

FEMINISS *magazin*

YVONNE SIMON

DIE LEBENSMUTMACHERIN
„SEI FREI, DU SELBST ZU SEIN!“

SANDRA LOTZ

LICHTVOLLE ANFÜHRERIN
„WENN DU ES WIRKLICH WILLST,
DANN SEI DU!“

MICHELLE EUZET

UNTERNEHMENS-KULTURWANDLERIN
„DER FUNKE MUSS ÜBERSPRINGEN“

FREE YOUR

Mind

— VERA FECHTIG —

DIE BAUMHAUSKREATIVE

„Menschen und ihre Botschaften sichtbar machen“



MENSCHEN UND IHRE BOTSCHAFTEN SICHTBAR

MACHEN

Vera Fechtig

FOTOS David Knipping



DIE BAUMHAUSKREATIVE

Grafikdesign: Ein spannender Transformationsprozess – von innen nach außen ins Visuelle und Haptische

Der perfekte Tag. Warme Sonnenstrahlen auf meiner Haut. Ein leichter Windhauch ist spürbar. Grüne Gräser kitzeln meine Fußsohlen, während ich mit meinem Mann und unseren Zwillingen barfuß über eine blühende Sommerwiese laufe. Im Hier und Jetzt bin, den Augenblick genieße. Gleichzeitig links im Bild ist ein einzelner Baum. Groß und stark. Mit einer Holzleiter, die über den rauen Stamm sicher nach oben führt in ein Baumhaus. Mein Baumhaus. Mein Rückzugsort. Nur für mich. Für meine Kreativität. Darin kann ich mich ausleben. Habe die Freiheit, so zu sein, wie ich bin. Ich finde alles, was ich brauche – in mir und in meinem Baumhaus. Mit einem von Vorhängen umrahmten Fenster, durch das ich auf die unendlich scheinende Wiese blicken kann, wo ich meine Familie sehe – und jederzeit wieder zu ihr kann, gerade so, wie es für mich stimmig ist. Wir leben unser Leben nach unseren Vorstellungen, genau so, wie es richtig für uns ist. Es ist nicht das erste Mal, dass ich dieses Bild vor mir sehe, als ich während einer Meditation zu meiner Vision geführt werde. Kurze Zeit später hole ich das Baumhaus in die Realität. Ein Coaching-Prozess gibt den Anstoß dazu, mein Büro in mein Haus-Baumhaus umzuwandeln – meine Kreativität in diesem Fall nicht nur für meine anspruchsvollen Kund*innen zu nutzen, denen Wertigkeit wichtig ist und die über Papier und Haptik weitere Kommunikationsebenen schaffen wollen, sondern auch für mich wieder aus dem Vollen zu schöpfen und meinen eigenen Raum zu kreieren.

Im Flow: Aus meinem Grafikdesignerinnen-Kopf hinein in die Welt

Lange genug habe ich diese Vision mit mir herumgeschleppt und nun endlich in die Tat umgesetzt. Es war eine große Herausforderung für mich, mir diesen Raum, mein Haus-Baumhaus, zu erarbeiten – und mir ist dabei klar geworden, dass der Ablauf vergleichbar damit ist,

wie ich mit meinen Kund*innen umgehe: Ich gebe ihnen Zeit, spüre in sie hinein, entdecke, erarbeite und mache schlussendlich erlebbar. Grafische Arbeit ist für viele ein „böhmisches Dorf“ – jedoch handelt es sich nicht nur um ein Handwerk, sondern um einen jeweils individuellen Prozess. Heute lade ich dich deshalb ein, mit mir in mein Haus-Baumhaus, meinen kreativen Raum, zu kommen und anhand eines konkreten Beispiels mitzuerleben, wie die Entwicklung eines Logos ablaufen kann.

Erzählen möchte ich es gerne an einem konkreten Beispiel, nämlich an meiner Kundin Andrea, einer diplomierten Edelmetall-Kauffrau. Sie hatte sich selbstständig gemacht und ihr wurde recht schnell klar, dass sie ein eigenes Firmenlogo haben möchte. Bevor wir uns kennenlernten, wurde sie von einem anderen Grafikdesigner betreut, wobei die Zusammenarbeit leider nicht funktionierte. Andrea konnte sich in den Entwürfen einfach nicht wiederfinden und hatte nicht das Gefühl, wahrgenommen zu werden. Nach mehreren Monaten war sie ziemlich verzweifelt, weil einfach gar nichts klappte.

