

# EIN VIERTEL- JAHRHUNDERT ERFOLG!



**„AUCH NACH 25 JAHREN IST BRAND- UND PACKAGING DESIGN SPANNEND WIE AM ERSTEN TAG“, SO KLAUS P. HAJOK, DER IN DIESEM JAHR SEIN 25-JÄHRIGES AGENTUR-JUBILÄUM FEIERT.**

**Wie sich HAJOK Design von einer One-Man-Band zu einer der erfolgreichsten Markenagenturen Deutschlands entwickelte, was sich in den letzten 25 Jahren in der Branche verändert hat und worauf Klaus P. Hajok besonders stolz ist, verrät der Designer in diesem Interview.**

## **01. WIE KAM ES ZUR GRÜNDUNG VON HAJOK DESIGN 1997?**

Ich war noch keine 15, da wusste ich schon, dass ich Grafiker werden wollte. Durch meinen Onkel bekam ich Einblick in den Beruf und so stand mein Entschluss schon früh fest: Irgendwann will ich das auch machen und mein eigener Herr sein. Nach meinem Designstudium

sammelte ich erste Erfahrungen in Agenturen und kam mit Verpackungsdesign in Kontakt, was mich total begeisterte. Anfang 30 legte ich dann – ohne Businessplan – los, mein Glück in der Designwelt zu suchen.

## **NACH MEINEM DESIGNSTUDIUM SAMMELTE ICH ERSTE ERFAHRUNGEN IN AGENTUREN**

### **02. WER WAREN DEINE ERSTEN KUNDEN?**

Zuerst arbeitete ich für verschiedene Agenturen, bald auch direkt für Kunden, wie Garpa (Kataloggestaltung für hochwertige Gartenmöbel), gestaltete kleinere Projekte für die Deutsche Spar und auch schon erste kleine Packaging Projekte für Lever Fabergé (Unilever). Für Unilever arbeite ich also ohne Unterbrechung seit 1997.

### **03. WAS WAREN DAMALS DEINE ZIELE?**

Ich wollte unabhängig sein, Spaß an meiner Arbeit haben und von meiner Selbstständigkeit als Grafik Designer leben können. Erst als ich eigentlich zu viel zu tun hatte, machte ich mir Gedanken, wie ich langfristig weitermachen möchte. Mein bisheriges Konzept passte bald nicht mehr zu meiner Realität und so fasste ich wieder allen Mut zusammen und gründete die Agentur. Ich mietete Räume, stellte erste Mitarbeiter ein und übernahm somit Verantwortung für andere. Das war dann die Basis für die heutige Agentur und einige Kollegen von damals sind heute noch bei HAJOK Design!

**ES GAB VIELE  
SCHRITTE,  
WENIGER "DEN  
EINEN GROSSEN  
SCHRITT"**

### **04. WELCHES WAREN DIE WICHTIGSTEN MEILENSTEINE IN DEN LETZTEN 25 JAHREN?**

Die Entwicklung der Agentur war eine Evolution und keine Revolution, d.h. es gab viele Schritte, weniger „den einen großen Schritt“. Sicherlich war das erste große Handelsmarkenprojekt für Globus im Jahr 2011 sehr wichtig, da wir hier die besonderen Herausforderungen großer Ranges kennenlernen durften. Daraufhin folgten noch größere Projekte für Markenartikel und den Handel. So wuchs die Agentur parallel mit.

### **05. WIE HAT SICH DIE GEWICHTUNG VON VERPACKUNGSDESIGN IM MARKETING MIX IN DEN LETZTEN 25 JAHREN VERÄNDERT?**

Oftmals findet über das Verpackungsdesign die einzige Markenkommunikation (oder zumindest die wichtigste) statt. Die Verpackung soll nicht nur toll aussehen, sie muss aufmerksamkeitsstark sein, soll informieren und die Produkt- und Markengeschichte erzählen. Kein einfacher Job für eine Packung. Die Verpackung ist mehr denn je zur Essenz der Marke geworden.

