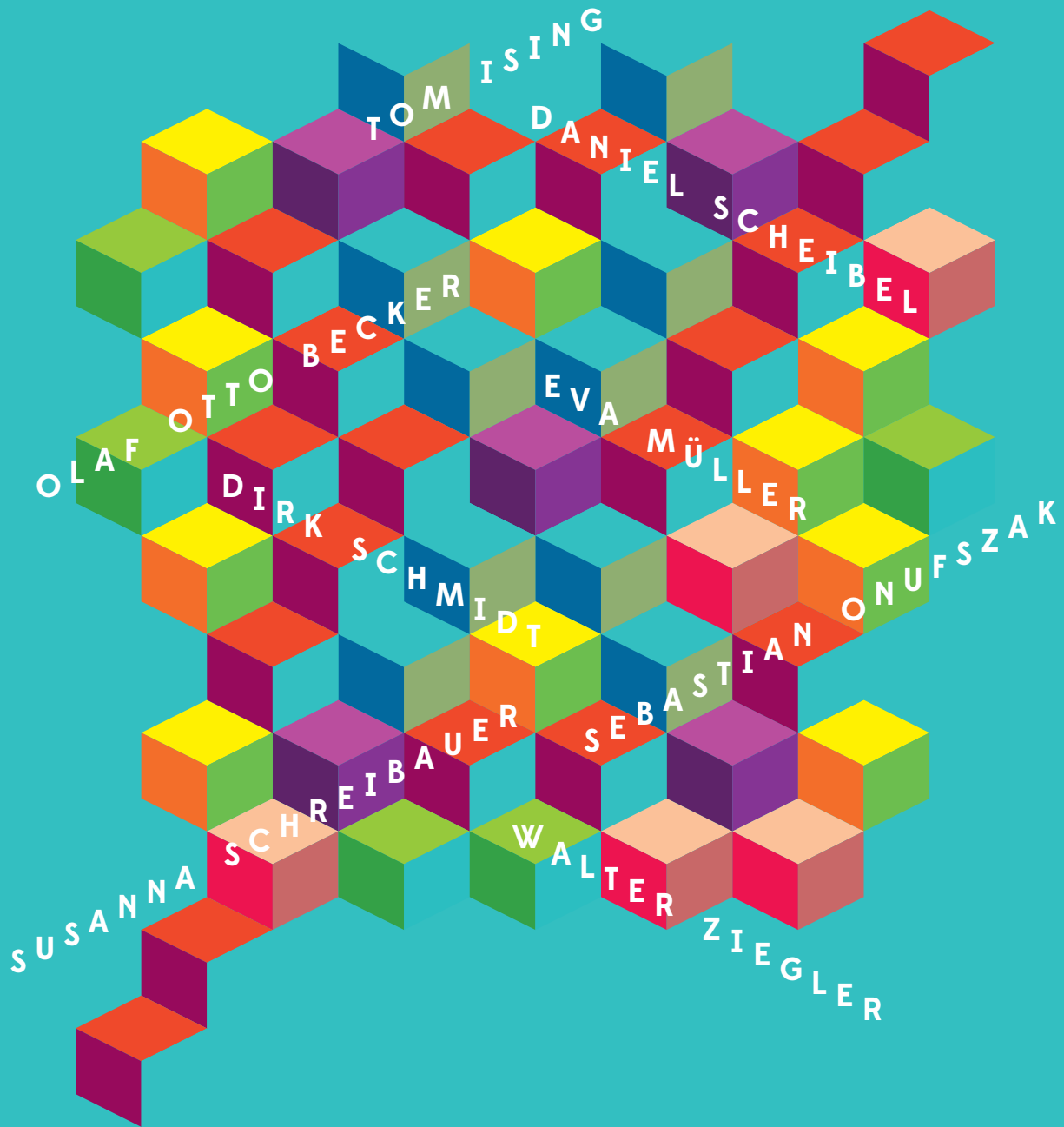


e

X





Historischer Kopfbau der Fakultät für Gestaltung

## LIEBE SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER, LIEBE STUDENTINNEN UND STUDENTEN,

„Können wir das nicht lieber schriftlich haben?“, fragte uns eine Lehrerin aus München, als wir sie und ihre Klasse zu unserer Vortragsreihe „Ex Usu-Ehemalige berichten aus der Praxis“ eingeladen haben. Ich dachte in diesem Moment: „Nein, unmöglich. Das ist ein bisschen viel verlangt von Viertsemestern, die gerade eine Vortragsreihe organisieren.“

Doch der Gedanke, dass wir unsere Ehemaligen portraituren, dass wir zeigen, was in ihnen steckt und dass das, was aus ihnen geworden ist, nicht nur im Augenblick eines kurzen Vortrags sichtbar wird, sondern in einem Magazin, dieser Gedanke erschien mir plötzlich nicht mehr so abwegig. Warum nur eine Vortragsreihe mit Ehemaligen ausrichten? Warum nicht ein Magazin gestalten, das immer und überall gelesen werden kann?

Die Idee für „ex“ war geboren. Studierende aus verschiedenen Semestern haben im Sommer 2013 die erste Ausgabe als Designprojekt im Unterricht konzipiert und realisiert. Sie haben recherchiert, aufgezeichnet, organisiert, geschrieben, präsentiert, verworfen, interviewt, fotografiert, gestaltet und wenig geschlafen. Wir haben acht Ehemalige gefragt, wo genau sie in der Welt des Designs heute stehen und womit sie ihr Geld verdienen, und wir haben acht verschiedene Antworten bekommen. Entstanden ist ein Interview-Magazin, das von Fotografie, über Editorial Design, Installation, Werbung, Animation, Grafikdesign, Programmierung, Corporate Design, Text, Art Direction bis hin zu Illustration, nicht nur zeigt, welche vielfältigen Möglichkeiten es gibt, in der Kreativbranche zu arbeiten, sondern auch Lust darauf machen will.

Gestalten ist ein toller Job. Das gebe ich Ihnen schriftlich.

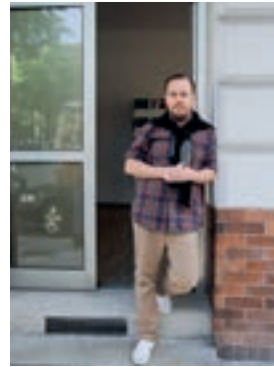
Viel Freude beim Anschauen und Lesen,  
Prof. Gudrun Müllner

**Acht Gestalter.**

**Acht Leben.**

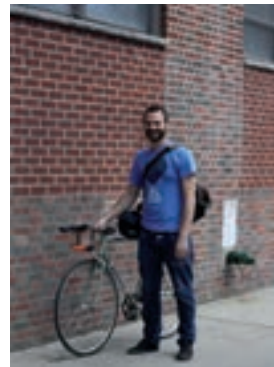
**Acht Gespräche.**

## Inhalt



09

Tom Ising  
Grafikdesign und Editorial



27

Daniel Scheibel  
Installation und Programmierung



43

Sebastian Onufszak  
Motion, Design und Illustration



62

Olaf Otto Becker  
Landschaftsfotografie



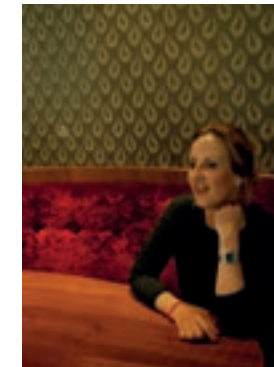
62

Eva Müller  
Portraitfotografie



81

Dirk Schmidt  
Illustration



97

Susanna Schreibauer  
Text und Konzeption



111

Walter Ziegler  
Werbung und Art Direction

Editorial  
01

Inhalt  
04

Impressum  
06

Portraits  
09

2 Fotografen, 2 Geschichten,  
2 Arbeitsweisen.  
Ein Vergleich.  
62

Portraits  
81

Designlexikon  
129

Hochschule Augsburg  
Fakultät für Gestaltung  
130

Im nächsten Heft  
132



## Impressum

Herausgeber und v.i.S.d.P  
Prof. Dr.-Ing.  
Hans-Eberhard Schurk  
Präsident  
Hochschule Augsburg

**Redaktionsanschrift**  
Hochschule Augsburg  
Fakultät für Gestaltung  
Friedberger Str. 2  
86161 Augsburg  
Tel. 0821/55863401  
ex@hs-augsburg.de

**Projektleitung**  
**Chefredaktion**  
Prof. Gudrun Müllner

**Leitung Text**  
Ludwig Rist

**Recherche**  
Elisa Alber

**Art Direction**  
Lisa Gumprich  
Dannika Mayer

**Gestaltungskonzept**  
Lisa Gumprich  
Maria Hack  
Dannika Mayer  
Ann-Kathrin Seligmann

**Gestaltung, Redaktion,**  
**Interviews**

Elisa Alber  
Vivian Breithardt  
Vera Daffner  
Lisa Gumprich  
Maria Hack  
Nina Hallhuber  
Dannika Mayer  
Rebekka Müller  
Patricia Olear  
Ludwig Rist  
Katharina Ruf  
Cordula Schartel  
Patricia Schneider  
Ann-Kathrin Seligmann  
Andreas Sisc  
Sara Thurner  
Nicole Wiedemann  
Danya Qulaghassi

**Fotos**  
Hochschule Augsburg,  
andere Bildrechte liegen  
bei den (genannten)  
Autoren und Urhebern.

**Titelillustration**  
Sebastian Onufszak

**Druck**  
Joh. Walch GmbH & Co. KG  
Augsburg

**Auflage**  
2.500 Exemplare

© 2013 Hochschule Augsburg  
Alle Rechte vorbehalten.  
Nachdruck, auch auszugsweise,  
nur mit Genehmigung der  
Redaktion und der Autoren.  
Namentlich gekennzeichnete  
Beiträge geben nicht unbedingt  
die Meinung der Redaktion  
oder des Herausgebers wieder.  
Die Redaktion behält sich die  
Überarbeitung und Kürzung vor.



**Hochschule**  
**Augsburg**  
University of  
Applied Sciences



Anzeige

**Danke  
Heye**

[www.heye.de](http://www.heye.de)



„Herburg Weiland ist ein fiktiver Name unter dem sich jeder vorstellen darf was er will. Wenn man Namen nicht mit Leben füllt, bedeuten sie ja nicht viel.“



„Mir sind Reisen sehr wichtig. Eine Woche Peking rückt alles hier wieder in ein ganz anderes Licht. Das hat eigentlich nichts mit Design zu tun... aber irgendwie eben doch, weil man die Dinge neu betrachten lernt.“

Wie viele  
Karoemden besitzt du  
?

(lacht)  
(überlegt)

3  
vielleicht  
4

aber eigentlich eher  
Blaue und Weiße.





Grafikdesign und Editorial

[www.herburg-weiland.de](http://www.herburg-weiland.de)

## Tom Ising

Bereits als junger Designer arbeitete Tom Ising lange Zeit für das jetzt-Magazin. Heute ist er einer der Gründer von Herburg Weiland, einer kleinen doch etablierten Agentur im Herzen Münchens, die sich auf Kulturkunden und Verlage spezialisiert hat. Intellektueller Austausch bei der Arbeit und die starke inhaltliche Auseinandersetzung mit den jeweiligen Themen sind ihm ein großes Anliegen. Im persönlichen Gespräch mit Tom Ising erfahren wir, wie er es schafft auf aktuelle Trends und Entwicklungen zu reagieren und warum er auch gerne mal ganz weit weg von München ist.

## „Sieht gut aus, reicht nicht.“

Es gibt gerade viel zu tun in der Münchner Agentur Herburg Weiland und eigentlich steht Tom Ising gerade kurz vor der nächsten Reise. Trotzdem werden wir äußerst freundlich empfangen und er gibt uns das Gefühl, ihm nicht die Zeit zu stehlen.

### WIE BIST DU ZU DER ENTSCHEIDUNG GEKOMMEN, IN AUGSBURG DESIGN ZU STUDIEREN?

Ich habe damals viel gezeichnet. Nach dem Abitur wollte ich gerne irgendetwas in dieser Richtung machen. Mir war zu diesem Zeitpunkt gar nicht ganz klar, wie an der FH in Augsburg unterrichtet wird. Ich wollte in erster Linie mein Illustrations- und Zeichentalent weiterentwickeln. All dies stand zu meiner Verwunderung an der Schule aber gar nicht im Fokus der Ausbildung. Vor allem Fächer wie Schrift und Typografie waren hier die wichtigen Fächer; Dinge also, mit denen ich mich noch nie so ausführlich beschäftigt hatte. Ich habe dann aber sehr schnell viel Gefallen am Umgang mit Schriften und ihrer Anwendung gefunden. Und so kam dann eines zum anderen.

### WAREN DAS IM STUDIUM AUCH SCHON DEINE SCHWERPUNKTE?

Mein persönlicher Favorit an der Schule war auf jeden Fall das Fach Schrift. Aus irgendeinem Grund hat mir die Beschäftigung mit Schrift, ihrer Herkunft und Anwendung am meisten Spaß gemacht. Mein damaliger Professor Hans Heitmann war jemand, der für mich in

dieser Zeit sehr prägend war. Er und auch Günter Woyte haben mir alles beigebracht, was ich damals wissen musste. Obwohl es im Fach Schrift bei Hans Heitmann eigentlich nur um Schrift, die reinen Formen, die Geschichte und ähnliches ging, sind wir im Unterricht weit darüber hinaus gegangen. Er hat es einfach verstanden, einigen Studenten eine unglaubliche Lust und Laune an diesen Themen zu vermitteln. Ehrlich gesagt zehre ich davon auch heute noch. Durch diese intensive Auseinandersetzung im Unterricht konnte ich eine sensible, solide und qualitativ hochwertige Basis entwickeln, die es mir ermöglicht, auch jetzt Trends und Entwicklungen sehr schnell zu folgen.

### DU BIST DANN DIREKT BEIM JETZT-MAGAZIN EINGESTIEGEN. HATTEST DU VORHER SCHON KONTAKTE?

Nein, da waren tatsächlich überhaupt keine Kontakte da. Ich habe mich einfach beworben. Beim jetzt-Magazin wurde ein Grafiker gesucht und da mich Editorial Design schon immer sehr interessiert hat, war das natürlich ein Glücksfall für mich, dort arbeiten zu dürfen. Auch hat das jetzt-Magazin meinem eigenen Lebenshorizont zu dieser Zeit extrem gut entsprochen. Der Job dort hat Spaß und Arbeit extrem gut verknüpft. Beim jetzt-Magazin habe ich dann auch recht schnell sehr viele gute und vor allem auch nette Menschen kennengelernt. Journalisten, Autoren, Fotografen, Illustratoren... mit vielen von ihnen habe ich auch heute noch sehr engen Kontakt.

### WIESO HAST DU DICH DAMALS FÜR DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT ENTSCIEDEN?

Während meiner Zeit beim jetzt-Magazin hatte ich auch schon immer kleinere Aufträge bearbeitet, die mit der Zeit immer interessanter und zeitaufwendiger wurden. Es lag also ziemlich nahe, sich selbstständig zu machen. Auch hat man nach zwei Jahren eben das Gefühl, es wäre mal wieder Zeit für etwas anderes. Also habe ich mich mit meinen guten Freunden Martin Fengel (ein Fotograf) und Judith Grubinger (eine Grafikerin) zusammengetan, die Agentur HERBURG WEILAND gegründet und Räume gemietet.

### WIE WAR DANN DER START?

Gut! Gleich am Anfang hatten wir einen ziemlich tollen Job. Wir durften ein Jahr lang die Süddeutsche Zeitung am Wochenende neu gestalten und haben parallel an einem Pitch für die Münchner Kammerspiele mitgemacht... den wir damals leider verloren haben.

## „Ohne Inhalt gäbe es Design nicht!“

### IHR SEID EINE RECHT KLEINE AGENTUR. WAR DAS EINE BEWUSSTE ENTSCHEIDUNG?

Ja, das war eine bewusste Entscheidung. Wir sind natürlich nicht gegen Wachstum, aber eben auch nicht zu jedem Preis. Bei uns ging es immer schon in erster Linie um die Qualität unserer Arbeiten und nicht alleine um den finanziellen Gewinn. Es ist ganz wichtig, dass die Kunden, aber eben auch wir selber mit den Ergebnissen zufrieden sind. Ich glaube, nur so kann man glücklich werden...

### IHR ARBEITET UNTER ANDEREM VIEL MIT KUNDEN AUS KUNST UND KULTUR. WARUM IST DIESE ZUSAMMENARBEIT SO SPANNEND?

Klare Sache. Weil die Arbeit in diesen Feldern inhaltlich interessanter und auch fordernder ist. Gleiches gilt natürlich auch für Buch- und Zeitschriftenverlage, für die wir auch viel arbeiten. Uns allen hier ist eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den Themen unglaublich wichtig – nur so kann Qualität entstehen. „Sieht gut aus“, reicht einfach nicht. Man kann die Dinge ja auch sehr einfach komplett falsch gestalten.

## „Ich finde es immer gut, wenn Menschen aus unterschiedlichen Berufen miteinander zu tun haben.“

### IHR MACHT SEHR VIEL EDITORIAL DESIGN. KANNST DU BESCHREIBEN, WAS FÜR DICH DEN BESONDEREN REIZ DARAN AUSMACHT?

Ich finde es immer interessant, wenn unterschiedliche Menschen zusammen kommen. Das ist ja im Besonderen bei Magazinen der Fall. Es gibt viele Autoren, Redakteure, Journalisten, Fotografen und Illustratoren, die daran mitarbeiten. Das sind Menschen, die aus völlig unterschiedlichen Bereichen kommen. So entsteht ein reger Austausch zwischen den einzelnen Disziplinen, der dazu führt, dass man bei der Gestaltung sehr stark dem Inhalt folgt.

### SCHAUST DU DIR MANCHMAL ALTE ARBEITEN AN UND DENKST DIR, DAS HÄTTE ICH HEUTE ANDERS GEMACHT?

Klar gibt es alte Arbeiten, die auch wirklich alt aussehen. Es gibt auch alte Arbeiten, bei denen man einfach Fehler gemacht hat, die man erst jetzt mit ein bisschen Abstand erkennt. Es gibt aber auch alte Arbeiten, die immer noch sehr gut funktionieren. Bei diesen merkt man dann auf einmal, wo die wahre Qualität steckt. Dinge, die die Zeit überdauern, scheinen wohl ein bisschen gelungener gewesen zu sein als die, bei denen man heute die Hände über dem Kopf zusammenschlägt – davon gibt es natürlich auch sehr, sehr viele.

### WENN DU AN EINEM PROJEKT ARBEITEST, GIBT ES DA SITUATIONEN, IN DENEN MAN MIT DEM KUNDEN ANEINANDER GERÄT?

Auf jeden Fall, da gibt es alles was man sich vorstellen kann. Richtigen Streit, es fließen Tränen auf beiden Seiten, man schreit sich an, fällt sich in die Arme, bleibt für immer befreundet und so weiter...

### GIBT ES SO ETWAS WIE EIN LIEBLINGS-PROJEKT, DAS BESONDERS VIEL SPASS MACHT?

Jedes unserer Projekte hat seinen Reiz. Wenn es keinen Reiz hat, nehmen wir es gar nicht erst an. Wir machen uns sehr viele Gedanken, mit wem wir arbeiten, für wen wir arbeiten und welche Projekte wir betreuen. Das ist eine luxuriöse Position, die wir uns über Jahre hinweg erarbeitet haben. Aber dieser Weg hat sich bewährt, denn es macht uns mehr Spaß, es macht dem Kunden mehr Spaß und das Wichtigste ist, die Ergebnisse sind am Ende besser. Das ist einfach so, wenn alle mit großem Engagement an die Aufgabe heran gehen.

### DU GESTALTEST VIELE BÜCHER. LIEST DU DENN AUCH VIEL?

Ja, ich lese generell sehr viel, schon immer eigentlich. Ich habe auch jedes Buch, welches wir gemacht haben, gelesen. Ich liebe Bücher...

