

# Interview — Annika Goepfrich

Mein Name ist Annika Goepfrich und ich führe ein Design Studio, bestehend aus zwei Personen und wir beschäftigen uns hauptsächlich mit Marken-Design; alles rund um Marken mit visuellen Design-Systemen und mit Markenstrategie.

## **X** Was genau machst du, oder was bietest du an?

Also was ich vor allem eigentlich anbiete, ist ein ganzheitlicher Prozess, den man entweder komplett buchen kann oder ein Einzelteil. Das beginnt immer mit einer strategischen Beratung. Ich finde es wichtig, dass Design aus Inhalten erwächst und aus Überlegungen, dass man sich sehr genau Gedanken über seine Ziele macht. Ich versuche dabei, Methoden von New Work zu berücksichtigen, das heißt, ich fange an mit Workshops, wo ich versuche, die Perspektiven von möglichst vielen Menschen, auch aus Organisationen, zu berücksichtigen und dann darauf aufbauend die Strategie aufzusetzen und dann auch eigentlich da wiederum nach dem Prinzip New Work ein evolutionäres Design System zu entwickeln.

Ich mache sehr viele Publikationen, auch komplexe, manchmal mit sehr vielen Seiten, mit Infografiken. Ja, und dann eben alle Touchpoints, die die Marke so ausmachen.

## **X** Kommen deine Kunden zu dir mit einem bestimmten Problem oder findet ihr zusammen das Problem?

Das ist total spannend, weil ich mit sehr, sehr vielen Kunden aus dem öffentlichen Sektor zusammenarbeite, also Stadt. Ich habe mittlerweile drei Landesmedienanstalt, eine Hochschule und viele davon müssen ausschreiben. Das bedeutet, sie kommen häufig mit etwas, was sie denken, was ihr Problem ist. Und wir finden dann aber eigentlich erst im Prozess heraus, was das Problem ist. Weil ich behaupte, oft kommen die Leute mit den Symptomen.

Sie sagen dann irgendwie, sie brauchen ein neues Logo oder sie brauchen eine neue Website. Das kommt ganz häufig vor. Aber in Wirklichkeit brauchen sie, dass sie erst noch mal nachdenken. Was brauchen Sie wirklich, um das von innen nach außen zu gestalten und wirklich das Problem nachhaltig zu lösen? Das ist mir ganz wichtig.

## **X** AI ist ein Thema, das man überall gerade hört.

### Hast du auch davon gehört und wenn ja inwiefern?

Genau, also einerseits glaube ich, jeder von uns hat täglich damit Kontakt. Ob mit Nachrichtenseite oder Medien, es kommt ja unglaublich viel vor. Aber ganz konkret durfte ich letztes Jahr eine Konferenz ausstatten, „Die Medien Triennale Südwest“. Das kommt auch aus dem Umfeld der Landes Medienanstalten. Da geht es darum:

Wie kann ich eigentlich interaktive Medien auch alle berücksichtigen und regulieren, was total interessant ist.

Also ich habe quasi die Ausstattung für die Konferenz gemacht und war dann als Teilnehmende dort, was einfach mir nochmal viel beigebracht hat über AI. Ich finde es ganz schwierig. Es ist ja so auch so ein Buzzword, was im Moment für alles hergenommen wird, aber ein interessantes Learning also es hat ja gerade nicht mehr.

Aber der Geschäftsführer von Aleph Alpha, was einer der wenigen Player in Deutschland ist, die international halbwegs mithalten können in der Entwicklung. Er sagte, dass es eigentlich gar nichts Neues ist, auch im eigentlichen Wortsinne, weil es erstmal nur darum geht, dass du versuchst, die Intelligenz von Menschen maschinell nachzuahmen. Und das passiert schon seit Jahrzehnten. Aber was neu ist, sind diese neuen Generationen.

Dieses Selbstlernen ist mittlerweile viel stärker, dass es eben nicht nur darum geht, dass ein System genauso reagieren kann, wie du es ihm beigebracht hast. Wie das vielleicht im Algorithmus ist, sondern dass das System selbst auch kreativ wird. Und das ist ja eigentlich das Neue.

## **X** Du hast recht, das gibt es eigentlich schon seit langem, z.B. wenn man an Google denkt, das könnte man schon als AI zählen.