

e

X

Marco Mori
Der Greif
Sven Ten Pas
Lisa Löwenstein
Marie Doerfler
Lisa Borgenheimer
Hannah Wild

Die Idee. Der Anfang von allem.

Ideen zu finden ist unser Job. Keine Gestaltung ohne Idee. Was ist überhaupt eine Idee? Wie kommen Designer:innen auf ihre Ideen? Gibt es dafür bestimmte Techniken? Kann man das lernen? Gibt es Hilfsmittel? Was tun, wenn nichts kommt?

Diese und viele weitere Fragen haben die Macherinnen der sechsten Ausgabe des e x Magazins unseren neun Ehemaligen gestellt. Sie wollten wissen, was jede und jeder einzelne von ihnen jetzt, nach ihrem Studium an der Fakultät für Gestaltung, macht. Womit genau sie oder er ihren Lebensunterhalt verdient, ob die Arbeit glücklich macht, was die größten Herausforderungen sind und was sie sonst noch vorhaben.

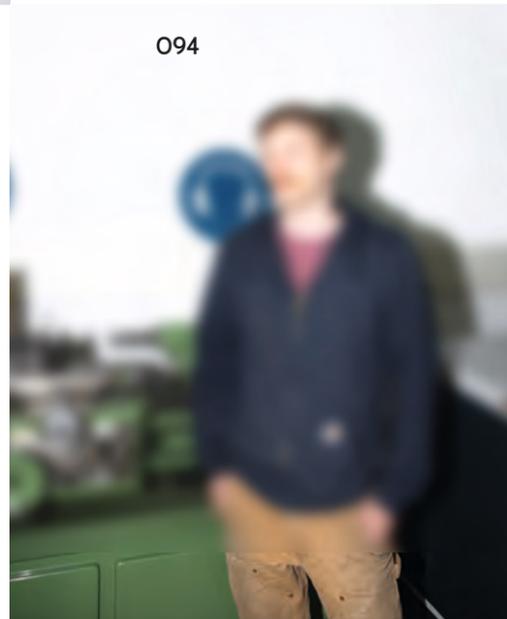
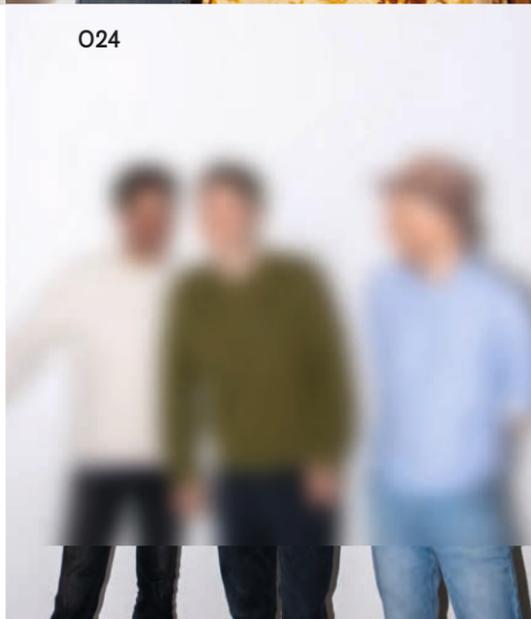
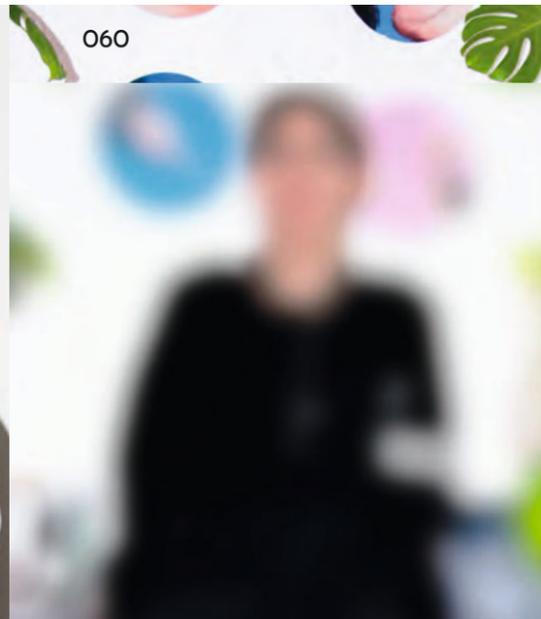
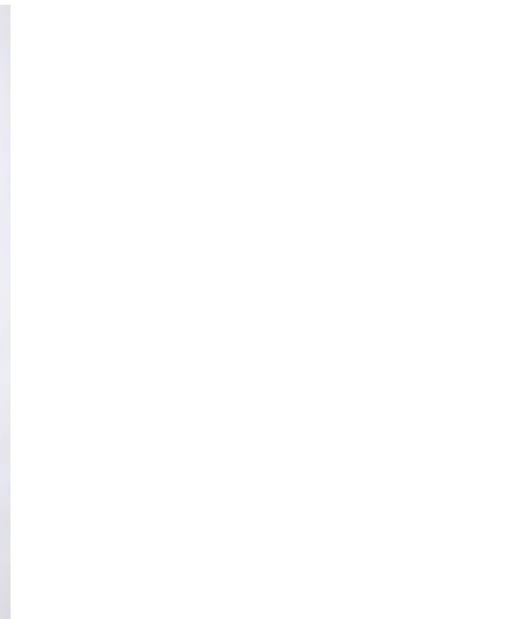
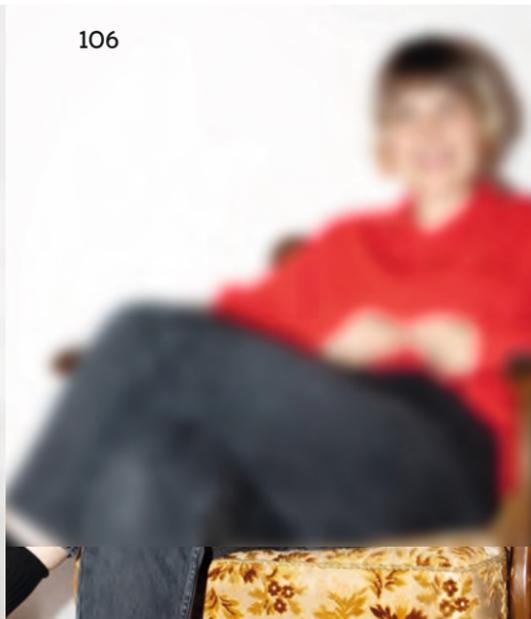
Neunzehn Studentinnen des Studiengangs Kommunikationsdesign haben neun junge, erfolgreiche Gestalter:innen in Berlin, Wien, Lindau, Offenbach, München und Augsburg besucht und spannende persönliche Einblicke in deren Lebenswege und Werke mitgebracht. Aus diesen Interviews haben sie ein Heft gestaltet, das eine Vorstellung davon gibt, was für Designer:innen heute alles möglich ist und was es mit der Ideenfindung denn so auf sich hat.

Wer weiß, vielleicht bekommen Sie durch e x 6 eine Idee, was Sie später mal machen wollen? Denn eine Methode, auf Ideen zu kommen, halten Sie bereits in der Hand. Etwas lesen und anschauen, was Sie interessiert, einfach mal alle Gedanken und Träume zulassen, vielleicht abends ausgehen, schlafen, und gucken, welcher Gedanke jetzt immer noch da ist... eine Idee ist geboren. Noch nicht hundertprozentig definiert, ein wahrscheinlich noch unscharfer Gedanke, der aber weiterverfolgt werden kann und irgendwann zu Realität wird.

Prof. Gudrun Müllner

- 002 Editorial
- 022 Wenn die Muse nicht küssen will
- 040 Brauchst du viel Platz und Papier?
- 058 Überleben in der Kreativbranche
- 074 listen, do, watch
- 092 Geheimsprache Design
- 104 Tipps für die Aufnahmeprüfung
- 122 Making-of
- 124 Fakultät für Gestaltung
- 126 Impressum

- 006 Lisa Löwenstein | Design und Art Direction
- 024 »Der Greif« | Gründer
- 042 Lisa Borgenheimer | Infografik
- 060 Hannah Wild | Art Direction
- 076 Marco Mori | 3D Animation
- 094 Sven Ten Pas | Gründer
- 106 Marie Doerfler | Illustration



LISA LÖWENSTEIN

Seit ihrem Abschluss war Lisa Löwenstein – zu Studienzeiten noch Lisa Mörtl – viel in Agenturen verschiedener Länder unterwegs, bis sie sich 2017 dafür entschied, Freelancerin zu werden. Wir treffen die vielseitige Designerin und Art-Direktorin in der Maxvorstadt in München. Im Interview beschreibt sie, wie es für sie war, sich selbstständig zu machen, warum sie diese Entscheidung keine Sekunde bereute und woher sie die Inspiration für die Arbeit an ihren vielen Projekten bekommt.



Direkt neben dem Kunstlabor 2 in München, hinter einem großen grün-orangen Wandbild versteckt sich das Café, in dem wir Lisa treffen. Der Duft von Kaffee liegt in der Luft. Das Wetter ist sommerlich warm und die meisten Gäste genießen die Sonne



auf der Terrasse, doch wir wollen den Verkehrsgeräuschen entgehen und setzen uns nach drinnen. Mit den leisen Bässen der Anlage im Hintergrund beginnen wir mit unserem Gespräch.

seit 2017	selbstständig
2016 – 2017	Designerin – KMS TEAM, München
2014 – 2016	Art Director – Studio Strada, München
2013	Designerin – RoAndCo, New York
2013	Praktikum – NTO Branding, München
2013	freiberuflich – Zerosseven, Augsburg
2011 – 2012	Praktikum – Büro X, Wien

- e x** **Wo arbeitest du?**
- LL Das kommt darauf an. Wenn ich als Freelancer gebucht werde, dann arbeite ich in den Agenturen vor Ort. Wenn ich für meine eigenen Kunden arbeite, dann von zu Hause aus. Dort habe ich mein eigenes Büro.
- e x** **Wie sieht dein Alltag aus? Arbeitest du immer acht Stunden?**
- LL Ich arbeite eher nach Gefühl, teile meine Arbeitszeit aber natürlich so ein, dass ich Deadlines einhalte. Es ist auch sehr von meiner eigenen Konzentration abhängig. Manchmal habe ich eine Blockade, dann höre ich schon nach vier Stunden auf. Es kann aber auch vorkommen, dass ich zwölf Stunden durcharbeite, wenn ich im Thema bin. In der Regel versuche ich mich schon an den acht Stunden zu orientieren.

»Vieles geht über Vitamin B, auch wenn man das nicht so gerne hören möchte.«

- e x** **Wenn du so viel unterwegs bist, sammelst du sicher viele Kontakte, oder?**
- LL Tatsächlich ja. Man muss dazu auch sagen, dass vieles über Vitamin B geht, auch wenn man das nicht so gerne hören möchte. Meine Projektanfragen bekomme ich zum Beispiel über mein aufgebautes Netzwerk und über Kundenempfehlungen.
- e x** **Du warst nach dem Studium bei verschiedensten Agenturen. Wie kommt es, dass du jetzt selbstständig bist?**
- LL Ich war bei so vielen Agenturen, weil ich direkt nach dem Studium keine Festanstellung bekommen habe. Das hat mir die Möglichkeit gegeben, noch drei Praktika zu absolvieren. Das Gute daran war, dass ich dadurch viele verschiedene Bürostrukturen und Bürokulturen kennenlernen durfte. Bei RoAndCo, einer kleineren Agentur in New York, haben wir viel Editorial Design und Webdesign gemacht. Bei KMS, einer größeren Agentur in München, ging es hauptsächlich um Corporate Design und Identity. Durch die Zeit bei all diesen verschiedenen Agenturen habe ich sehr viel gelernt, unter anderem auch, dass es sich in unserer Branche sehr gut anbietet, sich selbstständig zu machen.
- e x** **Was, würdest du sagen, sind die Vorteile der Selbständigkeit?**
- LL Ein Vorteil ist auf jeden Fall der direkte Kundenkontakt. Dadurch hast du die Möglichkeit, dem Auftraggeber deine Ideen persönlich zu präsentieren und man bekommt direktes Feedback. In Agenturen kann es schon vorkommen, dass du Projekte bearbeitest und nie mit dem Kunden persönlich gesprochen hast. Der zweite Vorteil ist, dass man super flexibel ist. Das heißt, man arbeitet selbstbestimmt und kann sich seine Zeit selbst einteilen. Man kann sich aussuchen, mit wem man arbeitet, was man machen oder auch nicht machen möchte.

e x **Setzt du alles um, was der Kunde will?**

LL Das hängt davon ab, ob ich es kann. Manchmal kommen Anfragen, bei welchen es ein sehr kleines Budget gibt, aber utopische Vorstellungen. Dann ist die Anfrage einfach nicht realisierbar. Wenn ich Anfragen mit wenig Budget bekomme, aber die Erwartungshaltung nicht zu hoch ist, arbeite ich an dem gewünschten Projekt weniger zeitintensiv. Dem Kunden wird vorab vermittelt, dass die Qualität dadurch etwas leiden wird. Wenn der Kunde damit einverstanden ist, dann ist das für mich in Ordnung.

e x **Hattest du denn bis jetzt auch einen Lieblingskunden?**

LL Das ist eine schwierige Frage. Es gab das Projekt für Dietmar Klumpp, einen Filmproduzenten. Der hat mir komplett freie Hand gelassen, ich konnte das Projekt so umsetzen, wie ich es entworfen und mir vorgestellt habe, ohne große Korrekturen. Mit dem Endergebnis waren wir beide super zufrieden. Das Projekt entsprach meinem persönlichen und grafischen Geschmack.

e x **Welche sind die schwierigsten Kunden?**

LL Die schwierigsten Kunden sind die Beratungsresistenten – die, die einem nicht vertrauen.

e x **Was machst Du, wenn du eine Blockade oder keine Ideen hast?**

LL In der Regel ist es eher selten, dass ich keine Ideen habe, da sich diese vom Thema ableiten lassen. Wenn es aber trotzdem passieren sollte, dann ziehe ich mich komplett raus und mache etwas ganz anderes. Danach geht es immer besser. Und wenn das auch nichts bringen sollte, dann spreche ich mit anderen Designern oder mit anderen Kreativen, mit welchen man sich austauschen kann, und die einem Input geben können.

e x **Wie und woher kommen deine Ideen?**

LL Konzeptionelle Ideen werden direkt vom Thema abgeleitet. Für die visuellen Ideen ist für mich immer wichtig, was gerade Zeitgeist ist, was ist momentan »state of the art«? Was sind aktuelle Trends? Gerade auch im Social Media- und Digital-Bereich. Aber auch mein Umfeld inspiriert mich. Ich habe oft das Gefühl, dass ich mit einem anderen Blick durch die Welt gehe als andere. Sei es das Beobachten einer Speisekarte im Restaurant oder die Etiketten im Supermarkt. Irgendwie wird alles, auch wenn das manchmal anstrengend ist, analysiert und registriert. Und Gestaltung umgibt uns in unserem Umfeld ja überall, egal ob in der Architektur, Beschilderungen, Mode oder vieles mehr. Alles um uns herum ist gestaltet. Und das inspiriert.

e x **Fällst Du eigentlich auch auf schöne Verpackungen rein?**

LL Ja, bestimmt. Ich kaufe eher Produkte mit schönen Etiketten. In klassischen Supermärkten gibt es schon überwiegend schlechte als gut gestaltete Verpackungen.

e x **Was machst du, wenn genau so ein Kunde auf dich zukommt, dem dein Entwurf nicht gefällt, und der das aber in einer bestimmten Art und Weise haben will?**

LL Wenn der Kunde es gerne anders hätte, dann ändert man es. Man erläutert natürlich immer die Konzeptidee und

01



02



01

CocoVero
Lookbook Herbst – Winter 20/21, 2020

02

CocoVero
Lookbook Herbst – Winter 20/21, 2020

versucht, didaktisch zu belegen, dass die Art und Weise der Umsetzung so sinnvoll ist. Sollte sich der Kunde dann aber immer noch skeptisch zeigen, versucht man eine Lösung und den bestmöglichen Kompromiss zu finden. Der Kunde muss sich mit dem Ergebnis identifizieren können und damit zufrieden sein. Das bedeutet, dass man seinen persönlichen Geschmack zurücknimmt. Man sollte immer nur beraten, nie aber aufzwingen.

e x **Kannst du uns an einem Projekt exemplarisch deinen Arbeitsablauf erklären? Bei dem Packaging für den Wein zum Beispiel?**

LL Das war ein Projekt, das ich bei einer Agentur entwickelt habe. Es handelte sich um einen individuellen Cuvée-Wein. Aus dem Produkt ergibt sich dann die Idee. Man startet mit der Inspirationsrunde und probiert unterschiedliche Visualisierungen aus. Diese präsentiert man in einer reduzierten Form dem Kunden und erklärt die Gestaltungsansätze. Meistens entscheidet sich der Kunde für eine oder zwei Ideen, welche dann weiter ausgearbeitet werden. Im nächsten Schritt geht es dann um die Add-ons, wie zum Beispiel das Seidenpapier, eine Infobroschüre oder die äußere Verpackung.

e x **Wie lange brauchst du von der Idee bis zur fertigen Umsetzung?**

LL Das ist je nach Projekt ganz unterschiedlich. Entwickelt man ein Corporate Design mit zum Beispiel einer Webseite, dann kann das drei bis sechs Monate dauern. Grundsätzlich arbeitet man aber nie volle drei Monate am Stück an einem Projekt, da man immer wieder Abstimmungen und Korrekturschleifen hat sowie auf Feedback wartet.

»Und Gestaltung ist ja überall, egal ob Architektur, Mode oder vieles mehr. Alles ist gestaltet. Und das inspiriert.«

e x **Mit welchem Wissen bist du aus dem Studium gegangen?**

LL Ich war mir auf jeden Fall bewusst, dass ich noch viel lernen muss. Gut war, dass man so breit aufgestellt war, durch die Einblicke in viele verschiedene kommunikative Disziplinen wie beispielsweise Text, Werbung, Grafik und Fotografie. Das war schon ziemlich cool.

e x **Gab es etwas im Studium, das dir am meisten Spaß gemacht hat?**

LL Ja, klassisches Grafikdesign und Fotografie. Das waren so die Hauptthemen. Was ich generell super fand, war das ganze Ausbildungssystem, weil mich alle Fächer interessiert haben. Und auch das Umfeld, alle fühlen wie du und haben die gleichen Interessen wie du, das fand ich sehr schön.

e x **Was würdest du sagen, wo man unbedingt ein Praktikum machen sollte? Und kannst du was empfehlen?**

LL KMS ist ja zum Beispiel sehr bekannt. Ich glaube, man kann keine Agentur nicht empfehlen. Egal wo du hingehst, du wirst immer etwas lernen. Jede Arbeitsstelle hat ihre eigenen Vor- und Nachteile. Bei KMS ist es super,

dass man sich sehr frei und voll und ganz auf »Design« konzentrieren kann. Man arbeitet immer mit einem Team aus den Bereichen Projektmanagement, Strategie, Text, Digital und Reinzeichnung. Man lernt, wie man Kundenpräsentationen aufbereitet und dass jede visuelle Idee auf einem Konzept basiert. Es ist auf jeden Fall eine sehr gute Adresse, um zu lernen.

e x **Was sollte deiner Meinung nach eine Idee verkörpern oder besitzen?**

LL Ganz wichtig ist es natürlich, dass sie konzeptionell und individuell ist, sodass sie wirklich auf das, was der Kunde anbietet, zugeschnitten ist. Wichtig ist auch, dass die Zielgruppe abgeholt wird. Es bringt nichts, wenn du eine Supermarkt-Marke High-End-mäßig darstellst. Dann verfehlt du die Zielgruppe.

»Wenn ich keine Ideen habe, dann ziehe ich mich komplett raus und mache etwas ganz anderes. Danach geht es immer besser.«

e x **Was sind deine beruflichen Ziele? Gibt es jemanden, für den du unbedingt arbeiten wollen würdest?**

LL Es gibt so zwei Richtungen. Die eine wäre für Branchen zu arbeiten, die momentan nicht so viel Wert auf Gestaltung legen, weil sie es nicht müssen. Zum Beispiel Industriekunden im Bereich Maschinenbau, aus deren momentanen Markenauftritten könnte man extrem viel herausholen. Die andere Richtung wäre für die Kulturbranche zu arbeiten wie zum Beispiel für Museen oder Fotografen. Aber Grundsätzlich bin ich da eher offen, und immer neugierig auf alles, was sich so ergibt.

e x **Gibt es etwas, das du uns mit auf den Weg geben möchtest?**

LL Seid und bleibt immer neugierig, offen und flexibel. Das bedeutet, nicht irgendwie panisch nach dem Studium zu sagen, ich muss jetzt in eine Festanstellung, sondern sich zu erlauben, sich auszuprobieren. Das ist vielleicht der einzige Moment, in dem du das kannst und auch darfst. Ich würde euch raten, vor allem verschiedene Erfahrungen zu sammeln. Und wenn ihr dann wisst, wo ihr hinmöchtet, zum Beispiel genau in diese eine Agentur, dann richtet euer Portfolio genau nach dieser Agentur aus. Denn das Portfolio ist das A und O. Auch wenn das bedeutet, dass man noch freie Arbeiten im Nachhinein erarbeiten muss. Diese erste Festanstellung ist ausschlaggebend für euer restliches Arbeitsleben. Außerdem würde ich euch empfehlen, sich gut zu informieren und mit anderen auszutauschen, vielleicht auch mit ehemaligen Studenten, die schon im Arbeitsleben stehen.

Vielen Dank für das Interview sagen
Elisabetha Fetsch, Lisa Minkner und Anna Fink .



DIMA – Filmproduction
Corporate Design und Webdesign, 2019

Dima

Dietmar Klumpp
Journalist and Filmmaker
Blumenstraße 44
69115 Heidelberg

Referenzen •
Sendehinweis +
Bio- u. Filmografie +
Rechtliches +

DE / EN

info@dima-filmproduction.de
+49 172 5711640

Social Media:
LinkedIn, Facebook

01 Beste Reportage: Hinter den Kulissen des deutschen Bundestags

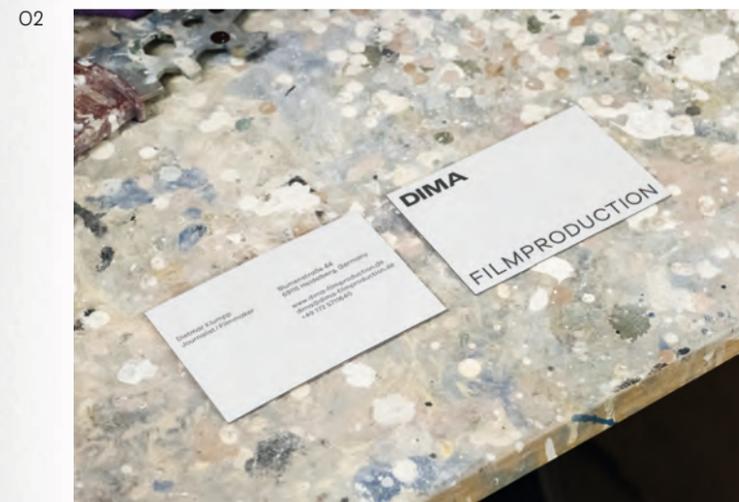
02 Transformation von Rechtssystem

03 Beste Reportage: Hinter den Kulissen des deutschen Bundestags

FILMPRODUCTION



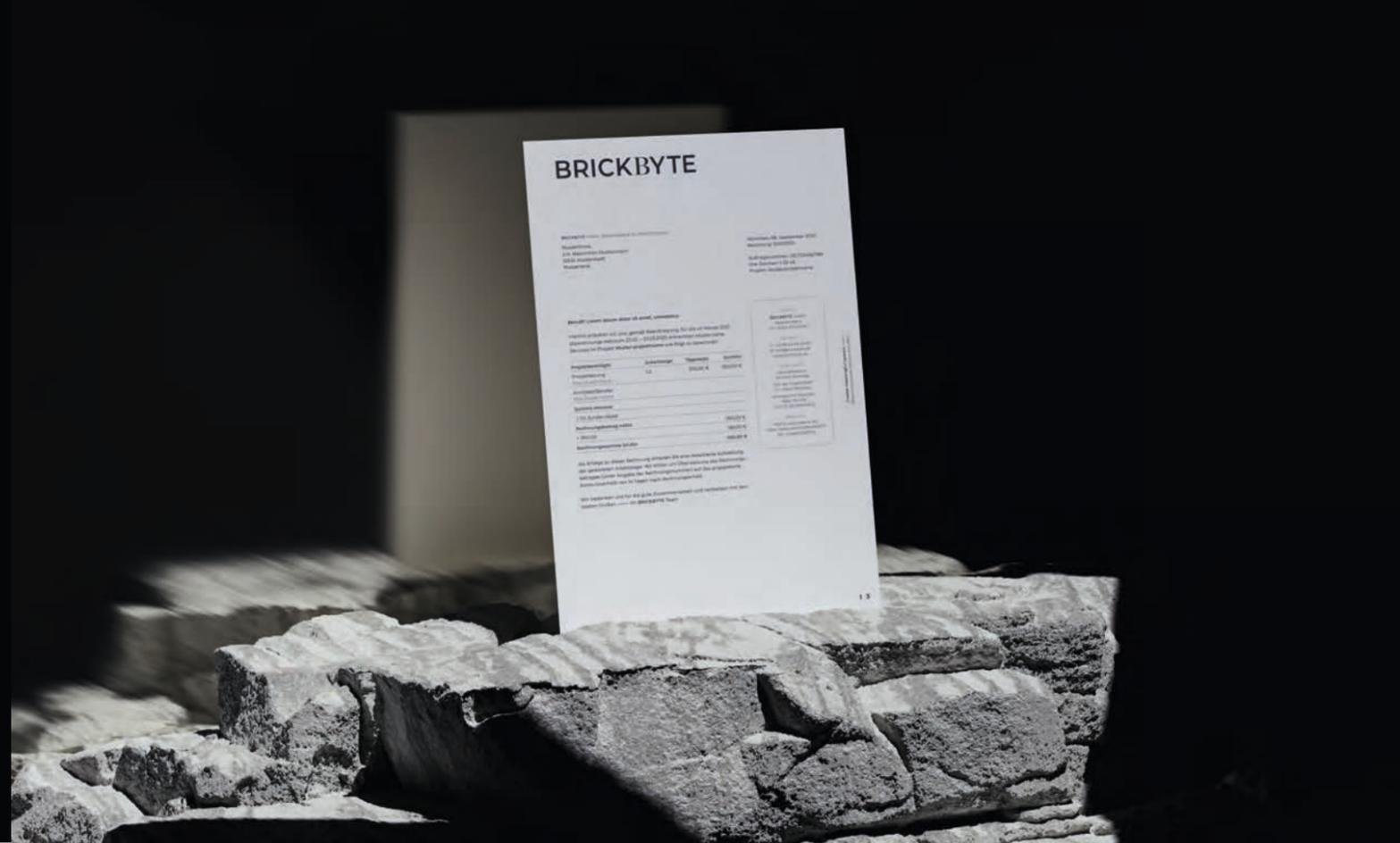
- O1 DIMA – Filmproduction
Corporate Design und Webdesign, 2019
- O2 DIMA – Filmproduction
Corporate Design und Webdesign, 2019
- O3 DIMA – Filmproduction
Corporate Design und Webdesign, 2019



O1



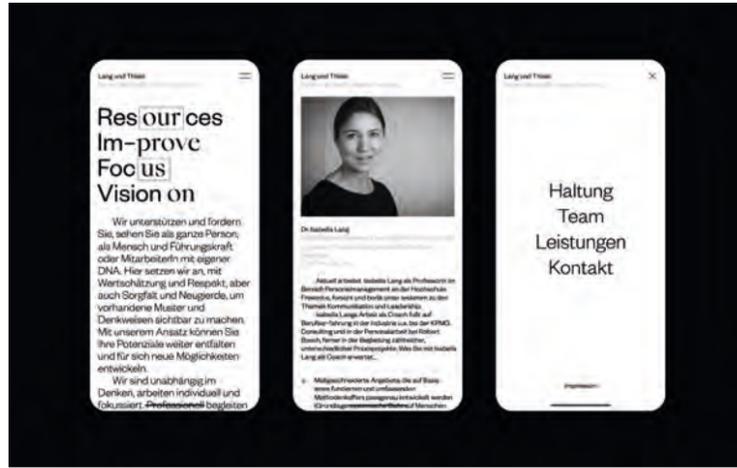
01



02

- 01 Brickbyte – Immobilien
Markendesign und Webdesign, 2021
- 02 Brickbyte – Immobilien
Markendesign und Webdesign, 2021

01



03

02



- 01 Lang und Thiele – Coaching
Markendesign und Webdesign, 2020
- 02 Lang und Thiele – Coaching
Markendesign und Webdesign, 2020
- 03 Lang und Thiele – Coaching
Markendesign und Webdesign, 2020





O1



O2

- O1 Weiß-Treffeisen – Weingut
Markendesign und Verpackungsdesign, 2020
- O2 Weiß-Treffeisen – Weingut
Markendesign und Verpackungsdesign, 2020

Wenn die Muse nicht küssen will

Es gibt eine ganze Reihe von Kreativ- und Produktivitätstechniken, um auf neue Gedanken zu kommen, wenn man mal nur Luft im Kopf hat. Wir präsentieren die 6 Hüte, Clicking, die allgemeine Brainstorm Etiquette und vieles mehr!