### WOHIN VERREIST DU MORGEN?

Dieses Mal fahren wir nach Frankreich. Ein verlassenes Haus auf einer Klippe in der Bretagne, ohne Fernsehen und allem. Ich versuche mit meiner Familie möglichst oft weit weg von München zu sein. Das ist inspirierend und hilft, den nötigen Abstand zu gewinnen. Letztes Jahr waren wir beispielsweise einen ganzen Monat unterwegs. Zuerst sind wir nach Ulan Bator geflogen und haben uns die Mongolei und die Wüste Gobi angesehen, dann nach Peking, weiter ein bisschen durch China, nach Singapur, dann nach Indonesien und wieder zurück. So sehr ich München und Deutschland auch liebe und schätze, braucht man doch immer

mal wieder einen ganz anderen Blick auf die Dinge. Eine Woche Peking rückt alles hier wieder in ein ganz anderes Licht. Das hat eigentlich nichts mit Design zu tun... aber irgendwie eben doch, weil man die Dinge neu betrachten lernt. Und genau darum geht es ja beim Gestalten auch viel.

## „Es geht beim Gestalten auch darum, Dinge neu zu betrachten.“

Interview: Rebekka Müller, Cordula Schartel, Ann-Kathrin Seligmann



SIBYLLE CANONICA CORNELIA FROBOESS



mit DAVID MAMET **DIE ANARCHISTIN** Regie MARTIN KUŠEJ

RESIDENZ THEATER



RESIDENZ THEATER



LOLA MONTEZ  
am 25. JANUAR 2011  
Karten ab 21.09.11 ab

I'M A CLICHÉ

Inszeniert von PETER KRÜGER und MAURUS PÄCKER  
RESIDENZ THEATER  
in einer Fassung von TOM SCHNELL und JÜRGEN KUTNER  
www.RESIDENZTHEATER.de



8 OKT 11

ZUR MITTAGS-STUNDE

mit NEIL LABUTE und WILFRIED HIRKE  
www.RESIDENZTHEATER.de

RESIDENZ THEATER

**DIE ANARCHISTIN**

RESIDENZ THEATER

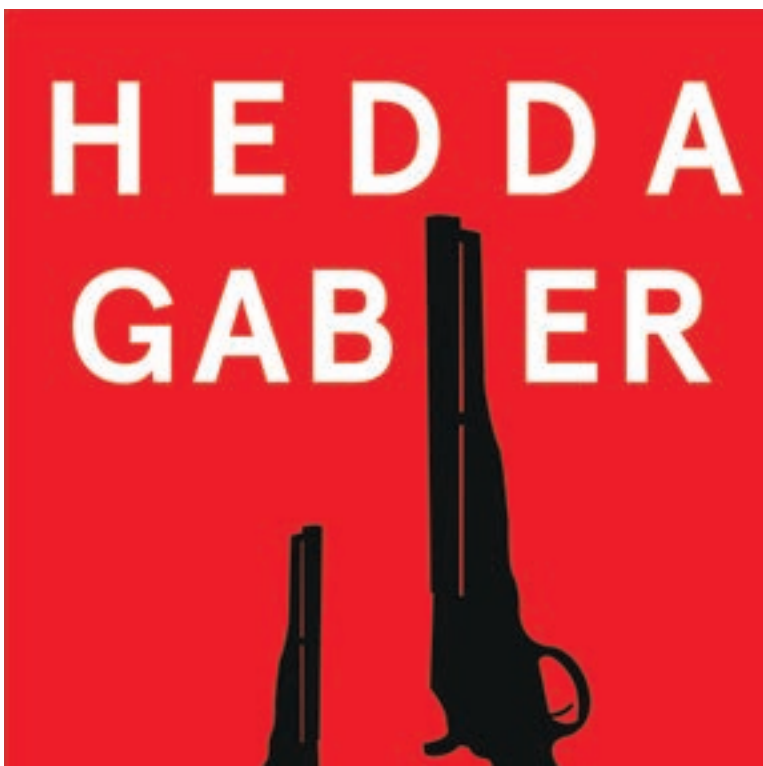


mit PIPPO DELBONO

mit GUNTHER BRATTA, GUNTHER ECKEL, ARTHUR KLEIN, ROBERT NIEMANN

RESIDENZ THEATER

mit SACHA POISEL, WOLFRAM RUPPERT, MARKUS LEIDER, JÜRGEN SCHMIDTKE, PIPPO DELBONO + BOND



Residenztheater München  
Stückplakate  
seit 2011



# Bitte! Bitte! Bitte!

Ihnen fällt nichts mehr ein, was Sie dem größten, aber wirklich allergrößten Wunsch Ihres Kindes (\*Mama, ein Haustier!\*) entgegen könnten? Nido hilft bei der Suche nach dem geeigneten Mitbewohner (oder dem finalen Argument dagegen ...).

REDAKTION  
KARIN KÖRNER UND JUSIA BÖTHHAAS

- GERUCH
- KUSCHELFAKTOR
- VERMEHRUNGS-GEFAHR
- KILLERINSTINKT
- PLATZBEDARF
- HYGIENAUFWAND



## HUND

**LEBENSDAUER** 10 BIS 16 JAHRE  
**KOSTEN** 150 BIS 250 EURO SCHUTZGEBÜHR IM TIERHEIM, AB 500 EURO FÜR RASSEHUNDE. SECHSFACHIMPFUNG CA. 50 EURO, AUSRÜSTUNG CA. 290 EURO, MTL. CA. 80 EURO PLUS JÄHRLICHE HUNDESTEUER (KOSTEN JE NACH GEMEINDE UNTERSCHIEDLICH)  
**TÄGLICHER PFLEGEBEDARF** CA. 120 MINUTEN  
**ARGUMENT DAFÜR** DER HUND TUT ALLES, UM SEINEM BESITZER ZU GEFÄHLEN. WER MACHT DAS SONST FÜR SIE?  
**ARGUMENT DAGEGEN** REGEN, KALT, MÜDER KEINE CHANCE. DER HUND MUSS RAUS. MINDESTENS ZWEIMAL TÄGLICH  
**KUNSTSTÜCKE** HÄNGT GANZ VON DEN LECKERLI AB  
**FÜR FANS VON** MUTTASKING (GLEICHZEITIG KIND IM WAGEN BERUHNEN UND HUNDEHAUTEN VOM GEHWEG RÄUMEN)

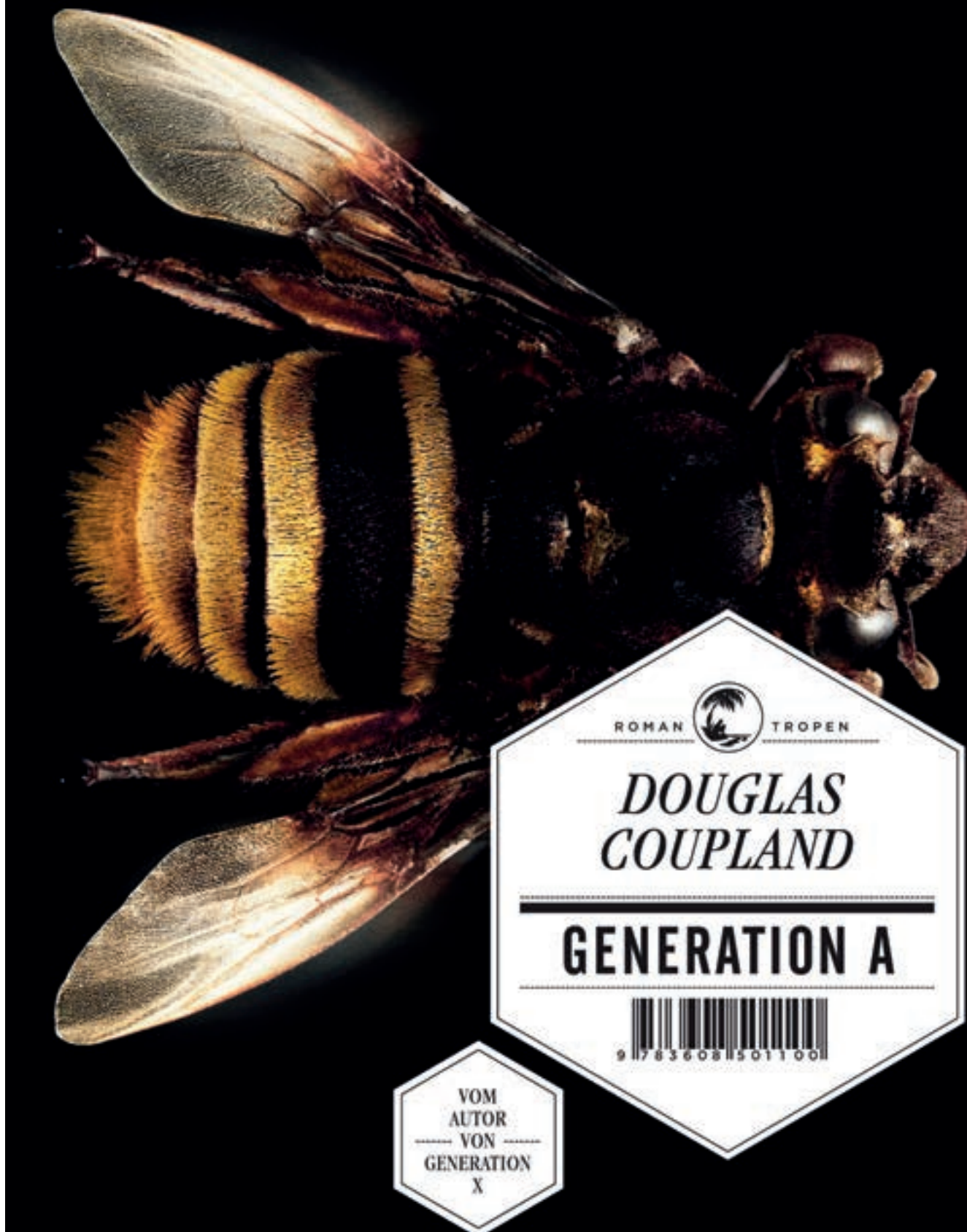
- 
- 
- 
- 
- 
- 

FOTO: IMAGOVIS/STEFAN BRÄUER



Nido  
Magazinkonzeption,  
Art Direction  
2009 – 2012

„Ich lese sehr viel. Ich habe auch jedes Buch gelesen, für das ich den Titel gemacht habe.“



Covergestaltung  
Tropen Verlag  
seit 2010



Leitsystem und Plakat  
Lenbachhaus München  
2013



**„Jedes unserer Projekte hat seinen Reiz.  
Wenn es keinen Reiz hat,  
nehmen wir es gar nicht erst an.“**

STÄDTISCHE GALERIE IM  
LENBACHHAUS UND  
KUNSTBAU MÜNCHEN

AB  
8

MAI

DAS  
NEUE  
LENBACHHAUS



1



2



3



4



5

- 1 Suhrkamp Verlag  
Titelgestaltung  
seit 2010
- 2 Nido  
Magazinkonzeption, Art Direction  
2009 – 2012
- 3 Baumeister  
Magazinkonzeption, Art Direction  
seit 2011
- 4 Lenbachhaus  
Neugestaltung, Plakat,  
Leitsystem, Corporate Design  
2013
- 5 ARTE  
Relaunch, Neugestaltung  
2011
- 6 Residenztheater München  
Neugestaltung, Plakate, Spielzeitheft  
seit 2011

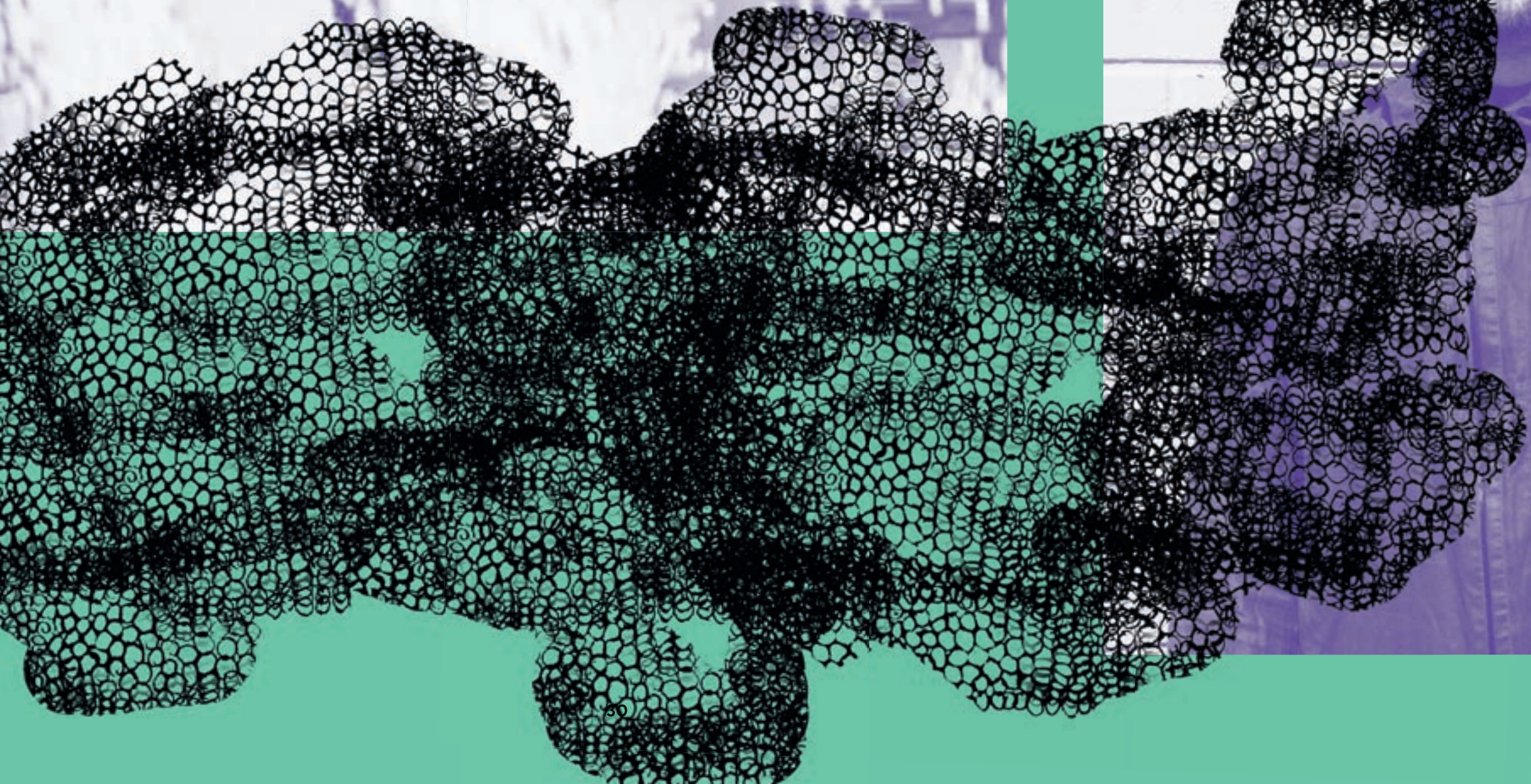


6



„Billige Tischtennisbälle sind nicht zum Tischtennis spielen geeignet.“









Programmierung und Installation

# Daniel Scheibel

Wir treffen Daniel Scheibel im Museum of Moving Image in Queens, New York. Daniel hat dort derzeit eine Installation, die er uns stolz präsentiert. In lockerer Atmosphäre, umgeben von Animationen, Lichtern, Kameras und Projektoren, die bewegte Bilder an die Wand werfen, interviewen wir ihn. Er spricht mit uns über seinen Berufseinstieg, wie er nach New York kam und erklärt uns, auf was er bei Bewerbern besonders achtet. Warum er so viel Freude an seinem Beruf hat, verstehen wir spätestens, als er von seinem gigantischen, interaktiven Teddybären schwärmt.

[www.redpaperheart.com](http://www.redpaperheart.com)

## „Weil wir lieben, was wir machen, wollen wir auch gute Arbeit abliefern.“

Hier im Museum, wo wir Daniel Scheibel treffen, gibt es keine Fenster. Doch wegen der vielen leuchtenden Bildschirme und Projektoren um uns herum ist die Beleuchtung dennoch gut. Und die Stimmung auch.

### ALS DU MIT DEM STUDIUM FERTIG WARST—WIE GING ES WEITER?

Das war zum Glück ein etwas längerer, aber fließender Übergang. Als Multimedianeer konnte man sich im letzten Jahr entscheiden, ob man das Studium mit einem Multimedia-Design- oder Multimedia-Informatik-Diplom abschließt. Ich habe zunächst das Design-Diplom gemacht und mich dann entschieden, gleich noch ein Informatik-Diplom dranzuhängen. Es war hilfreich, nach dem ersten Diplom immer noch Student zu sein. Ich konnte langsam nebenher mit Freelancen anfangen und hatte nicht den Druck, sofort einen festen Job zu finden. Wenn man weniger Druck hat, ist man auch bei Bewerbungsgesprächen viel lockerer und nicht so angespannt und ich denke, das merken die Leute. Zudem hatte ich auch genug Zeit die Design-Diplomarbeit „The Unseen Video“, die ich zusammen mit Ferdinand Weinrother gemacht habe, bei Awards und Festivals einzureichen. Das ist ein unglaublich zeitintensiver Prozess. Aber es lohnt sich, wir hatten Glück und haben einige Preise gewonnen und die Arbeit war viel in der Presse.

### WAS WAR DEINE ERSTE ARBEITSSTELLE, BZW. WIE LANGE GING DAS STUDENTENLEBEN NACH DEM ABSCHLUSS?

Da kamen zwei Dinge zusammen. Ich habe 2004 während des Studiums mein Praxissemester in Toronto gemacht. Dadurch hatte ich schon meine ersten Eindrücke in Nordamerika sammeln können und einige gute Freunde gewonnen. Dann war „The Unseen Video“ auf einmal Finalist bei den Flash In The Can Awards

2006 in Toronto in der Kategorie „Experimental“. Eigentlich war ich komplett pleite und hätte mir niemals leisten können zur FITC Konferenz nach Toronto zu gehen. Doch fragen kostet nichts. Auf einmal hatte ich ein kostenloses Konferenz Ticket von den Organisatoren und ein kleines Budget für den Flug vom Auslandsamt der FH. Auf der Konferenz habe ich dann viele interessante Leute getroffen, u.a. auch die Firma Big Spaceship aus New York, bei der ich dann ein Jahr später angefangen habe zu arbeiten.

### BIG SPACESHIP WAR DANN DEINE ERSTE RICHTIGE ARBEITSSTELLE?

Ja, das war meine erste feste Arbeitsstelle. Davor habe ich als Freelancer gearbeitet und habe viele freie Arbeiten und Projekte mit Freunden gemacht. Bei Big Spaceship war ich dann bis August 2011.

### WARUM HAST DU DEINE ALTE ARBEITSSTELLE VERLASSEN?

Mich interessierte schon immer das Zwischenspiel von Design, Motion und Interaktivität am meisten. Als ich bei Big Spaceship angefangen habe, war Flash super interessant und sie haben damals richtig coole interaktive, animationsreiche Flash-Seiten gemacht. Mit den ganzen Veränderungen im Web, Richtung social, mobile und viel HTML5 in den letzten zwei, drei Jahren war es für mich einfach nicht mehr so spannend dort. Da hatte Programmieren dann mehr mit Browser-testing und Bug-fixing zu tun, als Designs-Comps zu richtigem Leben zu erwecken.

### WIE BIST DU IN DEINE JETZIGE AGENTUR BZW. ARBEITSSTELLE GEKOMMEN?

Ich habe mit drei anderen Freunden, die ich während der Zeit bei Big Spaceship kennengelernt habe, Red Paper Heart gegründet. Wir sind jetzt ein Kernteam von zwei Art Directoren und zwei Programmierern. Das kam hauptsächlich dadurch zu Stande, dass wir die gleichen Interessen geteilt haben. Wir finden interaktive Installationen extrem spannend und wollen das Feld Interactive Motion Graphics weiter vorantreiben.

