

21.04.2010
| 18:15

Kreativ – unbedingt

Tatort heisst die junge Berner Design- und Kommunikationsagentur, die in den letzten zwei Jahren schon über 50 kleine und grosse Auftraggeber glücklich gemacht hat. Gründer Diobe Daniel Wyss und sein Partner Francisco Rojas schiessen schnell, scharf und mitten ins Ziel. Darum kehren die meisten ihrer Kunden an den «Tatort» zurück.



Geboren ist Diobe Wyss (40) in Kamerun. Sein Vater geht in den 1960er-Jahren als Missionar nach Zentralafrika und beschert seinem Sohn so einen sonnigen Start ins Leben. Als Diobe zwei Jahre alt ist, kehrt die Familie in die Schweiz zurück, wo Diobe mit drei Geschwistern in Bern-West aufwächst und zur Schule geht. «Wir haben dort in einem Block im 13. Stock gelebt», erzählt Wyss. «Nach den Erfahrungen im kamerunischen Busch hat uns die Distanz zum Boden gut getan.»

Diobe Wyss hat etwas Zeit gebraucht, um herauszufinden, dass er ein Werber ist. Voller Ideen, Leidenschaft und Tatendrang ist er allerdings schon lebenslänglich. Als Bub träumt Wyss davon, Buschauffeur zu werden. Das «Gummitram» fasziniert ihn einfach. Nach der Schule steuert er dann aber eine Ausbildung zum

Elektroniker an und startet, mangels Lehrplatz, eine Mechanikerlehre. «Das war eine gute Zeit, denn ich habe schon als Kind gern und viel gebastelt. Aber obwohl ich die Orgelpfeifen des Basler Münsters wieder zum Klingen brachte und mein Töffli es mit einer Vespa aufnehmen konnte, merkte ich bald, dass der Mechanikerjob nicht meine Welt ist», erzählt er. Also versucht Wyss es mit einem Mikrotechnikstudium an der Berner Fachhochschule für Technik und Informatik. Doch: «Auch das war es nicht. Ich wollte nicht nur etwas mit meinen Händen machen, sondern auch mit Menschen.»

Wyss ist der Spross einer Lehrer- und Pfarrersfamilie. Also liegt es nahe, dass auch er diese Richtung einschlägt. Er absolviert ein Lehramtsstudium und arbeitet einige Jahre als Pädagoge, in der Erwachsenenbildung und als Lehrer für Deutsch als Fremdsprache. Unter anderem bekommt Wyss als junger Lehrer eine achte Problemklasse in Burgdorf in den Griff und besteht als Hauslehrer einer Schweizer Familie auf einer indonesischen Insel in Ostkalimantan. «Die Zeit in Indonesien hat mich sehr geprägt», sagt Wyss. «Ich habe gelernt, dass alle Menschen gleich sind und dass man miteinander kommunizieren kann, ohne die gleiche Sprache zu beherrschen.» Wyss ist als Lehrer auch deshalb erfolgreich, weil er eine klare Linie verfolgt und sich nicht verstellt. «Klarheit, Authentizität, viel Humor und eine gewisse Frechheit sind auch jetzt für meine Arbeit als Werber und Gestalter essenziell», ist

er überzeugt.

Jedes Kaliber willkommen

In der Werbebranche arbeitet Wyss seit 2000: Mit 30 Jahren gibt er sein Debüt als Werbetexter und Konzepter bei der Berner Agentur Fruitcake. «Gemeinsam mit meinem heutigen Partner Francisco Rojas war ich für grosse Kunden tätig und habe viel darüber gelernt, wie die Werbebranche und das Agenturgeschäft funktionieren.» Wyss und Rojas bekommen viel positive Resonanz auf ihre Arbeit, sodass wie von selbst die Idee entsteht, die Erfolgsstory unter eigener Regie weiterzuschreiben. Bis zur Verwirklichung dieses Wunsches dauert es allerdings noch acht Jahre: Zunächst arbeitet Wyss als freier Werbetexter und Gestalter in der Ateliergemeinschaft zwei 13 im «Berner Zentrum für Kulturproduktion Progr» und engagiert sich wieder als Lehrer und Ausbilder. 2008 schliesslich gründet er die Design- und Kommunikationsagentur Tatort.

