

# Gestaltung auf allen Ebenen

Ein stimmiges Gesamtkonzept ist für den Erfolg eines Unternehmens mitentscheidend. Das weiß auch die Firma Fröscher GmbH und arbeitet deshalb seit rund zwei Jahren mit dem Gestalter Prof. Klaus Michel, Inhaber der Agentur Jünger + Michel, zusammen, der das Unternehmen sowohl beim Produktdesign als auch bei der Gestaltung der Website und dem Ausstellungsdesign berät und den Auftritt der Firma aus Steinheim an der Murr in einem ganzheitlichen (Design-)Konzept umsetzt.

**FACTS:** Seit wann beschäftigen Sie sich mit dem Thema Design und wo liegen Ihre Schwerpunkte?

**Prof. Klaus Michel:** Ende der 1980er-Jahre habe ich an der Universität der Künste (UdK) Berlin Industrial Design studiert – „Konzeptionelles Design“ nannte mein Lehrer, Professor Nick Roericht, das, was wir dort damals gemacht haben. Gemäß Lucius Burckhardts Zitat „Nicht die Dinge, sondern die Organisation der Dinge bestimmen die Qualität des Lebens“ hatte mich mein Professor einen sehr ganzheitlichen Blick auf Gestaltung oder das Leben gelehrt. Davon bin ich sicherlich stark geprägt, obwohl das damals noch eher eine sehr utilitaristische Blickrichtung war, die heute so nicht mehr tragfähig wäre. Wir leben in einer sich immer weiter drehenden Hochkultur. Die sogenannte Bedarfsdeckung war im Jahr 1960 zumindest für den Westen Deutschlands erledigt. Wir können heute aber nicht mehr nur eine Waschmaschine kaufen, sondern unter 300 Modellen auswählen.

Zu meinem Schwerpunkt: Ich bin Gestalter. Es gibt einen Kern in der Gestaltung – wenn man diesen begriffen hat, steht einem mehr oder weniger alles offen: vom Städtebau und von der Innenarchitektur über Event, Grafik, Webdesign bis hin zur Gestaltung von Briefmarken. Natürlich braucht es zum jeweiligen Segment dann Spezialwissen; das ist aber Handwerk und lässt sich erlernen. Ich habe mich auf ganzheitliche Unternehmensauftritte spezialisiert. Dazu gehören Strategieberatung und Erscheinungsbild eines Unternehmens, deren Anwendung sowie Produktdesign bis hin zur Gestaltung von Messeständen und Show-

rooms – einfach alles, mit dem ein Unternehmen sicht-, hör-, riech- und fühlbar wird.

**FACTS:** Ist ein aufeinander abgestimmtes (Design-)Konzept in allen Unternehmensbereichen mitentscheidend für den Erfolg einer Firma?

**Michel:** Ja, weil nur dann eine stimmige Haltung eines Unternehmens klar und das „Gesicht“ eines Unternehmens deutlich wird: Was sind die Ideale der Firma, wofür steht sie und wo will sie hin? Das sind Informationen, die wir heute von allen Unternehmen gewohnt sind, ob klein oder groß. DAX-Unternehmen brauchen dazu eine Corporate-Identity(CI)- und später dann eine Corporate-Design(CD)-Agentur oder -Abteilung, Tausende von Meetings und Abgleichrunden. Daran haben wir uns früher beteiligt, und uns heute aber anders orientiert.

Viel interessanter finden wir es mittlerweile, für Mittelständler zu arbeiten. Die Beziehung zueinander ist persönlicher, die (Entscheidungs-)Wege sind kürzer. Und man ist persönlich mitverantwortlich für Erfolg und

Misserfolg des Unternehmens. Es macht so auch sehr viel mehr Spaß, da es keine Reibung zwischen Grafik/Werbeagentur, Webdesigner, Produktgestalter und Unternehmen gibt.

**FACTS:** Für die Fröscher GmbH aus Steinheim an der Murr, mit der Sie seit rund zwei Jahren zusammenarbeiten, haben Sie ein solches Komplettkonzept entwickelt. Wie haben Sie das Unternehmen kennengelernt und was macht das Unternehmen für Sie aus?

**Michel:** Ich kenne Thomas Fröscher über einen gemeinsamen Freund und Geschäftspartner, Helmut Kachel von Vario Büroeinrichtungen. Wir waren uns bei vielen Treffen dort sympathisch und Herr Fröscher hat sich dabei auch sicherlich recht genau angesehen, wie wir Vario in den letzten Jahren begleitet haben. Irgendwas muss ihm daran gefallen haben, sonst hätte er uns vor zwei Jahren nicht gefragt, ob wir auch für Fröscher tätig werden können.

Nach nicht immer leichten Jahren befindet sich die Fröscher GmbH wieder auf dem Weg >



› nach oben: Die Übernahme der Philip Möbelmanufaktur, die sich stetig ändernde und wachsende Produktion, neue Produkte, ein neuer großer Showroom mit Museum und vieles mehr sind deutliche Anzeichen dafür. Diesen Weg zu begleiten, macht ganz einfach Spaß. Spaß auch deshalb, weil die Unternehmerfamilie Fröscher durch Herzlichkeit, direkte, zupackende, aber auch umsichtige Art überzeugt. Dazu ist die gesamte Fröscher-Mannschaft – vom Vertrieb bis zur Produktion – ein eingeschworenes und leistungsfähiges Team. Wer würde da nicht gerne mithelfen, das Ganze aus gestalterischer Sicht weiterzubringen?

