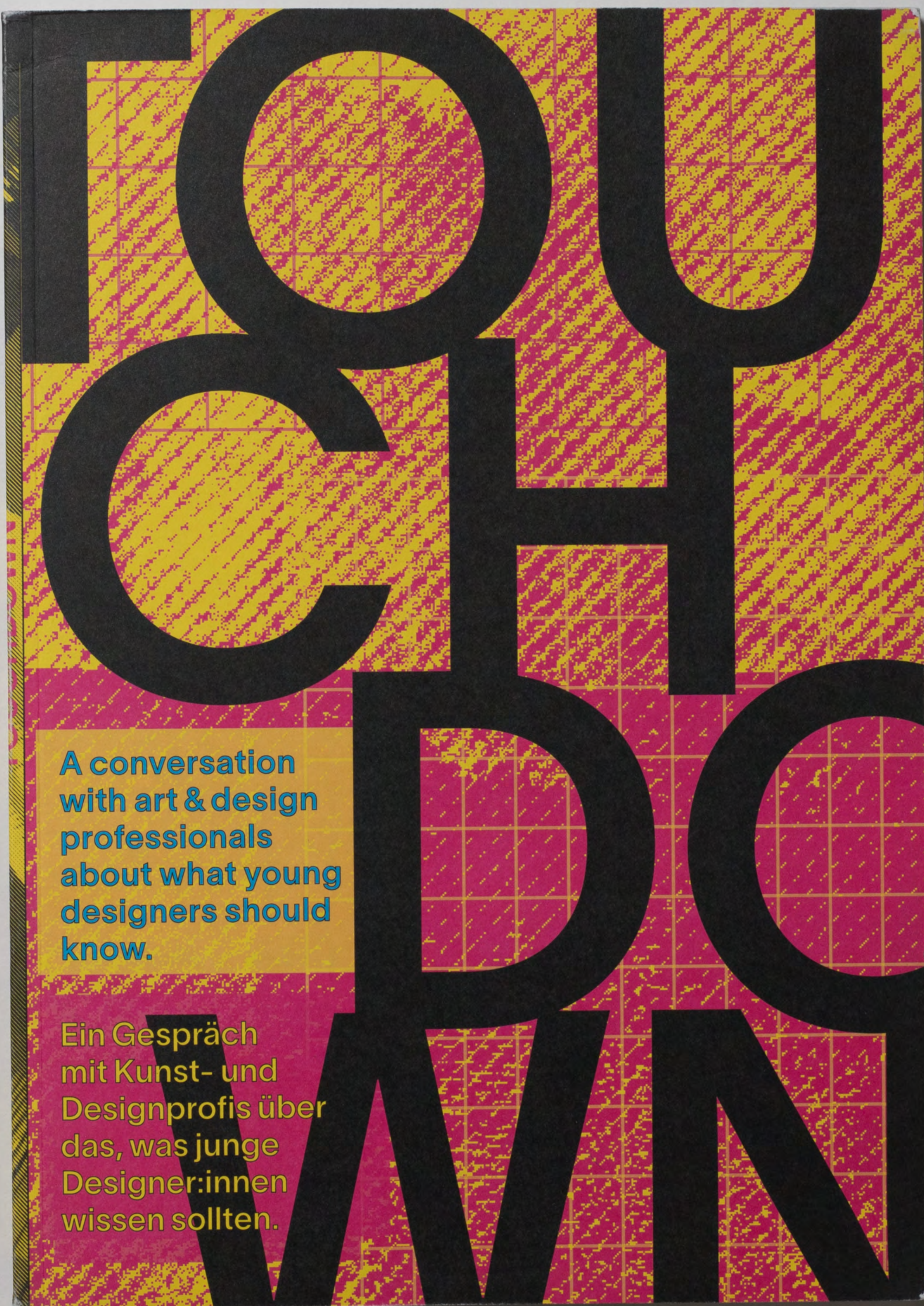




»RUSSIAN WARSHIP
GO FUCK
YOURSELF«

Prof. Daniel Henry Bastian

Die vielbeschworene »Künstliche Intelligenz« ist sicher eines der drängenden Themen unserer Zeit. Welchen Einfluss neuronale KI/AI nach dem Vorbild der Verknüpfung von Wissen, Gefühl und Erfahrung auf das Feld der Gestaltung nehmen wird ist noch ungeklärt. Fest steht jedoch, daß die bisherige Definition des Begriffes »Kreativität« (> Creare: > Lat./italienisch > hervorbringen, erschaffen) einer Aktualisierung bedarf.

Diese sollte von der Design-Disziplin aktiv gestaltet (definiert) werden. Fragestellungen werden entstehen, die zu einer Neupositionierung innerhalb der sog. »kreativen Industrien« führen werden: Wie würde die Originalität einer Konzeption zu bewerten sein, wenn KI in der Recherche eine zentrale Bedeutung hätte? Würde es das Berufsbild »Layout« noch geben? Wie relevant bleibt die »Creative Direction« (um den romantischen Begriff der »Art (Achtung Kunst!) Direction« in den Ruhestand zu schicken)?

Unser Experiment: Die Übersetzungen der hier vorliegenden Inhalte, überwiegend aus der deutschen in die englische Sprache, wurden mithilfe einer einschlägigen Plattform (»Unvergleichliche Qualität dank modernster KI-Technologie«) übersetzt und anschließend nur minimal überarbeitet.

P.S.: Das Finish dieses Projekts wurde nicht nur von einigen Covid-Infektionen beeinträchtigt. Der verbrecherische Angriffskrieg Putins in der Ukraine stellte ganz andere Fragen an das Team und die Disziplin des (Kommunikations-) Designs. Kommunikation, Desinformation & Propaganda sind Teil des Geschehens, also integraler Teil von Kriegen. Angesichts der Banalisierung des Designbegriffs als Marketingschleuder und der vielen Belanglosigkeiten, mit denen wir uns als Designer beschäftigen, brauchen wir neue Orientierung.

Mir bleibt da nur die Hoffnung und das Anliegen, daß viele Studierende für sich einen Weg aus diesem Dilemma finden, um ihr Potential an einer für sie vertretbaren Stelle einzubringen.

Prof. Daniel Henry Bastian

The much-vaunted »artificial intelligence« is certainly one of the pressing issues of our time. What influence neuronal AI/AI will have on the field of design, following the example of the linking of knowledge, feeling and experience, is still unclear. What is certain, however, is that the previous definition of the term »creativity« (> Creare: > Lat./Italian > to bring forth, to create) needs to be updated. This should be actively shaped (defined) by the design discipline.

Questions will arise that will lead to a repositioning within the so-called »creative industries«: How will the originality of a conception be evaluated if AI was central to the research? Will the job description »layout« still exist? How relevant will »creative direction« remain (and to slowly retire the romantic notion of > »art direction«).

The experiment: The translations of the content here, mainly from German into English, were translated with the help of a relevant platform (»Unparalleled quality thanks to state-of-the-art AI technology«) and then only minimally revised.

P.S.: The finish of this project was not only affected by some Covid infections. Putin's criminal war of aggression in Ukraine posed quite different questions to the team and the discipline of (communication) design. Communications, disinformation & propaganda are part of the action, thus integral to wars. In view of the banalization of the concept of design as a marketing slingshot and the many trivialities we deal with as designers, we need new orientation.

I am left with the hope, and concern, that many students will find a way out of this dilemma for themselves, in order to contribute their potential responsibly in a place that is acceptable to them.

Ein jedes anspruchsvolles Projekt birgt reichlich Risiken. Ist das Thema spannend genug, um alle Studierenden zu motivieren? Wenn ja, hält dann der Spannungsbogen ein ganzes, 16 Wochen langes Semester? Sind die Ergebnisse aus dem Kurs gut genug, daß es sich auch lohnt, das Projekt zu veröffentlichen. Stehen die nötigen Ressourcen, Papier, Strom und die nötige menschliche Energie auch in Relation zu dem Ergebnis? Hat das Projekt die Disziplin und die Studierenden vorangebracht? Hat es sich gelohnt?