### WIE SIEHT EIN TYPISCHER ARBEITSTAG AUS?

Der hat sich mit der Gründung unserer Firma relativ stark verändert. Vorher bei Big Spaceship war ich als Senior Developer angestellt. Ich konnte mich rein auf das Programmieren konzentrieren. Ich musste mich nicht darum kümmern, wo die Projekte herkommen, wie die Abläufe sind und so weiter. Jetzt ist es wichtig, viele Kontakte zu knüpfen, Projektabläufe zu definieren, Projekte zu bekommen, Verträge zu schließen, die richtigen Mitarbeiter zu finden, die richtigen Formulare auszufüllen usw. Da ist einiges an Mehrarbeit da und dadurch werden die Tage natürlich länger, aber auch interessanter und abwechslungsreicher. Wenn wir Projekte machen, dann setzen wir uns meistens erst einmal alle zusammen und brainstormen. Jeder fängt an, in seinem Gebiet zu recherchieren. Erste Moors, Comos, Prototypen werden gebaut. Die Idee nimmt dann langsam immer mehr Gestalt an. Ich übernehme dann normalerweise die Rolle der technischen Leitung, entscheide welche Hardware und Software wir verwenden, definiere die Architektur und arbeite mit den Designern zusammen an der Realisation.

**„Man kann natürlich einfach um 19 Uhr heimgehen. Oder aber man bleibt noch zwei Stunden länger und macht es noch besser.“**

### WIE SEHEN DIE ARBEITSZEITEN AUS?

Wir versuchen die Arbeitszeit von 10 Uhr bis 19 Uhr zu halten, aber am Ende vom Projekt wird das immer schwierig. Es bleibt allerdings unser Ziel, von 10 Uhr bis um 19 Uhr zu arbeiten. Wir lieben, was wir machen



und wollen auch gute Arbeit abliefern. Man kann natürlich einfach um 19 Uhr heimgehen. Oder aber man bleibt noch zwei, drei Stunden länger und macht es noch besser.

## „Der Preis hängt davon ab, was es dem Kunden wert ist und was es dir wert ist.“

### WIE VIEL GELD IST IM SPIEL?

Das ist nicht so einfach zu sagen. Es fängt hier mit kleinen Beträgen an und dann gibt es, glaube ich, nach oben keine Grenzen. Je mehr Geld im Spiel ist, desto weniger kreative Freiheit hat man und desto mehr Leute wollen mitreden. Umgekehrt kann man bei weniger Geld viel leichter jegliche kreative Freiheiten einfordern. Ziel ist es, die richtige Balance zu finden. Ich habe immer gedacht, irgendwo steht was man wo verdient und wie viel das alles kostet, aber das ist alles Verhandlungssache. Es hängt davon ab, was es dem Kunden wert ist und was es dir wert ist. Da gibt es keine feste Preisliste.

### WELCHES WAR BISHER DEIN LIEBLINGS-PROJEKT UND WARUM?

Eines meiner Lieblingsprojekte war ganz am Anfang. Da haben wir einen riesengroßen Teddybären namens Marvin gebaut, der nach dem „Hau-den-Lukas-Prinzip“ funktioniert. Man nimmt Anlauf und springt auf den Teddy, hinter dem Animationen an die Wand projiziert werden. Je heftiger man auf Marvin landet, desto wilder werden die Animationen. Wir haben den Bären von einer Freundin bauen lassen. Wir konnten ihr nicht viel zahlen, aber sie fand die Idee so gut, dass sie sofort „ja“ sagte. Sie hat den Bären in ihrem Wohnzimmer in Harlem genäht, das so klein war, dass der komplette Bär nie ganz hinein gepasst hat. So hat sie Arme, Beine,

Kopf und Körper als Einzelteile gebaut und mit Reißverschlüssen versehen. So kann man Marvin dann auch transportieren. Der Bär ist schon ganz schön groß. Er liegt auf dem Bauch und ist wahrscheinlich drei bis vier Meter lang und zwei bis drei Meter breit. Den Bären haben wir dann 2012 auf der FITC Konferenz in Toronto aufgebaut. Das war echt lustig.

### IST ES BESSER, ALLE BEREICHE EIN BISSCHEN ABZUDECKEN ODER SICH AUF EINE SACHE ZU SPEZIALISIEREN?

Ich glaube, es ist besser, wenn man sich auf etwas spezialisiert, aber dann Leute findet, mit denen man sehr gut zusammenarbeiten kann. Dann kann man sich einfach besser auf etwas konzentrieren. Nimm alles ein bisschen mit, aber konzentriere dich auf etwas bestimmtes. Das macht auch richtig Spaß, man muss nur die richtigen Leute finden. Wenn man auf einem hohen Level arbeiten will, dann kann man nicht mehr alles machen. Ich kann nicht designen und programmieren zur gleichen Zeit. Das geht einfach nicht. Wir teilen uns nach dem gemeinsamen Anfang die Arbeit auf.

### WAS SOLLTEN STUDENTEN AN DER HS AUGSBURG UNBEDINGT WÄHREND IHRES STUDIUMS MACHEN?

Im Eiskanal schwimmen gehen. Das coole ist, als Student hast du noch keine Sorgen und kannst eigentlich machen, was du willst und viel ausprobieren. Wenn es später um Geld geht, kann man nicht mehr so frei entscheiden. Und für das reine Experimentieren bezahlt zu werden, ist jedermanns Traum, aber schwer zu erreichen.

### HAST DU DAS, WAS DU JETZT MACHST, IM STUDIUM GELERNT?

Abstraktes Denken, analysieren, Konzepte entwickeln, Projekte managen, in Teams zu arbeiten, ein Gefühl dafür zu bekommen, was gutes und was schlechtes Design ist – da hat die FH echt einen guten Job gemacht und mir das näher gebracht. Ich habe nicht alles, was ich jetzt mache in der FH gelernt, aber ich

habe z.B. keine Probleme von einer Programmiersprache in die andere zu wechseln. Es gibt wirklich viele Grundlagen, die ich in der FH gelernt habe, auf die ich immer wieder zurückgreife.

## „Ich bin total glücklich, mit dem was ich mache.“

### WIE SCHÄTZT DU DIE JOB-CHANCEN IN DEINEM BEREICH EIN?

Im interaktiven, digitalen Bereich – Webseiten, Installationen, Multimedia-Systeme – hast du keine Probleme, Jobs zu finden. Da passieren im Moment viele interessante Sachen und die Nachfrage nach guten Leuten ist groß.

### WAS BRAUCHT EIN BEWERBER?

Wir suchen gerade nach Praktikanten. Und da schauen wir eigentlich zunächst nur auf das Portfolio. Es ist wichtig, dass das Portfolio aus guten Arbeiten besteht. Wichtig ist, dass es Arbeiten sind, die du auch weiterhin machen willst. Und es sollte klar sein, welche Rolle du in einem Projekt gespielt hast.

### SIND PREISE IM LEBENS LAUF WICHTIG?

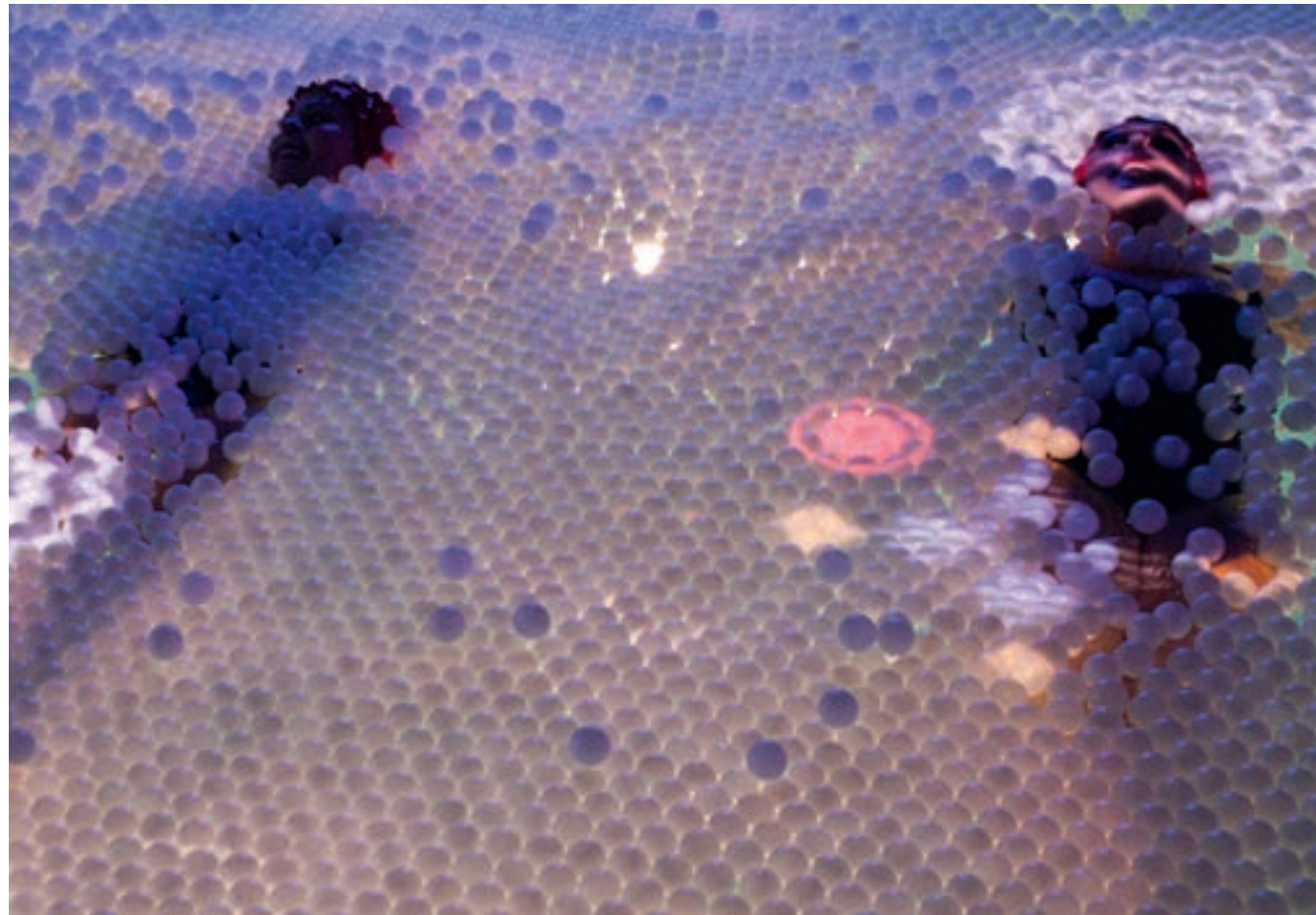
Preise schaden nie. Man gewinnt ja auch einen Preis nicht einfach so. Das ist eine gute Bestätigung, dass anderen Leuten deine Arbeiten gefallen haben und sie Talent in dir sehen. Ich glaube, dass die Aufmerksamkeit der Presse, die man durch Preise bekommt, sogar wichtiger ist, als den Preis im Lebenslauf stehen zu haben. Wenn eines deiner Projekte die Runde durch alle Design-Blogs macht, dann steigt auch die Chance, dass sich Leute an deine Arbeiten erinnern, so dass du Job-Angebote bekommst. Man kommt so einfach an gute Kontakte.

### WÜRDEST DU GERNE ETWAS ANDERES MACHEN?

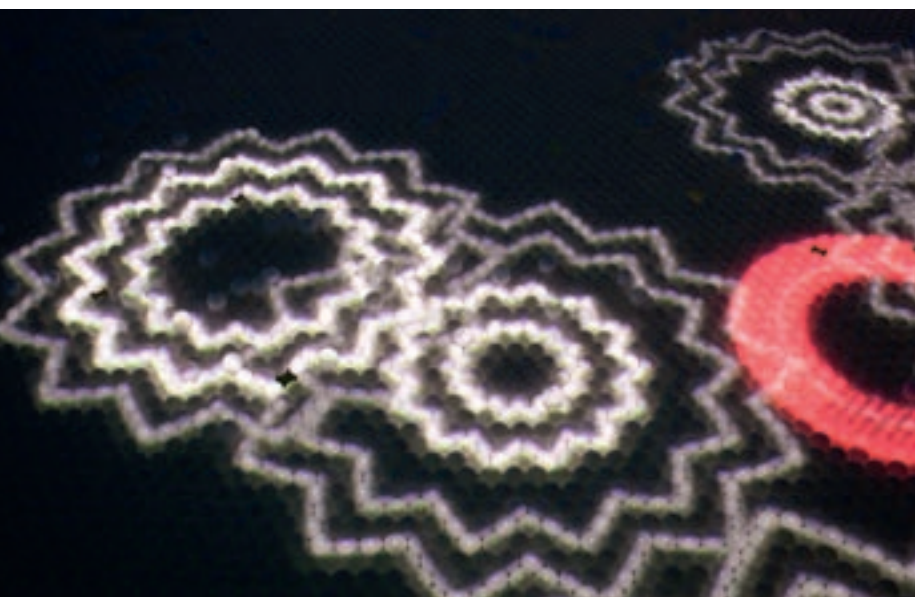
Nein. Ich bin total glücklich mit dem was ich mache.

Interview: Sara Thurner, Nicole Wiedemann





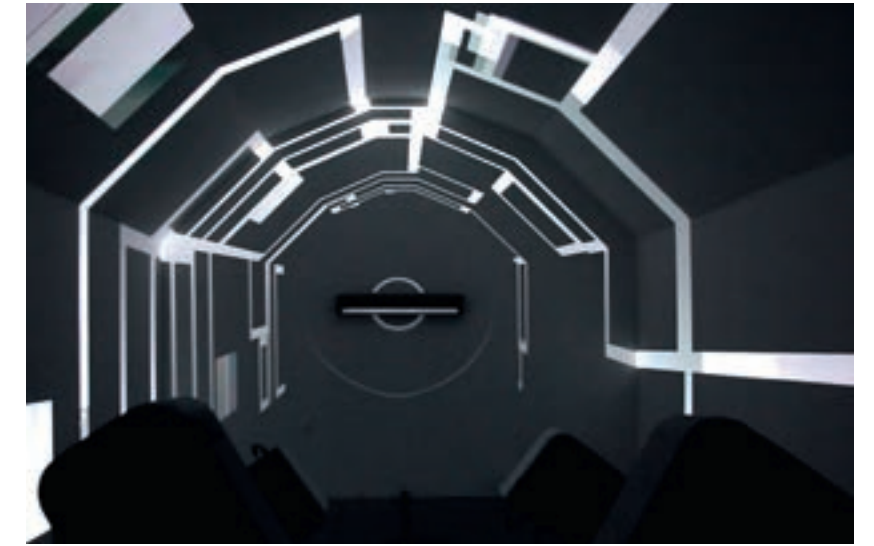
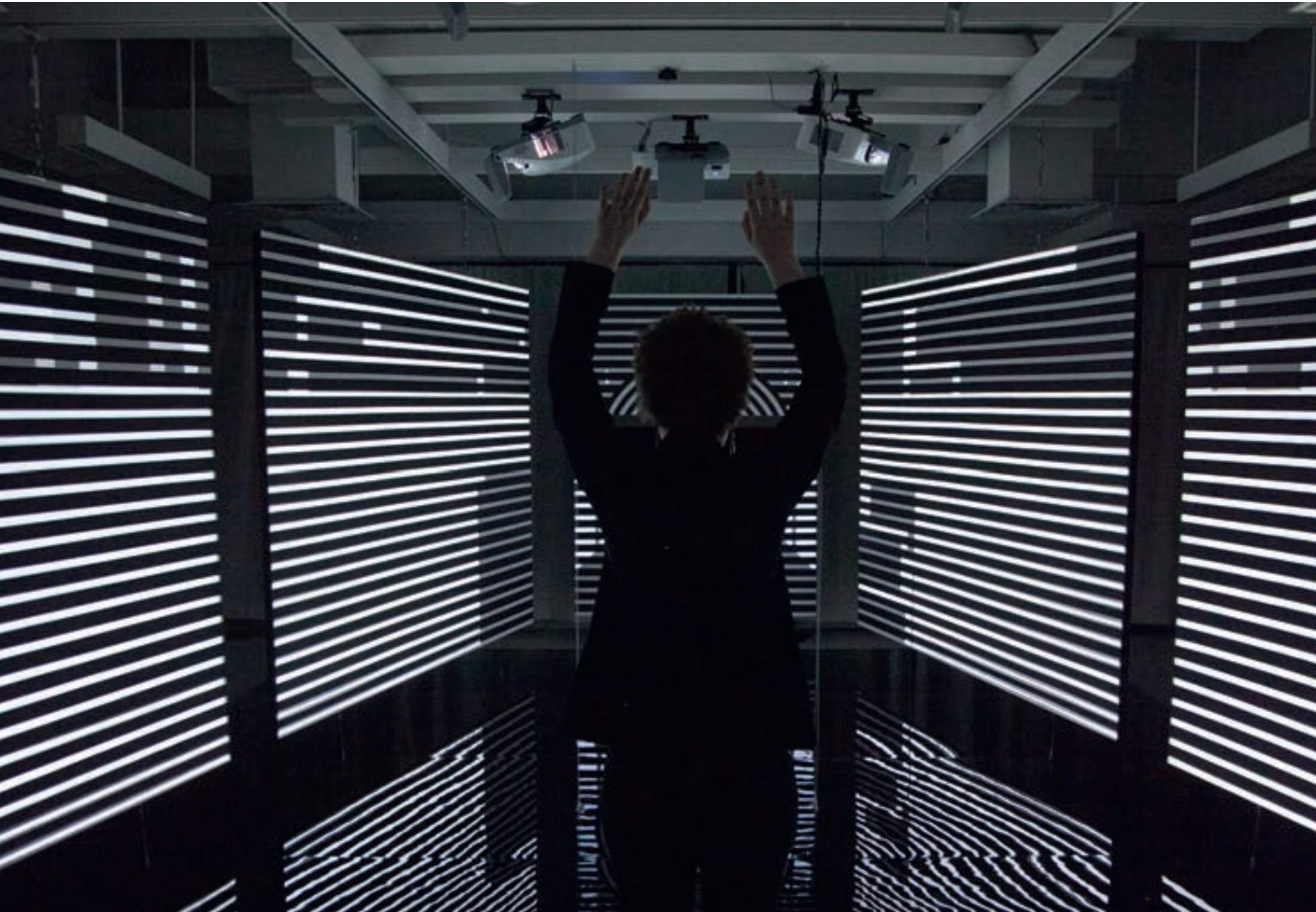
**„Wenn man auf einem hohen Level arbeiten will, dann kann man nicht mehr alles machen.“**



Pool Party für Urban Daddy  
Projektionen auf 65.000 Ping Pong Bällen  
2012



„Ich bin einfach ein richtiger Multimedianeer.“



Installation Playbar für Sonos  
2013







„The Hug Party“  
Öffentliche Veranstaltung  
2012



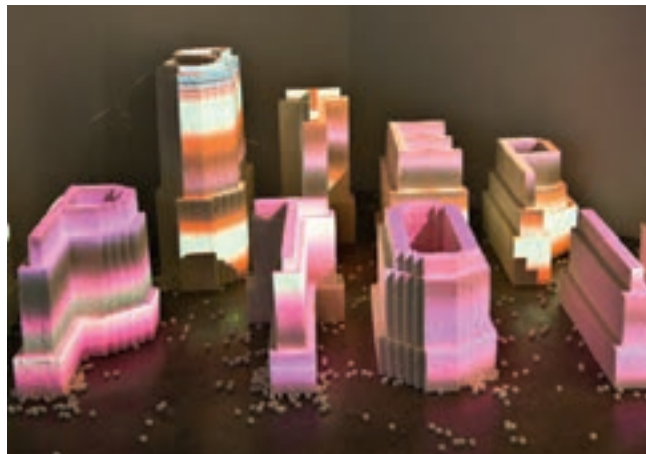
„Je härter man landet,  
desto wilder sind die Animationen.“







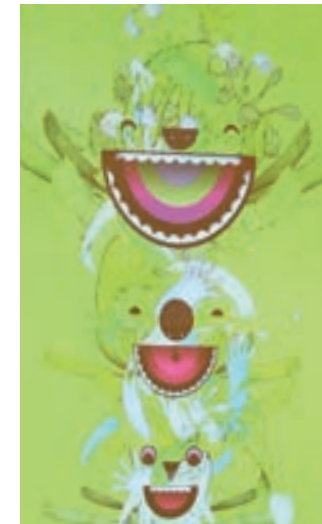
1



2



3



- 1 „The Hug Party“  
Installation  
2012
- 2 „Step up to it“  
für Sagmeister & Walsh  
2012
- 3 Heineken Interactive Bar  
für Minivegas  
2012



„ICH BIN JA EIGENTLICH DAFÜR,  
DASS JEDER GESTALTER NUR SCHWARZ  
UND WEISS VERWENDEN DARF,  
ABER IRGENDWIE IST BEI MIR IMMER  
ALLES BUNT, NICHT MAL PASTELL  
KRIEG ICH HIN.“



WAS HAST DU IN DER HOSENTASCHE?



