



Einfach, aber interessant

Two out of three

Größer als der klassische Freiberufler und kleiner als eine Agentur, so beschreiben Kim Knoll und Kyle Eertmoed ihr Chicagoer Designbüro Knoed. Die perfekte Größe also, um für kleine, aber engagierte Firmen maßgeschneiderte Erscheinungsbilder und Markenstrategien zu entwickeln.

Kim Knoll und Kyle Eertmoed hatten schon einige Berufserfahrung in Werbeagenturen und Designstudios gesammelt, als sie sich 2011 schließlich unter dem Namen Knoed (gesprochen »node«) selbständig machten. Dabei war es ihnen wichtig, als kleines Team einen hohen Qualitätsstandard zu halten und doch flexibel auf Anforderungen reagieren zu können. Vor allen Dingen die Freiheit, Projekte auswählen zu können, war für beide essentiell. »Wir haben eine Checkliste, anhand derer wir jedes Projekt vorab beurteilen«, erklären sie. »Es gibt drei Felder, »gute Leute«, »gutes Projekt« und »gutes Geld«, und damit wir einen Auftrag annehmen, müssen wenigstens zwei der drei Punkte erfüllt sein.« Leisten können sich die Gestalter aus Chicago diese Haltung, weil es bei Knoed keine große Struktur zu unterhalten gilt, aus der richtigen Balance zwischen Arbeit und Spiel ziehen die beiden aber auch ihre kreative Energie. Knoll und Eertmoed lieben es, für Menschen zu arbeiten, die leidenschaftlich sind, und nicht selten treffen sich Kunden und Gestalter am Wochenende auf ein paar Drinks oder ein gemeinsames Essen.

TEXT:
Christine Moosmann

Bigger than a standard freelancer business, but smaller than an agency – that's how Kim Knoll and Kyle Eertmoed describe their Chicago design outfit Knoed. It's the perfect size to work for small, go-ahead firms, developing custom visual identities and brand strategies for them.

Kim Knoll and Kyle Eertmoed had already gathered experience working in advertising agencies and design studios before finally teaming up in 2011 under the name of Knoed (pronounced: »node«). It was important for them, as a small team, to maintain a high standard of quality and be able to react flexibly to requirements. Above all, having the freedom to select projects was essential for both of them. »Before taking on any projects or new clients, we have three boxes we check them against and we need to tick at least two of the three,« they explain. »The boxes are »good people«, »good project« and »good money.« These Chicago-based designers can afford to take this approach because at Knoed there is no large organisational structure to uphold, the two draw their creative energy from the right balance between work and play. Knoll and Eertmoed love to work for people who are passionate about what they do. Sometimes designers and clients will even meet up at the weekend for a few drinks or a meal together.



**Knoed
Chicago (USA)**

»Es kommen immer mehr Werkzeuge auf den Markt, um Webseiten selbst zu gestalten, was für Start-ups und Freelancer toll ist. Dadurch werden uns einige Aufträge wegfallen, aber das macht uns nichts aus, denn wir wissen, dass es immer Bedarf an maßgeschneiderten Designlösungen geben wird.«

»We see more and more DIY website tools coming to market, which is great for startups and freelancers. We can see that replacing some of the work we're hired to do, but we are ok with that, because we know there will always be a need for custom design.«

www.knoed.com

»Wir tauchen in die Welt unserer Kunden ein und versuchen zu verstehen, wo sie im Markt stehen und wie man sie am besten hervorheben kann«, verdeutlichen die Gestalter ihre Arbeitsweise. Dann wird nach der besten Umsetzung gesucht, sei es im digitalen Bereich oder in Printform – Hauptsache, für den Nutzer wird ein ungewöhnliches Erlebnis geschaffen. Verkürzt gesagt, lässt sich das Design von Knoed auf die Formel »einfach, aber interessant« reduzieren. »Unsere Arbeit«, sagen die beiden, »lebt davon, mit Gegensätzen zu spielen, verschiedene Texturen zu kombinieren oder neue Faltungen auszuprobieren. Besondere Papiere oder Veredelungstechniken sind Teil unseres Designprozesses, das erhöht die Kosten etwas, aber die Reaktion der Leute ist es wert. Bei der Umsetzung sollte man nicht sparen, sie ist ebenso wichtig wie das Design.« Dass sie mit dieser Haltung auf dem richtigen Weg sind, bestätigen die Kunden, indem sie immer wieder kommen. Teilweise müssen Knoll und Eertmoed Folgeaufträge ablehnen, um noch Zeit für neue Projekte zu haben. Natürlich könnten sie sich Hilfe suchen und wachsen, doch darauf haben die beiden eine einfache, aber überzeugende Antwort: »Wir wollen nicht größer werden, dafür lieben wir unsere Arbeit zu sehr. Wenn wir Angestellte haben, werden wir zu Managern, wir sind und bleiben aber leidenschaftliche Gestalter.«