Ja, ich finde schon und hoffe, dass es auch der interessierten Leser:innenschaft so geht. Ungewöhnliche Perspektiven erfordern immer Auseinandersetzung, Akzeptanz und die Bereitschaft, sich diesen anzunehmen. Dann kann das neu Gesehene inspirieren und umgesetzt werden. Wir wünschen Interesse und viel Spaß dabei.

Das Konzept & Layout-Team: Melanie Timmler, Jessica Payne, Agnes Marktorp Ring, Martin Mosch & Prof. Daniel Henry Bastian im Wintersemester 2022.

Any challenging project carries plenty of risks. Is the topic exciting enough to motivate all students? If so, will the excitement last an entire 16-week semester? Are the results from the course good enough to make the project worth publishing? Are the necessary resources, paper, electricity, and human energy also commensurate with the outcome? Did the project advance the discipline and the students? Has it been worthwhile?

Yes, I think so, and I hope that interested readers will feel the same way. Unusual perspectives always require examination, acceptance and the willingness to embrace them. Then the newly seen can inspire and be implemented. We wish you interest and a lot of fun.

The concept & layout team: Melanie Timmler, Jessica Payne, Agnes Marktorp Ring, Martin Mosch, Prof. Daniel Henry Bastian in the winter semester 2022.

INTERVIEW VIEW PARTNER INNEN:

Bastian Bruns

CMYK 61 45 0 0

Managing Partner
Brunsmiteisenberg Werbeagentur
bme-im-netz.de

Lana Belton

CMYK 28 95 83 35

Partner, Designer
Studio Skulptur
studioskulptur.com

Shalini Sahoo

CMYK 3 63 21 0

Strategic Research Designer
Bechtle
sahoo.com.de

Felix Hilt

CMYK 30 100 22 0

Owner, Creative Director
brandLOVERS Hamburg
brandlovers.de

Benny Machon

CMYK 67 18 62 3

Art Director
Epicberlin
epicberlin.com

André Konrad

CMYK 0 52 80 0

Managing Partner und Creative Director
SUAN Conceptual Design GmbH
www.suan.ch

Helge Rieder

CMYK 100 79 12 0

CEO, Design Strategy & Consulting
Stay Golden
staygolden.de

Peter te Bos

CMYK 0 10 100 0

Designer & Vocalist
Twizter
www.gazzman.nl

Kristin Schlodder

CMYK 64 0 39 0

Art Director
TAU Corporate Creation
tau-berlin.de

Alexander Böll

CMYK 7 26 84 0

Associate Founder, Designer
Grabowski Böll
grabowski-boell.de

Prof. Detlef Rahe

CMYK 77 43 15 5

Professor for 3D design
University of the Arts Bremen
rahedesign.de

Oliver Henn

CMYK 30 29 0 0

Chief Creative Officer
Stay Golden
staygolden.de

Leonard Wendt

CMYK 61 45 0 0

Junior Art Director
Jung von Matt
leowendt.com

Danke!!!

Thank You!!!

CMYK 20 20 20 100

"thank you" to all
participants, friends,
sponsors!

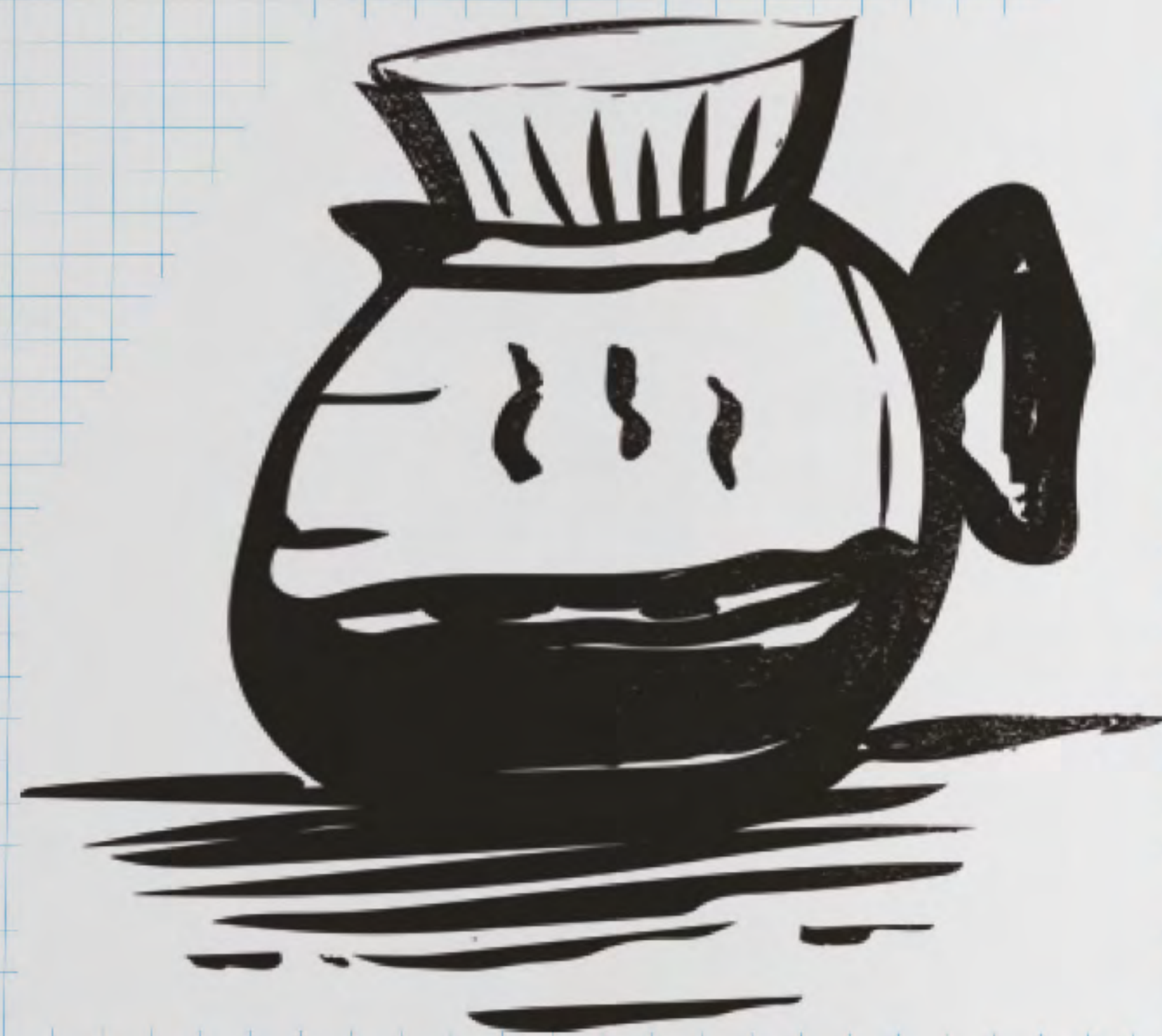
PRO
FE
SIO

**"Mistakes are
also experiences
that can take you
further."**

Bastian Bruns

Es gibt neben der fachlichen Qualifikation noch weitere Kriterien bei der Einstellung – welche ›weichen Faktoren‹ sind Ihnen wichtig?

There are other criteria for recruitment besides professional qualifications – what 'soft skills' are important to you?