WIR HABEN EIN PAAR GEOMETRISCHE FORMEN,  
BITTE LEGE UNS EIN MUSTER.



„UND ICH SOLL SIE MIR  
AUF DEN KOPF KLEBEN?“

„ES HIESS AUCH EINMAL,  
DER SEBASTIAN MACHT  
IMMER NUR DREIECKE.“





Illustration, Design und Animation

# Sebastian Onufszak

Sebastian Onufszak arbeitet für und mit nationalen und internationalen Agenturen und Studios in den Bereichen Illustration, Design und Animation. Zu seinen Kunden gehören große Namen wie Adidas, MTV, IBM, Lufthansa, BMW und Adobe. Schon während seines Kommunikationsdesign Studiums arbeitete er für die Augsburger Agentur Liquid, bei der er nach seinem Abschluss vier Jahre im Bereich Grafikdesign und Neue Medien tätig war. Anschließend ging er zu Parasol Island nach Düsseldorf, um als Creative Director im Bereich Animation und Digitale Kommunikation zu arbeiten. Seit 2009 lebt und arbeitet er als Freelancer wieder in Augsburg, wo er seit 2011 unter anderem als Dozent an der Hochschule das Fach Bewegtbild unterrichtet.

[www.sebastianonufszak.com](http://www.sebastianonufszak.com)



## „Alles im Print wird irgendwann vielleicht animiert sein.“

Wir treffen Sebastian Onufszak in seiner Altbauwohnung im Herzen Augsburgs, die für ihn Lebensraum und Inspiration vereint. Man spürt sofort, hier wohnt ein kreativer Kopf – klares Design trifft auf farbenfrohe Illustrationen an den Wänden. Wir setzen uns auf zwei Designerstühle von Fredriks und stellen die erste Frage.

### SEBASTIAN, WIE WÜRDEST DU DEINE TÄTIGKEIT BESCHREIBEN?

Mein Aufgabenfeld ist sehr vielseitig – von klassischem Grafikdesign, wie der Gestaltung von Printmedien, über Illustration für diverse Kampagnen bis zur visuellen Konzeption von Motion Graphics und 3D-Animationen.

### HAST DU DAS, WAS DU MACHST, IM STUDIUM GELERNT?

Naja, im Studiengang Kommunikationsdesign war das Thema Bewegtbild und Animation sehr eingeschränkt. Es gab aber Projekte zusammen mit dem Studiengang Interaktive Medien, früher hieß dieser Studiengang Multimedia – beide Richtungen konnten voneinander profitieren. Da ich durch meinen Vater, der selbst Grafikdesigner ist, schon sehr früh mit den klassischen Grafikprogrammen, wie Quark XPress und der Adobe Produktpalette in Berührung kam, entwickelte ich schnell eine Neugier für Neues.

### AN WAS AN DER HOCHSCHULE ERINNERST DU DICH GERNE ZURÜCK?

Man hat viel mehr Zeit, Dinge auszuprobieren. Das Experimentieren ist später nicht mehr in diesem Ausmaß möglich.

### WAS WAR DEINE ERSTE ARBEITSSTELLE?

Meine erste Arbeitsstelle direkt nach dem Studium war von 2002 bis 2006 bei Liquid, Agentur für Gestaltung, in Augsburg als Art Director. Ein guter Freund stellte den Kontakt her und so begann ich während des Studiums als Freelancer für Liquid zu arbeiten – später wurde ich Teil des Teams. Während der vier Jahre knüpfte ich viele Kontakte in der Designszene und baute mir ein Netzwerk auf, wodurch sich später meine Stelle als Creative Director bei Parasol Island ergab. Generell kam ich immer durch Beziehungen zu meinen Jobs. Ich habe

mich noch nie irgendwo beworben. Es ist eher so, dass ich auf Plattformen, wie zum Beispiel Behance.net, oder auf meiner persönlichen Webseite meine Arbeiten präsentiere. Diese werden auf größeren Designblogs veröffentlicht, die sich wiederum Producer und Kreative von großen Agenturen anschauen und genau diesen Stil zum Beispiel einer meiner Illustrationen oder Styleframes für einen bestimmten Job suchen.

### WAS WAREN DEINE AUFGABEN ALS CREATIVE DIRECTOR BEI PARASOL ISLAND?

Vom eher klassischen Grafikdesign in Augsburg bin ich 2006 nach Düsseldorf zu Parasol Island, einem Animations- und Designstudio, gekommen. Die Projekte waren sehr unterschiedlich, von Kunden aus dem Fashionbereich bis hin zu Animationen für internationale Marken. Hier lag mein Fokus stärker auf der Konzeption und Gestaltung von Bewegtbildern. Das was mich während meines Studiums sehr interessiert hat.

### WANN BIST DU NACH AUGSBURG ZURÜCKGEKEHRT?

Ich bin seit 2009 wieder in Augsburg. Zum einen fiel die Wahl auf Augsburg, da meine Tochter hier wohnt und es mit der Zeit zu anstrengend wurde, immer zwischen beiden Städten zu pendeln. Zum anderen ermöglicht das Freelancen eigenständiger zu arbeiten, selbst Entscheidungen zu treffen, meine Kunden auszuwählen und mir meine Zeit frei einzuteilen. Persönlich finde ich den Wechsel in eine andere Stadt immer spannend, weil dich eine neue Umgebung beeinflusst und inspiriert.

**„Ich rate jedem, mindestens zwei Jahre in eine Agentur zu gehen.“**

### WARUM HAST DU DICH ENTSCHIEDEN ALS FREELANCER ZU ARBEITEN?

Wenn man angestellt ist, hat das Studio natürlich immer einen gewissen kreativen Stil oder einen Chef, der eine gestalterische Richtung vorgibt. Als Freelancer kann ich nun freier arbeiten und meine unterschiedlichen Stile anbieten. Ich weiß, wie ich mir die Zeit einteilen kann. Somit kann ich viel kreativer und vielfältiger arbeiten und bin nicht so lange an einen Auftrag gebunden. Deswegen werde ich größtenteils für die Konzeptionsphase gebucht. Die Animation macht das Studio meist selbst. Für manche Projekte bin ich als eine Art Animation Director vor Ort, der die Produktion von der Idee bis zum finalen Clip betreut.

### WÜRDEST DU STUDIERENDEN RATEN, GLEICH ALS FREELANCER EINZUSTEIGEN?

Wenn man die Möglichkeiten, ein gutes Netzwerk, bereits ein paar Kunden und Erfahrung hat, dann ist es sicherlich angenehm als Freelancer zu arbeiten. Jedoch rate ich jedem, mindestens zwei Jahre in eine Agentur oder ein Designstudio zu gehen, oder mindestens ein halbes Jahr Praktikum zu machen. Ich war sieben Jahre in Agenturen und habe vor und während des Studiums bei meinem Vater im Studio mitgearbeitet. Man lernt einfach die Prozesse, Arbeitsstrukturen, Richtlinien und Hierarchien kennen, die später relevant für die Selbstständigkeit sind.

### WAS MUSS MAN TUN, UM IN DEINEM BEREICH ERFOLGREICH ZU WERDEN?

Wenn man in Augsburg bleiben würde, nachdem man mit dem Studium fertig ist, ergäbe das ein Problem. Wie soll man in Augsburg einen Auftrag für internationale Kunden bekommen, wenn einen keiner dort draußen kennt? Ich als Freelancer bekomme kaum direkte Anfragen von namhaften Marken. Daher ist ein gutes Netzwerk notwendig, denn meistens haben große Kunden große Werbeagenturen, die dann freie Mitarbeiter mit frischen Ideen für Kampagnen suchen. Man muss eine gewisse Leidenschaft und Fanatismus mitbringen, um erfolgreich zu sein. Ich habe die ganze Zeit meinen Spaß bei dem, was ich tue. Mein Beruf ist mein Leben.

## WIE SCHÄTZT DU DIE JOB-CHANCEN IN DEINEM BEREICH EIN?

Ich weiß von vielen Studios, für die ich konzeptionell arbeite, dass sie ständig auf der Suche nach guten After Effects und Cinema 4D-Artists sind. Es ist momentan ein kleines Netzwerk und man kennt sich als Freelancer untereinander. Deshalb denke ich, dass dieser Bereich in der Ausbildung stärker gefördert werden muss. Vor allem durch die Neuen Medien ist Bewegtbild immer mehr gefragt und wird sich sicherlich weiterentwickeln – vielleicht wird irgendwann alles im Print animiert sein. Das heisst aber nicht, dass Typografie, Schrift oder Zeichnen irrelevant werden, denn für Animationen oder Motion Graphics brauchst du genau diese gestalterischen Grundlagen.

**„Ich fühle mich nicht als Künstler, sondern als Designer.“**

## WELCHES WAR BISLANG DEIN LIEBLINGSPROJEKT?

Ein sehr schönes und freies Projekt war ein Auftrag für Iggesund, einem schwedischen Papierhersteller. Ich wurde eingeladen, eine sogenannte Black Box zu gestalten. Als erfolgreichstes Marketingprojekt für deren Papier Invercote wird pro Halbjahr das Innenleben dieser Black Box von verschiedenen Designern inszeniert. Die Agentur, die dieses Projekt betreut, hat mich angerufen, ob wir uns am nächsten Tag in Stockholm treffen wollen. Natürlich habe ich sofort zugesagt, denn ich war noch nie in Stockholm. Das Lustige ist, ich bin dort nicht einmal aus dem Flughafen herausgekommen, denn das Meeting war im Conferenceroom des Flughafens. Um 9.00 Uhr ging mein Flug nach Stockholm, um 10.30 Uhr war ich dort, um 11.00 Uhr war das Meeting, um 13.00 Uhr alles vorbei und um 15.00 Uhr ging mein Flieger zurück.

## DAS MEETING IST ABER TROTZDEM GUT VERLAUFEN?

Sehr gut, ich habe mit dem Marketingchef gesprochen, meine ersten Ideen vorgestellt und dann ging es darum, was der Kunde interessant findet. In einem Magazin habe ich von einer neuen Technologie gelesen, die sich Video-in-Print nennt. Also eine Art kleines Display, das man mit einem Clip bespielt. Wir haben dazu eine Geschichte entwickelt und einen langen poetischen Text über die Wiedergeburt eines Feuervogels geschrieben, basierend auf Märchen und mystischen Geschichten, passend zu Iggesund, einer Stadt in Schweden. Das Konzept basiert darauf, dass man die Black Box aufklappt und der Clip automatisch angeht. Wir wollten zeigen, dass es unterschiedliche Möglichkeiten gibt, mit Papier umzugehen. Das ganze Projekt war ein kreativer Prozess, der sich ständig ändern konnte und es hieß immer „You are the artist, do what you want!“. Okay, normalerweise bekomme ich einen Auftrag und gestalte etwas entsprechend den Vorgaben. Ich fühle mich nicht als Künstler, sondern als Designer.

## WIE IST DEINE ARBEITSWEISE?

Das ist von Projekt zu Projekt unterschiedlich. Manchmal arbeite ich alleine, manchmal mit meinen Jungs in einem kleinen, gut organisierten Team. Man bespricht sich dann über Skype oder trifft sich auf einen Kaffee. Aber jeder sitzt in seinen eigenen vier Wänden um zu arbeiten. Meine Jungs sind Freunde von mir. Die Zusammenarbeit hat sich ergeben, weil man sich gezielt seine Leute aussucht, auf die man sich verlassen kann. In der ersten Phase kümmere ich mich meistens allein um die Konzeption, dann startet das Team mit der Produktion, während ich mich um den Kundenkontakt kümmere und die kreative Leitung übernehme. Dieser Prozess geschieht nur, wenn ich ein bestimmtes Projekt wirklich komplett von Anfang bis Ende betreue. Generell bevorzuge ich sehr kurze Projekte. Ich brauche diese ständige Abwechslung in meiner Arbeit, jedes Mal eine neue Herausforderung, einen neuen Stil oder eine neue Technik.

## WIE SIEHT EIN TYPISCHER ARBEITSTAG AUS?

Die Hälfte des Tages sitze ich vor Facebook und vor den ganzen Designblogs. Nein Spaß, ich kann ja immer behaupten, es rendert gerade. Ich arbeite oft zusätzlich am Wochenende. Es kommt oft vor, dass die Amerikaner am Freitag um 21 Uhr anrufen, bei denen ist es dann gerade 12 Uhr mittags und sie brauchen das Ganze bis Montag. Macht man das dann oder nicht? Ich meine, man bekommt es selbstverständlich bezahlt und hat die Möglichkeit und Zeit dafür. Das ist dann nicht für den Bäcker nebenan, sondern für Nike oder Samsung – könnte also cool werden. Vor allem, wenn es ein Pitch ist, will man diesen natürlich gewinnen, da ist dann die Motivation immer größer. Also arbeitet man in der Nacht. Ich bin nicht der Typ Mensch, der jeden Tag um 23 Uhr schlafen geht und sitze deshalb öfters bis 22 Uhr am Schreibtisch. Als Freelancer muss man etwas flexibel sein. Dafür sitze ich aber gelegentlich den ganzen Nachmittag im Café und beobachte die anderen Gäste. Manchmal ist es ein kleines Detail, das mich dann für ein aktuelles Projekt inspiriert.

## WIRST DU BEI EINEM PITCH BEZAHLT?

Im Vergleich zu den teilnehmenden Studios bei einem Pitch, bekomme ich meine Tagessätze bezahlt. Für die Agenturen ist dieses Pitchen extrem hart, weil es in Deutschland meistens unbezahlt bleibt. Wenn man in den USA als Studio zum Beispiel 5000 Dollar Pitchhonorar bekommt, dann ist das zumindest ein bisschen was, auch wenn das nicht die Leistung bezahlt, dass fünf Designer für zehn Tage arbeiten. Viele Producer fragen an, wie viele an dem Pitch teilnehmen und wenn sie erfahren, es sind mehr als drei, machen sie nicht mit – es gibt nämlich Anfragen, bei denen mehr als zehn Studios mitmachen. Ein Kollege hat mir erzählt, dass er das Problem hatte, dass ein Konzept vorgestellt wird, man sowieso kein Geld dafür bekommt, und der Auftraggeber es später dann intern gelöst hat, basierend auf einer Idee von dem Pitch. Das ist einfach unverschämt. Die leicht abgewandelte Gestaltung lässt sich natürlich schwer als Ideenklau nachweisen.

## ALSO WILLST DU SO WEITER ARBEITEN?

Momentan sicherlich – aber ich weiß, dass ich das nicht ewig machen kann. Ich bin jetzt 35 Jahre alt und es gibt mittlerweile 20-Jährige, die vielleicht umsonst arbeiten, die motivierter sind und mehrere Nächte durcharbeiten können. Jetzt kann ich noch mithalten – durch meine Erfahrung, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit. Deshalb kann es natürlich sein, dass ich mich in zwei bis drei Jahren wieder in einer kreativen Produktion sehe und wieder ein Team leite.

## WAS WAR DEIN SCHLIMMSTER FEHLER BISHER?

Vor einigen Jahren sollte ich spontan die Reinzeichnung für ein Buchcover über Henry Matisse übernehmen, da die Kollegen in Urlaub waren. Es war gar nicht mein Projekt; der Kunde teilte mir nur mit, dass man den Entwurf, Version drei oder so, schnellstmöglichst ausgearbeitet benötigen würde. Also zeichnete ich das mitgeschickte Bild rein, platzierte es auf dem Cover und schickte es zur Produktion, dort war der zuständige Redakteur ebenfalls im Urlaub, aber es wurde gedruckt. Am Ende kam raus, das Bild steht auf dem Kopf. Ich habe das natürlich nicht gewusst, schließlich habe ich die Bilddatei so erhalten und ich habe es nur eingesetzt. Das war ein Ding!

## WO MÖCHTEST DU NOCH HIN?

Momentan bin ich mit meiner Situation ziemlich zufrieden und würde mir wünschen, dass ich diesen Beruf bis an mein Lebensende mit der gleichen Leidenschaft fortführen kann. Bezüglich Kunden oder Projekten gibt es natürlich persönliche Ziele, die man gerne erreichen will – Marken oder Produkte, die man bevorzugt. Im Grunde genommen habe ich für jede Marke, wie Ray Ban, Levi's oder Adidas, die ich persönlich schätze, gearbeitet. Außer für Apple. Keine Ahnung, warum es dazu noch nicht gekommen ist.

Interview: Lisa Gumprich, Dannika Mayer





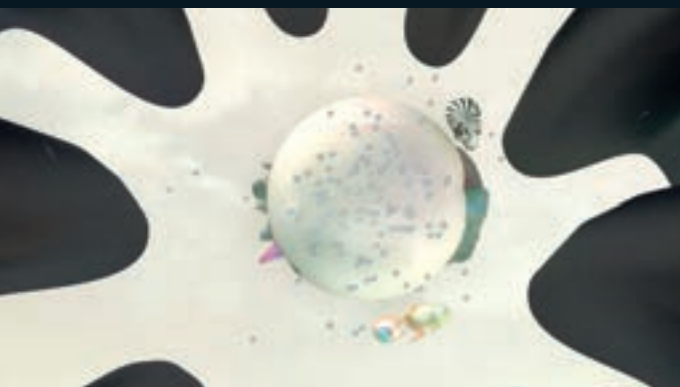
Illustrationen für die IBM Grand Slam Kampagne



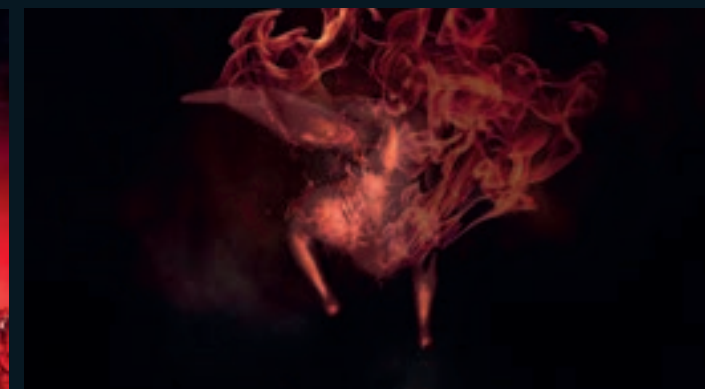


„Ich habe den Feuervogel  
in ein Hühnchen verwandelt,  
weil das den surrealistischen  
Charakter des Clips noch  
mehr unterstreicht.“

„Still Life in a Circle“  
Konzeption und Produktion eines  
surrealen Kurzfilms für das  
„Igggesund Black Box Project“



Finale Styleframes  
des Kurzfilms  
„Still Life in a Circle“







Drei Illustrationen für eine Ray Ban Clubmaster Kampagne. Realisiert für Cut Water San Francisco.







1



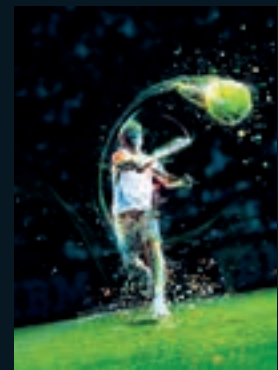
2



3



4



5

- 1 Sony Ericsson  
Styleframes und Illustrationen  
für einen animierten TV Werbespot
- 2 ComputerArts  
Cover für das Designmagazin  
„Computer Arts“
- 3 „Still Life in a Circle“  
Iggesund Black Box Project,  
Konzeption und Produktion  
eines surrealen Kurzfilmes
- 4 Persönliche Illustrationen  
für Ausstellungen in Paris
- 5 IBM  
Illustrationen für die IBM  
Grand Slam Kampagne
- 6 AutoTrophy  
Konzeption und Produktion  
des Show Openers für die  
AutoTrophy Preisverleihung



6





**Danke**  
**KMS TEAM**  
**KMS BLACKSPACE**

**Danke**  
**Serviceplan**





# Eva Müller

[www.evamueller.com](http://www.evamueller.com)

Aufgewachsen in Augsburg ging sie 1989 nach New York, um Modefotografie zu machen. Sie erinnert sich noch gut an die harten Typografie-Kurse der Hochschule. Oft sind die Leute auf ihren Arbeiten nackt. Warum? Weil sie ihnen sagt, sie sollen sich ausziehen. Und weil Eva Müller gerne Nackte fotografiert, denn den menschlichen Körper findet sie faszinierend und toll. Sie trägt keine High Heels aber auch keine Sneakers. Sie sagt, Fotografieren ist nicht für jedermann und man müsse sich ganz schön durchkämpfen. Und das geht nicht ohne Optimismus.