**FACTS:** Wie haben Sie den gewonnenen Eindruck in ein ansprechendes, für das Unternehmen passendes Konzept umgesetzt?

**Michel:** So schnell geht es nicht! Der Prozess ist außerdem noch längst nicht abgeschlossen. Und wenn man an so vielen Punkten mitarbeitet, hat man vielleicht eine Idee, wo es hingehen könnte. Das Schöne ist aber, dass es sich auf dem Weg dorthin auch oft noch verändert und dadurch reicher wird.

**FACTS:** Wenn wir uns den Ausstellungsraum von Fröscher genauer anschauen: Worauf haben Sie dabei besonders Wert gelegt und was unterscheidet diesen Ausstellungsraum aus Ihrer Sicht von anderen Showrooms?

**Michel:** Wir haben den Überbau nach dem Prinzip „Wandel, Werkstatt, Loft“ konzipiert. Die Fläche ist riesig, aber auch eine große Fläche ist schnell vollgestellt. Wir wollten keine „Musterräume“ inszenieren, sondern mit semitransparenten, leichten „Wänden“ aus Stoff Inseln der Konzentration schaffen. Der Showroom ist eher ein „Workroom“: Man soll mit



*„Der Showroom ist ein echter, Workroom‘: Man soll mit den Möbeln arbeiten beziehungsweise sie erleben können.“*

PROF. KLAUS MICHEL, Gestalter und Inhaber der Agentur Jünger + Michel

den Möbeln arbeiten beziehungsweise sie erleben können. Vielleicht stehen sie dabei manchmal nicht im besten Licht, aber man weiß dann, wie sie in einem normalen Umfeld funktionieren.

**FACTS:** Wie sieht es mit der neuen Website des Unternehmens aus?

**Michel:** Auch hier und vor allem hier gilt das Motto: „Auf dem Weg!“ Wer Websites gestaltet und pflegt, weiß: Das ist ein nie abgeschlossener Prozess, das geht immer weiter, da gibt es keinen „Druckunterlagenschluss“ – sowohl inhaltlich wie auch technisch. In diesem Jahr werden wir unter anderem den Log-in-Bereich für die Handelspartner ausbauen und eine Vielzahl an neuen Materialien und Oberflächen vorstellen.

**FACTS:** Für Hersteller von Büromöbeln ist Design die Summe aus Funktionalität und Gestalt.

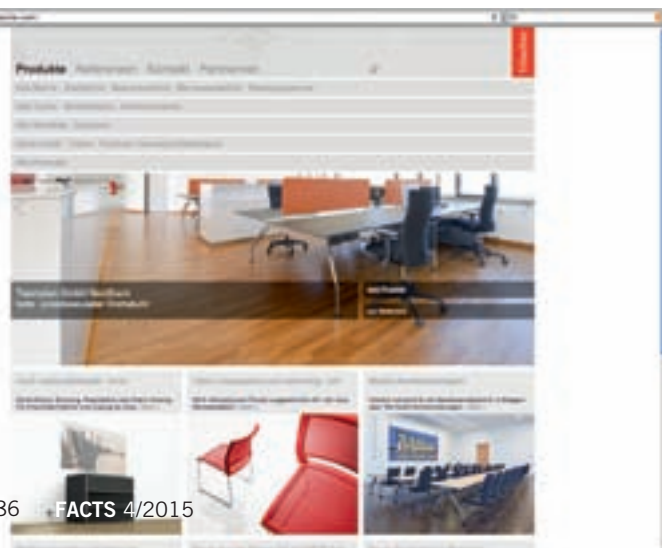
Wie sieht das bei Fröscher aus? An welchen Produktdesigns haben Sie gemeinsam gearbeitet – und welche Gedanken standen dahinter?

**Michel:** Zunächst geht und ging es um Produktpflege. Bei einigen Produkten bedarf es nur kleiner formaler Anpassungen, beispielsweise der Plattenformen, Fußgleiter oder Sitzschalenkonturen. Im Augenblick arbeiten wir an einem neuen Allzweckstuhl, der auf einer sehr bequemen Sitzschale basiert. Ziel ist es, den Stuhl möglichst leicht zu halten, sowohl visuell als auch physisch. Das ist auch eine der neuen strategischen Ausrichtungen: leichte Möbel. Denn wer wenig Material einsetzt, verbraucht auch weniger Energie und schont damit die Umwelt. Das führt neben hoher Qualität und Langlebigkeit zu einem nachhaltigen Wirtschaften.

**FACTS:** Inwiefern fördert ein gutes Design den Verkauf?

**Michel:** Vermutlich beziehen Sie sich mit der Frage nach „gutem Design“ auf die zehn Thesen von Dieter Rams. Gutes Design soll demnach innovativ, brauchbar, ästhetisch, verständlich, unaufdringlich, ehrlich, langlebig, konsequent, umweltfreundlich und so wenig wie möglich erkennbar designt sein. Ich glaube, hier sagt niemand Nein, auch weil der Anspruch verdammt hoch ist. Und wenn man sich dann noch vor Augen hält, dass sich Jonathan Ive, Chefdesigner von Apple, Rams als Hero auserkoren hat, muss man dem auch nichts mehr hinzufügen.

Anna Sieradzki ■



**GANZHEITLICHES KONZEPT:** Gemeinsam mit dem Gestalter Prof. Klaus Michel erarbeitete die Fröscher GmbH & Co. KG ein Designkonzept für den Ausstellungsbebereich, für einige Produkte und die Fröscher-Website (l.).