»Sympathie, Wissbegierde, Fleiss und Offenheit. Sympathy, inquisitiveness, diligence and openness.«

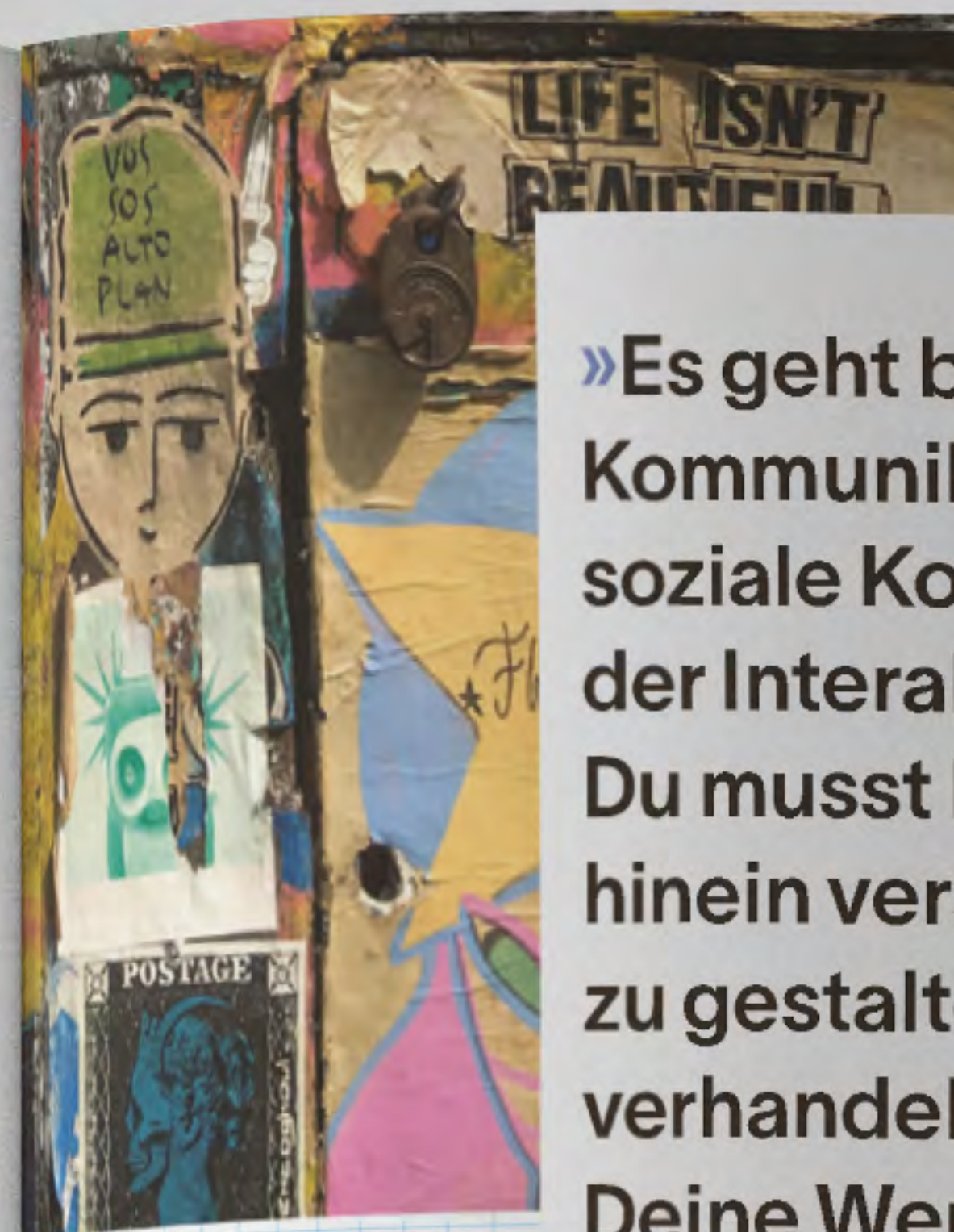
André Konrad



»Die Bedeutung von Kommunikationsfähigkeiten kann nicht genug betont werden. Die Fähigkeit, gut mit Kollegen, Kunden und Produktionsteams zu kommunizieren, ist der Schlüssel zu erfolgreichen Projekten und Karrieren. Ganz zu schweigen davon, dass Sie Ihre Ideen kommunizieren und beispielsweise über soziale Medien mit einem breiteren Publikum in Kontakt treten können. The importance of communication skills cannot be overemphasised. The ability to communicate well with colleagues, clients and production teams is key to successful projects and careers. Not to mention being able to communicate your ideas and connect with a wider audience through social media, for example.« Lana Belton



»Es ist hilfreich mit den grundlegenden Dingen einen Antrieb für exzellente Kampagnen zu schaffen. Leidenschaft für das, was Sie tun. Wenn Du liebst, was Du tust, hilft das wirklich. Hören Sie zu und lernen Sie von Leuten, von denen Sie glauben, dass sie gute Kreative sind. Was wirklich nervt, ist, in einer Agentur oder an einem Ort festzusitzen, an dem man sich nicht inspiriert fühlt und das Gefühl hat, dass die eigene Arbeit nicht gut genug ist, um veröffentlicht zu werden. Versuche, Dich mit Leuten zu umgeben, die Du als kreativ schätzt und von denen Du viel lernen kannst. Seien Sie offen für alles, lassen Sie sich von Filmen, Animes oder kulturellen Veranstaltungen in Ihrer Stadt inspirieren, es kann überall eine Idee sein. Its helpful to cruise with the basic things and have drive to create excellent campaigns. Passion to do what you do. If you love what you do it really helps. Listen and learn from people you think are good creatives. What really sucks is being stuck in an agency or place where you don't feel inspired and where you don't feel that your work is good enough to be put out. Try to surround yourself with people whom you value as creatives and from whom you can learn a lot. Have an open mind to every-thing, be inspired by films, anime or any cultural events in your city, ideas can be anywhere.« Leonard Wend



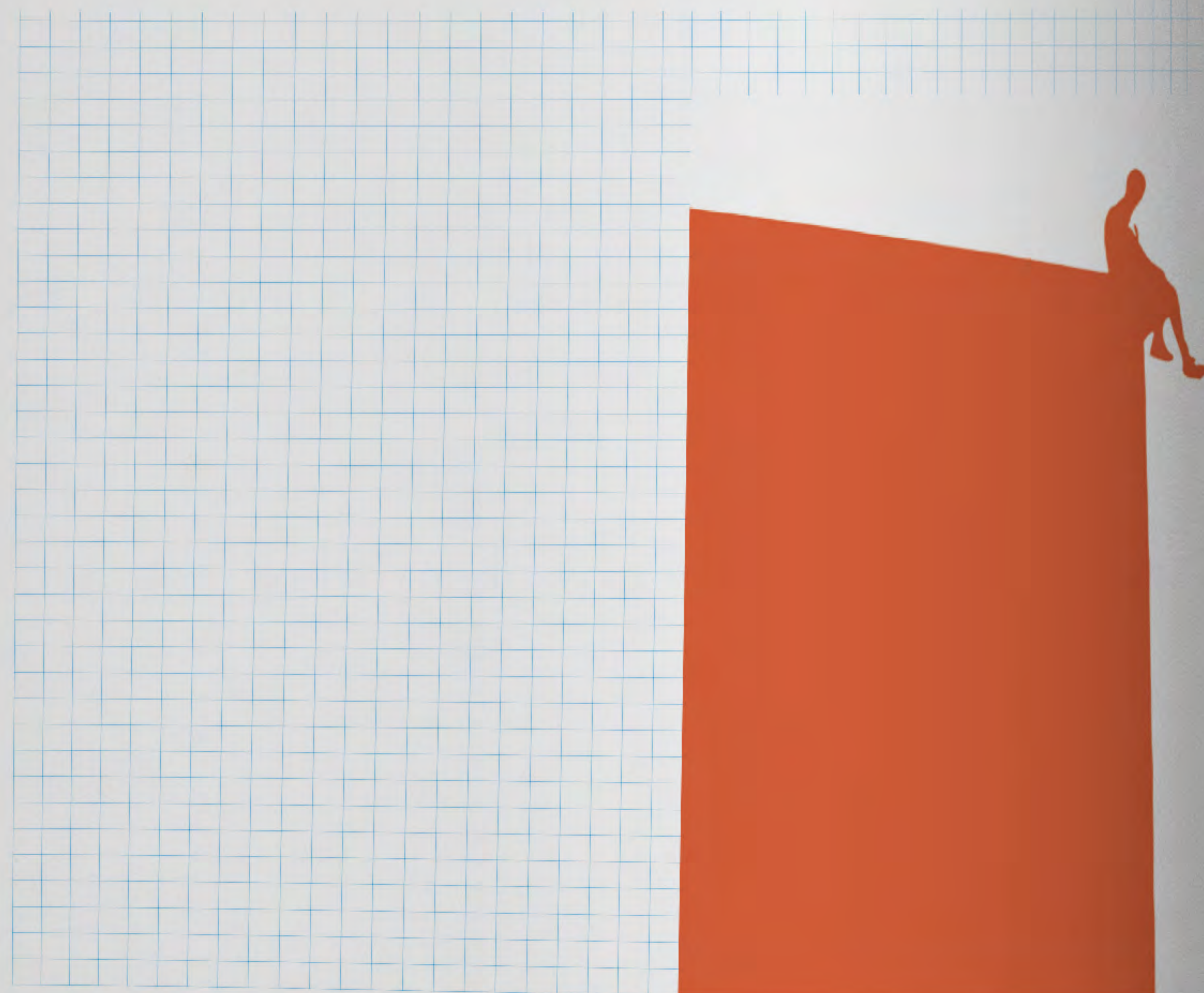
»Es geht bei Gestaltung um Kommunikation. Kommunikationsfähigkeit, Empathie und soziale Kompetenz sind entscheidend bei der Interaktion mit Kollegen und Kunden. Du musst Dich in Sender und Empfänger hinein versetzen können, um Kommunikation zu gestalten. Du musst Kompromisse verhandeln und eingehen können, ohne Deine Werte zu verraten. Du musst neugierig und open minded bleiben und trotzdem Deinen eigenen Weg finden.