### **06. HABEN SICH DIE ANSPRÜCHE DER KONSUMENTEN IN DEN LETZTEN 25 JAHREN VERÄNDERT?**

Ja! Die Konsumentengruppen sind unterschiedlicher denn je und jede Gruppe hat ihre eigenen Bedürfnisse, die sich oftmals überlappen oder auch ändern. Verpackungen müssen Geschichten erzählen und unterschiedlichste Kommunikationsansprüche erfüllen. Konsumenten entscheiden im Bereich FMCG nicht mehr zwischen Handels- oder Herstellermarken, sondern zwischen starken und schwachen Marken.

### **07. WELCHE VERÄNDERUNGEN HAT DIE PANDEMIE FÜR DIESES BUSINESS MIT SICH GEBRACHT?**

Wie in den meisten Branchen wurde der Ort, an dem die Arbeit erledigt wird, weniger wichtig. Wir konnten schnell auf das Homeoffice ausweichen und nur wenige Kollegen/innen waren die ganze Zeit in der Agentur. Reisen sind fast komplett entfallen und Videokonferenzen wurden zu einem der wichtigsten Bestandteile unserer Arbeit. Zum Glück sind die meisten unserer Kunden Gewinner in der Pandemie und so hatten wir durchgehend viel zu tun. Auch Neugeschäft war letztendlich kein Problem.

## 08. WORAUF BIST DU BESONDERS STOLZ?

25 Jahre erfolgreich in der Designhochburg Hamburg zu sein, macht mich schon sehr stolz. Die Reise vom 1-Mann-Grafik-Studio zur etablierten Designagentur mit einem beeindruckenden Kundenportfolio (vom local champion bis zum global player) war oft anstrengend und erforderte viel Kondition. Stolz machen mich unsere Cases und vor allem die großartigen und talentierten Mitarbeiter, ohne die das Ganze nicht möglich gewesen wäre. Gute Leute ziehen gute Leute an!

# EIN KUNDEN- PORTFOLIO VOM LOCAL CHAMPION BIS ZUM GLOBAL PLAYER

## 09. HAST DU EIN ODER MEHRERE LIEBLINGS-DESIGNS, DIE BEI HAJOK ENTSTANDEN SIND?

Nein. Ich bewerte Design sehr vielschichtig und erkenne, wenn ein Design einen tollen Job macht, auch wenn es vielleicht auf den ersten Blick nicht spektakulär aussieht. Genauso freue ich mich über die „shining stars“, für die wir auch schon einige Preise bekommen haben. Im Design materialisiert sich Vision und Strategie der Marke.

## 10. WAS ZEICHNET DAS HAJOK-TEAM AUS?

„Teamwork makes the dream work“. Das ist unser Motto und beschreibt uns sehr gut. Eine Mannschaft mit individuellen Stars spielt in der Champions League nur gut, wenn sie als Mannschaft gut spielt. Jedes Top-Talent muss auf seinem Posten performen, aber als Team gewinnt man am Ende das Spiel.

## 11. EINE ANEKDOTE, AN DIE DU IMMER NOCH GERNE ZURÜCKDENKST?

Meine Eltern waren immer sehr bodenständig und hatten mit Design nichts zu tun. Sie waren etwas unsicher, was ich da eigentlich genau in Hamburg mache. Als ich meiner Mutter erklärte, dass wir Verpackungen für den LEH und Drogeriemärkte gestalten, sagte sie nach einer kurzen Pause mit sehr besorgtem Unterton: „Aber die Supermärkte sind doch jetzt schon voller Verpackungen!“

## 12. WELCHEN RAT WÜRDEST DU AGENTUR-GRÜNDERN HEUTE GEBEN?

Es gibt keinen perfekten Moment, mache den Moment perfekt. Eine Agentur ist ein Marathonlauf, kein Sprint. Teile Dir die Kraft gut ein. Es wird anstrengend und stürmisch, kann sich im besten Fall aber lohnen. Keiner gibt Dir eine Garantie, glaube fest an die Idee und an Dich.

## 13. WAS WÜNSCHT DU DIR FÜR DIE ZUKUNFT VON HAJOK?

Ich wünsche der Agentur und dem wunderbaren Team noch mindestens weitere erfolgreiche 25 Jahre!



“  
**DESIGN IST**

---

**ROCK 'N' ROLL**

---

**AUF WEISSEM**

---

**PAPIER!**”

---