

«Es gibt mehr ökonomische Gründe, gutes Design zu machen, als gestalterische!»



Interview mit Jean Jaques Schaffner
von Niggi Freundlieb

Die Basler Designersfactory Schaffner & Conzelmann meldete sich zum ersten Mal beim «red dot award», dem grössten und ältesten Designpreis Europas, an und konnte im Dezember bei der Verleihung in Essen gleich drei Preise abholen.

Jean Jaques Schaffner

Die Designersfactory wurde 1976 von Silvana Conzelmann und Jean Jaques Schaffner gegründet und beschäftigt 12 Mitarbeitende. Sie ist spezialisiert auf Kommunikationslösungen, mit Schwergewicht auf visuelle Kommunikation auf allen Ebenen. Schaffner & Conzelmann ist weit über die Grenzen Basels hinaus ein führendes Unternehmen im Bereich der Markenführung mit einer umfassenden Kundenbetreuung. Für Aufsehen gesorgt haben in letzter Zeit zum Beispiel ihre Kampagnen «Credo» für die Evangelisch-reformierte Kirche Basel-Stadt oder «Wischermeren & Friends» für die Stadtreinigung Basel-Stadt in Zusammenarbeit mit dem FC Basel.

«Geschäftsführer»: Was bedeutet für Sie die Verleihung von gerade drei red dot awards?

Jean Jaques Schaffner: Das ist ein beachtlicher Erfolg für uns, denn der «red dot award» ist nicht nur der grösste und älteste Designpreis Europas, sondern beurteilt Kommunikations-Design in allen seinen Ausgestaltungen. Von den über 6'000 eingereichten Arbeiten wurden nur etwa fünf Prozent mit dem Qualitätssiegel ausgezeichnet. Unser Unternehmen bringt übrigens die Ausstellung mit den Gewinnerarbeiten 2009 «red dot award: communication design» im April 2010 nach Basel und wir zeigen sie in den Ausstellungsräumen der Schule für Gestaltung auf der Lyss. Damit wollen wir auch die Bedeutung des Design-Standortes Basel stärken und werden zum Beispiel darin von Basel Tourismus unterstützt, nach dem Motto «Die Welt ist zu klein, als dass Basel nicht ein guter Standort wäre!»

Was ist gute Kommunikation und gutes Design?

Gute Kommunikation ist dann, wenn sie erfolgreich ist! Oder anders gesagt: Es gibt mehr ökonomische Gründe, gutes Design zu ma-



Jean Jaques Schaffner

Alter	55
Zivilstand	ledig
Erlerner Beruf	Grafikdesigner, Fotograf, Filmregisseur
Heutige Position	Geschäftsführer, Mitinhaber
Hobbies	Design, Kunst

chen, als gestalterische Gründe. Alles, was man kommuniziert, ist ein Investment. Und nur, wenn man das Investment konsequent weiterführt, also die Botschaft, die Aussage oder die Kommunikationsziele verfolgt, gibt es einen möglichen Return on Investment.



Silvana Conzelmann

Können denn auch Text oder Worte Design sein?

Das Design hat ausschliesslich die Aufgabe, die Botschaft zu unterstützen. Schrift oder Worte sind an sich nicht Design, wenn man aber das typografisch so gestaltet, dass die Botschaft unterstützt wird, dann kann man durchaus von Design reden. Nehmen wir die Kampagne «Credo» für die Evangelisch-reformierte Kirche Basel-Stadt. Das Wort «Credo» ist plakativ und steht inhaltlich für die Aussagen der Reformierten Kir-

che, der Kirche des Wortes. «Credo» ist damit die Folge einer intellektuellen Überlegung und wenn der Adressat dies in seiner Klarheit und Reinheit versteht, dann sind Botschaft und Design quasi eins und die perfekte Kommunikationslösung.

Bleiben wir gerade bei «Credo». Was war denn die Botschaft und konnte diese Botschaft auch erfolgreich vermittelt werden?

Es galt, die Evangelisch-reformierte Kirche gegenüber anderen Kirchen eindeutig zu positionieren. Und mit dem Brand «Credo», sollten die Zusammenhänge zwischen einer Mitgliedschaft bei der Evangelisch-reformierten Kirche und den sozialen Leistungen, die diese Glaubensgemeinschaft täglich erbringt, aufgezeigt werden. Das wirklich Neue an dieser Kampagne war, dass wir Religionskommunikation strategisch gleich wie eine Markenkommunikation geführt haben, mit dem Resultat, dass die Reaktionen auf die Kampagne im In- und Ausland aussergewöhnlich waren.

Weitere Informationen

Schaffner & Conzelmann AG
Grellingerstrasse 75
4052 Basel
Telefon +41 (0) 61 260 80 80
info@designersfactory.com
www.designersfactory.com