

Es geht um ideengetriebene Kommunikation

idfx wächst. Auch wenn es den einen oder anderen Freund von Asterix und Obelix freuen könnte – es ist anders gemeint. Nicht der Hund der Comic-Serie, sondern die Agentur idfx wächst. Gerade wurde ein zusätzliches Büro in Zürich eingerichtet. Damit ist die Agentur aus Wädenswil am oberen Teil des Zürichsees näher an ihren Kunden.

VON KLAUS-PETER NICOLAY

Es geht der Agentur aber nicht um eine protzige Residenz oder Repräsentanz, sondern um ein Büro, in dem gearbeitet werden soll. Konzepte und Kreationen sollen dort etwa entstehen – natürlich auch Ausgefallenes für die Kunden. Und digitale Arbeiten. Denn der Online-Bereich der Agentur soll weiter ausgebaut werden. «Online lässt sich gut vom sonstigen Agenturgeschehen trennen», sagt MICHAEL WALDVOGEL, Inhaber der Agentur *idfx* mit einem Dutzend Mitarbeitern.

Doch Online ist nicht der alleinige Grund. MICHAEL WALDVOGEL hat festgestellt, dass sich schleichend aber stetig ein Wandel in seinem Geschäft vollzogen hat: «Der Kreativteil der Agentur und das Business-Management, also Beratung und Abwicklung etc., nähern sich zunehmend einem Verhältnis von 50 zu 50.»

Das bedeutet, dass sich *idfx* zunehmend zur Gesamt-Design-Agentur wandelt. «Die Kunden wollen das», sagt WALDVOGEL. Was er unter Gesamt-Design versteht, würden andere vielleicht mit Multimedia, Cross- und Omni-Channel oder einem ähnlichen Begriff umschreiben wollen, der «hype» klingt. Doch Gesamt-Design trifft es weitaus besser.

Es geht um Gestaltung pur, um klassisches Design, um aussagekräftige Fotografien gepaart mit ausdrucksstarken Texten und um

Raumaufteilung und ausgewogenen Layouts. Neben kreativen Tugenden erwarten die Kunden aber heute auch, dass *idfx* die Produktion dieser Drucksachen übernimmt. Darüber hinaus geht es aber auch darum, klassisches Design ins Internet zu transferieren. Richtig verstanden! Es geht um die adäquate Umsetzung einer Gestaltung für das andere Medium, nicht um den PDF-Abklatsch eines Print-Designs.

Basis ist saubere Gestaltung

Doch die Basis ist und bleibt für MICHAEL WALDVOGEL die saubere Gestaltung. «*idfx* ist eine Agentur, die sich auf die Bildung und Pflege von Marken spezialisiert hat», sagt er und präzisiert: «Mit ideengetriebener Kommunikation verankern wir Unternehmen, Produkte, Dienstleistungen und die Anliegen von allgemeinem Interesse im Bewusstsein definierter Zielgruppen».

Dazu gehört das Schaffen eines einprägsamen Erscheinungsbildes vom Logo über Briefschaften, Anzeigen, Fahnen, Give-aways, Kundenmagazine bis hin zum Newsletter. Alles aus einem Guss, alles auf Papier, Karton oder anderen Bedruckstoffen. Es kommen aber auch andere Medien ins Spiel. Die Newsletter und Web-Auftritte gibt es in modifizierter Form auch im Internet,

fürs iPad und iPhone.

Das macht neugierig. Gleich beim ersten Blick auf die Website der Agentur findet man ein Zitat, das aufmerksame Leser auch aus dem «Druckmarkt» kennen, deshalb aber nicht weniger wahr ist: «Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen». Dieses Zitat von HENRY FORD sollte in einer Gesellschaft, in der Preiskämpfe und Rotstifte toben, zum Nachdenken anregen. WALDVOGEL hat das Zitat mit Bedacht gewählt. Denn auch in seiner Branche, der Werbe- und Agenturszene, leiden die meist kleinen Unternehmen unter den Streichkonzerten der Konzerne und der vielen kleinen und mittelgrossen Kunden. Das weiss er als Präsident der ASW, der Allianz Schweizer Werbeagenturen, in der sich inhabergeführte Werbe- und Kommunikationsagenturen der Schweiz zusammengeschlossen haben, nur zu gut.

Es muss Stil haben

«Ich höre es oft genug, wenn Kollegen klagen: Die Kunden wollen alles, aber kosten darf es nichts», sagt Waldvogel. Das sei eine weit verbreitete Mentalität, der man aufgrund der Gratis-Kultur des Internets nur sehr wenig entgegenzusetzen könne. Ausser Leistung, die aber nicht alle Kunden honorieren würden.



