

Botschafter des Allgäus – »Das Beste oder

Der Kunstverlag Schweineberg in Ofterschwang versteht sich als Allgäu-Botschafter. Mit den Produkten des Verlags möchte die Verlagsleiterin Gerlinde Hagelmüller die Allgäuer Identität einfangen und den Unternehmen in der Region starke Marketingmittel an die Hand geben.

Allgäuer Wirtschaftsmagazin: Frau Hagelmüller, was hat ein Kunstverlag mit Firmenmarketing zu tun? Hohe Kunst und Werbemittel, das passt doch nicht ...

Gerlinde Hagelmüller: Doch! Kunst berührt, sie ist etwas sehr Intensives und sie bewegt uns. Viele Unternehmen investieren in Werbemittel, die überhaupt nichts bewegen, weil sie oberflächlich sind. Dabei möchten die Firmen doch Botschaften übermitteln! Werbegeschenke transportieren Identität: Sie sollten wie jedes Geschenk den Nerv des Gegenüber treffen, aber genauso muss das eigene Wesen darin stecken. Ich schenke nur, was mir selbst wertvoll ist. – Warum sollte das beim Firmenmarketing aufhören? Es geht hier nicht um das Wichtige, sondern um das Wesentliche. Und hier kommt die Kunst ins Spiel, sie greift die Essenz, das Wichtige, das, was wirklich ist.

AW: Und wozu braucht es den Bezug zur Region?

Gerlinde Hagelmüller: Weil ich Unternehmen aus der Region anspreche. Wenn ein Allgäuer Unternehmen für sich wirbt, wirbt es doch automatisch auch für die Region. »Hier habe ich meine Wurzeln, hier



BILDER: ARNO PÜRSCHHEL

bin ich stark geworden.« – Diese Botschaft schwingt immer mit, wenn eine Firma auf sich aufmerksam macht. Wenn sie dabei nicht mit einem beliebigen Werbemittel kommuniziert, sondern mit einem markanten Allgäuer Produkt, verstärkt das nicht nur ihre Botschaft. Es färbt auch wieder auf die Region ab. Je stärker das Unternehmen zum Allgäu steht, desto stärker ist wiederum das Allgäu. Ein Effekt, von dem alle etwas haben. Deshalb entwickle ich Werbemittel, die Brücken schlagen: vom Unternehmen zu seinem Standort, der Region, und zu den gemeinsamen Stärken.

AW: Hat der Namen ihres Verlages auch mit Heimat und Wurzeln zu tun?

Gerlinde Hagelmüller: Absolut. Der Schweineberg hier in Ofterschwang, das ist meine Heimat. Hier bin ich aufgewachsen, hier habe ich Wurzeln geschlagen. Wenn ich vor dem Verlag stehe und auf die Allgäuer Wiesen vor der Haustür und die Bergketten am Horizont blicke, durchströmt mich jedes Mal ein Gefühl von Sicherheit und Geborgenheit. Ich bin gern in der Welt unterwegs, aber hier ist der Ort, wo ich hingehöre. Deshalb habe ich meinen Verlag danach benannt!

Nichts«



AW: Sie zitieren gern den italienischen Spruch »Il meglio o niente«, »Das Beste oder nichts«. Aber im Firmenalltag, gerade im Marketing, gehören doch Kompromisse einfach dazu?

Gerlinde Hagelmüller: Natürlich, das steht außer Frage, aber das Bestreben sollte immer sein, das Bestmögliche zu erreichen. Wer sich keine hohen Ideale setzt und danach strebt, wie will er denn zielstrebig und passend nach Kompromissen suchen? Wichtig ist es, die Essenz zu finden. Für ein Unternehmen heißt das: Wer bin ich, was will ich sagen, wie drücke ich

das aus? Da ist von allem reichlich vorhanden, deshalb ist es so wichtig, gezielt auszuwählen. Das ist ein Entwicklungsprozess und für mich ist es immer wieder eine faszinierende Aufgabe, die Unternehmen dabei zu begleiten.

AW: Bei so hohen Ansprüchen ist es sicher schwer, Themen und geeignete Produkte zu entwickeln?

Gerlinde Hagelmüller: Ja und nein. Einerseits müssen wir ja das Rad nicht neu erfinden: Das Allgäu hat viele schöne Produkte, die sich als Werbebeschenke eignen. Hier geht es nur darum, das passende zu finden, es pfiffig zu verpacken und zu einem individuellen Werbemittel zu machen. Andererseits gilt genau dieser Individualität meine besondere Aufmerksamkeit: Das Zusammenspiel zwischen den regionalen Stärken und dem Selbstverständnis der Firma verflechte ich sehr behutsam, damit ein wirklich unverwechselbarer Firmenauftritt entsteht.

AW: War das auch so bei ihrem neuesten Projekt, dem Golf-Kalender?

