



ÜBER LAKRITS

Das Atelier wurde 2015 von Michaela Brunner und Jvo Ruppner gegründet. Sie gestalten für Marken und deren Botschaften erlebbare Räume. Das Atelier Lakrits vereint Kommunikation und szenische Architektur zu einem harmonischen Ganzen. Es schafft die visuelle Verbindung zwischen Sprecher und Zuhörer.

www.lakrits.ch

Neu entflammt

Michaela Brunners Leidenschaft gilt dem Gestalten. Sie und ihr Geschäftspartner Jvo Ruppner gaben ihre Verantwortlichkeiten in einer 40-köpfigen Agentur ab und wagten mit Lakrits einen Neuanfang.

Das Schwierigste beim Gestalten ist das Loslassen», findet Michaela Brunner. Besonders gut gelingt ihr das beim Mittagsschlaf. Diesen gönnt sie sich nun fast täglich. Sie rollt ihre Yogamatte auf dem schmalen Stück Fussboden zwischen Tisch und Schrank aus und driftet für 20 Minuten ab. Wenn sie aufwacht, sieht sie die richtige Idee oft glasklar vor sich.

Zeit des Spielens

Zurück zu den Anfängen wollten Brunner und Ruppner, als sie vor einem Jahr ein kleines, feines Atelier für szenische Architektur und Design gründeten. Sie taufte es auf den Namen «Lakrits» – eine Süßigkeit, die Erinnerungen an die Kindheit weckt, an eine Zeit des Spielens und Entdeckens ohne erdrückende Verantwortung. Lakrits ist aber auch «eine Süßigkeit für Erwachsene, kein Gummibärchen, sondern dreckig und dunkel», wie Brunner sagt. «Entweder man hasst es oder man liebt es.» Ausserdem, und das ist für die Industrie-Designerin ebenso wichtig wie die inhaltliche Bedeutung: Die Optik des Wortes sagt ihr zu. «Das Visuelle war für mich immer das Wertvollste – das Emotionalste», sagt sie mit Nachdruck. «Reden und Verkaufen hingegen lagen mir weniger.» Mit dem Atelier Lakrits leben sie und Ruppner den Traum vom kreativen Arbeiten: Es ist ein romantisches, fast ein wenig kitschiges Vorhaben.

Völlig ausgebrannt

Vor Lakrits arbeiteten beide für die über 40-köpfige Firma Konform, Brunner zuletzt als Art Director, Ruppner als Gründer und Geschäftsführer. Beide trugen Verantwortung nicht nur für sich, sondern auch für andere. Wie kam es zum Bruch und wieso gingen sie diesen Schritt gemeinsam?

Brunner und Ruppner kennen sich seit rund sechs Jahren. Die Designerin besass früher ihre eigene Agentur Medea Design und arbeitete regelmässig als Freelancerin für Konform. Ruppner erinnert sich: «Unsere ersten Kontakte haben schnell gezeigt, dass wir uns persönlich und vor allem gestalterisch sehr gut verstehen. Michaela ist in meinen Augen ein aussergewöhnliches Talent.» Verstanden haben sie sich also auf Anhieb – richtig zusammengeschweisst hat sie 2012 ein Grossbrand am Firmensitz in Arbon. Tonnenweise Requisiten gingen damals in den Flammen auf. Es ging ums Überleben der Firma, Ruppner war am Anschlag. Das sei ein Schlüsselmoment gewesen, erzählt Brunner. Die Freelancerin fühlte sich verantwortlich «gegenüber den Kunden, gegenüber der Firma und nicht zuletzt auch Jvo gegenüber»: Sie liess sich Vollzeit anstellen, um beim aufwendigen Wiederaufbau mitzuhelfen. Als Ruppner eine Auszeit benötigte, übernahm sie die Verantwortung für die Kreation. Leidenschaft, Verantwortungsgefühl und Perfektionismus sind spürbar, wenn sie von dieser Zeit erzählt. Mit vollem persönlichen Einsatz gab sie sich der Aufgabe hin – bis sie ihr über den Kopf wuchs.

Gestalterische Kraft statt grosse Worte

«Michaela besitzt die Empfindsamkeit einer Künstlerin und die Disziplin eines Leistungssportlers. Als engagierte Perfektionistin ist sie zudem mit der notwendigen Ausdauer gesegnet, welche für die Entwicklung komplexer Projekte nötig ist. Michaela ist hochempfindsam, eine Gabe, welche das Leben zwar extrem spannend, aber im Gegenzug auch sehr spannungsreich gestalten lässt», so Ruppner. Als «leidenschaftlich und differenziert» beschreibt sie Jennifer Somm, CEO von Rufener Events. Und: «Michaela identifiziert sich stark mit ihrer Aufgabe und geht stets die Extrameile. Das macht die Zusam-

menarbeit mit ihr so angenehm. Ihre Resultate sind geprägt von Liebe zum Detail sowie gestalterischer Kraft.» Christoph Seiler, Geschäftsführer von SLS Illusion & Konstruktion hat im Laufe der letzten zehn Jahre regelmässig mit Brunner zusammengearbeitet. «Mich fasziniert ihr streng kreatives Bewusstsein und die Konsequenz, mit welcher sie ihr Schaffen daraus ableitet», meint er. «Unsere Zusammenarbeit mündete stets in Lösungen, die sich ebenso durch verblüffende Einfachheit wie durch eine ausgewogene, ästhetische Formgebung auszeichneten.»

