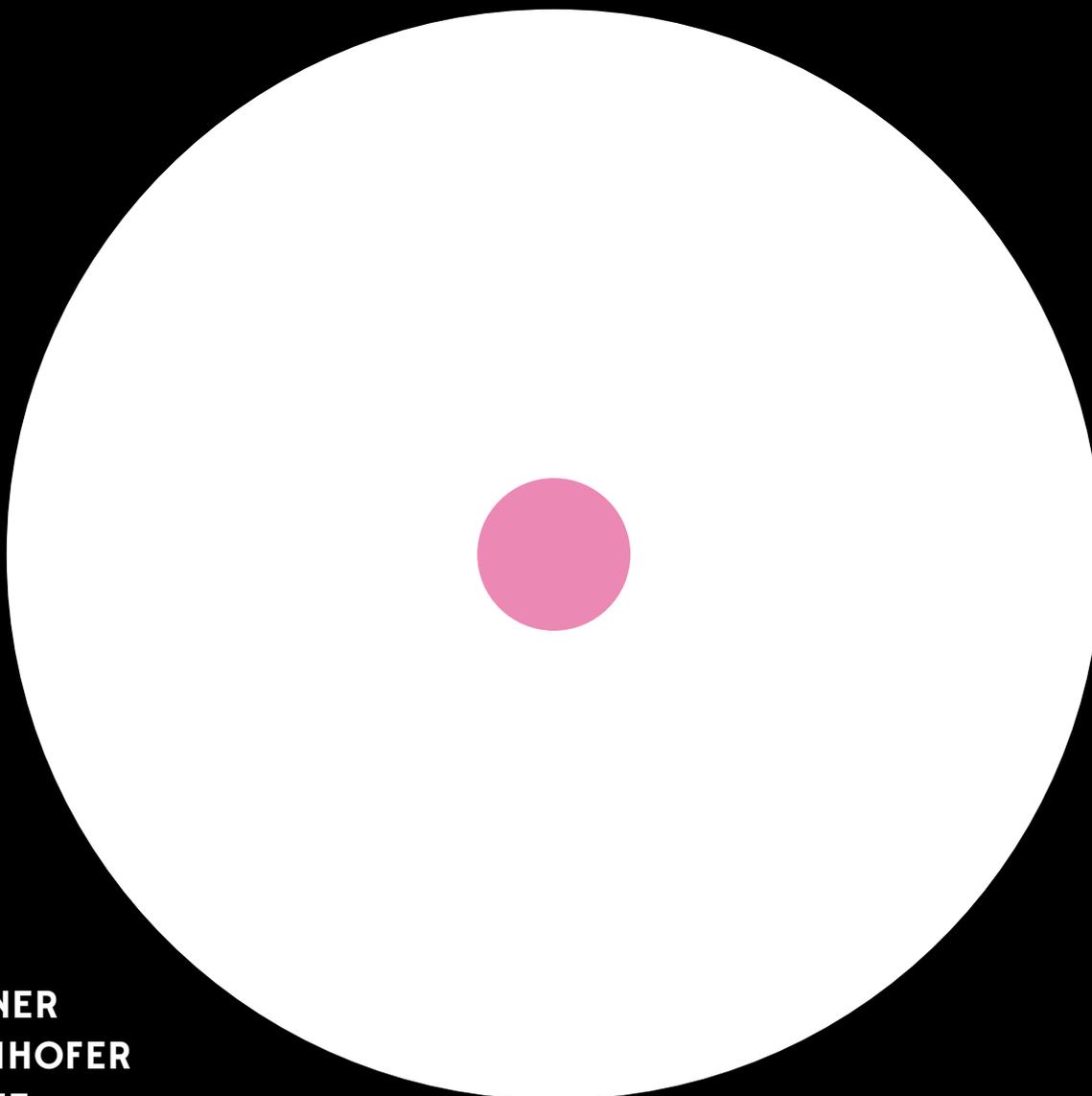


e

X

FRAUEN SPECIAL



SIXT
KIRCHNER
GEISENHOFER
KRUSCHE
WILSMANN
ORSCHULKO
OTTO
KULOT
DOTH

NEUN

GESTA

LTER

INNEN

JA, WO SIND SIE DENN ALLE?

Fensterblick aus der Fakultät für Gestaltung

GASTKOMMENTAR



Von Muttis, Amazonen und anderen Kellerkindern.

Aktive Frauen bestraft das Theater gern mit grausigen Schicksalen. Shakespeare lässt seine machthungrige Lady Macbeth zuerst in blutrünstige Phantasien, dann in Wahnsinn und Selbstmord stürzen. Kleists Amazonenkönigin Penthesilea zerfleischt zuerst im (Liebes)Wahn den Geliebten auf dem Schlachtfeld und kommentiert das dann mit den wohl schönsten Versen deutscher Dramendichtung: „So war es ein Versehen. Küsse, Bisse, / Das reimt sich, und wer recht von Herzen liebt, / Kann schon das Eine für das Andre greifen.“ Auch sie bringt sich daraufhin natürlich um. Ach, ja – Theaterdonner eben. Gerade begleite ich dramaturgisch eine mehrteilige Tanztheaterproduktion über solche Frauen. Daher die seltsame Einleitung. Sorry.

Da geht die Wirklichkeit als Autorin subtiler vor. Wenn eine Frau an eine staats„männische“ Position gelangt, wird sie medial zur asexuellen „Mutti“ wie Merkel oder zur „Eisernen Lady“ wie Thatcher umoperiert. Dass Frau sich ihrer Weiblichkeit entledigen muss, um an die Macht zu kommen, wusste schon Lady Macbeth, als sie die Geister anrief: „Entweibt mich hier.“

Zum Glück, liebe Designerinnen, gibt's trockene Statistiken. Wie die der Human Resources Management-Studie des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen (GWA). Von 2009 bis 2014 sei der Anteil der Frauen in Werbe- und Kommunikationsagenturen von 58 auf 62 Prozent angestiegen. Vier Prozent in fünf Jahren! Hurra! Absolute Mehrheit! Jauchzet und frohlocket! Tja, wenn da nur nicht dieser blöde andere Teil der statistischen Arithmetik wäre. Im selben Zeitraum ging der Frauenanteil in Agentur-Führungspositionen von 16 auf 12 Prozent zurück. Mich erinnert das an Kellerkinder, die nur mal sonntags zu Kaffee und Kuchen ins Wohnzimmer hochdürfen. Die übrige Zeit schippen sie unten die Kohlen, damit die oben es schön warm haben. Ich könnte schreiben.

In diesem Magazin wurde Carina Orschulko gefragt: „In unserem Studiengang sind deutlich mehr Frauen, und wir fragen uns, wo sind die danach alle.“ Fast unheimlich ihre Antwort: „Von meinen Kommilitonen weiß ich schnell gesagt keine, die einen Laden hat wie wir. Ich kenne einige Mütter und ein paar Grafikerinnen und Illustratorinnen, die freiberuflich arbeiten. Das ist echt ein Thema. Frau verschwindet ganz gerne.“ Ein Gänsehautsatz, der mich frösteln macht: Frau verschwindet ganz gerne. Aber wohin? Und wer bringt sie denn zum Verschwinden? Und wie?

Nun, blättert man das Magazin durch, so scheinen einige wohl ein Rezept gegen diese Schwindtsucht gefunden zu haben. Gewiss kenne ich nicht alle Zutaten, aber einige sind mir beim Lesen und Schauen doch aufgefallen. Strotzende Energie und trotzige Leidenschaft. Zähe Arbeits- und unermüdliche Schaffenskraft. Frühaufstehen, Hunde und Kinder. Zielstrebigkeit und Flexibilität zugleich. Enttäuschungen als Motivation. Ein sturzsicheres Fundament an Können und die Lust am Weiterlernen. Arbeiten, die – nein, nicht ihren Mann –, sondern ihre Frau stehen. Die bringt man nicht so leicht zum Verschwinden. Das alles mit einer bewunderswert selbstverständlichen Weiblichkeit (wohlverstanden: nicht einer von Männern phantasierten, sondern selbst gelebten). Kurz – Weibals Vorbilder. Und das eben nicht nur für Frauen.

Deswegen unterzeichne ich auch gern diesen Kommentar mit geschlechtsneutralem Kurz- als Vornamen. Denn ob Mann oder Frau dürfte nun echt schnurz sein.

Uli Fleischmann

Uli Fleischmann hat an der Fakultät für Gestaltung der Hochschule Augsburg eine Professur für Angewandte Kultursemiotik.

INHALT



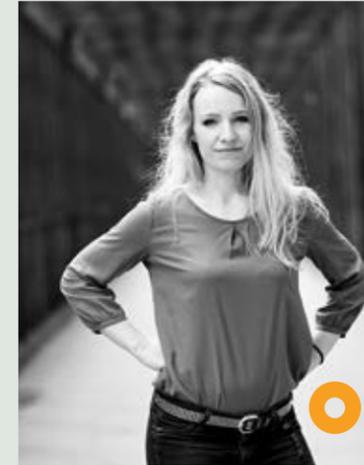
006 BETTINA OTTO



018 EVA KRUSCHE



032 CARINA ORSCHULKO



046 NINA WILSMANN



060 KATJA KIRCHNER



074 STEFANIE SIXT



092 JUTTA GEISENHOFER



106 NADJA DOTH



122 DANIELA KULOT

INHALT

GASTKOMMENTAR

002

INHALT

004

INTERVIEWS

006

DESIGNLEXIKON

136

NACHWORT

138

IMPRESSUM

139

FAKULTÄT FÜR GESTALTUNG

140

BETTINA



Die Akademie der bildenden Künste in München



OTTO

Wer einen Blick auf Bettinas Portfolio wirft, erkennt schnell, dass sie schon für ganz große Namen gearbeitet hat: Für Porsche und für die Pinakotheken, für Seat und für Sky TV, für MAN und Osram hat sie Gestaltungssysteme entwickelt, Kommunikationskonzepte ausgearbeitet, Image-Broschüren gestaltet und Corporate Designs entworfen. Als Senior Director für das Münchener KMS Team leitet sie über viele Jahre Design-Teams und koordiniert Gestaltungsprozesse. Mit großem Erfolg. Trotzdem verabschiedet sie sich aus dem Agenturleben und beginnt etwas Neues.

b

Im Interview mit **e x** erzählt sie, wieso ihre acht Agenturjahre wie im Flug vergangen sind, weshalb Kreative Nachtmenschen sind und warum zum Design unbedingt ein Genussfaktor gehört.

TEAMLEADERIN MIT LEHRAUFTRAG

ES RIECHT NACH KUNST, NACH FRISCHER FARBE, NACH LÖSUNGSMITTEL UND NACH WERKSTATT, ALS WIR BETTINA OTTO IN DER MÜNCHENER AKADEMIE DER BILDENDEN KÜNSTE TREFFEN. SIE BEGRÜSST UNS HERZLICH AN IHRER NEUEN ARBEITSSTÄTTE UND FÜHRT UNS IN EINEN RUHIGEN RAUM. ZWISCHEN RIESIGEN PAPPWÄNDEN UND REGALEN LÖCHERN WIR SIE MIT UNSEREN FRAGEN.

WAS HAT DIR AM STUDIUM IN AUGSBURG AM MEISTEN GEFALLEN?

Mir hat die Kombination gefallen, einerseits angewandt, andererseits aber auch frei arbeiten zu können. Und die Typografie in Augsburg war auch toll. Ich komme ja aus München und bin wegen Typografie und Schrift nach Augsburg gegangen.

WOLLTEST DU SCHON IMMER DESIGNERIN WERDEN?

Eigentlich schon. Deswegen habe ich Leistungskurs Kunst gewählt. Früher hat ein Dozent in Augsburg immer gesagt: „Der Künstler macht, was er will, der Designer will, was er macht.“ Das fand ich ganz passend, denn ich wollte nicht irgendetwas gestalten, sondern im Kontext gestalten. Ich kann nicht aus dem Off heraus ein Bild malen oder ein Plakat entwerfen. Und das war in Augsburg möglich. Typografie bei Herrn Frost war toll, weil wir erst inhaltliche Konzeption gemacht haben und darauf basierend dann die Gestaltung.

DU HAST SCHON WÄHREND DEINES STUDIUMS FÜR EIN MAGAZIN GEARBEITET. HAT DIR DAS SPÄTER GEHOLFEN?

Ja, ich war bei der Bildredaktion von „Marie Claire“. Die Arbeit damals war natürlich ganz anders als heute, aber mir hat es sehr geholfen, bei den Redaktionssitzungen dabei zu sein und die Verlagsarbeit kennenzulernen. Und meine Verbindung zu dem Verlag Condé Nast kam so zustande.

UND WIE HAST DU DAS ZEITLICH HINBEKOMMEN?

Die ersten zwei Jahre bis zum Vordiplom waren ziemlich kompakt, da ging gar nichts. Danach hatten wir mehr Freiheiten im Studium und konnten dann auch Aufträge übernehmen.

„Früher hat ein Dozent in Augsburg immer gesagt: Der Künstler macht, was er will, der Designer will, was er macht.“



DU WARST WÄHREND DEINES STUDIUMS AUCH EIN HALBES JAHR IM AUSLAND, IN BOLOGNA UM GENAU ZU SEIN.

Ja, ich habe damals mein Studium für ein ganzes Jahr unterbrochen, um ein halbes Jahr Praktikum zu machen und dann an der Kunstakademie Bologna zu studieren. Ich wollte freier arbeiten, radieren, fotografieren, zeichnen. Ich fand es spannend, aus diesem ganzen Grafik-Kontext rauszugehen.

MIT DEINEM DIPLOM IN DER TASCHE BIST DU DANN BEI DER MÜNCHENER AGENTUR KMS TEAM GELANDET, RICHTIG?

Genau. Dazwischen habe ich noch ein Jahr als Fotografin gearbeitet. Danach habe ich mich bewusst bei KMS TEAM beworben, denn ich wollte in eine große Branding-Agentur. Ich hatte Glück, denn ich wurde direkt genommen, aber man hat in Augsburg ja auch eine gute Ausbildung. Das war nicht schwer.

WIE WICHTIG SCHÄTZT DU DIE AGENTUR-ERFAHRUNG NACH DEM STUDIUM EIN?

In einer Agentur kann man wichtige Gestaltungsprozesse lernen und verinnerlichen. Die Arbeit in einem Team ist wertvoll, denn jedes Mitglied hat ein eigenes Portfolio, eigene Erfahrungen und eigene Schwerpunkte. Wenn ich ein Team zusammengestellt habe, habe ich geschaut, dass Leute mit verschiedenen Schwerpunkten zusammenarbeiten. Ich glaube, dass wäre in einem kleinen Büro nicht möglich.

INSGESAMT HAST DU ACHT JAHRE FÜR KMS TEAM GEARBEITET, ZUNÄCHST ALS DESIGNERIN, DANN ALS SENIOR DIRECTOR UND SPÄTER HATTEST DU SOGAR EIN EIGENES TEAM. WIE SIEHT DER ARBEITSALLTAG EINES SENIOR DIRECTORS AUS?

Als Senior Director habe ich innerhalb eines Teams gearbeitet und Kunden oder Projekte zugeteilt bekommen. Ich war dann für den gesamten Gestaltungsprozess verantwortlich, natürlich immer in

Rücksprache mit dem Design Director und dem Geschäftsführer. Meistens hatte ich noch ein oder zwei Designer, die mich unterstützten. Zusätzlich finden viele Meetings statt: Mit dem Gestaltungsteam, mit dem Text-Team, mit der Produktion.

„Ich glaube, man wird keine Agentur mit schlechter Kaffeemaschine finden.“

DANK DER PROJEKTMANAGER KÖNNEN SICH DESIGNER ALSO KOMPLETT AUF DIE GESTALTERISCHE ARBEIT KONZENTRIEREN?

Genau. Das ist ein großer Vorteil. Die Projektmanager übernehmen alle administrativen Aufgaben, telefonieren mit dem Kunden, schreiben die Angebote, machen die Abrechnung. Deswegen kann sich der Designer wirklich auf's Design konzentrieren.

HATTEST DU JEMALS DARAN GEDACHT, SELBSTSTÄNDIG ZU WERDEN?

Schon, aber die Jahre in der Agentur blieben immer spannend. Durch ständig neue Kunden wurde der Job nie eintönig. Ich habe sehr viele Erfahrungen sammeln können und unterschiedliche Entwicklungsstufen kennengelernt: Als erstes war ich Designerin, dann Senior Designerin und habe eigene Kunden betreut. Und danach wurde ich Design Director und habe ein eigenes Corporate-Design-Team geleitet.

DU HAST VOR KURZEM BEI KMS AUFGEHÖRT UND UNTERRICHTEST JETZT AN DER AKADEMIE. WIE KAM ES DAZU?

Es war an der Zeit, etwas anderes zu machen, denn ich wollte noch andere Bereiche des Designs

kennenlernen. Ich habe schon während meiner Agenturzeit Workshops für die Studenten gehalten. Daraus ist jetzt ein Lehrauftrag geworden, den ich semesterübergreifend anbiete. Und es macht mir Spaß nach acht Jahren einfach mal was Neues zu machen.

ANGENOMMEN DU HÄTTEST EINEN ZEIT-UMKEHRER: WÜRDEST DU ALLES NOCHMAL GENAUSO MACHEN ODER GIBT ES EINEN PUNKT, WO DU SAGEN WÜRDEST, „DAS HÄTTE ICH ANDERS GEMACHT?“

Hmm ... Da muss ich mal überlegen. Ich hätte alles mehr genossen, glaube ich. Ich hätte es nicht unbedingt anders gemacht, aber alles mit weniger Stress und mit etwas mehr Gelassenheit. Als ich in Bologna war, dachte ich: Oh Gott, ich mache zu wenig Grafik. Und im Nachhinein hätte ich es dort einfach mehr genießen können.

WARUM IST MAN NACHTS AM KREATIVSTEN?

Vielleicht weil Gestaltung ein Prozess ist, der Zeit braucht. Manchmal überlegt man drei Tage lang und dann fällt einem nachts plötzlich etwas ein. Ich kann nicht sagen, ob ich in den acht Stunden in der Agentur die gute Idee habe oder erst in den zwei Stunden am Wochenende, in denen ich mich nochmal damit beschäftige. Aber ja. Das ist lustig. Irgendwie ist es bei den Kreativen oft so, dass es eher Nachtmenschen sind als Tagmenschen. Auch bei mir ist es so, dass ich nur unter Druck arbeiten kann und es bis zum letzten Moment rauszögere. Und dann wird es meistens nachts. Über die Jahre habe ich aber Tools entwickelt, die den kreativen Prozess fördern, zum Beispiel Gedankenbrücken oder Assoziationsketten bilden.

WIE LÄSST SICH DAS MIT DEM AGENTUR-ALLTAG VEREINBAREN?

Im Agenturalltag hat man sowieso tagüber mehr mit Alltagsarbeit zu tun als mit super kreativen Ideen. Es sind vielleicht fünf Prozent Kreation und 95 Prozent Arbeit, die dahinterstehen. Verdammst viel knochenharte Arbeit. Und ob die Idee dann der Prak-

tikant, der Art Director oder der Texter hatte, das ist völlig egal.

WAS HÄLTST DU VON DEM PHYSIKALISCHEN GESETZ, NACH DEM KAFFEE VOM KÖRPER IN KREATIVITÄT UMGEWANDELT WIRD?

[lacht herzlich] Ja, das ist wahrscheinlich so. Und nach dem achten Kaffee in der Agentur hofft man immer noch, dass jetzt die zündende Idee kommt. Eine defekte Kaffeemaschine, das ist ein Alptraum in einer Agentur. Und ich glaube, man wird keine Agentur mit schlechter Kaffeemaschine finden. Das ist auch das Erste was ich letztes Jahr zu Hause angeschafft habe: eine neue, gute Kaffeemaschine. [lacht]

- 1979 Geboren in München
- 2005 Abschluss HS Augsburg Kommunikationsdesign
- 2006 KMS TEAM, München Design Director
- 2014 Lehrauftrag, Akademie der bildenden Künste, München

HERZLICHEN DANK FÜR DAS INTERVIEW SAGEN CHRISTOPHER DÄNE UND ELENA TSCHAFFON.



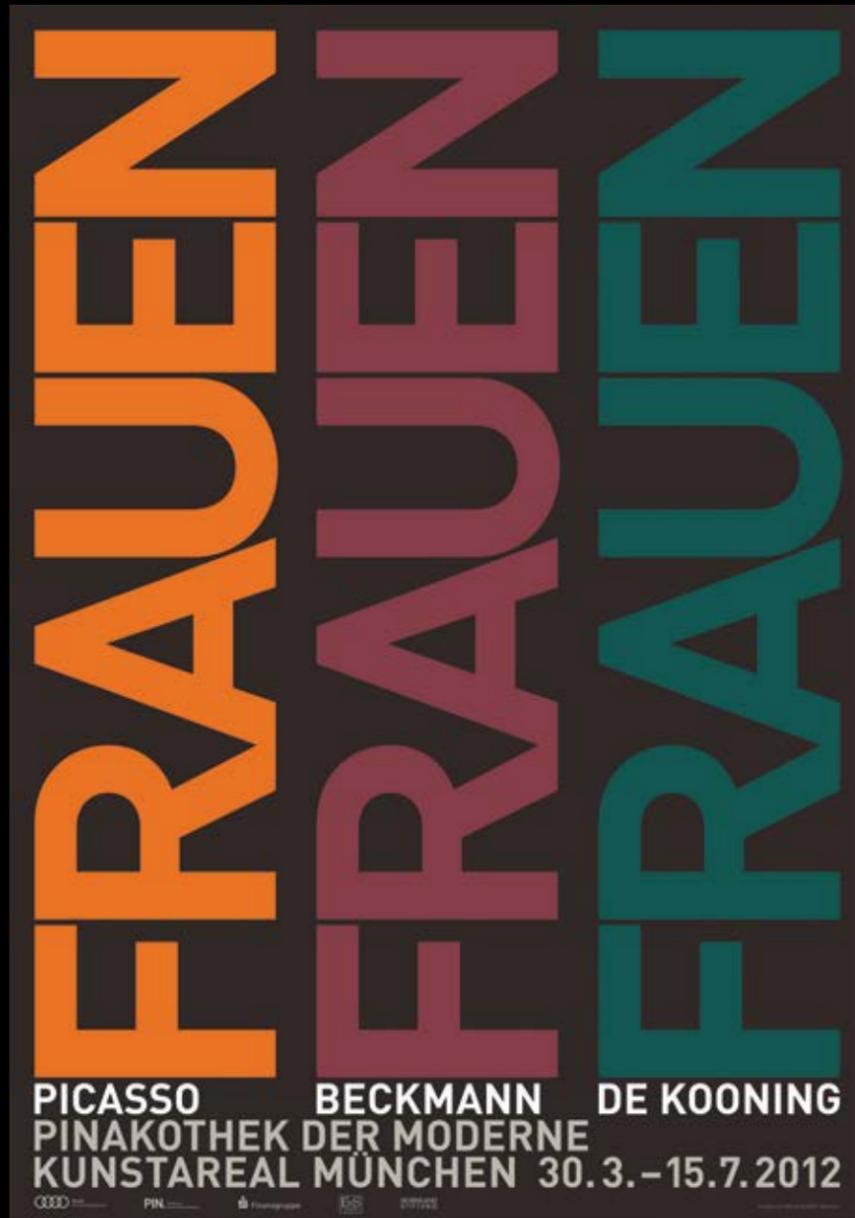
12 - 13



„Ob die Idee der Praktikant, der Art Director oder der Texter hatte, das ist völlig egal.“

©KMS TEAM, Corporate Design Entwicklung für KORMARAN, 2014

©KMS TEAM Corporate Design für MAN Nutzfahrzeuge, 2009



©KMS BLACKSPACE Erscheinungsbild für die bis dahin größte Ausstellung in der Pinakothek der Moderne in München, 2012





©KMS TEAM Corporate Design
Entwicklung für Schneider Schreibgeräte, 2010



©KMS TEAM Corporate Design
Entwicklung für Porsche Motorsport, 2008



©KMS TEAM Corporate Design Entwicklung für Sitrak, 2011



©KMS TEAM Geschäftsbericht für die OSRAM Licht AG, 2013



©KMS TEAM Plakatgestaltung
Ausstellung „Seession“
Museum Villa Stuck, 2008



©KMS TEAM
Geschäftsbericht für
pbb Deutsche
Pfandbriefbank, 2012

Graphis Poster Annual New York,
Gold Award, 2009





Evas Atelier im aufgeräumten Zustand

EVA



Beckhoff
ul. Block
skulptur

Eva ist freischaffende Malerin und Illustratorin. Sie schätzt nichts mehr als die Freiheiten in ihrem Beruf. Mit Mann und Kind lebt sie im idyllischen Emersacker bei Augsburg in einem verschachtelten Fachwerkhäuschen mit buntem Klingelschild und Kinderschubkarre im Garten.

