

konzept

das unbekante wesen

ursprünglich stammt das konzept aus dem schriftsprachlichen raum, weshalb es auch heute noch vorwiegend als text anzutreffen ist. auch da, wo das konzept visuelle erzeugnisse betrifft, bleibt es formal der schrift verhaftet. per definitionem ist das konzept eine erste fassung oder ein entwurf z. b. einer rede. die konzeption dagegen wird mit dem schöpferischen einfall assoziiert und wiederum mit dem entwurf oder plan eines werkes. die erweiterte lesart, die dem begriff der konzeption innewohnt, erlaubt eine übertragung auf medien, die nicht zwangsläufig textbasiert sind. dazu gehört die visuelle gestaltung von medien | produkten.

im folgenden verwenden wir die bezeichnungen wie folgt: das konzept stellt einen fertigen entwurf dar, die konzeption beschreibt dagegen den arbeitsprozess, also die arbeit am konzept.

wer oder was ein konzept ist, darüber lässt sich trefflich streiten. konzepte existieren in pädagogischen institutionen ebenso, wie in der werbebranche. dass dazwischen welten liegen, verwundert kaum. neben einer inhaltlichen ausrichtung, unterscheiden sich konzepte jedoch auch formal sehr grundlegend.

folgende arten existieren fachübergreifend:

- umfassendes inhaltliches konzept, das vorwiegend die ideologische ausrichtung (philosophie, leitbilder, etc.) und weniger deren umsetzung beschreibt
- praxisorientiertes konzept, dessen schwerpunkt konkrete produkte und | oder medien bilden, deren nutzen im einzelnen dargestellt wird

die verbreitung des konzeptes hat in den letzten jahren vor allem in der mediengestaltung deutlich abgenommen. erklärungen für diesen rückgang und die damit einhergehende unwissenheit bezüglich der möglichkeiten und aufgaben des konzepts, sind schnell gefunden: neben einer geiz-ist-geil-mentalität, die zur nutzung niedrigpreisiger dienstleister und produkte verführt, ist es der entwicklung benutzerfreundlicher computerprogramme geschuldet, dass die zeit für konzeption nicht mehr eingeplant wird.

derart kopflos gestaltete produkte leiden oft an mangelnder visueller präsenz und signifikanz. letzteres rief eine gegenbewegung ins leben, welche – zumindest an einigen hochschulen – dem wichtigen, wenn nicht grundlegenden, konzeptionellen ansatz wieder mehr zeit und raum geben will.

der natürliche lebensraum konzeptioneller arbeit wird kleiner. die bedeutung von konzepten für jede form anspruchsvoller arbeit bleibt jedoch erhalten. dadurch bildet sich in immer mehr branchen eine zweiklassen-gesellschaft.

auf der einen seite stehen jene, die sich der bedeutung des konzeptionellen ansatzes bewusst sind und die auch weiterhin erfolgreich auf konzeption setzen. auf der anderen seite findet man existenzgründer, kleine und sogar mittelständische unternehmen, die dort sparen, wo investitionen am wichtigsten wären, nämlich bei der umfassenden, an langfristigen zielen orientierten konzeption.

konzeptionelle arbeit beinhaltet neben dem entwurf konkreter mittel & produkte auch die auseinandersetzung mit unternehmerischen zielen und strukturen. sich den strukturellen voraussetzungen und möglichkeiten bewusst zu sein, gibt orientierung und ermöglicht die produktion langfristig erfolgreicher mittel. wer mit einem durchdachten konzept in projekte geht, für den verläuft die zusammenarbeit mit externen dienstleistern deutlich effektiver und erfreulicher. wenn gestalter und texter bei ihrer arbeit für unternehmen auf ein klares konzept zurückgreifen können, werden die ergebnisse individueller und zeitloser sein.

es bleibt zu hoffen, dass sich wieder mehr menschen – auch jenseits von forschung und lehre – für diesen wertvollen ansatz begeistern werden.

konzeption, text & gestaltung:

ann-kathrin stoltenhoff

rappstr. 15

20146 hamburg

<http://buero.stoltenhoff.de>