Brunner selbst kennt ihre Stärken so gut wie ihre Schwächen. «Andere können mit Charme ihre Unpünktlichkeit wettmachen oder eine grob skizzierte Idee gut erklären. Bei mir muss die Gestaltung sofort überzeugen, weil ich sie schlecht mit Worten verteidigen kann. Ich muss perfekt sein, weil ich schlecht reden und verkaufen kann.» Schon in der Schule hat sie deswegen gelitten. Später brach sie darum das Studium im ersten Anlauf ab. Doch schliesslich wurde die Schwäche zum Antrieb, sehr genau zu sein.

Zeit für Handwerkliches

Noch immer stemmen Brunner und Ruppner grosse Kundenprojekte. So haben sie beispielsweise die Szenografie für das IWC-Gala-Dinner 2015 konzipiert und entwickeln aktuell die Ausstellungsarchitektur für die Schaukäserei Stein genauso wie die komplette Gestaltung von Empfang und Hospitality für die Kliniken Valens. Doch Lakrits ist ein Neuanfang. Sie bieten nicht mehr sämtliche Dienstleistungen inhouse an, sondern fokussieren sich intensiv auf die Kreation und betreuen die Umsetzung bis ins letzte Detail. Ausserdem widmen sie sich einen Tag pro Woche ganz dem freien Gestalten – frei von ökonomischem Zwang. Mit handwerklichen Tätigkeiten, wie derzeit dem Holzbildhauern und dem Modellieren von Ton, vergrössern sie ihren Formenschatz und schaffen einen Gegenpol zur täglichen Arbeit am Bildschirm.

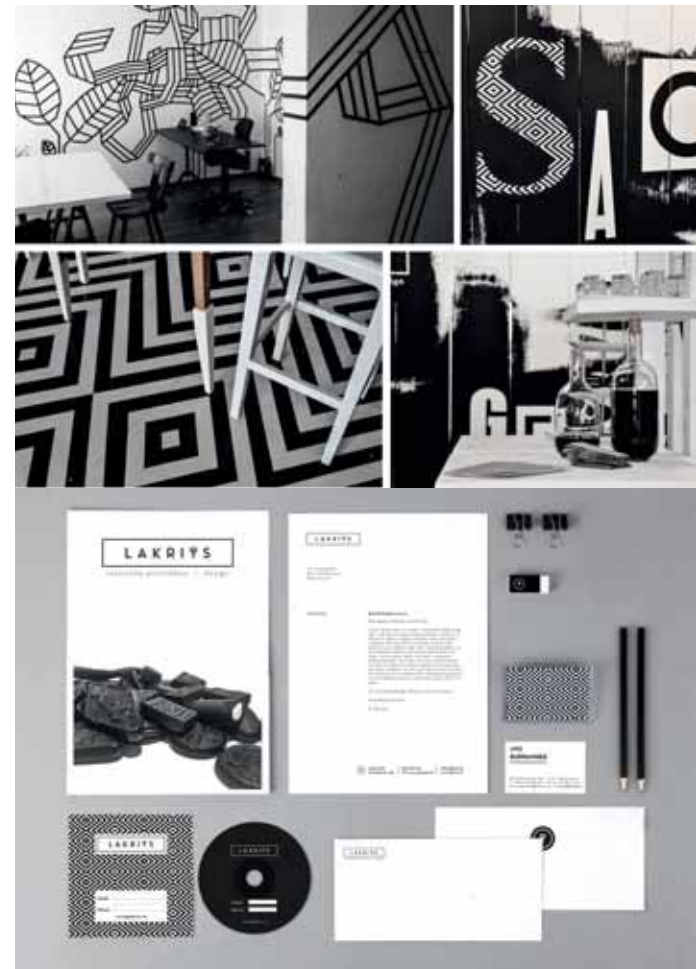
Knistern statt Grossbrand

«Wir geniessen diese Form des Arbeitens sehr», sagt Brunner. Das bestätigt auch Ruppner – und er tönt an, dass das nicht zuletzt an seiner Atelierpartnerin liegt. «Michaela ist eine bescheidene Persönlichkeit mit einem grossen Herz. Für mich ist die Zusammenarbeit eine Bereicherung und sie fordert und fördert mich in jeder Beziehung.» Im Atelier Lakrits wird bewusst auf kleiner Flamme gekocht, um einen weiteren Grossbrand zu vermeiden – doch es knistert dabei gewaltig.

Simone Isliker



Brunner hat das Corporate Design für Lakrits selbst entworfen. Das zweidimensionale Corporate Design (Bild unten) wurde um eine Dimension erweitert (Bild oben), um alle Auftritte der Firma als Marke zu etablieren. Dabei gilt es noch mehr, die Werte und Ausrichtung der Firma spür- und erlebbar zu machen.



Brunner liebt das Gestalten von Verpackungen: «Ich verstehe Verpackungen nicht als Hülle, sondern vielmehr als «Eingang». Die Verpackung macht den Einkauf und die Vorfreude auf das Produkt zum Erlebnis. Dabei ist die Geschichte genauso wichtig wie der Prozess des Auspackens und die subtile Auswahl von Grafik und Materialisierung.»



Im Rahmen eines Wettbewerbsauftrags hat Lakrits eine eigene Welt für Kinder kreiert. «Wir gestalteten die Räume als Bühnenbild, bei welchem die Kinder sich ausleben können, und wollen sie so zu möglichst viel eigener Kreativität animieren», erklärt Brunner.