Im Gespräch mit ihr erfahren wir, wieso sie die Acrylmarker von Molotow gerne heiraten würde, warum Arbeitgeber nicht unbedingt familienfreundlich sind und dass es tatsächlich Gestalter gibt, die freiwillig um acht Uhr in der Früh mit der Arbeit beginnen.



MALEN, MALEN, MALEN



BUCHSTÄBLICH BIS UNTER DIE DACHSPITZE STAPELN SICH IN EVAS ARBEITSZIMMER FARBENFROHE ILLUSTRATIONEN AUF LEINWÄNDEN, HOLZPLATTEN, SKATEBOARDS UND VESPERBRETTERN. WIR KÖNNEN GAR NICHT ANDERS, ALS WÄHREND UNSERES EINSTÜNDIGEN INTERVIEWS IMMER WIEDER STAUEND UM UNS ZU BLICKEN.

LIEBE EVA, SCHÖN DASS WIR HIER SEIN DÜRFEN. DU HATTEST ERST LETZTES WOCHENENDE EINE AUSSTELLUNG IN DEINEM EIGENEN HAUS. WIE LIEF'S DENN?

Sehr gut lief's. Davor war ich sehr aufgeregt, weil ich absolut nicht einschätzen konnte, wer zu uns aufs Land fährt um sich meine Bilder anzusehen. Es waren jede Menge interessierte Leute da und gut verkauft habe ich auch.

WENN MAN ÜBER DEINE WEBSITE KLICKT, FÄLLT SOFORT EINE LANGE LISTE VON AUSSTELLUNGEN AUF, BEI DENEN DEINE ARBEITEN ZU SEHEN WAREN. KANNST DU DICH NOCH AN DEINE ALLERERSTE AUSSTELLUNG ERINNERN?

Das war eine ganz coole Geschichte: Wir waren damals immer in so einem kleinen Café in Kaufbeuren, das hieß „Ernestos In-Treff“ [lacht]. Die Besitzer hatten einen Wintergarten und da haben wir uns immer getroffen, geraucht und gequatscht. In der Zeit habe ich viel in mein Skizzenbuch gezeichnet. Der Besitzer hat das zufällig gesehen und meinte: „Whoa, das ist ja super!“ und dann hab ich ihm erzählt, dass ich zu Hause auch Bilder male. Er hat mir angeboten, spontan bei ihm auszustellen. So

kam meine erste Ausstellung zu mir. Von da an hatte ich eigentlich jedes Jahr mindestens eine Ausstellung.

WAR DIR DENN ZU DEM ZEITPUNKT SCHON KLAR, DASS DU KOMMUNIKATIONSDESIGN IN AUGSBURG STUDIEREN WILLST?

Ne. Ich hab' ziemlich früh das Gymnasium abgebrochen, weil ich Schule und lernen doof fand. Studieren wollte ich sowieso nicht, sondern Bühnenmalerin werden, deswegen habe ich ein Praktikum am Staatstheater am Gärtnerplatz in München gemacht. Aber auch da habe ich schnell gemerkt, dass mir das zu unfrei ist. Ich wusste nicht so recht, was ich machen sollte und bin dann mit knapp 18 nach Augsburg gezogen, um mein Fachabi an der FOS zu machen. Da kam irgendwie doch eins zum ändern. Ich habe meine Arbeiten zusammen gepackt und Professor Buflers Mappenberatung besucht. Dem haben meine Sachen super gefallen und er hat mich ermutigt, mich zu bewerben.

„Vertraut auf euch.
Wagt etwas, wenn ihr
davon überzeugt seid.“

DEIN ABSCHLUSS IST JETZT AUCH SCHON FÜNF JAHRE HER. WENN DU ZURÜCKBLICKST, WER ODER WAS HAT DICH IM STUDIUM AM MEISTEN GEPRÄGT?

Auf jeden Fall der Professor Loos, der war ein „Volle-Kanne-Unterstützer“ meiner Sachen. Und die Freiheit, die ich im Studium hatte. Die Sachen, die mich weniger interessierten, liefen auf Sparflamme. Dadurch hatte ich so viel Zeit für mich, um zu malen. Bereits während des Studiums konnte ich so schon an

einigen Aufträgen arbeiten. Das war eigentlich auch das Tolle, dass ich mich wirklich fünf Jahre ohne Druck weiterentwickeln konnte. Ich bekam Bafög und habe mit Aufträgen immer ein bisschen dazu verdient. So hat's finanziell immer gut funktioniert.

WAS WÜRDEST DU DEN JETZIGEN STUDENTEN RATEN, WELCHE CHANCEN SOLLTEN UNBEDINGT GENUTZT WERDEN?

Traut euch Sachen zu machen, von denen ihr selbst überzeugt seid. Auch wenn es anderen vielleicht nicht gefallen könnte. Also einfach mutig sein, weil ja noch nicht der Lebensunterhalt davon abhängt.

DU SCHEINST DEIN STUDIUM WIRKLICH GENOSSEN ZU HABEN. WAS KAM DENN NACH DEINEM DIPLOM?

Puh, ja so viel hat sich erst mal gar nicht verändert. Überhaupt nichts eigentlich. Ich bin in meiner Wohnung geblieben, in der ich auch mein Atelier hatte. Ich hab immer gemalt und zwischendurch halt meine „Auftrügelchens“ abgearbeitet. Irgendwann bin ich dann mit meinem Freund und jetzigen Mann zusammengezogen. Beim Malen bin ich ziemlich diszipliniert. Ich bin um acht Uhr morgens aufgestanden, in's Atelier gegangen und hab bis vier oder fünf Uhr abends gemalt. Von Montag bis Freitag. Und manchmal darüber hinaus. Das hat sich verändert, als mein Sohn auf die Welt kam. Ich musste mir zeitlich eine komplett andere Arbeitsweise zulegen. Nachdem ich Juri morgens in die Kinderkrippe gebracht habe, eile ich nach Hause und los geht's. Malerklamotten an und malen, malen, malen. Das ist meine Arbeit.

IHR SEID INZWISCHEN EINE KLEINE FAMILIE MIT HAUS UND GARTEN. SAG MAL, KANNST DU DENN „NUR“ VON DEINER KUNST LEBEN?

Ja! Auf jeden Fall, ja! Andere Aufträge, wie zum Beispiel Logos, mach ich nicht so wahnsinnig gerne, die mach ich dann tatsächlich nur wegen des Geldes. [Zwischendurch tapst ein rotbäckiger kleiner Junge in den Raum, grinst frech und rennt weiter.]



WIR HABEN JA GERADE DEINEN SOHN GESEHEN. IST ES SCHWIERIG FÜR FRAUEN, KARRIERE UND FAMILIE UNTER EINEN HUT ZU BEKOMMEN?

Ja, das ist auf jeden Fall schwierig. Ich versuche beides zu schaffen. Aber ich merke immer wieder, dass ich viel zu wenig Zeit zum Malen finde. Mein Vater hat mir am Anfang unter die Arme gegriffen und mir ein wenig Freiraum zum Malen verschafft. Und seit Juri in der Krippe ist, hab' ich ja wieder ein wenig mehr Zeit zum Arbeiten. Trotzdem ist mir das zu wenig. Toll wäre, wenn ich eben wirklich so viel Kohle verdienen würde, dass mein Mann komplett zu Hause bleiben könnte. Aber dem geht es ja wie mir, der will auch arbeiten. Also wir versuchen es inzwischen so hinzubekommen, dass er als Fotograf nur eine Vier-Tage-Woche hat. Aber die Arbeitgeber sind da auch nicht sonderlich begeistert.

„Ich habe ein grobes Bild im Kopf und schau, was dabei rauskommt. Manchmal wundert's mich selbst.“

WIE WÜRDEST DU EINEN GANZ GEWÖHNLICHER ARBEITSTAG IM LEBEN DER EVA KRUSCHE BESCHREIBEN?

Kaffee, Wasser, Tablett, hier hoch, Emails checken, Bayern Zwei an [lacht] und los geht's. Malen bis um 12 und dann umziehen und den Sohnmann abholen.

DA KOMMT ES DIR SICHER ZUGUTE, DASS DU SELBSTSTÄNDIG BIST. WIESO HAST DU DICH FÜR DIESEN WEG ENTSCHEIDEN?

Ich bin da einfach so reingeschlittert. Ich finde es super beeindruckend, wie manch andere das selbst auf die Beine stellen, Eigenwerbung machen und alles Drum und Dran. Das musste ich eigentlich nie. Nur jetzt, nach der Babypause, muss ich wieder mehr Präsenz zeigen. Dafür war die Ausstellung am Wochenende perfekt. „Hallo, ich bin wieder zurück! Ich bin nicht nur eine Mami, die hier auf dem Land lebt. Ich male immer noch!“ Die Selbstständigkeit war also nie eine bewusste Entscheidung, es lief einfach und läuft immer noch. Und ich bin sehr froh darüber. Ich genieße die Freiheit und dass mir keiner sagt, was ich wie machen soll.

DAS MERKT MAN DEINEN ARBEITEN AN, WENN MAN SICH HIER UMSIEHT. WANN BIST DU AM KREATIVSTEN?

Immer dann, wenn ich nicht müde bin. Oder hungrig. Dann geht gar nichts und ich bin schrecklich schlecht gelaunt. Sonst geht's echt immer. Das Leben mit allem was dazugehört inspiriert mich.

DU HAST ALSO NIE BLOCKADEN, BEI DENEN NICHTS MEHR GEHT?

Nö, wenn ich Zeit habe, dann geht's immer. Wie gesagt: Außer ich bin müde. Das ist ganz schlimm. Ich war nie ein Nachtmensch, auch nicht während des Studiums. Alle anderen haben immer Nachtschichten eingelegt und ich hatte meine Arbeiten meistens schon zwei Wochen vorher abgabefertig. Unter Druck funktioniert bei mir aber nichts.

MIT WELCHEN MATERIALIEN ARBEITEST DU AM LIEBSTEN?

Am liebsten arbeite ich mit Acryl. Tusche benutze ich auch gerne und dann eben verschiedene Untergründe: Leinwand, Holzplatten, Vesperbrett... Meine absoluten Lieblinge sind aber diese Acrylmarker

von Molotow aus dem Graffitishop. Die haben mir eine komplett neue Welt eröffnet. Molotow, ich würd' sie gerne heiraten, alle! Würde ich wirklich, die sind so super.

„Die Selbstständigkeit war nie eine bewusste Entscheidung, es lief einfach und läuft immer noch.“

STECKT HINTER DEINEN WERKEN EIN LANGE VORBEREITETES KONZEPT?

Nee, also ich bin kein Konzeptkünstler, ich habe nicht eine feste Idee im Kopf und setze das dann eins zu eins um. Ich bin eher eine Gefühlsmalerin. Ich habe ein grobes Bild im Kopf und schaue, was dabei rauskommt. Manchmal wundert's mich selbst. Das entsteht immer alles durch ständiges Rumprobieren. An meinen neuesten Sachen kann man das gut erkennen. Ich male ein Bild komplett fertig und male dann nochmal ein anders Bild darüber. Ich nenne sie „Vielschichtigkeiten“.

DU HAST VORHIN ERWÄHNT, DASS DU AM WOCHENENDE GUT VERDIENT HAST. IST ES DIR AM ANFANG DENN SCHWER GEFALLEN, PREISE FESTZULEGEN?

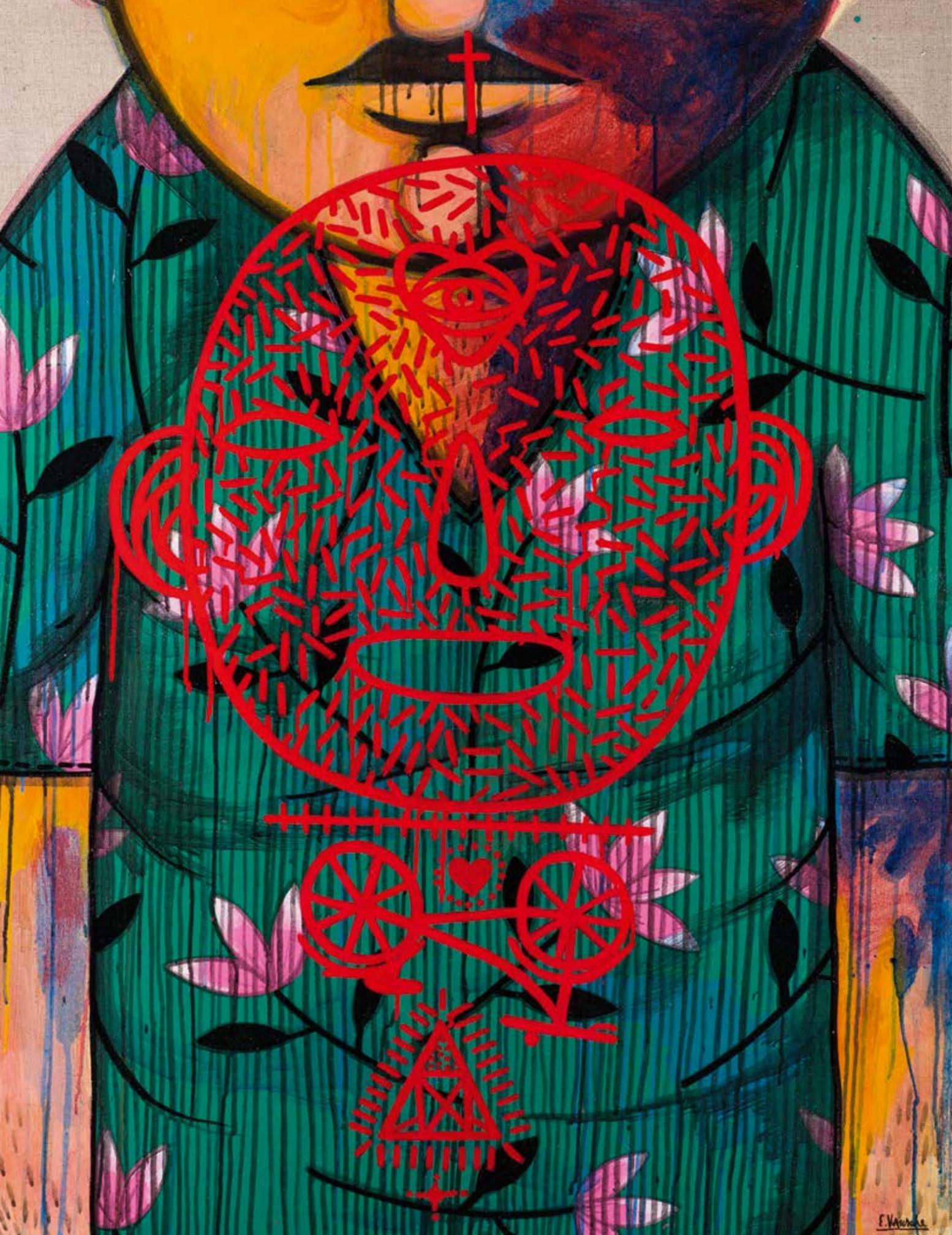
Am Anfang fand ich es total komisch für die eigenen Arbeiten Geld zu verlangen. Ich glaube, ich war immer viel zu günstig. Inzwischen werde ich mit den Bildern alle zwei Jahre ein bisschen teurer. Und bei meinen Illustrationen habe ich Stundenhonorare festgesetzt. Ich verlange 50 Euro und bin damit bisher gut gefahren.

TATSÄCHLICH SIND WIR SCHON AM ENDE DES INTERVIEWS. EINE KLEINE ABSCHLUSS-FRAGE HABEN WIR ABER NOCH AN DICH: WAS IST DEIN TRAUM FÜR DIE ZUKUNFT?

Hm, also eigentlich so weitermachen wie bisher. Ich würde gerne ein bisschen mehr von meinen eigenen Bildern verkaufen und sonst fände ich es toll, wenn alles so bliebe wie jetzt. [lacht]

- 1985 Geboren in Schongau
- 2010 Abschluss HS Augsburg Kommunikationsdesign
- 2010 Selbstständige Illustratorin und Malerin

HERZLICHEN DANK FÜR DAS INTERVIEW SAGEN IRIS SCHMITT UND MELINA OPPELT.



EVA KRUSCHE



„pinkandblue_1“
Tusche und Acrylmarker auf Papier, 30 x 21 cm
2015



„In meiner Hand“
Mischtechnik auf Holz, 70 x 50 cm
2013

„Mein Zirkel“
Mischtechnik auf Leinwand, 120 x 90 cm
2015

**„Ich genieße die Freiheit,
dass mir keiner sagt,
was ich wie machen soll.“**



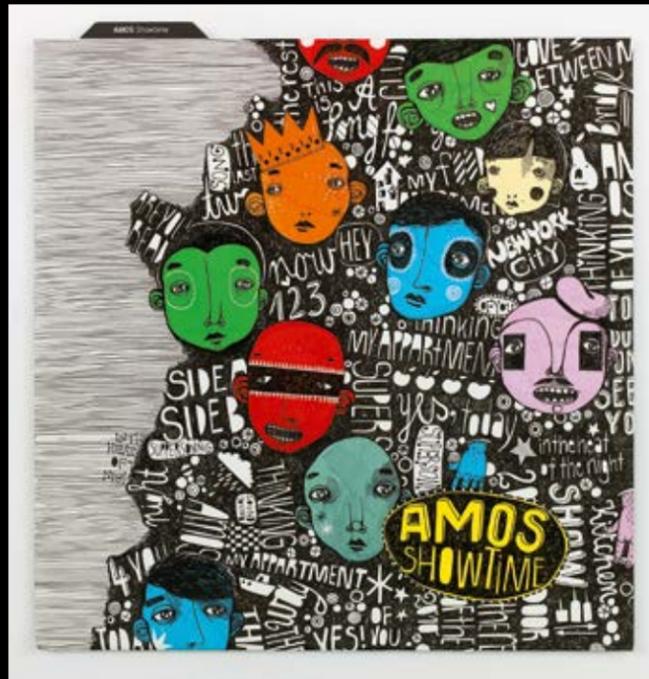
„Baumtuscheillu“
Tusche auf Papier, 20 x 15 cm
2014



„Fantasie.Fantadu.“
Mischtechnik auf Holz, 70 x 50 cm
2013



„Ich halte mich raus“
Mischtechnik auf Leinwand, 120 x 90 cm
2014



Plattencover für Amos Showtime
2010

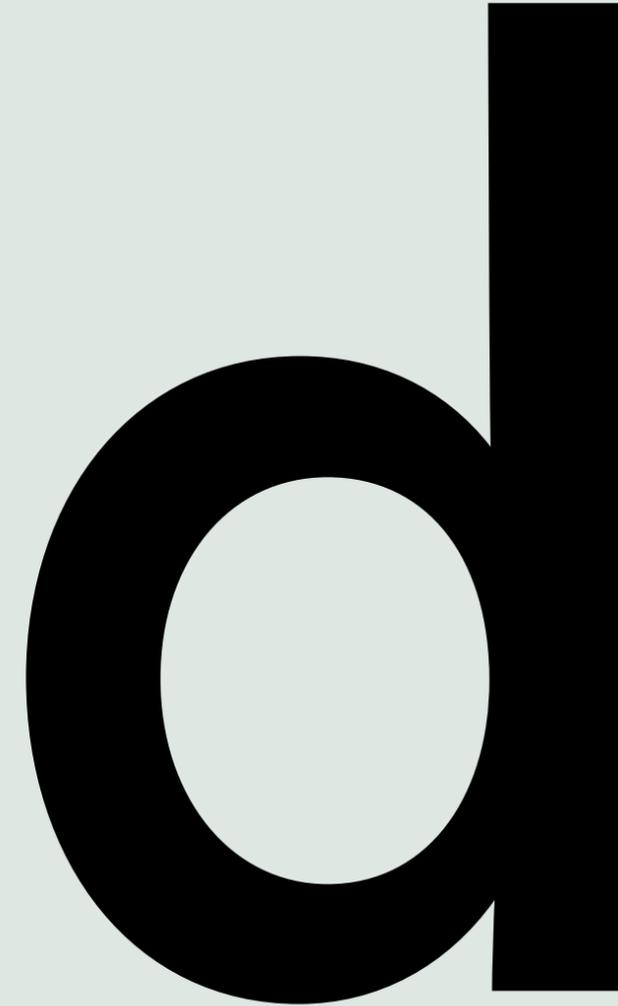
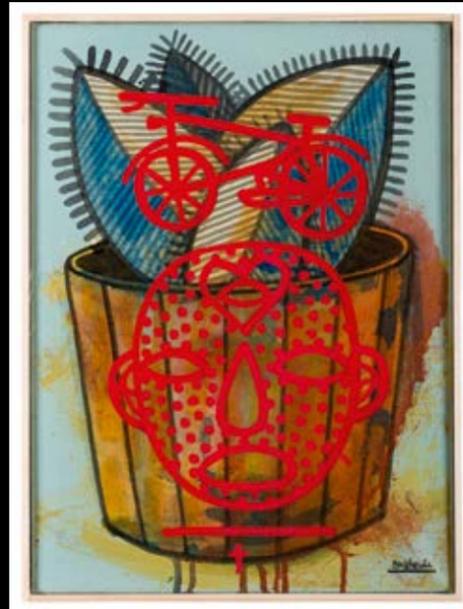
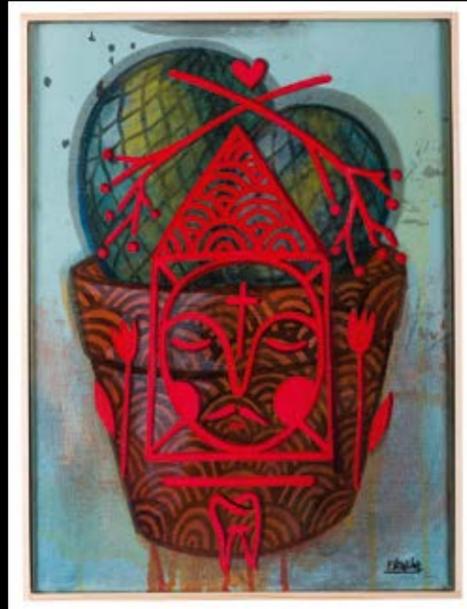
„Malerklamotten an
und malen, malen, malen.
Das ist meine Arbeit.“



„Wasser wirkt“
Illustration Kalender Unicef
2012



„Pein“, „Zeit“, „Wärme“, „Maske“
Mischtechnik auf Leinwand, 40 x 30 cm, 2014





CARINA



Die Teeküche in Carinas Agentur – man fühlt sich wie zu Hause.