Portraitfotografie

# Olaf Otto Becker

Landschaftsfotografie



Er wurde in Travemünde geboren und ist teils in Augsburg, teils in Travemünde aufgewachsen. Er kann gut zeichnen und wollte eigentlich Malerei und Kunst studieren. Aber weil man damit kein Geld verdienen kann, hat er sich zähneknirschend für ein Kommunikationsdesign-Studium entschieden, obwohl er ein großer Gegner von manipulierender Werbung ist. Er hatte drei Jahre das Fach Text, weil die Fotografie-Klasse voll war, konnte aber seinen Dozenten nicht ausstehen. Und der ihn auch nicht. Deshalb ist er fast zweimal durchgefallen.

[www.olafottobecker.de](http://www.olafottobecker.de)

## 2 Fotografen, 2 Geschichten, 2 Arbeitsweisen.

Eva Müller besuchen wir in ihrem Studio in Brooklyn, New York. Olaf Otto Becker treffen wir zu Hause in Garching, Bayern.

### Ein Vergleich.

#### WIE GING ES NACH DEM STUDIUM WEITER?

**Eva Müller:** Ich war zuerst noch in Augsburg und habe mit einem Studienkollegen zusammen ein Grafikbüro aufgemacht. Das war okay, aber es waren nicht so tolle kreative Jobs und wir hatten vom Business nicht so viel Ahnung. Damals gab es keine Kurse, in denen man lernt, wie man ein Geschäft aufbaut. Wir haben da halt rumgemacht, aber ich hatte Neville Brody in meiner Vorstellung. So was ging in Augsburg halt nicht. Die Jobs waren eben was sie waren. Und in die Werbeagentur-Schiene wollte ich eigentlich nicht gehen; einige von meinen Freunden sind in die Werbeagentur und haben dort aber nur geackert und Nächte durchgearbeitet. Ich hatte dann zu der Zeit einen Freund, der im Innenarchitektur-Bereich in München tätig war, also bin ich nach München und wir haben öfter an Projekten zusammen gearbeitet. Als die Beziehung dann nach ein paar Jahren zu Ende war, hat sich herausgestellt, dass ich eigentlich weg aus Deutschland möchte. Und dann bin ich 1989 nach New York.

**Olaf Otto Becker:** Ich habe in einer Werbeagentur gearbeitet, in der wir Werbung für BMW, Vökl usw. gemacht haben, lauter Sportsachen und Mode. Mode war nicht meine Welt. Ich konnte mich mit dieser Welt nicht wirklich identifizieren und nach zwei Jahren habe ich gekündigt, ohne eine Alternative zu haben, weil ich als Freelancer arbeiten wollte. Ich habe dann für alle möglichen Agenturen gearbeitet und meistens die Kohlen aus dem Feuer geholt, wenn z.B. Präsentationen fertig gemacht werden mussten. Ich habe über Jahre hinweg sieben Tage die Woche, durchgehend 14 Stunden gearbeitet wie ein Verrückter, und dazu wurde man noch schlecht bezahlt. Nach acht Jahren habe ich damit aufgehört, weil es mir zu stressig war. Man konnte sich nicht mehr mit Freunden verabreden, weil man dauernd wie die Feuerwehr bereit stehen musste. Dann habe ich mit meiner damaligen Frau eine Werbeagentur gegründet, mit Nestlé als unserem Hauptkunden. Für Nestlé haben wir Verpackungen für Süßigkeiten gestaltet und bei der Produktneuentwicklung mitgewirkt. Das Ganze haben wir acht Jahre lang gemacht und viel Geld verdient, weil wir die Ersten waren, die mit dem Computer gearbeitet haben und gedruckte Layouts statt handgemachter Sachen vorzeigen konnten. Nebenbei

hatten wir dann auch noch Kunden wie BMW und Linde und ich habe gearbeitet wie ein Wahnsinniger, bis ich irgendwann nicht mehr wollte. Dann bin ich für zwei Wochen alleine nach Island und habe fotografiert. Das hat mir so viel Spaß gemacht, dass ich jedes Jahr für zwei bis drei Wochen nach Island gefahren bin und fotografiert habe. Parallel habe ich auch noch zwei Jahre Philosophie studiert, nicht um einen Abschluss zu machen, sondern einfach weil es mich interessiert hat.

#### WIE BIST DU ZUR FOTOGRAFIE GEKOMMEN?

**Eva Müller:** Ich habe in München ein paar Fotokurse mit einer Fotografin gemacht, mit der ich immer noch befreundet bin. Sie hatte davor mal ein Jahr in New York gelebt und mir viel erzählt und dann wusste ich, dass ich da hin muss. 1989 bin ich dann nach New York. Das war einfach so ein Traum, weil man die Stadt aus Filmen usw. kannte. Ich hatte auch zu der Zeit schon mit der Fotografie geliebäugelt. Es war schon damals ein Teil vom Studium und ich habe mir damals schon überlegt, dass ich lieber Fotografie machen würde. Aber es gab nur die Fotoschule in München, und da hatte ich keine richtige Perspektive, was ich in München mit Fotografie sollte. Aber als ich dann nach New York kam, war die Entscheidung klar, dass ich Fotografie machen wollte. Ich habe viele Kurse und Workshops besucht und am Anfang viel assistiert. Irgendwann hat man selbst fotografiert. Meine Eltern haben mich auch unterstützt, darüber war ich froh.

**Olaf Otto Becker:** Ich habe schon seit dem Studium immer nebenher fotografiert. Wann immer ich freie Zeit hatte, bin ich raus in die Landschaft und habe fotografiert. Dann gab es eben diese Islandreisen, die ich vier Jahre in Folge gemacht habe und bei denen ich nur Landschaft fotografiert habe. 2002 wurde diese Arbeit fertig. Ein Freund von mir hat irgendwann gesagt, ich dürfe meine Bilder nicht mehr für mich behalten und hat einen Termin in einer Galerie für mich ausgemacht. Die erste Ausstellung kam sehr gut an und meine Islandarbeit, die ich als Buch selbst verlegt habe, war nach vier Monaten komplett vergriffen. Dann gab es eine zweite Ausstellung und im Folgejahr kam ein Anruf aus einer Galerie in New York, die meine

Bilder exklusiv in den USA vertreiben wollten. So hatte ich meine erste Ausstellung in New York, dann in Los Angeles und plötzlich wuchs es. Ich bekam den ersten Auftrag des New York Times Magazines, hatte immer mehr Ausstellungen, gewann Preise für meine Bilder und war irgendwann aus der Grafikwelt draußen. Ab da musste ich meinen Lebensunterhalt nur mit Fotografie bestreiten, was auf der einen Seite ganz viel Freiheit, aber auf der anderen Seite auch ganz viel Unsicherheit bedeutete. Man weiß nie, ob man in Zukunft seine Miete bezahlen kann.

#### WOMIT VERDIENST DU DEIN GELD?

**Eva Müller:** Fotografie.

**Olaf Otto Becker:** Fotografie; mit dem Verkauf meiner Bilder, zudem gebe ich manchmal Workshops und halte Vorlesungen an Kunstschulen und fotografiere ein- bis zweimal im Jahr für Magazine wie das New York Times Magazine oder das Wallstreet Journal Magazine.

### „Ich gehe nirgendwo hin und aquiriere.“

Olaf Otto Becker

#### WIE SIEHT EIN TYPISCHER ARBEITSTAG AUS?

**Eva Müller:** Es gibt eigentlich keinen typischen Arbeitstag bei mir, es ist immer anders. Der Kunde setzt eine Deadline, dann muss nach einer Woche fotografiert werden und nach zwei Wochen das Endprodukt fertig sein. Man arbeitet immer sehr viel. Deshalb habe ich auch keine geregelten Arbeitszeiten. Wenn ich an so einem Projekt arbeite, arbeite ich von sehr früh bis sehr spät und auch am Wochenende, bis es erledigt ist. Manchmal habe ich Praktikanten für ein paar Monate, da hat man schon eine gewisse Struktur. Wir fangen dann so um 9 Uhr oder

10 Uhr an, aber es kommt auch vor, dass wir lang in den Abend hineinarbeiten, wenn viel zu tun ist. Normale Zeiten gibt es selten.

**Olaf Otto Becker:** Ein typischer Tag sieht momentan so aus: Zuerst gehe ich ins Fitnesscenter und trainiere, um 10 Uhr bin ich dann im Büro. Ich habe einen Praktikanten, mit dem mache ich dann bei einem Cappuccino erst mal eine Arbeitsbesprechung. Dann gehe ich an meinen Schreibtisch, mache Recherchearbeit oder Bildbearbeitung und beantworte Emails, das sind ca. 40 Mails am Tag. Die ganze internationale Korrespondenz mit z.B. Galerien und Museen läuft über Emails. Mittags koche ich für meinen Praktikanten und mich, nachmittags geht es weiter mit Bildbearbeitung und allem möglichen. Das geht so bis 19 Uhr oder 19.30 Uhr, dann gehe ich nach Hause. Manchmal sitze ich auch abends noch ein bisschen am Laptop und recherchiere zu einem Thema. Es gibt auch Tage, an denen ich von morgens bis abends Bilder printe, aufziehe, rahme, verpacke und für die nächste Ausstellung fertig mache. Das ist in der Regel ein überschaubarer, geregelter Arbeitstag. Wenn ich natürlich auf Reisen bin und fotografiere, ist es teilweise sehr anstrengend.

**„Ich wähle selbst, was ich mache. Es ist ein selbstbestimmtes Leben.“**

Olaf Otto Becker

Die Flüge sind schon anstrengend, wenn man zwölf oder auch mal vierzig Stunden mit dem Flieger unterwegs ist. Schlimm ist auch die Umstellung, wenn ich aus einem Land zurückkomme und zwei Tage später wieder woanders hinfliege und gleich wieder in eine andere Welt eintauche, da kann man sich gar nicht erholen. Bei meinen Inlandeis-Expeditionen in Grönland bin ich über

450 Kilometer mit 90 Kilogramm Gepäck auf dem Schlitten zu Fuß unterwegs gewesen. Oder in Borneo mit dem Moped und zu Fuß durch den Urwald. Dann schlafe ich bei 34 Grad in der Nacht in einer Bretterbude, kann nicht geschickt schlafen und muss aber am nächsten Tag wieder raus und weiter. Es ist manchmal unangenehm, aber ich habe die Chance, viel zu erleben und viel zu sehen. Ich wähle es ja selber, was ich mache. Es ist ein selbstbestimmtes Leben.

#### WIE SIEHT DER ARBEITSPROZESS AUS?

**Eva Müller:** Es beginnt immer mit dem Kundenkontakt, also man wird angeschrieben oder angesprochen. Das waren früher meistens die Plattenfirmen, inzwischen sind es DJs oder Musiker, die sich selbst produzieren. Im Modebereich sind es zum Beispiel Zeitschriften oder ich habe Kunden, die Werbung oder Lookbooks möchten. Dann folgt die erste Besprechung mit dem Kunden, bei der man so viel wie möglich herausfinden und abklären sollte, was er will, was die Idee ist, ob es ein Konzept gibt. Und unbedingt das Budget erwähnen, das wird gerne vergessen oder unter den Tisch gekehrt. Manchmal kennt der Kunde auch nicht das Budget, weil das zum Beispiel von der Buchhaltung festgelegt wird. Alles beginnt also mit so einem Meeting. Manchmal kommen die Kunden schon mit einer Idee zu mir, manchmal entwickle ich nach dem ersten Meeting zwei bis drei Ideen oder Lösungen, wenn genug Zeit ist. Diese Auswahl wird dann an den Kunden geschickt und wenn er eine Idee ausgewählt und sein Okay gegeben hat, dann geht es ans Produzieren. Bei einem größeren Job habe ich dabei gerne Hilfe, weil es ziemlich viel Arbeit ist. Man muss dann Modelagenturen anschreiben, Agenturen, die Styling und Kleidung machen, muss jemanden für Haare und Make-Up organisieren. Das ist einfach zeitintensiv. Dann werden meistens viel zu viele Models geschickt. Die Agenturen schicken auch blonde langhaarige Models, obwohl man nur braune kurzhaarige bestellt. Es ist also ein sehr arbeitsintensiver Prozess. Danach setzt man ein Datum für das Shooting fest und ich schaue, ob ich das Shooting in meinem Studio machen kann. Wenn es zu groß für mein Studio wird, miete ich ein anderes Studio oder ich fotografiere draußen. Wenn man draußen fotografiert, braucht man allerdings einen Location-Van, in den man

seine ganzen Sachen packt. Der Van wird auch gemietet und es kommt wieder auf das Budget an, ob es ein kleiner Van oder ein riesiger Camper ist. Es werden noch Assistenten bestellt und dann kommt der Tag, an dem fotografiert wird. Meistens dauert das Shooting einen Tag, manchmal auch zwei bis drei Tage. Nach dem Fotografieren ist man aber leider noch nicht fertig; man hat jetzt ein paar tausend Fotos, die man durchschauen muss. Daraus wird dann eine Auswahl für den Kunden erstellt, aus der er auswählen kann. Meistens kommt danach noch das Retuschieren. Ich kann viel selber retuschieren, es kommt aber auf den Job an. Wenn es etwas sehr spezielles ist wie Haut und Haare, dann heuere ich jemanden an, der darauf spezialisiert ist. Dieser ganze Prozess vom ersten Treffen bis zur Fertigstellung kann zwei Wochen oder länger dauern.

**„Unbedingt das Budget erwähnen, das wird gerne unter den Tisch gekehrt.“**

Eva Müller

**Olaf Otto Becker:** Ich gehe nirgendwo hin und akquiriere. Ich werde angerufen oder per E-Mail angeschrieben. Es kommen Magazine wie das New York Times Magazine, GEO, oder das SZ-Magazin auf mich zu und fragen mich, ob ich z.B. ein bis vier Wochen nach Indien fliege und dort fotografiere. Ich weiß nicht genau wo ich hinkomme, ich muss mir das dann einfach ertasten und mit den Bildern die Geschichte erzählen. Ich fotografiere dann allerdings ein bisschen anders als bei meinen künstlerischen Arbeiten. Die deutschen Magazine geben dir meist eine Shooting-Liste, von was sie ein Foto wollen und das muss ich machen. Man hat dann auch in der kurzen Zeit sehr viele Termine und kann neben den abzuliefernden Fotos leider kaum etwas selbst entdecken, was man der Geschichte hinzufügen

könnte. Es gibt aber auch Magazin-Aufträge, bei denen ich vollkommene Freiheit habe, z.B. beim New York Times Magazine, die einfach nur meinen Stil in der Zeitschrift haben wollen. Da heißt es dann: „Das ist das Thema, recherchieren Sie selber und machen Sie mal.“ Das ist der Idealzustand. Meine eigenen Projekte finanziere ich durch den Verkauf meiner Bilder oder durch Stipendien. Diese Projekte bereite ich langfristig vor. Sie sind kompliziert und ich recherchiere weit im Voraus. Bei dem Projekt, das ich jetzt mache, geht es um die weltweite Zerstörung der Primärurwälder. Das ist sehr schwierig, weil ich versuche, illegale Abholzungen in z.B. Asien, Brasilien und Sibirien im Großformat zu fotografieren. Und bei illegaler Abholzung wollen die ja nicht unbedingt, dass man Fotos davon macht. Das ist relativ gefährlich, mit so einer großen Kamera Fotos zu machen und man braucht wirklich zuverlässige Leute, die einen da hinbringen und wieder heil zurückbringen. Bei meinen Projekten mache ich von der Aufnahme bis zum Druck alles selbst. Die Negative werden gescannt, dann kommt die digitale Bildbearbeitung, ich mache das Layout und den Satz des Buches und dann kommt alles zum Drucker. Ich stehe dann auch an der Druckmaschine und überwache alles bis zum Schluss. Das einzige, das ich nicht selber mache, ist der Text für meine Bücher, da suche ich mir Leute aus. Es ist schon von Vorteil, wenn man alles von Anfang bis Ende machen kann.

#### GIBT ES EINEN BESONDEREN FOTOGRAFEN, DER DICH INSPIRIERT HAT?

**Eva Müller:** Es gibt da einen, der mich schon damals inspiriert hat und auch jetzt noch inspiriert, weil er immer so tolles Licht und eine tolle Komposition hat: Javier Vallhonrat.

**Olaf Otto Becker:** Ich habe mich an Landschaftsfotografen wie Heinrich Riebesehl orientiert.

Interview Eva Müller: Elisa Alber, Nicole Wiedemann  
Interview Olaf Otto Becker: Patricia Olear, Katharina Ruf, Patricia Schneider





„Die Agenturen schicken auch blonde langhaarige Models, obwohl man nur braune kurzhaarige bestellt.“

„Blatant“  
Geschlechterrollen Schauspiel  
by Jack Shamblin



Drag performer-aerialist  
Plu Sayampol



Anna und Emily Venizelos  
Akrobatinnen und Schlangemenschen





Window Story für  
Vegas-Rated Magazin



„Los Amigos Invisibles“  
Venezuelan band





Eva Müller

Portraitfotografie

„Black Face“  
Kunstprojekt

**Warum sind so  
viele Menschen auf  
deinen Fotos nackt?  
„Weil ich ihnen  
sage, sie sollen sich  
ausziehen.“**



„Chain Babe“



„On Time“



„Tattooed Boy“





Above Zero  
Greenland  
2007 - 2008





Broken Line: Greenland  
2003 – 2006  
Ilulissat Icefjord 5  
2003

**„Das gibt's immer nur im Paket  
– Freiheit und Unsicherheit.“**

Broken Line: Greenland  
2003 – 2006  
Ilulissat Icefjord 3  
2003







Öraefajökull Glacier Tongue  
1999, 2010



Öraefajökull  
2000, 2011

**„Ich versuche  
mit meinen Mitteln  
einen Beitrag zu den  
Themen zu leisten,  
bei denen aus meiner  
Sicht die Dinge  
verkehrt laufen.“**

Olaf Otto Becker

Under the Nordic Light:  
Eine Zeitreise. Island  
1999 – 2011





Anzeige

**Danke  
MAD**

[www.mad-werbung.de](http://www.mad-werbung.de)







Illustration: Vivian Breithardt, Andreas Sasic





Illustration

# Dirk Schmidt

Er ist freier Grafiker und Illustrator und hat sich besonders durch seine regelmäßigen Arbeiten für das jetzt-Magazin oder das SZ-Magazin einen Namen gemacht. Vor zu wenig Arbeit muss er also keine Angst haben, denn im Gespräch mit ihm erfahren wir, dass seine Aufträge von ganz alleine zu ihm kommen. Doch von nichts kommt nichts. Auch er musste öfter mal einstecken können. Deshalb steht für ihn Kritikfähigkeit ganz oben auf der Liste der Qualifikationen, die ein Illustrator mitbringen muss. Nachts alleine im Kino sitzen zu können ist wohl keine Voraussetzung, hat ihm aber trotzdem nicht geschadet.

[www.wasmachtdirk.de](http://www.wasmachtdirk.de)



**„Wenn sich jemand eine Illustration ansieht und findet darin entweder sich selbst oder ein bestimmtes Gefühl, einen bestimmten Gedanken wieder, das ist es, was eine Illustration ausmachen sollte.“**

„Ja, dann kommt mal rein.“ Dirk Schmidt führt uns in seine gemütliche Münchner Bürogemeinschaft. Am Ende des Flurs steht ein Sofa. In seinem Raum treffen wir auf drei Schreibtische, eine Magnetwand mit Illustrationen und ein sympathisches Lachen.