Design is all about communication. Communication skills, empathy and people skills are crucial when interacting with colleagues and customers. You must be able to put yourself in the sender's and receiver's shoes in order to design communication. You must be able to negotiate and compromise without betraying your values. You need to stay curious and open minded while still finding your own way.« Bastian Bruns



»Freundlichkeit, zugewandtheit, empathie für menschen und aufgaben, aktivität, selbstständigkeit.

Friendliness, approachability, empathy for people and tasks, activity, independence. « Detlef Rahe



»Sie sollten eine Menge Herzblut und Engagement mitbringen (ein Indiz sind für uns auch ausgeprägte private Leidenschaften und Hobbies). Es ist wichtig, dass wir spüren, dass Sie nicht nur einen »Job« haben wollen, sondern dass Sie lieben, was Sie tun. Dementsprechend ist auch proaktives Handeln gefragt. Ein selbstständiges Einbringen in Projekte, aber auch der Austausch und die Initialisierung von eigenen Ideen und Projekten. Neugierde, Forscherdrang. Teamgeist und Teamspirit, unser Motto, ganz nach A.Dumas »Einer für alle, alle für einen«. Wir mögen »kantige« Menschen, die eine klare Haltung haben und auch im Stande sind, ihre Meinung als »Minderheit« in einer Mehrheit zu vertreten. Aufgeschlossenheit. Selbstbewusstsein und ein hoher Grad an Selbstwirksamkeit.

You should bring a lot of heart and soul and commitment with you (an indication of this for us is also pronounced private passions and hobbies). It is important that we sense that they do not just want a "job", but that they love what they do. Accordingly, proactive action is also required. Independent involvement in projects, but also the exchange and initialization of own ideas and projects. Curiosity, an urge to explore. Team spirit, our motto, according to A.Dumas "All for one and one for all". We like "edgy" people who have a clear stance and are also able to represent their opinion as a "minority" in a majority. Open-mindedness. Self-awareness and a high degree of self-efficacy. « Helge Rieder

»Genauigkeit und Eigeninitiative. Was mir insbesondere bei Praktikant:innen immer wieder auffällt, dass Arbeiten zwar schnell abgeschlossen werden, meist jedoch ohne besondere Sorgfalt. Auch die Eigeninitiative, sich aktiv in einem Projekt einzubringen, mitzudenken und vorausszudenken, ist für den Erfolg eines Projektes sehr wichtig. Accuracy and initiative. What I notice time and time again, especially with interns, is that work is completed quickly, but usually without particular care. It is also very important for the success of a project to have the initiative to actively contribute to the project, to think ahead and to be involved.« Kristin Schlodder



»Eine starke Einstellung zur Welt (Nachhaltigkeit). Aufgeschlossen, unvoreingenommen. Wollen / können nicht alles selbst wissen, können sich aber das nötige Wissen aneignen oder nachfragen (Generalist versus Spezialist [TEAM]). Konsumieren regelmäßig mindestens eine Tageszeitung / Plattform. Nachhaltiges Denken (was braucht die Welt [nicht] / Teamgeist. Vernetzt. Kein zu großes Ego oder »Künstlermentalität«). A strong attitude towards the world (sustainability). Open-minded, unprejudiced. Don't want to / can't know everything by oneself but can acquire or ask for the necessary knowledge (generalist versus specialist [TEAM]). Consume at least one daily newspaper / platform regularly. Sustainable thinking (what does the world [not] need). Team spirit. Networked. Not a too big of an ego or "artist's attitude."« Alexander Böll

»Unmittelbar danach eine Reise (mindestens drei bis vier Wochen) dann je nach Ihrem Geschmack. Selbstständig mit evtl. Weiterbildung im kaufmännischen Bereich, in einer mittelständischen Agentur, in der möglichst viele Bereiche der Arbeitswelt auf den Tisch kommen.

Immediately afterwards, take a trip (at least 3-4 weeks), then it depends on your taste. Self-employed with possible further training in the business area, in a medium-sized agency in which as many areas of the working world as possible end up on the table.« **Alexander Böll**

Was sollten Studierende direkt nach dem Studium machen?

What should students do directly after graduation?

»Die Welt sehen, und das auch gerne mit den Augen einer Designerin oder eines Designers, das inspiriert und stärkt den Charakter für die kommenden kniffligen Aufgaben. See the world, and see it also with the eyes of a designer, that inspires and strengthens the character for the tricky tasks ahead.« **Felix Hilt**



»Berufserfahrung sammeln = Lebenserfahrung sammeln! Alle oben genannten Soft Skills können Sie nur durch eigene Erfahrungen entwickeln. Auch Fehler sind Erfahrungen, die einen weiterbringen können – solange man sie nicht zweimal macht. Nach dem Studium würde ich also versuchen, sofort loszulegen – ohne statische Karrierepläne. Gaining work experience = gaining life experience! You can only develop all the soft skills mentioned above through your own experiences. Mistakes are also experiences that can bring you further – as long as you don't make them twice. So after graduation, I would try to get started right away – without static career plans.« **Bastian Bruns**