ORSCHULKO

Carina ist nicht nur Art Direktorin, sie ist auch Geschäftsführerin und Mitinhaberin der Augsburger Agentur „LIQUID“. Damit gehört sie zu den ganz wenigen Frauen in Führungsetagen von Werbeagenturen. In Deutschland sind es gerade einmal drei Prozent. Trotz ihres Fulltime-Jobs nimmt sie sich nach Feierabend Zeit für die Pflege des japanischen Gartens vor ihrer Garageneinfahrt oder um ihr Auto zu waschen, das sie übrigens in zweifacher Ausführung besitzt – eine Miniaturversion steht auf dem Fensterbrett in ihrem Büro.

Im Interview erfahren wir, wieso sich die sympathische Businessfrau entschieden hat, eine eigene Agentur zu gründen. Außerdem dreht sich unser Gespräch um Träume, erfüllte wie unerfüllte, Guerilla-Marketing in Augsburg und Windhunde mit untrüglichen Zeitgefühl.

www.liquid.ag

NIVEAU, SITZFLEISCH UND GUTE ARGUMENTE

ES IST EIN REGNERISCHER MITTWOCH, AN DEM WIR CARINA ORSCHULKO IN IHRER AGENTUR LIQUID IN AUGSBURG ANTREFFEN. WIR ZIEHEN UNS IN EINEN BESPRECHUNGSRAUM MIT LANGER TAFEL ZURÜCK, AN DER WIR UNS FAST EIN WENIG VERLOREN GEGENÜBERSITZEN UND ZU PLAUDERN BEGINNEN.

CARINA, WIE KAMST DU DAZU, KOMMUNIKATIONSDESIGN ZU STUDIEREN?

Ich war kein Blitzstarter. Das lag an meinem konservativen Elternhaus. Meine Mutter wollte, dass ich einen seriösen Beruf erlerne: Bankangestellte, Reisekauffrau, Hotelkauffrau und Erzieherin. Das waren die vier Optionen, die vor mir lagen. Der Reihe nach wurden diese Optionen ganz brav in den Ferien abgearbeitet. Allerdings war das alles nicht meins. Ich habe dann bei einem Fotografen in meinem Heimat-

städtchen Altötting drei Monate Praktikum gemacht und gemerkt: Da bin ich richtig. Nach verschiedenen Praktika in diversen Designstudios habe ich dann vier Jahre vertrödelt. Aber das waren natürlich auch grafische Lehrjahre, denn manchmal brauchen Dinge ihre Zeit. Du kriegst nun mal gewisse Startvoraussetzungen mit und musst sehen, dass du mit deinen Talenten das durchbringst, was deiner Kraft und deiner Veranlagung entspricht. Und das ist, glaube ich, eine wichtige Erkenntnis im Leben.

UND WESHALB HAT ES DICH DAZU NACH AUGSBURG VERSCHLAGEN?

An der Münchner Hochschule haben sie mich nicht genommen, aber in Augsburg hatte ich ein super Aufnahmegespräch und die Prüfung lief auch klasse. Ich hab mich gleich mit den beiden Kameraden links und rechts neben mir gut verstanden. Mit dem Mädchen habe ich eine lange Freundschaft gepflegt und mit dem Burschen war ich dann sogar vier Jahre zusammen. Ging gleich gut los.

ABGESEHEN VON DER AUFNAHMEPRÜFUNG, WORAN ERINNERST DU DICH AM LIEBSTEN?

Wir waren ja noch im alten Hauptkrankenhaus. Dort galten wir als Exoten. Toll war, dass wir die ganze Bandbreite des grafischen Gewerbes kennengelernt haben, auch Buchbinden, Bleisatz und Fotosatz. Die Feste in der großen Aula waren auch super. Das Studium in Augsburg war für mich die absolut schönste Zeit in meinem Leben. Das war die Erfüllung eines großen Traums.

„Während der Arbeitszeit will ich bitte nur als Mensch wahrgenommen werden und nicht als Frau.“

DU BIST NACH DEM STUDIUM IN AUGSBURG GEBLIEBEN UND HAST EINE EIGENE AGENTUR GEGRÜNDET. WAR EINE ANDERE STADT NIE EINE OPTION FÜR DICH?

Ich hatte nicht vor, in Augsburg zu bleiben und war anfangs auch unzufrieden damit. Bis ich gemerkt habe, dass ich hier alles habe, was ich brauche: die Nähe zum Grünen, zu den Bergen, zum Meer, zum Flughafen. Was will man mehr? Die Größe und die Geschwindigkeit, mit der hier Prozesse entwickelt werden, sind fantastisch.

„Immer wenn ich gemerkt habe, es kommt Luft von unten, habe ich die Flügel ausgebreitet und bin mitgeflogen.“

WARUM HAST DU DICH ENTSCIEDEN, MIT LIQUID IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT ZU GEHEN? WAR DAS EIN GROSSER SCHRITT?

Ich habe schon früher in München eine Agenturgründung miterlebt. Da habe ich gemerkt, dass es sehr viel Freude macht, von Grund auf etwas Neues aufzubauen. Allerdings wollte ich mich nie mit einer großen Firma selbstständig machen. Ilja, mein Lebens- und Geschäftspartner, und ich haben damals in unserem Wohnzimmer angefangen. Als Kunden hatten wir die Münchner Bank, einen Börsengang und Sortimo, ein Hersteller für Transporteinrichtungen. Mit den Einnahmen aus diesen Aufträgen konnten wir Geld auf die Seite legen. Wir mussten nicht erst einen Kredit aufnehmen, Existenzgründerdarlehen

beantragen oder einen Businessplan schreiben. Das war alles nicht so geplant, sondern es hat sich immer wieder etwas Neues ergeben. Immer wenn ich gemerkt habe, dass Luft von unten kommt, habe ich die Flügel ausgebreitet und bin mitgeflogen.

HEUTE BIST DU NICHT NUR MITINHABERIN, SONDERN AUCH GESCHÄFTSFÜHRERIN UND CREATIVE DIRECTOR. WIE BEKOMMST DU DAS ALLES UNTER EINEN HUT?

Diese drei Funktionen sind ein Angebot an die Kunden. Passend zum Auftrag können sie sich aussuchen, ob sie mit mir als Geschäftsführerin sprechen wollen oder bei mir als Creative Director die neuesten Trends erfragen wollen. Oder ob sie mit mir als Strategin sprechen, die Maßnahmen planen, überlegt und schlussendlich entscheidet, welches die richtige Kommunikationsstrategie ist. Den Kunden verstehen, das ist das A und O. Was hat er für ein Problem? Wo will er hin?

ARBEITEST DU AUCH FÜR AUGSBURGER KULTURPROJEKTE?

Wir haben schon bei mehreren Kulturprojekten Objekte im Raum platziert, zum Beispiel für das Maximilian-Museum bei der Zarensilber-Ausstellung. Die Exponate kamen für die Ausstellung zurück zu ihrem Entstehungsort Augsburg und wurden danach wieder nach Moskau in das Kremelmuseum transportiert. Uns kam die Idee, den Transport der Objekte mit großen Holzkisten zu symbolisieren. Wir haben Stempel auf große Holzkisten gesprüht und sind mit denen in das Stadtbild, ein bisschen Guerilla-Marketing. Damit waren wir auch vor acht, neun Jahren eine der ersten, die mit Erlaubnis ins Stadtbild eingegriffen haben. Für so etwas brauchst du hier schon einen langen Atem, Niveau, Sitzfleisch und vor allem gute Argumente. Bei einem anderen Projekt haben wir auf dem Königsplatz Lichtkugeln installiert, um auf eine Ausstellung über astronomische Instrumente im Maximilianmuseum aufmerksam zu machen. Wir haben eine Planetenkonstellation mit Sonne, Mond, Sterne und Planeten mit riesigen beleuchteten Kugeln

nachgebaut und damit den Königsplatz als Werbefläche genutzt. So etwas macht Spaß und das kannst du in einer Stadt in der Größe gut entwickeln.

DU HAST EINIGE MITARBEITER IN TEILZEIT. LEGST DU ALS GESCHÄFTSFÜHRERIN AUF DIESES MODELL GANZ SPEZIELLEN WERT?

Ja. Ich hab immer mal wieder Anfälle, bei denen ich glaube, dass ich etwas ganz Soziales tun muss. Ich wollte zum Beispiel unbedingt einen Raum bei uns als Spielzimmer ausbauen. Das konnten wir aber nicht umsetzen. Aber mit unserem Teilzeitmodell möchte ich zumindest einen kleinen Beitrag leisten, dass Familie und Job weiterhin vereinbar bleiben. Es ist zwar nicht ganz einfach, die Teilzeitleute zu koordinieren, aber für sie ist es natürlich schon eine Chance. Bei uns arbeiten drei Mütter mit je zwei Kindern und ein Vater mit drei Kindern 20 bis 30 Stunden in Teilzeit.

„Ich bin hier wie ein Gerät am Strom von 9 bis 18 Uhr.“

GESTALTUNG UND SOZIALES ENGAGEMENT, KANN MAN DAS GUT VERBINDEN?

Ich glaube „Gutes tun“ wird in der Gestaltung oft missverstanden, weil es meistens bedeutet umsonst zu arbeiten. Natürlich haben wir ein paar Projekte, die wir unterstützen. „Children for a better world“ zum Beispiel, das ist eine Organisation, die sich für vietnamesische Kinder einsetzt. Auch für „Mamazone - Frauen gegen Brustkrebs“ haben wir schon gratis die Gestaltung übernommen. Kostenlose Gestaltung muss aber ganz vorsichtig dosiert werden. Da muss ich selbst ganz klar trennen: Als Privatmensch tu' ich Gutes. Gratis Arbeit als Gestalter wird oftmals nicht geschätzt, weil viele nicht verstehen, dass das, was

wir machen, wirklich Arbeit ist. Wenn ein Maurer eine Ziegelwand aufstellt, dann hat das einen Wert, jeder kann sich die körperliche Anstrengung dahinter vorstellen. Für Außenstehende ist das Denken, das Konzipieren, die strategische Überlegungen, die Beratungsleistung und das Aussuchen von Maßnahmen oder auch Materialien keine Arbeit. Sprich das, was unseren Beruf ausmacht, das wird ganz selten als Arbeit anerkannt.

KOMMEN WIR NOCHMALS AUF DEINE ARBEIT ZURÜCK. WANN BIST DU AM KREATIVSTEN?

Ständig und immer, wie auf Knopfdruck. Das habe ich von meinem Vater, der ist auch so ein kreatives Wusel. Von meiner Mutter habe ich die Disziplin mitbekommen. Diese zwei Eigenschaften kämpfen ständig miteinander. Wenn man mir im Gespräch ein Thema vorstellt, fange ich sofort an, darüber nachzudenken und Ideen zu entwickeln. Ich muss mich ständig zurückhalten, dass ich mich nicht verplappere, weil mir immer noch etwas einfällt. Im ungünstigsten Fall würde ich so meine Ideen an den Kunden verschenken.

ALS GESTALTER KANN MAN SEINE ARBEIT ÜBERALL HIN MITNEHMEN. WIE SCHAFFT MAN ES, DEN KOPF ZWISCHENDURCH FREI ZU BEKOMMEN?

Das ist Freude und Leid zugleich. Ich habe wirklich immer etwas zum Schreiben dabei. Oft kommen mir in entspannten Momente entscheidende Ideen. Das ist Teil des Kreativprozesses. Abschalten muss man als Grafiker lernen, seinen Kopf trägt man ja immer bei sich. Das ist alles eine Sache des Trainings.

DAS HEISST, DU NIMMST DIR GANZ BEWUSST AUSZEITEN?

Ja, meine erste Auszeit habe ich mir mit 40 Jahren genommen, als ich meinen Hund bekam. Da habe ich gedacht, mit einem Windhund habe ich jetzt

einen sportlichen Sparringpartner zum Radeln und Laufen. Und tatsächlich: Punkt 18 Uhr steht sie bei mir am Tisch, legt mir die Schnauze auf den Arm, und mittags 13 Uhr kommt sie piepsend zu mir und beschwert sich, wenn ich nicht aufhöre. Sie hat wirklich ein Zeitgefühl und scheucht mich hier raus. Ansonsten kann ich Auszeiten in meinem normalen Tagesablauf knicken, ich bin hier wie ein Gerät am Strom. Um neun wird der Stecker eingesteckt, Taste an, bis abends 18 Uhr.

„Frau verschwindet ganz gerne.“

HAT EINE GESCHÄFTSFÜHRERIN ÜBERHAUPT IRGENDWANN FEIERABEND?

Ja, hab ich. Wenn die Türe zu ist, dann gehe ich in meinen Dachgarten und muss da Blumentöpfe rutschen, pflanzen, umpflanzen, zupfen und tun. Oder ich treffe mich mit Freunden. Das ist ein wichtiger Austausch. Teilhaben am Leben anderer, an anderen Berufen, Neues erfahren. In unserem Beruf läuft man Gefahr, in einem Tunnel zu leben.

IN UNSEREM STUDIENGANG SIND DEUTLICH MEHR FRAUEN UND WIR FRAGEN UNS, WAS AUS IHNEN NACH DEM STUDIUM WIRD?

Von meinen Kommilitonen weiß ich auf die Schnelle keine, die einen Laden wie unseren führt. Ich kenne einige Mütter und ein paar Grafikerinnen und Illustratorinnen, die freiberuflich arbeiten. Das ist echt ein Thema: Frau verschwindet ganz gerne.

HATTEST DU IRGENDWANN DAS GEFÜHL, ES ALS FRAU IN DER BRANCHE SCHWERER ZU HABEN?

Ich kann mich da sehr gut an eine Situation erinnern: 2002 bin ich in den Marketingclub gegangen, stand ganz alleine an einem Stehtisch und kein Mann

hat mit mir gesprochen. Als ob sie nicht wüssten, was sie mit einer Frau besprechen sollten. Ich konnte zwar Begleiterinnen entdecken, aber keine einzige Businessfrau. Anfangs habe ich mich etwas allein gefühlt, fand aber schnell Gefallen an der Qualität der Vorträge. Im Leben musst du immer informiert sein, lesen, Gespräche führen. Dazu ist der Marketingclub einfach eine wesentliche Institution hier in Augsburg.

ZUM ABSCHLUSS NOCH EINEN BLICK IN DIE ZUKUNFT: WO SIEHST DU DICH IN ZEHN JAHREN?

Der große Plan ist schon, sich langsam mehr Auszeit zu gönnen. Der Traum wäre ein Haus am See und weniger arbeiten.

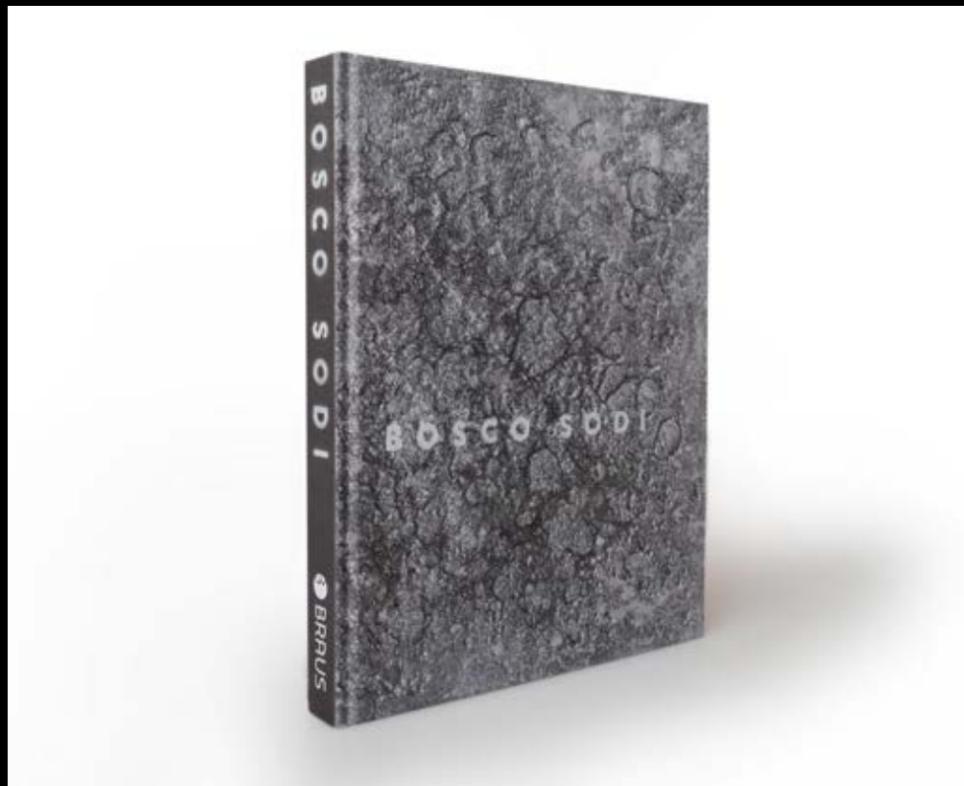
UND WIE WÜRDEST DU DICH MIT DREI WORTEN BESCHREIBEN?

Leistungsbereit, kreativ und leidensfähig.

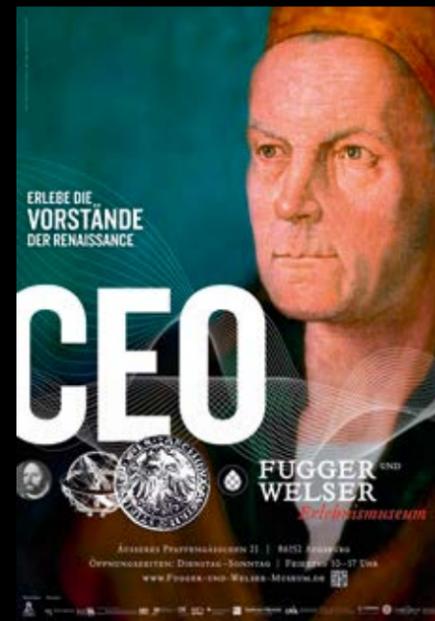
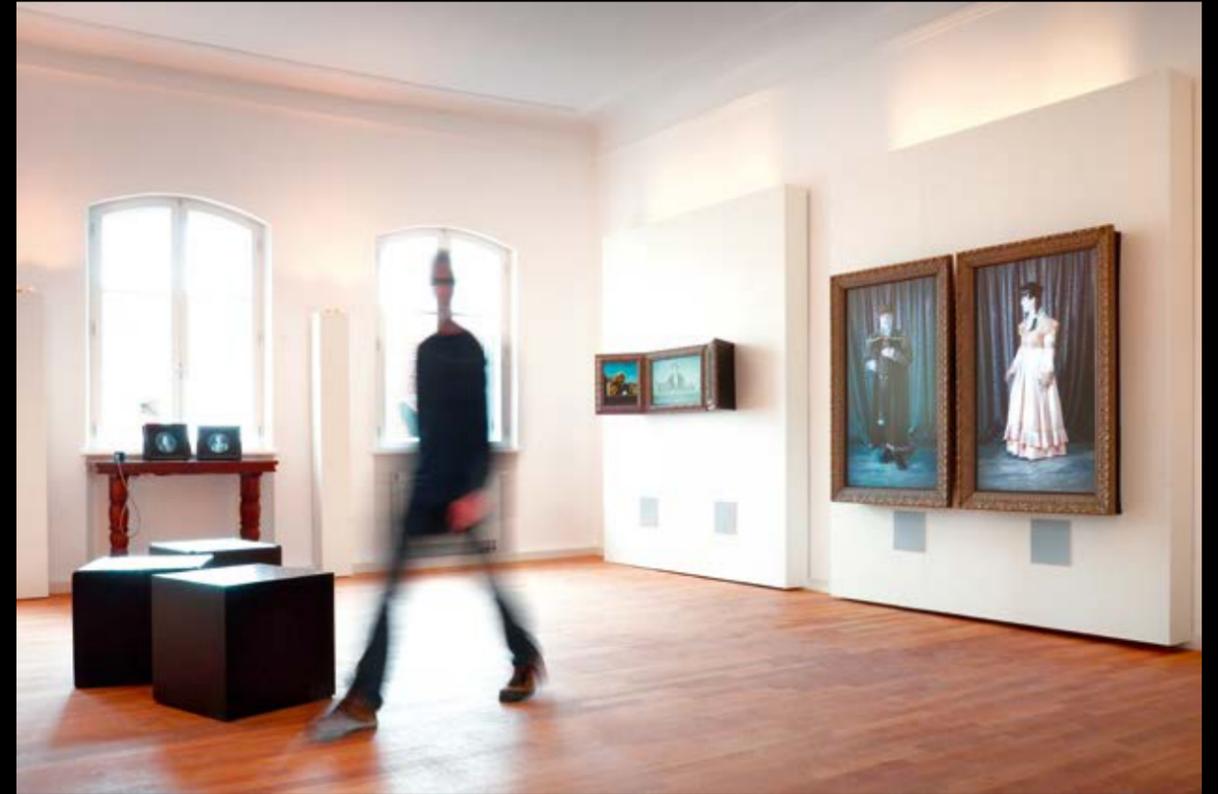
- 1966 Geboren in Altötting
- 1994 Abschluss HS Augsburg Kommunikationsdesign
- 1999 Agenturgründung Liquid
- 2004 Einjähriger Lehrauftrag an der HS Augsburg

HERZLICHEN DANK FÜR DAS INTERVIEW SAGEN JANA GRUSZENINKS UND ELENA TSCHAFFON.

„Ein Maurer stellt eine Ziegelwand auf, und jeder kann sich die körperliche Anstrengung vorstellen. Denken, konzipieren und beraten, sprich alles, was unseren Beruf ausmacht, wird leider oft nicht als Arbeit angesehen.“



Bosco Sodi, Buchgestaltung



Fugger und Welser Erlebnismuseum, 2014

„Den Kunden verstehen, das ist das A und O. Was hat er für ein Problem? Wo will er hin?“





Volkswagen Group Forum, das Lebende Buch® im DRIVE
 Das lebende Buch: Ein digitales Gästebuch, in dem jeder Besucher
 seinen Kommentar als Videobotschaft hinterlassen kann.