Autorin: Lucia Zeber

- Osborn-Checkliste
Die von Alex Faickney Osborn entwickelte Checkliste hilft, eine erste, spontane Idee weiterzuentwickeln, auszubauen und auf Herz und Nieren zu prüfen. Wie absurd und groß könnte deine Idee werden, wie können Farbe, Struktur und Aufbau modifiziert werden?

- | | |
|---------------------|-------------------|
| 01 Anpassen | 06 Ersetzen |
| 02 Ändern | 07 Kombinieren |
| 03 Anders verwenden | 08 Umstellen |
| 04 Vergrößern | 09 Umkehren |
| 05 Verkleinern | 10 Transformieren |

Danach wird wieder aussortiert. Welche Ideen gehen überhaupt in die richtige Richtung?

- Brainstorm Etiquette
Alexander Osborn hat außerdem Regeln aufgestellt, die dabei helfen sollen, effektiver zu brainstormen.

- 01 Keine Kritik
Fangt während des Brainstormings nicht damit an, eure Ideen sofort wieder zu zerschießen! Damit hemmt ihr nur den Ideenfluss.
- 02 Quantität statt Qualität
Erst mal ist jede Idee wertvoll, aussortiert werden kann später immer noch. Jetzt geht es darum, möglichst viele Ideen zu finden!
- 03 Kombinieren und verbessern
Ach, mein, dein. Das sind doch bürgerliche Kategorien. Jede Idee gehört jedem: Scheut euch nicht, eure Ideen untereinander zu kombinieren und weiterzuentwickeln!
- 04 Je wilder, desto besser
ihr habt die Gelegenheit, so verrückt wie möglich zu werden. Nutzt sie!

Jetzt steht clustern, sortieren und bewerten an. Welche eurer Ideen kommen eine Runde weiter?

- Eisenhower Methode
Die nach US-Präsident Dwight D. Eisenhower benannte Methode hilft bei der Priorisierung von Aufgaben. Sie basiert auf dem Zitat eines Univeritätspräsidenten: »I have two kinds of problems: the urgent and the important. The urgent are not important, and the important are never urgent.« Aufgaben werden in vier Kategorien eingeteilt.

- 01 Dringende Aufgaben, die zuerst erledigt werden müssen
- 02 Aufgaben, die warten können
- 03 Aufgaben, um die sich andere kümmern können
- 04 Aufgaben, die wieder verworfen werden können

Am Ende jedes Tages erstellt ihr die To-Do-Liste mit den wichtigsten Aufgaben für den nächsten Tag.

- Pomodoro-Technik
Fertig ist eure To-Do-Liste, aber wie verhindert ihr das ewige Prokrastinieren? Ganz einfach: Mit der Pomodoro-Technik! Benannt nach einer Eieruhr in Tomatenoptik gibt euch diese Methode ganz klare Arbeits- und Pausephasen vor. Perfekt für alle, die Probleme haben, sich selbst zu strukturieren!

- 01 To-Do-Liste bereitlegen
- 02 Timer auf 25 Minuten stellen
- 03 Konzentriert arbeiten, bis der Timer abläuft
- 04 5 Minuten Pause machen
- 05 Wenn ihr 4 Arbeitsphasen à 25 Minuten geschafft habt, dürft ihr eine längere Pause à 30 Minuten machen.

Tipp: Es gibt auch sehr praktische Pomodoro Timer-Videos auf YouTube. Aber bloß nicht ablenken lassen!

- 6 Hüte
Was soll das denn heißen? Entwickelt wurde die Strategie von Edward de Bono. Nacheinander setzt man sich sechs verschiedene Hüte auf und betrachtet so eine Idee aus ganz unterschiedlichen Perspektiven.

- 01 Gelb: Der Optimist betrachtet Dinge von der Sonnenseite des Lebens. Er sieht alles positiv und nur die Vorteile.
- 02 Schwarz: Der Pessimist sieht nur schwarz. Er betrachtet alles negativ und kritisch.
- 03 Weiß: Der Realist ist neutral und objektiv. Er begutachtet die Zahlen und Fakten.
- 04 Rot: Der Intuitive geht nach seinem Bauchgefühl und nimmt alles persönlich.
- 05 Grün: Der Träumer entdeckt verschiedene Varianten und lässt die Ideen sprießen.
- 06 Blau: Der Distanzierte betrachtet die Dinge aus der Vogelperspektive und sieht das Gesamtbild.

- Ivy-Lee-Methode
Die Kernidee dieser Methode ist Time Management und der richtige Umgang mit To-Do-Listen. Das Prinzip ist simpel, aber auch sehr effektiv:

- 01 Am Tagesende schreibt ihr eine To-Do-Liste mit den sechs wichtigsten Aufgaben für den nächsten Tag.
- 02 Priorisiert eure Aufgaben.
- 03 Zum Schluss macht ihr wieder eine To-Do-Liste für den nächsten Tag. Die Aufgaben, die ihr nicht geschafft habt, werden einfach übertragen.

DER GREIF

»Der Greif« ist eine eigentlich simple Idee dreier ehemaliger Studenten der Hochschule Augsburg. Leon Kirchlechner, Matthias Lohscheidt und Simon Lovermann wollen mit dem preisgekrönten Fotomagazin Bilder wieder GREIFbar machen und setzen das Konzept bis heute, 14 Jahre nach der Erstausgabe, erfolgreich um. Obwohl, oder gerade weil die Interessen und Fähigkeiten der drei so unterschiedlich und vielfältig sind, bilden sie ein perfektes Team. Mittlerweile ist »Der Greif« nicht mehr ihr einziges Projekt. Uns erklären sie, was es mit ihrer beliebten Plattform »Picter« auf sich hat, welche Ziele sie haben und ob neben der Arbeit überhaupt noch Platz für Freizeit ist.



Donnerstagvormittag in München Ost. Von der Station sind es gerade mal fünf Minuten zu Fuß durch das schöne Werksviertel. Leon, Matthias und Simon warten in einem schlichten Raum mit hohen weißen Wänden und großen Fenstern auf uns.



Im Eingangsbereich stapeln sich Kartons – mit allen Greif-Ausgaben, wie wir später erfahren werden. Schnell wird noch der Staubsauger weggeräumt, bevor uns Leon, Matthias und Simon Einblicke in ihre Welt geben.



Leon Kirchlechner:
 seit 2016 Co-Founder und Head of Design bei »Pictor«
 seit 2009 Co-Publisher, Kurator und Gestalter bei »Der Greif«
 2013 MA Design- & Kommunikationsstrategie, HS Augsburg
 2010 BA Kommunikationsdesign, HS Augsburg

Matthias Lohscheidt:
 seit 2016 Co-Founder und CTO bei »Pictor«
 seit 2010 CTO bei »Der Greif«
 2015 MA Design- & Kommunikationsstrategie, HS Augsburg
 2013 BA Interaktive Medien, HS Augsburg

Simon Lovermann:
 seit 2016 Co-Founder und CSO »Pictor«
 2013 MA Design- & Kommunikationsstrategie, HS Augsburg
 seit 2012 Komponist und Musiker
 seit 2008 Founder und Artistic Director »Der Greif«
 2010 BA Kommunikationsdesign, HS Augsburg

e x Wie habt ihr euch kennengelernt?
 DG Simon: Matthias und ich haben uns in der Schule kennengelernt und Leon und ich haben zusammen studiert. Matthias ist dann auch nach Augsburg gekommen. Und dadurch, dass wir uns schon so lange kannten, kam das dann zusammen.

e x Matthias, du hast interaktive Medien studiert, und Simon und Leon, ihr habt Kommunikationsdesign studiert?

DG Simon: Ja, allerdings würde ich sagen, dass wir nur im Grundstudium wirklich KD studiert haben und danach wirklich sehr frei. Das war fast schon akademie-mäßig.
 Leon: In der Studienzeit hatte man viel Zeit, Dinge auszuprobieren. Unsere Dozenten haben einfach gesagt: Macht, worauf ihr Bock habt. Und den Greif gibt's ja schon seit 2008, da waren wir im zweiten Bachelor-Semester.

e x Das heißt, ihr habt mit dem Greif schon während des Studiums angefangen?

DG Simon: Genau, das war aber nie ein Studienprojekt. Wir haben es dann natürlich irgendwann sinnvollerweise eingebracht, weil wir ja eh daran gearbeitet haben. Aber die Initiative ging nie von einem Semesterprojekt zum Thema Magazin aus.

Matthias: Das ging bei Interaktive Medien tatsächlich auch gut, wir konnten da am Greif arbeiten und es auch immer mal wieder mit Projekten in Studienfächern kombinieren.

Eine Riesenchance für uns, dass uns das an der Hochschule ermöglicht wurde.

e x Was war damals die Grundidee?

DG Simon: In irgendeinem Gespräch kam uns der Gedanke: Krass, eigentlich schauen wir uns 90 Prozent der Fotos nur noch an irgendwelchen Bildschirmen an. Das war Ende 2007, kurz davor war das erste iPhone auf den Markt gekommen und diese Entwicklung würde sich also nur noch verstärken. Allerdings fanden wir spannend, was teils aus einer zufälligen Zusammenkunft von verschiedenen Bildern, von verschiedenen Autor:innen für interessante Kontexte entstanden. Neu bei unserem Ansatz war das Crowdsourcing. Sprich, dass wir nicht unsere eigenen Bilder verwenden, sondern über Open Calls eine immer größere Community aus Künstler:innen, Fotograf:innen und Kreativen aus der ganzen Welt erreichen. Diese reichen ihre Arbeiten ein und vertrauen uns, dass wir aus diesen Bildern etwas Interessantes, Neues machen, gerade durch die Kombination ihrer Bilder in neuen Kontexten. Ein fotografisches Bild wird schließlich erst durch den Kontext, in dem es steht, lesbar. Nach und nach ist diese Analogie entstanden, dass wir eine Art Remix oder Sampling mit Bildern betreiben.

e x Seid ihr auch auf Gegenwind gestoßen?

DG Leon: Es gab gerade in den Anfangsjahren immer wieder Fachleute, die meinten, man könne Bilder doch nicht einfach aus ihrem Kontext reißen. Vermutlich wären wir gar nicht auf die Idee gekommen – hätten wir Fotografie studiert. Aber so war uns gar nicht bewusst, dass wir ein Tabu brechen. Bei genauerer Betrachtung haben die Kritiker dann aber auch erkannt, dass uns der Kontext keineswegs egal war. Wir haben eben nur sehr frei damit experimentiert. Simon: Und im Endeffekt ist es doch das, was im Netz auch schon passiert. Wenn du in deinem Feed scrollst, dann folgt da ein Bild auf das nächste, das ist ja auch wieder ein Kontext von Bildern. Nur, dass wir das ganz bewusst und mit einer Position dahinter machen und nicht algorithmisch oder zufällig.

»Was macht ihr denn da? Ihr könnt doch nicht einfach die Bilder ohne ihren Kontext betrachten, aus dem Kontext reißen und einfach in einen neuen Kontext setzen.«

e x Warum »Der Greif«?

DG Simon: Eigentlich ziemlich einfach: Bilder wieder greifbar machen.

Leon: Auf einem Flyer der ersten oder zweiten Ausgabe stand: »Schluss mit Online-Communities, zurück zu den greifbaren Medien«. Wir haben dann aber doch schnell begriffen, dass es eine Art Erweiterung dieser Communities in physische Räume beziehungsweise Print-Publikationen ist, die wir betreiben, und dass wir ohne das Netz gar nicht existieren würden.

e x Wie ging es für euch nach dem Studium weiter und wann ist »Pictor« entstanden?

DG Simon: Den Master haben Leon und ich 2013 gemacht. Da gab's den Greif schon fünf Jahre. Wir haben die Organisation dann sukzessive weiterentwickelt und kamen dann irgendwann zu der Idee von »Pictor«, das war 2015. Wir fanden es spannend, ein digitales Produkt zu entwickeln, das ein Problem einer bestimmten Kundengruppe wirklich löst. Das lag auch ziemlich nah, da Matthias schon während des Studiums an so einem Tool gearbeitet hatte.

Matthias: Genau, das war eine Semesterarbeit. Beim Greif wurden es zu der Zeit immer mehr Einreichungen. Die Leute haben uns hunderte E-Mails mit allen möglichen Dateiformaten und -auflösungen geschickt. Es war fürchterlich viel Arbeit, das zu sortieren und zu verwalten, um dann endlich damit arbeiten zu können. Irgendwann haben wir gemerkt: Wir müssen das automatisieren. Wir brauchen einfach ein Tool, mit dem die Leute sich anmelden, ein Formular ausfüllen und die Dateien in der richtigen Auflösung hochladen können. Anschließend können wir das direkt online kuratieren. Ich glaube, das Wachstum in den folgenden Jahren wäre anders gar nicht möglich gewesen. Wir haben dann auch irgendwann andere Leute ein-

geladen, mit Hilfe unserer Software verschiedene Projekte von uns zu kuratieren und immer wieder das Feedback bekommen: Voll das geile Ding, können wir das auch für unsere Zwecke benutzen? Daraus entstand dann die Idee, dass wir daraus eine Plattform entwickeln, auf der Kreative, vor allem Fotograf:innen und Künstler:innen, sich einfach anmelden und Organisationen darüber ihre Contests und Ausschreibungen abwickeln. So haben wir dann »Pictor« gegründet.

e x Habt ihr da schon Geld verdient?

DG Matthias: Wir haben in Studienzeiten über den Greif fast nichts verdient, das war eher ein Nullsummenspiel. Geld haben wir über klassische Designaufträge verdient – mal im Team und mal jeder für sich. Irgendwann kam dann der Gedanke: »Der Greif« hat Potential, der bringt zwar aktuell wenig Geld rein, aber wir würden das gerne weiterführen. Und wir bekommen darüber Gestaltungsaufträge, also klassische Dienstleistung, da kommt Geld rein. Lasst es doch so machen, dass wir alles Geld in einen Topf werfen und uns daraus dann gemeinsam ausbezahlen – egal wer an was gearbeitet hat. Denn wir wussten, dass auch die nicht direkt monetarisierbare Arbeit einen Wert für uns als Gruppe kreieren würde.

»Der Greif« – Cover, Issue 11, 2018





O1

O2

O1 »Der Greif« – A Process, 2014

O2 »Der Greif« – A Process, 2014

Simon: Wir haben von Anfang an auch mit Sponsoren und Partnern bei »Der Greif« gearbeitet. Heute basiert das Geschäftsmodell hinter »Der Greif« auf verschiedenen Säulen. Das sind die Produktverkäufe, Projektförderungen, private Sponsoren und Partner aus der Wirtschaft. Also ein Modell wie bei einem klassischen Museum, nur in unserem Fall ohne physische Räume.

e x Würdet ihr heute etwas anders machen?

DG Leon: Wir haben erst einfach mal gemacht. Erst später kam die Reflektion darüber, was das, was wir machen, überhaupt bedeutet und was es für Potentiale bietet. So haben wir nach und nach unser Konzept verschriftlich. Dieser Weg macht für mich in der Rückschau weiterhin Sinn: Wir haben gefunden, woran wir Spaß haben und unsere handwerklichen Fähigkeiten geschult und verbessert und schon auch einfach im Rahmen des Studiums genossen, machen zu können, auf was wir Bock hatten. Wir wollten schon immer unser eigenes Ding machen.

Simon: Da war einfach dieser Wunsch nach Selbstbestimmung und Freiheit.

Matthias: Aber wir hatten auch diese Sturheit und fast schon eine Abneigung davor, irgendwo angestellt zu sein. Das war schon immer so: Boah, gar kein Bock.

Leon: Und um ehrlich zu sein, hat sich das auch nicht so sehr geändert.

Matthias: Ja, aber es wäre nicht schlecht gewesen, es trotzdem zu machen, weil wir sicher vieles schneller gelernt hätten.

e x Wo geht eure Entwicklung hin?

DG Simon: Wir sind gerade darauf fokussiert, das Fundament des Greifs so zu festigen, dass er als Institution dasteht, sprich: Strukturen vergrößern, Leute dazuholen. Außerdem würden wir gerne in den nächsten zwei, drei Jahren in München ein Residency-Programm initiieren, wo sich Künstler:innen aus der ganzen Welt bewerben können, für einen Zeitraum hier zu arbeiten, wodurch wir einen Austausch fördern. Wir werden die Kollaborationen mit internationalen Instituten ausbauen und die Inhalte weiter schärfen mit der Idee, irgendwann auch den Staffstab weitergeben zu können. Und dann ist da auch der Wunsch, irgendwann unser Archiv zugänglich zu machen, potenziell

auch für Forschungszwecke. Und bei »Pictor« wachsen wir auch konstant, haben nach Corona die umsatzstärksten Monate der Firmengeschichte hinter uns und stellen gerade neue Leute ein, um Marketing, Sales und Produktentwicklung auszubauen.

»Wir haben ein Start-up gegründet, ohne davor irgendwas darüber zu wissen.«

e x Wenn ihr solche neuen Ideen und Konzepte entwickelt, macht ihr das allein oder als Team?

DG Leon: Der große Visionär ist schon Simon. Er stößt, was den Greif angeht, das meiste an und wir springen dann auf und sprechen darüber.

Matthias: Genau, es gibt Ideenvorschläge, dann wird darüber gesprochen und wir sammeln Input.

Simon: Es ist mir aber sehr wichtig klarzumachen, dass noch sehr viel mehr Menschen gibt, die hinter dem Greif stehen.

Leon: Ja, das stimmt. Jede:r im Team ist wichtig für das, was dann am Ende entsteht und wie es weitergeht.

e x Habt ihr überhaupt noch Freizeit?

DG Leon: Ich glaube, wir hatten immer unheimlich Spaß an dem, was wir gemacht haben. Ich kann mich erinnern, wie wir in unserem ersten Atelier, das wir zu Studienzeiten am Milchberg in Augsburg hatten, oftmals bis spät in die Nacht gewerkelt haben.

Matthias: Viele Leute fanden das seltsam, haben gefragt: Macht ihr eigentlich noch was anderes? Und ich will nicht, dass das so rüberkommt, als wären wir verrückte Workaholics. Wir hatten einfach das Glück, dass uns das, was wir gemacht haben, krass Spaß gemacht hat. Es war natürlich Arbeit, es war anstrengend, es gab Zeiten, in denen wir wenig gepeppt haben. Das war nicht gesund. Aber wir hatten immer einen riesigen Pool an Motivation, der uns ständig angetrieben hat.

Leon: Und es war ein sehr motivierender Faktor, im Team zu arbeiten und immer Leute zu haben, die mit einem an etwas arbeiten. Man schafft gemeinsam mehr als alleine. Und zu merken, wie sich die einzelnen Fähigkeiten ergänzen. Aber trotzdem haben wir dann irgendwann verstanden: Das ist jetzt einfach zu viel. Man darf es sich auch leisten, Freizeit zu haben.

Matthias: Wir haben mittlerweile alle Kinder und nehmen uns die Freiheit, uns die Care-Arbeit mit unseren Partnerinnen möglichst paritätisch zu teilen. Das verschiebt den Fokus ziemlich deutlich und man lernt ganz anders mit seiner Zeit umzugehen. Busy sein heißt nicht produktiv sein. Man muss eine Balance finden, die einen glücklich macht und bei der man in seiner Arbeit trotzdem das Gefühl hat, sich ausleben und weiterentwickeln zu können.

»Du wirst das Rad nicht neu erfinden, du musst es auch gar nicht neu erfinden.«

e x **Habt ihr noch weitere Tipps, die ihr Student:innen gerne mit auf den Weg geben würdet?**

DG Simon: Was mir wirklich geholfen hätte während des Studiums wäre jemand, der mich gefragt hätte: Wo willst du eigentlich hin? Und dann, basierend darauf, wenn man mir gesagt hätte: Okay, ich könnte mir vorstellen, dass es in dem Zusammenhang sinnvoll wäre, dass du dir mal anschaust: Was gibt es für existierende Modelle und Ideen, wo du dir was abschauen kannst? Du wirst nicht das Rad neu erfinden, mehr noch: Du musst es gar nicht neu erfinden. Du darfst dich an Dingen bedienen, die schon da sind.

Leon: Es hat mal jemand die Frage gestellt: Was würdest du jungen Designer:innen für einen Tipp geben, wie man an ein Projekt rangeht? Ich hab so ein weißes Blatt, wie fange ich an? Und dann war die Antwort: Fang niemals mit einem weißen Blatt an! Sondern schau dich um, schau dir Sachen an und schau dir Sachen ab.

Simon: Auch wichtig: Keine Angst davor haben, auf Leute zuzugehen, die du selbst auf irgendeinen Thron gesetzt hast, weil du dir denkst: Boah, sind die krass, die haben das und das schon gemacht. Am Ende des Tages kochen auch alle nur mit Wasser. Man sollte keine Angst haben, mit denen, deren Arbeit man wahnsinnig spannend findet, einfach in Kontakt zu treten. Mehr, als ein »nein« zu bekommen oder nichts zu hören, kann ja nicht passieren.

Matthias: Die Zeit nutzen, um sich ein bisschen umzuschauen. Das klingt immer so: Mach doch mal ein Praktikum und schau da mal rein. Wir haben das damals abgelehnt, aber eigentlich wäre es eine gute Idee gewesen. Und man muss einfach mal in eine Richtung losgehen, um dann irgendwann sagen zu können: Das ist doch nicht das Richtige. Und dann geht man halt woanders hin. Wenn man nie losgeht, ist es schwierig

Vielen Dank für das Interview sagen
Alaska Arad, Miriam Kuhn und Anna Fink.



»Der Greif« – Issue 10, 2017

O2



O1

- O1 The Adventure of the Empty House (Thomas Albdorf), 2019
- O2 The Adventure of the Empty House (Thomas Albdorf), 2019
- O3 The Adventure of the Empty House (Thomas Albdorf), 2019



O3



O36 Leon Kirchlechner, Matthias Lohscheidt, Simon Lovermann

O1

Gründer

O2



O3

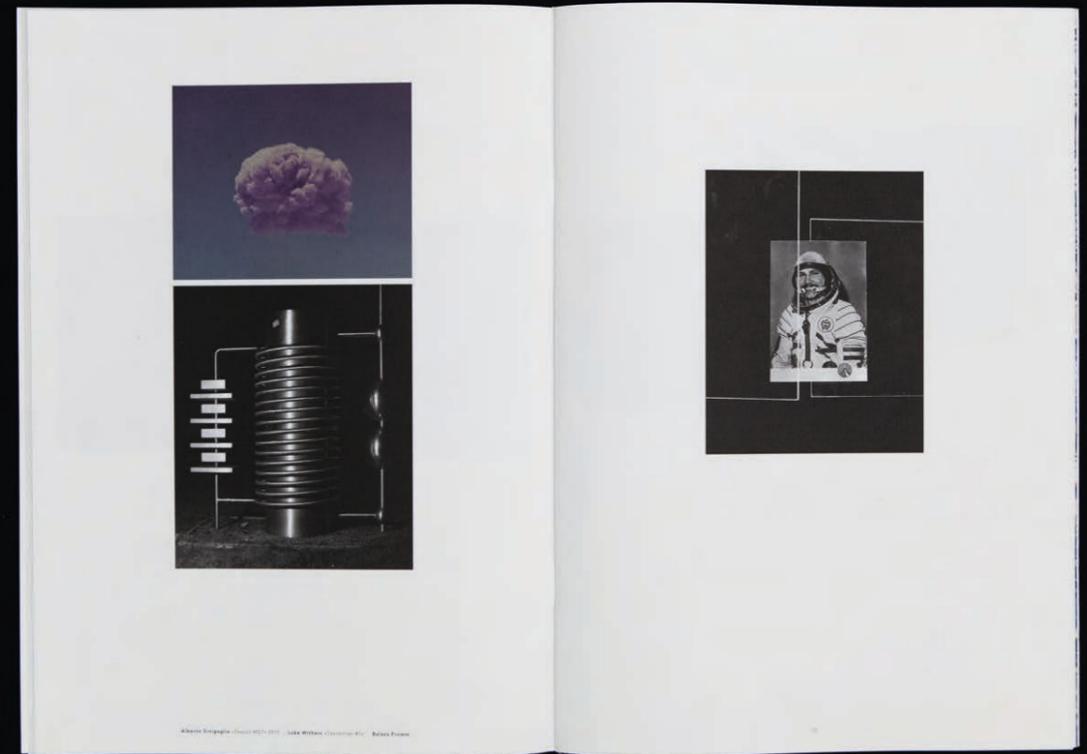


- O1 »Der Greif« – Thread Count (Issue 10), 2017
- O2 »Der Greif« – Thread Count (Issue 10), 2017
- O3 »Der Greif« – Thread Count (Issue 10), 2017

O37



01



02

- 01 »Der Greif« – Guest Room
- 02 »Der Greif« – Issue 10, 2017

Brauchst du viel Platz und Papier?