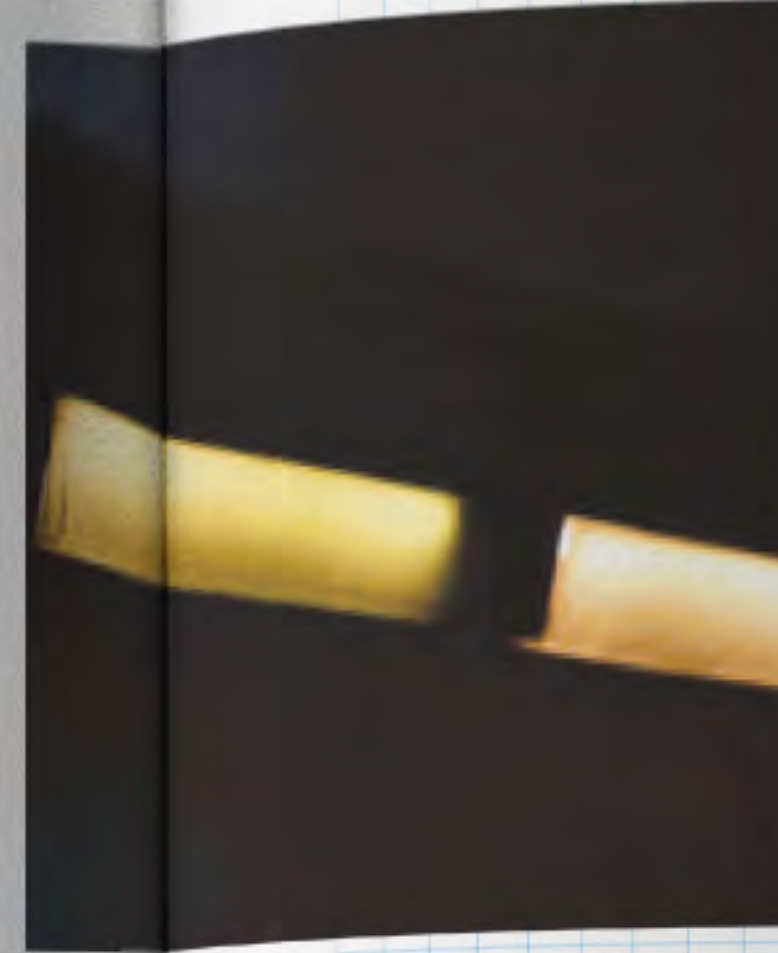
»Ich rate jeder jungen Designerin oder Designer mindestens ein Jahr in einer großen internationalen Agentur zu arbeiten. Selbstverständlich wird man ersteinmal verheizt, schlägt sich die Nächte in der Agentur um die Ohren. Doch diese Erfahrung ist unersetzbar und nichts, was man in einer kleinen Agentur lernen kann.

I advise every young designer to work at least one year in a large international agency. Of course, you'll be burned out at first and spend your nights in the agency. But this experience is irreplaceable and not something you can learn in a small agency.« André Konrad

»Orte erkunden, vor allem die hässlichen. Explore places, especially the ugly ones.« Peter te Bos



»Selbstreflektierend darüber nachdenken, wie man das Gelernte anwenden will. Was bewegt einen oder was will man bewegen? Wie kann man Platz finden in einer Position, wo man sich erfüllen kann? Sollte man nicht wissen, was einem liegt, ist natürlich das Praktikum ein effektiver Einstieg in das Berufsfeld. Außerdem würde ich empfehlen, die ersten 1-2 Monate zu verwenden, um ein Portfolio aufzustellen und auszuarbeiten. Das ist der Schlüssel zu allem. (Muss nicht nur Referenzen schaffen – kann auch heißen TikTok, Instagram & co auszubauen). Think self-reflectively about how you want to apply what you have learned. What moves you or what do you want to move? How can you find a place in a position, where you can feel fulfilled? If you don't know what suits you, an internship is, of course, an effective introduction to the professional field. Also, I would recommend using the first 1-2 months to build and develop a portfolio. This is the key to everything. (It doesn't just have to mean generating references – It can also mean TikTok, Instagram & co to expand).« Benny Machon



»Das Thema Ausland hat nicht mehr den Stellenwert wie zu meiner Zeit. Es ist natürlich prägend – auf jeden Fall sollten fertig studierte dann ihre Skills zur Anwendung bringen. Das ist doch die wahre Auszeichnung – mit zu wirken und die Ziele umzusetzen.

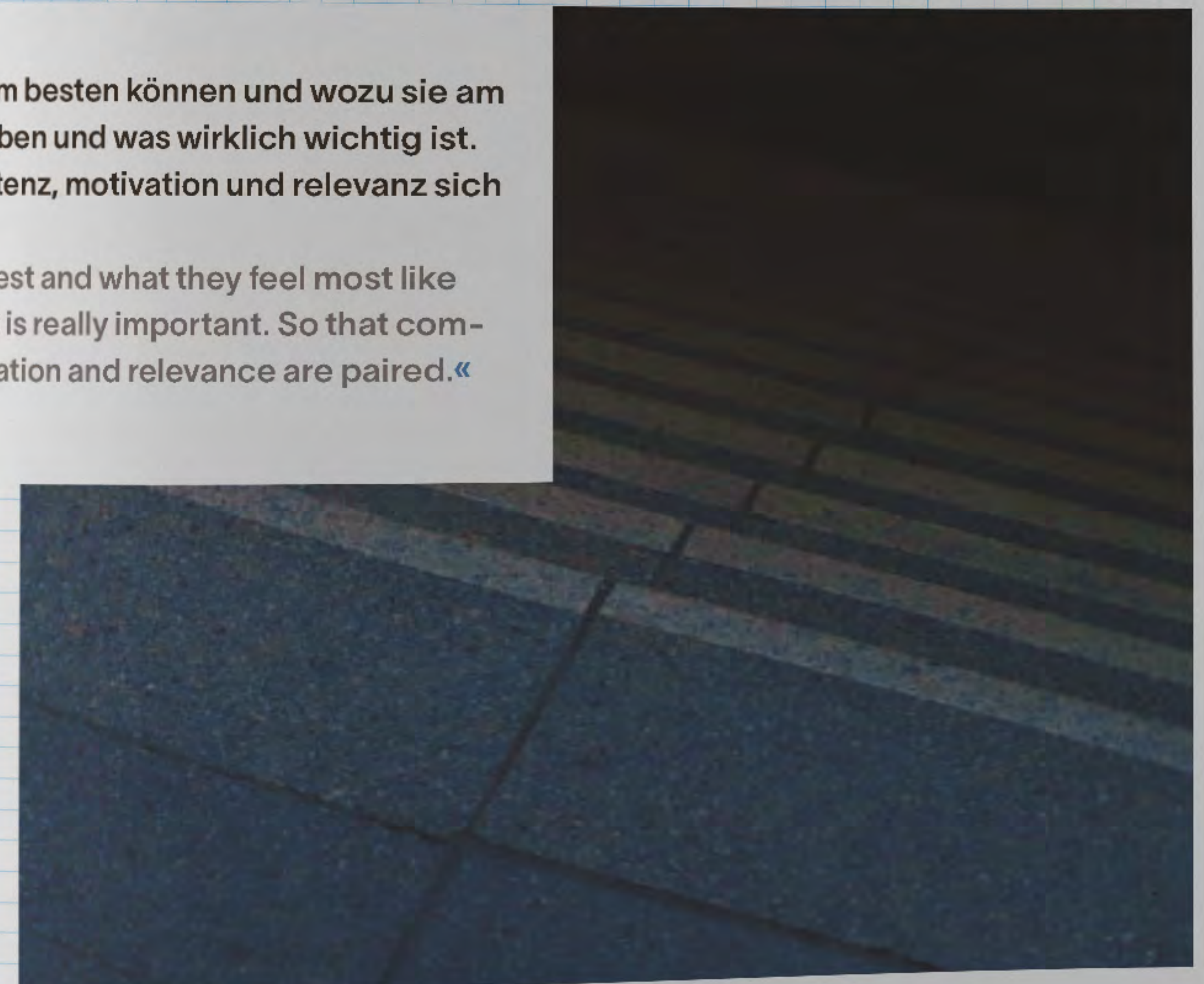
The subject of going abroad is no longer as important as it was in my time. It is of course formative – in any case, those who have finished their studies should then apply their skills. That is the true distinction – to contribute and to implement the goals.«

Oliver Henn

»Das, was sie am besten können und wozu sie am meisten lust haben und was wirklich wichtig ist. so dass kompetenz, motivation und relevanz sich paaren.

