



Die GKS hat ein neues Erscheinungsbild. Warum haben Sie sich für ein neues Design entschieden?

31 Jahre sind in der Welt der Werbung eine kleine Ewigkeit. Wir wollen in der GKS nicht jedem Trend hinterherrennen und stehen für eine gewisse Beständigkeit. Wir sind aber auch darauf angewiesen, uns beständig zu regenerieren und neue, jüngere Mitglieder für die Mitarbeit zu begeistern. Deshalb wollten wir ein moderneres, alle Altersgruppen gleichermaßen ansprechendes Design finden. Wir haben uns dabei auf die Hilfe von Profis gestützt. Mit dem Designbüro „Incorporate Berlin“ haben wir ein kompetentes Team gefunden.

Gab es einen konkreten Anlass für die Überarbeitung?

In den letzten Jahren gab es immer mehr Kritik am bisherigen Design. Die Darstellung passte nicht mehr zu neuen, modernen Formaten der GKS. Ich denke besonders an die Sachausschussarbeit mit jungen Kameraden von den Universitäten der Bundeswehr oder an die After-Work Veranstaltungen in Berlin. Der geplante Neuanfang unserer Verbandszeitschrift AUFTRAG gehört auch dazu.

Geht mit dem neuen Design auch eine neue Positionierung der GKS einher?

Mit dem neuen Design wollen wir uns in der Darstellung evolutionär weiterentwickeln. Dabei bleiben wir aber unserer Kernidee treu: Wir befassen uns mit den ethischen Herausforderungen des Soldatenberufs. Als Laienverband können wir durchaus kritisch arbeiten. Auf diese Kernkompetenz wollen wir uns zukünftig noch mehr konzentrieren.

Welche Überlegungen flossen in die Überarbeitung der Marke mit ein?

Das neue Design soll einerseits modern und ansprechend sein, gleichzeitig aber auch einen Wiedererkennungswert haben. Wir haben uns deshalb für eine offen gestaltete Form des Kreuzes mit zwei liturgischen Farben und mit zwei Grüntönen als Zeichen der Soldaten entschieden. Weil das Design in der Verbandsarbeit vornehmlich durch Laien verwendet wird, haben wir sichergestellt, dass es auf jedem gängigen PC und Tintenstrahldrucker einfach und gut verwertbar ist. Dazu wurden u.a. Vorlagen für den Geschäftsschriftverkehr, Präsentationen und Werbemittel erstellt.

„Es galt daher, möglichst alle mitzunehmen.“

Welche Elemente wurden überarbeitet?

Das Kreuz wurde in seiner gleichschenkligen Form in runder Darstellung beibehalten. Die Farbgebung wurde grundlegend verändert. Der Schriftzug wird in einer Standardschriftart waagrecht dargestellt. Dabei werden die Abkürzung GKS und die volle Bezeichnung gleichzeitig verwendet. Die traditionelle Darstellung mit im Kreis geführter Schrift führte in der Darstellung oft zu pixelligen Treppeneffekten.

Was war die größte Herausforderung für Sie?

Die Funktionsträger in der GKS arbeiten fast alle ehrenamtlich und mit großem Engagement. Dabei identifizieren sie sich in hohem Maße mit dem Verband wie auch mit seinem äußeren Erscheinungsbild. Das Kreuz der GKS ist in seiner hergebrachten Form vielen ans Herz gewachsen. Eine Veränderung kann daher nie ohne Wertschätzung für das in der Vergangenheit Geleistete vollzogen werden. Es galt daher, möglichst alle mitzunehmen. Wir haben dies durch fundierte, nachvollziehbare und sachorientierte Vorbereitung im Sachausschuss, intensive Abstimmungsgespräche, Workshops mit dem Designbüro und mehrfache Beteiligung des Bundesvorstands erreicht.

Wie lange dauerte die Überarbeitung?

Von der ersten Beauftragung des federführenden Sachausschuss Kommunikation bis hin zur Abstimmung in der Bundeskonferenz ist ca. ein Jahr vergangen. Diese Zeit haben wir aber auch gebraucht, um der internen Diskussion und Abstimmung den nötigen Raum zu geben. Letztlich hat sich das als richtig erwiesen. Schließlich wächst die GKS durch Diskussionen.