Auf gute Ideen zu kommen ist nicht einfach. Manchmal hat man zu viel oder gar nichts im Kopf, manchmal ist man mit seinen Gedanken ganz woanders. Aber kein Grund zu verzagen. Wir stellen dir hier exemplarisch drei Techniken zur kreativen Ideenfindung vor. Finde mit unserem Test heraus, welcher Ideenfindungstyp du bist und welche dieser Techniken dir liegen könnten. Probiere gerne auch die anderen Techniken aus.

Autorinnen: Marie Bleicher und Isabel Dau

● Wie kommst du auf deine Ideen?

- 5P Ich stelle sie mir bildlich vor.
- 15P Ich brauche Konzentration.
- 10P Ich sprühe geradezu vor Ideen.

● Wo findest du deine Inspiration?

- 15P In zufälligen, zusammenhanglosen Dingen und Orten.
- 10P Inspiration hat etwas mit Erfahrung zu tun – sie kommt aus mir selbst.
- 5P In den verschiedenen Meinungen und Wahrnehmungen meiner Mitmenschen.

● Meine Ideen sollten am besten ...

- 5P von allen Menschen verstanden werden.
- 15P einzigartig sein und überraschen.
- 10P die bestmögliche Lösung bieten.

● Was trifft auf dich am ehesten zu?

- 10P Ich brauche viel Platz und Papier, um mir einen Überblick zu verschaffen.
- 5P Ich nutze meine Vorstellungskraft, um die Dinge aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten.
- 15P Ich arbeite jedes Mal anders in meiner Ideenfindungsphase.

● Wann bist du am produktivsten?

- 10P In der Mitte der Woche.
- 5P Am Anfang der Woche.
- 15P Gegen Ende der Woche.

● The Vivid (30-45 Punkte) Du hast mehrere Gesichter

Beschreibung:
Deine Lösungsansätze sind meist spielerischer Natur, so wie dein Wesen. Du liebst es, deine Ideen aus unterschiedlichsten Perspektiven zu betrachten. Du nimmst dir viel Zeit, um jede Facette deiner Ideen zu durchdenken, regelrecht einzutauchen. Dabei spielt deine Fähigkeit, dir Gedachtes bildlich vorstellen zu können, eine wichtige Rolle. Kritik begreifst du als konstruktiv; sie bringt dich weiter und bereichert dein Repertoire.

Montag ist dein Ideen-Glückstag.

● The Brain (50-65 Punkte) Deine Gedanken sind »up in space«

Beschreibung:
Sobald ein Projekt auf deinem Tisch liegt, beginnen die Gedanken zu rotieren. Du sprühst regelrecht vor Ideen, brennst vor Tatendrang. Um das Chaos in deinem Kopf zu ordnen, schreibst du deine Gedanken auf. So entsteht eine strukturierte, offene Fläche, die es dir erlaubt, deine Gedanken und Ideenketten zu überblicken und zu analysieren, Verknüpfungen zu erkennen. Scheiterst du mit einer Idee, siehst du das positiv und lernst daraus.

Mittwoch ist dein Ideen-Glückstag.

● The Third Eye (70-90 Punkte) Du stellst die Welt gerne mal auf den Kopf

Beschreibung:
So einfallsreich deine Ideen, so kreativ sind auch deine Methoden zur Ideenfindung. Herkömmliche Betrachtungsweisen sind dir zu langweilig. Du willst überraschen – und meist gelingt dir das auch. Denn du betrachtest deine Umwelt aufmerksam und findest überall Inspiration und Verbindungen, die anderen verborgen bleiben. Solange du es schaffst, Aufgabe und Idee in Einklang zu bringen, erntest du wohl eher konstruktive Vorschläge, weniger Kritik.

Freitag ist dein Ideen-Glückstag.

Tipps zur Ideenfindung, neue Methoden, passend zum Ideenfindungstyp »The Vivid«:

- 01 6 Hüte
Du setzt dir in Gedanken abwechselnd verschiedenfarbige Hüte auf. Jeder dieser Hüte steht jeweils für eine Betrachtungsweise, beispielsweise neutral, subjektiv, pessimistisch und unkonventionell.
- 02 Zukunftswerkstatt
Denke das Utopische. Und vervollständige einen Satz wie »Es wäre schön, wenn ...«. Sätze à la »Das ist doch unmöglich!« solltest du jedoch unbedingt vermeiden.

Tipps zur Ideenfindung, neue Methoden, passend zum Ideenfindungstyp »The Brain«:

- 01 Brainwriting
Du konzentrierst dich auf die Aufgabe und schreibst alle Ideen, die dir in den Sinn kommen, ungefiltert nieder.
- 02 Mindmapping
Schreibe einen Schlüsselbegriff der Aufgabe in die Mitte einer ansonsten blanken Fläche. Daraus leitest du nach und nach assoziierte Begriffe ab, die du um das Ausgangsthema anordnest wie Satelliten, die um die Erde kreisen. Jedem dieser Begriffe fügst du weitere Stichworte hinzu. So entsteht nach und nach eine Gedankenstruktur – die Mindmap.

Tipps zur Ideenfindung, neue Methoden, passend zum Ideenfindungstyp »The Third Eye«:

- 01 Zufallstechnik
Wähle aus einer beliebigen Quelle Bilder oder Wörter aus, die du spontan mit der Aufgabenstellung in Verbindung bringst.
- 02 Sketchnoting
Bei dieser Methode steht das visuelle Denken im Vordergrund. Statt textbasierter Notizen skizzierst du deine Gedanken, was du siehst und hörst – in Echtzeit beispielsweise während einer Vorlesung oder eines Meetings.

LISA DÖRGEN- HELMER

Lisa hat bereits jetzt einen beeindruckenden Werdegang vorzuweisen: Designforschung in Bozen, drei Jahre als Infografikerin bei der Süddeutschen Zeitung, mehrere Lehraufträge und seit 2020 Professorin an der HfG Offenbach. Nicht nur die beruflichen Stationen sind beeindruckend, sondern auch die Vielfalt ihrer Grafiken. Ob humorvoll, sachlich oder interaktiv – Informationsdesign ist ihre Leidenschaft und die Awards für ihre Arbeiten sprechen für sich. In ihrem Büro unterhalten wir uns über die Vielseitigkeit von Infografik, ihren akademischen Weg und was Designforschung bedeutet.



Professorin Lisa Borgenheimer empfängt uns herzlich an der HfG Offenbach und führt uns nach einer Stärkung in der Mensa zu ihrem Lehrerzimmer, das sie selbst eingerichtet hat. Es wirkt strukturiert und organisiert, so wie Lisa selbst. Wir bestaunen die wissenschaftlichen Objekte von Tieren auf ihrem Regal und lassen uns ein von ihr gestaltetes Buch zeigen. Danach beginnen wir unser Gespräch entspannt bei einer Tasse Kaffee.



seit 2020	Professorin und Studiendekanin, HfG Offenbach
2020	Lehrauftrag, Bauhaus-Universität Weimar
2019 – 2020	Lehrauftrag, HS Augsburg
2018 – 2020	Freelancerin Infodesign
2015 – 2020	Lehrauftrag, Freie Universität Bozen
seit 2016	Doktorin, Arts and Design, Bauhaus-Universität Weimar
2013 – 2015	MA Interaktive Mediensysteme, HS Augsburg
2010 – 2015	Freelancerin Infodesign
2009 – 2013	BA Kommunikationsdesign, HS Augsburg

- e x** Warum Offenbach, nachdem du in Augsburg, an der Bauhaus-Universität Weimar und an der freien Universität in Bozen Lehrtätigkeiten ausgeübt hast?
- L B** Kommunikationsdesign in Augsburg und interaktive Medien waren auf jeden Fall ein guter Einstieg. Bei Bozen war meine Überlegung, nochmal im Bereich Infodesign in die Forschung und Lehre zu gehen. Dabei war ich mir sicher, im akademischen Kontext zu bleiben. Ich hatte schon während meines Masters das Ziel zu promovieren und wurde durch Bozen darin bestärkt. Es war eigentlich nicht direkt geplant, an unterschiedliche Stationen zu gehen, aber man sucht sich meist Stellen aus, die thematisch passen und an guten Institutionen sind.
- e x** An der Freien Universität in Bozen warst du an einigen Forschungsprojekten beteiligt. Was kann man überhaupt im Design erforschen?
- L B** Man muss grundsätzlich sagen, dass Designforschung und andere angrenzende Forschungsgebiete immer noch etwas undefiniert sind, weil Design im Grunde ein sehr praktisches Feld ist. Deswegen ist Designforschung auch so interessant, da man immer wieder in andere Disziplinen gehen muss, die vielleicht auf den ersten Blick wenig mit Design zu tun haben. Man nutzt Design als Gegenstand der Untersuchung oder Forschungsmethode und knüpft es an etwas an, das vielleicht mit Design besser funktionieren würde. Das ist dann Designforschung. Der Prozess und die Herangehensweise der Forschung sind nicht anders als in anderen Disziplinen.

»Ich interessiere mich für fast alles.«

- e x** Gibt es Bereiche, in denen man viel forschen kann und die dich sehr interessieren?
- L B** Ich interessiere mich für fast alles. Als Infodesigner muss einen auch so gut wie alles interessieren. Man selbst sollte so weit mit der Materie vertraut sein und die wichtigsten Inhalte verstehen, um es dann richtig und zielgerichtet umzusetzen, damit es ein anderer, der wiederum keine oder nur wenig Ahnung hat, versteht. Deswegen ist speziell der Bereich Informationsdesign wirklich bereichernd, weil man so ein riesiges Wissen bekommt. Teilweise auch von Themen, die man nie wieder brauchen wird, aber auch mal Experten beeindruckt und überraschen kann. Informationsdesign ist eine Designdisziplin und beinhaltet verschiedene Methoden, Werkzeuge und Umsetzungsmöglichkeiten wie Grafiken, Illustrationen, Fotografien, 3D-Modelle, Videos, Audio, interaktive Webseiten oder immersive Formate wie VR/AR. Diagramme und Datengrafiken sind nur die klassischen Formen der Umsetzung. Zu Infodesign als Ganzes gehören auch Orientierungssysteme, Karten, Leitsysteme, Ausstellungsdesign, physische 3D-Modelle, Architekturpläne, Medizindarstellungen – selbst die Didaktik, also was ich gerade sage, ist eigentlich Infodesign in einer gewissen Form, weil ich es verpacken muss, damit man es versteht.
- e x** Bist du hauptsächlich als Professorin tätig?
- L B** Ja, ich bin hauptsächlich hier an der Hochschule. Neben der Lehre arbeite ich gerade an einem Auftrag der Europäischen Zentralbank für die Gestaltung der neuen Euroscheine.

- e x** Welche Aufgabe hast du bei dem Auftrag für die Europäische Zentralbank?
- L B** Die EZB plant die Gestaltung der neuen Euroscheine und ich bin die Person, die für Deutschland in das Gremium geht, ausgewählt von der deutschen Bundesbank. Ich bin in der Themenauswahlgruppe. Darin geht es speziell darum, welches neue Thema auf die Euroscheine kommen soll. Ich glaube, dass viele nicht wussten, was bis dato auf den jetzigen Scheinen drauf ist. Es sind Brücken und Tore, die tatsächlich erfunden sind. Jeder Schein steht für eine bestimmte Epoche und einen Baustil. Die Story dahinter: Wir haben offene Türen und schaffen Brücken in die Welt. Das ist auch Infodesign, es geht um Symbolkraft und Vermittlung von Inhalten.

e x Dein Zeit-Management muss auch sehr gut sein, um das alles unter einen Hut zu bringen ...

L B Stimmt, der Job als Infodesigner macht einen selbst auch sehr strukturiert. Manchmal muss man sogar aufpassen, dass es nicht zu einem Tick wird. Und die Arbeit ist sehr intensiv, nicht nur speziell am Laptop, aber für den Kopf. Das hört nie auf. Oft denke ich wirklich vier Wochen über das Thema und die Umsetzung nach. Aber nach einer gewissen Zeit ist es soweit, dann setze ich mich zwei Stunden hin und mache es einfach fertig. Das ist eben ein Prozess.

e x Wie ist das eigentlich für dich als Professorin, auf der anderen Seite zu stehen, nicht beurteilt zu werden, sondern zu beurteilen?

L B Auch wenn man nicht selbst in der Rolle eines Lehrenden ist, beurteilt man ja trotzdem immer auch andere Arbeiten. Der Unterschied ist nur, dass man das Feedback aktiv weitergeben muss. Und zwar so, dass es konstruktiv ist und dem Studierenden weiterhilft, Schwierigkeiten oder Unsicherheiten zu beseitigen. Auch finde ich es sehr wichtig, auf Augenhöhe zu diskutieren.

»Der Job als Infodesignerin macht einen selbst auch sehr strukturiert.«

e x Du hast bereits sehr viele Infografiken für Zeitungen wie die Süddeutsche erstellt. Wie schnell muss man eigentlich in Zusammenarbeit mit tagesaktuellen Zeitungen agieren?

L B Beginn bei der Zeitung als Infografiker ist 10 Uhr, da haben sich die Redakteure vorher um 9 Uhr schon getroffen und abgestimmt, was in die tagesaktuelle Ausgabe kommt. Und dann kommen die um 10 Uhr, bestenfalls 11 Uhr, zu dir und sagen: Ja, wir schreiben für die aktuelle Ausgabe über das Thema und wir brauchen dazu eine Grafik. Hier sind jetzt die Infos, wir sprechen uns nach der Mittagspause. Drucktermin ist halb 5 Uhr. Dann muss aber alles bereits korrigiert sein. Also druckfertig sein. Es ist schon ein hoher Zeitdruck, aber das tolle ist, dass es immer wieder neue Themen sind.

e x Gibt es da bestimmte formale und gestalterische Vorgaben?

L B Klar, für die Arbeit in einer Tageszeitung gibt es zum Beispiel vorgegebene Hierarchien für die Typografie und das Layout. Für Karten gibt es zusätzlich technische Richtlinien, die der Orientierung dienen, wie spezielle Symbole und Farben. Ansonsten ist man relativ frei in der Gestaltung. Das ist so ähnlich wie im Editorial Design, dass der Inhalt mit Farben, Größen und Formen passt. Die Gestaltung der Grafik ändert sich dann wieder je Thema. Dabei können auch die Fotos auf der Seite die Farbgestaltung beeinflussen.

e x Bekommst du die Daten von deinem Auftraggeber oder musst du viele Daten selbst suchen? Welche Quellen nutzt du dabei?

L B Das kommt darauf an. Von Zeitungsverlagen beispielsweise bekommt man meist schon eine Grobstruktur, wichtige Inhalte oder vorformatierte Excelsheets. Wenn man selber an einem Thema arbeitet, ist es meistens so, dass man über einen Text mit Informationen stolpert, oder man entdeckt selbst eine Grafik und denkt: Boah, das könnte anders sein, oder das stimmt so visuell aber nicht. Das Problem ist auch häufig, dass exklusive Themen mit den notwendigen Daten meist nicht öffentlich zugänglich sind. Man muss sich dann an Experten, Forschungseinrichtungen oder Journalisten wenden, die das auch nicht so gerne rausgeben. Bei der Zusammenstellung der Daten und Informationen muss man abwägen, was wirklich wichtig ist. Das heißt, wie strukturiere ich es, damit ich ein Szenario daraus entwickeln kann. Wenn man eine Standardgrafik macht, braucht man natürlich quantitative Daten. Aber es gibt je nach Thema auch andere Möglichkeiten, Dinge zu erklären.

e x Woher nimmst du Inspirationen für deine Grafiken?

L B Im Zug denke ich viel über Dinge nach. Das liegt natürlich auch daran, dass ich viel Bahn fahre. Spezielle Inspirationsquellen habe ich nicht. Ich glaube generell, dass man sehr offen für viele Themen sein muss. Ich lese super viel Wissenschaftsberichte und informiere mich über die aktuellen Geschehnisse. Wenn man sich mit Infodesign beschäftigt, ist man automatisch umfassend informiert.

e x Wie lange brauchst du von der Recherche bis zur Umsetzung?

L B Das passiert eigentlich unmittelbar. Oft liest man etwas und nach einem Absatz beginnt man dann schon zu überlegen, wo man anfängt. Infodesign ist auch das Verarbeiten und Übersetzen in etwas Visuelles. Das macht man eigentlich am besten parallel zur Informationsaufnahme. Bei mir ist es mittlerweile auch die Erfahrung.

»Ich finde es sehr wichtig, auf Augenhöhe zu diskutieren.«

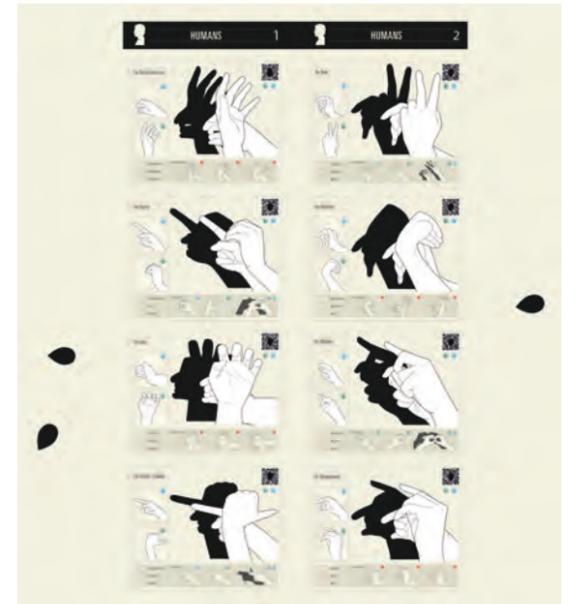
e x Wie kommst du auf Ideen, die dir bei der Umsetzung helfen?

L B Das jeweilige Medium gibt die Vermittlungsform und -strategie gewissermaßen vor. Man fragt sich deshalb: Brauche ich etwas Dynamisches? Oder etwas Statisches? Ist es vielleicht doch interaktiv, wenn es um den Lernprozess geht und man etwas ausprobieren kann? Das kommt natürlich auf die Zielgruppe und Thematik an, aber auch wie das Ergebnis sein soll. Wie ist der Stil? Was ist der Fokus und die Story? Für wen wird gestaltet? Und: Wie bereite ich es auf, damit es gut verstanden wird, und wie lange bleibt es im Kopf und macht die Nutzer sogar handlungsfähig?

O1



O2



L B Generell ist es immer gut, alle bereits erlernten Werkzeuge für die Gestaltung zu nutzen, die man kennt und beherrscht, weil die Aufgabe an sich schon so komplex ist, damit man schneller ins Visuelle gehen kann. So umgeht man persönliche und technische Hürden. Man muss ja sehen, ob die Gestaltungs- und Vermittlungsidee als Infografik funktionieren kann, und das sieht man erst, wenn man es ausprobiert. Für die berufliche Zukunftsperspektive ist es wichtig, sich das ganze Feld anzuschauen, man sollte nicht speziell auf eine bestimmte Umsetzungsart gehen.

Vielen Dank für das Interview sagen
Annika Bitzer, Elisabetha Fetsch und Sophie Schaible. 

BUCH ZWEI



Wein? Bier!
Wie aus dem einst farb- und geschmacklosen Getränk ein Genuss für Entdecker wurde > Seite 15



Beginn der Abfüllung
NACH BEHALTUNGSZEIT

Fassbier
Flaschenbier
Dosenbier

Die Deckel
Korkkork
Kork
Kork-Verpackung

Die Etiketten
Oben
Unten

Die Flaschenfarben
Brauwerk
Brauwerk
Brauwerk

Nährwerte

Getränk	Vol%	kJ	kcal	KH	Zucker	Alkohol
				g/100g		g/100g
Pils	4,8	177	42	3,1	0,2	3,8
Weißbier	4,9	179	42	2,4	0,1	3,9
Lagerbier	5,4	227	54	2,1	0,1	5,2
Bier-alkoholfrei	+0,5	110	26	5,4	2,7	0,83
Maibock	+0,3	213	51	11,8	0,8	0,81
Weißwein	10,0	410	98	0,3	0,3	10
Apfelsaft	0	206	49	12,1	10,0	0,16
Fruchtsaft	0	209	49	10,8	10,6	0,17
Whisky	44	3023	724	0,1	0,1	35,2
Genüß	20	1592	385	0	0	15,8

VON BERND DÖRRIES

Warum eigentlich nicht mal ein Bier zum Frühstück, es ist schließlich ein schöner Spätmorgensmorgen in Kopenhagen, und das Bier, das es hier aus der Flasche gibt, scheint tatsächlich genau für diesen Moment gebraut worden zu sein. „Beer Geek Breakfast“ heißt es, was übersetzt ungefähr bedeutet, dass es sich hierbei um ein Frühstück für den Bier-Enthusiasten handelt. Es wurde mit Haferflocken und Kaffee gebraut, hat also alles, was man für einen guten Start in den Tag braucht. Und 7,5 Prozent Alkohol gibt es noch dazu. Das ist doch mal was. Es schmeckt nach Kaffee, nach dunkler Schokolade, man erkennt Caramel und das Aroma von geröstetem Malz, vielleicht ein bisschen Kiefer und Kirsche, im Abgang ein wenig Haferflocke und noch einmal Kaffee. Man schmeckt also lauter Sachen, nach denen Bier in Deutschland nicht schmeckt und auch nicht schmecken darf. Das Reinheitsgebot war nicht gut für das deutsche Bier, es hat Vielfalt verhindert, es hat das deutsche Bier langweilig gemacht“, sagt Mikkel Borg Bjergsø. Er sitzt in einer ziemlich großen Bar in Kopenhagen, die er vor ein paar Monaten in einem ehemaligen Schlachthofbezirk aufgemacht hat, mit weißen Kacheln, Holztischen und Fenstern, die bis auf den Boden reichen.

Autos und Bier: Die Deutschen waren sich stets sicher, dass das niemand besser kann als sie

Borg Bjergsø, 39, hat vor zehn Jahren auf dem Balkon angefangen, sein eigenes Bier zu brauen, weil es sonst vor allem Carlsberg gab, das nach nicht viel schmeckte. Am Anfang kopierte er ein paar amerikanische Stile, dann schütete er Haferflocken und Kaffee in den Sud und gewann mit dem Beer Geek Breakfast einige Wettbewerbe. Das Internet berichtete vom neuen Geschmack, Importeure meldeten sich bei ihm – und seitdem ist Borg Bjergsø ziemlich gut im Geschäft. Den Job als Lehrer hat er schon vor Jahren an den Nagel gehängt. Gerade hat er eine Brauerei in Amerika gekauft, damit seine Biere nicht mehr über den Ozean schippen müssen. Er hat Bars in Bangkok, Tokio und San Francisco eröffnet. Weitere sollen folgen, pro Tag melden sich im Schnitt zwei Interessenten, die gerne mit ihm einen Laden betreiben würden. „Das ist alles kein Problem, das wird alles funktionieren. Deutschland wird aber eine harte Nuss.“ Bis zum nächsten Herbst soll es eine eigene Bar in Berlin geben; die Verträge mit einem großen Importeur sind gerade unterzeichnet. Man kann seine Mikrokeller-Biere jetzt auch bei Rewe kaufen, ein paar der 150 Biereorten zumindest, die er im Jahr braut. „Der deutsche Markt wird sich radikal verändern“, sagt Borg Bjergsø, „es wird schwer werden für die großen deutschen Brauereikonzerne.“

Prophesieungen, die man gerade überall hier in der Republik Berlins, wo die Stone Brewing den deutschen Markt aufmachen will, und auch in Bayern, wo Urban Chestnut eine Filiale aufmacht. Autos und Bier: Trainersatz, der, derer sich Deutschland seit der Nachkriegszeit sicher war, dass man sie so gut konnte wie kein anderer auf der Welt. Und draußen in dieser Welt wurde man von Menschen begrüßt, die beim Wert Deutschland als erstes „Bier“ sagten und selig lächelten. Man hatte irgendwie schon darauf angestoßen, eine Gemeinsamkeit gefunden, noch bevor eine Flasche geöffnet wurde. Und das soll nun nicht mehr gelten? Craft Beer heißt der Trend, der schon vor 20 Jahren in Amerika aufblühte. Damals begannen Hobbybrauer, Biere in Handarbeit (engl. Craft/Handwerk) herzustellen, die nicht nur nach Wasser schmeckten. Sondern fruchtig, malzig, süßig. Einzige der Hobbybrauer von früher sind heute große Unternehmer. Der Marktwert der Boston Beer Company etwa – aus dem Dachbodenfund seines Gründers Jim Koch entstanden, der dort ein Rezept seines Großvaters für Lagerbier entdeckte –

Das richtige Glas zum Bier
Auswahl

200 ml Kölsch
250 ml Berliner Weisse
300 ml Pils
500 ml Pils
500 ml Weißbier
500 oder 1000 ml Helles

Die Bierflasche
Auswahl

330 ml Biggelflasche
330 ml Longneck
330 ml Wechflasche
500 ml Euroflasche
500 ml NW-Flasche

Fassungsvermögen
in Liter

Doppler ≈ 2 Liter
Mass ≈ ungefähr 1 Liter
Halbe / Seidl ≈ 0,5 Liter
Schmitt ≈ 0,3 bis 0,4 mit viel Schaum
Schoppen / Quartl ≈ 0,25 Liter

Geschmackssache

Während immer mehr Biertrinker weltweit die Exotik von Craft Beer entdecken, wedeln die deutschen Brauer wie seit 500 Jahren mit dem Reinheitsgebot. Sind Hopfen und Malz schon verloren?

