



Der OP-Art-Künstler Victor Vasarely dynamisiert die Bildstruktur durch kleinste Veränderungen an den Quadraten (Victor Vasarely, Tlínko II, Öl auf Leinwand, 195,1x130,1 cm, 1956).

Foto: Kunstmuseum Basel

Artgrade your business!

Mit der Tlinko-Strategie maximale Wirkung erzielen

Der Begründer der optischen Kunst Victor Vasarely motiviert mit seinem Gemälde «Tlinko II» zu einem kraftvollen Start ins neue Jahr.

Wie kickstarten Sie unternehmerisch ins neue Jahr? Zum Jahresbeginn setzen viele auf grosse Vorhaben: den Kundenservice verbessern, höhere Umsätze generieren oder die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden stärken. Doch häufig scheitern die ambitionierten Vorsätze bereits nach wenigen Wochen. Vielmehr lässt sich oftmals durch kleine Handlungen eine beachtliche Wirkung erzielen. Denn minimale Veränderungen können die Situation komplett verändern. Eine aufschlussreiche Parallele zu dem, was minimale Veränderungen im Unternehmen bewirken können, zeigt das Gemälde «Tlinko II» von Victor Vasarely (1906–1997) aus dem Jahr 1956.

Minimale Neuerungen – unerwartet grosse Wirkung
Überträgt man die Kompositionsweise des Bildes «Tlinko II» auf die eigenen unternehmensspezifischen Herausforderungen, lassen sich daraus Strategien entwickeln, um Veränderungen und erstarrte Prozesse anzustossen. Durch kleinste Adaptionen verwandelt sich ein einfaches Muster in ein lebendiges Bild. Ebenso führen viele minimale Handlungen im Unternehmen zu bemerkenswerten Ergebnissen. Basierend auf dieser Erkenntnis kam einer meiner Kunden auf die Idee, dass es nicht viel braucht, um wirksamer zu handeln oder Innovationen zu gestalten. Konkret fasste er beim anregenden Gespräch über das Tlinko-Gemälde den Plan, die zahlreichen Absolventen seiner Leadershipkurse gezielt als Werbeträger zu nutzen und so seine Reichweite auf einen Schlag zu vergrössern.

Das Unmögliche als Möglichkeit

Wie also funktioniert «Tlinko II»? Das Schwarz-Weiss-Gemälde zeigt 600 kleine, weisse Quadrate auf schwarzem Grund. Während andere innovative Bildideen leuchtende Farben benötigen, beschränkt sich Victor Vasarely allein auf Schwarz und Weiss. Der Meister der optischen Kunst dreht bei «Tlinko II» einzelne Quadrate aus der Achse oder wandelt sie zu Rauten ab. In der ersten Zeile stehen alle 20 Quadrate in Reih und Glied. In der zweiten Reihe hat Vasarely das zweite, das elfte und das 19. Quadrat

verändert. In der dritten Zeile bewegte er das zwölfte und dreizehnte, in der vierten das zehnte und elfte Quadrat, und in der fünften Zeile das zehnte und elfte. Auf diese Weise verändert Vasarely jeweils wenige Quadrate pro Reihe. Erst in der letzten Bildzeile ruhen wieder alle 20 Quadrate.

Mit der Kippung der Quadrate bzw. durch die Rautenform verursacht Vasarely eine scheinbare Bewegung, welche aus der Irritation des Sehens resultiert. «Die Leinwand ist Fläche, aber auch Raum, weil sie Bewegung ermöglicht», erläutert Vasarely. Maximal verändert Vasarely acht Quadrate in einer Reihe. So krieht der Künstler im grossen Rasterbild Binnenformen wie Quadrate und Linien. Das Unmögliche als Möglichkeit war der Antrieb Victor Vasarelys, wie die Kunsthistorikerin Jana Baumann schreibt. «Tlinko II» gehört zur Phase «Noir et Blanc» (1954–1960) und zählt zu den frühen OP-Art-Werken Vasarelys, als deren Begründer er gilt. Bei der OP-Art oder optischen Kunst entstehen optische Täuschungen, indem gleichmässige Strukturen aus geometrischen Formen verändert werden, um Bewegung, Flimmern oder Räumlichkeit zu erzeugen. Mit seinen geometrischen Erkundungen zielt Vasarely auf die Seherfahrung der Betrachtenden, die er direkt anspricht und die integraler Bestandteil des Gemäldes sind.

Mit welchen kleinen Impulsen kickstarten Sie Ihr Jahr?

Der Jahresbeginn ist ein guter Zeitpunkt, um die «Tlinko-Strategie» für das eigene Unternehmen zu testen. Der kanadische Unternehmer und frühere DJ Chris Frolic empfiehlt dazu das Konzept des «Big Drive». Er meint damit die Idee, sofort in den ersten Januartagen mit ausserordentlichem Schwung Projekte zu planen und umzusetzen, damit in den Folgemonaten vieles leichter von der Hand geht. Dies sei wie bei einem Skifahrer, der sich den höchsten Gipfel zum Starten aussucht, damit er bei der Abfahrt immense Schubkraft gewinnt. Frolic etwa akquirierte mithilfe dieses Konzepts Auftrittstermine für seine Hypnoseshow, wofür er mit über hundert Veranstaltern telefonierte. Es lohnt sich, die ersten Arbeitstage des