Gerlinde Hagelmüller: Das war eine echte Herausforderung! Es galt, zwölf Allgäuer Golfplätze, aus den verschiedensten Ecken der Region, von Oberstdorf bis Memmingen, zu einem gemeinsamen Auftritt zu bewegen. Wir haben ein Marketinginstrument geschaffen, in dem jeder Golfplatz mit seinen eigenen Stärken wirbt. Alle gemeinsam stehen sie für die Golfregion Allgäu ein: mit ihrer Vielfalt, ihrer landschaftlichen Schönheit und ihrem Selbstverständnis. Das Gemeinsame und die Schwingung, die ich als Kunstverlag reinbringen will, wird auch durch die Landkarte deutlich, die die Allgäuer Künstlerin Magdalena Willems-Pisarek gestaltet hat. Alle Texte haben wir in Deutsch und Englisch verfasst. Der Kalender spricht also international Allgäu- und Golffans, Neugierige und Besucher an.

Interview: Benni Maiglock

Projekte

von Gerlinde Hagelmüller,
Verlegerin und Objektdesignerin:

- 2005 Kunstkalender mit Kilian Lipp zur Nordischen Ski-WM
- 2006 »Märchenwelten« mit der Oberstdorfer Künstlerin Regine Schirmer
- 2007 Gestaltung Kinderbereich Familienhotel »Allgäuer Berghof« mit heimischen Kunsthandwerkern nach eigenen Entwürfen
- 2008 »Allgäuer Impressionen« mit der Weltfotografin Lala Aufsberg, ausgestellt in zahlreichen Museen im Allgäu – Eröffnungsausstellung »Allgäu-Airport« mit »lebendigem« Huizenbild von Lala Aufsberg – Sparkassenkalender 2007 in Zusammenarbeit mit der Sparkasse Allgäu »Lala Aufsberg Jahr«
- 2009 Rettung »Kurplatzapotheke Oberstdorf« mit der in Deutschland und Europa einzig erhaltenen Apothekeinrichtung des bekannten Allgäuer Architekten Andor Akos (Ideengeber Allgäuer Landhausstil). Konzeption und Nutzungsänderung des ehemaligen Apothekenbetriebes zu einem Kulturcafé mit Spezerei.
- 2010 Hochwertige Fotokalender mit Infokarten/Golfplatz »Allgäuer Golfplätze mit Bregenzerwald«. Infokarten für jeden Golfplatz. »Wandern mit der Sparkasse Allgäu«, Käsegruß mit Möglichkeit der individuellen Firmenwerbung

Mit Lala Aufsberg **das Allgäu**



entdecken



Ein Augenblick nur, einen Moment innehalten in der Hektik des Alltags, im Strom der Zeit, das ist es, wozu Lala Aufsberg uns einlädt. Sie zeigt den Buben, der stolz seine Kranzkuh ins Tal führt, Hütten, die sich scheinbar verträumt in die Täler schmiegen, aber zugleich vom harten, kargen Leben ihrer Bewohner erzählen, und immer wieder die weite, rauhe und doch liebenswerte Allgäuer Landschaft. Die Bilder wirken wie Schnappschüsse, zufällige Glückstreffer, am Wegesrand eingefangen. Nur wer die Arbeitsweise der Luise Ida Aufsberg (1907-1976) kennt, weiß, mit wie viel Sorgfalt, Feingefühl und Aufwand ihre Aufnahmen entstanden sind.

»Eine Sache ist dann gut, wenn niemand mehr sieht, welche Arbeit in ihr steckt«, sagt auch Gerlinde Hagelmüller. Die Aufnahmen der berühmten Sontho-

fener Kunstfotografin spiegeln die Philosophie der Verlegerin so gut wider, dass sie die Bilder aus dem vergangenen Jahrhundert auf keinen Fall dem Vergessen überlassen wollte.

Sie entwickelte daraus eine Produktlinie, die ihren Anspruch an höchste Qualität, Originalität und die Stärkung von Allgäuer Identität vereint. So entstand ein zeitloser, großformatiger Kunstkalender, mit dem Firmen ganzjährig und individuell ihr Selbstverständnis nach Außen tragen können. Auch ein Werbeprodukt, das weit mehr als das Auge stimuliert, gehört zur Lala-Aufsberg-Serie: ein Käse, der mit Geruch, Geschmack und seiner Verpackung in Heu viel Allgäu transportiert.

»Solche Ideen funktionieren nur in Zusammenarbeit mit starken Partnern«, unterstreicht die Entwicklerin, die sich seit Jahren auf das Know-How der Druckerei

Eberl Print GmbH aus Immenstadt und einer namhaften Allgäuer Sennerei verlässt. Besonders freue sie sich, wenn Firmen auf sie zukommen: »Viele haben gute Ideen und es macht Spaß, daraus rundum schöne Dinge zu entwickeln!«

Benni Maiglock

Kunstverlag Schweineberg

Gerlinde Hagelmüller
Schweineberg 15
87527 Ofterschwang
Telefon (08321) 805252
Telefax (08321) 6765155
www.kunstverlagschweineberg.de
info@kunstverlagschweineberg.de