Das Zapfen
Jedes Bier hat einen unterschiedlichen Sauerstoffgehalt und benötigt deshalb einen anderen Zapfen. Je wärmer das Bier ist, desto leichter löst sich die Lösungsmittel aus, um einen süßeren Geschmack zu erhalten.

Das Bierfass
Seit Mitte der 1970er Jahre ist einzigartig das KEG-Fass aus Metall eine einfache, leichte, praktische Lager- und Transporteinheit. Bier aus Metallfässern gilt aber als nichtig, denn es hat ungeliebte Aromen.

Umsatzwachstum des US-Biermarktes
im Jahr 2014

Biermarkt gesamt
2014

Export-Craft Beer 10%
Import-Bier 10%
Craft Beer 10%

Das Einschenken
1. Mit kaltem Wasser ausspülen
2. Glas um 60° kippen
3. Erster versetzen
4. Helm vom Boden abheben
5. Helm zurückdrehen

Bierkonsum pro Einwohner
in Litern pro Jahr

197 SACHSEN
176 MECKLENBURG-VORPOMMERN
172 BAYERN
150 HESSEN

Pro-Kopf-Verbrauch weltweit
in Litern pro Jahr

USA 76
BELGIEN 99
BRASILIEN 67
DEUTSCHLAND 106
NAMIBIA 108
SUDAFRIKA 60
TSCHECHIEN 187
AUSTRALIEN 74

Pro-Kopf-Verbrauch der Deutschen
in Litern pro Jahr

199 153
2006 136
2007 133,8
2008 131,1
2009 109,6
2010 107,6
2011 109,3
2012 107,6
2013 106,6
2014 106

wird auf mehr als eine Milliarde Dollar geschätzt. Überall in den Staaten haben Bars aufgemacht, in denen Bier wie Wein zu einem guten Essen serviert wird. Aus Trinkern sind Genießer geworden. Die Deutlichen dachten die Sache mit dem Bier in den vergangenen Jahrzehnten eher vom Ergebnis her. Es ging nicht so sehr darum, sich einen Geschmack hinzugeben – sondern um den Rausch. Das Bier für diesen Zweck vorher immer mehr an Geschmack, obwohl die Brauer doch das Reinheitsgebot so hoch hielten. Aber rein kann eben auch heißen: rein von Geschmack. Wer erst einmal die neue Vielfalt erlebt habe, sagt Borg Bjergsø, dem öffne sich ein neues Fenster, der kehre so schnell nicht mehr zurück. Man müsse ja nicht gleich mit einem Bier-Frühstück beginnen. Für die Einsteiger gibt es India Pale Ale, das die Briten einst mit viel Hopfen brauten, um es kalibarer zu machen für den Seeweg in die Kolonien. Es riecht wie eine Fruchtexplosion beim Öffnen der Flasche. In der Mikrokeller-Bar in Kopenhagen reicht der Keller aus einem kleinen Schwenker mit Spontan-Goseberry, einer Kreuzung von Mikrokeller, bei der das Bier spontan Alkohol entwickelt. Es wird einfach in einem offenen Botlich stehen gelassen, die wilde Hefe kommt aus der Luft geflogen. Dann gehört noch Stachelbeere. Wer das nicht gewohnt ist, denkt erst einmal ein bisschen an Sodabrennen, an Essig und Citrus, aber im Abgang wird es mild, fruchtig, lecker. In der Schule, sagt Borg Bjergsø, habe er zu denen gehört, die kaum Alkohol getrunken haben, wohnt er in den skandinavischen Ländern eher zur Minderheit zählt. Noch heute aber sei es so, dass ihn der Geschmack mehr interessiere als der Rausch. Was ihn von den vielen Millionen Menschen unterscheidet, die nur wieder aufs Münchner Oktoberfest gehen und dort das Bier in sich hineinlaufen lassen und auch wieder hinaus. Dazu gibt es ein Hemd, damit die Grundlage stimmt. Borg Bjergsø hat Biere für das Noma in Kopenhagen entworfen, das Kritiker vier Jahre hintereinander zum besten Restaurant der Welt gewählt haben. Bier und Spitzkürche schloßen sich nicht mehr aus, was sich auch bald am wachsenden Bauumfang von Borg Bjergsø ablesen ließ. Also hat er mit dem Laufen angefangen, genauso intensiv wie damals mit dem Brauen. Und so gibt es nun nicht nur seine Mikrokeller-Brauerie, sondern auch den dazugehörigen Running Club, der bereits in 20 Städten weltweit Abzieher hat.

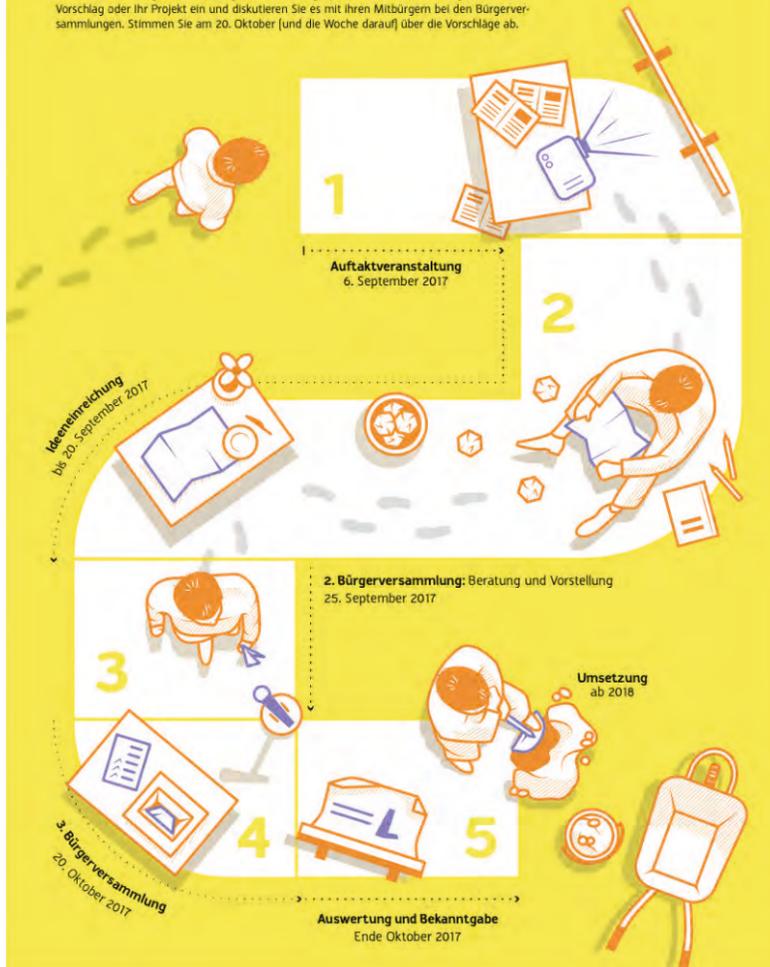
Den neuen Biertrinker interessiert weniger der Rausch. Er sucht den Kick im Geschmack

Bier ist dabei, seine Schwärmigkeit zu verlieren. Es gibt auch ein Bier mit besonders viele Antioxidantien, die gegen Krebs schützen sollen. Die Craft-Bier-Trinker sind oft schlank, klavarierte, bittige Männer. So wie Borg Bjergsø, der in gewisser Weise das Bier zum Bart braut. Vor 20 Jahren noch war es in fast ganz Deutschland üblich, zu einer Studententour ein Sixpack Beck's mitzubringen. Heutzutage gilt die Marke nur noch als seelenlose Hülle des Braugiganten Anheuser-Busch Inbev. In Amerika musste der Mutterkonzern Beck's Trinker sogar Schadenersatz zahlen, weil er mit dem Gütesiegel „German Quality“ auf den amerikanischen Flaschen war, obwohl deren Inhalt längst nicht mehr in Bremen gebraut wurde. Beck's mischte in den vergangenen Jahren vor allem Limos ins Bier, um den Ausstoß zu steigern. Nun stellt der Konzern, dem Craft-Bier-Trend hinterherhinkt, ein eigenes Pale Ale her. Mit mäßigem Erfolg. Beck's kann keine andere Geschichte mehr erzählen als die der endlosen Firmenübernahmen. Das einstige Familienunternehmen gehört zu einer belgisch-amerikanisch-brasilianischen Biergruppe, der größten der Welt, die dabei ist, die zweitgrößte zu schaffen, den afrikanisch-amerikanisch-australischen Giganten SAB Miller. Bremen ist dann nur eine Stecknadel auf der Landkarte. Das einst kühle Nordische ist nicht mehr angesagt.

> Fortsetzung nächste Seite

Die Bürger und Bürgerinnen

... sind eingeladen, beim Bürgerhaushalt 2018 aktiv mitzumachen. Überlegen Sie, wo es in der Gemeinde dringenden Bedarf gibt oder wo eingespart werden könnte. Bringen Sie Ihren Vorschlag oder Ihr Projekt ein und diskutieren Sie es mit Ihren Mitbürgern bei den Bürgerversammlungen. Stimmen Sie am 20. Oktober (und die Woche darauf) über die Vorschläge ab.



O1

Die Gemeinde

Die Gemeinde hat eine Vielzahl von Aufgaben und Dienstleistungen für die Bürger zu erbringen. Dementsprechend breit ist die Palette an Infrastrukturen unter ihrer Verantwortung: Kindergarten, Schule, Altenwohnungen und Altersheim, Kanalisierung und Kläranlagen, Wasserleitungen, öffentliche Beleuchtung, Sportanlagen, Kinderspielplätze, Bibliotheken, Feuerwehrröhre, Fernwärmanlagen und weiteres mehr. Auch in der Landwirtschaft, im Naturschutz, bei Verkehrswegen und im Sozialwesen trägt die Gemeinde beträchtliche Verantwortung. Sie ist verpflichtet, vernünftig, vorausschauend und ausgleichend zu planen und zu wirtschaften.



O1

Forschungsprojekt Bozen – The Citizens, 2016 – 2018

O2

Forschungsprojekt Bozen – The Community, 2016 – 2018



Bei LEW wird Beratung groß geschrieben.

Detaillierte Informationen erhalten Sie schnell und kostenlos über die Hotline 0800 572 572 5 oder benutzen Sie unser PV-Portal www.lew-solar.de



Lechwerke AG
 86136 Augsburg
 T +49 800 572 572 5
 F +49 800 539 539 6
 E service@lew.de
 I www.lew.de

LEW
 Lechwerke



Starten Sie Ihre persönliche Energie-Zukunft: mit LEW

Individuelle Photovoltaikanlage jetzt einfach planen und bestellen unter www.lew-solar.de

VORWEG GEHEN

Willkommen in der neuen LEW Energie-Welt

In dieser Broschüre erfahren Sie viel Wissenswertes zu Photovoltaikanlagen. Die Übersicht zeigt Ihnen, welche Produkte Sie heute schon einsetzen können, um an der Spitze der Energiezukunft zu stehen. In der Grafik steht jedes Haus für einen Baustein. Jeder für sich bringt einen energetischen Fortschritt, die Vernetzung ist das Optimum. Gern stehen Ihnen unsere Energieberater zur Ermittlung Ihres persönlichen Nutzens zur Verfügung. Oder planen Sie Ihre Photovoltaikanlage unter www.lew-solar.de



Sie sind unter uns



ORGANISCHE AUFLAGE Laub und Zweige

OBERBODEN
Humushaltige Schicht

UNTERBODEN
Mineralhaltige Schicht, kaum Humus, wenige Wurzeln

Regenwürmer
Bis zu 400 Regenwürmer leben in einem Kubikmeter Boden. Sie haben zwar weder Kauwerkzeuge noch eine besonders leistungsfähige Verdauung, daher können sie Pflanzen nicht selbst zerhacken und zerkleinern. Aber sie ziehen Pflanzenreste in die Tiefe, wo Bakterien diese Aufgabe übernehmen. Die Würmer fressen dann das vorzeretzte Material, in ihrem Kot sind die Nährstoffe konzentriert. Mit ihnen können wir uns außerdem den Boden. Erst 2014 teilten Forscher fest, dass in Deutschland wohl 46 Regenwürmerarten leben, weit mehr als vermutet. Weltweit sind es mindestens 670 Arten.

Springschwänze
Mehrere Millionen Fadenwürmer, Milben und Springschwänze kommen in einem Kubikmeter Erdreich unter. Die höchstens halbe Millimeter großen Tierchen zerkleinern Pflanzenreste, kurbeln mit ihrer Verdauung die Humusbildung an und halten Mikroben-Populationen durch Auffressen in Schach.

Nager
Nager lockern den Boden auf. Während sie ergraben, ernähren sie sich von Pflanzen und sind daher bei Bauern besonders beliebt, wenn sie sich stark vermehren, können sie die Erde ruinieren. Man sollte dagegen nehmen, dass sie nicht Flucht zu sich, vor allem Kleintiere, darunter auch diverse Pflanzenschädlinge. Weil sie in Deutschland unter Naturschutz stehen, dürfen sie nicht getötet werden, auch wenn nicht jeder Kleinagrarier sich für die Erhaltung in der Weise engagieren kann.

Bakterien
Etwa acht Billionen Mikroben leben in einem Kubikmeter Erde, nirgendwo sonst in der Umwelt ist das Leben so dicht verteilt. Um die 90 Prozent von ihnen sind Bakterien. Sie helfen an der Wälder der Insekten im Boden und sind für die Chemie zuständig: Sie wandeln Nährstoffe um. Zum Beispiel berechnen sie den Stickstoff aus der Luft so auf, dass Pflanzen etwas damit anfangen können. Außerdem sind sie an der Humusbildung beteiligt. Bodenbakterien der Gattung Streptomyces liefern mehr als die Hälfte der beim Menschen verwendeten Antibiotika.

Pilze
Fast alle Pflanzen erlauben Bodenschimmeln, ihre Wurzeln zu besiedeln. Davon haben beide Arten. Die Pilze ernähren den Pilz mit Zucker, der für Stoff für seine langen Säden aus und schafft Wasser und Mineralstoffe heran. Pilze können es auf enorme Mäße bringen: Ein Exemplar im US-Bundesstaat Oregon erstreckt sich über fast zehn Quadratkilometer. Es ist der größte Organismus der Erde und wiegt etwa viermal so viel wie ein Elefant.

VON MARLENE WEISS
Von oben wirkt die fremde Erde ganz zufrieden, der Migrationshintergrund ist ihr nicht anzumerken. Die bräunlich-erdfarbenen Grabhügel an der Oberfläche sehen auch nicht anders aus, als das, was hier im März sonst so wächst, auf dem Forschungsgut des Holmholts-Zentrums in Scheeßel nördlich von München. Aber heimlich (fühlt sich der Boden-Blick aus Garmisch am Alpenrand hier noch lange nicht. Er wurde für ein Experiment hierher verfrachtet: Was passiert unter der Erde, wenn der Klimawandel zuschlägt? Das versucht Jean-Charles Monnin herauszufinden. Er hat wache Augen, einen silbergrauen Bläsenstern und erforscht seit vielen Jahren die komplizierte Welt unter unseren Füßen. Noch immer regt er sich darüber auf, dass kaum jemand erkennt, wie ernstlich intakte Böden sind. Und wie schlecht man sie behandelt: Man lässt sie erodieren – 10 000 Jahre Boden aufbau, von Wind verweht an einem Tag. Presst sie mit schweren Erntemaschinen zusammen, sodass sie erstickt oder veratmet. Laugt sie mit Monokulturen aus, ruiniert sie Kohl-, Öler-, das Kapitalverbrechen, betoniert sie zu 120 000 Quadratkilometer fruchtbares Ackerland gehen so weltweit im Jahr verloren, mehr als die Fläche Islands. Die Vereinigten Nationen haben davon 2015 zum Jahr des Bodens ausgerufen, was wahrscheinlich auch nicht viel ändert. Dabei weiß man noch gar nicht so viel darüber, was unter der Erde passiert und was der Boden braucht, um seine Arbeit zu machen.

Er wird getreten, zubetoniert, ausgebeutet und ist vom Klimawandel bedroht. Dabei ist der Boden unter unseren Füßen die Lebensgrundlage für jeden Organismus auf dem Planeten – auch für uns Menschen. Das Erdreich liefert die meiste Nahrung und nützliche Dinge wie Antibiotika. Verantwortlich dafür ist eine erstaunliche Vielfalt kooperierender Lebewesen.

Forscher wie Monnin versuchen, das zu ändern – es ist höchste Zeit. In Scheeßel öffnet Monnin eine Eisstapelle, über eine wacklige Leiter geht es in die Tiefe. Ringum sind sechs gut manövrierbare Zylinder im Kreis verborgen, die Lysimeter: Drei sind mit lokaler Erde gefüllt, drei mit Erde aus Garmisch, die seit zwei Jahren verrotzt, sich hier einzuweisen. Drei weitere Zylinder mit Scheeßeler Erde sind beim Forschungszentrum Jülich verborgen. An der Oberfläche sind die Behälter offen, im Erdloch in der Mitte ist das Labor: ein unterirdischer Hohlraum voller Wasserzähler, Mess-Elektronik, Kabeln und Messaufhängen. Hier wird beobachtet, wie viel Wasser der Boden aufnimmt, wie schnell es versickert, wie viel Stickstoff und Kohlenstoff fortgespült werden, wie sich das Leben im Untergrund verändert. Bis zum Jahr 2022 soll das Experiment dauern, dann werden die Wissenschaftler die Erde schichtweise untersuchen.
Bereits jetzt ist klar, dass sich in den Zylindern etwas verändert. Drei Garmischer bekommt fast 1400 Millimeter Niederschlag im Jahr, Scheeßeler keine 900. Damit kommt der tonhaltige Boden aus der Bergregion schlecht zurecht. Er bekommt tiefe Risse, auch die Kleintierbewohner können ihre Arbeit nicht mehr gut verrichten. „Der Garmischer Boden trocknet extrem aus und schrumpft“, sagt Monnin. „Hier passen sich die Pflanzen gerade noch an, aber im Lysimeter bei Leipzig sind diese Böden komplett trocken und vernichtet.“ Falls der Klimawandel eines Tages dem Alpenrand die trockenen Verhältnisse Mitteldeutschlands beschere sollte, bliebe von den dortigen Wiesen nicht viel übrig: Ohne funktionierenden Boden könn-

ten Pflanzen. Boden ist heimatspezifisch und konservativ, Veränderungen mag er nicht. Das haben auch viele Bauern festgemacht, die versuchen, aufgeschüttete Erde auf unfruchtbaren Flächen zu bearbeiten. Wenn das Gefüge von Mineralien, Klima und Lebewesen nicht im Gleichgewicht ist, funktioniert das nicht. Und selbst die schönste Bodenform nützt nichts, wenn der Boden keine Nahrung bekommt. Wenn etwa Mais-Ernteste komplett in der Bogen-Anlage Land und Getreidestroh zu Ethanol verarbeitet wird, statt in den Boden gepflügt zu werden. „Das Strohh ist doch auch Nahrung, für den Boden“, klagt Monnin. Ohne die Energie und die Mineralien aus dem Ernterückfall führt der Boden Spaltwunden, Mikroorganismen hungern und verschwinden, weniger fruchtbarer Humus wird gebildet, langfristig sinken die Erträge.
Dabei weiß niemand, wie es tatsächlich um den Humus bestellt ist. Um es herauszufinden, wird seit 2011 überall in Deutschland auf Äckern und Wiesen gebuddelt. So soll die erste vollständige Karte der Humusverteilung im gesamten Boden entstehen. Dabei sind diese Daten eigentlich nur ein Nebenprodukt: Im Rahmen der Klimaberichterstattung muss Deutschland erfassen, wie viel Kohlenstoff noch im Boden gespeichert ist – und da der im Humus steckt, misst man damit automatisch auch den Humusgehalt. Etwa 3000 Stellen wollen die Wissenschaftler des Bundesforschungsanstalt für Fernstudien untersuchen, verteilt über Deutschland in einem Acht-mal-Acht-Kilometer-Raster, gut die Hälfte ist geschafft.
Seit dieser Woche sind es wieder ein paar Proben mehr: Bernd Schemmich vom Thünen-Institut war

bei Konstanz auf einem Acker und zwischen Apfel-Heiden unterwegs, es ist eine gute Woche, drei Standorte will er schaffen. Agrarforscher wie er warten ungeduldig darauf, dass in einigen Jahren die Ergebnisse der Graberei da sind. Denn sie werden auch zeigen, wie der Humusgehalt davon abhängt, was der Bauer auf seinem Land tut – wie er pflügt und erntet, was er anbaut. „An jedem Standort legen wir in der Mitte eine einen Meter tiefe Profil-Grube an“, sagt Schemmich. „Ringum werden noch acht Sondierungen gemacht.“
Bakterien rufen ihre Artgenossen mit chemischen Signalen zu den Sammelplätzen
Dafür rammt man eine Röhre in den Boden, brennt kommt ein wenig Boden raus, aus der Scheibchen geschnitten werden. Insgesamt nehmen die Forscher so 50 Proben aus verschiedenen Tiefen. Am Thünen-Institut in Braunschweig werden sie in einer räumigen, lauten Halle voller Scherlein mit Erdhüchsen analysiert, getrocknet und gepulvert, auf Sand-, Ton- und Schluffanteile untersucht und schließlich im Ofen gebrannt, um den Kohlenstoffgehalt zu messen.
Der Boden übernachtet Forscher immer wieder. Auch mit seinem Kommunikationssystem. Über das man kaum mehr weiß, als dass es gut funktioniert: Manche Bakterien rufen ihre Artgenossen etwa mit chemischen Signalen zu Sammelplätzen, wenn Wasser und Nährstoffe knapp werden, um als Kolonie den schweren Zeiten zu trotzen. Andere produzieren Anti-

biotika. Man vermutet, dass diese Konkurrenten schaden sollen, aber womöglich werden mit diesen Stoffen auch Nachrichten übermittelt. Pflanzen wiederum sprechen mit Pilzen, die ihre Wurzeln im Austausch für Zucker mit Wasser beliefern, und schicken über die langen Fäden der Pilze sogar Warnungen an Nachbarpflanzen, wenn Schaden droht.
Auf dem Pflanzengut in Scheeßel geht es in einem klappigen VW-Bus über die Felder. Am Rand einer Kuhweide steht ein Sechseck. In der Weide sind alle paar Meter Sensoren verborgen. Sie messen, wie feucht der Boden in unterschiedlichen Tiefen ist, und geben ihre Messung per Funk weiter. Zwei Satelliten liefern parallel Radarsignale der Weide. Das soll helfen, das Satelliten-Signal künftig präziser zu interpretieren, damit Bauern ihre Felder besser bewirtschaften können: Pflanzen dünnen ab, wo der Boden wenig Wasser hält, damit jede Gramm zum Wachsen hat. Und dort weniger düngen, wo auf schlechter Erde ohnehin kaum etwas wächst, dafür anderwo mehr, wo viele kräftige Pflanzen den Dünger aufnehmen können. Solche Technik wird inzwischen immer häufiger eingesetzt, vor allem in Großbetrieben. „Damit kann man den Boden am besten ausnutzen, bei möglichst wenig Schäden für die Umwelt“, sagt Monnin. „Precision Agriculture“, heißt es hierzulande, wenn der Bauer mit GPS- und Satelliten-Karten arbeitet, während die Technik zuerst in Amerika durchgesetzt hat. Dabei war der erste GPS-Mähdrescher weltweit Anfang der Neunzigerjahre in Scheeßel unterwegs. Damals wollte von dem neuseeländischen Züchter jemand etwas wissen. Immerhin das hat sich geändert.