42 - 43



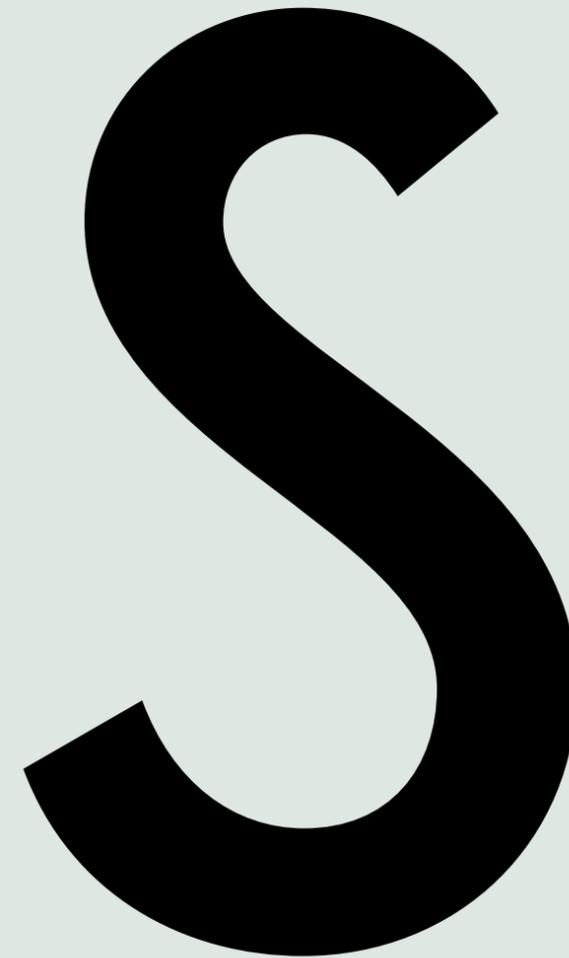


Messestand Euroblech 2014 KUKA



Guerilla-Marketing
Maximiliansmuseum Augsburg
Ausstellung Zarensilber

„Kreatives Wusel
mit Disziplin.“



NINA



Von Wasserburg nach Wien. Mit einer kurzen Zwischenstation in München und einer längeren in Augsburg. Von all den Orten – außer von Augsburg – hat sie Pläne gezeichnet. Stadtpläne, die es so noch nicht gab. Denn Nina bildet nicht nur Straßen, Flüsse und Häuser ab, sondern illustriert Orte und erzählt dabei Geschichten. Für diese vielfach ausgezeichneten City Maps hat sie mittlerweile ein eigenes Label gegründet: Vianina – Maps to the heart.

Wie es dazu kam und warum sie sich für ein Design- und gegen ein Kunstgeschichtestudium entschieden hat, erzählt Nina im Interview. Außerdem erfahren wir, warum sie montags immer Reiten geht und wieso man als selbstständige Designerin lieber tagsüber als nachts arbeiten sollte.





STADT STATT STÄDTCHEN

WIEN, DRITTER BEZIRK. ZWISCHEN DONAUKANAL UND SCHLOSS BELVEDÈRE LIEGT NINAS ATELIER. DORT WERDEN WIR AM FRÜHEN MORGEN MIT EINEM STRAHLENDEN LACHEN EMPFANGEN. NINA FÜHRT UNS DURCH IHR WUNDERSCHÖNES ATELIER HINAUF IN DEN ERSTEN STOCK, WO TEEKÜCHE, SCHREIBTISCH UND EINE KLEINE SITZECKE PLATZ FINDEN. EINE STUNDE LANG WERDEN WIR UNS HIER MIT IHR UNTERHALTEN. LOS GEHT'S!

DU HAST ZUNÄCHST KUNSTGESCHICHTE IN MÜNCHEN STUDIERT UND HAST DANN ZU KOMMUNIKATIONSDESIGN GEWECHSELT. WARUM?

Bei der Berufsberatung haben sie gesagt, dass man beim Grafikdesign Ellbogen braucht. Das und diese ganzen Aufnahmeprüfungen haben mich ziemlich verunsichert. In meinem ersten Studium habe ich eine Weile die Kurse besucht und gemerkt, dass mir das einfach zu theoretisch ist. Ich wollte aber etwas Praktisches machen. Deswegen wurde es Design und nicht Kunstgeschichte.

WARUM DANN AUGSBURG UND NICHT MÜNCHEN?

Augsburg hatte damals einfach den besseren Ruf. In unserer WG hatten wir vom ersten Tag an Partys und es war irgendwie genau das Gegenteil von München, wo ich mich nie richtig zuhause gefühlt habe.

HAST DU NOCH ANDERE BESONDERE ERINNERUNGEN AN AUGSBURG?

Ja, jede Menge. Wir waren damals noch im Gammelbau, also im alten Krankenhaus. Das war eine total lustige Zeit. Wir hatten Kalligraphieabende, wo die Holzbeize an die Wand geflogen ist. Die Leute haben teilweise in der Vorlesung geraucht. Du konntest dich total austoben, das finde ich irgendwie gut.

„Dein Hirn hört einfach nicht auf zu rattern“

DU BIST JA SCHON FEST IM BERUFSLEBEN VERANKERT. WAS SOLLTE MAN RÜCKBLICKEND UNBEDINGT WÄHREND DES STUDIUMS MACHEN?

Ins Agenturleben reinschnuppern. Viele mussten nach dem Abschluss erst mal ein Praktikum machen, das musste ich nicht, weil ich schon total viel Erfahrung hatte. Dadurch ist mir der Start ins Berufsleben leichter gefallen. Ebenso das Auslandssemester, andere Länder kennenlernen, wie machen es andere Grafikdesignstudenten. Das ist eines der prägendsten Dinge, die man tun kann.

WELCHE ERFAHRUNGEN KONNTEST DU BEI DEINEN ARBEITGEBERN SAMMELN?

Sehr unterschiedliche. Gute, aber auch nicht so erfreuliche. Ich bin total froh, dass ich jetzt selbstständig bin, aber gerade in den ersten Jahren lernt man unglaublich viel von seinen Chefs und Kollegen. Ich habe bewusst nie in großen Agenturen gearbeitet, das hat mich nicht interessiert, ich wollte immer alles mitkriegen. Angebotslegungen, Druckanfragen – das sind zwar manchmal eher die langweiligeren Sachen, aber das macht es aus, dass man Projekte von A bis Z richtig durchzieht. Ebenso Kundenkontakt, ich finde es total wichtig, dass man lernt mit Kunden umzugehen, und das habe ich in der Zeit definitiv.

DU HAST DEN DIREKTEN VERGLEICH ZWISCHEN SELBSTSTÄNDIGER- UND AGENTURARBEIT. WAS SCHÄTZT DU JEWEILS DARAN?

In der Agentur hast du natürlich viel weniger Verantwortung und kriegst jeden Monat deine Kohle überwiesen. Ein Nachteil ist, dass du die Arbeits-

zeiten nicht frei wählen kannst. Das finde ich sehr unnatürlich, gerade in unserem Beruf. Kreativität geht nicht auf Knopfdruck. Bei der Selbstständigkeit bedarf es Selbstdisziplin und Organisationstalent. Aber ich finde die Freiheit einfach das Beste daran.

WARUM WAR ES DAMALS WIEN UND NICHT HAMBURG ODER BERLIN?

Lustigerweise wollte ich nach Berlin oder Hamburg. Allerdings wurde ich mit Berlin nicht so hundertprozentig warm. Hamburg wäre noch eher meine Wahl gewesen. Nachdem mein Vater vorschlug, ich solle doch nach Wien gehen, habe ich Initiativbewerbungen losgeschickt und wurde tatsächlich zum Bewerbungsgespräch eingeladen. Es hat vom ersten Moment an gut gepasst und so ist es halt Wien geworden.

WAS WÜRDEST DU ALS DEIN FACHGEBIET BEZEICHNEN?

Das ist eine interessante Frage. Das überlege ich mir auch immer wieder. Ich liebe es, Logos zu gestalten. Aber das mit den Stadtplänen wird einfach immer mehr, für Sony habe ich gerade diese Tablet-Illustration gemacht und mein Shop läuft auch immer besser. Das mit den Stadtplänen ist ein ganz anderes Business. Es ist zwar manchmal anstrengend, beides zu machen, aber genau die Abwechslung ist das Schöne daran.

WIE BIST DU DENN GENERELL DARAUF GEKOMMEN, STADTPLÄNE ZU ILLUSTRIEREN?

Ganz früher in der Schule habe ich immer, wenn mir langweilig war, einfache abstrakte Formen aneinandergesetzt. Für meine erste Bewerbung wollte ich mich mit meinen Wurzeln vorstellen. Im Zuge dessen habe ich mich wieder an diesen Stil erinnert und meine Heimatstadt Wasserburg illustriert. Weil mir das so viel Spass gemacht hat und auch sehr gut ankam, habe ich später, als ich dann in Wien war, auch diese Stadt illustriert. Was den Vorteil hatte, dass ich mich auch gleich viel besser ausgekannt habe.



„Wir hatten Kalligrafie-abende, wo die Holz-beize an die Wand geflogen ist.“

MÜSSEN DIE STÄDTE GEWISSE KRITERIEN ERFÜLLEN, UM VON DIR ILLUSTRIERT ZU WERDEN?

Ja. Ich habe am Plan von Hamburg gemerkt, dass das Wasser eine extreme Rolle für die Gliederung bzw. Strukturierung spielt. Ebenso sollten es für mich Städte sein, die aus wirtschaftlichen Gründen gut funktionieren, Städte die touristisch begehrt sind, lassen sich natürlich besser verkaufen.

WIE LANGE BRAUCHST DU FÜR EIN PLAKAT UND KANNST DU DAVON LEBEN?

Ich arbeite meistens etwa drei Monate an einem Plakat und ja, ich könnte inzwischen fast davon leben. Das ist unglaublich schön.

HAST DU EINEN LIEBLINGSSTADTPLAN?

Ich habe das Gefühl, bei jedem Plan verändert oder entwickelt sich mein Stil. Momentan ist es Barcelona. Zum einen habe ich dort drei Monate gelebt und zum anderen haben mich die Farben vom Park Güell von Gaudí inspiriert. Da hat so viel zusammengepasst, dass ich damit total happy bin.

GLÜCKWUNSCH ZU DEN AUSZEICHNUNGEN FÜR DIE PLAKATE. WIE WICHTIG SIND SIE FÜR DEIN BERUFSLEBEN?

Dankeschön! Ich dachte immer, das wäre nicht wichtig, aber lustigerweise ist es das schon. Also nicht, dass es nicht ohne geht, aber als ich zum ersten

Mal bei „100 Beste Plakate“ unter den Gewinnern war, ist es losgegangen. Leute haben mich angeschrieben, wo man das kaufen kann und so weiter. Es macht Türen auf und man bekommt viel mehr Aufmerksamkeit.

DEIN LABEL HEISST VIANINA. WAS BEDEUTET DER NAME?

Ich bin mal über die „Via Nina“ gestolpert, eine Straße, bei der man nicht genau weiß, ob es sie überhaupt gegeben hat und das war so ein AHA-Moment. Ja genau, das ist es. Das ist irgendwie mein Weg, es hat diesen Bezug zum Stadtplan und dann steckt ein bisschen Vienna drin. Das hat einfach so cool gepasst. Und dann war die Domain frei – Jackpot! [lacht]

WORAN ARBEITEST DU GERADE? AN DEN ILLUSTRATIONEN FÜR SONY?

Die sind schon seit einer Weile abgeschlossen. Danach kam die Gravur und jetzt ist gerade die Pressephase. Darum muss ich mich nicht mehr kümmern. Dann arbeite ich jedes Jahr für ein lustiges Event namens „Österreichisches Blasmusikfest“. Das wird von der Kulturabteilung Wien veranstaltet. Die kamen wiederum durch die „100 beste Plakate“ auf mich zu. Ich sollte die Plakate gestalten. So auch dieses Jahr. Und ganz aktuell arbeite ich an einem Logo plus Corporate Design für ein Modelabel in Deutschland.

„Mikrotypografie ist der Nerd-Teil an unserem Beruf. Sie macht einfach das letzte i-Tüpfelchen an Qualität aus.“

HAST DU EHER NACHTS ODER MORGENS DEINE AKTIVE PHASE?

Also, ich bin keine Frühaufsteherin, aber das Nachts arbeiten habe ich mir auch wieder abgewöhnt. Tagsüber ist einfach die Zeit, in der dich Leute kontaktieren. Wenn du nachts arbeitest, hättest du eigentlich einen Rund-um-die-Uhr-Job.

„Ich dachte immer, Auszeichnungen wären nicht wichtig, aber lustigerweise sind sie das schon.“

INWIEWEIT NIMMST DU DEINEN JOB MIT NACH HAUSE? KANNST DU HIER DIE TÜR ABSCHLIESSEN UND SAGEN, DAS WAR'S?

[lacht] Nein, das kann man nie. Das ist ein Problem. Daran muss man wirklich arbeiten. Du bekommst auch wirklich Schlafstörungen, weil dein Hirn einfach nicht aufhört zu rattern. Deswegen gehe ich montags zum Reiten, das ist perfekt zum Abschalten. Trotzdem kommen die besten Ideen oftmals zu den unmöglichsten Zeiten. Auch nachts. Ist leider so. Man muss mit der Zeit lernen, wieder loszulassen. Das ist wichtig. Sonst wird man wahnsinnig.

WAS WÄRST DU GEWORDEN, WENN DU NICHT DESIGN STUDIERT HÄTTEST?

Das ist lustig. Ich bin total froh, dass es in Augsburg damals geklappt hat. Ich hatte keinen wirklichen Plan B.

DA DU GERNE LIEST. HÄTTEST DU EINEN LEKTÜRETIPP FÜR UNS, EINE ART DESIGN-RATGEBER?

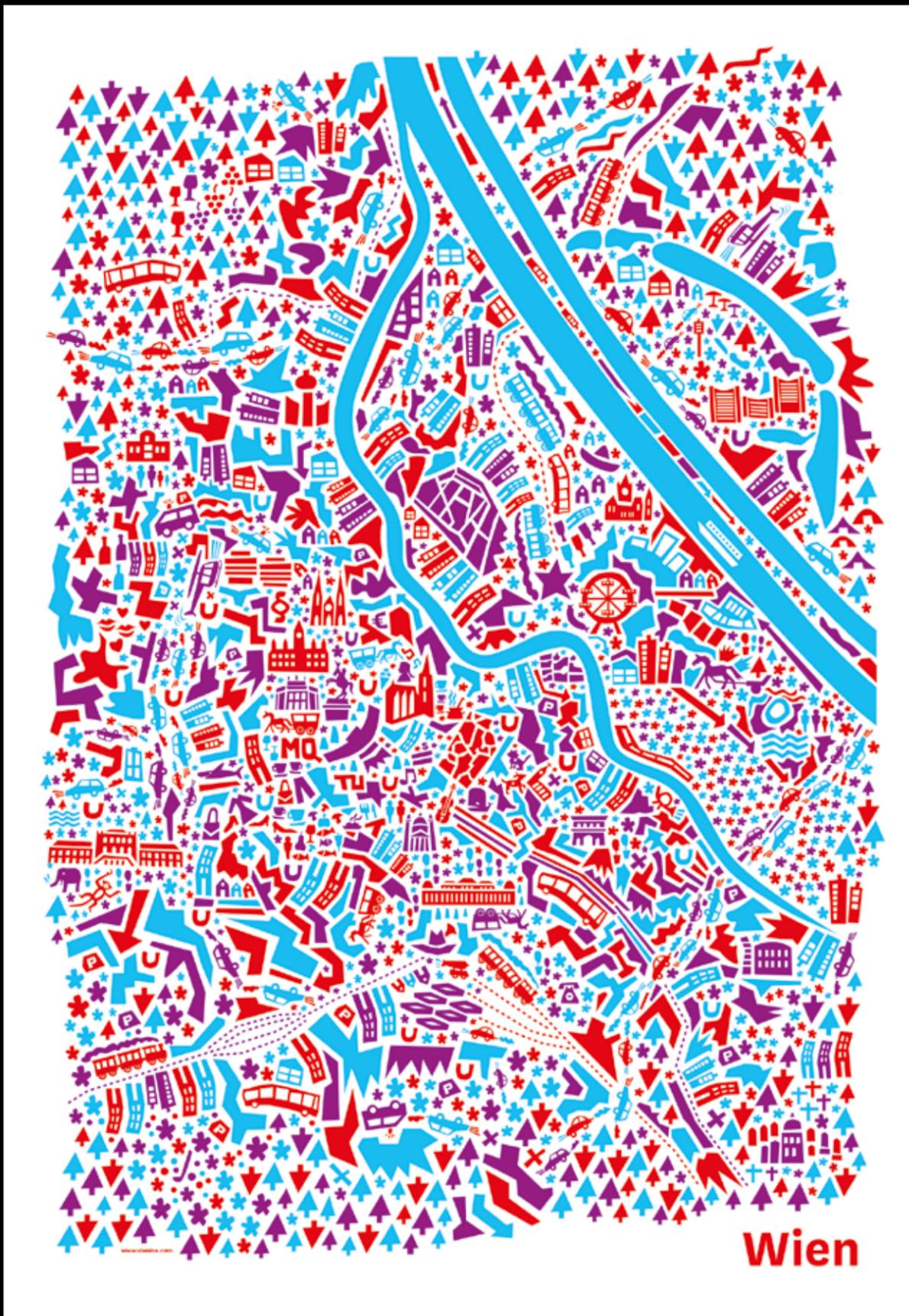
Ein absolutes Muss, ist für mich dieser fette Wälzer „Detailtypografie“, wo wirklich jede kleinste Regel der Typografie vermerkt ist. Auch wenn das vielleicht nur drei Prozent der Weltbevölkerung bemerken, aber Mikrotypografie finde ich extrem wichtig. Gerade wenn man in Augsburg studiert hat. Das sollte man haben und auch immer wieder reinschauen, wenn man nicht weiß, wie man bestimmte Zahlenkombinationen trennt oder wo welche Geviertstriche hingehören. Ich sehe das sofort, wenn das nicht richtig gemacht ist. Das ist der Nerd-Teil an unserem Beruf, aber das macht einfach das letzte i-Tüpfelchen an Qualität aus. Wenn man das mal intus hat, dann kostet das nicht viel Zeit und man schläft besser. [lacht]

DANKE FÜR DIESEN SCHÖNEN SCHLUSSSATZ!

Sehr gerne!

- 1978 Geboren in Gräfelfing
- 2005 Abschluss HS Augsburg Kommunikationsdesign
- 2005 2 Jahre bei 11gen Design
- 2007 2 Jahre bei Concept 8
- 2009 2 Jahre Qarante Brand Design
- 2012 Freie Art Directorin Vianina

HERZLICHEN DANK FÜR DAS INTERVIEW SAGEN ELENA TSCHAFFON UND RONJA WEBER.



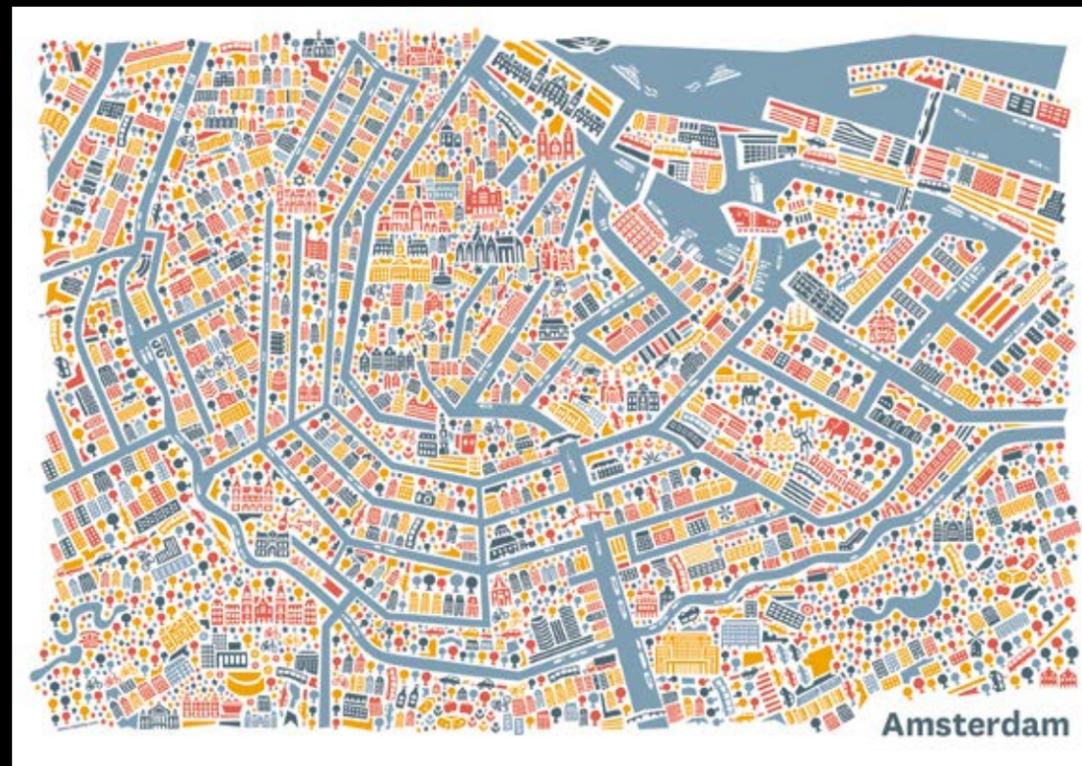


VIANINA, Stadtpläne

„Preise machen
Türen auf und
du bekommst
einfach viel
mehr Aufmerk-
samkeit.“

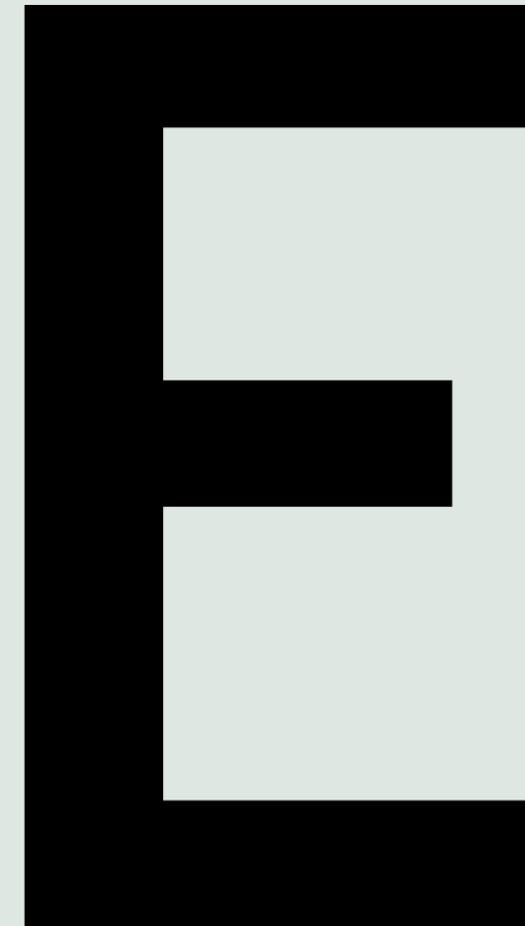


SONY, Anwendung Stadtpläne „Gravur“





„Kreativität geht nicht auf Knopfdruck.“



Kulturabteilung Wien, Plakat- und Flyergestaltung „Österreichisches Blasmusikfest“



Das Design ist im Auftrag der Agentur Ferras (www.ferras.at) entstanden





KATJA

Inspirationsecke in Katjas Wohnzimmer

KIRCHNER



Katja, von allen Kathie genannt, kommt ursprünglich vom Bodensee. Nach dem Studium in Augsburg und zwei Auslandssemestern im englischen Preston verlässt sie den Süden Deutschlands und geht nach Hamburg. Dort arbeitet sie sechs Jahre für die renommierte Werbeagentur Jung von Matt, zunächst als Junior Designerin, dann als Art-Direktorin.

