

People Culture im Flow



**Brand Development im
gegenseitigen Verständnis**

Gabriele
Gutwirth
**Communication
Design**

© 2016–2026
Gabriele Gutwirth
Alle Rechte vorbehalten.
www.gabrielegutwirth.com

People Culture im Flow

Brand Development im gegenseitigen Verständnis

Ich traf Nicole Elstermeier vor etwa einem halben Jahr, als Nicole gerade in der Vorbereitung für ihre Selbständigkeit steckte. Sowohl Nicole als auch ich sind Persönlichkeiten, die einerseits viel nachdenken, andererseits beide extravertierte Züge besitzen. Wir tragen beide unsere Herzen auf der Zunge und sind Sprechdenker.

Noch bevor Nicole mich mit ihrem Brand Development beauftragte, standen wir vor der Herausforderung, unsere Gesprächs- und Zuhöranteile gerecht untereinander aufzuteilen.

Wenn wir uns daran erinnern, müssen wir lachen. Nicoles Kernthema ist People Culture im Bereich Human Resources und das Stichwort für **die People Culture, die in unserer Zusammenarbeit entstehen konnte und zu der Marke ‚Elstermeier People Culture Leadership‘ führte.**

Eine ausgeglichene People Culture entwickelt sich am besten zwischen denjenigen, bei denen das gegenseitige Grundverständnis stimmt, Zuhören und Sprechen ausgewogen und selbstverständlich sind, aber auch Unterschiedlichkeiten akzeptiert und als Gewinn gesehen werden, und jeder die Kompetenz des anderen versteht. Dann wird Kommunikation effektiv und People Culture kann fließen.

Für Nicole war ich, die Kommunikationsdesignerin mit zusätzlichem Kunststudium und mein Kompetenzspektrum, anfänglich nur bedingt einzuordnen.

Was ist Kommunikationsdesign?

Kommunikationsdesign ist ein Designsektor, der verschiedene Spezialisierungen umfasst.

Die Vielfalt meiner Bereiche, die ich innerhalb dieses Sektors als meine Schwerpunkte definiere, erscheint

Brand Development im gegenseitigen Verständnis



Menschen, die selten mit Kommunikationsdesign in Berührung kommen, oft wie ein Bauchladen. **Ich bin grundsätzlich konzeptionell versiert und agiere sehr analytisch, unabhängig davon, ob ich ein schriftliches oder visuelles Konzept erstelle.**

Ich berate zu Branding Themen und besitze fundiertes Wissen hinsichtlich menschlicher Kommunikation.

Meine Bereiche sind eng miteinander verzahnt.

Der vermeintliche Bauchladen ist ein in sich schlüssiger Baukasten.

Der Begriff ‚Kommunikation‘ lässt sich sofort mit Sprache, Verhalten und Bildern in Verbindung bringen. Design wiederum wird weitestgehend mit visuellen Attributen assoziiert. Doch genauso wie ‚Kommunikation‘ ist auch das Wort ‚Design‘ im übergreifenden Sinne zu verstehen. Ein Design ist nichts anderes als ein durchdachtes System, das aus sorgfältig ausgewählten, optimal aufeinander abge-

stimmten Einzelkomponenten besteht. Eine Struktur, ein Prozess, oder auch ein Kommunikationskonzept kann ebenfalls als Design bezeichnet werden.

Ein gutes visuelles Konzept baut grundsätzlich auf einem stimmigen, nicht visuellen Konzept auf, das sowohl aus Kommunikations- als auch Designanteilen besteht.

Ich weiß Nicoles Vertrauen in meine Fähigkeiten

sehr zu schätzen. Trotz unserer unterschiedlichen Ausbildungen hatten wir von Anfang an einen Draht zueinander und konnten uns im Laufe der Zeit wirklich gut aufeinander einstimmen. **Im Rahmen ihrer**

Markenentwicklung konnten wir gleichzeitig

ein sehr feines People Culture Projekt miteinander durchführen.



Gabriele
Gutwirth
**Communication
Design**

© 2016–2026
Gabriele Gutwirth
Alle Rechte vorbehalten.
www.gabrielegutwirth.com

People Culture im Flow

Brand Development im gegenseitigen Verständnis

Datum: 28.05.2025

www.linkedin.com/in/gabrielegutwirth

Autorin

Gabriele Gutwirth
Communication Design

Design Concept
Design Consulting
Brand Development

Master of Fine Arts (Univ.), Bildende Kunst
Diplom-Designer (FH) / Bachelor of Arts,
Kommunikationsdesign

Gunzenleestr. 16a, 86438 Kissing, Deutschland
+49 179 4574 278
info@gabrielegutwirth.com
www.gabrielegutwirth.com

Die in diesem Dokument enthaltenen Inhalte unterliegen dem Urheberschutzrecht. Jede vom Urheberschutzrecht nicht zugelassene Verwertung bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Urheberin oder des/der jeweiligen Rechteinhabers/Rechteinhaberin. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Bearbeitung, Übersetzung, Einspeicherung, Verarbeitung bzw. Wiedergabe von Inhalten in Datenbanken oder anderen gedruckten oder elektronischen Medien und Systemen.

Alle Angaben ohne Gewähr. Irrtum vorbehalten.