What they do best and what they feel most like doing and what is really important. So that competence, motivation and relevance are paired.«

Detlef Rahe



»Es hängt davon ab, welches Ziel die einzelnen Schüler haben. Schauen Sie sich die Arbeiten an, die Sie wirklich mögen. Versuchen Sie, mit den Leuten, die Sie mögen, in Kontakt zu treten. Wenn Du zum Beispiel eine Kampagne von Nike siehst, nimm Kontakt mit der Person auf, die an der Kampagne arbeitet. Versuchen Sie, den Kontakt herzustellen. Fragen Sie, ob es einen Praktikumsplatz oder einen Platz in ihrem Team gibt. Oder lassen Sie sie einfach Ihr Portfolio anschauen. Testen Sie das Wasser. Ich denke, Du solltest viele Agenturen ausprobieren, wenn Du noch jung bist, denn niemand wird Dich beurteilen, wenn Du eine Agentur nach 3 Monaten verlässt. Es ist besser, dies früh zu tun und so viel wie möglich auszuprobieren. Wenn Du nach Deinem Studium noch keine fertige Mappe hast, solltest Du auf jeden Fall eine Mappe mit 6 soliden Gerichten fertigstellen, die Du an andere Kreative schicken kannst. Holen Sie sich Feedback und bewerben Sie sich damit auf Jobs. It depends on what the goal is for each student. Look at the work that you really like. Try to get in touch with the people you like. If you see a campaign at, for example, Nike, get in contact with the person working with the campaign. Try to get in contact. Ask whether there is an opening as an intern or a place in their team. Or just have them look at your portfolio. Test out the water. I think you should try out a lot of agencies when you are young because nobody will judge you after leaving an agency after 3 months. It's better to do this early and try out as much as possible. If you don't have a finished portfolio after your studies, definitely finish one portfolio with 6 solid dishes that you can send around to other creatives. Get feedback and use it to apply for jobs.« Leonard Wendt

»Es ist wichtig, etwas Erfahrung zu sammeln, aber es ist am wichtigsten, Ihren Wünschen zu folgen. Jede Chance führt zur nächsten, daher ist es wichtig, sich genau zu überlegen, welchen Weg man als Designer einschlagen möchte und diesen zielstrebig zu gehen. It is important to gain some experience, but it is most important to follow your desires. Every opportunity leads to the next, so it's important to think carefully about the path you want to take as a designer and follow it with determination.« Lana Belton





»Für mich war es der beste Weg, direkt nach dem Studium in einem Unternehmen (damals als einzige Grafikerin der »Oper und des Tanz Köln«) zu arbeiten, um den Blickwinkel und die Bedürfnisse des Kunden zu verstehen, aber auch, um meinen eigenen Weg im Handwerk zu gehen und mir bestimmte Dinge selbst beizubringen. Hier muss aber jeder für sich entschieden, ob es der persönlichen Entwicklung dienlich ist, in einer kleinen, großen Agentur oder eben in einem Unternehmen anzufangen. Eine Agentur bringt natürlich den Vorteil, dass man bestenfalls einen Fachaustausch mit erfahrenen Kollegen hat.

For me, the best way was to work in a company directly after graduation (at that time as the only graphic designer for the Cologne Opera and Dance) in order to understand the client's perspective and needs, but also to go my own way in the craft and teach myself certain things. Here, however, everyone has to decide for themselves whether it is beneficial to their personal development to start out in a small/large agency or in a company. Of course, an agency has the advantage that, at best, you can exchange ideas with experienced colleagues. « Kristin Schlodder

Sie stellen ein. Nach welchen Kriterien entscheiden Sie?

You're hiring. What is your criteria?

»Portfolio, insbesondere Soft Skills und persönliche Sympathie beim Kennenlerngespräch (on- oder offline). Portfolio, especially soft skills and personal affinity at the get-to-know-you interview (on-or offline).« Alexander Böll



»Wir setzen voraus, dass jeder Designer die Adobe Creative Suite in der mehr oder weniger aktuellen Fassung beherrscht – natürlich innerhalb seiner »Spezialisierung« (ein Motiondesigner, muss nicht unbedingt InDesign bedienen können). Die Unfähigkeit das Programm zu beherrschen sollte keinen Designer an der Umsetzung von Ideen hindern. Ausserdem gilt: Je besser man das Werkzeug beherrscht und je schneller und effizienter man damit arbeiten kann, desto mehr Zeit bleibt für die Kreativität, Konzeption und das »Gedanken machen«. We assume that every designer has mastered the Adobe Creative Suite in the more or less current version – of course within their "specialization". (a motion designer does not necessarily have to be able to use InDesign). The inability to master the program should not prevent a designer from implementing ideas. In addition, the better you master the tool and the faster and more efficiently you can work with it, the more time there is for creativity, conception and "thought generation."« Helge Rieder

You're hiring. What is your criteria?

»Abgesehen von soliden Designfähigkeiten und einem guten Auge ist das Wichtigste, dass die Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten, unseren Werten entsprechen. Wir arbeiten gerne mit Menschen zusammen, die neugierig und positiv eingestellt sind, die sich ihrem Handwerk widmen und denen die Menschen und die Welt um sie herum am Herzen liegen. Apart from solid design skills and a good eye, the most important thing is that the people we work with match our values. We like to work with people who are curious, positive, dedicated to their craft and who care about people and the world around them.« Lana Belton

»Nach dem Können. Es wird ein Probe-arbeiten ausgemacht, um die Fähigkeiten im Umgang mit den Programmen zu testen. Das Verhalten dann im Team – wie wird gefragt, gerade wenn man etwas nicht kann. Ganz wichtig dann: Passt es zusammen? According to ability. A trial work session will be arranged to test the skills in using the programs. Then the behaviour in the team – how are questions asked, especially when you can't do something. Then, very importantly: Does it fit together?« Oliver Henn

»Skills, welches Können ist vorhanden, ergänzt es das Team und wer ist der Mensch, passt er zur brandfamily, kann er ein Familienmitglied werden? Skills, what ability is there, does it complement the team and who is the person, do they fit in with the brandfamily, can they become a family member?« Felix Hilt

»Das ist natürlich eine Frage der Agenturgröße und der Projekte. Erfahrungsgemäß achten die kleinen Agenturen neben dem handwerklichen Können sehr auf Soft Skills. In den größeren Agenturen ist der Erfahrungsschatz aus vergangenen Jobs, die auch branchenfremd sein können, oder aber handwerklichem und gestalterischen Geschick relevant.