»We immerse ourselves in our client's world, understanding where they stand in the market and how to differentiate them in the best way possible« is how the designers describe the way they work. The next step is then to find the best implementation, be it digital or in print form – the main thing being to create an unusual experience for the user. In essence Knoed designs can be described as »simple but interesting«. The designers explain: »Our work tends to have an interesting play of opposites, combine different textures, use a new folding technique. Paper (weight/colour/texture), foils, varnishes, metallics and embossment are so incredibly important to our work. We make them part of the design process and not an afterthought. It may add a little cost to the project, but it is always worth the reactions people have. Printing is not where people should be cheap. It's just as important as the design.«

It's an approach that works, as clients confirm in that they keep coming back. In some instances Knoll and Eertmoed have even turned down follow-on commissions, to leave themselves time for new projects. Of course they could get help and grow the business, but their answer to that suggestion is crisp and clear: »We don't grow because we still enjoy doing the work. Having employees will make us managers of people and we're still too passionate about creating the work.«



01

Branding, Gestaltung der Drucksachen und Verpackungen sowie Web-Design für einen Online-Händler für Hautpflegeprodukte auf Pflanzenbasis. Das Erscheinungsbild ist von Rosenquarz inspiriert, seiner Farbe, den unregelmäßigen Formen und seiner heilenden Wirkung. KUNDE: Seed to Serum
Branding, print design, packaging and web design for an online curator of plant-based skincare products. The visual identity was inspired by rose quartz for its colour, irregular shapes and healing properties. CLIENT: Seed to Serum

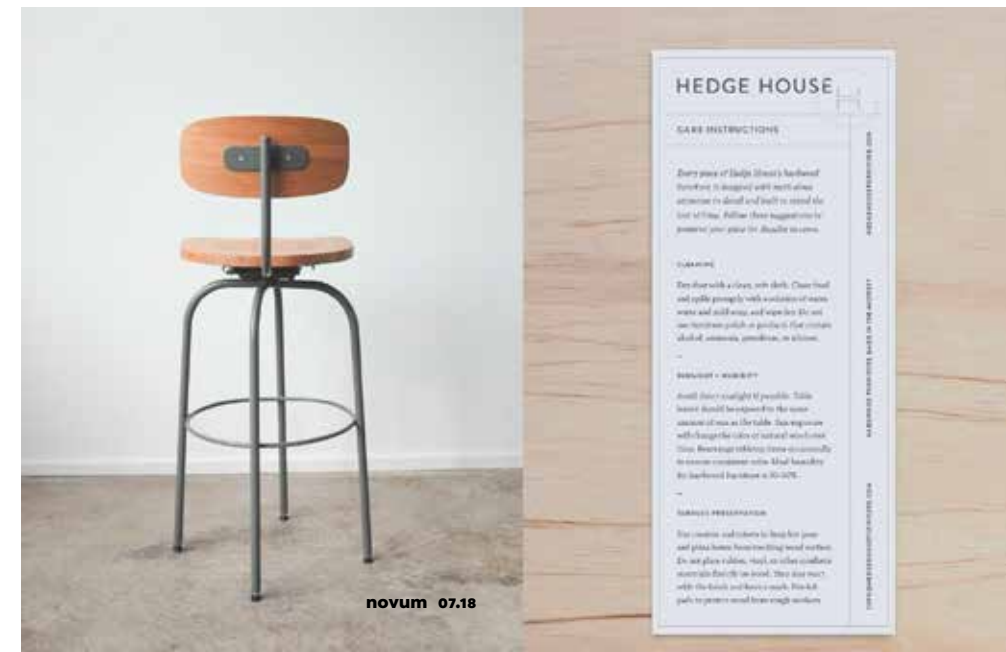




02 Gestaltung einer Broschüre und von Visitenkarten für ein kleines Luxus-Interior-Designstudio. Ziel war es, die besten Immobilienmakler anzusprechen und einen bestmöglichen ersten Eindruck zu hinterlassen. KUNDE: Kim Scodro Interiors
 Brochure and business cards for a boutique luxury interior design studio. The aim was to contact the top brokers in real estate and to make the best first impression through a mailer. CLIENT: Kim Scodro Interiors



03 Branding, Print und Web Design für eine Firma, die maßgefertigte Hartholzmöbel produziert. KUNDE: Hedge House
 Branding, print and web design for a company, that produces custom-made hardwood furniture. CLIENT: Hedge House





□ 04
 Branding und Drucksachen für ein Foto- und Video-Studio. Für die zweite Aussendung gestaltete Knoed einen Umschlag in Übergröße, der auch beim Versand schützte und entwickelte eine interessante Möglichkeit, um das Ganze zu öffnen.
 KUNDE: Tru Studio
 Branding and print design for a photography and video studio. For the second mailer Knoed designed an oversized custom wrap, that served as a seal for mailing purposes and added an interesting way to open the piece. CLIENT: Tru Studio

□ 05
 Drucksachen, Illustrationen, Raumgrafiken und Verpackungen für einen Gourmet-Sandwich-Laden mit acht Niederlassungen in Downtown Chicago. KUNDE: Hannah's Bretzel
 Print design, illustration, environmental graphics and package design for a gourmet sandwich shop with 8 locations in downtown Chicago. CLIENT: Hannah's Bretzel