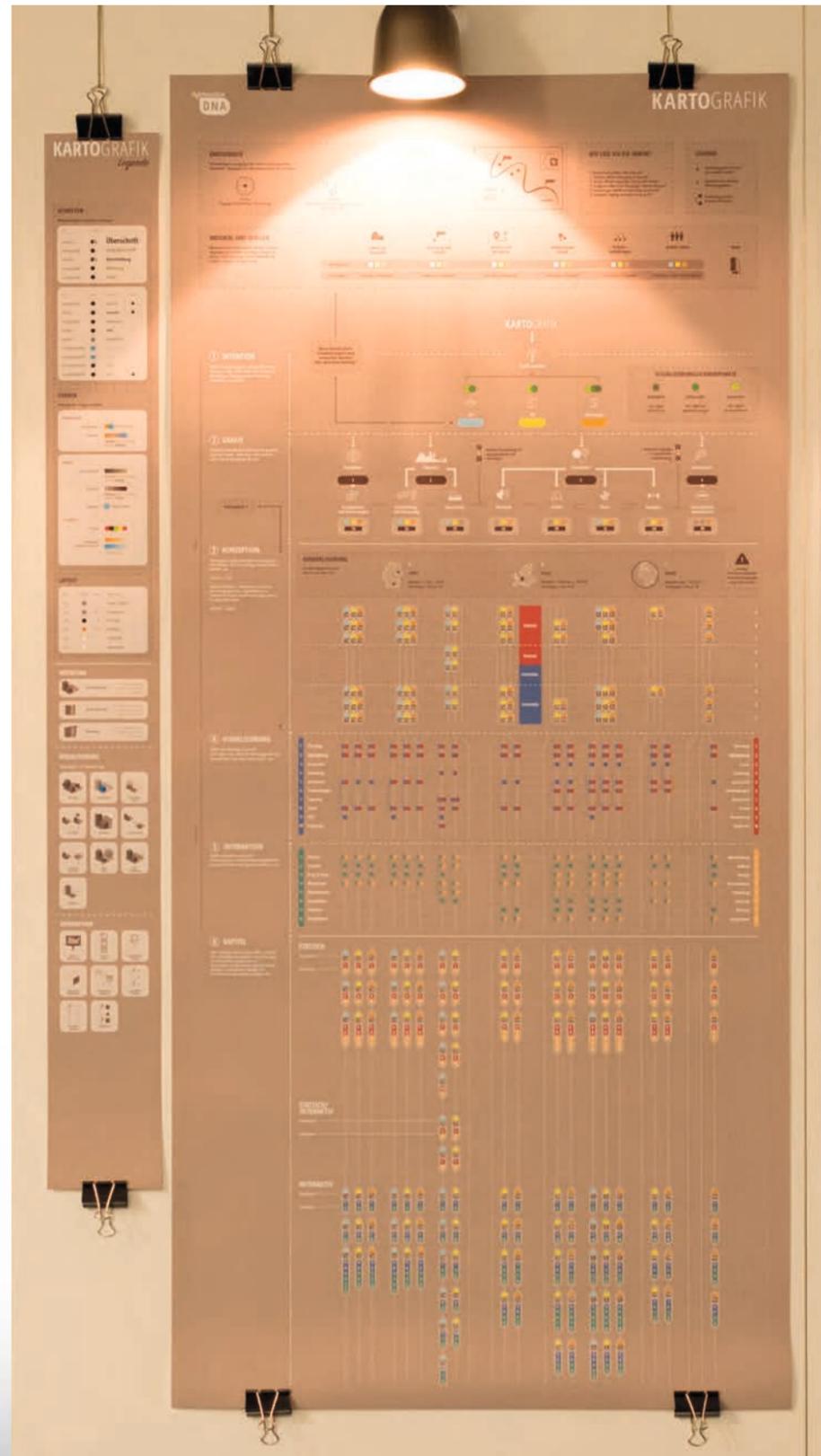
„Böden vergessen nichts“ Eva-Maria Pfeiffer plädiert für ökologische Landwirtschaft

Die Professorin für Bodenkunde lehrt und forscht an der Universität Hamburg.
Und in Deutschland? Hier gibt es seit 1999 ein gutes Bodenschutzgesetz. Auch hier ist zwar immer noch Erosion ein Problem, weil Äcker zu lange nackt bleiben oder weil die Erde zwischen Mäsuren keinen Halt hat. Im Norden trägt der Wind Sandhügel ab, weiter südlich ist der Boden für Wasser anfällig. Aber es hat sich viel getan, man hat aus den Fehlern der Sechziger- und Siebzigerjahre gelernt.
Was denn? Damals kamen die großen Monokulturen auf riesigen Flächen auf. Das ging so nicht weiter, heute müssen Bauern zum Beispiel mehr Fruchtfolgen bewirtschaften. Problematisch bleibt aber die Verdichtung durch schwere Maschinen. Der Boden wird so zusammengepresst, dass er kein Wasser mehr aufnehmen kann; dann wird auch der Dünger weggespült, was Gewässer schädigt.
Was müsste sich ändern? Der beste Bodenschutz ist gute ökologische Landwirtschaft. Aber man sollte auch Böden vernünftig bewerten. Manche sind dauerhaft geschädigt, die könnte man bebauen. Auf fruchtbarer Schwarzerde aber gehört sicher kein Autobau. Abgegeben. Böden vergessen nichts.

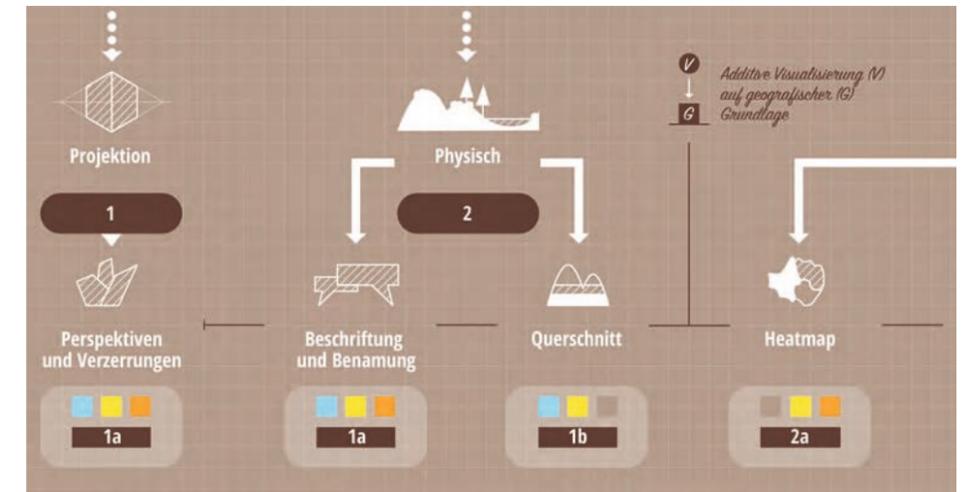
INTERVIEW: MARLENE WEISS

GESTEIN

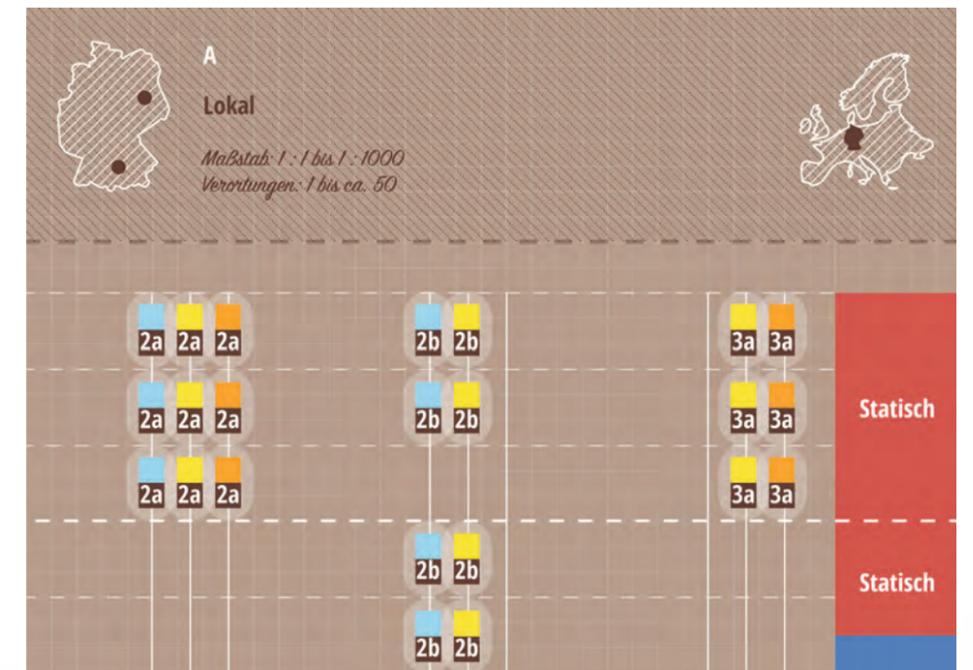
Illustration: David J. Lee/Corbis/Contrasto



O1



O2



O3

- O1 Masterarbeit – Ausstellung, 2015
- O2 Masterarbeit – Infografik, 2015
- O3 Masterarbeit – Infografik, 2015

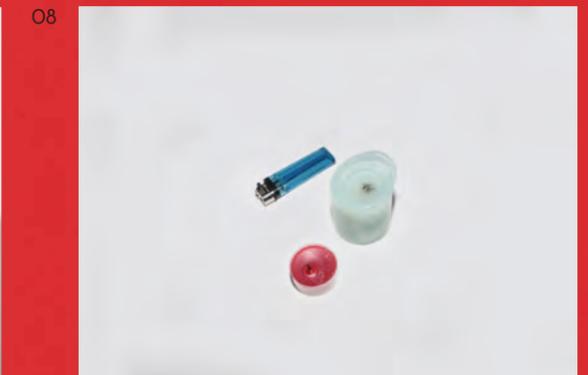
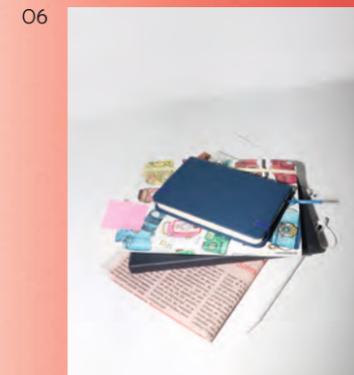
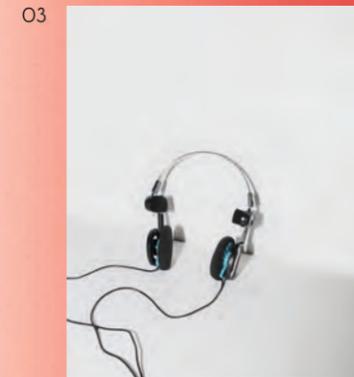
Überleben in der Kreativbranche

Auf den Punkt gute Ideen abliefern? Damit dies gelingt, ist Doping mit folgenden Hilfsmitteln definitiv erlaubt. Wir geben dir fundamentale Werkzeuge an die Hand, welche die perfekten Rahmenbedingungen für einen guten Start, sowie Ausdauer während des Prozesses versprechen. Lass dich berauschen!

Autorin: Anna Wagner

- 01 Schlaf
Die Basis einer guten Idee. Wer nicht genügend oder gut schläft, sieht die Dinge oft unklar und unfokussiert. Schlaf wird benötigt, um den Input des Tages zu verarbeiten und sich zu resetten. Achte auf deine Schlafhygiene und genieße das Nichtstun während des Träumens.
- 02 Essen
Du bist nicht du, wenn du hungrig bist. Auch das Kreativgehirn will wohl genährt sein. Von einer stressbedingten Designer-Diät ist also abzuraten! Soulfood is the best Food!
- 03 Sound
Absolute Stille oder vibrierender Bass? Die Geräuschkulisse hat einen signifikanten Einfluss auf unser Wohlbefinden. Musik kann helfen, in den richtigen Flow zu kommen. Geräusche empfindest du eher als störend und du kannst dich nicht konzentrieren? Schnapp dir Ohropax, ab damit ins Ohr und genieße die Zweisamkeit mit dir und deinem Schaffen!
- 04 Koffein
Ob Kaffee oder Tee, Mate oder Cola – finde das Getränk, das dich wirklich belebt.

- 05 Frische Luft
Ein Designer braucht nicht nur Nahrung und Schlaf, sondern auch mal frische Luft. Geh raus, mach das Fenster auf und gönne Augen und Körper etwas Gutes. Auch Sport und Bewegung kann helfen, das Gehirn anzuregen.
- 06 Vorbereitung
Gerade in der Dusche, im Zug oder beim Einkaufen? Ideen kommen unerwartet. Sei vorbereitet und hab immer etwas zum Skizzieren oder Notieren dabei.
- 07 Kulissenwechsel
Sonnenbrand von der Bildschirmhelligkeit? Wohl eher nicht. Für einen kreativen Austausch lohnt es sich, nach draußen zu gehen. Triff Menschen und unternimm etwas außerhalb deiner Bubble. Wer sich nur in der 2-dimensionalen Welt bewegt, wird selten auf wirklich gute Ideen kommen.
- 08 Entspannung
Finde die Balance aus An- und Entspannung. Als Designer arbeitet man am besten unter Druck, aber auch hier gilt es, das richtige Maß zu finden. Pausen sind ein Muss. Denn schon während des Studiums lernt man: Die besten Ideen kommen zwischen den Seminaren.



HANNAH WILD

Nachdem Hannah Wild 2013 mit Ihrer Abschlussarbeit einen goldenen Nagel beim ADC Nachwuchswettbewerb gewinnt, verschlägt es sie in die Großstadt Berlin. Dort macht sie sich nach einer längeren Zusammenarbeit mit dem Kreativdirektor Donald Schneider als Art-Direktorin selbstständig. In der Modebranche entwickelt sie große Kampagnen für bekannte Modemarken wie zum Beispiel H&M. Aber nicht nur das. Sie ist auch im Musikbusiness unterwegs und macht Videos für und mit Berühmtheiten wie Lena Meyer Landrut. Wann Hannah auf ihre besten Ideen kommt und welche Inspiration ihr dabei hilft, erzählt sie uns im Interview.



Auf dem Weg zu Hannah laufen wir durch Berlin, vorbei an vielen schönen Bars und Cafés. Inmitten einer Baustelle versteckt sich die kleine charmante Wohnung von Hannah Wild. Ein schöner Holzboden, viele Pflanzen und hohe Decken sorgen für Gemütlichkeit. Das nach Farben geordnete Bücherregal und das DJ-Pult daneben verraten uns: Hannah ist eine sehr ordentliche, kreative und energiegeladene Frau.



seit 2013	Freelance Art / Creative Director
2015 – 2020	Freelance Art Director, Donald Schneider Studio, Berlin
2013 – 2015	Freelance Art Director, Studio Lettera, München
2011 – 2017	Freelance Designer, Agentur Brunner Bekker, München
2010 – 2011	Praxissemester, Agentur Brunner Bekker, München
2008 – 2012	BA Kommunikationsdesign, HS Augsburg
2005 – 2008	Akademie für Kommunikation, Ulm

e x **Warum bist du nach Berlin gezogen?**
HW Eigentlich wollte ich nie nach Berlin. Während meines Studiums habe ich ein Praktikum bei der Agentur Brunner Bekker in München gemacht. Dort habe ich den Art Director Roberto Lettera kennengelernt, welcher nach Berlin gezogen ist. Roberto hat mich damals nach meinem Studium angefragt, mit ihm als Freelancerin zusammenzuarbeiten. Daraufhin bin ich dann nach Berlin gefahren. In der Zeit habe ich mich an die Stadt gewöhnt und sie lieben gelernt. Er hat mich mehrere Male angefragt, und da mich nichts in Augsburg gehalten hat, bin ich recht schnell nach Berlin gezogen.

»Ich bin viel gereist und das war auch großartig«

e x **Hattest du schon eine Vorstellung, was du nach deinem Studium machen möchtest?**
HW Ehrlich gesagt nein. Ich komme eher aus der Typografie, aus einer sehr konzeptionellen Richtung. Ich wusste gar nicht, was es für eine Bandbreite an Jobs mit meinen Interessen gibt. Nach meinem Praktikum, welches sehr modeorientiert war, wurde mir bewusst, dass ich mich in diese Richtung bewege. Generell lasse ich aber alles branchenübergreifend offen. Zurzeit arbeite ich viel in der Musikbranche, was für mich nach jahrelanger Arbeit in der Modewelt sehr erfrischend ist. Ich freue mich aber auch wieder auf die Mode. Es macht immer wieder Spaß, mit neuen Menschen zusammenzuarbeiten, die einen anderen frischen Input mit sich bringen.

e x **Wie bist du zu der Zusammenarbeit zum Beispiel mit Lena Meyer Landruth gekommen?**
HW Die Zusammenarbeit mit Lena fing an, als ich 2017 mit ihr eine große H&M-Kampagne gemacht habe. Bei diesem Projekt war die Zusammenarbeit so gut und hat so viel Spaß gemacht, weshalb sie mich danach für ihre eigenen Projekte angefragt hat.

e x **Also hast du einen persönlichen Kontakt zu den Stars?**
HW Die Celebrities als Marke, für die ich arbeite, sind Personen. Es würde ohne persönlichen Kontakt gar nicht funktionieren. Die Kooperation ist sehr intensiv und es entsteht auch ein sehr großes Vertrauen zueinander. Mit meinen Konzepten kann eine Karriere, der Ruf des Künstlers, stehen oder fallen. Das geht heute durch Social Media so schnell. Egal ob mit einer Lena, Lotte oder Palina Rojinski. Da muss man einander vertrauen, um eine gute Arbeit zu garantieren.

e x **Bist du viel unterwegs oder arbeitest du von daheim aus?**
HW Ich bin viel gereist und das war auch großartig! Doch dann wurde mir der Umweltaspekt wie auch »support your locals« immer wichtiger. Wir haben so viele Talente hier ... alles, was man braucht. Außer spezielle Locations.



O1

- O1 Lotte – fuck baby I'm in love
Creative Direction – Single Cover, 2022
- O2 Lotte – lass die Musik an
Creative Direction – Single Cover & Music Video, 2022
- O3 Lotte ft DXVE – Angst
Creative Direction – Single Cover & Music Video, 2022
- O4 Lotte ft DXVE – Angst
Creative Direction – Single Cover & Music Video, 2022
- O5 Lotte, Creative Lead – New Album & Branding, 2022

e x **Wie sieht denn ein typischer Tag von Hannah Wild aus?**

HW Das ist unterschiedlich ... Momentan arbeite ich wieder ausschließlich von daheim aus, somit ist mir ein regelmäßiger Ablauf sehr wichtig, ich sitze spätestens um neun Uhr an meinem Schreibtisch und habe mir bis dahin sogar die Haare gekämmt für mögliche Meetings. Ich arbeite sehr routiniert und höre spätestens um 19 Uhr auf. Das ist eigentlich voll gegen jeden Trend ... zumindest hier in Berlin. Ich liebe meine Arbeit und das soll auch noch mindestens 30 Jahre so bleiben, deshalb ist mir diese Routine sehr wichtig! Um zehn fängt man an, um zwölf wird Mittag gegessen und bis sieben wird gearbeitet. Natürlich gibt es auch Ausnahmen.

e x **Worin besteht eigentlich die genaue Aufgabe als Art-Direktorin?**

HW Am Anfang kommt der Kunde auf mich zu und möchte ein Konzept für eine Kampagne. Dann geht es für mich in die Ideenfindung. In dieser Phase arbeite ich gerne mit wenig Information, um freier zu sein. Nachdem ich dem Kunden meine Idee präsentiert habe, geht es in die Ausarbeitung. Dann wähle ich das komplette Kreativteam passend zu meiner Idee. Und auch die Produktionsfirma, mit der ich die Idee umsetze. Dies sind meistens Fotograf, Video Director, Director of Photography, Fashion Stylist, Hair and Make-Up Artist, aber auch Post-Production, Video Editor, Sound Designer und so weiter. Dann wird zum Beispiel eine passende Location gesucht, wenn es keine Studioproduktion ist. Ich plane gerne den ganzen Drehtag durch, denn wenn dieser gut organisiert ist, habe ich vor Ort am wenigsten zu tun. Während des gesamten Auftrags ist es mir wichtig, dass das Team sehr eng und harmonisch zusammenarbeitet. Am Tag selber bin ich zwar vor Ort, aber halte mich eher zurück, damit alle in Ruhe arbeiten können. Wenn dies so funktioniert, habe ich alles richtig gemacht und auch das perfekte Team gewählt. Zudem ist Vertrauen einfach wichtig und auch dadurch entsteht eine gute Arbeit. Dann kommt die Nacharbeit auf mich zu –

»Zudem ist Vertrauen einfach wichtig und auch dadurch entsteht eine gute Arbeit.«

quasi die Post Production, Bildbearbeitung, Video Editing mit meinen Anmerkungen und Feedback-Runden, Präsentation vorm Kunden und die Freigaben. Neben der Planung bin ich auch für die Kosten zuständig. Das ist nicht üblich für eine Art-Direktorin, aber mir ist das wichtig, um den Überblick zu behalten. Es handelt sich also um einen langen Prozess mit vielen verschiedenen Aufgaben.

e x **Würdest du sagen, dass man Ideenfindung lernen kann?**

HW Nein, das glaube ich nicht. Man wird kreativ geboren oder nicht. Kreative Leute sind auch die, die ein bisschen mehr rumspinnen können, wo andere einem schon gar nicht mehr folgen können. Und das Kindliche sowie ein bisschen Fantasie gehören auch dazu. Was man aber erlernen kann, denke ich, ist das auf Abruf kreativ sein und das Abliefern im Job.

e x **Wirst du bei größeren Projekten nervös?**

HW Witzig, dass du das ansprichst, ich hatte dasselbe Thema erst vor kurzem. Ich bin nicht nervös vor einem Job. Ich wär's gerne, weil so fehlt mir ein bisschen der Nervenkitzel. Aber bei größeren Aufträgen darf ich auch nicht nervös sein. Da ich alles mit einem Gewissen mache. Ich muss selbstbewusst sein und hinter meiner Arbeit stehen. Deshalb ist es mir auch wichtig, dass ich nur das mache, was ich möchte, denn nur so kann ich hinter meiner Arbeit stehen. Was mir wahrscheinlich auch geholfen hat, ist, dass ich gleich nach dem Studium bei Donald Schneider ins kalte Wasser geschmissen wurde. Donald Schneider, Creative Director und eine Ikone in der Modebranche, war unter anderem Global Creative Director von H&M und Initiator der legendären ersten Designer-Kollaboration mit Karl Lagerfeld für H&M. Fünf Jahre lang habe ich sehr eng als seine rechte Hand gearbeitet und gelernt. Ein weiterer wichtiger Punkt ist natürlich auch das Vertrauen der Kunden. Wären die selbst nervös, würde dies womöglich auch mich nervös machen. Wer weiß das schon? Ihr habt das Lena-Video gesehen, wo sie obenherum nichts an hatte. Das ist ein gutes Beispiel für das Vertrauen, das wir bei einer Zusammenarbeit haben. Da haben wir uns gefragt: Was können wir machen? Was können wir nicht machen? Da darf ich auch nicht nervös werden, sondern ich muss sagen »Hey, man sieht nur deine Schultern«. Ich muss es allerdings auch bedacht sagen. Lotte hat mich letztens gefragt, ob ich ein Interview bei VOX geben möchte. Ich hasse es, vor der Kamera zu sein, aber ich habe ihr nur aus dem Grund zugesagt, weil ich ein nervöses Gefühl wollte. Jetzt war ich bei dem Dreh und ich hatte das Gefühl nicht. Schaut, ich werde nicht nervös.



O2



O3



O4



O5

e x Wann wird eine Hannah Wild engagiert?

HW Leider ganz oft, wenn es richtig schnell gehen muss. Schnell, gut und auf den Punkt. Das ist die gute alte Schule, die ich fünf Jahre bei Donald Schneider in einem super kleinen Team mit den riesigen Projekten gelernt habe. Andererseits werde ich oft noch einmal gebucht, nachdem der Kunde das erste Mal mit mir gearbeitet hat. Und das ist für mich das größte Feedback. Es hat jeder eine tolle Zeit gehabt. Ich finde es schön, wenn am Ende des Shooting-Tages oder eines Projektes einfach jeder, egal ob Stylist, Artist, Produktionsassistent und so weiter sagt, es war ein großartiger Tag und es hat sich nicht wie Arbeit angefühlt.

e x Wie kommst du auf Ideen?

HW Wenn ich mit dem Kunden gesprochen habe, fange ich direkt an zu denken. Das ist unvermeidbar. Ich versuche, mich dann ein bisschen runterzubremsen, solange noch nichts unterschrieben ist. Das passiert automatisch. Dann, das hört sich vielleicht blöd an, aber ich bin ein richtiges Clubmädchen. Ich muss ausgehen, um kreativ zu sein. Das habe ich jetzt während Corona am allermeisten gemerkt, dass mir dieser Input vom Ausgehen fehlt. Dort bekomme ich viele Eindrücke und Inspiration und bin aber auch abgeschirmt vom Alltag. Meine Ideen entwickle ich tatsächlich im Schlaf, weil das der einzige Moment ist, in dem ich nichts anderes habe. Meine Ideen für Kampagnen konzipiere ich alle im Schlaf in der Nacht. Deshalb habe ich auch damit angefangen, aufzuwachen und aufzuschreiben. Das ist dann natürlich eine anstrengende Nacht, aber wenn's so geht, dann geht's so.

e x Was war bis jetzt die beste Entscheidung deines Lebens?

HW Das zu machen, was mir gefällt! Das wurde mir schon während meinem Studium bewusst, dass ich immer ich selbst bleiben möchte, auch wenn dies eventuell der längere Weg ist. Selbst in meiner Arbeit mache ich nichts, was ich nicht machen möchte. Die beste Entscheidung war, mir selbst treu zu bleiben.

Vielen Dank für das Interview sagen

Jenny Waldhauser, Lisa Minkner und Leonie Twichaus



Perryworld

Art Direction – Editorial Design, 2019

PERRYWORLD



»Die beste Entscheidung war, mir selbst treu zu bleiben.«

PERRY KRETZ
WAR PHOTOGRAPHER



01

01 Wolford – Art Direction, Campaign, 2017
01 Wolford – Art Direction, Campaign, 2017



02



01 H&M – Art Direction, Collaboration Campaign, 2019



01

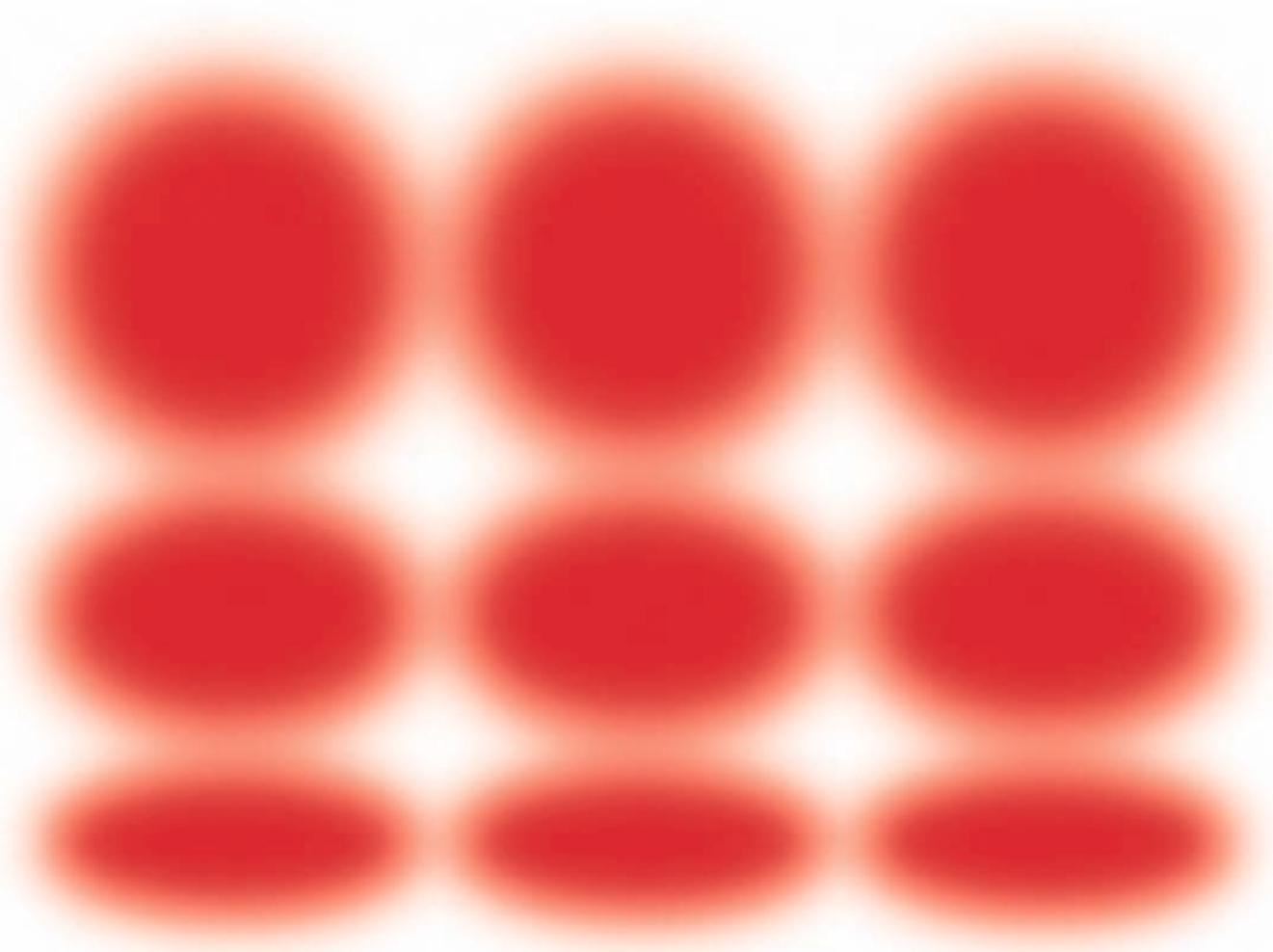
- 01 A Lot Less x About You – Corporate Branding, 2021
- 02 A Lot Less x About You – Corporate Branding, 2021



02

listen, do, watch

Wir haben unsere Alumni nach ihren ganz persönlichen Tipps und Tricks gefragt, die sie selbst sowie euch inspirieren können. Warum nicht einfach mal ausprobieren?