Jetzt ist sie gerade ganz frisch raus aus der Werbewelt und hat sich selbstständig gemacht. Wir erfahren, warum sie sich für diesen Schritt entschieden hat, sprechen über ihre Lieblingsprojekte und die unschönen Seiten der Branche. Außerdem erzählt sie, wie sie sich ihre berufliche Zukunft vorstellt und warum Noten absolut zweitrangig sind.

OHNE BEWERBUNG ZUR WERBUNG

HAMBURG ZEIGT SICH AN DIESEM DIENSTAG-VORMITTAG VON SEINER SONNIGEN SEITE. IN KATHIES WOHNUNG IST ES SEHR HELL UND FREUNDLICH, NEBEN DER TÜR SIND STAPELWEISE DESIGNMAGAZINE ENTLANG DER WAND AUFGEREiht. KATHIE BIETET UNS ECHTE HAMBURGER FRANZBRÖTCHEN AN UND WIR MACHEN ES UNS AUF DEM SOFA BEQUEM.

WARUM HAST DU DESIGN STUDIERT UND NICHT BWL?

Die Frage stelle ich mir auch manchmal [lacht]. Nach dem Abi hab ich mich selbst vor die Wahl gestellt: Sportmanagement oder Grafik-Design. Auch wenn es sich nach Klischee anhört, kreativ arbeiten hat mir schon immer mehr Spaß gemacht als stumpfes Auswendiglernen. Aus heutiger Sicht war es definitiv die richtige Entscheidung.

DANACH KAM DAS STUDIUM IN AUGSBURG. WIE WAR DAS?

Kurz und Knapp: Super. Und das sag ich nicht, weil ihr mich im Namen der Hochschule befragt. Ich hatte Top-Professoren, die einen ganz schön gefordert haben, gerade in Typographie und Schrift. Da liegen auch heute meine Stärken. Aber ich muss zugeben, dass ich das Studium schon sehr ehrgeizig angepackt habe. Immer unzufrieden bleiben, hätte auch schon vor Jung von Matt mein Motto sein können. [lacht] [„Wir bleiben unzufrieden“ ist das Arbeitsmotto von J.v.M., Anm. d. Red.]

JUNG VON MATT GEHÖRT ZU DEN TOP-ADRESSEN IN DER DEUTSCHEN KREATIVBRANCHE. WIE BIST DU DA REINGEKOMMEN?

Das Tolle war ja, dass ich mich bei Jung von Matt gar nicht beworben habe, sondern dass die sich bei mir gemeldet haben. Mit so was rechnet man ja nicht. Das hab ich mit Sicherheit auch der Hochschule zu verdanken, weil die den Diplomanach [heute Werk-schaukatalog, Anm. d. Red.] wohl an viele Agenturen geschickt haben.

WAR ES DIE RICHTIGE ENTSCHEIDUNG, DIREKT NACH DEM STUDIUM BEI EINER SO GROSSEN AGENTUR ZU BEGINNEN?

Auf jeden Fall. Die Arbeit in einer großen und vor allem kreativen Agentur ist gut, um sich weiterzuentwickeln. Man arbeitet mit den Besten der Branche und kann Erfahrungen auf internationalem Niveau sammeln. Und Werber sind auch nicht alle so scheiße, wie es immer heißt, ich habe dort tolle Leute kennengelernt. Es müssen keine sechs Jahre wie bei mir sein, aber zwei oder drei lohnen sich definitiv.

WOLLTEST DU DENN SCHON IMMER IN DIE WERBUNG GEHEN?

Nee, eigentlich nicht. Ich hab aber schon immer versucht, alles mit einer Idee zu verknüpfen – egal ob Logo oder Packaging – da lag mir Werbung irgendwie ganz gut. In meinem letzten Semester hatte ich Werbung belegt und meine Diplomarbeit wurde dann auch eine Werbekampagne. Heute würde man wahrscheinlich integrierte Kampagne dazu sagen. Ich habe



damals von TV-Spot, Print, über Ambient, bis hin zu Merchandise und Give-aways alles gemacht. Ich hatte sogar eine virale Online-Idee [lacht] – heute nennt man das Spam-Mail. Bei Jung von Matt wurde ich im Vorstellungsgespräch gefragt, in welchem Bereich ich arbeiten möchte. Ich entschied mich für klassische Werbung, weil das Team und die Projekte cool waren und hatte vor nach ein, zwei Jahren ins Design zu wechseln. Und zack, plötzlich waren sechs Jahre rum.

DANN IST DEIN SCHRITT IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT GLEICHZEITIG DEIN ABSPRUNG VON DER REINEN WERBUNG?

Schon, wobei man ja nie weiß, was kommt. Ich bin ziemlich detailverliebt und gestalte gern, das kommt in der Werbung leider zu oft zu kurz oder wird nicht genug geschätzt. Deshalb möchte ich jetzt versuchen, meinen Fokus auf Design zu setzen.

GESTALTUNG KOMMT IN DER WERBUNG ZU KURZ? WIE MEINST DU DAS?

Schaut euch das deutsche Werbefernsehen an... Das Problem ist, dass in den deutschen Marketing-Abteilungen oft Leute sitzen, die Werbung nach Handbuch bewerten. Logo groß. Produkt groß. Mach mal grün. Mach mal hässlich. Und bei vielen Wettbewerben gewinnen leider häufig „Goldideen“, die nur für diese Wettbewerbe ausgedacht wurden und selten auf echten Projekten basieren. Das macht teilweise Sinn, weil jede Branche Prototypen herstellt, aber richtig spannend wird es erst, wenn man auf einem realen Briefing einen Preis gewinnt.

WENN DU DICH AN DIE LETZTEN JAHRE ZURÜCKERINNERST, WELCHES WAREN DEINE LIEBLINGSPROJEKTE?

Es gab zwei Arbeiten, die mir besonders Spaß gemacht haben. Ein Pitch für eine Weihnachts-Onlinekampagne eines großen Softdrinkherstellers. Da konnte man sich aus Arter-Sicht [Art Director, Anm. d. Red.] mal so richtig austoben: Zeitintensives Rumgefickel, bei dem man sich die Nächte in der

Agentur um die Ohren geschlagen hat. Die Freude war dann natürlich groß, als wir gewonnen hatten. Leider konnten sich letztendlich Agentur und Kunde vertraglich nicht einigen, deshalb kam es nie zu einer Umsetzung. Das ist ärgerlich, aber in der Werbung völlig normal. Man arbeitet mindestens genauso viel für den Papierkorb, eher mehr, als für das, was am Ende rauskommt. Die zweite Arbeit war der Geschäftsbericht für den kleinen, fairen Softdrinkhersteller Lemonaid. Wir hatten die Idee, den fairsten Geschäftsbericht des Jahres zu gestalten. Da war cleanes Design gefragt, eigentlich fast nur Typo, das lag mir total. Hier hat sich die viele Arbeit hingegen gelohnt und wurde sogar ausgezeichnet. Da freut man sich natürlich doppelt und dreifach.

MIT LEMONAID HABT IHR RICHTIG ABGERÄUMT. WIE WICHTIG IST SO EIN PREIS FÜR DICH UND FÜR DEINE AGENTUR?

Für die Agentur ist es natürlich sehr wichtig, weil sie im Agentur-Ranking möglichst immer die Nummer eins sein möchte. Für mich persönlich war es toll, weil wir vor allem in Design- und Typographie-Kategorien gewonnen hatten. Außerdem ist so ein Preis natürlich auch hilfreich für die Karriere. Kein Mensch will eure Noten sehen, es zählt nur das Portfolio. Und internationale Preise können da natürlich nicht schaden.

„Kein Mensch will eure Noten sehen.“

NOCHMAL ZURÜCK ZU DEINEM JOB BEI JUNG VON MATT. WIE SAH EIN NORMALER ARBEITSTAG AUS UND WAS GENAU WAR DEINE AUFGABE?

Offiziell fängt man um neun Uhr an. Wer morgens hungrig ist, kommt schon vorher, weil Jung von Matt mit einem Frühstücksbuffet lockt, das um Punkt neun abgeräumt wird. Mein Alltag sah unge-

„Das Team ist enorm wichtig. Wäre das Team nicht so toll gewesen, wäre ich keine sechs Jahre geblieben.“

fähr so aus: Man bekommt von Beratung und Planning das Briefing für ein Projekt, darin ist die Aufgabenstellung des Kunden zusammengefasst. Danach denkt man sich Ideen aus, meistens im Team und stimmt diese mit seinem Creative Director ab. Was gefällt, wird gelayoutet oder mit Moodbildern dargestellt. Am Ende schaut auch die Geschäftsführung drauf und wenn man ein OK hat, werden Layouts für die Präsentation beim Kunden fertiggestellt, das ist der stressigste Teil. Gefällt es auch dem Kunden, beginnt man mit der Auswahl und dem briefen von z.B. Fotografen oder Illustratoren, je nach Projekt. Dann geht's in die Produktion und die Nachbearbeitung.

ALSO ARBEITET MAN SELTEN ALLEINE, SONDERN MEISTENS IN TEAMS?

Ja, das Team ist das A und O. Wäre das Team nicht so super gewesen, wär' ich mit Sicherheit keine sechs Jahre dageblieben.

APROPOS TEAMS: WIE WAREN DENN DIE FRAUEN BEI JUNG VON MATT VERTRETEN?

Als ich angefangen habe, gab's bis auf zwei andere Mädels ausschließlich Männer. Nur die Beraterinnen waren mehrheitlich Frauen. Das hat sich jetzt etwas verändert, aber die Männer sind immer noch in der Überzahl. Das liegt vielleicht auch daran, dass es Frauen mit Kindern in der Werbebranche nicht leicht haben, vor allem wenn sie nach der Babypause

zurückkommen. Halbtags zu arbeiten geht zwar, aber an den wirklich interessanten Projekten arbeitest du dann nicht mehr. Du kommst um neun und gehst um zwei, wenn der Tag gerade erst anfängt.

WAS ERHOFFST DU DIR VON DER SELBSTSTÄNDIGKEIT? MEHR FREIHEIT?

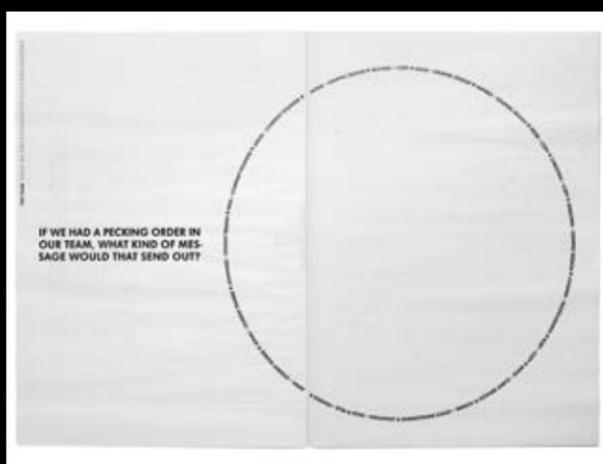
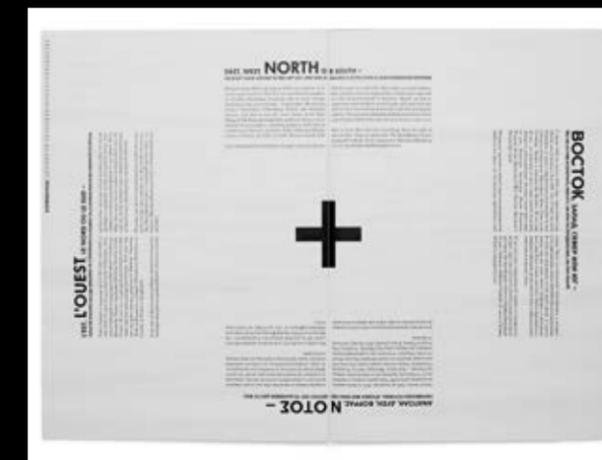
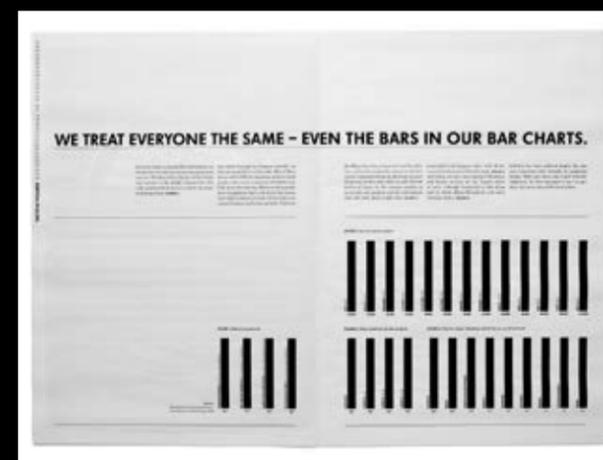
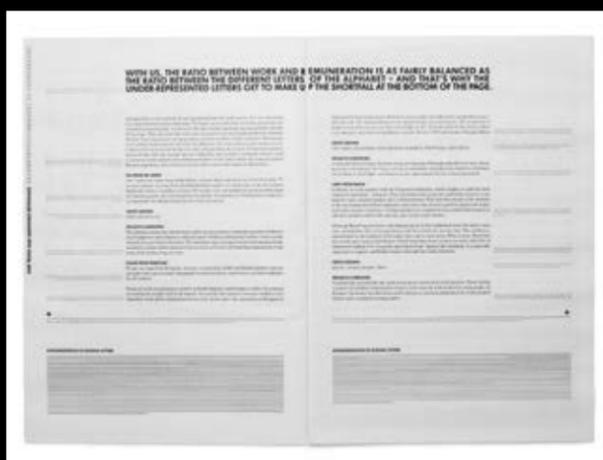
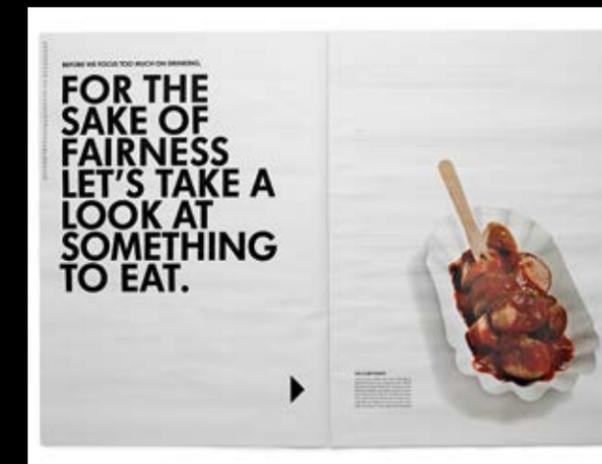
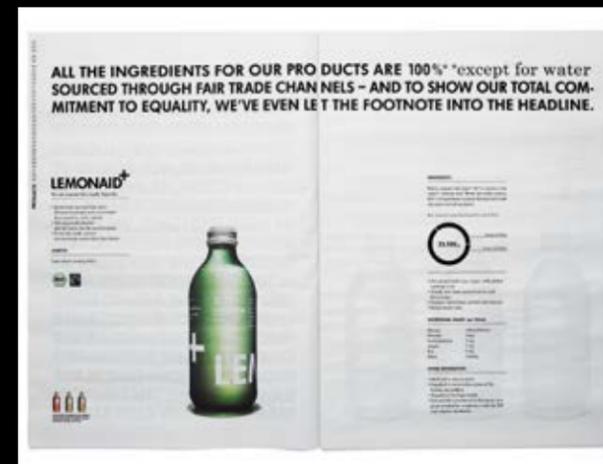
Naja, vielleicht kann ich jetzt eher versuchen, die Projekte, die mich überzeugen, auch zu realisieren, weil nicht mehr fünf Leute über mir stehen, die mitreden. Das kostet extrem viel Kraft. Man kämpft und macht – und letztlich entscheiden dann Leute, die mehr zu sagen haben.

HAST DU SCHON KONKRETE PLÄNE?

Ich sag mal so, sie konkretisieren sich immer mehr. Ich arbeite gerade an einer eigenen Papeterie-Serie. Das ist eine Herausforderung, weil es ja scheinbar schon alles gibt und teilweise auch noch auf einem sehr hohen Niveau. Aber auch „Gute Besserung“ kannst du jemanden auf ungesehene Art und Weise wünschen, genauso wie du jemanden ein Deo auf ungesehene Art und Weise im Werbeblock verkaufen kannst, obwohl es schon tausendmal gemacht wurde. Ziel insgesamt ist es, mein eigenes Designstudio zu haben, mit kleinen, netten Kunden zu arbeiten und Dinge wie die Papeterie-Serie und andere eigene Projekte herausbringen zu können.

- 1983 Geboren in Radolfzell
- 2008 Abschluss HS Augsburg Kommunikationsdesign
- 2009 JUNG VON MATT Hamburg Art Director
- 2015 Thie Studio

HERZLICHEN DANK FÜR DAS INTERVIEW SAGEN JIYOUN KIM UND FELIX KRISS.



„Man arbeitet mindestens genauso viel für den Papierkorb, wie für das, was am Ende rauskommt.“



WE DON'T DISCRIMINATE – NOT BETWEEN HEADLINE AND COPY, AND NOT BETWEEN PLANTATION WORKER AND BOARD MEMBER.

TRADITIONAL BUSINESS MODELS ARE ALL ABOUT ONE THING – PROFIT. LEMONAID BEVERAGES IS DIFFERENT. IT IS NOT INTERESTED IN RUSHING TO PLUG GAPS IN THE MARKET, BUT IS MORE CONCERNED WITH HELPING TO PLUG THE FAIRNESS GAP. IN SHORT, IT IS A SOCIAL BUSINESS. AS THE FOUNDERS OF THIS START-UP, WE

WANTED ABOVE ALL TO SUPPORT REGIONS THAT NORMALLY GET A RAW DEAL FROM INTERNATIONAL COMMERCE. OUR VERY FIRST MOVES ALREADY MADE IT CLEAR THAT WE WERE NOT BOUND BY CONVENTION, AS INSTEAD OF MIXING SYNTHETIC CHEMICALS IN HIGH-TECH LABS, WE EXPERIMENTED WITH NATURAL PRODUCTS IN OUR KITCHENS AT HOME. ALL OUR EFFORTS WERE GUIDED BY ONE AIM: TO MAKE THE WORLD A SLIGHTLY FAIRER PLACE. THE RESULT WAS A RANGE OF SOFT DRINKS, SUSTAINABLY PRODUCED FROM FAIR TRADE RAW MATERIALS, THAT HAVE INSTANTLY GAINED CULT STATUS.

Aus bestem Tee. ChariTea®

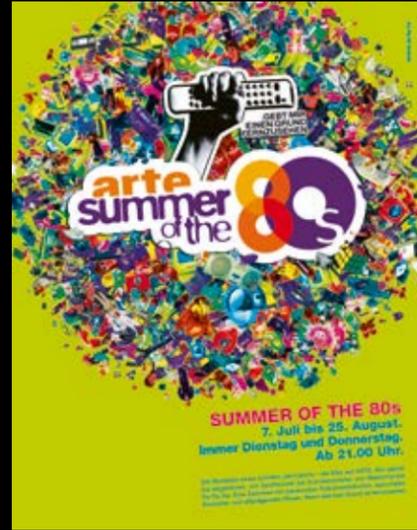


KATJA KIRCHNER



Lemonaid & ChariTea
Einführungskampagne Printanzeigen
und Guerilla-Sticker-Aktion

„Was nützen mir die tausend
PDFs, die ich mir irgendwo
abspeichere. Die guck ich mir
ja nie an.“



72 - 73





STEFANIE



Während des Interviews liegt Stefanies treue Hündin Sancha brav am Boden.

SIXT

Maastricht ist ihr zu langweilig. Ganz klar, dass Stefanies nächste Wahl für's Studium auf Augsburg fällt. Mit dem Diplom in der Tasche folgen Stationen unter anderem in Köln, Berlin und Philadelphia. Nach elf Umzügen kehrt sie wieder zurück in ihre Wahlheimat Augsburg und findet es alles andere als öde. Unter ihrem eigenen Label „sixt sense“ arbeitet sie an experimentellen Kurzfilmen, Musikvideos und an anderen audiovisuellen Kunstwerken, die nicht nur in der Region viel beachtet werden. Die regelmäßigen Nominierungen und Auszeichnungen jedenfalls sprechen für sich.

Bei unserem Gespräch plaudert sie offen, locker und herzlich über wichtige Entscheidungen, sukzessiv gewachsene Netzwerke, schmerzhaft geburten und das richtige Timing.



SPONTAN OHNE MASTERPLAN



STEP ACROSS GALLERY IN DER MILCHSTRASSE 4. AN DIESEM KLANGVOLLEN ORT IM MÜNCHNER STADTTEIL HAIDHAUSEN EMPFÄNGT UNS STEFANIE SIXT ZUSAMMEN MIT IHRER GALLERIEFREUNDIN DANIELA UND IHREM HUND SANCHA ZUM INTERVIEW. AN DER WAND LEHNEN STEFANIES HALB AUSGEPACKTE FOTO-COLLAGEN. DAS ERSTE GLAS ORANGENSAFT IST SCHNELL GETRUNKEN, UND WIR STEIGEN EIN:

BEVOR DU NACH AUGSBURG GEKOMMEN BIST, HAST DU BEREITS IN DEN NIEDERLANDEN DESIGN STUDIERT.

Kunst! Das war an der Academies Beeldende Kunsten Maastricht.

[LACHT] UND AUF DEUTSCH?

Kunstakademie.

WAS HAST DU AUS DEN NIEDERLANDEN MITGENOMMEN?

In den Niederlanden war das erste Jahr total spannend. Die Niederländer haben im Studium zunächst eine Art Grundausbildung. Erst danach entscheiden sich die Studenten für eine Fachrichtung. Malerei, Fotografie, Film, Zeichnen und auch Typografie habe ich kennengelernt. Wobei die Typografie dort wenig mit der Typo an der Fachhochschule zu

tun hat. An der FH in Augsburg geht das nochmal sehr viel tiefer. In diesem ersten Jahr habe ich zum Beispiel die Malerei für mich entdeckt. Bei anderen Dingen habe ich wiederum gemerkt, dass sie mir nicht so liegen. Aber ich war damals Anfang 20 und offen gestanden war mir Maastricht zu langweilig.

UND DANN HAST DU GEDACHT, DU GEHST MAL NACH AUGSBURG?

Ja, ich musste mich dann schnell entscheiden und habe mich beworben. An der Hochschule lernt man das Handwerk, mit dem man dann später auch Geld verdienen kann. Außerdem lernt man zu präsentieren. Das hilft mir auch heute noch sehr, wenn ich zum Beispiel Image-Filme für Unternehmen mache. Ich bin sicherlich nicht die begnadetste Typografin, aber ich weiß, was ich tun muss, damit es korrekt aussieht.