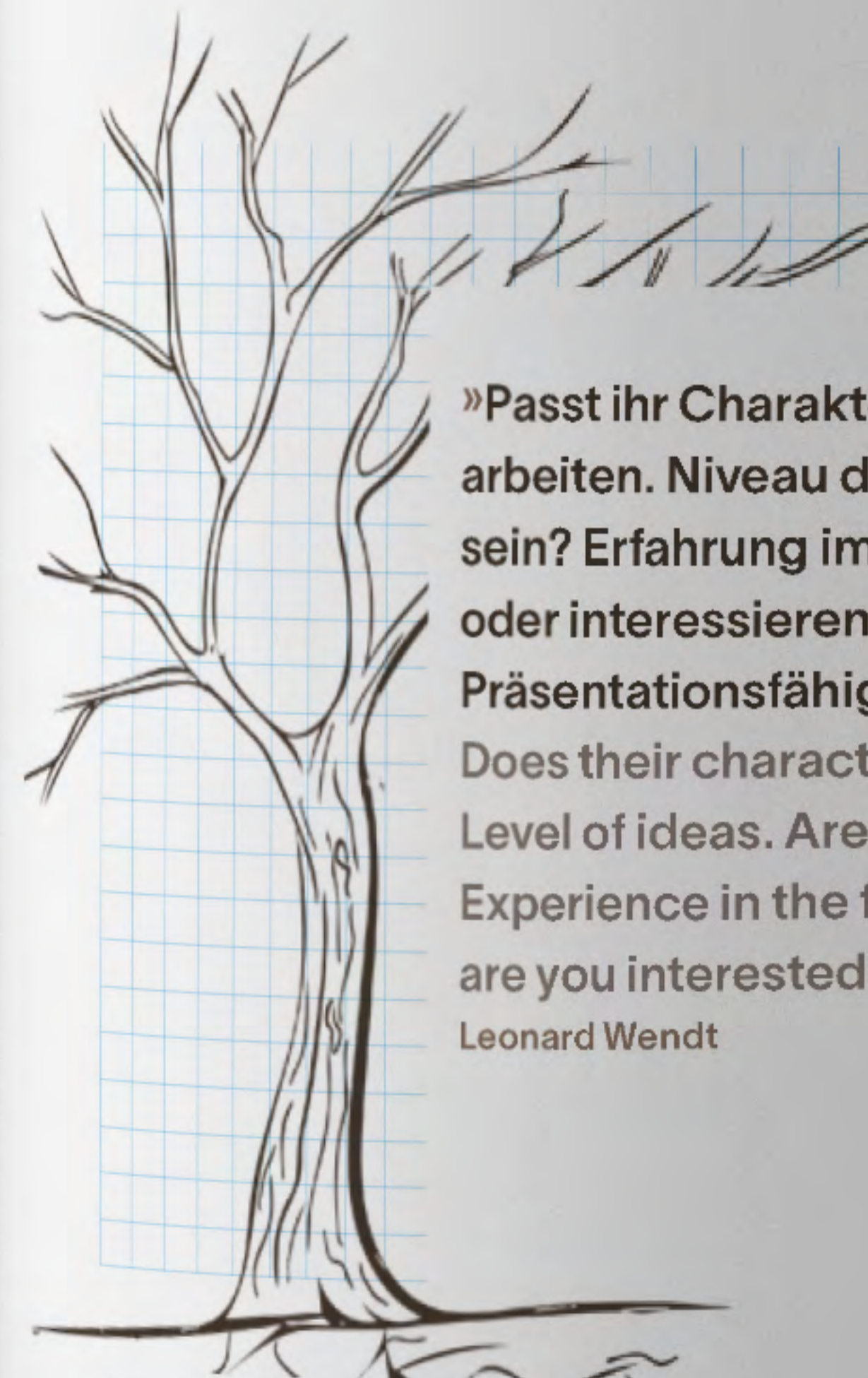
Of course, this is a question of agency size and projects. Experience has shown that small agencies pay a lot of attention to soft skills in addition to craftsmanship. In the larger agencies, the wealth of experience from past jobs, which can also be outside of the industry, or craftsmanship and design skills are relevant.« Kristin Schlodder



Sie stellen ein. Nach welchen Kriterien entscheiden Sie?

» Begrüßen Sie die
» niedrige Kultur« ebenso
wie die »hohe Kultur«.
Embrace the 'low culture'
as well as the 'high culture'«

Peter te Bos



»Passt ihr Charakter gut? Sehen, ob die Leute gut zusammen arbeiten. Niveau der Ideen. Werden die Ideen für die Partner wertvoll sein? Erfahrung im Arbeitsbereich, haben Sie einen Hintergrund oder interessieren Sie sich für den Bereich, in dem wir arbeiten? Präsentationsfähigkeiten.

Does their character fit well? Seeing if people work well together. Level of ideas. Are the ideas going to be valuable for the partners? Experience in the field of work, do you have a background or are you interested in what we are working in? Presentation skills.«

Leonard Wendt

You're hiring. What is your criteria?

»Was für mich zählt, ist der subjektive Eindruck der Person im Gespräch und mein Bauchgefühl. Dann lange Zeit nichts. Dann bunte Bilder. What counts for me is the subjective impression of the person in the conversation and my gut feeling. Then nothing for a long time. Then colourful pictures.«

Bastian Bruns



**»Wir entscheiden anhand von vier Kriterien:
Wie kreativ ist die Person?
Welche Fähigkeiten sind vorhanden?
Passt die Person ins Team?
In wieweit lässt sich die Person formen?
We decide on the basis of four criteria:
How creative is the person?
What skills does the person have?
Does the person fit into the team?
To what extent can the person be shaped?«**

André Konrad

**"Treat 'craziness'
as a virtue."**

Peter te Bos

CLAUDE

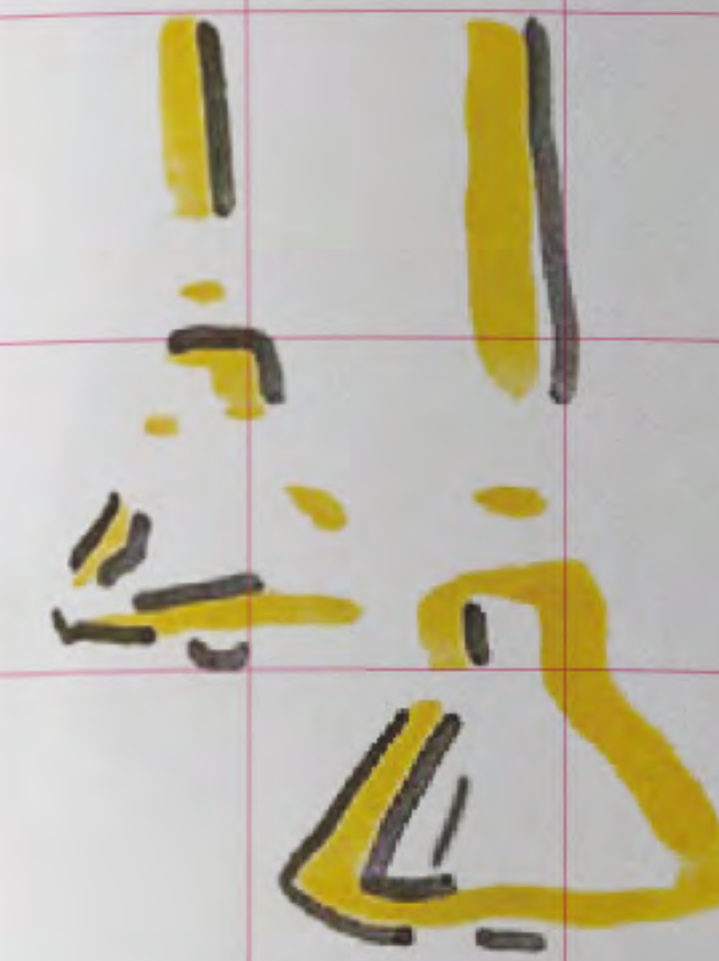
»Ermutigen Sie dazu, Stellung zu beziehen, kritisch und mutig zu sein.

Encourage taking a stand, be critical and courageous.« Alexander Böll



Was fehlt? Gibt es seitens der zukünftigen Arbeitgeber in der Agenturwelt eine »Bildungslücke« in der akademischen Ausbildung von Gestaltern?

What is missing? Is there a 'gap' in education in the academic training of designers on the part of future employers in the agency world?



»Projektmanagement-Fähigkeiten werden in der Design-Ausbildung oft übersehen, obwohl sie so wichtig sind. Zu wissen, wie man ein Projekt plant und diesen Plan mit seinem Team und seinen Kunden kommuniziert, ist eines der hilfreichsten Dinge, die junge Designer üben können. Ein gutes Projektmanagement bietet einen soliden Rahmen, in dem man seiner Kreativität freien Lauf lassen kann.