Entdecken: Wer bist du und warum tust du, was du tust?

So setzten Andrea und ich uns also zusammen, um herauszufinden, ob wir zusammenpassen und ich die richtige Grafikdesignerin für sie bin. Es ist aus meiner Erfahrung sehr wichtig, dass sich zwischen meinen Kund*innen und mir von Anfang an ein Vertrauensverhältnis entwickelt. Dazu braucht es auch, dass sich die Person mir gegenüber öffnet und mich an sich heranlässt, mir von sich erzählt, von ihrem Business und vor allem auch von dem Warum dahinter. Ich höre zu und lasse mich auf mein Gegenüber ein, um zu verstehen und wahrzunehmen, wer die Person ist und was ihr Angebot, um die Botschaft, die sie an ihre Kund*innen übermitteln will, visualisieren zu können. Für mich ist dabei unerlässlich, dass ich eine Verbindung zu meiner Kundin aufbauen

und hinter dem stehen kann, was sie tut. Ist das nicht der Fall – und höre ich dabei nicht auf mein Bauchgefühl –, klappt es irgendwann im Laufe des Prozesses nicht mehr mit der Zusammenarbeit. Umso wichtiger ist deshalb das erste Gespräch – dabei bin ich offen und ehrlich und versuche nicht, um jeden Preis eine Zusammenarbeit zu erzwingen. Im Gegenteil, ich empfehle gerne Kolleg*innen weiter, wenn ich merke, dass ich aus irgendeinem Grund nicht die richtige Grafikerin für diese Person bin.

Optische Umsetzung: Was musst du wissen?

Vielleicht kommen beim oder vor dem Gespräch mit mir Zweifel in dir hoch, weil du doch gar nicht weißt, was du überhaupt alles erzählen sollst. Möglicherweise warst du bereits in einem Coaching oder bei einer Unternehmensberatung und hast dir dabei wichtige Dinge erarbeitet wie deine Stärken, Wunschkundin und Zielgruppe, dein Angebot und so weiter. Unter Umständen blockiert dich die Vorstellung, du müsstest jetzt auch noch wissen, wie sich das alles optisch umsetzen lässt. Genau an der Stelle komme ich als Grafikerin ins Spiel.

Werte & Botschaften transportieren: Passende Schriften, Farben, Formen & Symbole finden

Auch Andrea hatte überhaupt keine bildhafte Vorstellung davon, was sie will. Nachdem sie mich mit der Gestaltung von Logo und Visitenkarte beauftragt hatte, setzten wir uns noch einmal zusammen, um ins Detail zu gehen und gemeinsam zu erarbeiten, mit welcher Schriftart, welchen Farben und welchen Formen/Symbolen ihre Werte und ihre Botschaft transportiert werden können.

Als Grafikerin ist es anschließend meine Aufgabe, zu schauen, ob deine Präferenzen mit dem übereinstimmen, was du ausdrücken und kommunizieren möchtest, und ob damit auch deine potenziellen Kund*innen angesprochen werden. Es ist mir dabei sehr wichtig, die richtige Mischung aus dem zu finden, was dir gefällt, und dem, was mit deiner Zielgruppe harmoniert. Es heißt zwar immer, der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht der Angler*in – dennoch muss es schlussendlich dein Logo sein, du sollst dich damit repräsentiert fühlen und dich mit Begeisterung zeigen können!

Chemie & Synergie: Wichtig für die Zusammenarbeit

Ich möchte mit Menschen arbeiten, die zu sich stehen und ihr Business leben und lieben. Das bedeutet für mich auch, dass sie ihre Zielgruppe nicht stupide danach aussuchen, wer am meisten Geld bringt, sondern danach, wer zu ihnen passt bzw. zu wem sie passen. Dadurch ziehen dann das Logo und die Kommunikationsmittel die Personen an, die meinen Kund*innen entsprechen, und es widerspricht nicht dem, wie sie sich selbst sehen.