- Aktivitäten, die deine Ideen befeuern

Lisa Löwenstein »Der Greif«	Rennradfahren urbanes Umfeld Simon: Möbel entwerfen und bauen Matthias: Dinge bauen (mit Holz, Metall und 3D-Prints) Leon: Neue Orte entdecken
Lisa Borgenheimer Hannah Wild	Gartenarbeit mit dem Hund spazieren gehen Menschenstudie an den verschiedensten Orten mit den unterschiedlichsten Personen und Interessen
Marco Mori Sven Ten Pas Marie Doerfler	Tennis Radfahren Mountainbikefahren Der Austausch mit Menschen
- Netflix & Co.

Lisa Löwenstein »Der Greif«	Severance Simon: Jazzclub – Der frühe Vogel fängt den Wurm Leon: The man who wasn't there
Lisa Borgenheimer Hannah Wild Marco Mori Sven Ten Pas Marie Doerfler	Better Call Saul A Clockwork Orange Avatar Heat Grand Budapest Hotel
- Lesestoff

Lisa Löwenstein »Der Greif«	Novum, ZEIT Magazin Simon: Dilla Time – Dan Charnas Matthias: Schnelles Denken, langsames Denken – Daniel Kahneman Leon: Unnamed Road – Jungjin Lee
Lisa Borgenheimer Hannah Wild Marco Mori Sven Ten Pas Marie Doerfler	ZEIT Wissen 1984 – George Orwell Der Alchimist – Paulo Coelho The e-Myth revisited – Michael Gerber Ein großer Tag, an dem fast nichts passierte – Beatrice Alemagna
- Beats auf die Ohren

Lisa Löwenstein »Der Greif«	Seello – Anthony Naples Simon: United in Grief – Kendrick Lamar Leon: HAHA – Charlotte Adigéry, Bolis Pupul
Lisa Borgenheimer Hannah Wild Marco Mori Sven Ten Pas Marie Doerfler	Deep Focus Playlist (Spotify) The Final Frontier – Underground Resistance Goodbye – Russ Inexorable Darkness – High Command (ganzes Album) Are you Shivering – Coil



Exklusive Spotify-Playlist für deine Ohren mit den Songs unserer Alumni

MARCO MORI

Marco Mori hat mit seinen verrückten und surrealen Arbeiten in den sozialen Medien einen beachtlichen Bekanntheitsgrad erreicht. Wir und 420 000 weitere Menschen auf Instagram lieben seinen besonderen Stil. Auch Stars wie Kanye West, Gorillaz, Young Thug und internationale Marken wie Adidas wurden auf ihn aufmerksam. Im Gespräch mit ihm erfahren wir, wie es zu der Zusammenarbeit kam und was im Kopf eines Künstlers vorgeht, der Zähne zu Ballons werden lässt.



Mit Kapuzenpulli und Cap begrüßt uns ein entspannt wirkender Marco Mori bei sich zu Hause, einer fast schon malerischen Gegend nahe dem Bodensee mit Bergblick, Eseln und Ziegen vor der Tür.



Nach dem die wichtige Frage nach Bier, Wein oder Wasser geklärt ist, gibt uns der Künstler die nächsten zwei Stunden lebendige Einblicke in sein Leben und seine Arbeit.

seit 2018	Freelancer
2017 – 2018	MA Interaktive Mediensysteme, HS Augsburg
2013 – 2016	BA Interaktive Medien, HS Augsburg

e x Du hast ja mit Kanye West gearbeitet. Wie kam es dazu?

M M Ich hatte keinen Kontakt mit ihm selbst. Den hat man generell nur mit den Art- oder Creative-Direktoren. In diesem Fall der Creative-Direktor Cole Bennett, der trotz seines jungen Alters schon sehr erfolgreich ist. Er wurde durch mein erstes Musikvideo, Chanel von Young Thug, auf mich aufmerksam und wollte mich dann unbedingt für sein Projekt mit Kanye West. Ich war total überfordert, da ich erst einen größeren Job gemacht hatte und dementsprechend noch nicht viel Erfahrung. Gemeinsam mit nuderobot, einem erfahrenen 3D-Artist aus L.A., mit dem ich auch schon das erste Musikvideo gemacht habe, sind wir den Auftrag angegangen.

e x Das war dann schon recht früh nach deinem Masterabschluss, oder?

M M Ja, ich glaube das Video ist jetzt ungefähr zwei Jahre alt. Den Auftrag mit Young Thug habe ich durch Instagram bekommen. Ich wollte versuchen, ein Artwork von fergemandon nachzubauen, ein 3D-Artist, der weirde und abgefahrene Animationen macht. Da das ganz gut funktioniert hatte, habe ich das Work hochgeladen und ihn erwähnt. Der Creative Director Elliot Sellers ist dann durch die Erwähnung auf mich aufmerksam geworden. Er schätzte es, dass ich das Artwork nicht als mein eigenes darstellte. So kam es also zu dem Kontakt und folglich zu meinem ersten Job. Alles über Instagram. Es ist krass, was da alles geht.

e x Hast du deinen Master eigentlich direkt an den Bachelor angehängt?

M M Genau. Meinen allerersten Job hatte ich bei einem Fotografen, der Imagevideos für Firmen im Umkreis gemacht hat. Wegen diesem Auftrag habe ich mich dann auch selbstständig gemeldet. Das folgende Jahr hatte ich keine Jobs. Diese Zeit habe ich viel für Instagram genutzt. Durch einige Animationen, die viral gingen, nahm das Ganze dann so langsam seinen Lauf. Ohne den Job hätte ich mich nie gleich selbstständig gemacht, sondern wäre noch in eine Agentur gegangen. Im Endeffekt bin ich froh, dass es so kam. Kein Chef, kein Nine to Five, arbeiten wann ich will und wo ich will. Ich könnte es mir gar nicht mehr anders vorstellen.

»Kein Chef, kein Nine to Five, arbeiten wann ich will, wo ich will.«

e x **Wie läuft die Arbeit ab? Kriegst du einen Auftrag und die Klienten sagen, ja mach mal irgendwie?**

M M Nein, bei Musikvideos sagen sie dir eigentlich immer genau, was du machen sollst. Die sind sehr Storyboard-lastig. Der Creative Director weiß, wie er es haben möchte und man selbst ist nur Ausführender. Du kannst natürlich trotzdem deine eigenen Ideen einbringen, obwohl ich den vorgegebenen Rahmen eigentlich gut finde. Komplett freies Arbeiten ist für mich immer schwierig. Momentan arbeite ich an einem Auftrag für »Die Drei Fragezeichen«. Die machen einen NFT Drop und lassen hierfür die ersten dreißig Cover von verschiedenen Artists neu interpretieren. Ich mache »Die silberne Spinne«. Hierbei kann

»Meistens im Bett vorm Pennen – da kommen voll die kranken Gedankengänge. Ich bin kein Mensch, der Konzepte macht.«

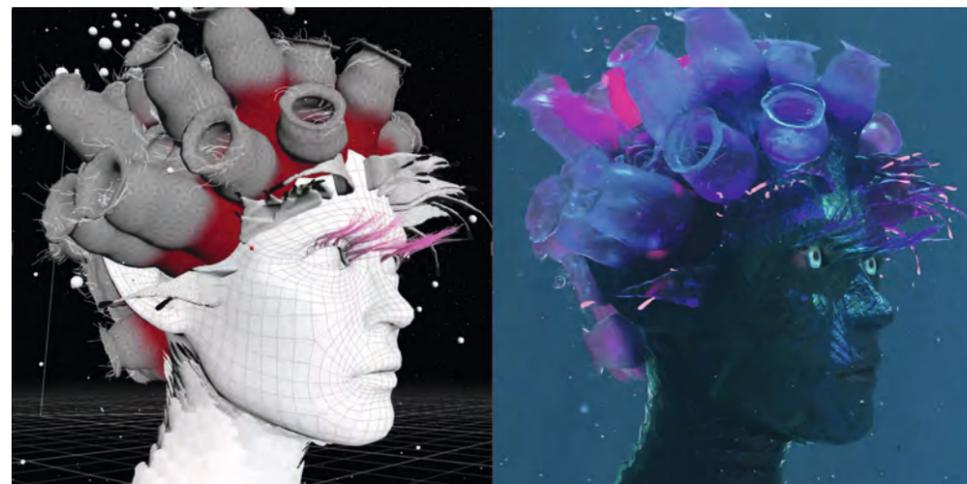
ich mich an dem originalen Cover orientieren. Ich mache ungern Konzepte. Ich spiele herum, versuche irgendetwas Neues und dann steht die Idee einfach. Aber im Moment arbeite ich eigentlich gerade gar nicht für Kunden, da ich nur NFT- und meine eigenen Projekte mache. Aber da ich ein totaler »Drei Fragezeichen« Fan bin, habe ich den Auftrag angenommen.

e x **Wie wichtig ist dann die Idee selbst für dich?**

M M Ich fange eigentlich nie mit einer Idee an, sondern mit einer Technik. Man sollte natürlich trotzdem eine grobe Richtung haben, aber die Ideen selbst kommen mir tatsächlich während des Arbeitens.

e x **Wirst du anderweitig inspiriert, da deine Werke schon sehr außergewöhnlich sind?**

M M Das ist wirklich ganz selten. Ich schreibe mir zwar schon immer mal wieder Notizen auf, meistens im Bett vor dem Schlafengehen, aber in den meisten Fällen ist es tatsächlich so: ich probiere etwas Neues, spiele und feile daran herum, bis etwas entsteht, das mir gefällt.



01

e x **Was genau machst du mit NFTs?**

M M Ich habe ein Projekt namens »Creepures«. Ein sammelbares Projekt von NFTs. Ich habe einfach mal ein Monsterchen mit der App Nomad am iPad gebaut und die erste Serie gemacht. Die ist gut angekommen und seitdem mache ich die Creepures nebenher. Davor habe ich meine Artworks auch auf Instagram verkauft. Da das durch die relativ hohen Preise und die aufwändige Käufersuche aber immer schwieriger wurde, wollte ich collectable Projekte machen und so kam ich auf NFTs.

e x **Die sehen auch echt knuffig aus.**

M M Ja, mir macht es auch echt Spaß. Man kann immer wieder neue Sachen ausprobieren und es ist angenehm, mal nicht vor dem großen Computer sitzen zu müssen.

e x **Was versteht man genau unter NFTs?**

M M NFT heißt Non-Fungible Token. Das liegt auf der Blockchain wie Crypto, das heißt, es ist nicht fälschbar, nicht kopierbar und somit einzigartig. Dadurch lassen sich digitale Güter einer Person zuschreiben. Hierbei kauft man den Token und nicht das Artwork selbst. Dieser Token ist vergleichbar mit einer Urkunde oder einem Zertifikat, das bestätigt, dass du der Besitzer bist.

e x **Gibt es ein Ziel für die Zukunft oder etwas, worauf Du richtig Lust hättest?**

M M Ich würde gerne noch für Nike arbeiten, aber ansonsten habe ich gerade gar keine Lust auf Kunden. Aufträge für Werbekunden interessieren mich zwar noch eher, aber ich mache lieber meine eigenen Artworks und lebe davon.

e x **Kommst du mit der Zeitaufteilung klar?**

M M Auf jeden Fall, ich habe damit überhaupt kein Problem. Ich arbeite nur, wenn ich auch Lust darauf habe. Am besten kann ich mich nachts konzentrieren. Keiner stresst dich, alles ist ruhig und da ich auch viel für Amerika gearbeitet habe, waren die zu der Zeit auch immer wach, falls ich etwas gebraucht hab. Dass ich arbeiten kann, wann ich möchte, taugt mir am meisten an der Selbstständigkeit. Viele sagen, sie würden mit der Zeitaufteilung nicht klarkommen, aber für mich ist die Arbeit ein Hobby und überhaupt kein Zwang. Daher habe ich auch mit den Deadlines nie ein Problem.

e x **Hast du manchmal auch Ideen-Blockaden?**

M M Ja, die hatte ich schon auch. Doch dadurch, dass ich meistens eine neue Technik lernen will und schon am Programm sitze, ist es einfacher, auf Ideen zu kommen. Aber bei einer Blockade sollte man einfach weg vom Computer und irgendetwas anderes machen, wie ein Buch lesen, rausgehen, Sport machen, feiern gehen oder ähnliches. Man sollte versuchen, den Kopf frei zu kriegen und dann funktioniert es meistens auch. Obwohl einfaches Rumskizzieren und Probieren manchmal auch zu tollen Ergebnissen führen kann.

»Es bringt nichts, wenn man sich versteift und es dann erzwingen will. Das klappt nicht.«



02

01 NFT Aquaria – work in progress, 2021
02 NFT Aquaria – Crypto Art Fair, New York, 2021

e x Wie würdest du deine Arbeit beschreiben?

M M Nicht normal, anders, surreal, teilweise witzig. Meistens habe ich etwas gepostet, wenn ich auch selbst vor dem Bildschirm lachen musste.

e x Was sagt deine Social Media Community zu deinen Arbeiten? Bekommst du mehr Kritik oder mehr Lob?

M M Beides auf jeden Fall, ich habe auch mal ein paar Topkommentare gesammelt, wie: du bist psychisch krank, du brauchst Hilfe. Was schon krass ist, aber auch witzig. Ansonsten aber auch viel Gutes.

e x In welche Kategorie würdest du deine Projekte einordnen?

M M Das ist schwierig. Was ist der Unterschied zwischen Kunst und Design oder Motion Design und Animation? Ich habe auch lange überlegt, ob ich mich selber als Künstler betiteln würde oder eher als Creator. Was der Unterschied ist, weiß ich noch immer nicht. Ich bin das, wie mich die Leute sehen und nennen. Ansonsten einfach Animation. Kunst und Animationen.

e x Wenn du eine Arbeit im e x Magazin präsentieren dürftest, aber nur eine, welche wäre das?

M M Mein Favorit zurzeit ist Aquaria. Das ist der blaue Kopf im Wasser, welcher auch am Times Square auf einem riesigen Bildschirm gezeigt wurde. Ich hätte es total gerne selbst gesehen, aber zu der Zeit konnte man wegen Covid noch nicht reisen.

e x Brauchst du für deine Werke viel Zeit?

M M Nein, die meisten entstehen an einem Tag. Deswegen war Aquaria das erste wirkliche Work, für das ich mir einfach Zeit genommen habe und nicht gestresst war. Für Instagram habe ich jeden Samstag, zu meiner besten Zeit, ein Video posten wollen. Da musste ich bis dahin fertig werden. Bei Aquaria war mir das komplett egal. Ich habe angefangen, bis ich wirklich sehr zufrieden war.

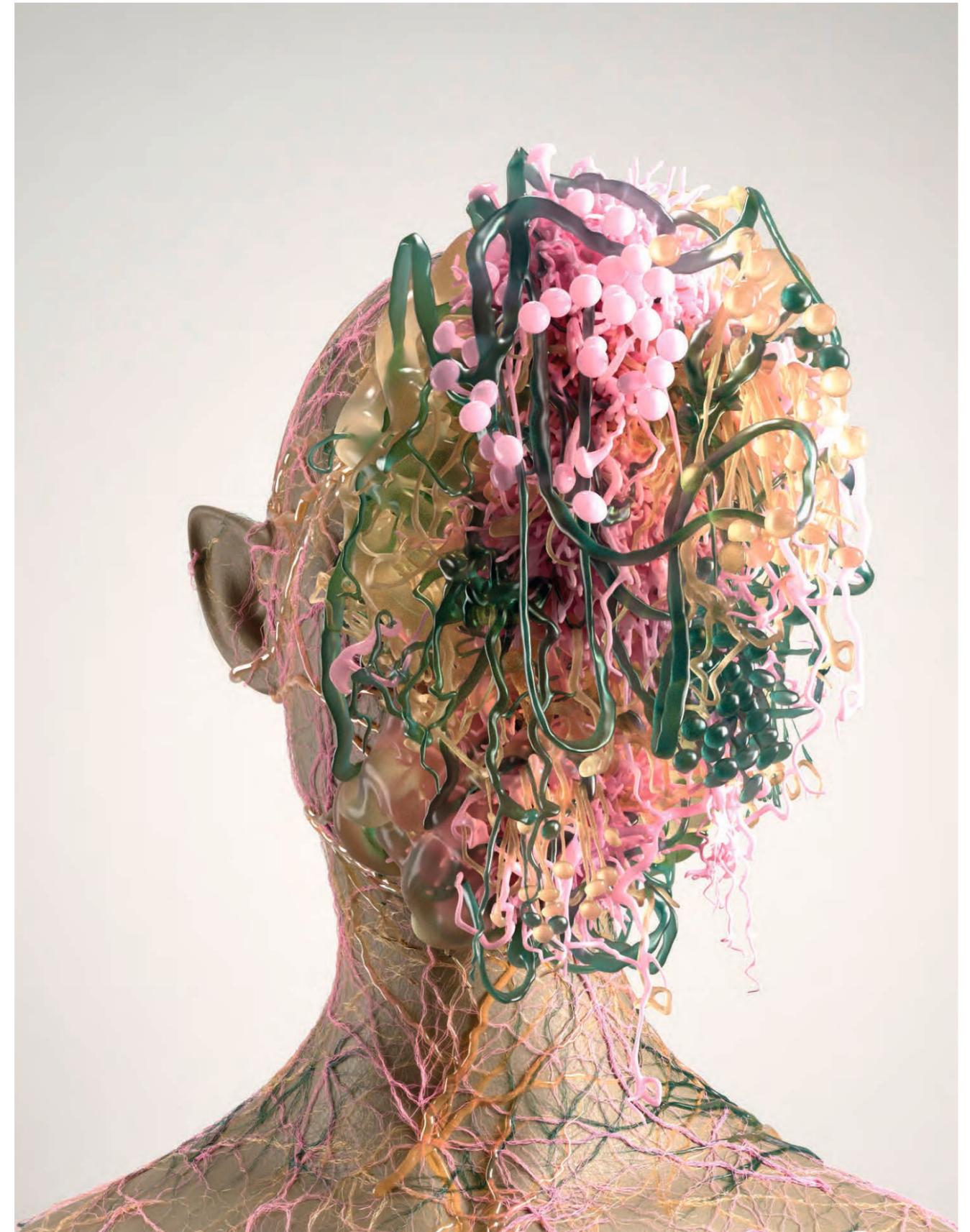
e x Wenn du uns Studierenden etwas auf den Weg geben könntest, was wäre das?

M M Wenn ihr etwas lernen wollt, lernt es selbst und macht es selbst. Es gibt mittlerweile für jeden Bereich Tutorials und Resources. Wenn du wirklich gut in etwas werden willst, dann mache es am besten täglich und versuche so viel Zeit wie möglich damit zu verbringen. Es bringt auch nichts, nur die Tutorials anzuschauen. Du musst es wirklich machen, damit du Fehler machst und merkst, wo es hängt. Es ist einfach die Erfahrung, die du brauchst.

Vielen Dank für das Interview sagen
Alaska Arad, Anna Fink und Jenny Waldhauser.



»Man will eigentlich wegschauen, aber kann nicht.«





O1

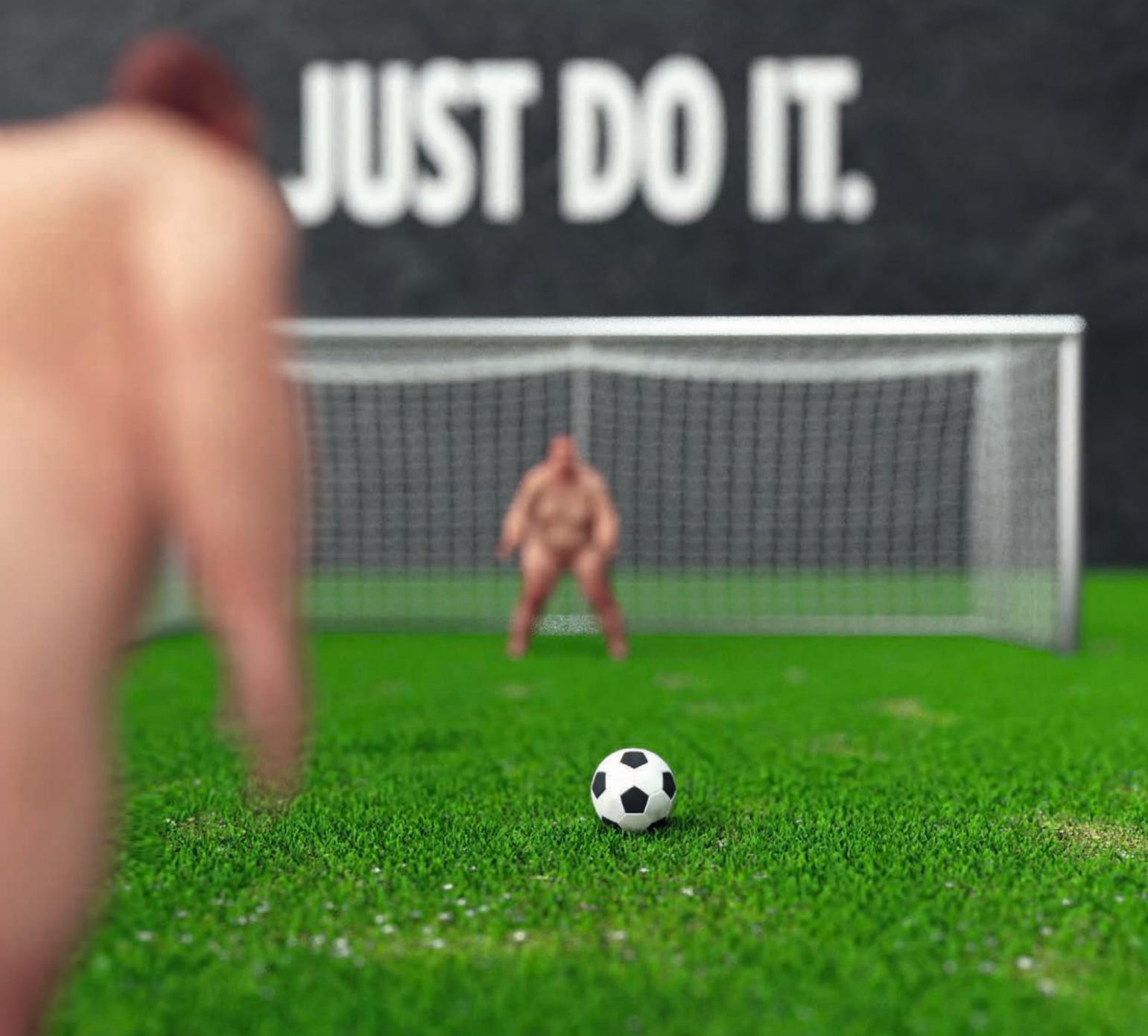
- O1 NFT creaptures, 2022
- O2 NFT creaptures, 2022
- O3 NFT creaptures, 2022