Michael Waldvogel, Chef der idfx AG Werbeagentur und Präsident der ASW, sieht einen Trend zum Gesamt-Design. Das erfordert Kompetenzen auf vielen unterschiedlichen Gebieten wie Print, Web und auch Aussen-gestaltung. Und dazu kommt, dass Kunden möglichst alles aus einer Hand haben wollen. «Bei uns bekommen die Kunden Druck-Erzeugnisse, Online-Tools und Werbemittel, die wir mit ausgewählten Produzenten anbieten und produzieren», sagt er.

«Wir haben bei idfx vielleicht nur Glück. Aber unsere Kunden geben für ihr Image oder den Erfolg eines Produktes gerne Geld aus, erwarten aber einen konkreten Nutzen», sagt WALDVOGEL. Es müsse jedoch Stil haben.

«Bei uns bekommen die Kunden Druck-Erzeugnisse, Online-Tools und Werbemittel, die wir mit ausgewählten Produzenten zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten und produzieren.»



ASW

Michael Waldvogel ist Präsident der ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen, der Vereinigung der inhabergeführten Werbe- und Kommunikationsagenturen in der Schweiz. Sie unterstützt ihre etwa 50 Mitglieder bei der Sicherstellung von Qualitätsstandards und der stetigen fachlichen Weiterentwicklung. Die ASW pflegt und entwickelt den inneren Wert der Marke ASW als Garant für Qualität, Professionalität, Zuverlässigkeit und Konstanz. Sie nimmt ausschliesslich inhabergeführte Werbe- und Kommunikationsagenturen auf, die den anspruchsvollen Aufnahmekriterien der Allianz genügen. Wer sich als Werbe-Auftraggeber für eine ASW-Agentur entscheidet, ist auf der sicheren Seite und kann sich auf den Full-Service von erfahrenen und loyalen Profis mit einem überdurchschnittlichen Leistungsausweis verlassen. Mit diesen Eigenschaften ausgestattet, versteht sich die ASW als ein Qualitätslabel.

Paradedisziplinen

Doch zurück zum Internet-Auftritt der Agentur. Das Layout der Website ist auf den ersten Blick einfach. Bilder begleiten Texte, Flächen in Weiss und Schwarz korrespondieren miteinander und Bilder stehen neben Bildern. Dahinter verbergen sich die Arbeiten, die idfx für Kunden kreiert hat. Echte Kreationen, klassisches Design und auch multimediale Anwendungen.

Letzteres scheint neben den Stärken Kreation und Design eine der Paradedisziplinen von idfx zu sein. 2014 wurde die Agentur für eine multimediale Arbeit, ein mehrstufiges Mailing mit multimedialen Komponenten wie Musik (Audio), Print, Web und 3D-Druck mit dem «Swiss Print Award 2014» ausgezeichnet (siehe auch unsere Ausgabe «Druckmarkt» 76, Seite 44).

Aber ob er das Eine oder das Andere bevorzuge, könne er gar

nicht sagen. Es hänge von der jeweiligen Aufgabenstellung ab, sagt MICHAEL WALDVOGEL. «Gute Kreation ist immer das Zusammenspiel verschiedener Disziplinen», sagt er. Das gelte für Fotografie, Raum und Text, gelte aber genauso für das Zusammenspiel verschiedener Medien.

Universalität ist gefordert

idfx nun in eine Schublade wie print-affin oder multimedia-aktiv zu stecken, funktioniert so einfach nicht. Denn die Agentur ist längst auch in anderen Dimensionen und auf anderen Medien als Papier oder Monitor-Display angelangt. Gesamt-Design eben. In Zusammenarbeit mit einem Architekturbüro realisierte idfx die Aussengestaltung einer Kirche in Wädenswil. Hier wurden Typografie und Fotografie miteinander verschmolzen und in Glas graviert. Dabei wurde das «Ave Maria» in 30 Sprachen zum

typografischen Bild. Oder umgekehrt. Die Bildelemente und Halbtöne zweier Fotografien der beiden Ufer des Zürichsees wurden durch Buchstaben, durch Worte und Sätze typografisch umgesetzt. Das ist beileibe keine typische Agentur-Arbeit, zeigt aber, wie weit der Begriff Design heute gefasst werden muss, wie universell man sein muss, um Er-

folg zu haben. Und es zeigt auch, dass fachliches Können, typografisches und gestalterisches Gespür so eng zusammengehören wie Gestaltung und Druck, wie Print und Internet sowie Gestaltung und Kommunikation.

> www.idfx.ch