Während des gemeinsamen Prozesses extrahiere und transformiere ich die Persönlichkeit meiner Kund*innen in/aus ihre/r Marke und übertrage sie weiter folgend in die jeweiligen Print-Produkte. Deshalb ist ein ganz wichtiger Faktor,

Vera Fechtig (Jg. 1983), kommt aus Lochau / Vorarlberg am Bodensee, ist verheiratet (seit 8.2009), Mama von Zwilling-Jungs (seit 2.2016), Rudelführerin von Sheltie-Rüde Marlow (seit 10.2014) und Dosenöffnerin für Kater Hamish (seit 7.2011) und Glückskatze Juniper (seit 8.2012). Vera Fechtig ist eine kreative und strukturierte Grafikerin mit Blick fürs Detail. Empathisch und zielorientiert unterstützt sie Gründer*innen und Selbstständige, die Wert auf Qualität legen und im Markt von ihrer Zielgruppe angenommen und sichtbar werden wollen.

office@owlet.at | www.owlet.at



dass die Chemie miteinander stimmt und eine Synergie entsteht, denn so tue ich mich unendlich viel leichter bei der Gestaltung. Und nur wenn diese Menschen „ihr Ding“ lieben und dazu bereit sind, den in ihnen liegenden Goldschatz anzunehmen und gemeinsam zu heben, kann in der Zusammenarbeit mit mir etwas Gutes entstehen.

Erarbeiten: Aus der Tiefe vom anderen holen und eine transformelle Bildsprache schaffen

Der nächste Schritt nach dem Gespräch mit Andrea war es, aus all den mir vorliegenden Informationen die ersten Ideen zu entwickeln. Zu schauen, was ist alles da und wie lässt es sich visuell ein- bzw. umsetzen. Ein gutes Beispiel für die transformelle Bildsprache sind übrigens die Flughafen-Piktogramme, die jede*r versteht. Dort gelingt es, ein Thema zu zeigen, ohne ein Wort darüber zu verlieren.

In Andreas Logo sollten sich unter anderem ihre Werte Vertrauen und Sicherheit spiegeln. Als Schriftwunsch nannte sie mir den Typ Times. Das passte zusammen, denn Serifenschriften können für Zuverlässigkeit und Professionalität stehen. Übrigens werden gewissen Schriften bestimmte Eigenschaften zugeordnet, die zum Beispiel auch transportiert werden, wenn du deine Visitenkarte übergibst.

Ich verstehe meine Arbeit als Grafikerin darin, mich aus verschiedenen Blickwinkeln dem Ziel zu nähern, Dinge auszuprobieren, sie wieder zu verwerfen, neu aufzugreifen, abzuändern, zu verbessern, zu korrigieren, zu hinterfragen ... Dieses Vorgehen lässt sich auch als der Versuch-und-Irrtum-Ansatz beschreiben, eine heuristische Methode, um Probleme zu lösen, bei der so lange zulässige Lösungsmöglichkeiten versucht werden, bis die gewünschte

Lösung gefunden wurde. Das Wort Heuristik kommt aus dem Altgriechischen und bedeutet „auffinden“ bzw. „entdecken“ – und genau das ist die Basis meiner Methode. Dabei nehme ich nicht nur bewusst die Möglichkeit von Fehlschlägen in Kauf, sondern sehe sie ganz im Gegenteil als positive Chance, um das jeweilige Projekt weiterzuentwickeln und die richtige Richtung zu finden.

Auf der Metaebene versuche ich, Bezüge zum Business zu finden und Analogien zu schaffen. Ich gehe dabei sehr feinfühlig vor und auf den jeweiligen Menschentypus ein. Als mögliche Formen für Andrea kamen mir zuerst Kreis und Rechteck in den Sinn, die für Münzen und Barren stehen können. Kombiniert ergab sich daraus auch noch eine Art Safe, der Sicherheit symbolisiert. Ich merkte jedoch rasch, dass diese Ansätze für mich noch nicht stimmig waren. Kreativität ist ein Prozess der Reifung, der nicht erzwungen werden kann. Es braucht Ablenkung, denn kreative Prozesse entstehen im Loslassen. Dafür nutze ich auch mein Haus-Baumhaus, um mir diesen Prozess zuzugestehen.