Jahres nicht zum gemächlichen Aufwachen aus der Feiertagsmüdigkeit zu nutzen, sondern Aktionen durchzuführen, die einen in eine produktive Haltung versetzen. Passenderweise umfasst das Gemälde von Victor Vasarely 30 Reihen mit Quadraten, also so viele Reihen wie ein Monat Tage hat. Wenn sie analog zu den pro Reihe gekippten Quadraten an jedem Tag zwei, drei oder sechs kleine Akquiseschritte unternehmen, sieben mal weniger Fehler machen oder acht mal kundenorientierter Handeln, werden sie am Ende des Januars fulminant ins neue Jahr gestartet sein. Denn es braucht oftmals nur ein Lächeln oder einen kurzen Smalltalk, um Kundinnen und Kunden zu Wiederholungskäufern zu machen. Ebenfalls kann das Vermeiden von kleinen Fehlern dabei helfen, Millionen einzusparen. Wenn beispielsweise in jeder

Starbucksfiliale der Welt pro Tag nur ein Kaffee falsch zubereitet oder verschüttet wird, ergibt das bei über 30 000 Filialen weltweit einen Umsatzverlust von über 200 000 Franken.

Vasarely bringt seine Kunst zu Unternehmen

Auch der Künstler Victor Vasarely suchte die Bezüge zur Wirtschaft. Er kam 1906 im ungarischen Pécs zur Welt und studierte in Budapest Werbung und Ökonomie, arbeitete als Grafiker und lernte 1929 an der Műhely-Schule, dem sogenannten ungarischen Bauhaus, beim Bauhaus-Schüler Sándor Bortnyik. 1930 emigrierte Vasarely nach Paris, wo er bis zu seinem Tod im Jahr 1997 lebte. Bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs betätigte sich der Künstler hauptsächlich als Werbegrafiker, bevor er sich in den Folgejahren von der figurativen Malerei verabschiedete und sich der Abstraktion zuwandte. Dabei entwickelte Vasarely seinen einzigartigen Stil: optisch-geometrische Bildmuster kombiniert mit kinetischen Effekten. Seine Werke benannte er häufig nach Sternen, Objekten oder Abwandlungen geografischer Namen. Dass Kunst für Vasarely Zeit seines Lebens eine angewandte Bedeutung hatte, verdeutlichen zahlreiche prominente Aufträge: 1972 gestaltete er zusammen mit seinem Sohn Yvaral den Speisesaal der deutschen Bundesbank in Frankfurt a. M., im selben Jahr bearbeitete er das einprägsame Rauten-Logo von Renault neu, indem er diesem eine dreidimensionale Anmutung verlieh und es zu einer in sich verflochtenen Raute modernisierte. Und ebenfalls 1972 entwarf er Plakate für die Olympischen Spiele in München.

- Mit welchen kleinen Handlungen dynamisieren Sie Ihr Unternehmen zu Jahresbeginn analog zu Vasarelys Gemälde «Tlinko II»?
- Mit welchen kontinuierlichen, kleinen Handlungen kreieren Sie bereits im Januar einen «Big Drive»?
- Welche «kleinen Quadrate» lohnt es sich, in Ihrem Unternehmen zu verschieben? Befragen Sie auch Ihre Mitarbeitenden dazu, beispielsweise bei einem Brainstorming.
- Auf welche Art und Weise lassen sich kleine Neuerungen skalieren, damit diese eine ausserordentliche Wirkung entfalten?

Voller Leichtigkeit führt Victor Vasarely vor Augen, wie durch kleinste Verschiebungen Bewegung in starre Strukturen kommt. Ich wünsche Ihnen zahlreiche Ideen für kleine Veränderungen an Ihren «Quadraten», damit Ihnen ein erfolgreicher und innovativer Start ins neue Jahr gelingt.

Artgrade your business!

● Ihre Jana Lucas

Jana Lucas im Fokus



«Artgrade your business!» heisst die Kolumne von Jana Lucas. Darin zeigt die promovierte Kunsthistorikerin, wie bildende Kunst als Ressource speziell für die Wirtschaft dienen kann. Denn wer unternehmerisch gestaltet, profitiert von künstlerischen Arbeitsweisen, so die These von Jana Lucas. Innovationen kann nur entwickeln, wer neu denkt und eigene Positionen einnimmt. Künstlerinnen und Künstler bieten dafür Vorbilder. Die Kolumne nutzt Kunst daher als Trainingsgelände für unternehmerisches Handeln und bietet viele praktische Beispiele, um grundlegende Entscheidungen aus einer neuen Perspektive zu reflektieren, die eigenen Vorstellungen herauszufordern, den Fokus zu schärfen und konkrete Schritte für die gezielte Umsetzung abzuleiten.

In ihrem kunstbasierten Consulting mit Schwerpunkt Innovations- und Strategieentwicklung verbindet Jana Lucas unter dem Motto «Von der Kunst lernen» ihre jahrelange Erfahrung im Marketing mit Fragestellungen zu künstlerischen Gestaltungsprinzipien. Dabei spannt sie den Bogen zwischen Kreativität, Innovation sowie Wahrnehmung in der Kunst zu deren Bedeutung für Unternehmen. Darüber hinaus arbeitet Jana Lucas Unternehmens- sowie Privatsammlungen kunsthistorisch auf und erschliesst so deren Mehrwert für Unternehmen. Als Autorin veröffentlichte sie 2021 das erfolgreiche Sachbuch «Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft – Aussergewöhnliche Frauen, die unsere Wirtschaftswelt nachhaltig geprägt haben».

janalucas.ch