinnen. Die guten Kandidaten bekommen von Blindwerk ein Jobangebot.

Der Schub kommt 2004. Immer mehr

Gemeinden und Institutionen realisieren, dass die 2002 erlassene BITV, die Barrierefrei-Informationstechnik-Verordnung, bald gültig wird. Für Entzminger eine glückliche Fügung: Ein Blick auf die Kriterien zeigt, dass Blindwerk längst nach den zugrunde gelegten Richtlinien arbeitet und somit fast alle der neuen Auflagen erfüllt. Das Unternehmen macht sich in dem Bereich schnell einen Namen.

Das Angebot: Kompetenz

Dem Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim fällt die Agentur bei der Ausschreibung des barrierefreien Relaunchs der ZEW-Web-Seite auf. „Da uns die Barrierefreiheit ein besonderes Anliegen war, hatten wir sehr konkrete inhaltliche und technische Vorstellungen“, sagt Yvonne Bräutigam, für den Relaunch zuständige Projektleiterin beim ZEW und von Haus aus Wirtschaftsinformatikerin. Während etliche Agentur-Geschäftsführer ihr im Vorfeld „pauschal alles versprochen und bei konkreten Detailfragen schnell klar wurde, dass sie mit der Materie in Wahrheit kaum Erfahrungen hatten“, stieß sie bei Entzminger auf „Kompetenz und Ehrlichkeit“. Und nebenbei auf das wirtschaftlichste Angebot.

Mit der Gestaltung des ZEW-Web-Auftritts gewinnt Blindwerk 2006 den „Bienen-Award“ (Barrierefreies Internet eröffnet neue Einsichten), ein Wettbewerb für behindertenfreundliches Web-Design, den die Aktion Mensch und die Stiftung Digitale Chancen ausschreiben.

Auch immer mehr Unternehmen interessieren sich für die Arbeit der Agentur. Für das 1998 im Umfeld von SAP gegründete Walldorfer Medizintechnik-Unternehmen ICW übernimmt Blindwerk zunächst die Neugestaltung des Intranets. „Ein Test“, sagt Jan Entzminger, „es gab Vorbehalte, ob eine kleine Agentur so etwas kann.“ Ein paar Monate später wird der Auftrag ergänzt: Blindwerk soll die ICW-Web-Seite samt Länderseiten auf Vordermann bringen.

Anzeige



Klar, schlicht, schmückellos und auf das Wesentliche reduziert – so sehen Blindwerk-Web-Seiten aus. Wer auf Gimmicks verzichtet, erfüllt nicht nur das Kriterium „barrierefrei“, er hehmt auch Preise dafür ein.

Aufträge wie diese sprechen sich rum, in den vergangenen drei Jahren konnte Blindwerk seinen Umsatz deshalb deutlich steigern, den Zuwachs im laufenden Jahr beziffert Entzminger mit „voraussichtlich 50 Prozent“. Trotz moderater Preise bringt es der Unternehmer auf eine Gewinnspanne von 60 Prozent.

Inzwischen kann Blindwerk auf acht freie Helfer zurückgreifen. Sie sitzen in Flensburg, Leipzig, Köln oder Spanien. Ein loses Netzwerk, das je nach Anforderung gemeinsam Aufträge bearbeitet. Entzminger koordiniert den Prozess als Projektmanager, er kann gut vermitteln zwischen Design und Technik. Einmal im Jahr treffen sich die Kollegen zum Bummel über den Landauer Weihnachtsmarkt. Sonst kommunizieren sie überwiegend per E-Mail.

Die Basis: Freiheit

Für Nadja Müller-Schade, die als freie Mitarbeiterin in Leipzig arbeitet, ist die Entfernung kein Problem. Die 28-jährige schätzt die mit der losen Verbindung einhergehende Freiheit, sich die Arbeit selbst einteilen zu können. Müller-Schade hat mehrere Kunden. Eine barrierefreie Gestaltung entspricht ihrem „inneren Arbeitscode“, wie sie das nennt. Doch nur Blindwerk setzt das standardisierte Arbeiten voraus, andere Auftraggeber muss sie oft erst vom Sinn des Ansatzes überzeugen.


Im Auftrag von Blindwerk gestaltet sie zurzeit ein Online-Fahrschultraining. Davor hat sie das Design der Verbandsgemeinde Maikammer überarbeitet. Das sind komplett unterschiedliche Layouts – und ein zentrales Element des Blindwerk-Qualitätssicherungssystems. Auch wenn die Agentur zeitversetzt ähnliche Aufträge von verschiedenen Kunden erhält, setzt Jan Entzminger unterschiedliche Teams an die einzelnen Projekte, um „Routine zu vermeiden“ und um seine Kollegen „immer wieder von null an Lösungen entwickeln zu lassen.“ Nadja Müller-Schade hält das rotierende Prinzip für sinnvoll und positiv, auch

wenn es mehr Arbeit für sie bedeutet. „In unserer Branche entwickelt sich die Technologie wahnsinnig schnell weiter. So wie wir arbeiten, bleibe ich immer am Ball.“

Die Maxime: Qualität

Qualität ist für Jan Entzminger das A und O im Unternehmen. Aufträge, die nicht seinen Ansprüchen genügen, lehnt er ab. Potenzielle Kunden, die sich bei der Vorlage von drei guten und einem schlechten Layout „prompt für das schrottrige entscheiden“, schickt er weg. Bei Ausschreibungen reicht er grundsätzlich nur Konzepte ein, keine fertigen Layouts, weil er weiß, dass es da oft nur darum geht, gute Ideen abzugreifen.

Er bleibt seiner Linie treu, obwohl ihm so schon mal Jobs durch die Lappen gehen. Kein Grund, die Richtung zu ändern: Blindwerk ist Monate im Voraus ausgebucht und an einer Expansion ist Jan Entzminger nicht interessiert. Er weiß, dass sein Team aus Top-Leuten besteht und wie schwer es war, sie zu finden. Um seinen Qualitätsstandard zu sichern, begrenzt Blindwerk das Arbeitspensum stattdessen auf zwei Projektarbeiten pro Monat. Das mag pfälzische Bodenständigkeit sein, für Jan Entzminger ist es die gute Tradition einer Manufaktur.

Der Begriff ist ihm wichtig, er weist schon auf der Blindwerk-Startseite darauf hin. Und deshalb hat der Unternehmer auch kürzlich zu einem ungewöhnlichen Mittel gegriffen. Ende August 2007 veröffentlichte er eine Pressemitteilung, in der er kundtat, dass Blindwerk für den Rest dieses Jahres ausgebucht sei. „Neukundenanfragen werden auf den Jahresanfang 2008 vertröstet“, konnten Interessenten da lesen. Das war konsequent. Und ehrlich. 

Anzeige