„Man muss rechtfertigen können, warum man nicht die Billigste ist.“

WAS HAT DEIN STUDIUM IN AUGSBURG AUSGEMACHT?

Während des Studiums habe ich sehr viele Praktika gemacht, zum Beispiel beim WDR in Köln oder bei dorofilm in Berlin. Die haben damals Musikvideos für mtv und viva gemacht, Rammstein oder Grönemeyer zum Beispiel. Die haben produziert wie die Wahnsinnigen von Montag bis Sonntag, ohne Pause. Vier Stunden Schlaf und dann direkt weiter. Dafür sahen die Praktikanten nach dem halben Jahr auch aus wie ihre eigenen Großeltern. Aber da konnte ich mir die unterschiedlichen Produktionsweisen

anschauen. Ich hatte mich schnell dafür entschieden, selbstständig zu werden, aber nicht eine große Firma zu gründen, denn dann musst du aquirieren und Umsätze generieren und hast keine Zeit mehr für die eigenen Projekte.

WAS HAT DIR IM STUDIUM AM MEISTEN GEFALLEN?

Frau Meyer war toll. Sie hat uns 1987 mit nach Chicago auf einen Kongress genommen. Dort waren die besten Leute aus Amerika in den Bereichen Marketing, Werbung und aus der gesamten Kreativbranche. Das war richtig spannend. Das hat meinen Horizont sehr erweitert.

WAS SOLLTEN STUDENTEN DEINER MEINUNG NACH UNBEDINGT MITNEHMEN?

Viel feiern. Und viel arbeiten. Viele Erfahrungen sammeln, sich aber auch mal ausspinnen und eigene Projekte realisieren. Ich kann immer wieder die Praktika empfehlen. Ich hatte mich damals zwar schon für den audiovisuellen Bereich entschieden, aber dann gehen ja nochmal unzählige Türen auf und ich musste mich fragen: Werde ich Cutterin, Regisseurin, gehe ich in die Produktion oder zum Casting? Arbeite ich bei Dokumentationen, an Spielfilmen, Reportagen, was weiß ich. Es gibt 1,5 Millionen Möglichkeiten.

HEUTE GIBT ES EIN SEMINAR FÜR BEWEGTBILD. WAR DAS DAMALS AUCH SCHON EIN THEMA?

Wir hatten damals „audiovisuelle Medien“ als Studienschwerpunkt bei Frau Meyer. Irgendwann habe ich dann einen Dokumentarfilm über Mexiko an der Fachhochschule gedreht.

HAST DU TROTZ DEINER VIELEN PRAKTIKA WÄHREND DES STUDIUMS GEARBEITET?

Ja, zunächst in der Gastronomie, danach aber bei einer Agentur, das heutige „team m&m“. Die hatten sich gerade gegründet.

KONNTEST DU WÄHREND DES STUDIUMS ARBEITEN? HAT DAS ZEITLICH GEKLAPPT?

Wenn Mappenabgabe war, dann waren es schon nur vier bis fünf Stunden Schlaf und Augenringe. Dann ging man zum Arzt und hat gefragt, ob er was zur Beruhigung hat. [lacht]

„An der Hochschule lernt man das Handwerk, mit dem man dann später auch Geld verdienen kann!“

NACH DEM ABSCHLUSS DEINES STUDIUMS HAST DU DEIN EIGENES LABEL GEGRÜNDET, „SIXT-SENSE“. WIE WAREN DIE ERSTEN MONATE MIT DEM EIGENEN LABEL?

Das war Ende der 90er und ich bin direkt nach Köln gegangen und habe für die Condomi AG Unternehmensfilme gedreht. Die waren kurz davor an die Börse zu gehen, es war also einiges zu tun. Danach kam direkt das Musikvideo für Karl Bartos, den Ex-Drummer von Kraftwerk. Das war ein super Start.

WIE BIST DU ANFANGS AN AUFTRÄGE GEKOMMEN?

Ich kannte die Condomi-Gründer. Das ist nicht zu unterschätzen, ein kleiner Türöffner. Durchgehen muss man dann immer selber. Dann kam ich über Köln wieder mit einer Produktionsfirma in Berlin in Kontakt, und darüber dann an Jobs in Berlin.

HAT MAN ALS ANFÄNGER OHNE BEZIEHUNGEN UND GLÜCK ALSO KEINE CHANCE?

Auch Beziehungen kann man sich aufbauen. Ich hatte auch nicht von Anfang an Verbindungen, die habe ich mir selbst aufgebaut. Das Netzwerk ist in den letzten 15 Jahren sukzessive gewachsen. [Sancha schläft am Boden, zuckt im Schlaf und jault leise. „Sie hat wohl einen Alptraum.“, sagt Stefanie.]

WÜRDEST DU STUDIERENDEN RATEN, SICH SOFORT SELBSTSTÄNDIG ZU MACHEN, ODER SOLLTE MAN ERST IN EINE AGENTUR GEHEN?

Das kommt immer auf die Person an. Wenn du es gemütlicher haben willst, dann lass dich anstellen. Als Selbstständiger hat man jedoch auch nicht viel Urlaub. Wenn ich krank bin und ich eine Deadline habe, muss ich trotzdem arbeiten. Und es ist nie wirklich alles getan. Wenn der Job erledigt ist, aktualisiert man seine Website oder knüpft Kontakte. Aber auch in einer Agentur wird es manchmal ungemütlich.

DU WARST MIT DEINEM LABEL NICHT NUR IN KÖLN UND BERLIN, SONDERN AUCH IN PHILADELPHIA. HAT DICH DEINE ARBEIT IN DIESE STÄDTE GEZOGEN?

Ich hatte diese Job-Möglichkeiten in Köln und ich mochte die Stadt auch sehr gerne. Aber nach drei Jahren hatte ich das Gefühl „Köln ist jetzt durch, jetzt kommt Berlin“. Innerhalb von zehn Tagen hatte ich meine Wohnung in Köln gekündigt und eine in Berlin gefunden. Ich hatte nie einen Masterplan, es kam immer alles relativ spontan.

NACH DER GROSSEN WEITEN WELT HAT ES DICH WIEDER NACH AUGSBURG GEZOGEN. WARUM?

Ich bin in sieben Jahren elf Mal umgezogen, das reicht. Ich wollte in Augsburg eine Konsolidierungsphase einlegen. Dass ich hier jetzt schon zehn Jahre bin, hätte ich nie gedacht. Aber es war eine gute

Entscheidung. Außerdem arbeite ich jetzt schon fünf Jahre mit Markus Mehr zusammen. Es ist toll und man wächst da schon zusammen. Ich muss nicht mehr am hippsten Ort von Berlin rumhängen.

DU MACHST VIELE LIFE PERFORMANCES MIT DEM AUDIO-KÜNSTLER MARKUS MEHR. WIE HAT SICH DIESE ZUSAMMENARBEIT ENTWICKELT?

Über das Modular Festival in Augsburg. Er kam damals als Künstlerische Leiter auf mich zu und meinte, dass wir doch ein Projekt zusammen machen könnten. Zum ersten Mal sind wir dann in der temporären Galerie Muhackl oder Blutwurst zusammengekommen. Das war ein super lustiger Abend. Später standen wir bierbeseelt vor der Tür, als Markus zu mir sagte, wir seien jetzt eine Band. Eine audiovisuelle Band. Und seitdem arbeiten wir zusammen und es ist gut.

„Man kann nie sagen: Es ist alles getan.“



WIE SIEHT EIN IDEALER ARBEITSTAG BEI DIR AUS?

Gott! Früh aufstehen, mit meinem Hund rausgehen, Kaffee trinken, frühstücken und währenddessen dann schon einmal anfangen, die Mails zu checken. [lacht] Dann kommt es natürlich darauf an, in welcher Phase ich mich gerade befinde. Ich habe zum Beispiel gerade für einen Kunden ein Projekt fertig gemacht, das enorm viel Vorbereitungszeit und Konzeptentwicklung gekostet hat. Weil sehr viele Leute daran beteiligt waren, nimmt die Kommunikationsabstimmung sehr viel Zeit in Anspruch. Solche Arbeitsvorgänge sind anders strukturiert als ein freies

Kunstprojekt. Dann ist es in der Regel schwer, eine Woche im Voraus zu planen. Aber bei größeren Projekten lernt man über die Jahre, die Arbeit nicht auf den letzten Drücker abzuschließen, sondern sich eine Woche vorher definitive Deadlines zu setzen.

HAST DU EIN BESTIMMTES SYSTEM, WIE DU AN DEINE PROJEKTE RANGEHST?

Die Idee des Skripts für den Deutschen Olympischen Sportbund kam mir morgens beim Spazieren. Natürlich muss man erst einmal recherchieren und dann kam auch ein sehr detailliertes Briefing von der Agentur. Aber meistens gehe ich mit einer Mischung aus verschiedenen Strategien, Informationen und frischer Luft an meine Projekte heran.

BRAUCHT MAN FÜR MOTION DESIGN SPEZIELLE VORAUSSETZUNGEN?

Ich denke, man muss viel ausprobieren können. Auch Vorstellungsvermögen und ein Gefühl für Timing sollte man haben. Wenn es um ein Projekt geht, ist es wichtig, das Storyboard genau mit dem Kunden und der Agentur abzustimmen und vorher alles so genau wie möglich zu formulieren, damit man in der Realisierung ein möglichst geringes Risiko eingeht.

WELCHE AUFTRÄGE BEKOMMT IHR? UND WORIN UNTERSCHIEDEN SIE SICH?

Ich hatte mit Markus verschiedene Auftritte auf Festivals, zum Beispiel in Schweden. Wenn mich ein Museum beauftragt, bin ich Dienstleisterin. Das heißt, ich verwende das Material, das sie mir zukommen lassen. Ich bringe das in ein Gesamtkonzept und dabei ist es wichtig, eine gewisse Wiedererkennbarkeit des Motivs zu behalten. Aber wenn Markus und ich ein neues Projekt entwickeln, dann ist das eine ganz andere Herangehensweise, weil die Arbeit komplett frei ist. Zum Teil sind das auch sehr unangenehme Prozesse. Meistens kann man sich nicht einfach hinsetzen und ist ein bisschen kreativ. Teilweise sind das richtige Geburten. Schmerzhaftes Geburten.

WAS WÜRDEST DU STUDIERENDEN RATEN, DIE SICH FÜR MOTION GRAPHICS INTERESSIEREN?

After Effects sollte man beherrschen, das ist das gängigste Programm. Motion Graphics ist ein weiterer Bereich, da kommt es dann darauf an, ob man zu einer Sendeanstalt will oder zu einer Produktionsfirma.

„Jetzt muss ich nicht mehr am hippesten Pool von Berlin rumhängen, ich kann jetzt auch etwas gemütlicher als früher.“

SOLLTE MAN SICH SO FRÜH WIE MÖGLICH SPEZIALISIEREN?

Das ist schwierig zu sagen. Ich bin wenig spezialisiert, dafür habe ich aber den Überblick und hole mir immer wieder Spezialisten für einzelne Sachen. Ich würde sagen, das hängt vom Typ ab.

WIE SOLLTE EIN GUTES PORTFOLIO EINES VIDEO-KÜNSTLERS AUSSEHEN?

Das Showreel sollte nicht zu lange sein. Es sollte dynamisch und mitreißend sein. Es sollte widerspiegeln, was die eigenen Fähigkeiten herausstellt und wo der eigene Schwerpunkt liegt. Auch die Bandbreite oder die Deklinationen eines Designs sind oft interessant.

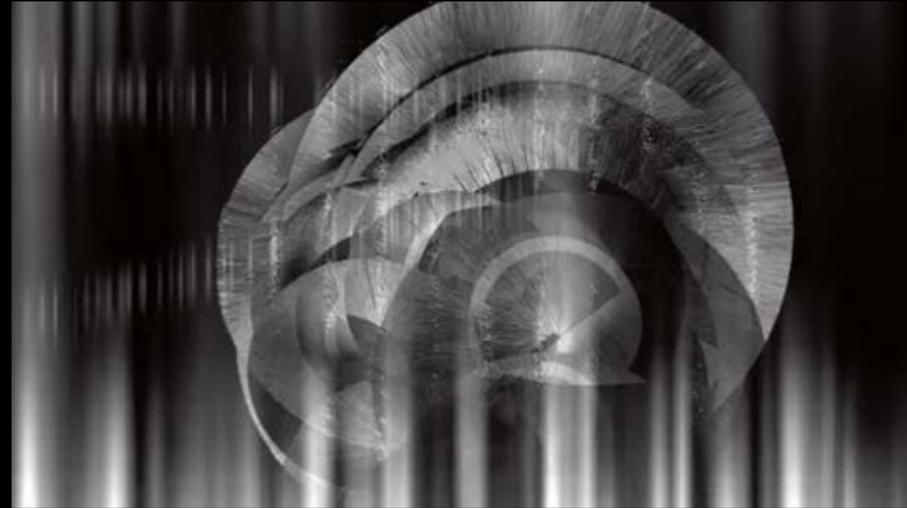
WIE SCHÄTZT DU DIE JOBCHANCEN IN DEINEM BERUF GERADE EIN?

Die Nachfrage ist groß. Ob das jetzt Bücher sind, die mit Trailern vorgestellt werden oder mittelständische Betriebe, die kleine Filme auf der Website haben wollen. Dieser Bedarf wird auch durch ein großes Angebot gedeckt. Man muss rechtfertigen können, warum man nicht die Billigste ist. Aber mein Gott, wo ist es heutzutage schon einfach?

- 1973 Geboren in Augsburg
- 1999 Abschluss HS Augsburg Kommunikationsdesign
- 2000 Gründung „sixt sense“
- 2010 Lehrbeauftragte für Video

HERZLICHEN DANK FÜR DAS INTERVIEW SAGEN CHRISTOPHER DÄNE UND STEPHANIE SCHLEICHER.

„Kreativ zu sein ist manchmal eine richtige Geburt. Oft eine schmerzhaftere Geburt.“



„B C H I J“
Audiovisuelle Performance mit Markus Mehr
2013





„Die Arbeit lässt
einen schon sehr
selten richtig los.
Oder: Ich lasse
sehr selten los.“



„Berlin spielt Volleyball“
Imagefilm für das Berliner Volleyballteam
2014



**„Ein kleiner Türöffner
ist nicht zu unter-
schätzen. Aber durch-
gehen muss man
dann immer selber.“**



„Gymnasium/ Swarms“
Experimentalfilm
2014

STEFANIE SIXT



Imagefilm für das Deutsche Sportabzeichen
im Auftrag des Deutschen Olympischen Sportbundes
2015



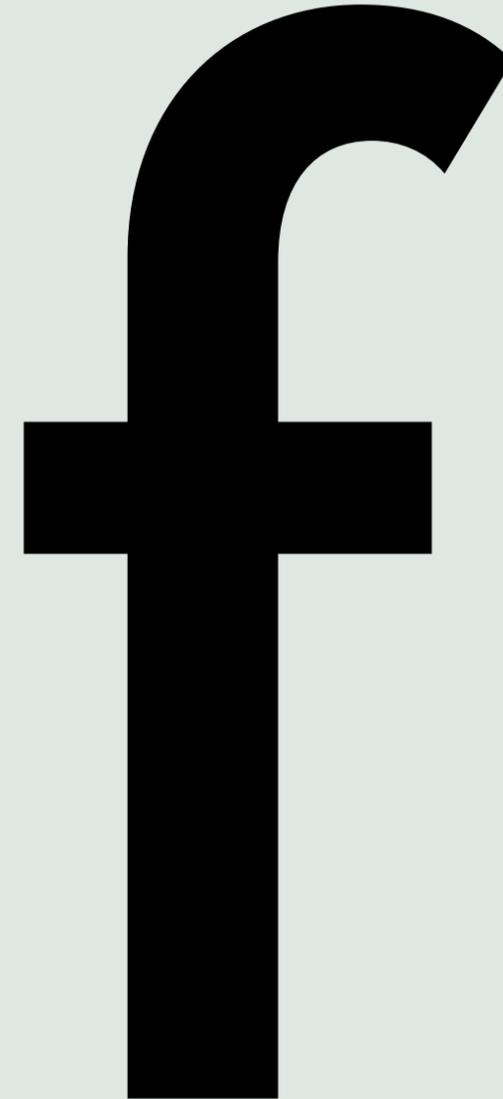
„Duck became Swan“
Experimentalfilm
Venedig, 2012



„Re-Directed“
Audiovisuelle Performance, Premiere auf den
internationalen Filmfestspielen Rotterdam
Mind the Gap Nights 2014



DANKE FRAUENBEAUFTRAGTE



www.hs-augsburg.de/frauen

JUTTA

Juttas Atelier im einzigartigen Grandhotel Cosmopolis Augsburg



Jutta hatte nach dem Abschluss ihres Studiums gar keine Zeit sich darüber Gedanken zu machen, wie es weitergehen soll – die Kunden kamen von ganz alleine und plötzlich war sie mitten drin in der Arbeitswelt.

Detaillierte Zukunftspläne zu schmieden ist generell nicht so ihr Ding. Lange Zeit war sie sich zum Beispiel nicht sicher, ob sie überhaupt das richtige Studium begonnen hat. Im Interview erfahren wir, welche beruflichen Alternativen es neben der Zucht von Nasenbären sonst noch gegeben hätte und warum das Grandhotel für sie viel mehr geworden ist als nur ein Atelier.



GEISENHOFER

SELBSTSTÄNDIG ÜBER NACHT



SEIT FAST VIER JAHREN ARBEITET JUTTA ALS SELBSTSTÄNDIGE DESIGNERIN IN IHREM ATELIER IM GRANDHOTEL COSMOPOLIS IN AUGSBURG. EIN HOTEL, DAS BUNDESWEIT SCHLAGZEILEN GEMACHT HAT, WEIL DORT HOTELGÄSTE UND FLÜCHTLINGE GEMEINSAM WOHNEN. BEI EINER TASSE TEE IM HOTELGARTEN ERZÄHLT UNS JUTTA VON IHREM LEBEN NACH DEM STUDIUM.

DU ARBEITEST INZWISCHEN SCHON RELATIV LANGE IM GRANDHOTEL. WIE BIST DU DAZU GEKOMMEN?

Das war ein glücklicher Zufall. Ich war auf der Suche nach einem Platz zum Arbeiten, denn schon während des Studiums wollte ich Wohn- und Arbeitsraum trennen. Nach einigen Zwischenstationen habe ich vom Grandhotel gehört und wollte mir das unbedingt anschauen. Angeblich sollte es dort Ateliers geben und die beste Aussicht über ganz Augsburg. Ich habe dann die Leute kennengelernt, beim Umbau des leerstehenden Hauses geholfen und immer mehr Zeit dort verbracht. Und als 2012 ein Atelier frei wurde, bin ich dort fest eingezogen.

WAS BEDEUTET DAS GRANDHOTEL FÜR DICH?

Das Grandhotel ist deutlich mehr als mein Arbeitsplatz. Es ist auch ein Stück Heimat und Familie. Es bietet die Möglichkeit sich ganz vielseitig auszuprobieren, zwischen den Disziplinen hin und her zu hüpfen, interessante Menschen aus aller Welt zu treffen und gemeinsam zu forschen und festgefahrene Strukturen zu verändern.

KANNST DU UNS KURZ DAS KONZEPT DES GRANDHOTELS ERKLÄREN?

Das Grandhotel ist Hostel und Hotel und Flüchtlingsunterkunft in einem, aber einen Definitionsversuch kann ja jeder online nachlesen, ein Gefühl dazu muss man vor Ort aufspüren. Für mich ist die Kombination der Kontraste, Gegensätze, all derer, die diesen Ort mit formen, gestalten und an der sozialen Plastik bauen, das Spannende. Das Lernfeld ist grenzenlos. Alles ist im ständigen Wandel und in Veränderung. Das ist oft super anstrengend und macht es auch so schwer zu greifen und ist somit für mich auch die gestalterische Herausforderungen. Als Kommunikationsdesignerin ist es meine Aufgabe, den Style, den Flair und dieses Gefühl des Grandhotels sichtbar zu machen. Was ich neben dem Design noch mache: Bar-Coaching, wöchentlicher Backzirkel, ich bin im Kernteam der Hoteliers, da kümmern wir uns um die Öffentlichkeitsarbeit. Wir planen die Abläufe im Hotel und versuchen immer wieder mit Aktionen auf uns aufmerksam zu machen.

HAST DU EINEN GEREGLTEN TAGESABLAUF?

Geregelter Tagesablauf? Jein. Das Normale, Ge-regelte kann hier im Haus nur teilweise funktionieren, dafür gibt es zu viel Unberechenbares, aber wir arbeiten als Gruppe gemeinsam daran, Strukturen und Fixpunkte für den turbulenten Hoteliertag zu schaffen. Ich musste auch lernen zu sagen: „Jetzt hab ich Jutta-Zeit, jetzt hab ich Freizeit, jetzt hab ich Kundenarbeitszeit.“

DANN HAST DU ALSO GAR KEINE FESTEN ARBEITSZEITEN?

Doch, nur mehr oder weniger flexibel. Ich fange zwischen 10 und 11 an, um eins gibt's für alle im Haus Mittagessen und meistens mach ich dann bis zwei Uhr Computer-Pause. Wenn die Energie aus oder das „Will“ des Tages erreicht ist, geh ich nach Hause. Am Wochenende ist Wochenende. Meistens jedenfalls. Das ist ja das Schwierige, vielleicht auch gerade das Schöne an unserem Job – es kommt

immer wieder vor, dass man mit so viel Leidenschaft dabei ist und seine guten Vorsätze auch mal über Bord schmeißt.

WAS PASSIERT, WENN MAN KEINE AUFTRÄGE HAT?

Ich glaube, wenn man gute Arbeit macht und mit etwas Feingefühl auf seine Kunden*innen eingeht, ergibt sich immer wieder etwas Neues. Und für den Fall, dass wirklich mal 'ne Durststrecke kommt, hamstert man sich einfach eine kleine Reserve an.

GIBT ES AUFTRÄGE, AN DENEN DU BESONDERS GERN ARBEITEST?

Ich mag Projekte, die auf verschiedenen Ebenen liegen und unterschiedliche Disziplinen kreuzen. Wenn Ideen vom Papier aus in Räume wachsen dürfen. Wenn die Recherche Waldforschung beinhaltet und die Umsetzung Farbe unter die Nägel bringt. Ich genieße es auch immer sehr, mit Leuten interdisziplinär zusammen zu arbeiten und wenn es Zeit gibt.

WIE KAM ES DAZU, DASS DU DICH SELBSTSTÄNDIG GEMACHT HAST?

Das hat sich so ergeben. Ich bin keine Zukunftsplanerin, da kam eins zum anderen. Gleich nach dem Studium kamen tolle Gestaltungsaufträge rein, da war gar keine Zeit zu überlegen. Plötzlich war ich selbstständig, hab mir meine Steuernummer geholt und angefangen, Rechnungen zu schreiben. Das mach' ich bis heute.

„Jetzt hab ich Jutta-Zeit, jetzt hab ich Freizeit, jetzt hab ich Kundenarbeitszeit.“

UND WENN DU NICHT ARBEITEST, WIE SIEHT DEINE FREIZEIT AUS?

