

Spiekermann will Büro zur Agenturmarke umbauen

Partner statt Netzwerk / 25 Designer gehen in Berlin-Mitte an den Start / Neues Domizil im alten Ullsteinhaus

Das Signal ist gesetzt: Top-Typograph Erik Spiekermann, 59, will hoch hinaus, noch einmal ganz vorn mitspielen. „Spiekermann Partners“ heißt seine Agentur fortan. United Designers Network (UDN): Vergangenheit! Neues Domizil ist das alte Ullsteinhaus in der Berliner Friedrichstraße, Filialen finden sich in London und San Francisco. Die Designer Susanna Dulkinys, Fabian Rottke, Oliver Schmidthals, Marianne Schuler und Ralf Weißmantel bleiben in der Geschäftsführung.

Von einem Neustart sprechen Spiekermanns Partner. Er selbst bezeichnet Umbenennung und Umzug als „Evolution“. „Wir expandieren, aus dem Schöneberger Ladenbüro ist eine AG geworden, und wir sind nun in der Mitte der Hauptstadt angekommen.“

Deutlich wird: Das Agenturmodell der United Designers – die freie Asso-

ziation unabhängiger Gestalter, die bedarfsweise an wechselnden Projekten arbeiten – ist obsolet. Ebenso Spiekermanns Traum, dereinst nur noch an kleinen Projekten zu arbeiten und Bü-



Will's noch einmal wissen: Erik Spiekermann

cher zu schreiben. „Die großen Auftraggeber riefen an“, erläutert der umtriebige Agenturchef, der Bosch, die Deutsche Bahn und Lufthansa zu seinen Kunden zählt. „In gerade mal fünf Jahren sind wir über ein loses Netzwerk hinausgewachsen.“ Für das Jahr 2005 gab das Büro mit seinen 16 Mitarbeitern einen Gesamthonorarumsatz von knapp 2 Millionen Euro an. Mittlerweile arbeiten 25 Designer bei Spiekermann. Aktuelle Umsatzzahlen liegen noch nicht vor.

Nach seinem spektakulären Split von Meta-Design (HORIZONT 21/2001) hatte Spiekermann zunächst an der Renovierung des Magazins „The Economist“ gearbeitet, bevor er 2002 das United Designers Network an den Start brachte. Damals war es für ihn ein richtungsweisendes Experiment, eine „Agentur ohne Häuptlinge, doch mit vielen gleichberechtigten Indianern.“

Er habe sich hinter dem Label „United Designers“ allzu oft versteckt, gibt er heute zu Protokoll. Die Frage, warum er nicht gleich unter eigenem Namen angetreten sei, bleibt offen. Geärgert habe er sich, dass auch ein Auftraggeber ihn immer noch bei Meta-Design vermutete. „Das war der Hauptgrund für die Namensänderung“, erläutert er im Gespräch, „jetzt ist für jeden deutlich, dass ich nicht mehr bei Meta sein kann.“

Der alte Zwist lässt ihn nicht los. Kein Thema dagegen ist das bei Meta-Design. Auch nach Spiekermanns Abgang ist die Branding-Agentur unangefochten Deutschlands Nummer 1 im CD/CI-Honorarumsatzranking von HORIZONT. Nun will der Meta-Gründer aufholen und sein Büro zur internationalen Agenturmarke umbauen. Neue Kunden hat er schon: Gravis, Messe Frankfurt und RWE zählen dazu.