O2



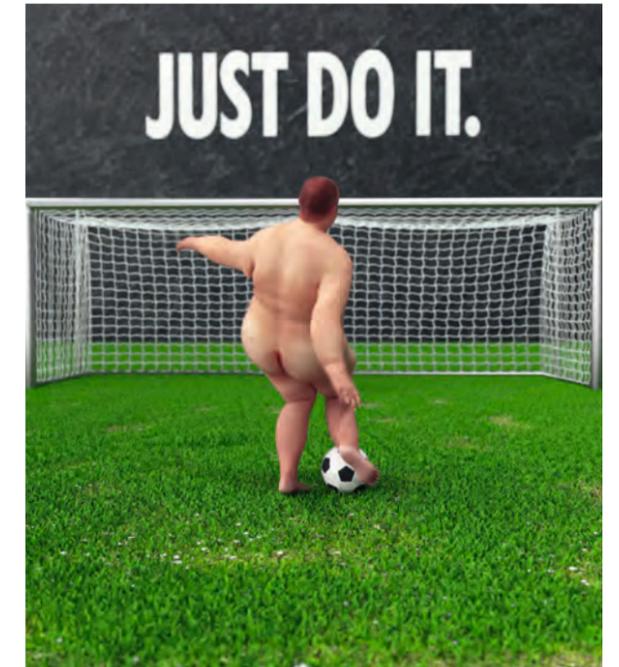
O3



01

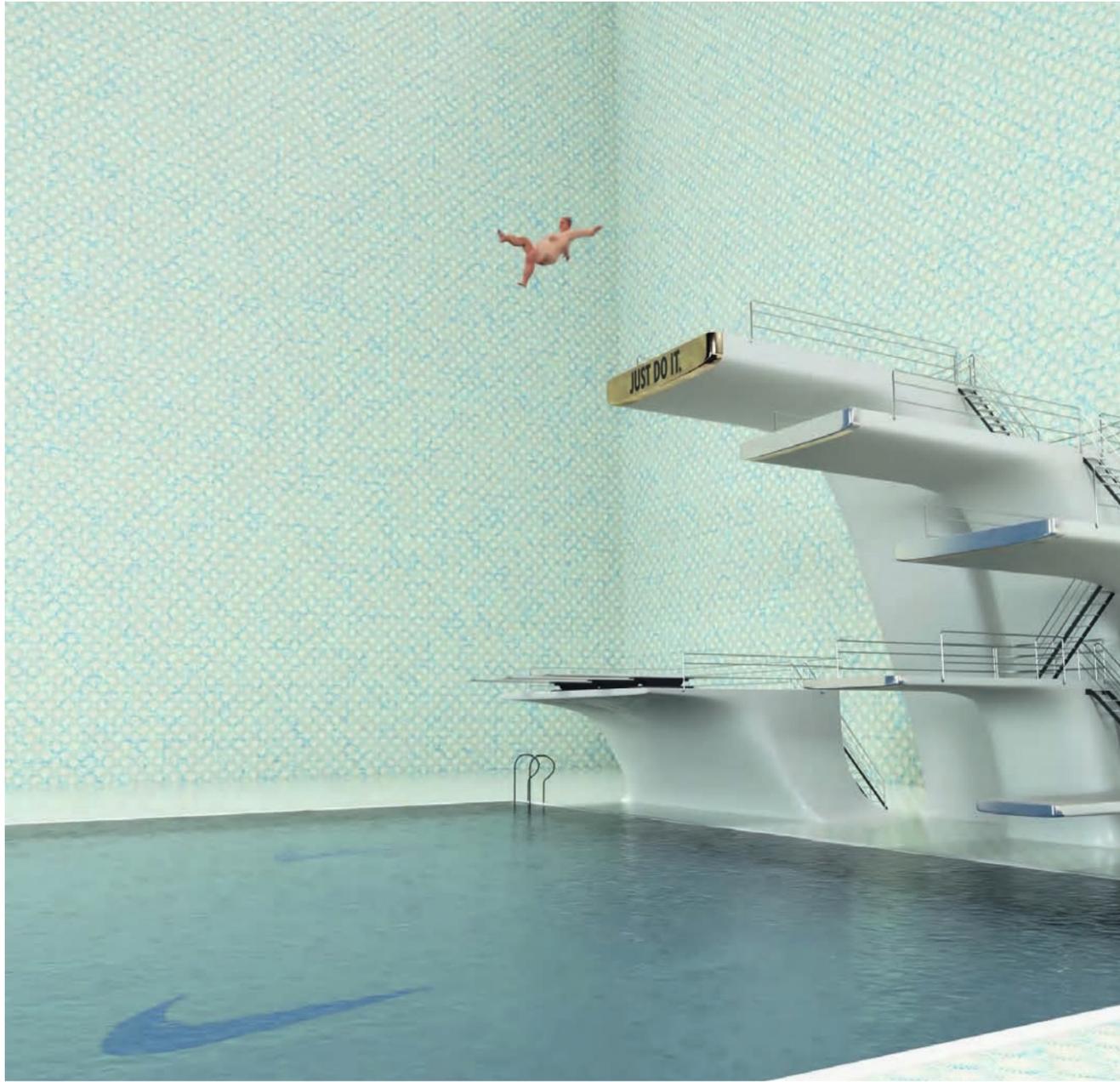
01 Nike – »Just do it« Kampagne, 2020
02 Nike – »Just do it« Kampagne, 2020
03 Nike – »Just do it« Kampagne, 2020

02



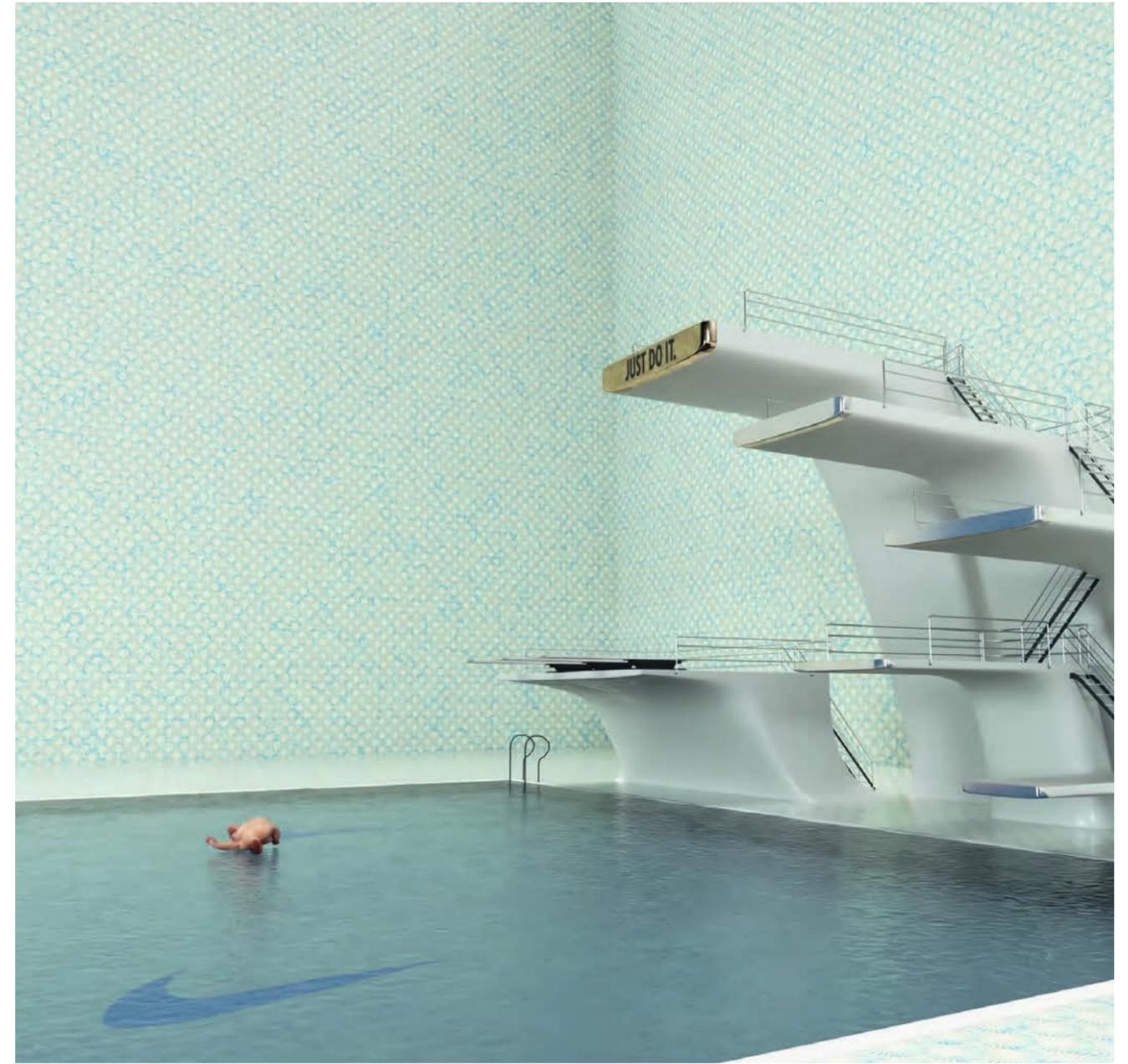
03





01

01 Nike - »Just do it« Kampagne, 2020
02 Nike - »Just do it« Kampagne, 2020



02



01



02



03

- 01 Nike – »Just do it« Kampagne, 2020
- 02 Nike – »Just do it« Kampagne, 2020
- 03 Nike – »Just do it« Kampagne, 2020

Geheimsprache Design

In der Kreativbranche werden gerne fachspezifische englische Begriffe oder Abkürzungen verwendet, die zunächst für Außenstehende kryptisch erscheinen. Doch sie ergeben einen eindeutigen Sinn für das gestalterische Schaffen und die professionelle Kommunikation in der Projektarbeit. Auf dieser Seite möchten wir euch ein paar der Begriffe erläutern, die auch in diesem Heft auftauchen und wahrscheinlich etwas Erklärung bedürfen.

Autorin: Annika Bitzer

- Animation
Durch das Kreieren und Abspielen von Einzelbildern, die gezeichnet, computergeneriert oder fotografisch sein können, wird ein bewegtes Bild für die Betrachter erschaffen. Dabei gibt es verschiedene Techniken, um Animationen zu erstellen, beispielsweise die Computeranimation.
- API (Application Programming Interface)
Eine API ist ein Satz von Standardbefehlen für allgemeine Funktionen, die Programmierer:innen für die Erstellung von Software verwenden können, so dass nicht jeder Code neu geschrieben werden muss. Der Datenaustausch und die Kommunikation zwischen verschiedenen Systemen werden dadurch beschleunigt.
- AR (Augmented Reality)
Das ist die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Diese Erweiterung spricht alle Sinnesmodalitäten, also Hören, Sehen, Riechen, Schmecken und Fühlen an. Meist versteht man darunter aber nur die Ergänzung von Bildern, Videos und computergenerierten Zusatzinformationen, Einblendungen und so weiter.
- Backend
Ein Begriff aus der Softwareentwicklung. Dieser umfasst alles, was Benutzer:innen einer Webseite nicht sehen können, zum Beispiel den Server, auf dem die Webseite gehostet wird oder die Datenbank, in der die Nutzerdaten gespeichert werden.
- Frontend
Ebenfalls ein Begriff aus der Softwareentwicklung, allerdings beinhaltet dieser alles, was Benutzer:innen einer Software oder Webseite sehen, berühren und erleben können. Dies sind bei einer Webseite die Inhalte, Posts, Medien, Kommentare, das Design und die Navigation.
- Interface
Das Interface ist die Schnittstelle zwischen zwei Funktionseinheiten wie beispielsweise Computer und Nutzer:innen, über die kommuniziert wird.
- Kampagne
Eine Kampagne ist eine Aktion, die über einen geplanten Zeitraum andauert und ein genau bestimmtes Ziel verfolgt, um gewisse Personengruppen zu erreichen.
- Moodboard
Ein Moodboard ist eine Collage aus Fotos, Illustrationen und Bildern, die eine bestimmte Stimmung oder Werte eines Konzeptes visuell beschreiben. Dadurch entsteht ein erster Eindruck für die Sprache, Tonalität und Wirkung. Moodboards sind wichtige Bestandteile in Kundenpräsentationen und allgemein in Arbeitsprozessen für Projekte.
- NFT (Non Fungible Token)
NFT ist ein kryptografisch eindeutig, unteilbar und überprüfbares Wirtschaftsgut, das digital oder physisch ist. Sie sind nicht austauschbar! Ein NFT kann nur als Ganzes erworben werden. Es existiert einmalig – verwendet wird dieselbe Technologie wie bei Kryptowährung.
- Post Production
Ist die Phase der Produktion eines Films nach dem Ende der Dreharbeiten. Das Material des Drehs wird sortiert, geschnitten, bearbeitet und vervollständigt durch zum Beispiel Effekte oder Ton.
- Scribbles
Dies sind sehr schnelle Skizzen oder Zeichnungen, um eine Idee oder einen groben Entwurf von wichtigen Gestaltungselementen festzuhalten.
- Sharing Economy
Darunter versteht man das gemeinschaftliche Nutzen von Gütern und Dienstleistungen durch Teilen, Tauschen, Leihen, Mieten oder Schenken. Dabei können viele gemeinschaftliche Konsumformen zusammengefasst werden wie zum Beispiel Bibliotheken, Videotheken, Schwimmbäder, Autovermietungen oder vereinfachte Bezahlsysteme.
- Storyboard
Ein Storyboard ist die Visualisierung von Drehbüchern, Konzepten oder Ideen eines Films. Dabei wird die Planung einzelner bewegter Szenen durch skizzenhafte Darstellungen in einem passenden Format unter Berücksichtigung von Perspektiven, Einstellungen und Blickwinkel dargestellt.

SVEN TEN PAS

Sven Ten Pas ist nicht nur als Frontend-Entwickler tätig, wo er Prozesse strukturiert, digitalisiert und standardisiert, sondern auch noch Mitgründer des einmaligen »Habitat« in Augsburg. Fragt man ihn, wie er sein Fachgebiet bezeichnen würde, antwortet er mit »Problemlöser«. Eine seiner besten Lösungen war das Werkstattprojekt »Das Habitat«, ein Makerspace und eine offene Werkstatt für alle Macher:innen, um eigene Projekte und Ideen zu verwirklichen. Wie genau diese Idee entstanden ist und wo der beste Problemlösungsort ist, erzählt uns Sven im Gespräch.



Heute ist Freitag Nachmittag und Augsburg zeigt sich mal wieder von seiner sonnigen Seite. Wir befinden uns im »Habitat« beim legendären Glaspalast. Sven gibt uns eine kurze Führung durch das große, alte Gebäude. Wir enden im riesigen, dank großer Fenster lichtdurchfluteten, Werkstatttraum. Hier möchte man am liebsten gleich an einer der vielen Maschinen loslegen. Wir merken schon während der Führung: Svens ganze Begeisterung und Herzblut steckt in diesem Projekt.



2018 – heute	Gründungs- und Vorstandsmitglied von »Das Habitat Augsburg e. V.«
2018 – heute	Frontend-Entwickler bei anfema GmbH, München/Augsburg
2014 – 2018	Gründer und stellv. Geschäftsführer von Werkraum, Augsburg
2014 – 2017	Werkstudent bei anfema GmbH, München/Augsburg
2014 – 2017	MA Design- und Kommunikationsstrategie, HS Augsburg
2009 – 2014	BA Interaktive Medien, HS Augsburg

e x Was hast du zehn Minuten vor dem Interview gemacht?

STP Da habt ihr was verpasst. Heute war ein totales Chaos. Ich musste noch Stahl kaufen und war dann aber so spät dran, dass ich eigentlich den Lieferwagen schon zurückgeben musste. Deshalb bin ich dann ganz schnell hierhergefahren und habe den ganzen Stahl auf die Wiese geschmissen. Bin anschließend wieder losgeföhrt, damit ich die Karre schnell genug wegbekomme.

e x Wenn wir an der Hochschule an Sven Ten Pas denken, kommt uns als erstes »Das Habitat« in den Sinn. Wenn DU an »Das Habitat« denkst, was kommt dir als erstes in den Sinn?

STP Ganz viele Möglichkeiten. Ja, ein Ort an dem ich gerne bin und ein Haufen Projekte und Ideen, die alle darauf warten, umgesetzt zu werden.

e x Wie kam es, dass du interaktive Medien und Design- und Kommunikationsstrategie studiert hast?

STP Ich hab vor dem Studium schon Webentwicklung gemacht. Das war der Grund, warum ich hergekommen bin. Ein Freund, der schon in Augsburg studiert hat, meinte, die Hochschule sei genau richtig für mich.

»Das Schöne ist, dass ich hier beim »Habitat« unglaublich viel Lösungskompetenz entwickelt habe, die ich dann auch wieder mit in die Arbeit gebracht habe und umgekehrt.«

e x Und wie passt da dein handwerkliches Interesse dazu?

STP Während des Studiums haben mir Projekte mit audiovisuellen Medien am meisten Spaß gemacht. Dafür hat nur leider immer eine Werkstatt gefehlt. Deshalb haben wir während des Studiums ein Büro für die Semesterprojekte gemietet. Wir haben einen Computerarbeitsplatz, aber auch einen Ort, an dem wir richtig Dreck machen konnten, gebraucht. Am Anfang haben wir auf einem Ikea-Esstisch rumgewerkelt, so ein richtig windiges Teil.

e x Wie genau ist die Idee für »Das Habitat« entstanden?

STP Zum einen eben daraus, weil ein paar andere Studierende und ich schon damals die Idee hatten, gemeinsam Büroräume und Atelierflächen zu mieten. Zum anderen durch Bianka Groenewolt. Sie ist damals nach Augsburg gezogen und kannte das Konzept einer offenen Werkstatt aus München. Bianka hat dann nach Mitstreitern gesucht, woraufhin ich ihr geschrieben habe. Da sind einfach zwei gut zusammenpassende Konzepte aufeinander getroffen. Am Anfang ging es darum, in der Stadt für Sichtbarkeit zu sorgen. Also erst einmal von der Idee zu erzählen und zu erklären, wie das Konzept funktioniert. Diese ganzen Sharing-Economy-Themen sind leider noch nicht so im Mainstream angekommen, wie es nötig wäre. Und es braucht wohl auch noch eine Weile, bis man es nicht mehr extra erklären muss: Hier haben alle die Möglichkeit, Sachen auszuprobieren! Und dann sind wir wieder bei der Idee. Im »Habitat« treffen Leute aufeinander, die unheimlich gut miteinander sprechen können, weil sie fachlich gesehen dieselbe Sprache sprechen, aber mit verschiedenen Werkstoffen arbeiten. Und so entstehen neue Ideen.

e x Das hilft bestimmt auch viel bei Problemlösungen, oder?

STP Ja genau. Bei einem Projekt von Studierenden der Hochschule war es so, dass sie bei ihrem Projekt ein Problem mit einem Sensor hatten. Sie haben dann einen von unseren E-Technik-Leuten im Gang getroffen, der hat das einfach so im Vorbeigehen gelöst und es war erledigt. Die Studierenden hätten sonst stundenlang gegoogelt und wären vielleicht gar nicht zu einer Lösung gekommen. Das ist immer dasselbe. Wenn man irgendwo hängenbleibt, läuft jemand rum, der es kann. Das ist irre. Ich kenn keinen Ort, an dem man das sonst hat.



Klemmung für den Griff einer Installation von Studierenden des Masters Interaktive Medien Systeme.

e x **War »Das Habitat« von Anfang an selbstfinanziert?**

STP Ja. Wir haben hin und wieder Fördermittel gekriegt, aber das waren dann eher Kleinigkeiten. Um alles richtig cool zu machen, würde ich aber locker noch zwei Millionen investiert sehen. Allein was die Maschinen angeht, kann man sich unglaublich austoben. Das, was wir machen, ist auf jeden Fall förderfähig, das Problem ist eher, dass »Das Habitat« zu ungewöhnlich ist. Wir passen in keine Schublade, weswegen es keinen zugeschnittenen Fördermitteltopf gibt. Am Montag zum Beispiel besucht uns ein Landtagsabgeordneter, der sich »Das Habitat« anschaut. Bis dann versuchen wir hier alles schick zu machen. Wir hoffen darauf, dass er eine Idee hat, woher wir Fördermittel beziehen können.

e x **Verdienst du mit dem »Habitat« Geld oder ist das ehrenamtlich?**

STP Das ist komplett ehrenamtlich. Es gibt Überlegungen, eine Agentur zu gründen, die Projekte initiiert und mitbetreut. Das heißt, wenn ein Schreiner mit einer Produktidee ins »Habitat« kommt, helfen wir bei der Konstruktion, der Materialwahl, der Materialbeschaffung und dem Marketing. Die Frage ist gerade, wer da noch alles mitziehen würde. Diese mögliche Agentur würde auch gut mit dem Co-Working zusammen passen. Außerdem ist die Gesellschaftsform noch ein wichtiger Punkt. Der ehrenamtliche Verein ist schön und gut, aber eine GmbH dahinter stehen zu haben ist in vielen Fällen vernünftiger. Wenn das passiert und es gut läuft, dann kann ich mir auf jeden Fall vorstellen, das beruflich zu machen.

»Wenn man irgendwo hängenbleibt, läuft immer jemand rum, der es kann. Das ist irre. Ich kenne keinen Ort, wo man das sonst hat.«

e x **Und womit verdienst du jetzt deinen Lebensunterhalt?**

STP Mit Frontend-Entwicklung bei anfema. Das ist eine Münchner Firma, die hier in Augsburg in der Bahnhofstraße eine zweite Niederlassung hat. Wir entwickeln Apps, Webanwendungen und die Backends dazu. Hauptsächlich zum Einsatz in Unternehmen, selten etwas, das im public App Store landet.

e x **Kannst du uns nochmal erklären, was du genau als Frontend-Entwickler machst?**

STP Nicht mehr viel. Als Frontend-Entwickler bin ich eingestellt worden. Wir haben unser Backend-Team, das liefert uns die API und wir Frontendler übernehmen ab da und bauen das Interface. Mittlerweile bin ich aber vorwiegend im Projektmanagement oder irgendwo dazwischen. Wir machen jetzt sehr viel für die Human Resources Abteilungen von großen Unternehmen, die Prozesse digitalisieren möchten. Damit beispielsweise keine Krankenträge in Papierform oder per E-Mail gestellt werden, sondern das alles über einen Kanal funktioniert und standardisiert und digital weiter verarbeitbar ist. Das machen wir gerade

auch für das Bundesland NRW. Bis zum Ende dieses Jahres müssen alle Kommunen, Städte und Ämter ihre Antragsstrecken digitalisiert haben. Das ist eine Riesenchance, diese Prozesse, die auf Papier abgebildet waren, zu vereinfachen. Früher mussten beispielsweise auf jedem Bogen die Stammdaten erfasst werden. Mit einer digitalen Antragsstrecke können die einmal zentral abgeholt werden. Oder das typische »Wenn sie unter Ziffer X Ja angekreuzt haben, füllen sie hier bitte die Zeilen X und Y aus.« Deshalb mache ich gerade relativ wenig visuelles Design. Was ich bei Anfema normalerweise mache ist noch am ehesten mit Service Design zu vergleichen.

e x **Wie sieht eine typische Arbeitswoche bei dir aus?**

STP Ich bin von Montag bis Freitag bei Anfema und danach meistens hier im »Habitat«. Wenn sich »Das Habitat« zu einer Agentur entwickelt, die Projektbetreuung macht, kann ich meine Arbeitszeit bei Anfema vielleicht noch ein bisschen kürzen. Manchmal bin ich aber auch schon vor meiner Arbeit am »Habitat«. Das kommt drauf an, ob wir eine Lieferung mit beispielsweise Holz oder Stahl bekommen. Dann muss jemand vor Ort sein. Manchmal bin ich es und manchmal jemand anderes aus dem Verein, aber jeden trifft's mal. Und dann steht man hier morgens um 8 und wartet auf den LKW.

e x **Bist du dann am Wochenende auch hier?**

STP Ja. Also ich habe zwar eine Wohnung, aber da bin ich selten.

e x **Was machst du beim »Habitat« die meiste Zeit? Eher Organisatorisches?**

STP Ja, leider. Ich würde gerne, so wie dieses Wochenende, öfter in der Schlosserei stehen, aber ich bin meistens oben im Büro. Das letzte Jahr haben wir viel mit der Stadt kommuniziert und uns um den Einzug in unser neues Gebäude am Glaspalast gekümmert. Dann haben wir natürlich Geld beschaffen müssen, also zum Beispiel Fördermittel oder Kredite. Eigentlich die ganze Finanz- und Liquiditätsplanung. Das ist wie ein mittelständisches Unternehmen, das wir noch in unserer Freizeit managen.

e x **Ist die Schlosserei die Werkstatt, in der du am liebsten arbeitest?**

STP Im Moment ja. Jetzt machen wir den Sommer noch ein großes Projekt mit der Stadt und ich glaube, das wird mich noch mehr an die Schlosserei binden.

e x **Was wird das für ein Projekt?**

STP Wir bauen Stadtmöbel für die Kanu-WM, die findet ja jetzt diesen Sommer hier in Augsburg statt. Das Coole ist, dass HSA_Transfer dafür auch Werkstudentenstellen finanziert. Die Stadt Augsburg hat uns vorgegeben, was sie für das Rahmenprogramm dieser Kanu-WM brauchen. Das sind Sitzgelegenheiten für die Parks und Installationen in der Innenstadt. Hierbei soll auf soziale Ungerechtigkeit, Abfall, Textilwirtschaft und -produktion und im allgemeinen auch auf unseren Umgang mit Wasser hingewiesen werden. Diese Installationen und Möbel produzieren wir dann hier zusammen mit den Studierenden, Freiwilligen und natürlich auch mit Leuten aus unserem Team. Das wird ein Mammutprojekt. Deshalb habe ich unter anderem jetzt die Freitage frei, weil wir es sonst nicht schaffen.

e x **Wenn man Dir zuhört, ahnt man bereits die Antwort, wir fragen trotzdem: Was war deine beste Idee?**

STP Das da. (schaut zum »Habitat«). Es zu dem zu machen, was es jetzt ist. Das gab es schon als andere Idee, aber so in dieser Form, in der Konstellation, ist es einzigartig in Deutschland oder sogar im deutschsprachigen Raum.

Vielen Dank für das Interview sagen Stefanie Ritter, Jenny Waldhauser und Sophie Schaible.



»So wenig wie »Das Habitat« in irgendeine Schublade passt, passt das, was ich mache, in eine Schublade.«





01

- 01 Trockenbau der Trennwand zwischen Goldschmiede und Schlosserei im Werkraum. Wenige Wochen vor der Eröffnung.
- 02 Video Dreh mit Vorständin Jennifer Leis zur Produktion des Schriftzuges für den Gaswerksommer.
- 03 Jenny beim Bau der Whiteboards für den Seminarraum. Am nächsten Tag war ein Workshop mit Transformation Design Studierenden.

02



03



Tipps für die Aufnahmeprüfung

Die Mappenprüfung für deinen Traumstudiengang ist geschafft und die Aufnahmeprüfung steht vor der Tür? Du hast keinen Plan, was dich erwartet und wie du in so kurzer Zeit auf gute Ideen kommen sollst? Keine Sorge, mit diesen Insider-Tipps kannst du der Prüfung auf jeden Fall ein wenig entspannter entgegenblicken!