Backen, kochen, essen, draußen sein. Ich finde es ganz wichtig, dass wir uns von der Arbeit nicht auf-fressen lassen. Deshalb ist es echt schön, den Rechner zuzuklappen, nicht ständig erreichbar zu sein und der Stadt zu entfliehen.

WO FINDEST DU DEINE INSPIRATION?

In Gesprächen, in der Natur und natürlich auch im Grandhotel. Im Internet, in Büchern oder in Ausstellungen. Inspiration ist doch überall. Inspiration liegt auf der Straße. Man muss sie nur erkennen.

WIE SIEHT ES IN DEINEM KOPF AUS? EHER STRUKTURIERT ODER EHER KREATIVES CHAOS?

Einerseits liebe ich es Listen abzuhaken, Prioritäten aufzuschreiben, Mails klar zu strukturieren und bin äußerst penibel wenn es um typografisches Feintunig geht und andererseits herrscht in meinen Räumen oft ein absolutes Wirr-Warr und da kommt es schon vor, dass ich nach einigem Suchen meine To-Do-Liste in einer Klamottenkiste finde, die irgendwie seit einem halben Jahr unter meinem Schreibtisch steht.

WAS WÄRST DU GEWORDEN, WENN DU NICHT DESIGN STUDIERT HÄTTEST?

Psychologin, Floristin oder Nasenbärzüchterin.

WIESO WOLLTEST DU KOMMUNIKATIONS-DESIGN STUDIEREN?

Ich wollte etwas Kreatives tun und obwohl mich Augsburg interessiert hat, bin ich in das Studium irgendwie reingeraten. Dann habe ich mich treiben lassen und war mir auch nach vier Semestern nicht sicher, ob es das Richtige ist. Vieles war mir zu schulisch, zu wenig frei. Erst im Auslandssemester ist der Knoten geplatzt.

WIE KAM DAS? WAR DENN DAS STUDIUM IM AUSLAND SO ANDERS ALS IN AUGSBURG?

Ja, ganz anders. Ich war zehn Monate in Belfast, in Nordirland. Ich habe so viel Neues kennengelernt. Vor allem habe ich dort große Freiheiten genossen, einfach ausprobiert. Ich war noch nie so viel in der Hochschule wie dort. Da gab es keinen, der dir ein Blatt hinlegte mit Aufgabe 1 und Aufgabe 2. Du konntest in dich hineinhören, „was bewegt dich gerade, was motiviert dich, was treibt dich an? Was willst du umsetzen?“ Das hat dann auch zu einer sehr freien, künstlerischen Diplomarbeit geführt.

WAS SOLLTE MAN RÜCKBLICKEND UNBEDINGT WÄHREND DER STUDIENZEIT MACHEN?

Ganz viel ausprobieren, fragen, widersprechen, seinen Kopf durchsetzen und alle Möglichkeiten nutzen. Nicht immer brav dem vorgegebenen System folgen, lieber ein bisschen die Grenzen austesten und nur für die Dinge, für die man wirklich brennt, 'ne Nachtschicht einlegen.

- 1985 Geboren in Ingolstadt
- 2010 Abschluss HS Augsburg Kommunikationsdesign
- 2012 Selbstständige Designerin Grandhotel Cosmopolis

HERZLICHEN DANK FÜR DAS INTERVIEW SAGEN LARA TILL UND RONJA WEBER.



„Inspiration liegt auf der Straße. Man muss sie nur erkennen.“



Grandhotel - Veranstaltungsplakat



Grandhotel
Header für den Webauftritt
Diese Arbeiten sind in
Teamarbeit entstanden.



„Geregelter Tagesablauf? Jein.“



Corporate Design Frischebar



CD Booklets der Artworkerei



Perelin Webhintergrund





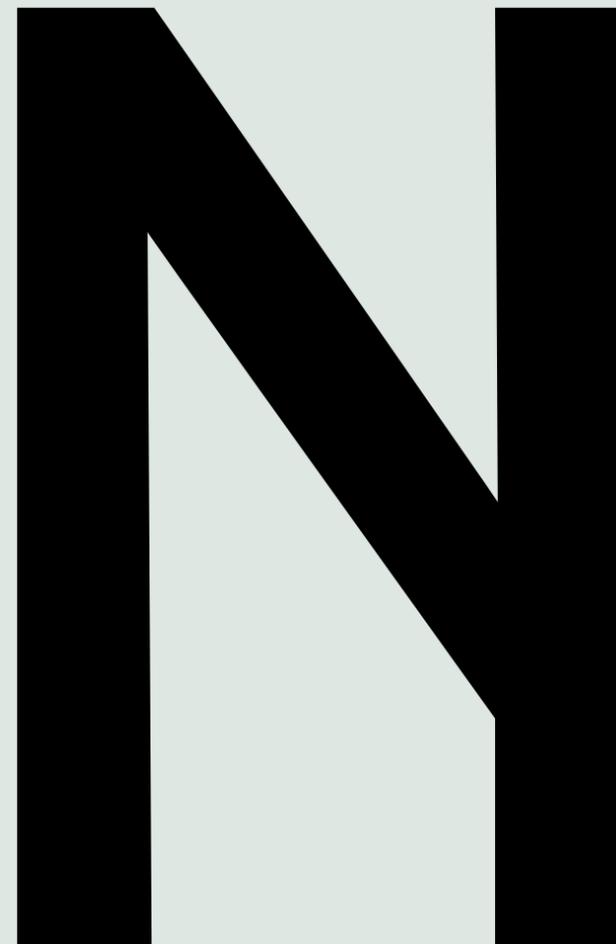
Still Dreaming of Horses
Freies Projekt



Donaubauer Holzbau



Stories Make Art - Grandhotel



NADJA



Ein Schäfer steht inmitten seiner Schafherde, im Hintergrund die Düsseldorfer Skyline. Mit einer Vollformat-Kamera ganz Nordrhein-Westfalen zu bereisen, um stimmungsvolle Bilder von interessanten Menschen aufzunehmen. Selbst vor Ort sein, um Werbeclips für den WDR zu drehen. Das war in den vergangenen Jahren eines von Nadjas Lieblingsprojekten.

Die meiste Zeit verbringt sie jedoch in den offenen Räumen der Agentur Luxlotusliner in München, einer Agentur, die sich auf On-Air-Design und Motion Graphics spezialisiert hat. Hier ist sie Art-Direktorin und für die Projektorganisation mitverantwortlich. Im Interview erzählt sie uns von den Vorteilen flexibler Arbeitszeiten, von spannenden Kostenabrechnungen und von Kunden aus anderen Kulturkreisen.





KLEINES TEAM FÜR GROSSE SENDER

ES WAR NICHT GANZ EINFACH, EINEN INTERVIEW-TERMIN MIT NADJA DOTH ZU FINDEN. DER ERSTE PLATZTE, WEIL SIE ÜBERRASCHEND NACH LEIPZIG MUSSTE. DANN, EINE WOCHE SPÄTER, TREFFEN WIR SIE IN DER MÜNCHENER AGENTUR LUXLOTUSLINER.

DU WARST LETZTE WOCHE IN LEIPZIG. WAR DAS GESCHÄFTLICH?

Ja, das war geschäftlich. Wir hatten einen Termin beim MDR, für den wir das Design eines neuen Sendeformates realisieren werden. Wir haben Anfang des Jahres an einem großen Pitch für einen Drei-Jahres Rahmenvertrag für die ARD teilgenommen und diesen gewonnen. Seit 1. Juli sind wir also die neue Lead-Agentur der ARD und damit auch der Landesrundfunkanstalten. Es war sehr spannend, wieder bei so einem wichtigen großen Pitch [Wettbewerb, Anm. d. Red.] mitzumachen. Bereits 2010 hatten wir einen ähnlichen Pitch für das ZDF gewonnen, bei dem es um einen Rahmenvertrag für ein Jahr ging.

WAS BEDEUTET ES, LEAD-AGENTUR FÜR EINEN SENDER ZU SEIN?

Das bedeutet, dass der Sender sich mit allen seinen Design-Aufgaben an uns wendet. Dafür gibt es einen Jahres-Etat. Der Sender hat dadurch immer einen direkten Ansprechpartner, der umgehend auf seine Wünsche eingeht und die Agentur hat gesicherte Aufträge und eine gewisse Planungssicherheit für die Zeit des Rahmenvertrages. Außerdem hat man als Agentur natürlich auch eine viel umfangreichere Möglichkeit, das Design eines Senders in seiner Gesamtheit zu beeinflussen, da man in der Zeit die Umsetzung von sehr vielen Elementen übernimmt.

IHR ARBEITET MIT EINIGEN FERNSEHSENDERN SEHR ENG ZUSAMMEN. LÄUFT MAN DA NICHT GEFAHR, NUR NOCH AUF BEWÄHRTES ZU SETZEN?

Ja, wenn man lange für einen Kunden arbeitet, muss man ständig an sich arbeiten, dass man nicht zu angepasst wird. Auch wenn man einen Sender sehr gut kennt und schon viele Projekte gemeinsam realisiert hat, muss man sich immer wieder hinterfragen, ob ein Design nur gut zu dem Sender passt oder ob es auch wirklich innovativ und mutig ist. Das ist oft eine Gratwanderung. Deshalb präsentieren wir meist mehrere Konzepte.

WIE VIELE ARBEITEN ZUSAMMEN IN EINEM TEAM?

Unterschiedlich. Mal allein, mal in Teams von zwei bis vier Leuten oder mehr, je nach Umfang des Projekts. Sendungsverpackungen, also das Design einer einzelnen Sendung, kann ein Designer alleine bewerkstelligen. Aber das komplette Re-Design eines Senders ist so umfangreich, so dass vier bis sechs Leute zusammen daran arbeiten. Im Team tut man sich gerade beim Brainstorming für ein Konzept am

„Wichtig ist, dass die Leute flexibel sind, aber das weiß auch jeder in der Branche. Wenn man nicht flexibel ist, ist man auch nicht lange in der Branche.“

Anfang eines Projekts leichter. Danach werden einzelne Teilbereiche des Gesamtprojektes an die verschiedenen Designer verteilt.

WIE VIELE ABREITEN INSGESAMT BEI LUXLOTUSLINER?

Insgesamt sind es zwei Geschäftsführerinnen, zwei Festangestellte und je nach Auftragslage mehrere Freelancer. Wenn viel los ist, holen wir freie Mitarbeiter rein und ansonsten versuchen wir mit dem festen Team auszukommen. Wenn es mal einen Zeitraum gibt, in dem weniger los ist, erledigen wir die eigenen Dinge, wie unsere Website. Wir sind eine relativ kleine Agentur und müssen deshalb flexibel sein. Wir behalten unsere Größe aber gerne.

DAS KLINGT, ALS WÄRE ES ZWISCHENDURCH GANZ SCHÖN STRESSIG?

Wenn es in die Produktion und Abgaben geht, kann es auch mal stressig werden, ja. Aber das gehört dazu und ist meist auf eine überschaubare Zeit begrenzt. Wenn es dann nach den Abgaben wieder ein bisschen ruhiger wird, kann man sich ja auch jederzeit ein paar Tage frei nehmen. Wichtig ist, dass die Leute flexibel sind, es bringt nichts, sich auf einen Acht-Stunden-Tag zu fixieren. Wenn Abgabe ist, dann ist Abgabe. Aber das weiß auch jeder in der Branche.

WAS WAR BISHER DEIN LIEBLINGSPROJEKT?

Ein Lieblingsprojekt gibt es in dem Sinn nicht. Jedes Projekt hat seinen Reiz. Aber ein Highlight bisher war sicher, als wir vor zwei Jahren die „Idents“ für den WDR gedreht haben. Das sind kleine Image-Clips für den Sender. Es ist einfach toll, mal vom Schreibtisch wegzukommen und unterwegs zu sein und zu drehen. Für drei Staffeln sind wir mit der Kamera durch ganz Nordrhein-Westfalen gefahren und haben die unterschiedlichsten Motive ausgesucht, wie zum Beispiel einen Schäfer am Rhein in Düsseldorf und dann selbst gedreht und geschnitten. Ein tolles Bundesland, indem wir sehr viele nette und interessante Menschen kennengelernt haben.

IHR ARBEITET NICHT NUR FÜR DEUTSCHE SENDER, SONDERN AUCH FÜR KUNDEN IN ÄGYPTEN UND IM IRAK. WIE KAM ES DAZU?

Unsere beiden Chefinnen sind schon sehr lange in der Branche und haben dadurch sehr viele internationale Kontakte. Und wenn Kunden aus dem Ausland dann sehen, dass wir schon für Al Jazeera, Abu Dhabi TV oder Al Rai gearbeitet hat, ist das meist ein Türöffner. So kam es auch, dass wir noch vor der Revolution in Ägypten das Design der ersten drei öffentlich-rechtlichen Sender des Staatsfernsehens gemacht haben.

IST ES SCHWIERIG, FÜR EINEN KUNDEN AUS EINEM ANDEREN KULTURKREIS ZU ARBEITEN?

Ja, man muss schon umdenken, wenn man für Kunden wie zum Beispiel in Ägypten oder jetzt zuletzt den Nordirak arbeitet. Dort darf es gerne etwas farbiger und auch mal golden sein, damit es in ihren Augen „rich enough“ ist. Eben nicht wie bei uns, wo Design eher reduziert, schlicht und geradlinig ist. Damit muss man sich erstmal auseinandersetzen. Ich durfte damals selbst mit einem Kollegen nach Erbil reisen, um bei der Implementierung zu helfen, also beim Realisieren des Designs in das dortige System. Das war sehr aufregend. Ich wusste gar nicht, was mich erwartet bei meiner ersten geschäftlichen Reise in ein nicht europäisches Land. Aber es hat alles gut geklappt und war eine tolle Erfahrung. Irak war aufregend.

DU BIST DAMALS BEI LUXLOTUSLINER MIT EINEM PRAKTIKUM EINGESTIEGEN. WAS HAT SICH SEITHER GETAN?

Nach meinem Praktikum bin ich als Junior eingestellt worden und habe dann als Designerin gearbeitet. Was die Aufgaben anbelangt, werde ich je nach Projekt sehr flexibel eingesetzt und habe von Konzept, Layout, Produktion bis zur Abgabe alles gemacht. Heute bin ich Art-Direktorin und zusätzlich ins Projektmanagement eingestiegen. Ich mache die

Kostenvoranschläge, schreibe Rechnungen, überwache die Projekte und halte den Kontakt zu den Kunden. Bei der Kostenüberwachung ist es super spannend zu sehen, wie viel Budget man hat und welche Kosten damit gedeckt werden müssen. Für mich ist es toll, quasi eine Schnittstelle zwischen Design und Projektmanagement zu sein. Wichtig ist, dass man einen Bereich findet, der einem Spaß macht, dann ist auch Stress kein Problem. Bei dem Filmprojekt für den WDR habe ich zudem gemerkt, wie viel Spaß mir das Filmen macht und jetzt bin ich auch in die Organisation von neuen Drehs involviert.

„Es hieß, Luxlotusliner macht Fernsehdesign. Fernsehdesign? Davon hatte ich vorher noch nie gehört.“

DAS HEISST, FILMEN WAR NOCH GAR KEIN THEMA WÄHREND DEINES STUDIUMS?

Ich habe lange gar nicht gewusst, was genau ich nach dem Studium beruflich machen will. Auch nach meinem Auslandssemester in Neuseeland war ich ziemlich planlos. Das änderte sich, als eine meiner jetzigen Chefinnen, Andrea Bednarz, als Dozentin an die Fachhochschule kam. Ihre Agentur machte Fernsehdesign. Fernsehdesign? Davon hatte ich vorher noch nie gehört. Ich habe dann das Projekt „TV-Design“ bei ihr belegt, wo wir einen fiktiven Nachrichten-Sender entworfen haben. Im darauf folgenden Semester habe ich mein Diplom bei ihr gemacht und sie hat mir anschließend angeboten, nach München zu kommen und ein Praktikum in Ihrer Agentur zu machen. Seitdem bin ich hier.

VOR DEINEM STUDIUM HAST DU EINE AUSBILDUNG ZUR MEDIENGESTALTERIN GEMACHT. WIESO HAST DU DICH DANN FÜR EIN STUDIUM ENTSCHEIDEN?

Ich wusste schon in der Schule, dass ich irgendwas mit Grafik oder Design machen will, konnte mir aber nichts Konkretes darunter vorstellen. Da ich nach der Schule erst einmal arbeiten gehen wollte, habe ich mich für eine Ausbildung entschieden. In meinem Ausbildungsbetrieb haben wir Logos, Plakate, Firmenschilder und Fahrzeugbeschriftungen für kleinere Firmen aus der Umgebung und Textildruck gemacht. Mir war bald klar, dass ich dort nicht für immer bleiben wollte und noch mehr Facetten des Berufs als Designer kennenlernen wollte. Deshalb das Studium.

„Beim Design gibt es oft kein richtig oder falsch, beim Projektmanagement aber schon.“

WAS WÜRDEST DU DEN JETZIGEN STUDENTEN RATEN?

Nutzt das Studium, um möglichst viele kreative Bereiche auszuprobieren und eben nicht nur angewandt zu arbeiten. Genießt die Möglichkeit, freie Projekte oder Kunst zu machen und nicht ein Corporate Design für irgendeine Getränkefirma. Das macht man später zur Genüge. Wer dann noch keine Idee hat, was ihn interessierten könnte, der sollte viele Praktika machen. Sich informieren, welche Firmen und Agenturen es gibt: Interessiert mich Print, Corporate Design, Magazingestaltung, Internet oder lieber Motion-Design? Es gibt so viele Möglichkeiten.



- 1981 Geboren in Buchen
- 2000 Ausbildung Mediengestalterin
- 2008 Abschluss HS Augsburg Multimedia
- 2008 Luxlotusliner

HERZLICHEN DANK FÜR DAS INTERVIEW SAGEN HANNAH HAGERAATS UND SAMUEL BOECK.



ZDF Berlin Direkt Sommerinterviews



ZDF Morgenmagazin
ZDF maybrit illner
ZDF Kultur



ON AIR DESIGN



geofaktor
Deutsche Welle



ERTU egypt

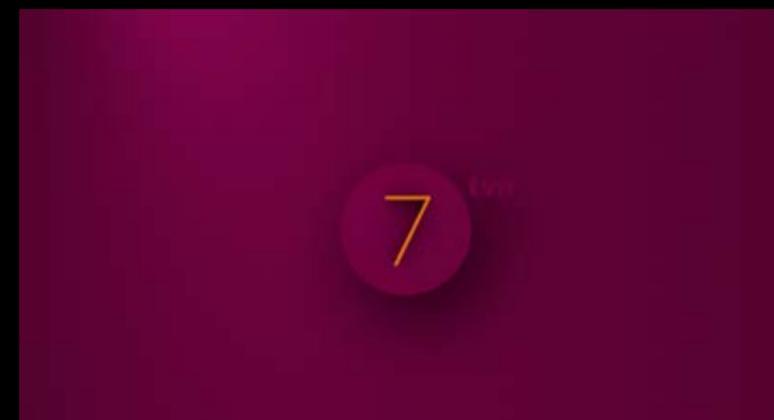


Rudaw TV, Redesign

„Bei dem Nachrichtensender im Nordirak hieß es immer, es muss ‚rich enough‘ sein. Dort durfte es auch gerne mal ein bißchen mehr bling bling und gold sein.“



„Bei dem Film-
projekt für den
WDR habe ich
gemerkt, wie viel
Spaß mir das
Filmen macht.“



„Nutze die Freiheit,
um etwas total
Abgefahrenes zu
machen und nicht
ein Corporate Design
für irgendeine
Getränkefirma.“



DANKE **DIE MALSCHULE**

m

www.diemalschule.de

DANKE **FRAU SCHOLZ**

S

für das Korrekturlesen

DANKE **FRAU BINGER**

b

für die Unterstützung beim Texten

DANKE **ULI**

u

für den Gastkommentar

DANIELA



Daniela hat nicht nur ein Atelier, sie hat zwei: In dem einen illustriert sie Kinderbücher, entwickelt Figuren, denkt sich Geschichten aus, fertigt Reinzeichnungen an oder bereitet Lesereisen vor, wenn gerade mal wieder ein neues Bilderbuch von ihr erschienen ist. In dem anderen Atelier widmet sie sich ihrer Leidenschaft, der freien Malerei. Leinwand, Acrylfarben, Staffeleien stehen für die wenigen Stunden bereit, in denen sie nicht an einem Buchprojekt arbeitet.

Wir treffen Daniela in ihrem Bilderbuchatelier. Dort, wo die Erfolgsgeschichten vom kleinen Krokodil und der großen Giraffe entstanden sind und wo Elefant und Maus am Nasebohren Gefallen gefunden haben.

=

KULOT



ALLES MUSS DURCHDACHT SEIN

NACH EINEM KLEINEN UMWEG DURCH DIE HALBE AUGSBURGER ALTSTADT STEHEN WIR ENDLICH VOR EINER UNSCHENNBAREN TÜR IN DER DOMINIKANERGASSE. DANIELA KULOT ÖFFNET UNS, AUF IHREM ARM EINE KATZE. ES IST NICHT IHRE EIGENE. DANIELA LACHT. „DIE KATZE IST MIR GERADE ZUGELAUFEN! KEINE AHNUNG, WEM DIE GEHÖRT.“ WIR GEHEN IN IHR BILDERBUCHATelier UND BEGINNEN MIT DEM INTERVIEW.

DU BIST EINE SEHR ERFOLGREICHE KINDERBUCHILLUSTRATORIN. GAB ES DENN IN DEINER KINDHEIT EIN SPEZIELLES BUCH, DAS DICH BEEINDRUCKT HAT?

Nicht eines, mehrere. Meine Tante war Bibliothekarin. Sie hat uns immer die neuesten Bücher mitgebracht. Darunter waren sehr viele Bücher von amerikanischen Illustratoren, deren Namen ich leider nicht mehr kenne. Aber diese Bücher haben mich als Kind wahnsinnig fasziniert. Eigentlich war das wirklich von Kindheit an mein Traum: Bilderbücher zu malen.

[Das Telefon Klingelt. Katzenpapa ruft an. Daniela hatte ihm auf's Band gesprochen. Die Katze hatte glücklicherweise ein Halsband mit der Nummer um.]

DICH HABEN ALSO DIE ILLUSTRATIONEN BEEINDRUCKT, WENIGER DIE GESCHICHTEN?

Doch, auch die Geschichten. Beides. Ich stamme aus einer Familie, in der alle malen. Daher kam der Gedanke, Kinderbücher zu illustrieren. Geschichte und Bild im Buch, das ist eins. Das kann man nicht trennen. Aber ich wäre nie auf die Idee gekommen, Geschichten zu schreiben oder Autorin zu werden. Das kam dann erst später. [Es klingelt an der Tür. Der Besitzer ist da. Daniela übergibt – ein wenig wehmütig – die schnell lieb gewonnene Katze. „So eine Turbulenz heute – sonst ist hier immer totale Ruhe! Hier ist gar nix los, normalerweise!“]

BEI DIR WAR RELATIV SCHNELL KLAR, DASS ES IN RICHTUNG ILLUSTRATION GEHEN SOLL. TROTZDEM HAST DU VORHER AN DER UNI KURZ GERMANISTIK UND KUNSTERZIEHUNG STUDIERT?