**DU HAST BIS 2005 AN DER HS AUGSBURG STUDIERT. WIE GING ES DIREKT DANACH WEITER?**

Bei mir war das nicht so ein starker Schnitt, ich habe schon im siebten und achten Semester angefangen zu arbeiten. Weil das so gut lief, habe ich das achte Semester auf zwei Semester verteilt und war immer nur Freitags in der FH, ansonsten habe ich in der Redaktion von jetzt.de als Grafiker gearbeitet.

**WIE HAT SICH DAS ERGEBEN, DASS DU WÄHREND DES STUDIUMS DIESE ARBEIT MACHEN KONNTEST?**

Der damalige Art Director des jetzt-Magazins, Mirko Borsche, war während meines zweiten Semesters an der Hochschule und hat bei der Veranstaltung „Ex Usu“ einen Vortrag gehalten. Das hat mich inspiriert, deshalb habe ich mich um einen Praktikumsplatz beworben und habe ihn zum Glück auch bekommen. Anschließend habe ich eine Art Studentenjob gemacht, zum Beispiel Texte aus dem jetzt-Magazin ins XML-Format umgehoben. Das ist zwar eine Arbeit in der selben Kategorie wie beispielsweise Briefe eintüten, also eine ziemlich fließbandartige Geschichte, hat mir aber Gelegenheiten gegeben, dort auch andere Projekte zu machen. Gleichzeitig habe ich nebenher angefangen, Flashvideos zu programmieren und zu gestalten. Eines davon hat mir die Redaktion von jetzt.de auch abgekauft. Dann habe ich schließlich mein

erstes eigenes Projekt für den Süddeutschen Verlag gemacht, eine Werbewebsite. 2004 habe ich richtig angefangen, dort als Grafiker zu arbeiten. Ich war für Illustration und Webdesign zuständig. Zum Glück wurden viele Texte bei jetzt.de illustriert, vor allem Kolumnen, die immer ihren eigenen Stil brauchten. Ich habe dann dort meine ersten Kolumnen, die über 10 bis 15 Folgen liefen, in jeweils eigenen Stilen durchgestaltet.

**SCHREIBST DU REDAKTIONEN AN, WENN DU EINEN ILLUSTRATIONSJOB SUCHST?**

Nein, das tue ich nicht in dieser Form. Als Möglichkeit habe ich es mir bisher immer nur in der Hinterhand behalten. Anfragen kommen eigentlich immer über die Kolumne im SZ-Magazin und meine Webseite. Die Leute googeln mich und dann rufen sie mich an. Hinzu kommt, dass der Journalismus am Ende aus gar nicht so vielen Leuten besteht, wie es nach außen hin scheint: Der ehemalige Chefredakteur vom SZ-Magazin ist zum Beispiel jetzt der Chefredakteur vom Stern, der ehemalige Chefredakteur der NEON ist jetzt beim SZ-Magazin. Das heißt, die ganze Magazin- und Zeitungswelt tauscht sich sehr stark untereinander aus und dadurch, dass ich bei der Süddeutschen und beim SZ-Magazin gearbeitet habe, kenne ich viele aus gemeinsamer Arbeit – der Kreis möglicher Auftraggeber erweitert sich so permanent.

**WIE WÜRDEST DU DEINE TÄTIGKEIT BESCHREIBEN?**

Eine Studienkollegin hat mal erzählt, dass ihre Oma immer sagt, sie studiere „Malen und Basteln“. Das fand ich ganz lustig, da das, was Grafiker tun, Außenstehenden oft den Eindruck von Leichtigkeit vermittelt. Die denken dann, man sitze da und male so vor sich hin. Worum es aber tatsächlich geht, ist ein gestalterisches Problem zu lösen – das fällt gelegentlich leicht, aber eben auch sehr oft nicht. Gleichzeitig ist das der Punkt, wo es interessant wird, wenn etwas Neues passiert, etwas aus der Reihe tanzt. Das beginnt mit „alles blöd, voll blödes Thema, was soll man denn zu Steueroase machen.“ In solchen Fällen habe ich natürlich nicht gleich die passende Idee für ein Motiv und leide. Das ist wirklich anstrengend, ich probiere aus, zeichne vor mich hin, fluche. Mal früher, mal später schwingt es dann um,

in eine absurde Idee und ich muss manchmal sogar beim Zeichnen lachen. Danach kommt ein recht entspanntes „fertig arbeiten“ – im Grunde genommen Handwerk. Das Zeichnen, Einscannen und Colorieren sind dann die Routinearbeiten. Aber gerade weil es schwierig war, freue ich mich besonders über das Ergebnis. Das ist der Moment, wo die Arbeit Spaß macht.

**WOMIT GENAU VERDIENST DU DEIN GELD?**

Im Idealfall werde ich bezahlt für die Vermittlung eines Gefühls oder eines Gedankens. Jemand sieht sich eine Illustration an und findet darin sich selbst oder ein bestimmtes Gefühl wieder oder entdeckt einen neuen Gedanken – das macht eine gute Illustration aus. Und dafür werde ich hoffentlich dann am Ende bezahlt.

**„Es wäre gut, früh genug einzuüben, mit Kritik reflektiert umzugehen und sich zu fragen, wo sie berechtigt ist und wo nicht.“**

**WIE SIEHT EIN TYPISCHER ARBEITSTAG BEI DIR AUS?**

Den typischen Arbeitstag gibt es bei mir in unterschiedlicher Form. Zwei Tage die Woche fahre ich zur Süddeutschen Zeitung und mache Webentwicklung für iPod, iPhone und Ähnliches. Dort arbeite ich in einem typischen Großraumbüro. Die anderen drei Tage bin ich hier, in einem Büro mit zwei Kollegen, einem Grafiker und einem Produktdesigner. Hier kann ich selbst bestimmen, wie der Tag aussieht: Ich kann kommen wann



ich will, gehen wann ich will. Das ist etwas, das mir liegt und das ich sehr mag. Hier ist es möglich, zeitversetzt zu arbeiten. Ich kann beispielsweise am Freitag die Sonne genießen und am Samstag arbeiten, wenn es da regnet – das finde ich extrem komfortabel.

#### HAST DU DAS, WAS DU FÜR DEINE ARBEIT BENÖTIGST, IM STUDIUM GELERNT?

Natürlich lernt man im Studium lauter Sachen, die man später beim Arbeiten braucht. Allerdings habe ich das Gefühl, dass einige Dinge auch zu kurz kommen. Insgesamt war mir das Feedback im Nachhinein zu weich. Ich habe zum Beispiel am Anfang meiner Arbeitszeit mal drei Entwürfe für eine Kolumne verschickt und am nächsten Tag kam eine E-Mail mit dem Text: „Keiner von den dreien“. Auf diese direkte Art war ich nicht vorbereitet. Aber man darf sich nicht davon entmutigen lassen. Es wäre gut, früh genug einzuüben, mit Kritik reflektiert umzugehen und sich zu fragen, wo sie berechtigt ist und wo nicht. Das hat auch etwas damit zu tun, die eigene Arbeit ernst zu nehmen.

#### WAS BENÖTIGT MAN NOCH, AUSSER KRITIKFÄHIGKEIT, UM AN DEINEM ARBEITSPLATZ ERFOLGREICH ZU SEIN?

Man muss herausfinden, was man gut kann, was man machen möchte, und das dann wiederum mit dem, was in der Illustrations-Szene aktuell passiert ein wenig abgleichen. Wenn man sich dafür interessiert und das wirklich machen möchte, dann klappt das auch irgendwie.

#### ES HEISST JA OFT, ES SEI WICHTIG EINEN EIGENEN STIL UND EINE EIGENE BILDSPRACHE ZU FINDEN. WAS SAGST DU DAZU?

Es gibt solche und solche Leute. Die einen zeichnen einen Stil durch, die anderen wechseln da durchaus. Ich zeichne zum Beispiel auch Stile, die nicht meine eigenen sind, wenn es gefragt ist – zum Beispiel, als der Auftrag lautete, ein SZ-Magazin im Stil des Simplizissimus zu gestalten. Ich mache ja auch nicht nur Illustration, sondern auch Grafik- und Webdesign. Meine Strategie war es immer, nicht nur ein einziges Standbein

zu haben. Gut ist es einen Job zu haben, der einem eine gewisse Grundbezahlung garantiert und gleichzeitig noch genug Zeit für eigene Arbeiten lässt.

#### VERDIENST DU GENUG, UM ZU ÜBERLEBEN?

Ja.

**„Ich rate dazu, jegliche Statistiken bezüglich Jobchancen grundsätzlich zu ignorieren.“**

#### WIE SCHÄTZT DU DIE JOB-CHANCEN IN DEINEM BEREICH EIN?

Ich glaube, die Job-Chancen sind vielfältig. Gerade durch die Entwicklung von Tablets und Smartphones steigt die Arbeitsmenge, die im grafischen Bereich anfällt. Ganz grundsätzlich jedoch halte ich es für sinnlos, darüber nachzudenken. Es spielt keine Rolle, wie gut oder schlecht die Chancen stehen. Entscheidend ist, dass ich losziehe und sage „ich will das machen“. Ich rate dazu, jegliche Statistiken bezüglich Job-Chancen grundsätzlich zu ignorieren. Besser ist es sich darauf zu konzentrieren was man selbst will, dann werden sich Wege und Möglichkeiten ergeben. Außer natürlich, man will einen Job nur, um damit möglichst viel Geld zu verdienen. Aber das ist mir völlig unverständlich, wie man nur arbeiten kann, um damit bestimmte Summen an Geld zu generieren.

#### WARST DU WÄHREND DES STUDIUMS MAL IM AUSLAND?

Nee. Ich bin relativ schnell zum Süddeutschen Verlag gekommen und habe in Augsburg eigentlich nicht viel

anderes gemacht, als zu studieren. Am Wochenende war ich in München bei meiner Freundin.

#### WAS VERBINDEST DU MIT AUGSBURG?

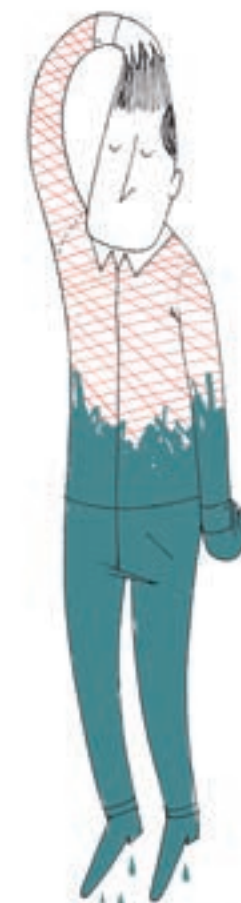
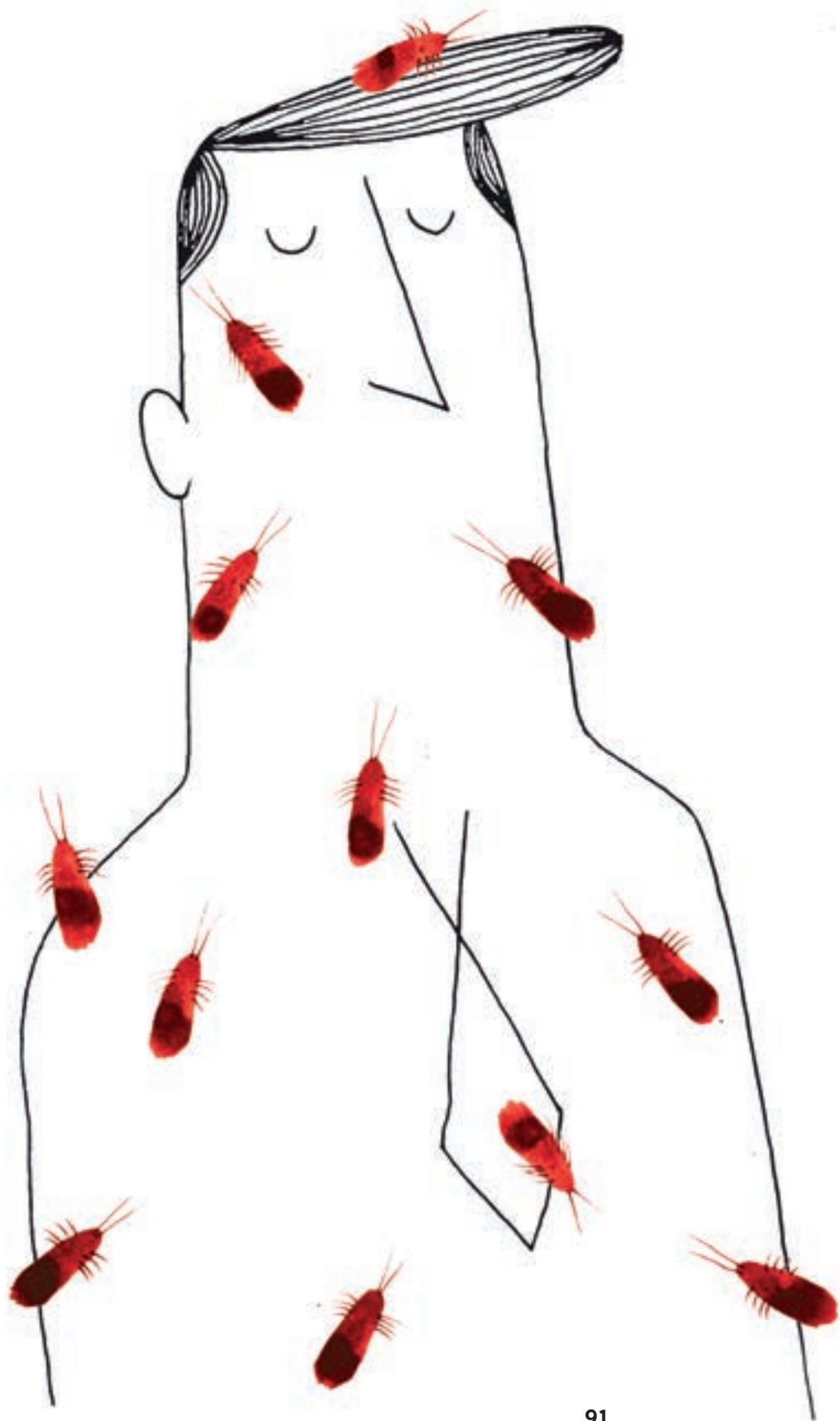
Nachts alleine im Kino sitzen. Ich bin oft abends, als ich fertig gearbeitet hatte, 'rüber zur City-Galerie, da gab es ein großes Kino. Und dann mittwochs oder donnerstags so um 23 Uhr in die Spätvorstellung. Klar, außer einem Freund und mir war da keiner, man konnte sich hinsetzen wo man wollte. Und sonst hat mir Augsburg gut gefallen, weil es mir die Möglichkeit gab, von zu Hause auszuziehen und trotzdem nicht ewig weit weg zu sein. Außerdem kam man als Student mit relativ wenig Geld zurecht.

#### WO MÖCHTEST DU NOCH HIN?

Hm. Eigentlich ist das alles schon ganz gut so.

**„Besser ist es, sich darauf zu konzentrieren, was man selbst will, dann werden sich Wege und Möglichkeiten ergeben.“**

Interview: Vivian Breithardt, Andreas Sisić



Süddeutsche Zeitung Magazin  
Kolumne Axel Hacke, Illustrationen  
Fineliner, Tusche, Digital





Süddeutsche Zeitung Magazin  
 Kolumne Axel Hacke  
 „Das Beste aus aller Welt“

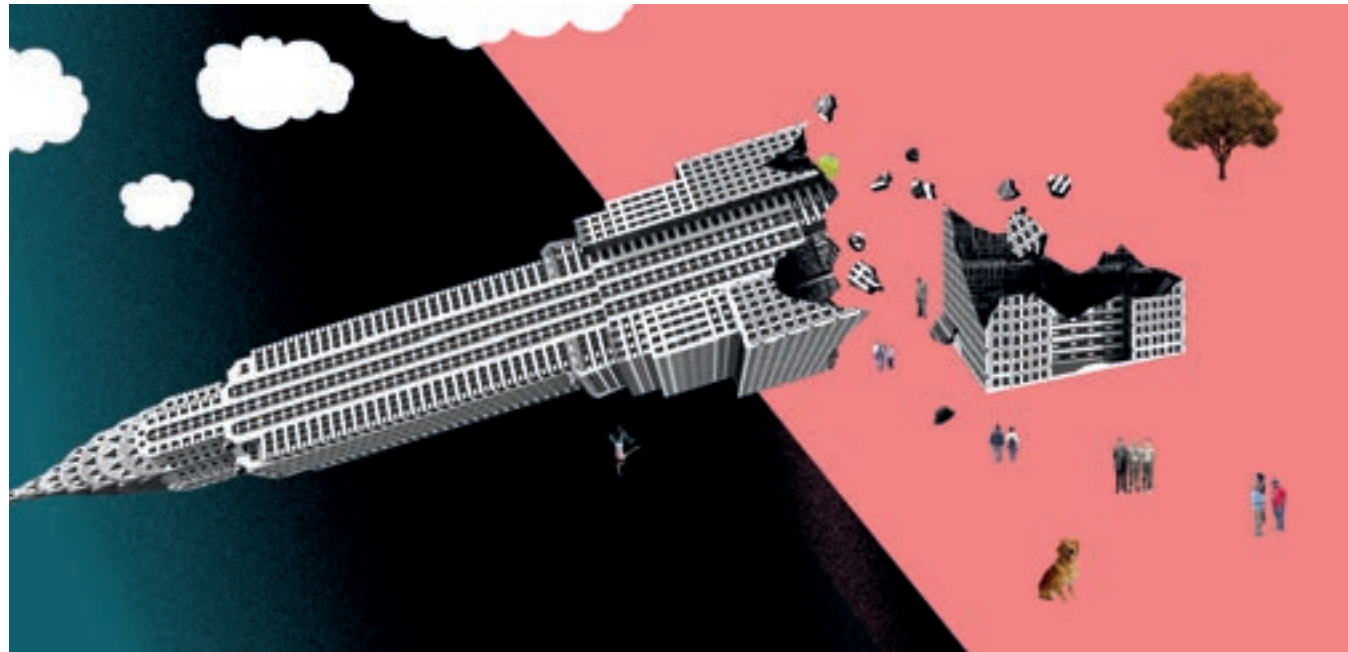
„Gerade, weil es schwierig war,  
 freue ich mich besonders über  
 das Ergebnis. Das ist der Moment  
 wo die Arbeit Spaß macht.“



Für verschiedene Kunden  
 Illustrationen zu Interviews,  
 Plattencover, Magazintexte  
 Fineliner, Collage, Digital







Süddeutsche Zeitung  
Die Bankenkrise, Illustration  
Collage, Digital

**„Der Punkt, wo es  
interessant wird, ist, wenn  
etwas Neues passiert,  
etwas aus der Reihe tanzt.“**



Süddeutsche Zeitung  
Aufsteiger und Absteiger in  
der Wirtschaft, Illustration  
Collage, Digital







1



2



- 1 Für den STERN  
Verbraucherrechte, Illustrationen  
Tusche, Fineliner, Digital
- 2 „Axel Hacke. Oberst von Huhn  
bittet zu Tisch“  
Verlag Antje Kunstmann  
Buchgestaltung, Illustration, Typografie
- 3 Eigenes Projekt  
„Kamfu mir Helfen?“ Bilderbuch  
Verlag Antje Kunstmann  
Buchgestaltung, Typografie, Illustration  
Fineliner, Collage, Digital



3



\* Bislang sind weltweit rund 10.625 Vogelarten bekannt. Wir vermuten, dass in Susannas Wohnung knapp 100 Exemplare vertreten sind.

1	an	jedem	Ohr
1	im	Bilderrahmen	
1	aus	Holz	
1	auf	einer	Pappschachtel
13	im	Bäumchen	
1	aus	Blech	
2	auf	dem	Schrank
1	vor	dem	Fernseher
2	stoppen	die	Tür
2	im	kleinen	Rahmen
1	auf	dem	Teller
2	verstecken	sich	
1	zeigt	die	Uhrzeit an

71 haben wir noch nicht gefunden\*







Text und Konzeption

# Susanna Schreibauer

Früher wollte sie Schaufenster gestalten oder Schauspielerin werden. Über ein Praktikum in einer Werbeagentur kam sie zum Kommunikationsdesign Studium an der Hochschule Augsburg und wurde schließlich Konzeptionstexterin. Heute ist Susanna Schreibauer selbständig und arbeitet für verschiedenste Kunden von fast überall und Agenturen aus dem Raum München. Als Markenadvokatin, wie sie sich selbst beschreibt, arbeitete sie bereits für große Marken wie TUI und Sony Ericsson. Im Gespräch verrät sie uns, dass man neben Talent auch ein Alleinstellungsmerkmal braucht, um Auftraggeber für sich zu gewinnen. Und wir erfahren von ihr, warum in ihrem Beruf Leidenschaft eine Tugend und „Facebook checken“ eine Pflicht ist.