Autorin: Miriam Kuhn

- Nicht immer gleich die erste Idee nehmen (auf die kommen wahrscheinlich mehrere Leute).
- Keinen Schreck kriegen, wenn ein Aufgabentext mal sehr lang ist und kompliziert erscheint. Die Aufgabe selbst ist es oft nicht. Der lange Text kann Dir aber helfen, auf Ideen zu kommen.
- Die Skizzen müssen wirklich nicht perfekt sein.
- Lieber eine dumme Idee als eine langweilige.
- Auf »precore.net« kannst du Eignungsprüfungen aus vorherigen Jahren abrufen um zu sehen, was dich ungefähr erwartet – aber es gibt natürlich bei jeder Prüfung neue Aufgaben!
- Die Aufgaben sorgfältig durchlesen – wenn du etwas nicht verstanden hast: eine Aufsicht fragen.
- Arbeite mit Materialien, die du gut kennst.
- Auch wenn du das Gefühl hast, deine Idee ist jetzt nicht so mega – trotzdem machen – ist auf jeden Fall besser als ein leeres Blatt. Und wer weiß, vielleicht finden die Prüfer:innen deinen Ansatz doch nicht so schlecht?

MARIE DOERFLER

Marie entführt uns mit stimmungsvollen Farben, verzerrten Perspektiven und humorvollen Details in lebendige Wimmelbilder und abstrahierte Grafiken. Nach ihrem Bachelor an der Hochschule Augsburg begann sie ein Masterstudium in Hamburg. Mittlerweile ist sie in Wien gelandet, wo sie neben ihrer Masterarbeit schon als freiberufliche Illustratorin arbeitet. Bei Tee und Apfelkuchen erzählt sie uns, wie vielfältig ihr Berufsfeld sein kann, wie wichtig das Alltägliche für die Ideenfindung ist und was für eine Rolle die Badewanne dabei spielt.



Wien, Achtzehnter Bezirk. Marie empfängt uns herzlich in ihrer Altbauwohnung, die voller bunter Ecken mit Bildern, Büchern und Blumen ist. Obwohl diese Woche die Abgabe für ihr aktuelles



Kinderbuch ist, nimmt sie sich viel Zeit, um mit uns zu plaudern, und wir dürfen sie nach dem Interview noch in ihr Büro im siebten Bezirk begleiten.

2022	Sasso Residency, S. Nazzaro, Schweiz
2018 – 2022	MA Illustration (Buchillustration), HAW Hamburg
Seit 2017	Freiberufliche Tätigkeit als Illustratorin und Grafikerin
2013 – 2017	BA Kommunikationsdesign, HS Augsburg
2015 – 2016	School of Graphic Design, Falmouth University

e x Du hast nach deinem Bachelor einen Master in Illustration begonnen und arbeitest gleichzeitig freiberuflich als Illustratorin. War das schon immer dein Wunsch?

MD Das Interesse an Kunst war auf jeden Fall schon immer da. Mir wurde als Kind sehr viel Raum gegeben: Zum Zeichnen, zum Träumen, zum Spielen. Freie Kunst mochte ich schon immer. Mich dafür zu bewerben hatte ich mich aber nicht getraut. Aus dem Grund habe ich mich für das Kommunikationsdesign-Studium in Augsburg beworben und bin bis heute sehr dankbar für den Einstieg und die Grundlagen, die mir beigebracht wurden. Im Studium habe ich dann gemerkt: Ich liebe Illustration. Für meinen Bachelor habe ich das Bilderbuch »Die Sache mit Herrn Ernst« gemacht und die Rückmeldung bei der Bachelorpräsentation war: »Hey Marie, mach das doch weiter mit der Illustration, das wär' irgendwie schade, wenn du es nicht machen würdest.« Aber da ich super wenig aussagekräftige Arbeiten für eine Bewerbung für einen Master in Illustration hatte, habe ich erst mal ein Jahr in Regensburg verbracht, dort als Dozentin an einer Mappenschule gearbeitet und gleichzeitig an einem möglichen Stil gefeilt, bevor ich meinen Master in Hamburg begonnen habe.

kurzzeitige Projekte. Dann ist auch was abgeschlossen und ich kann das Projekt wieder loslassen. Ein Buch zieht sich so lange. Das, was ich gerade für den MONTEROSA-Verlag mache, war zum Beispiel auf drei Monate angesetzt, was für den Umfang von 72 Seiten dann sogar etwas knapp wird.

e x Was inspiriert dich? Woher kommen deine Ideen?

MD Das Alltägliche finde ich unglaublich ideengebend. Einfach mal so um sich zu blicken auf Spaziergängen, den Kopf fliegen lassen und die Details in Fenstern anschauen. Was auch inspirierend ist für mich: Im Dialog mit anderen Menschen sein. Das hatten wir auch schon im Studium: Dieses Pingpong, dieses Ideenwerfen. Das ist auch das Spannende an Teams. Dieses Experimentieren, dieses Machen und einfach Ausprobieren, was passiert denn im nächsten Moment. Oder die Idee ist noch ganz unscharf, dann stecke ich mir einen Rahmen in Form von Format, Farben oder Medium und darin baue ich mir dann meistens so eine Art Spielplatz im Kopf.

»Das Alltägliche finde ich unglaublich ideengebend.«

e x Hast du dich in deinem Masterstudium dann auch auf Buchillustration spezialisiert?

MD Ja, ich hatte mich direkt für Buchillustration beworben und bin auch in dieser Klasse geblieben, habe jedoch auch Ausflüge in andere Schwerpunkte gemacht. In Hamburg gibt es außer Buchillustration noch Medienillustrationen, Grafische Erzählung, Interaktive Illustration, Game Illustration und Informative Illustration – auch ein super spannendes Feld, Wissen und Illustration.

e x Geht in Richtung Infografik. Da ist auch eine Absolventin in diesem Magazin dabei, die das macht, Informationsdesign: Lisa Borgenheimer.

MD Wie spannend! Meine ursprüngliche Spezialisierung ist zwar die Buchillustration, aber was ich im Studium gelernt habe, ist: Mit Büchern, vor allem mit Bilderbüchern, ist es wirklich sehr schwer, Geld zu verdienen. Deswegen arbeite ich jetzt auch immer mehr für Firmen oder Magazine. Da ist es auch mal schön, etwas wie Editorial Design zu machen, wo gesagt wird: Okay, übermorgen brauchen wir einen Entwurf. Dann mache ich ganz schnell Scribbels, formuliere drei Entwürfe und schicke alles durch. Das ist ein Stressfaktor, aber ich habe das Gefühl, ich brauche auch so

e x Hast du auch manchmal keine Ideen? Was machst du gegen die Angst vor dem leeren weißen Blatt?

MD Ich glaube, ich habe manchmal schon so meine Phasen, wo es einfach nicht geht. Und dann sitzt man da, denkt sich so: Boah, was ist das? Mag ich das noch? Was mach ich da überhaupt? Da ist ja auch jeder Tag anders, wie man auf seine Arbeit blickt. Aber wenn ich ein weißes Blatt habe, das habe ich gelernt, zieh ich ohne hinzusehen eine Linie oder male einen ungleichmäßigen Fleck, dann ist es schon nicht mehr weiß. Es tut mir immer gut, einfach mit etwas zu beginnen, auch wenn es erst mal ins Nichts reingeht, und dann das Gemachte zu hinterfragen: Was hat man denn da eigentlich gemacht und wäre das eigentlich eine Idee, geht da was in die Richtung? Ich habe auch Phasen, wo ich gar nichts hinbekomme. Aber dann geh ich einfach raus, spazieren, Fahrrad fahren, treffe Menschen. Oder: Badewanne! Das ist auch so ein ganz wichtiger Ideenpool-Ort für mich: Sich ins Wasser reinlegen und dann auch unter Wasser zu tauchen, dass man ganz in seinem Ich ist. Manchmal steckt man dann schon arg viel im Kopf drinnen. Wenn ich mich dann in das heiße Wasser lege, dann denke ich: Ah, ich habe auch einen Körper.

e x Ist es dir wichtig, dich mit anderen auszutauschen?

MD Sehr sogar, vor allem, weil ich als Freelancerin sehr viel mit mir allein bin. Deshalb ist ein Netzwerk oder einfach Menschen um einen herum zu haben unglaublich wichtig. Einerseits, um Austausch zu haben und sich Feedback zu holen, aber auch als Abgleich, um herauszufinden, was ich für einen Auftrag verlangen kann. Da bin froh, dass es die Illustratoren Organisation e.V. gibt, ein Berufsverband von und für Illustrator:innen. Auch bin ich dankbar für meine Gruppe von Kolleg:innen, mit denen ich mich regelmäßig austausche. Am Donnerstag fahre ich an den Lago Maggiore auf eine Residency und kann dort einen Monat lang gemeinsam mit anderen Künstler:innen arbeiten. Das ist wie ein Arbeitsstipendium, ich nehm einfach so meinen Körper und meine Materialien mit und dann mache ich da genauso weiter wie hier.

»Im Bachelor habe ich gemerkt: Ich liebe Illustration.«

e x Auf deiner Webseite heißt es, du bespielst deine »poetischen Illustrationen mit einer Prise Humor«. Wie würdest du das selbst beschreiben?

MD Dieses Poetische kommt für mich aus dem Fühlen, dem Abstrahieren, durch das Verfremden von Landschaften, Objekten und Farbgebungen. Der Humor ist auch in den Perspektiven und Proportionen, die ich gerne verschiebe, wie das Hochziehen von Nasenlöchern sowie das Verbinden von Perfektion und Unperfektion. Ich fand es schon immer voll wichtig, dass man den Menschen ein Schmunzeln ins Gesicht zaubert. Das ist, glaube ich, meine Lebensphilosophie, so etwas in die Welt bringen. Das versuche ich



01



02

01 Mondpflanze – freie Arbeit, 2022

02 Wiesenmädchen – Siebdruck, 2021

auch in meiner Arbeit bei den Wimmelbildern: Dass dann die Katze mit der Kerze spielt. Ein bisschen mit Schmarren und Humor, um so eine Atmosphäre reinzubringen.

e x Du hast für deine Arbeit für das Magazin des Möbelherstellers [more] den Word Illustration Award gewonnen. Würdest du sagen, dass Preise gut sind, um zukünftige Aufträge zu erhalten oder bekannt zu werden?

MD Es ist ja mit den Preisen so eine Sache, auch bei den ganz Großen, dass man zahlen muss, wenn man gewinnt. Bei dem Word Illustration Award war das aber nicht viel Geld, und da hat mir eine Freundin empfohlen, mitzumachen, weil der schon recht renommiert ist. Vor allem am Anfang, wenn man noch keinen Namen hat, kann man sich mit solchen Preisen ganz gut bekannt machen. Dadurch baut man natürlich Vertrauen auf, das ist wie eine zertifizierte Außenwahrnehmung. Claudia Gliemann, die Verlegerin des MONTEROSA Verlags, mit der ich das Buchprojekt mache, hatte mich über die Shortlist des WIA gefunden und angefragt.

e x Wie finden Kund:innen sonst zu dir, ist Instagram für Selbstständige eine wichtige Plattform für neue Aufträge?

MD Ich finde es super wichtig in der heutigen Zeit, sich in den sozialen Medien aufzustellen, weil da schon viele Auftraggeber:innen unterwegs sind. Letztes Jahr hab ich etwas für die BRIGITTE MOM gemacht und die haben mich zum Beispiel auch über Instagram gefunden. Ich frage auch immer gerne: Wie seid ihr auf mich gekommen? Bei dem Auftrag für Dr. Hauschka wurde ich über das Feature der Page Online gefunden. Ich glaub Glück spielt da auch oft mit.

e x Wie eng arbeitest du mit Kund:innen zusammen und wie viele Freiheiten hast du?

MD Gerade fühle ich mich sehr geehrt, dass Auftraggeber:innen auf mich zukommen und sagen: Hey, wir sehen, was du machst und wir finden das toll, so wie du das machst, und jetzt mach mal. Dann wird mir oft ein Moodboard zugesendet, wo auch Arbeiten von mir integriert sind und der Rahmen vorgeben wird. Dann beginne ich eigentlich recht frei zu arbeiten und lass den Input auf mich wirken. Auch finde ich die Kommunikation und den Austausch unglaublich wichtig – wieder dieses Pingpong Spiel. Irgendwann kommt der Punkt, wo man seinen eigenen Stil entwickelt hat und deshalb auch angefragt wird.



e x Hat sich dein Stil entwickelt oder besteht dieser länger so?

MD Da ich aus der Zeichnung komme, war die Stilfindung in den letzten drei Jahren superwichtig. Sich nochmal mit Farbe, Fläche und Raum auseinander zu setzen. Am Anfang im Master habe ich nur schwarzweiß gezeichnet, um einfach nur diesen Fokus auf Inhalt und Komposition zu haben. Mich fasziniert der Kontrast des Arbeitens: Mal eine kleine und feine Kaltnadelradierungsplatte, dann eine großformatige Leinwand und letztendlich dann wieder digital in Procreate auf dem iPad. Stilfindung ist ein Lebensprozess und man hat auch manchmal mehrere Ausdrucksformen.

»So ein nettes nervig sein ist gut.«

e x Was ist nach der Residency, hast du neue Projekte in Aussicht?

MD Ich freue mich auf Urlaub, ehrlich gesagt. Irgendwie waren die letzten Monate total voll und im Herbst wartet schon ein neues Buchprojekt auf mich. Ich weiß oft auch gar nicht, was am nächsten Tag in meinem Postfach landet. Ich habe immer mehr gelernt, dem Zufall zu vertrauen und mit so einem Stückchen Naivität reingehen. Man kann natürlich die Krise bekommen, wenn man nicht irgendwo angestellt ist und regelmäßig sein Geld bekommt. Oder man begibt sich einfach so in den Moment und vertraut darauf, dass es irgendwie funktioniert.

e x Noch eine letzte Frage, dann können wir den veganen Kuchen essen: Hast du spezielle Tipps für Student:innen, die Illustration als ihren Schwerpunkt wählen möchten?

MD Ich glaube es ist gut und wichtig, sich in Illustrationsstilen auszuprobieren und zu experimentieren. Und einfach Portfolios versenden, man kann ja auch mal in den Zeitungen schauen oder Zeitschriften, wer die Art-Direktor:innen sind. Und auch auf Buchmessen gehen und Portfolios zeigen, auch ausgedruckt. So ein nettes nervig sein ist gut. Und einfach auch seinen Wert zu kennen. Dass gestalterische Arbeit einfach unglaublich viel wert ist und dass wir das nicht aus Spiel, Spaß und Freude machen, sondern, dass es ein ernstzunehmender Beruf ist, den wir studiert haben, man für sich einstehen kann, sich trauen, immer wieder präsent zu sein, speziell auch als Frau. Sich mit Anderen zusammmentun, stärken und austauschen – dadurch kann so viel passieren, so habe ich zum Beispiel den Büroplatz erhalten. Und vor allem: Sich nicht vergleichen, das sind auch alles nur Menschen.

Vielen Dank für das Interview sagen
Miriam Kuhn, Annika Bitzer und Carola Buonanotte.





01

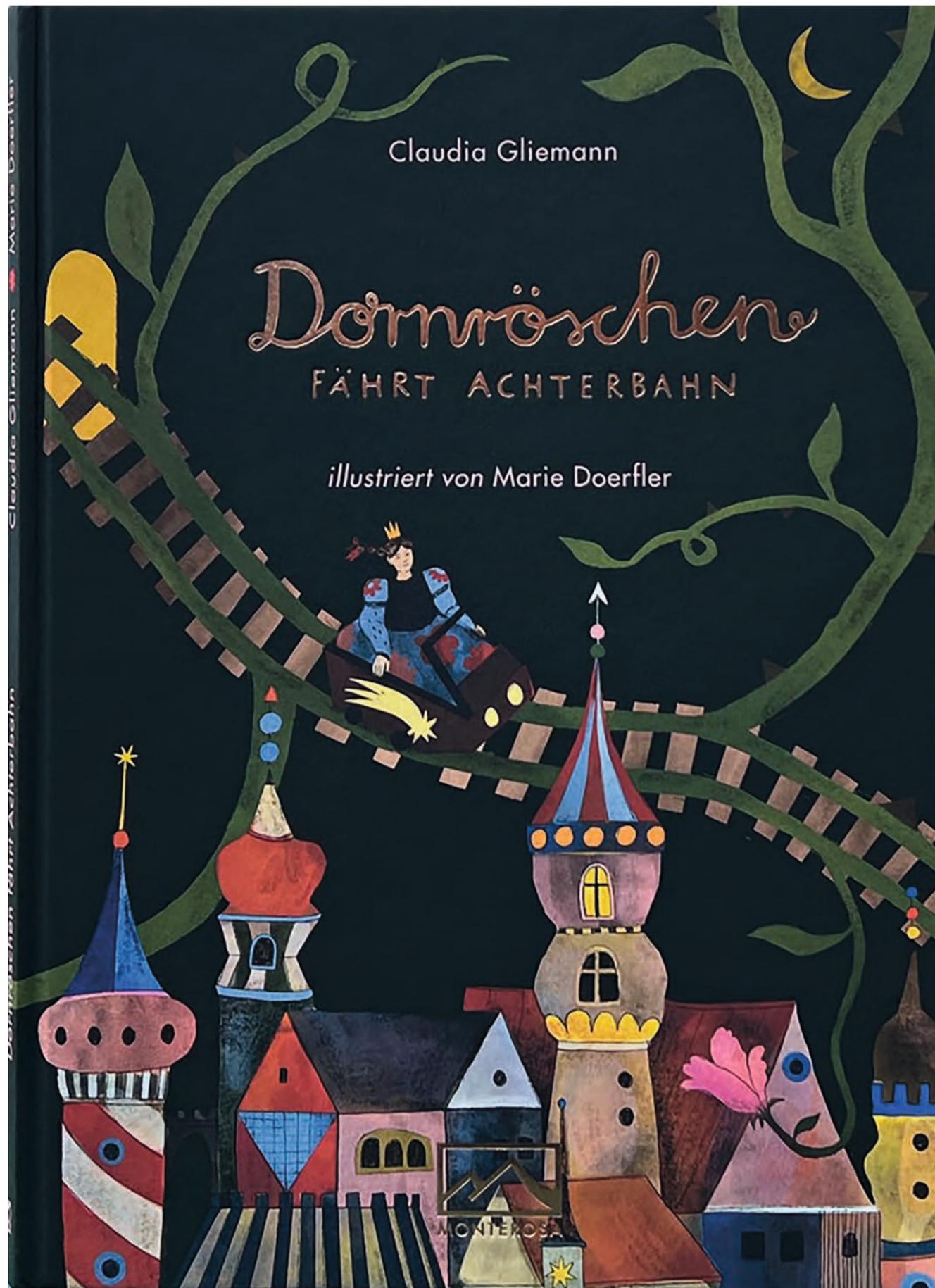


02



03

- 01 Gullivers Reise
Wettbewerbsbeitrag – Artrium Verlag, 2020
- 02 Pandemiebeginn in der Badewanne
freie Arbeit – BRIGITTE Mom Ausgabe, 2020
- 03 Depression – BRIGITTE Mom Ausgabe, 2020/2021



01



02



03

- 01 Dornröschen fährt Achterbahn – Kinderbuch, MONTEROSA Verlag, 2022
- 02 Dornröschen fährt Achterbahn – Kinderbuch, MONTEROSA Verlag, 2022
- 03 Dornröschen fährt Achterbahn – Kinderbuch, MONTEROSA Verlag, 2022



„Aschenputtel,
was machst du denn hier?“

„Du hast dir doch jemanden gewünscht,
der mit dir aufräumt!“



01



02



03

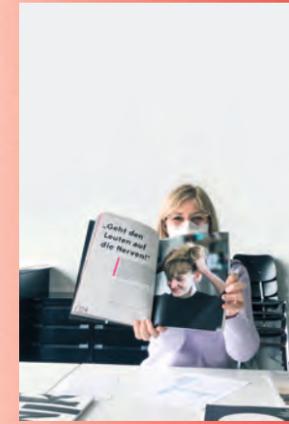
- 01 Badewanne O2 – freie Arbeit, 2020
- 02 Blume mit VARAN
(more) Bernhard Müller GmbH – Katalog, 2021
- 03 Frau auf SOVA
(more) Bernhard Müller GmbH – Katalog, 2021

Making-of

Das e x 6 ist über den Zeitraum eines Semesters hinweg entstanden. Wir haben uns wöchentlich getroffen, Interviews geführt, fotografiert, Texte verfasst, gelayoutet und gestaltet. Jede einzelne von uns hat viel Arbeit, Zeit und Hingabe in die Entwicklung des Magazins gesteckt. Hier gibt es einen kleinen Einblick hinter die Kulissen – das Making of des e x 6!

Autorin: Sophia Huber

- 01 Entwicklung verschiedener Gestaltungskonzepte
Im ersten Schritt haben wir uns überlegt, was unsere e x-Ausgabe von vorherigen unterscheiden soll. Dabei haben wir uns die bestehenden Ausgaben gemeinsam angesehen und darüber diskutiert, was uns gefällt und was nicht unseren Vorstellungen entspricht. Anschließend haben wir in Gruppen neue Gestaltungskonzepte entwickelt.
- 02 Entscheidung für ein Layout-Konzept
Wir waren uns schnell einig, dass das Konzept der Unschärfe/»Blur« unser Leitthema der »Idee« am besten widerspiegelt und auch optisch etwas Neues bietet. Dieses Konzept wurde nun von einem kleinen Layout-Team weiterentwickelt, verbessert und letztendlich umgesetzt.
- 03 Blitzfotos als Foto-Konzept
Im nächsten Schritt haben wir uns an die Konzeption der Bildsprache gemacht. Da uns allen die Ästhetik von Blitzfotos in Kombination mit Collagen zugesprochen hat, haben wir zunächst für diesen Stil verschiedene Test-Fotoshootings gemacht.
- 04 Entstehung des Inhalts
Nebenbei hat das Redaktionsteam auf Hochtouren für die Beschaffung der Inhalte gesorgt. Es wurden Interviews geführt, Fotos gemacht und Texte verfasst.
- 05 Ideensammlung für Sonderseiten
Als nächstes haben wir verschiedene Ideen für die Sonderseiten zwischen den Interview-Beiträgen gesammelt. Dabei ist sehr viel Material zusammengekommen, das nun weiterentwickelt, verknüpft oder verworfen wurde.
- 06 Überlegungen zu Werbemaßnahmen
Die Werbemaßnahmen sind ein sehr wichtiger Schritt, um die neue Ausgabe bekannt und auf die Release-Party aufmerksam zu machen. Zunächst wurden fleißig Ideen gesammelt und gescribbelt.
- 07 Finalisierung des Hefts
Bevor das Magazin zum Lektor und dann in den Druck gegeben wird, haben wir alle Seiten nochmal ausgedruckt und auf jedes Detail geprüft.



01



02



03



04



04



05



06



07



Foto: Martin Duckek, Ulm

Interesse an unserer Hochschule?

- Studiengänge

Bachelor Kommunikationsdesign
Bewerbung bis 02. Juni
Zulassung nur zum Wintersemester
Online-Bewerbung
Mappe
Eignungsprüfung

Bachelor Creative Engineering
Bewerbung bis 15. Juni
Zulassung nur zum Wintersemester
Online-Bewerbung
Eignungsprüfung

Bachelor Interaktive Medien
Bewerbung bis 15. Juni
Zulassung nur zum Wintersemester
Online-Bewerbung
Eignungsprüfung

Master Identity Design
Bewerbung bis 15. Juni
Zulassung nur zum Wintersemester
Online-Bewerbung
Portfolio
Motivationsschreiben
Eignungsprüfung
(Auswahlgespräch, Präsentation)

Master Transformation Design
Bewerbung bis 15. Juni (Wintersemester)
bzw. bis 15. Dezember (Sommersemester)
Online-Bewerbung
Eignungsprüfung
(Portfolio, Masterthema,
Motivationsschreiben, Kolloquium)

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

- Fachgebiete

3D-Gestaltung
Advertising Design
Fotografie
Gamedesign
Identity Design
Illustration
Informationsdesign
Interdisziplinäre Gestaltung
Interfacegestaltung
Künstlerisches Gestalten
Mobile Experience
Usability
Physical Human Machine Interfaces
Schrift
Textgestaltung
Typografie
Zeitbasierte Medien

- Kontakt

Hochschule Augsburg
Postfach 11 06 05
86031 Augsburg

Fakultät für Gestaltung
Friedberger Str. 2
86161 Augsburg

Telefon 0821 / 55 86 34 01
Fax 0821 / 55 86 3422

www.hs-augsburg.de/gestaltung
gestaltung@hs-augsburg.de

- Projektleitung & Herausgeberin
Prof. Gudrun Müllner
- Redaktion, Interviews, Texte
Alaska Arad, Annika Bitzer, Elisabetha Fetsch, Anna Fink, Miriam Kuhn, Lisa Minkner, Stefanie Ritter, Jenny Waldhauser
- Gestaltung
Marie Bleicher, Carola Buonanotte, Isabel Dau, Elisabetha Fetsch, Sophia Huber, Elisa Lincke, Laura Nachreiner, Diana Pavlova, Stefanie Ritter, Sophie Schaible, Leonie Twiehaus, Anna Wagner, Jenny Waldhauser, Lucia Zeber
- Fotos
Carola Buonanotte, Anna Fink, Sophie Schaible, Leonie Twiehaus

Andere Bildrechte liegen bei den genannten Autor:innen und Urheber:innen.
- Art Direction
Stefanie Ritter, Sophie Schaible, Leonie Twiehaus, Jenny Waldhauser
- Redaktionsanschrift
Hochschule Augsburg, Fakultät für Gestaltung
Friedberger Straße 2, 86161 Augsburg
Postanschrift: An der Hochschule 1, 86161 Augsburg
+49 (0) 821 55 86-34 01
ex@hs-augsburg.de
- Web
ex.hs-augsburg.de
instagram.com/ex_magazin/
- Druck
Joh. Walch GmbH & Co. KG, Augsburg

Herausgeber und v.i.S.d.P.
Prof. Dr. Gordon Thomas Rohrmair,
Präsident der Hochschule Augsburg

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

Lektorat: René Kius
- Danke
Henrik Pfeiffer für die hilfreichen Tipps zum Thema Interview.

Die Ausgabe 6 des e x Magazins wurde begleitet von HSA_transfer – der Agentur für kooperative Hochschulprojekte der Hochschule Augsburg im Rahmen der Bund-Länder-Initiative »Innovative Hochschule«.

e x 6 bedankt sich bei der
Druckerei Joh. Walch, Augsburg.

**Innovative
Hochschule**

Eine gemeinsame Initiative
von Bund und Ländern



Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

HSA_transfer

www.walchdruck.de