Tatort heisst die Agentur nicht, weil Wyss einen Hang zu Gewalttaten hat. Eher zu Taten im Allgemeinen: «Ein Tatort ist ein Ort, an dem etwas passiert – das muss ja nicht negativ sein», erklärt der Agenturchef. «Wir wollten einen Namen haben, der aus der Masse hervorsticht, der polarisiert und im Gedächtnis bleibt. Ausserdem sollte er Fragen aufwerfen und Gesprächsstoff bieten. Tatort ist ein guter Türöffner.» Folgerichtig nennen Wyss und seine Mitarbeiter sich «Täter», ihre Arbeit bezeichnen sie als «Taten». Wyss und seine Mittäter liefern ihren Kunden alles, was mit Kommunikation zu tun hat: von der Visitenkarte bis zum Corporate-Design, von PR-Texten über Plakate und Inserate bis zur Guerillaaktion, von der kompletten Website bis zu Broschüren und Magazinen. Auch für Illustrationen ist Tatort der richtige Ansprechpartner: Francisco Rojas ist für seine Kugelschreiberporträts und -karikaturen bekannt.

Auf frischer Tat

Besonders stark ist Tatort in der Entwicklung von CI/CD, egal ob es das Wölkchen-Logo und der Schriftzug für das Architekturbüro Freiluft ist, eine komplette Kampagne für die Direktion für Sicherheit, Umwelt und Energie der Stadt Bern oder das CD für Bären Haustechnik, eine Tochterfirma von Energie Wasser Bern ewb. «Wir finden für alle Fische die passenden Würmer und entwickeln sowohl für die Grossen als auch für die Kleinen treffsichere Konzepte», betont Wyss. «Es sind nicht nur die grossen, sondern auch die kleinen Taten, die uns erfolgreich machen.»

Dass die «Täter» auch kleinste Aufträge übernehmen, heisst nicht, dass zwei Kreative an ihren privaten Einfällen herumwursteln und die Arbeit nehmen, die kommt. Das merken auch die Tatort-Kunden schnell. Wyss und Rojas sind Profis – vielleicht gerade weil sie Tausendsassas sind. Sie verbinden vielerlei Kenntnisse und einen breiten Horizont mit fundiertem Wissen darüber, wie Marketing, Werbung und Design funktionieren. Was herauskommt, überzeugt. Ein Beispiel: In Bern sind Bären allgegenwärtig. Das erhöht die Gefahr, das Thema bis zum Erbrechen durchzudeklinieren. Auch in den Taten von Wyss und Rojas tauchen etliche Bären auf. Ihrer aber wird man nicht überdrüssig. Nicht von ungefähr konnte sich die erst zwei Jahre alte Agentur bei Pitches bereits mehrfach gegen grosse, etablierte Agenturen durchsetzen.

Das Geschäftsgebaren von Wyss und Rojas zeugt von einem klaren Blick für die Bedürfnisse ihrer Kunden: «Wenn wir eine Offerte machen, liefern wir meist gratis erste Gestaltungsvorschläge mit», sagt Wyss. «Denn am Ende sollen ja nicht Zahlen zu sehen sein, sondern ein Logo, ein Magazin oder ein Plakat. Wie das aussehen könnte, kann sich unser Kunde schlecht vorstellen, wenn er nur Ziffern präsentiert bekommt.» Natürlich bergen solche Vorleistungen ein gewisses Risiko, das wissen die «Täter» genau: «Wir präsentieren natürlich kein fertiges Konzept, das wäre unklug. Wer sich für unsere Arbeit interessiert, soll einfach eine Vorstellung davon bekommen, was wir können. Bisher sind wir gut damit gefahren.»