## „Wenn man laut macht, was eigentlich immer leise war, dann hat man die richtigen Worte gefunden.“

Um Punkt 20 Uhr stehen wir bei Susanna in Schwabing vor der Haustür. Mit den Worten „Oh wie schön, drei Mädels!“ bittet sie uns herein. Ganz nach dem Motto ihres Wandposters „Forget Love, I'd Rather Fall in ChocoLatte“, stellt uns ihr Mann eine Schachtel Schoko-Snacks auf den Tisch. So kann es losgehen.

### WIE KAM ES DAZU, DASS DU IN AUGSBURG DESIGN STUDIERT HAST?

Daran war eine circa 5 x 2 cm große bzw. kleine Anzeige in einem Szene-Magazin schuld. In einer Werbeagentur wurde ein Praktikant gesucht. Ich habe mich einfach darauf beworben. Ohne Vordiplom, QuarkXPress und eigentlich ohne konkretes Wissen, was da auf mich zukommt. Das ging „damals“ noch. Und das ist ja auch der originäre Sinn eines Praktikums – in einen Beruf hinein zu schnuppern. Eines hatte ich aber bestimmt, und zwar die Vorstellung, dass in einer Werbeagentur viele junge Leute sitzen – ein dynamisches Team – und man sich lustige Werbesprüche, also Slogans ausdenken darf. Werbung machen war schon damals für mich mehr mit dem Wort als mit dem Bild verbunden.

### DU HAST ALSO SCHON DAMALS ALS PRAKTIKANTIN GETEXTET?

Nein, sie haben mich einfach vor einen türkisen, kleinen, knubbeligen iMac gesetzt, mir die wichtigsten Tastenkombinationen in QuarkXpress gezeigt und ich durfte zum Beispiel eine Kaffeetasse für eine Milchverpackung mit dem Rechner gestalten. „Kunst“ am Computer und damit sein Geld verdienen, das klang nach einem Studium für mich. Das war im Vergleich zu Medizin und Jura etwas Exotisches, das hat einfach nicht jeder gemacht. Mit der ursprünglichen Idee,

in einer Werbeagentur Werbeslogans zu schreiben, hat sich beruflich für mich ja wieder der Kreis geschlossen. Schließlich bin ich ja Texterin geworden. Und der Weg über das Design-Studium war dafür genau das Richtige. Allerdings fand ich es ganz schrecklich, nach dem fleißigen Lernen für einen guten Abi-Schnitt, denn danach hat mich damals und heute keiner mehr gefragt, nun erst einmal eine Aufnahmeprüfung und eine Mappe machen zu müssen. Ich habe auch genau nur eine geschafft und die nach Augsburg geschickt.

### WIE WÜRDEST DU DEINEN BERUF BEZEICHNEN?

Auf dem Papier heißt er Konzeptionstexter. Nicht nur für meine Eltern ist es aber schwierig, sich darunter konkret etwas vorzustellen. Ich nenne mich deshalb selbst gerne „Markenadvokatin“. Ich bin diejenige, die für die Marke spricht, und mit dem Wort und der Idee, der Marke eine Stimme gibt. Noch abstrakter klingt vielleicht, dass ich mein Geld mit Ideen verdiene. Keine Erfindungen, dafür Kampagnenideen. Die „reine“ Idee wird in der Regel schlecht bis gar nicht bezahlt. Das „echte“ Geld verdient man als Selbstständiger und auch die Agentur dann mit der Ausführung der Idee, also zum Beispiel mit einem TV-Spot oder einem Plakat.

### WAS UNTERSCHIEDET DICH VON ANDEREN TEXTERN?

In mir schlagen mindestens zwei Herzen. Das der Grafikdesignerin, das der Wortliebhaberin und eine Faszination für Marken. Wann beginnt eine Marke wirklich mit mir zu „sprechen“? Und vor allem, wie spricht sie mein Herz und nicht nur meinen Geldbeutel an? Ich bin kürzlich über den Ausdruck „Product Poetry“ gestolpert. Das hat mich sehr angesprochen. Denn ich finde, dass Produkte eine eigene Poesie besitzen. Als Texter besteht meine Herausforderung darin, stummen Dingen Worte zu geben. Und als Designer wiederum das Gesicht dazu.

### WÜRDEST DU BEHAUPTEN, DU HAST DIR DIE DINGE, DIE DU JETZT TUST, WÄHREND DES STUDIUMS ANGEEIGNET ODER DANACH GELERNT?

Ein Gefühl für Formen, Typografie und Weißraum zu entwickeln, das hat man definitiv im Studium gelernt. Was ich als Werberin aus dem Studium aber vor allem mitgenommen habe, ist, den „Kreativitätsbegriff“ weiter zu fassen. Ich erinnere mich an Semesteraufgaben, die illustriert wurden, fotografiert oder mit Wurstscheiben inszeniert. Die Aufgabe war immer die gleiche, die Lösungen hätten verschiedener nicht sein können. Ich habe aber auch gelernt, wie man sich und seine Arbeiten verkauft. Bei Semesterprojekten und selbst bei Wochenaufgaben wurden die Arbeiten immer an die Wand gehängt. Man stellt sich stolz daneben und erklärt, das Wie/Was/Warum zu dem Bild. Und warum genau so. Das ist 1:1 eine Situation, wie sie einem später im Berufsleben fast täglich begegnet. Ich kenne keine Agenturen deren Wände nicht voll von Tesa-Resten sind.

## „Man muss sich selbst ganz doll lieb haben.“

### ALSO HAST DU ES NICHT BEREUT, DAS STUDIERT ZU HABEN?

Nein. Also das Studium war ganz toll. Es ist natürlich kein geisteswissenschaftliches Studium. Es geht aber gerade im Kommunikationsdesign darum, sich selbst so viel Wissen wie möglich anzueignen und nicht nur die Fingerfertigkeit zu trainieren. Dann ist man am Ende des Studiums auch nicht die „Tante mit dem bunten Maler-Pinsel und Dutt“ sondern der „Kreative“. Und der Kreative hat genau so viel im Kopf, wie er auch mit seinen Händen umsetzen kann.



## WAS MUSS MAN MITBRINGEN, UM IN DEINEM BERUF ERFOLGREICH ZU SEIN?

Man muss sich selbst ganz doll lieb haben und großes Selbstvertrauen haben. In Werbeagenturen sind so viele bunte, schillernde, aber auch schräge Vögel. Deshalb muss man einen Weg finden, selbst zu schillern. Wie? Entweder man kann gut Kuchen backen und damit Kollegen beglücken oder besser: Man kann etwas besser als andere. Im Marketing heißt das dann USP, Unique Selling Point: Also, was „kann“ der eine Schoko-Riegel besser als der andere. Schmecken tun sie alle, und designen können alle anderen auch. So ist das deshalb auch für die eigene Person im Berufsleben. Und wenn man sich selbständig macht und als Freelancer arbeitet, ist das umso wichtiger. Warum rufen die Kunden genau dich an? Es gibt da draußen „zweihundertachtzigmillionentausend“ Grafiker und Texter. Aber ich muss mindestens eine Sache besonders gut können, die sich im Gedächtnis meines Gegenübers einprägt, so dass er schließlich sagt: „Ah, genau für den Job, da ruf ich die Frau Schreibauer an.“

## WER SIND DEINE AUFTRAGGEBER?

Verschiedene große und kleine Agenturen in München. Aber ich habe auch meine „eigenen“ Kunden. Einer meiner Lieblingskunden ist TUI und genauer gesagt deren Sparte „Designed Travel Experiences“. Das sind sehr individuelle, aber auch sehr teure Reisen. Ich darf dafür die Reisetagebücher schreiben. Das ist manchmal ein bisschen wie Fantasie-Aufsatz schreiben. Denn ich reise zur Recherche nicht nach Afrika. Letztens habe ich Reisen nach Tansania beschrieben. Um Interessenten die Reise im Vorfeld besonders schmackhaft zu machen, kann man natürlich nicht nur sagen „10 Tage Halbpension, Zimmer mit Meerblick“. Ich entführe mit meinem Text den Leser auf eine Reise in Gedanken, bis wir inmitten des Mara River stehen und tausende Gnus an uns vorbei tosen. Und dann, wenn er oder sie auf „buchen“ klickt, ist mein Auftrag erfolgreich abgeschlossen.

## WIE SIEHST DU DIE JOB-CHANCEN IN DEINEM BEREICH?

Als Texter sind sie sehr gut, da es einfach nicht so viele „von uns“ gibt. Das liegt unter anderem daran, dass es keine bis wenige Texterausbildungen gibt. Um Grafikdesigner zu werden, kann man eine Ausbildung zum Mediengestalter machen, man kann an staatliche oder private Hochschulen gehen. Damit ist das Feld ziemlich weit. Ich glaube nicht, dass man sich die Fähigkeit zu Texten gut selbst aneignen kann. Man braucht viel Liebe und Leidenschaft für seinen Beruf, und dafür gibt es einfach keine Vorlesung.

## KANN MAN VON DEINEM JOB GUT LEBEN?

Heute ist Expertentum wichtig. Wenn man wirklich ein Experte in einer Sache ist, kann man auch mehr Geld verlangen und kann damit auch mehr als überleben. Ich denke auch, dass in Unternehmen Experten sehr gefragt sind. Wenn man aus dem Studium mitnimmt, dass man sich als kreative Person von Kopf bis Fuß wahrnimmt, also als Problemlöser, dann hat man sehr gute Aussichten. Solche Leute sind gerade in großen Firmen willkommen.

**„In Werbeagenturen sind so viele bunte, schillernde, aber auch schräge Vögel. Deshalb muss man einen Weg finden, selbst zu schillern.“**

## WAS MACHST DU MORGENS ALS ERSTES?

Facebook checken. Und das mache ich so, wie wir alle auch. Aber auch um es wirklich zu checken, also die Dynamik zu verstehen. Ich habe meine Freundesliste, Abonnentenliste und die Marken, denen ich folge, alles so strukturiert, dass es für mich wie morgens Zeitung lesen ist. Und berufliche Inspiration. Das ist nun einmal die Art und Weise, wie wir uns heute informieren. Deshalb „darf“ man auch in Agenturen auf Facebook sein, ohne Ärger zu bekommen. Erst recht, wenn man eine Idee für Facebook entwickeln soll, die morgen 3.000 Leute anklicken sollen. Dann muss man wissen, was gerade auf Facebook „geht“ und damit die Zielgruppe bewegt.

## KANNST DU UNS EINEN TYPISCHEN ARBEITSTAG BESCHREIBEN?

Wenn ich in meinem Homeoffice bin, kommt es vor, dass meine Kunden um 9 Uhr anrufen und fragen: „Frau Schreibauer, haben wir Sie geweckt?“ Ich habe diese Frage aber auch schon um 13 Uhr gestellt bekommen. Auch wenn man Freelancer ist und zu Hause arbeitet, steht man zu ganz normalen Tageszeiten auf. Ich setze mich an meinen Rechner und habe entweder noch Arbeit vom Vortag, zig Rechnungen, mache meine Steuer oder beantworte E-Mails. Manchmal zwei Stunden am Tag. Mein Arbeitstag endet nicht um Sechs, sondern dann, wenn der Job fertig ist. Ich habe ja auch keinen, der hinter mir steht und sagt: „Susanna, morgen ist Abgabe!“ Diesen Druck muss ich mir selber machen.

## MACHT DIR DIE ARBEIT SPASS?

Sehr! Eine Freundin hat mal über mich gesagt: „Susanna, Du hast so viel Leidenschaft für Marken und für Werbung, das ist unwahrscheinlich.“ Ich habe das zuerst als Makel empfunden. Irgendwie bäh. Denn es ist gesellschaftlich nicht gerade chic, wenn man seinen Job liebt. Dann ist man eine Person, die gerne arbeitet. Und um vermeintlich interessant zu sein, sollte man doch eher ein ganz ausgefallenes Hobby haben. Oder ein verrücktes Haustier. Ich habe beides nicht und meine Freundin hat recht. Auch wenn ich meinen Beruf nicht in einem Satz beschreiben kann, finde ich das, was ich mache, schon mehr als nur ganz gut.

Interview: Elisa Alber, Vera Daffner, Nina Hallhuber



„The Sony Ericsson Fanwalk“ to the MTV EMA's  
© Serviceplan Gruppe 2008 – 2010  
Eine Pilgerreise zum Mekka der Musik:  
Nach Liverpool und den MTV EMA's. Die erste  
Online-Kampagne, die offline lief. Und ein Jahr  
später nochmal bis nach Berlin zu Fuß ging.

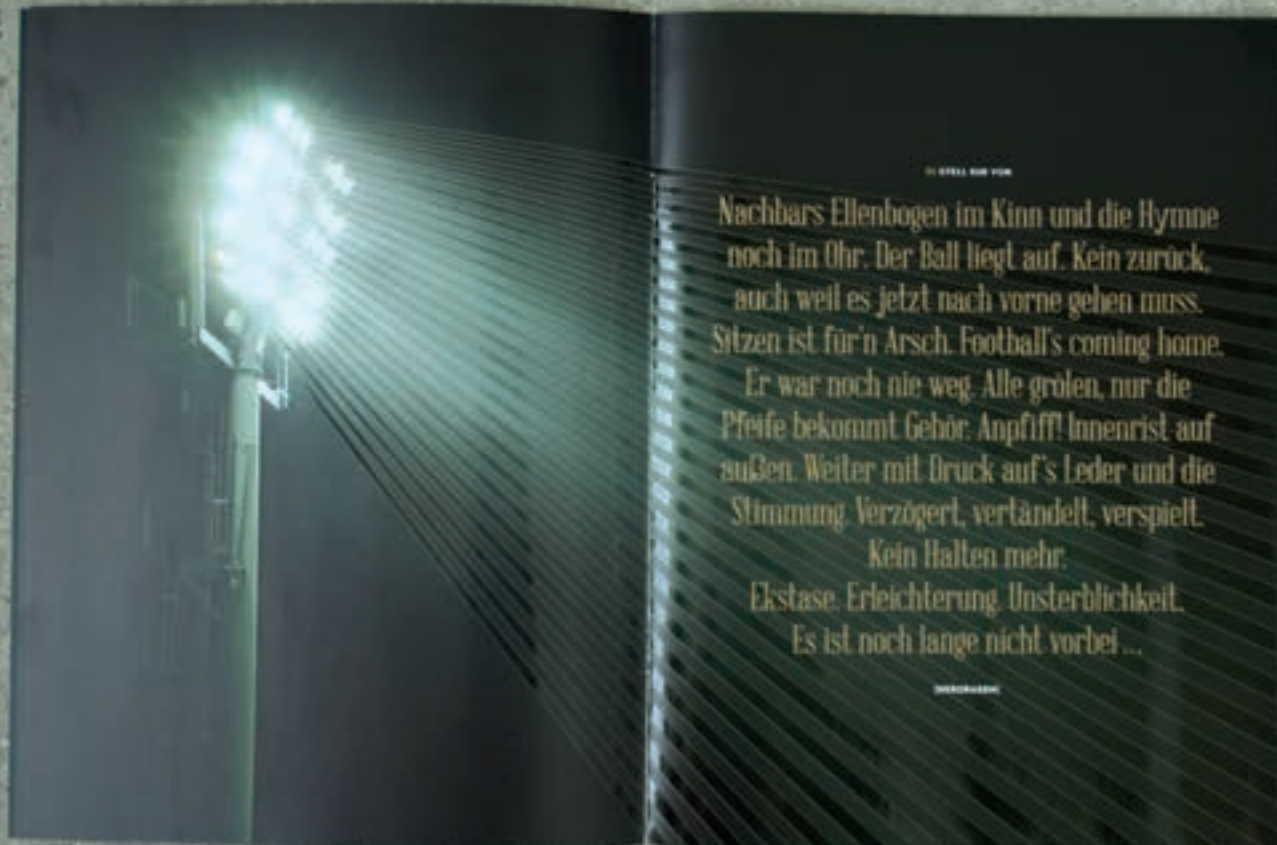
**„Ich glaube an den Menschen als das wichtigste und stärkste Medium in unserer digitalisierten Welt.“**

Das Sponsorenpaket von Sony Ericsson beinhaltete unter anderem 100 Freitickets für die MTV EMA'S. Tickets, an die man so leicht nicht kommt, weil sie schlichtweg nicht käuflich sind. Solche Tickets müssen sich echte Musikfans verdienen! Mit dieser Idee startet der erste „FanWalk“. Von europaweit 50.000 Bewerbern wurden 100 ausgewählt, die sich ihr VIP-Ticket mit Schweiß, Blasen und Herzblut in 10 Tagen 300 km zu Fuß von London nach Liverpool „erlaufen“ mussten. So wie das Pilger tun, wenn ihnen etwas wirklich wichtig ist. Zu den Aufgaben des Teams gehörte, neben dem Konzept, auch die komplette Koordination der Kampagne und des Events, das in 19 europäischen Ländern promotet wurde. Jeder der 100 „Walkmen“ und „Walkgirls“ wurde mit „music on the go“ ausgestattet, nämlich mit dem neuesten Sony Ericsson Walkman Handy. Genau von diesem Handy kam auch der ganze Content für die Kampagne: Mit Bildern, in Videos und auf Blogs konnte jeder die Pilger auf ihrer Reise begleiten. Jeden Tag wurde zusätzlich eine daily Websoap live und quasi im Vorbeigehen produziert. Die Fanwalker rührten auf jeden Kilometer selbst die Werbetrommel, sorgten für Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit und bescherten der Marke viele Presseberichte. Ohne ein Werbe-Plakat mit dem Text „Jetzt kaufen“ verkaufte sich so das Walkman Handy W995 erfolgreich – und fast von selbst. Und die Marke Sony Ericsson war spätestens bei der live Award-Übergabe durch einem FanWalker in aller Munde.





„Herzklopfen vs. Herzasen“  
Texte und Konzeption  
Zur Fußball-EM 2012 startete grasundsterne in Kooperation mit der Druckerei Fibodruck, ein Projekt purer Leidenschaft, das auch Nicht-Fussballfans mitten ins Herz treffen sollte. Das Ergebnis: Ein kreatives Print-Produkt, das auf 16 Seiten Veredelung mit Lack, Stanzungen und in Sonderfarben gerade Designer-Hezen höher schlagen lässt.



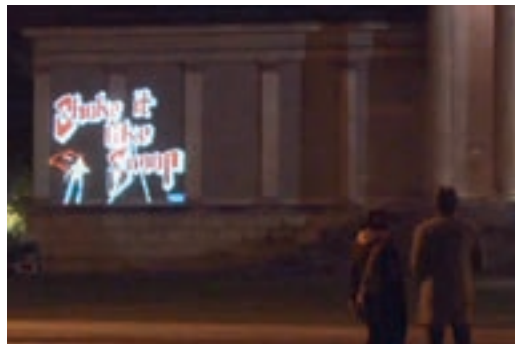




1



2



3

- 1 „Sony Ericsson Fanwalk“  
to the MTV EMA's, 2008 in Liverpool  
Agentur: Serviceplan München 2008  
Videomaterial: [www.vimeo.com/23590519](http://www.vimeo.com/23590519)
- 2 „Herzklopfen vs. Herzrasen“  
gesundsterne  
2012
- 3 „Sony Ericsson“  
Graffiti Projections MTV Award  
Agentur: Serviceplan München 2008  
Videomaterial: [www.vimeo.com/27281507](http://www.vimeo.com/27281507)



Wenn ich sage







sagt er



und gemeinsam kommen wir dann auf



Werbung und Art Direction

# Walter Ziegler

[www.serviceplan.com](http://www.serviceplan.com)

Walter Ziegler arbeitet bei Serviceplan, eine der angesehensten Werbeagenturen Deutschlands. Im Interview erzählt er uns, wie er dort hingekommen ist, wann er seine Vorliebe für werbliche Kommunikation entdeckte und warum es so wichtig ist, sich mit seinen Kollegen und Teampartnern besonders gut zu verstehen. Ganz unaufgeregt wirft er dabei mit Fachbegriffen aus der Werbe- welt geradezu um sich. Doch auch der ganz klassische Münchner Biergarten ist für ihn selbst- verständlich kein Fremdwort.