Den Goldschatz heben

Und auf einmal macht es Klick – manchmal finde ich zu den unmöglichsten Zeiten Lösungen; tatsächlich war es eine Idee gegen 1 Uhr nachts, die die Basis für das Logo von Andrea legen sollte. Die schlussendlich gewählten Farben – nämlich Gold und Schwarz – standen recht schnell fest; sie ergaben sich aus der Thematik „Edelmetall-Vermögensverwaltung“ und daraus, dass auch Wertigkeit vermittelt werden sollte. Als Form entschied sich Andrea für die Idee mit dem Kursverlauf, ergänzt mit einem Pfeil – eine von links unten nach rechts oben aufsteigende Linie, die für Wachstum und Wertsteigerung steht. Individualität schaffte ich, indem ich Andreas Initialen A und M integrierte.

Der Weg zum Markenzeichen ist tief, vielfältig und abwartend – und dabei muss ich sehr empathisch mit meinen Kund*innen umgehen. Für mich ist das Ergebnis wichtig. Mein Anliegen ist es, die Deckung von Persönlichkeit und Business zu finden – genau das ist die transformelle Sprache. Somit konnte sich Andrea ohne weitere Erklärungen in ihrem Signet wiederfinden. Als ich Andrea ihr Logo zeigte, war sie so begeistert, dass sie mich spontan umarmte mit den Worten: „Vielen Dank, das bin wirklich Ich!“

Erleben: Menschen und ihre Botschaften sichtbar und wortwörtlich begreifbar machen

Das ganze Logo von Andrea besteht schlussendlich nur aus zwei Buchstaben, die jedoch – gespiegelt, reduziert, feinjustiert und kombiniert mit den passenden Farben – eine individuelle Geschichte erzählen; unter anderem davon, was Andrea anbietet, welche Lösung sie liefert und wo sie ihren Kund*innen hilft.

Wenn Andrea ihre aus hochwertigem Papier bestehenden Visitenkarten mit ihrem aus Goldfolie geprägten Logo übergibt, tut sie dies mit all den positiven Emotionen, die sie mit ihrer Marke verbindet. Dabei werden neben dem Sehen auch weitere Sinne angesprochen. Die richtigen Materialien und kreative Veredelungsmöglichkeiten stärken sowohl die eigene Wertschätzung und Kompetenz und auch die der anderen Person. Denn damit zeigst du einerseits, dass du es dir wert bist, in dich und dein Business zu investieren, und andererseits, dass es dir auch deine potenziellen Kund*innen wert sind, dass du dich qualitativ sichtbar machst.

Botschaften können auf verschiedene Weisen transportiert werden – gefüllt mit Leben, Emotionen, Tiefe und Seele – und genau darum geht es in meiner grafischen Arbeit. Ich liebe meine Arbeit und möchte, dass sich meine Kund*innen wohlfühlen mit dem, was ich liefere. Dabei bin ich in der Lage, auch das umzusetzen und zu visualisieren, was mein Gegenüber nicht ausdrücken kann. Ich bin eine Frau, die mit Feingefühl und hohem sensiblen Ansinnen intuitiv beim anderen das Business erkennt und gleich Farben, Formen und Stimmungen im Kopf hat. Was ich gestalte, ist die visualisierte und „verhaptische“ Form des Menschen, den ich kennengelernt habe – das macht mich als kreative Schaffende aus.

Es ist ein wunderbares Gefühl, dabei sein zu dürfen, wenn meine Kund*innen mit glänzenden Augen die Verpackung öffnen, ihre Print-Produkte das erste Mal in den Händen halten und ihre Botschaft selbst im wahrsten Sinn des Wortes begreifen können – und sich darauf freuen, sich mit ihrem Angebot der ganzen Welt zu zeigen!

Und ich? Ich laufe über die blühende Sommerwiese und spüre das von den Sonnenstrahlen erwärmte Holz der Leiter unter meinen Händen und Füßen, während ich nach oben in mein Baumhaus klettere, um dort die nächsten kreativen Ideen zu spinnen. Ich freue mich, wenn ich dir Einblicke in meine Arbeit gewähren konnte.

Deine Vera!