



PRESSEINFORMATION

August 2025

ISARWINKEL by BECC – Markenentwicklung für Münchens neuen kreativen Möglichkeitsraum

München, Juli 2025 – Mit dem ISARWINKEL ist in München-Thalkirchen ein neuer Ort entstanden, der weit mehr ist als eine Eventlocation. Er ist ein Raum für Begegnung, Kreativität und Business – kuratiert, gestaltet und strategisch positioniert durch ein wegweisendes Markenentwicklungskonzept der BECC Agency. Entwickelt wurde die Marke von den jungen Designtalenten Salea Buhmann und Julia Greiner – beide unter 30 Jahre alt und festes Team der Agentur.

Haltung, die wirkt – Gestaltung, die verbindet

Im Zentrum der Marke steht der Raumbegriff: abstrakt gedacht, konkret umgesetzt. Ob Events, Workshops oder Co-Creation – der ISARWINKEL ist ein Möglichkeitsraum für echte Verbindung, kreative Tiefe und neue Perspektiven. Die Brand Identity lebt von Offenheit, Wandelbarkeit und dem Mut zur Klarheit. Eine durchdachte Guideline übersetzt diese Haltung in eine konsistente visuelle Sprache – kanalübergreifend und zukunfts offen.

„Die Entwicklung und Umsetzung der ISARWINKEL CI ist ein mega cooles Projekt“, sagt Salea Buhmann. „Ich bin viel freier in der Gestaltung, weil es nicht darum geht, es einem Auftraggeber recht machen zu müssen. Meine eigene Persönlichkeit als Gestalterin, aber auch meine Rolle als Teammitglied der BECC Agency spielte eine zentrale Rolle. Schließlich ist der ISARWINKEL auch unser neuer Office Space – und damit mein Arbeitsplatz. Welche Vibes dieser Ort transportiert, das erfahre ich jeden Tag hautnah. Authentischer kann Gestaltung nicht sein.“

Klar im Zeichen – lebendig im Ausdruck

Das Hauptlogo besteht aus dem Schriftzug „ISARWINKEL“, ergänzt um ein hochgestelltes „B“ – ein subtiler Verweis auf die Zugehörigkeit zur BECC Agency, ohne die Eigenständigkeit des Auftritts zu schwächen. In seiner klaren, reduzierten Form ist das Logo prägnant, zeitlos und vielseitig einsetzbar.

Farbsystem mit Haltung

Ergänzt wird das Logo durch ein dynamisches Farbsystem, das die drei zentralen Funktionsbereiche unterscheidet und dabei Haltung kommuniziert:

- Pink für Events – kräftig, dynamisch, energiegeladen.
- Gelb für den Creative Space – offen, einladend, kreativ.
- Blau/Grau für Workshops – seriös, ruhig, strukturiert.

Diese Farbwelt unterstützt nicht nur die Wiedererkennbarkeit, sondern reflektiert die unterschiedlichen Nutzungsformen des Ortes auf intuitive Weise – und bleibt dennoch in einem harmonischen, übergeordneten Designsystem verankert.

Vom Leitsystem zum Lebensgefühl

Die grafischen Elemente des Designs greifen bewusst die Architektur und Nutzung des Raums auf: Fenster, Flächen und Perspektiven spiegeln Offenheit, Wandelbarkeit und Struktur. Die Gestaltung funktioniert als Bühne – für Inhalte, Marken und Ideen – digital, gedruckt oder bewegt. Ergänzt wird dies durch eine reduzierte und augenzwinkernde Iconografie, die Aspekte wie Natur, Miteinander oder Kreativität symbolisiert und das Lebensgefühl des ISARWINKELs visuell auf den Punkt bringt.



Sprache mit Charakter

Die Tonalität ist bewusst nahbar, klar und präzise. Die Typografie basiert auf der bewährten Gotham, wie auch im Markenauftritt der BECC Agency – jedoch mit eigenständigen Akzenten in Gewichtung und Laufweite, die dem ISARWINKEL ein eigenständiges Schriftbild verleihen.

„Es war ein ganz anderes Projekt als bisher“, erinnert sich Julia Greiner.

„Kein Kundenauftrag, sondern eine Visualisierung, in der sich unsere Geschäftsführung und alle Mitarbeitenden wiederfinden sollten. Die größte Herausforderung lag am Anfang: Wir haben die Guidelines noch aus der Ferne der alten Office-Location entwickelt. Als wir dann in den ISARWINKEL eingezogen sind, wurde die Marke lebendig. Ein echter Zwischen-Mich-Mal-Moment war für mich der Kick-Off zur MCBW mit fast 150 Personen – und unserer CI, die überall sichtbar war.“

Ein Ort, der inspiriert – eine Marke, die verbindet

Der ISARWINKEL ist nicht nur ein architektonischer Raum, sondern ein Statement für neue Formen des Arbeitens, Erlebens und Sich-Begegnens. Mit seiner klaren, konsistenten und zugleich offenen Markenidentität wird er zum Erlebnisort für Unternehmen, Kreative und Communities – und zum gelebten Ausdruck der Philosophie der BECC Agency.

Über die Designerinnen

Julia Greiner (28)

Ihr Weg in die Designwelt begann mit einer Ausbildung zur Kommunikationsdesignerin an der Designschule München, gefolgt von einem weiterführenden Bachelorstudium in Graphic Design an der Prague City University. Direkt nach dem Studium startete sie in die Selbstständigkeit – zwei Jahre voller spannender Projekte und neuer Perspektiven. Diese Zeit hat sie sehr geprägt, nicht nur fachlich, sondern auch persönlich. Mit dem Wunsch, kreative Prozesse in einem interdisziplinären Team weiterzudenken und das Zusammenspiel von Strategie und Design in einer größeren Struktur zu erleben, wechselte Julia Greiner 2023 zur BECC Agency. Seit zweieinhalb Jahren ist sie dort Teil des Brand Experience Teams. Ihr Fokus liegt darauf, Marken visuell, digital und inhaltlich so zu gestalten, dass sie über alle Touchpoints hinweg konsistent wirken, klar kommunizieren und emotional verbinden.

Salea Buhmann (24)

Schon während ihres Mediendesign-Studiums an der DHBW Ravensburg konnte sie als Designerin in einem Partnerunternehmen erste Erfahrungen in den Bereichen Branding, digitale Erlebnisse und Kampagnen sammeln. Nach dem Abschluss hat es sie nach München gezogen – auf der Suche nach neuen Impulsen und einem kreativen Umfeld mit mehr Teamdynamik. Bei der BECC Agency fand sie genau das: ein größeres Team, spannende Projekte im Bereich des Experience Designs und die Möglichkeit, Marken in Erlebnisse zu übersetzen, die im Gedächtnis bleiben. Mit einer Gestaltung, die Haltung zeigt, Emotionen weckt und Vertrauen schafft.

<https://www.isarwinkel.de>

Pressekontakt

Kirstin Sternel
Y-WHY
Mail: hello@y-why.de

Tel.: 0151 46 25 46 24

Agenturkontakt

Katharina Kraus
BECC Agency GmbH
Mail: katharina.kraus@becc-agency.de

Tel.: 089 23 23 87 00 0