Kreatives Blut

Mit diesem Tathergang konnte Tatort die Universität Freiburg, Energie Wasser Bern ewb, den Verband Swiss-cycling, die Stadt Bern, Comedia Bern, die Bergbahnen Oeschinensee, das Laserinstitut Thun, die Stadt Bülach, den Ärzterverband VSAO und den Elektrovélohersteller Biketec in Huttwil von sich überzeugen. Unter anderen. Zum Kundenstamm von Tatort gehört sogar ein Auftraggeber aus Deutschland, der für die Autoindustrie, hochkarätige Modelabel und renommierte Verlage arbeitet. Viele Kunden kommen auf Empfehlung zu Tatort. Oder Wyss akquiriert kalt. Aktuell hängt sein Herz besonders am Produktdesign für Biolebensmittel, das die Agentur für die Mühle Schönenbühl, ein Projekt der Burgergemeinde Bern, entwickelt hat. «Nun fehlt uns nur noch ein Grossverteiler in unserem Portfolio», sagt Wyss augenzwinkernd.

Derzeit stecken Wyss, Rojas und ihre freie Mitarbeiterin parallel in acht Projekten. Um das zu stemmen, sind sie voller Leidenschaft dabei. Reicht das nicht, wissen sie ein grosses Netzwerk von Experten aus verschiedenen Disziplinen hinter sich. Ausserdem haben die «Täter» ein einfaches Erfolgsgeheimnis: «Wir lassen uns zwar Zeit, denn Ideen werden nicht über Nacht geboren, jedenfalls nicht in der Qualität, die wir anstreben», sagt Wyss. «Aber wenn die Idee da ist, arbeiten Francisco und ich Hand in Hand und sehr speditiv.» Darum schaffen es die beiden frisch gebackenen Papas zu all der kreativen Arbeit auch noch, für ihre Familie da zu sein. Und weder das eine noch das andere nur nebenbei. Darauf legen sie grossen Wert.

«Unsere Ideen entwickeln wir meistens gemeinsam, der eine legt das Ei, der andere brütet es aus», sagt Wyss. «Die ersten Skizzen entstehen am Tatort meist mit Papier und Bleistift.» Aus ökonomischen Gründen haben die Täter eine klare Arbeitsteilung: Wyss kümmert sich um Kundenbeziehungen sowie um Text und Konzept, Rojas um die Gestaltung. Tatort hat eine eigene klare und schlichte Bildsprache, verfügt aber genauso über eine grosse Varietät: «Wir können auch ganz anders daherkommen, je nachdem, was unser Kunde wünscht», betont Wyss.

Einen thematischen Schwerpunkt hat sich Tatort noch nicht gesetzt, er kristallisiert sich aber langsam heraus: Mit ihren Projekten für Swisscycling, Pro Velo Bern, Biketec, Bioschwand Münsingen und die Direktion für Sicherheit, Umwelt und Energie der Stadt Bern ist die Agentur mit Nachdruck dabei, sich in der Veloszene zu etablieren und sich eine Expertise beim Thema Nachhaltigkeit aufzubauen. Eine Entwicklung, die klar in die Zukunft weist. Das ist eine Tatsache.

Anne-Friederike Wilhelm



dung Swissair Aviation
 School, Kloten, Locarno
 1996–2000 Primar-, Real-
 und Sekundarlehrer,
 Bern und Burgdorf
 2000 Werbetexter/Konzepter
 Fruitcake, Bern
 2001–2008 Projektkoordi-
 nator, Kursleiter und
 Ausbilder Stiftung
 Arbeitsgestaltung, Uster
 2002–2003 Deutschlehrer
 Hochschule für Technik
 und Architektur, Bern
 2004–2006 Freier Gestalter
 und Werbetexter
 zwei 13, Bern
 2007–2008 Marketing- und
 Öffentlichkeitsarbeit
 Stiftung für Soziale
 Innovation, Bern
 seit 2008 Geschäftsführer
 Tatort Design & Kom-
 munikation GmbH, Bern
 seit 2009 Lehrer ICT-Profes-
 sional-Web SIZ Klub-
 schule Migros, Bern

Tatwaffen:

- 1 Ansprechpartner
- 2 kluge Köpfe
- 3 angeknabberte Äpfel
- 4 flinke Hände
- 5 Kaffee pro Tag
- 6 Freelancer
- 7 mal 3 Jahre Agentur-
erfahrung
- 8 aktuelle Kunden
- 9 professionelle Netzwerk-
partner
- 10 gute Gründe, die für
Tatort sprechen.

www.tatort.be





PRINT

CLOSE

© 2008 Werbewoche - Wochenzeitung für Marketing, Werbung und Medien