



## »Gestaltung ist Haltung«

### Interview mit Anne Kristin Baumgärtel.

Anne Kristin Baumgärtel ist Diplom Designerin. Nationale und internationale Auftragsarbeiten folgten direkt nach dem Studienabschluss. Amsterdam und Rom gehören zu ihren Stationen. Als Geschäftsführerin leitet sie mit ihrer Geschäftspartnerin Lisa Buck erfolgreich die Marketing- und Kommunikationsagentur Buck et Baumgärtel, als Diplom-Designerin betreut sie unter anderem Projekte in Corporate Identity und Corporate Design. Die Kunstliebhaberin arbeitet gerne im Spannungsfeld zwischen Designanspruch und Effektivität, zwischen Emotionalität und Vernunft.

**»Gestaltung ist Haltung«. Was bedeutet das für Unternehmen, für Institutionen, für Kunden, die sich und ihre Identität erfolgreich positionieren wollen?**

Im Auftritt eines Unternehmens zeigt sich dessen Haltung. Denn: Alles geschieht im Kontext. Die Identität eines Unternehmens entsteht aus »seiner Persönlichkeit«, dem Zusammenwirken von Vergangenheit und Gegenwart sowie den Zielsetzungen und Visionen für die Zukunft. Das Erscheinungsbild, das Corporate Design eines Unternehmens spiegelt konsequenter Weise Persönlichkeit und Haltung wider. Diese Werte ändern sich nicht alle Nase lang ... Es geht keineswegs um schöne Bilder, sondern um die treffende Darstellung und damit auch Visualisierung des Unternehmens nach außen. Wenn ich von Positionierung rede, wirken deshalb viele Aspekte in das zu entwickelnde oder weiter zu entwickelnde Erscheinungsbild hinein. Um ein Unternehmen, einen Kunden wirklich zu erfassen, schalten wir vor die Entwicklung des Auftritts und überzeugenden Corporate Designs einen fundierten Kennenlern-Prozess. Dieser Prozess ist die Basis einer erfolgreichen Präsentation und - ja, tatsächlich - von Kontinuität, Überzeugungskraft und Erfolg.

**Welche Rolle spielen Menschen, Werte, Leitgedanken und Emotionen bei der Entwicklung von Corporate Design?**

Eine sehr wichtige und prägende. Deshalb stehen am Anfang jedes Gestaltungsprozesses Workshops mit Entscheidern, um in einem Sensibilisierungsprozess genau diese Themen herauszufiltern. Der Designer muss so tief wie möglich in ein Unternehmen hineinblicken können, um dessen »Seele« zu begreifen. Der Unternehmens-, der Markenkern wird darauf aufbauend definiert und in ein visuelles Gesamtkonzept übersetzt. Dabei sind verschiedene visuelle Stilmittel verantwortlich für ein ganz eigenes, »typisiertes« Erscheinungsbild. Das Logo ist wichtig, aber genauso Farbe, Bildsprache, Typografie und das Zusammenspiel aller Elemente. Entscheidend ist, dass Menschen die »Geschichte« eines Logos, eines Erscheinungsbilds verstehen, mittragen und ausfüllen, dass die Menschen dahinter stehen. Corporate Design ist eine kontextuelle Angelegenheit. Zugänge und Anforderungen sind – je nach Kunde – völlig unterschiedlich. Sie setzen sich individuell zusammen aus den einzelnen Bausteinen der Corporate Identity und leiten sich darüber hinaus ab aus Strategie und Zielsetzung des Unternehmens. Dazu müssen alle Aspekte analysiert, zusammengefasst und abgestimmt werden ehe man in die visuelle Entwicklung einsteigt.

**Ein Unternehmer will von Dir das Patentrezept für gutes Corporate Design.**

**Deine Antwort in 3 Sätzen.**

In drei Sätzen – das schaffe ich nicht! Vielleicht in drei Bildern ... Es gibt Regeln, aber kein allgemeingültiges Patentrezept – es gibt Methoden und Vorgehensweisen, die ein relativ gutes Corporate Design hervorbringen. Aber im Detail steckt der Teufel: Bei jeder Entwicklung gibt es zu identifizierende Strukturen, andere Beschaffenheiten, andere Anforderungen an Identität. Deshalb empfehle ich die »richtige Auswahl« der Partner. Ein CI-/CD-Prozess ist eine Entscheidung für eine langfristige Zusammenarbeit. Da müssen Vertrauen in die fachliche Kompetenz und auch einfach Sympathie füreinander da sein. Die Chemie muss stimmen. Im CI-/CD-Prozess ist Offenheit gefordert – nur so können wir erfolgreich beraten und umsetzen.

**CI-/CD-Prozesse sind gemeinschaftliche Prozesse. Sagt man.**

**Sind es in Wirklichkeit nicht stringente, übergestülpte Top-down-Vorgaben?**

Das kommt darauf an, welche Unternehmensstrategie – besser welche Corporate Identity-Strategie dahinter steht. Corporate Identity-/Corporate Design-Prozesse sind in jedem Fall Chefsache. Nur die Unternehmensführung (ob heterogen oder homogen geführt) kann weit reichende Entscheidungen treffen und Maßgaben vorgeben. Corporate Identity/Corporate Design kann von oben nach unten durchgesetzt, aber auch als gemeinschaftlicher Weg entwickelt werden. Dies hängt von der Struktur des Unternehmens ab. Wenn in einem Unternehmen ein kooperativer Führungsstil gepflegt wird, dann ist es unbedingt notwendig, die Mitarbeiter auch in diesen Prozessen mit auf den Weg zu nehmen. Wenn die Steuerung von oben herab erfolgt, kann dies auch im Corporate Design Prozess erfolgen. Aber dennoch: Es ist wichtig, stetig zu informieren und bei der Umsetzung/Einführung sehr sorgfältig vorzugehen. Dies kann ein Einführungsprozedere sehr erleichtern. Am besten durch die externen Partner, die wesentlich neutraler auftreten können ... Corporate Design ist Orientierungshilfe. Stimmt das und überlebt Corporate Design wechselnden Zeitgeschmack? So viel oder wenig wie es ein Unternehmen tut. Corporate Design ist ein Prozess, der stetig angepasst und überprüft werden muss ... Unternehmen, ihre Produkte und Dienstleistungen müssen sich weiter entwickeln, sich entfalten, anpassen. Auch die visuellen Aussagen müssen sich dementsprechend aktualisieren und wandeln. In erster Linie sollte Corporate Design die Aufgabe der Orientierung übernehmen. Das kann durchaus auch gebunden sein an Zeitgeschmack. Damit die visuelle Sprache des Unternehmens jedoch der aktuellen Entwicklung entspricht, wird sie in gewissen Abständen mit Bedacht aktualisiert. Das merken Betrachter und Käufer kaum. Natürlich unterliegen Erscheinungsbilder einer Art Evolution. Inneres Wachstum zeigt sich eben immer auch nach außen. Die Zeit bleibt nicht stehen.

**BUCK<sup>et</sup> BAUMGÄRTEL**

Judenhof 1 | 89073 Ulm  
T +49 (0)731 938079-0 | F -29  
www.bb-ulm.eu  
kontakt@bb-ulm.eu