## „Wenn du alleine bist, sagst du immer nur A.“

Eigentlich wollten wir uns mit Walter Ziegler unter dem blau-weißen Himmel Münchens treffen, doch am 22. Mai 2013 ist es zehn Grad kühler als an Weihnachten 2012. Wir verlegen unser Treffen daher lieber nach drinnen und führen unser Interview auf gemütlichen Ledersofas und einem Glas Bier in der Hand.

### WIE BIST DU ZUM STUDIEREN NACH AUGSBURG GEKOMMEN?

Dass ich mal Grafikdesign studieren will, wusste ich schon mit circa 16 Jahren. Dass es Augsburg wurde, war eigentlich eher Zufall. Ich habe mich zuerst in Nürnberg beworben, das hat dann aber nicht geklappt. Ich habe das viel zu sehr auf die leichte Schulter genommen, innerhalb von zwei Monaten meine Mappe gemacht und dachte „Zeichnen kann ich ja, ist schon okay“. Das war eigentlich völlig blauäugig. Dann hatte man ein Jahr Luft, man konnte sich ja nur einmal im Jahr bewerben, da habe ich mir das Jahr dann Zeit genommen, eine Mappe gemacht und sie dann nach Dortmund und Augsburg geschickt. Ich hatte von Dortmund eine Zusage, wollte aber noch die Antwort von Augsburg abwarten, da ich von der Schule generell einen guten Eindruck hatte. Und dann wurde es Augsburg.

### WUSSTEST DU SCHON IM STUDIUM, DASS DU IN DIE WERBUNG MÖCHTEST?

Am Anfang natürlich nicht. So ab dem dritten Semester, als wir das Fach Grafikdesign dazubekommen haben, haben wir zum ersten mal ein Markenerhebungsbild und ein paar werbliche Maßnahmen für eine fiktive Outdoormarke entwickelt. Da hat es dann angefangen. Das hat mir richtig Spaß gemacht. Das Tolle

an den werblichen Sachen war, dass es so ideengetrieben war, dass man mit dem Kerngedanken spielen konnte. Und da lässt sich viel verbinden, all die Sachen, die mir einzeln Spaß gemacht haben, Logogestaltung, Schrift, Typografie und so weiter – im Prinzip genau das, was eben die Arbeit als Art Director so spannend macht, das Arbeiten in so vielen Bereichen des Kommunikationsdesigns. Im fünften Semester gab es dann ein Projekt in Zusammenarbeit mit der Hamburger Agentur Kolle Rebbe. Wir sollten uns werbliche Maßnahmen für eine ganz spezielle Wein-Firma ausdenken. Das haben wir dann auch richtig vor der Agentur in Hamburg präsentiert. Von da an wusste ich eigentlich, dass ich das mal machen will.

### WIE BIST DU ZUR WERBEAGENTUR SCHOLZ & FRIENDS NACH BERLIN GEKOMMEN?

Nach dem fünften Semester hat Frau Prof. Müllner ein paar Leuten Bescheid gegeben, dass ein Creative Director der Berliner Agentur Scholz & Friends gerade in Augsburg ist. Wir haben schnell unser Zeug zusammengepackt und fünf, sechs Leute konnten dann mit ihm quatschen und ihm die Sachen zeigen. Zwei Tage später hat er angerufen und gemeint: „Wie schaut’s aus, du kannst im Oktober bei uns anfangen“. Da hab ich zugesagt und mir das sechste Semester freigenommen, um dort ein Praktikum zu machen. Ich hatte auch Glück gehabt, der Creative Director war ein ganz cooler Typ und auch das Kreationsteam, in das ich reingekommen bin, hat menschlich super gepasst. Auch von dem her, was ich dort machen und was ich lernen konnte. Dann haben sie mir nach dem Praktikum angeboten, dass ich als Junior Art Director anfangen könnte, sobald ich mein Diplom habe.

### WARUM HAST DU SCHOLZ & FRIENDS VERLASSEN UND BIST ZU SERVICEPLAN NACH MÜNCHEN?

Eigentlich wollte ich ja nie in Berlin Wurzeln schlagen. Ich bin quasi über das Praktikum da rein gerutscht und habe das eben gemacht, weil’s dumm gewesen wäre, es nicht zu machen. Das Angebot, direkt nach dem Diplom in so einer Agentur anfangen zu können, wollte ich halt

auch nicht abschlagen. Ich kannte auch die Leute und wusste, was mich erwartet und wusste, dass es passt. Besser kann der Berufseinstieg gar nicht laufen. Ich wollte dann ein Jahr bleiben, dass man mal den Einstieg hat. Nach einem Jahr kann man sich woanders wieder umschauen. Aus einem Jahr sind dann halt dreieinhalb Jahre geworden. Irgendwann muss man eben mal eine Entscheidung treffen, vor allem wenn man, wie ich, schon die ganze Zeit über eine Fernbeziehung geführt hat. Entweder du bleibst, aber dann gibt’s irgendwann auch kein Zurück mehr, oder du gehst jetzt. Das hat sich dann auch ganz gut ergeben mit Serviceplan. Die waren letztes Jahr auf Platz eins im Kreativ-Ranking und sind im Moment einfach der interessantere Laden. Trotzdem möchte ich die Zeit bei „Scholz“ niemals missen – es war und ist eine großartige Agentur, der ich viel zu verdanken habe und bei der ich sehr viel gelernt habe.

### AN WAS ERINNERST DU DICH GERNE AN DER HOCHSCHULE ZURÜCK?

An das alte Gebäude, das hat mir gefallen. Generell ans Studium, weil es im Vergleich zum Agenturalltag relativ entspannt war. Die Freiheit an sich, was man so machen konnte. Jedes Semester war irgendwas anderes, man konnte immer irgendwas Spannendes machen und hatte wahnsinnig viel Zeit dazu.

**„Art Direction bedeutet, eine Idee visuell maximal zu unterstützen und das mit den Mitteln, die der Idee am meisten Kraft geben.“**

## WAS MACHST DU GENAU?

Als Art Director ist man für die Organisation und „Regie“ sämtlicher visueller Elemente aller Kommunikationsmedien verantwortlich, ob nun klassische Print Werbung, TV-Spots, digitale Medien, aber auch klassisches Corporate Design, Packaging Design oder Editorial Design. Es ist schon eine ziemlich umfassende Tätigkeit in den verschiedenen Disziplinen der visuellen Kommunikation. Nach der Konzeptionsphase geht es – etwas vereinfacht ausgedrückt – immer um den Look, den ein Werbemittel bekommen soll. Ziel ist es dann auch, die richtigen Partner, also Fotografen, Illustratoren, Produzenten etc., zu finden. Denn Art Direction bedeutet, eine Idee visuell maximal zu unterstützen und das mit den Mitteln, die der Idee am meisten Kraft geben.

## WIE SIEHT DEIN ARBEITSALLTAG AUS?

Der unterscheidet sich zwischen Tagesgeschäft und Ausnahmesituation. Der Vorteil in der Agentur ist, dass alles sehr entspannt ist, wenn nicht gerade eine Ausnahmesituation, wie z.B. ein Neugeschäft, herrscht. Man kommt gegen 9 Uhr ins Büro, ich hab dann auch erst mal gerne eine halbe Stunde meine Ruhe und schaue mir Blogs an, wobei man ja auch permanent daran denkt, was man machen und sich ausdenken könnte. Es ist ein bisschen Inspirationssuche. Dann gibt es die täglichen Termine. Es ist immer unterschiedlich, an einem Tag kann es vormittags drei Termine geben und an anderen nur nachmittags einen. In der Zwischenzeit macht man was sonst so ansteht: Anzeigenadaptionen, layouts, in Photoshop arbeiten, Bilder suchen oder auch Fotografen oder Illustratoren suchen beziehungsweise briefen, wenn ein Shooting ansteht oder ganz klassisch Sachen ausdenken. Wenn man ein neues Briefing bekommt, wird erst mal einfach ausgedacht. Wir gehen dazu manchmal auch in den Biergarten, was trinken und einfach ausdenken. Macht schon viel Spaß. Manchmal bleiben wir abends auch noch länger, trinken ein Bier zusammen und kickern. Wir verstehen uns alle gut, was auch wichtig ist, wenn man den Großteil des Tages mit den Kollegen verbringt.

## WIE LÄUFT SO EIN PROJEKT AB?

Man bekommt ein neues Briefing vom Kunden. Dann geht es los mit der Konzeption: Wir denken im Idealfall ein paar Tage lang nach, was man da machen kann. Wenn die Idee da ist, kommt die klassische Art Direction. Erst mal scribbeln, dann die Scribbles intern abstimmen, nachbessern, dann mit dem Kunden abstimmen. Und dann geht's darum, wie die Idee am besten umgesetzt wird. Es gibt zum Beispiel die Möglichkeit, etwas komplett per CGI zu machen, also in 3D zu rendern. Oder zum Beispiel die Idee fotografisch umzusetzen. Wenn man es fotografisch umsetzt, muss man sich fragen: „Wie soll es wirken?“, man muss ja eine Stimmung einfangen, will einen bestimmten Look erzeugen. Dann suchst du einige Fotografen raus, die genau in so einem Stil fotografieren. Also Fotografen recherchieren, einen aussuchen, dem ein Briefing schreiben, was die Idee ist, wie es umgesetzt werden soll und wie es wirken soll. Das ist dann ein Zusammenspiel zwischen Fotograf und Art Director. Man hört sich natürlich auch Vorschläge von ihm an, er ist ja der Experte. Aber du hast auch im Kopf, wie du's haben willst. Und dann spielt man sich gegenseitig den Ball zu. Zusammen mit dem Fotografen werden dann mögliche Vorgehensweisen, Locations, Modelle etc. für das Shooting rausgesucht und irgendwann wird eben geschootet. Da muss man auch mal morgens um 4 Uhr zu einem See fahren, um zwischen 5 und 6 Uhr das richtige Licht zu kriegen. Danach geht es darum, das Layout fertig zu machen. Welche Typo wird benutzt, wie wird es gesetzt und noch viele andere Kleinigkeiten, bis alles die gewünschte Gesamtanmutung, den richtigen Look hat. Es ist also ein wahnsinnig komplexer Prozess mit vielen einzelnen Aufgaben, um am Ende ein gesamtes Ding rauszukriegen.

## WAS MUSS MAN MITBRINGEN, UM IN DEINEM JOB ERFOLGREICH ZU SEIN?

Begeisterung für den Beruf. Da man den Großteil des Tages mit der Arbeit verbringt, des Öfteren auch an Wochenenden und Feiertagen arbeiten muss, Überstunden ganz normal sind und man für diesen Einsatz vergleichsweise schlecht bezahlt wird, musst du echt mit Begeisterung dabei sein und vieles andere unterordnen.

## WO BIST DU AM KREATIVSTEN? WO KOMMEN DIE BESTEN IDEEN?

Am besten Ausdenken kann man mit einem guten Teampartner. Das ist auch das A und O, dass man so jemanden findet. Wenn du nur alleine bist, drehst du dich irgendwann nur noch im Kreis. Deswegen arbeiten wir ja immer in Teams. Ich verstehe mich mit meinem Texter wirklich sehr gut, wir können auch privat was machen und dabei schon wieder auf Ideen kommen. Und genau so kommen wir auch auf die besten Ideen, wenn wir ungezwungen irgendwo sitzen, meinetwegen im Biergarten, und drei bis vier Bier getrunken haben und uns über irgendwas unterhalten, und dann auf einmal etwas finden, an das wir vorher gar nicht gedacht haben. Es geht wirklich am besten, wenn du mit jemandem im Dialog stehst. Wenn ich A sage, sagt er B und gemeinsam kommen wir dann auf C. Wenn du alleine bist, sagst du immer nur A.

**„Ich brauche keine drei Millionen Menschen um mich herum. Ich brauche drei mit denen ich mich verstehe, da habe ich mehr davon.“**

## WO WILLST DU IN DEINEM LEBEN NOCH UNBEDINGT HIN?

Das hat jetzt mit der Arbeit gar nix zu tun, aber was ich demnächst mal wieder ganz gerne machen will, ist ein Roadtrip in Amerika mit meinem Bruder zusammen. Einfach rumfahren, mit dem Auto quer rüber von Ost nach West und auch ganz entlegene Sachen anschauen, das ländliche Amerika sehen. Ich bin nicht so der Großstadtmensch, deshalb wollte ich auch nicht in Berlin bleiben. Ich brauche keine drei Millionen Menschen um mich herum, ich brauche drei mit denen ich mich verstehe, da habe ich mehr davon.

Interview: Elisa Alber, Vera Daffner





„The Earphones Note“  
Verpackungsdesign für  
Panasonic Kopfhörer  
Agentur: Scholz & Friends  
2009/2010



„Lang Lang in Baden Baden“  
Veranstaltungsplakat für ein Konzert  
des chinesischen Pianisten Lang Lang  
Agentur: Scholz & Friends  
2007/2008





**„Die Layouts zeigen Tiere, die eine Party feiern, weil sie sich so freuen, dass die Natur geschont wird.“**

„The Happy Nature Lamp“  
Verpackungsdesign/Promotion für  
Panasonic Energiesparlampen  
Agentur: Scholz & Friends  
2012





„Twisted Motorcycles“  
Kampagne für Motorrad-  
Zahlenschlösser von BikeKing24  
Agentur: Scholz & Friends  
2012



„The longest lasting battery“  
Verpackungsdesign/Promotion  
für Panasonic Batterien  
Agentur: Scholz & Friends  
2011



1



2



1 „Runter vom Gas“  
Motive aus dem 3. und 4. Flight  
der „Runter vom Gas“ Kampagne  
des Bundesministeriums für Verkehr,  
Bau und Stadtentwicklung  
Agentur: Scholz & Friends  
2009/2010

2 „Typographische Verbrechen“  
Kampagne für eine redaktionelle  
Serie der Augsburgers Allgemeinen  
über die 18 schlimmsten Verbrechen  
in der Region Augsburg  
Agentur: Scholz & Friends  
2008

3 „Helfende Hände“  
Kampagne für den Arbeitgeber-Service  
der Bundesagentur für Arbeit  
Agentur: Scholz & Friends  
2009

4 „The Earphone Note“  
Verpackungsdesign für  
Panasonic Kopfhörer  
Agentur: Scholz & Friends  
2009/2010

3



4



**Danke  
KW Neun**

[www.kw-neun.de](http://www.kw-neun.de)

**Danke  
JUNG:Kommunikation**

[www.jungkommunikation.de](http://www.jungkommunikation.de)

**Danke  
brandoffice**

[www.brandoffice.com](http://www.brandoffice.com)

**Danke  
team m&m**

[www.team-mm.de](http://www.team-mm.de)



**Danke  
boesner**

[www.boesner.de](http://www.boesner.de)

**Danke  
Doris Binger  
Tom Ising**

für Zeit und Fachwissen

**Danke  
Ingrid Scholz**

für das Korrekturlesen

**Danke  
Sebastian Onufszak**

für die Titellillustration

### Animatic

Animatic bezeichnet eine vorläufige Version eines TV-Spots, in dem animierte Ausschnitte anstelle von Live-Schauspielern und realen Objekten verwendet werden. Dabei werden die Einzelbilder des Storyboards zusammengeschnitten und gegebenenfalls rudimentäre Dialoge und der Soundtrack hinzugefügt, um zu prüfen, ob das Timing der Dramaturgie im fertigen TV-Spot stimmt und Soundtrack und Film zusammen passen. [thefreedictionary.com](http://thefreedictionary.com), [wikipedia.org](http://wikipedia.org)

### Lookbook

Ein Lookbook ist eine anschauliche Sammlung von Fotografien, die eine Kollektion eines Designers zeigt, zusammengestellt für Marketingzwecke. [oxforddictionaries.com](http://oxforddictionaries.com)

### Keyframes

Keyframe, auch Schlüsselbild genannt, wird in der Animationstechnik verwendet. Durch einzelne Bilder bzw. Keyframes werden Bewegungsabläufe grob dargestellt, welche dann durch Zwischenbilder (Interframes) verfeinert, zu einer flüssigen Bewegung gestaltet werden. Diese Art der Bewegungskunst findet ihren Ursprung und ihre Anwendung in der Visualisierung von Comics und später dann in Zeichentrickfilmen. In modernen Schlüsselbildanimationen werden heutzutage nur noch die Keyframes angefertigt, das Erstellen der Interframes übernimmt ein entsprechendes Computerprogramm. [animation.about.com](http://animation.about.com), [wikipedia.de](http://wikipedia.de)

### Pitch

Ein Pitch ist die Präsentation der bisherigen Ausarbeitungen eines Werbe- oder Marketingunternehmens bei bereits bestehenden oder neu zu gewinnenden Kunden. Dabei treten verschiedene Agenturen in einen Wettbewerb um einen Kunden, bzw. Auftrag. [wirtschaftslexikon.gabler.de](http://wirtschaftslexikon.gabler.de)

### Deadline

Die Deadline (englisch wörtlich „Todeslinie“, eine Linie, die nicht überschritten werden darf, zu deutsch etwa: „Galgenfrist“) ist der letztmögliche Termin, bis zu dem eine Arbeit getan sein muss. Die Deadline bezeichnet also den Ablaufzeitpunkt einer Frist. [de.thefreedictionary.com](http://de.thefreedictionary.com)

### Freelancer

Das englische Wort Freelancer wird in gängigen Wörterbüchern mit Freiberufler/-in, freier Mitarbeiter übersetzt. Ursprünglich ein Söldner, der seine „Lanze“ gegen Bezahlung einsetzte, aber nicht fest an eine bestimmte Armee gebunden war, steht der Begriff seit ungefähr hundert Jahren für diejenigen, die auf eigene Rechnung tätig sind. [freelancer-international.de](http://freelancer-international.de)



Innenhof der Fakultät für Gestaltung

#### Studiengänge

##### Bachelor

##### Kommunikationsdesign

Bewerbung bis 15. Juni  
Zulassung nur zum Wintersemester  
Online-Bewerbung  
Mappe  
Eignungsprüfung

##### Bachelor

##### Interaktive Medien

Bewerbung bis 15. Juni  
Zulassung nur zum Wintersemester  
Online-Bewerbung  
Konzeptarbeit  
Eignungsprüfung

##### Master

##### Design- und Kommunikationsstrategie

Bewerbung bis 15. Juni (Wintersemester)  
bzw. bis 15. Dezember (Sommersemester)  
Online-Bewerbung  
Portfolio  
Motivationsschreiben  
Eignungsprüfung

##### Master

##### Interaktive Mediensysteme

Bewerbung bis 15. Juni (Wintersemester)  
bzw. bis 15. Dezember (Sommersemester)  
Online-Bewerbung  
Motivationsschreiben  
Eignungsprüfung

#### Fachgebiete

Fotografie  
Gamedesign  
3D-Gestaltung  
Grafikdesign  
Identity Design  
Illustration  
Informationsdesign  
Interdisziplinäre Gestaltung  
Interfacegestaltung  
Mobile Experience  
Usability  
Schrift  
Textgestaltung  
Typografie  
Werbung  
Zeichnen  
Zeitbasierte Medien

#### Kontakt

Hochschule Augsburg  
Postfach 11 06 05  
86031 Augsburg

Fakultät für Gestaltung  
Friedberger Str. 2  
86161 Augsburg

Telefon 0821/55 86 34 01  
Fax 0821/55 86 34 22  
[www.hs-augsburg.de/gestaltung](http://www.hs-augsburg.de/gestaltung)  
[gestaltung@hs-augsburg.de](mailto:gestaltung@hs-augsburg.de)



Susanne Krinke  
Produktdesign und Grafik

Miriam Frank  
Tätowierungen

Mara Weyel  
Art Direction

Deneke von Weltzien  
Werbung

Mirko Borsche  
Editorial und Werbung

**Danke  
Joh. Walch**

**Sie haben  
uns verlassen, aber  
wir sprechen  
noch miteinander.**

**Acht Augsburger Ehemalige im Interview.**