

Zwischen Tradition und Moderne:

Schaffner & Conzelmann als vielfältiger Kommunikator

Von Ute von Buch

Neben der hochmodernen Ausrüstung ihres Ateliers besinnt sich die Designagentur Schaffner & Conzelmann, die sich selbst als Designersfactory bezeichnet, immer wieder auf ihr handwerkliches Können. Die Designer Silvana Conzelmann und Jean Jacques Schaffner gründeten 1976 ihre Agentur, die heute etwa 50 Designetats bearbeitet.

Ein »kleines« Haus in der Basler Innenstadt, das zu den ältesten der Stadt zählt, ist das Domizil der Agentur. Es vermittelt von außen wie innen ein besonderes Flair, das sich allerdings vollkommen von einander unterscheidet: äußerlich eine Atmosphäre der Tradition, während die Ateliers Sachlichkeit und Kreativität ausstrahlen.

Schaffner & Conzelmann stellen ihre Arbeit unter das Motto »Markendesign« als eigenständige und selbstbewusste Disziplin und nicht als bloßes Detail im Medien-Mix, wie es Jean Jacques Schaffner formuliert. Die Frage, ob die Schweizer Designtradition, speziell die typografische Vergangenheit, die Qualität des Basler Gestalterteams auch heute noch beeinflusst, ist zumindestens teilweise mit ja zu beantworten. Doch prägender ist vermutlich die Tatsache, dass mit den heutigen Techniken sämtliche visuellen Disziplinen (Illustration, Fotografie, 3D-Zeichnungen etc.) – einem Instru-

mentarium gleich – interdisziplinär miteinander verwendet werden können. Die Grenzen zwischen reinen Piktogrammen im Sinne Otl Eichers und den Maskottchen eines Xavier Mariscal werden zusehends unschärfer ...

Qualität als Maßstab

Damit Design nicht in Beliebigkeit zerfällt, nutzt die Agentur das Instrument der Szenarios, das heißt, Vorgaben, Marktanalysen, Unternehmensprofil, anzusprechende Zielgruppen sowie Zielsetzungen dienen dazu, mögliche Szenarien zu entwickeln und sie kompromisslos umzusetzen. Diese Kompromisslosigkeit ist es auch, die die Agentur auszeichnet – und zwar als Verfechter unbedingter Qualität ihrer Arbeit.

Beliebigkeit ist ein Zeichen der Zeit. Immer mehr ähneln sich Signete und Marken. Standards ersetzen Einmaligkeit und Individualität. Systemschriften auf dem Computer ersetzen fundiertes typografisches Können. Selbst bei Großkonzernen grassiert »Markendesign by PowerPoint«. Doch der angerichtete Schaden kann riesig sein. Ob am Beispiel der Fluggesellschaft »Swiss«, die Minimalismus mit Klasse verwechselt, oder des Pharmakonzerns, der seine Marke in der gleichen Schrift setzt wie sein Konkurrent ... Die mit der Markteinfüh-

rung einer solchen Marke verbundenen Kosten stehen in keinem Verhältnis zu denen einer etwas differenzierteren und aufwendigeren Kreation. Bei 90 Prozent aller Werbeaufträge steht letztlich die Marke oder das Firmensymbol im Zentrum der Botschaft.

Umfassender Gestaltungsansatz

Als ihr Erfolgskonzept beschreibt Silvana Conzelmann den handwerklichen Aspekt. Dienstleistungen nicht einzukaufen, sondern sie selbst zu erbringen, ermöglicht umfassendes Arbeiten. Eine fundierte Ausbildung in allen Disziplinen der visuellen Kommunikation, über die Silvana Conzelmann und Jean Jacques Schaffner verfügen, ist die Voraussetzung dafür.

Die Designersfactory besteht aus einer Kurations- und einer Druckvorstufen-Abteilung inklusive Filmbelichtung, einem eigenen Fotostudio, ausgerüstet für Analog- und Digitalfotografie sowie einer Abteilung zur Programmierung und Gestaltung von Internetseiten. In der Agentur arbeiten vier Designer, fünf Typografen/Polygrafen, zwei Fotografen, drei Programmierer und zwei Mitarbeiter im Bereich Verwaltung/Administration. Kunden kommen aus den Branchen Einzelhandel, Warenhäuser, Pharmakonzerne, Universität, Behörden, Krankenhäuser und Industrie. Das besondere Merkmal der Agentur sind fehlende Berührungspunkte bei übergreifender Kommunikation, worin sich der umfassende Gestaltungsansatz spiegelt. 