Ja, habe ich, zwei Semester lang. Das war aber nur eine Übergangslösung, weil ich bei der ersten Aufnahmeprüfung an der FH nicht angenommen worden bin. Dann habe ich die Eignungsprüfung ein zweites Mal probiert und geschafft.

UND WARUM AUGSBURG?

München hatte damals keinen sehr guten Ruf, aber die Augsburger Fachhochschule schon.

WORAN, GLAUBST DU, LAG DAS?

Die Fachhochschule ging ja aus der Werkkunstschule hervor und das ist schon richtig „old-school“. Klassisches Handwerk, sehr breit gefächert. Wir haben im Studium zum Beispiel noch Siebdruck und Bleisatz gelernt. Es ist toll, wenn man so ein Fundament bekommt, gerade in den Fächern Schrift oder Zeichnen. Man lernt Formen verstehen und die Gestaltungsgrundbegriffe wie Komposition, Farbe, Form. Das ist essentiell. Das Digitale lernt man sowieso. Aber das Handwerk lernt man später meistens nicht mehr freiwillig.

IM KOMMUNIKATIONSDESIGN IST DIE GROSSE MEHRHEIT DER ABSOLVENTEN WEIBLICH. TROTZDEM SIND BERÜHMTE PERSÖNLICHKEITEN IN DER GRAFIKSZENE MEISTENS MÄNNLICH. HAST DU EINE IDEE, WARUM DAS SO IST?

Ich weiß nicht, woran das liegt, aber das habe ich auch schon festgestellt. In meinem Jahrgang sind viele Frauen direkt nach dem Studium in Agenturen gegangen und sind deshalb vielleicht nicht mehr so sichtbar. Außerdem kommt dazu, dass Frauen, die eine Familie gründen, bei uns in Deutschland leider immer noch in den seltensten Fällen Karriere machen.

„Am besten ist es, wenn ich beim Skizzieren zu lachen anfangen. Dann habe ich ein gutes Gefühl.“

DU ARBEITEST SEIT MEHR ALS 20 JAHREN ERFOLGREICH ALS KINDERBUCHILLUSTRATORIN. ES WAR BESTIMMT NICHT EINFACH, SICH ALS SELBSTSTÄNDIGE ILLUSTRATORIN EINEN NAMEN ZU MACHEN. WIE HAST DU DAS GESCHAFFT?

Ich hatte gleich am Anfang einen sehr sehr guten Verlag, den Thienemann Verlag, der Michael Ende, Otfried Preußler und all die Klassiker verlegt. Als ich mein erstes Manuskript mit Illustrationen geschickt habe, erneuerte Thienemann gerade sein Bilderbuch-Programm. Sie haben es sofort angenommen und mich sehr unterstützt. Das erste Buch lief sehr gut und deswegen haben sie mich auch weiter gefördert.



IST ES FÜR ILLUSTRATOREN WICHTIG, EINEN STARKEN VERLAG HINTER SICH ZU HABEN? ODER KANN MAN ES AUCH ANDERS SCHAFFEN?

Ich bin schon der Meinung, dass man beim ersten Buch versuchen sollte, einen großen oder wichtigen Verlag zu finden. Wer mit einem der No-Name-Verlage anfängt, kommt da nicht mehr raus.

„Ein Buch fordert auch sehr viel Rationalität.“

KAM ES SCHON MAL VOR, DASS DER VERLAG „NEIN“ ZU DIR GESAGT HAT?

Ne, eigentlich nicht. Wenn ich eine Buchidee entwickle, dann erkenne ich meistens selbst, ob sie gut oder schlecht ist.

ALSO SO EINE RICHTIG KALTE ABFUHR HAST DU NOCH NIE BEKOMMEN?

Das stimmt auch nicht so ganz. Mit einem Manuskript von „Zähl dich nett ins Bett“ war ich auf der Buchmesse unterwegs und da gab es schon Verlage, die gesagt haben „Nein, das machen wir nicht.“, aber es gab schon auch andere, von denen ich Zusagen bekommen habe.

VIELE JUNGE ILLUSTRATORINNEN UND ILLUSTRATOREN WISSEN WAHRSCHEINLICH NICHT, WIE SIE MIT VERLAGEN IN KONTAKT TRETEN KÖNNEN. HAST DU EINEN TIPP?

Ein ganz bewährtes Mittel sind Besuche auf Buchmessen, speziell Bologna. Dort sind alle Verlage und bieten Mappen-Besichtigungstermine an. Du stehst in einer langen Schlange, was zwar zermür-

rend ist, aber das ist eigentlich die beste Möglichkeit mit Verlagen Kontakt aufzunehmen. Da stehen dann teilweise Hunderte mit ihren Mappen und das geht dann nach dem Fließbandprinzip.

DU MUSST DICH INZWISCHEN NICHT MEHR IN DIESE SCHLANGE STELLEN?

[lacht herzlich] Nein, das hab ich nur das erste Mal gemacht, danach lief's. Aber du brauchst schon ein dickes Fell, diese Verlagsleute sind zum Teil ziemlich gnadenlos. Damals, als ich noch in der Schlange stand, hat eine Lektorin zu mir gesagt: „Sie können zwar nicht zeichnen, aber schreiben können sie!“. Und das nach meinem gerade abgeschlossenen Grafikdesign-Studium. [lacht] Das war das erste Buch, „Socke und Flocke“, das dann später bei Thienemann veröffentlicht wurde.

WIR STELLEN ES UNS RELATIV SCHWER VOR, ÜBER SO EINEN LANGEN ZEITRAUM ERFOLGREICH SELBSTSTÄNDIG ZU ARBEITEN. WAS SIND DIE BESONDEREN HERAUSFORDERUNGEN?

Du musst ständig am Ball bleiben. Du kannst dir keine Ruhezeit gönnen oder sagen „Ich mache jetzt mal ein Jahr lang kein Buch“. Du bist ganz schnell wieder weg vom Fenster. Du musst ständig machen, machen, machen, um in dieser Branche zu bleiben.

„Ich hatte nie so richtig einen Plan B.“

DU ARBEITEST TEILWEISE BIS ZU EINEM DREIVIERTEL JAHR AN EINEM BUCH. IST DAS EINE LANGE ZEIT IN DER KINDERBUCH-BRANCHE?

Nein, bei Kinderbüchern ist das ganz normal. Ich plane gerade bis 2018. Das heißt, ich kann mich jetzt

schon mit zukünftigen Projekten auseinandersetzen, sie reifen lassen, und wenn ich mit der Arbeit beginne, ist das in etwa 3-4 Monaten gemacht. Aber diese ganze Entwicklungsphase gehört natürlich dazu. Die Geschichte ausdenken, das ganze Storyboard, die Figuren, und so weiter.

AN WELCHEM PUNKT STEIGT DER VERLAG EIN?

Relativ spät, eigentlich. Das ist das Risiko, das ich eingehe. Ich entwickle unter Umständen schon ein Jahr lang unbezahlt eine Geschichte und hoffe, dass sie Erfolg hat. In der Zwischenzeit verdiene ich meinen Lebensunterhalt durch die Tantiemen der bestehenden Titel. Beim ersten Buch ist das noch nicht so einfach. Deshalb habe ich am Anfang noch Grafikprojekte und kleinere Aufträge übernommen. Ich habe damals teilweise auch Schulbücher illustriert. Das war eine sehr auslaugende Tätigkeit, aber ich habe daran ganz gut verdient. Nach einiger Zeit habe ich gemerkt: Wenn ich das jetzt noch länger mache, dann wird mein Kopf leer und ich kann keine neuen Ideen entwickeln.

GUTES STICHWORT: WOHER KOMMEN DIE IDEEN? UND WOHER KOMMEN DEINE GESCHICHTEN?

Ich gehe ganz stark von der Figur aus. Ich entwickle eine Figur oder eine kleine Szene spielerisch am Zeichentisch. Und oft entwickelt sich daraus eine Geschichte. Ich habe vorher nie eine bestimmte Botschaft oder ein Thema im Kopf. Zum Beispiel beim Krokodil und der Giraffe, da habe ich mich gefragt: Welche Figuren gibt es noch nicht so häufig in Kinderbüchern und ich bin auf ein Krokodil gestoßen. Das Krokodil brauchte dann noch jemanden dazu. Entweder einen Gegenspieler oder einen Mitspieler. Ich habe mich für den Gegensatz entschieden und bin auf eine Giraffe gekommen. Und da war auch schon dieser Konflikt da. Der Größenunterschied, klein – groß, und so weiter. Und aus diesen Konflikt heraus entstehen Slapstick-Szenen und nach und nach die Geschichten. [Daniela holt eine Ausgabe

von „Krokodil und Giraffe“ und zeigt ein Bild mit Krokodil im Regen.] Hier war ich zum Beispiel selber schlecht drauf und habe dann ein Krokodil im Regen gezeichnet. Ich dachte: „Ja wieso ist er jetzt traurig, was hat der?“ Und aus diesem Bild ist die ganze Geschichte entstanden.

IST ES SCHWIERIG, SICH IN DIE KINDER REIN ZU VERSETZEN? WEISST DU, WAS KINDER LUSTIG FINDEN?

Das weiß ich nicht! Ich versetze mich nicht in Kinder hinein, sondern erinnere mich an meine eigene Kindheit, an das, was ich lustig fand. Das reicht eigentlich. Am besten ist es, wenn ich beim Skizzieren zu lachen anfangen. Dann habe ich ein gutes Gefühl dabei. Nach außen wirke ich sehr erwachsen und rational und das ist auch eine ganz starke Seite von mir. Aber das Kind in mir, das ist auch da.

„Das Digitale lernt man sowieso, das analoge Arbeiten freiwillig nach dem Studium nicht mehr.“

UND DAS REICHT, UM ERFOLGREICH ZU SEIN?

Das Büchermachen fordert sehr viel Rationalität und Planung. Man kann nicht einfach naiv rangehen. Alles muss durchdacht werden: Von der Komposition bis zur Farbgebung. Diese Mischung von Kindlichem und Rationalen hinzukriegen, das ist, glaube ich, die Herausforderung beim Bilderbuch.

„Ich plane gerade Projekte für die nächsten drei Jahre.“

HAT SICH DEINE ARBEIT MIT DEN DIGITALEN MÖGLICHKEITEN VERÄNDERT? DU HAST JA NOCH ERFAHRUNG AUS DER ZEIT, IN DER NOCH ALLES MIT DER HAND GEMACHT WURDE.

Ja genau. [Daniela zeigt uns handgemalte Arbeiten von früher.] Das ist alles handgemalt. Es ist natürlich eine schöne Arbeit, mit Farbe auf Papier. Manche Effekte, die man mit Farbe erreichen kann, kriegt man auch mit dem Grafiktablett gar nicht hin. Manche Farbübergänge zum Beispiel, das ist schon schön.

WANN HAST DU ANGEFANGEN, DIGITAL ZU ARBEITEN?

Mit den Wimmelbüchern.

WAS SIND DIE VORTEILE VON DIGITALEM ARBEITEN?

Dass du nicht ständig am Pinsel-Auswaschen bist. [lacht] Große Flächen lassen sich viel einfacher gestalten. Bei hellen Elementen auf dunklem Grund musst du nicht so sehr aufpassen, vorher den Platz auszusparen. Aber eigentlich passiert bei mir nur das Kolorieren digital. Die Linienzeichnungen werden per Hand gemacht, mit Bleistift oder Fineliner, und dann eingescannt und digital weiter bearbeitet.

IST ES AUCH WICHTIG, DAS ZUERST PER HAND ZU MACHEN, DAMIT MAN DEN EIGENEN STIL NOCH ERKENNT?

Absolut! Rein digital kriege ich den Strich nicht hin. Das Digitale hat aber auch etwas Plakatives, was

ich sehr gerne mag – das wiederum kriegst du mit einem Pinsel nicht hin.

WAS HÄTTEST DU GEMACHT, WENN ES ALS BILDERBUCHILLUSTRATORIN NICHT GEKLAPPT HÄTTE?

Hmm... ich hatte eigentlich nie so richtig einen Plan B. Ich hätte wohl versucht, weiterhin Grafikdesign-Aufträge zu bekommen und freiberuflich zu arbeiten. Für mich war das ein Horror, in einer Agentur zu arbeiten.

WILLST DU DENN FÜR IMMER SO WEITER MACHEN?

Ich mach das jetzt bis ich ins Grab falle! [lacht] Hoffe ich zumindest.

- 1966 Geboren in Schongau
- 1993 Abschluss HS Augsburg Kommunikationsdesign
- 1993 Kurs Bild und Buch bei Prof. Maria Friedrich, München
- 1993 freischaffende Malerin, Kinderbuchautorin und Illustratorin

HERZLICHEN DANK FÜR DAS INTERVIEW SAGEN HANNAH HAGERAATS UND JOHANNES AMMON.

„Geschichte und Bild, das ist eins. Das kann man nicht trennen.“





„Der kleine Bär besucht seine sieben Freunde“
Seite: Zu Besuch bei der Hexe Mondisrund im Weltall
Thienemann Verlag 2011



KINDERBÜCHER



„Du kannst nicht sagen:
„Ich mache jetzt mal ein
Jahr lang kein Buch.“
Dann bist du ganz schnell
wieder weg vom Fenster.“

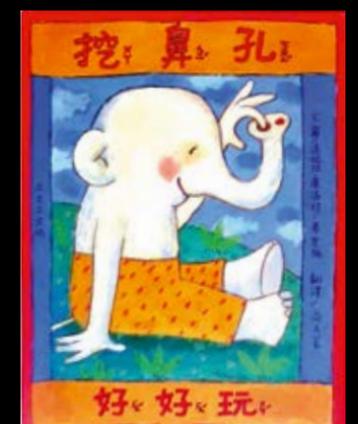
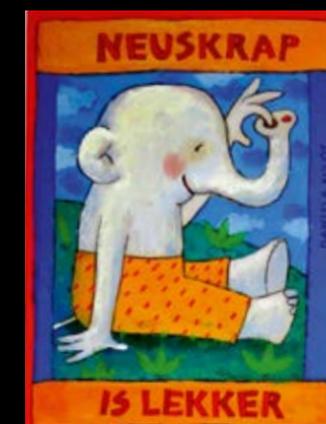
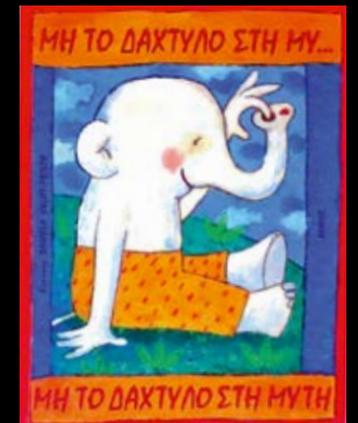
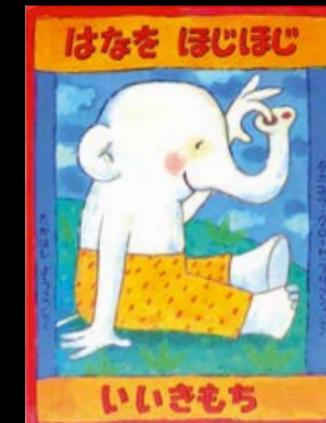
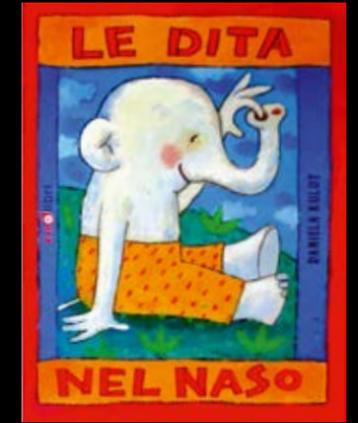
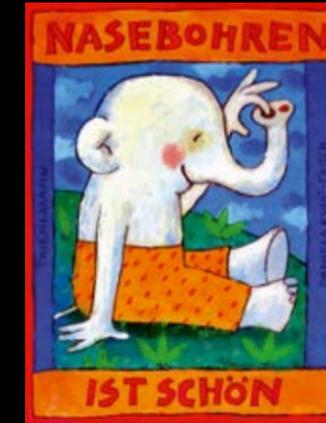
Titel: „Socke und Flocke“
Thienemann Verlag 1995

Titel: „Ein kleines Krokodil
mit ziemlich viel Gefühl“
Thienemann Verlag 2000

Titel: „Nasebohren ist schön“
Thienemann Verlag 1996



DANIELA KULOT



„Nasebohren ist schön“ wurde in
mehr als 20 Sprachen übersetzt.





Manchmal hat man das Gefühl, dass in der Kreativbranche eine eigene Sprache gesprochen wird. Auch wir haben damit oft Probleme. Elena Tschaffon aus dem x-Redaktionsteam hat einige Design-Begriffe für euch übersetzt.

PITCH

Agenturen erstellen einen Pitch, wenn sie einen Auftrag oder einen neuen Kunden gewinnen wollen. Dem potentiellen Kunden werden eine oder mehrere Ideen in Form einer Präsentation vorgestellt. Die beste Präsentation gewinnt.

TYP GRAFIE

Wenn man von Typografie redet, spricht man von Buchstaben, die aneinander gereiht und untereinander gesetzt werden. Ob groß oder klein. Schräg oder gerade. Die Kunst des Setzens sozusagen.

Eine Untergruppe der Typografie ist die Mikro- oder Detailtypografie. Hierbei beschäftigt man sich mit den kleinen Feinheiten wie Wortzwischenräumen oder der korrekten Schreibweise von Telefonnummern.

ALUMNI

Das sind ehemalige Studentinnen und Studenten.

EDITORIAL DESIGN

Editorial Design („to edit“ ist englisch und bedeutet „redigieren“) ist die Gestaltung von Zeitschriften, Zeitungen, Magazinen, Büchern und Broschüren.

FEIER ABENDBIER

Das Feierabendbier bezeichnet ein Ritual, um sein Tagwerk abzuschließen. Zeitpunkt und Menge sind flexibel.

CORPORATE DESIGN

Corporate Design = visuelles Erscheinungsbild. In einem Unternehmen ist das Corporate Design der gestalterische rote Faden. Von der Visitenkarte bis zum Werbebanner unterliegt alles dem Corporate Design. Dies dient dem Wiedererkennungswert.

PORT FOLIO

Der ganze Stolz eines Designers. Eine Art Sammelmappe mit den besten und wichtigsten Arbeiten des Gestalters, digital oder analog. In der Kreativbranche ist es üblich, sich mit einem Portfolio um einen Job zu bewerben. Nice to know: In der Filmindustrie nennt man es Showreel.

ICON

Icons oder auch Symbole sind die kleinen lustigen Bildchen, die dazu dienen, zum Beispiel Programme oder Ordner am Computer, leichter auseinander zu halten. Ein Icon wird in der Regel in reduzierter Form dargestellt. Im Idealfall erkennt man trotzdem, was gemeint ist.

DIE NAMEN DER DAMEN

Das Projekt e x auf der Suche.

„Ja, wo sind sie denn alle?“, fragt mein Kollege Uli Fleischmann im Vorwort des Heftes.

Das e x -Team hat sich in diesem Semester auf die Suche gemacht. Nach Absolventinnen, die erfolgreich ihr Studium abgeschlossen haben. Und ist auf ein völlig unerwartetes Hindernis gestoßen: Sie haben geheiratet. Und ihren Namen gegen den ihres Ehemanns eingetauscht. Dadurch praktisch unauffindbar. Dabei ist der Name doch auch Teil der eigenen Identität. Schade, dass ihn Frauen wie selbstverständlich abgeben.

Doch wie Sie bei der Lektüre des Magazins sicher festgestellt haben, sind wir trotz dieser erschwerenden Rahmenbedingung fündig geworden: Neun hervorragende Designerinnen aus der Hochschule Augsburg zeigen ihre Arbeiten und berichten aus ihrer Berufspraxis.

Ein Kraftakt für die dreizehn Studierenden des vierten und sechsten Semesters, all das in nur drei Monaten auf die Beine zu stellen: Alumni-Suche, Auswahl der Absolventinnen, Gestaltungskonzept, Layout, Fototermine, Reisen zu den Interviewpartnerinnen, Gespräche führen, Transkriptionen, Kürzen

und Überarbeiten der Interviews, Schreiben von Texten, Reinzeichnung, Druckabnahme, Plakate gestalten, Organisation der Release-Veranstaltung, Eine wirklich großartige Leistung, wenn man bedenkt, dass alle im Team auch noch andere Vorlesungen besuchen und womöglich nebenher Geld verdienen müssen. Durchgearbeitete Nächte und Wochenenden waren da unvermeidbar.

Liebes e x -Team, ihr wart toll! An dieser Stelle möchte ich auch noch einmal besonders unsere männlichen Studenten loben, die wie selbstverständlich, mit großer Begeisterung und viel Engagement sich des Frauenthemas angenommen haben.

Und an die Studentinnen im Team hier noch ein Wort: Bloß nicht heiraten! Und wenn, dann schickt e x die Heiratsanzeige, damit wir Euch in ein paar Jahren wiederfinden!

Ich freue mich darauf, dann vielleicht die eine oder den anderen von Ihnen in diesem Magazin vorstellen zu dürfen.

Prof. Gudrun Müllner

REDAKTIONSANSCHRIFT

Hochschule Augsburg
Fakultät für Gestaltung
Friedberger Straße 2
86161 Augsburg
Tel. 0821/55 86 34 01
ex@hs-augsburg.de

PROJEKTLEITUNG CHEFREDAKTION

Prof. Gudrun Müllner
Prof. Dr. Doris Binger (Text)

TEXTE

Johannes Ammon
Felix Kriss
Iris Schmitt

ART DIRECTION

Jiyoun Kim

GESTALTUNGSKONZEPT

Jana Gruszeninks
Jiyoun Kim
Stephanie Schleicher

GESTALTUNG, REDAKTION, INTERVIEWS

Johannes Ammon
Samuel Boeck
Christopher Däne
Jana Gruszeninks
Hannah Hageraats
Jiyoun Kim
Felix Kriss
Stephanie Schleicher
Iris Schmitt
Lara Till
Elena Tschaffon
Melina Oppelt
Ronja Weber

* TITELRÜCKSEITE

Quelle: „Frauenbild in der Werbung: Cannes setzt ein Zeichen.“
mobil.horizont.net, 06.03.15

FOTOS

Hochschule Augsburg
Andere Bildrechte liegen
bei den (genannten) Autoren
und Urhebern.
Fotos: Johannes Ammon
Fotobearbeitung: Stephanie Schleicher

DRUCK

Senser Druck Augsburg



mit Biofarben und Ökostrom

AUFLAGE

1.500

Herausgeber und v.i.S.d.P
Prof. Dr.-Ing.

Hans-Eberhard Schurk
Präsident Hochschule Augsburg

© 2015 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

DANKE

Die e x - Redaktion bedankt sich bei allen Sponsoren für die Anzeigen und bei Prof. Andreas Kunert für die Unterstützung bei der Fotobearbeitung.

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
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

Advertising Design
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 Straße 2
86161 Augsburg

Telefon 0821 / 55 86 34 01
Fax 0821 / 55 86 3422
www.hs-augsburg.de/gestaltung
gestaltung@hs-augsburg.de



Die Fakultät für Gestaltung bei Nacht

X

E