Project management skills are often overlooked in design education, even though they are so important. Knowing how to plan a project and communicate that plan with your team and clients is one of the most helpful things young designers can practice. Good project management provides a solid framework in which to let your creativity run wild.« Lana Belton

»Was uns bei den aktuellen Bachelorabsolventen auffällt ist, dass ihnen oft »inhaltliche Tiefe« fehlt. Viele Arbeiten aus deren Studium erscheinen uns oberflächlich. Wir vermissen oft vertiefte typografische Kenntnisse, v.a. in der Mikrotypografie. Anstatt das x-te Photoshop-Mockup wünschen wir uns lieber ausgefuchste Buch- und Editorialtypografie und spannende Layouts. Designern fehlen meistens (aus unserer Erfahrung heraus, bislang immer) theoretische, wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse zum Design bzw. zum Thema Marke. Es gibt tausende von Studien, die valide Erkenntnisse zur Gestaltung von Werbung, Verpackungen u.ä. bereithalten. Stattdessen wird aus meiner Sicht an Hochschulen nach wie vor »nach Gefühl« gestaltet. Aus meiner Sicht, kommt es auf die Mischung an: Gutes Design ist eine Mischung aus Talent, Intuition und empirischen Erkenntnissen.

What strikes us about the current bachelor's graduates is that they often lack "depth of content". Many of the works from their studies seem superficial to us. We often lack in-depth typographical knowledge, especially in microtypography. Instead of the umpteenth Photoshop mockup, we wish for some clever book and editorial typography and exciting layouts. Designers usually lack (from experience, so far always) theoretical, scientifically based knowledge about design or the topic of brands. There are thousands of studies that provide valid insights into the design of advertising, packaging etc. Instead, from my point of view, universities continue to design "by feeling". From my point of view, it depends on the mix: clever design is a mixture of talent, intuition and empirical knowledge. « Helge Rieder

»Ich fürchte, an den Hochschulen wird der Wert von »feinsinniger, reflektierter Gestaltung« anders betrachtet als in der Praxis. Die Agenturwelt ist extrem kommerziell ausgerichtet und handelt als Auftragnehmer/Dienstleister. Die Herausforderung besteht darin, das eine im Kontext des anderen zu lehren.

I fear that at universities the value of "subtle, reflective design" is viewed differently than in practice. The agency world is extremely commercial and acts as a contractor/service provider. The challenge is to teach one in the context of the other. « Bastian Bruns

»Die Ausbildungen sind gut, doch wenige Studenten nehmen das komplette vollumfängliche Angebot der Unis und Hochschulen auch an. Hier sollte Studierenden klar gemacht werden, dass eine zu frühe Spezialisierung manche Türen erst gar nicht öffnet.

The education is good, but few students accept the entire range of offers from universities and colleges. It should be made clear to students here that specialising too early means some doors will remain shut. « Felix Hilt

»Behandeln Sie
»Verrücktheit«
als eine Tugend.
Treat 'craziness'
as a virtue.«

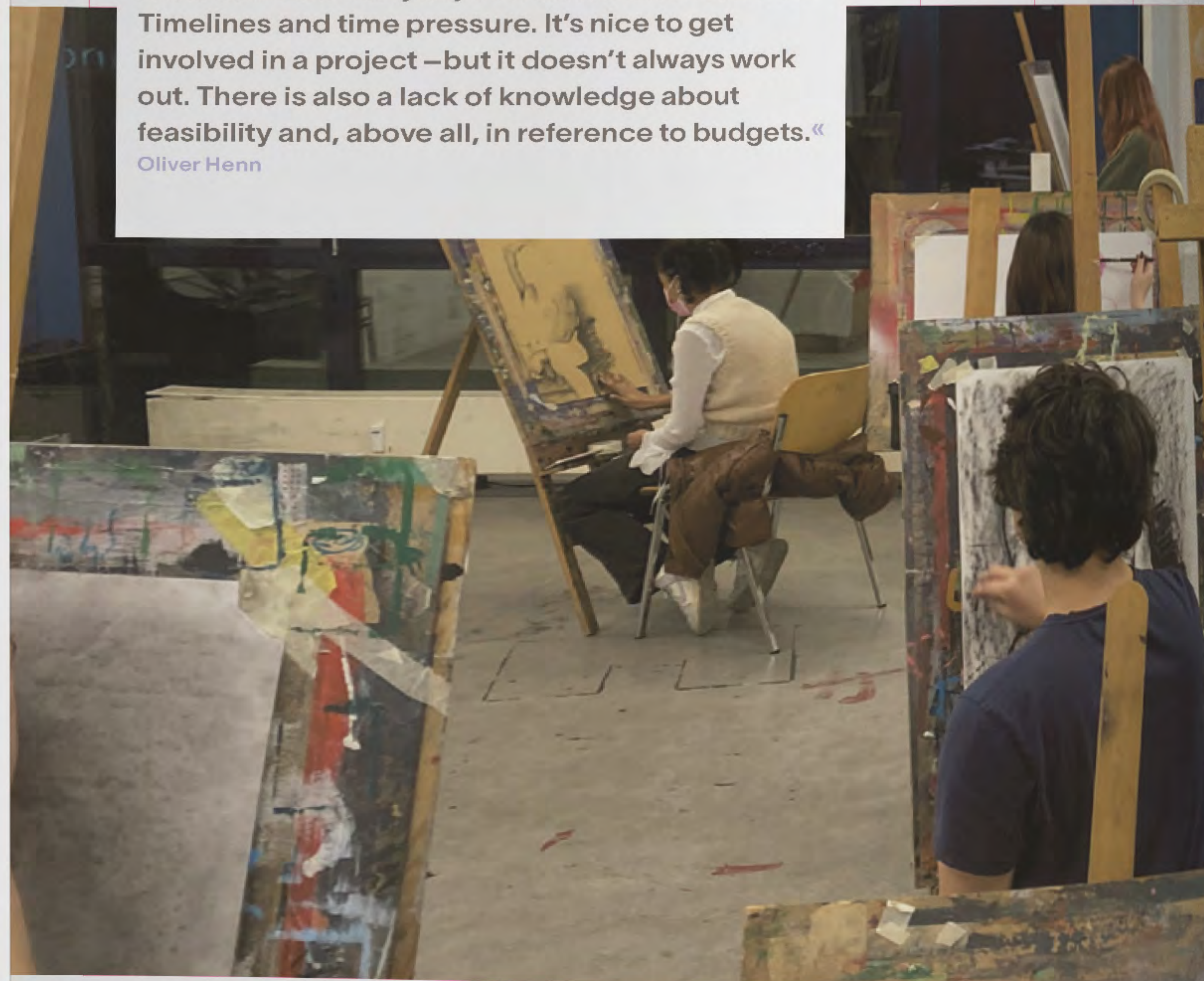
Peter de Vos



»Wir merken bei Studierenden von den Hochschulen, dass der echte Alltag nicht gelernt ist. Timelines und Zeitdruck. Es ist schön, sich auf ein Projekt einzulassen – klappt aber nicht immer. Ebenso fehlt es an dem Wissen zur Umsetzbarkeit und vor allem der Bezug zu Budgets.

What we notice with students from universities is that the real everyday life has not been learned. Timelines and time pressure. It's nice to get involved in a project –but it doesn't always work out. There is also a lack of knowledge about feasibility and, above all, in reference to budgets.«

Oliver Henn



»Mit dem Anfang meiner Berufskarriere hatte ich doch einige Wissenslücken was die Umsetzung von Projekten anbelangt. Insbesondere die Kenntnisse über Druckprozesse waren bei mir doch eher mangelhaft. Außerdem hätte ich mir mehr Projekte gewünscht, die zeitlich wirklich einem Agenturprozess entsprechen. Leider ist es in Agenturen nicht der Fall, dass man etwa einen Monat Zeit hat, um ein Plakat zu gestalten.

At the beginning of my professional career, I had some gaps in my knowledge of project implementation. In particular, my knowledge of printing processes was rather poor. I would also have liked more projects that really corresponded to an agency process in terms of time. Unfortunately, it's not the case in agencies that you have about a month to design a poster.«

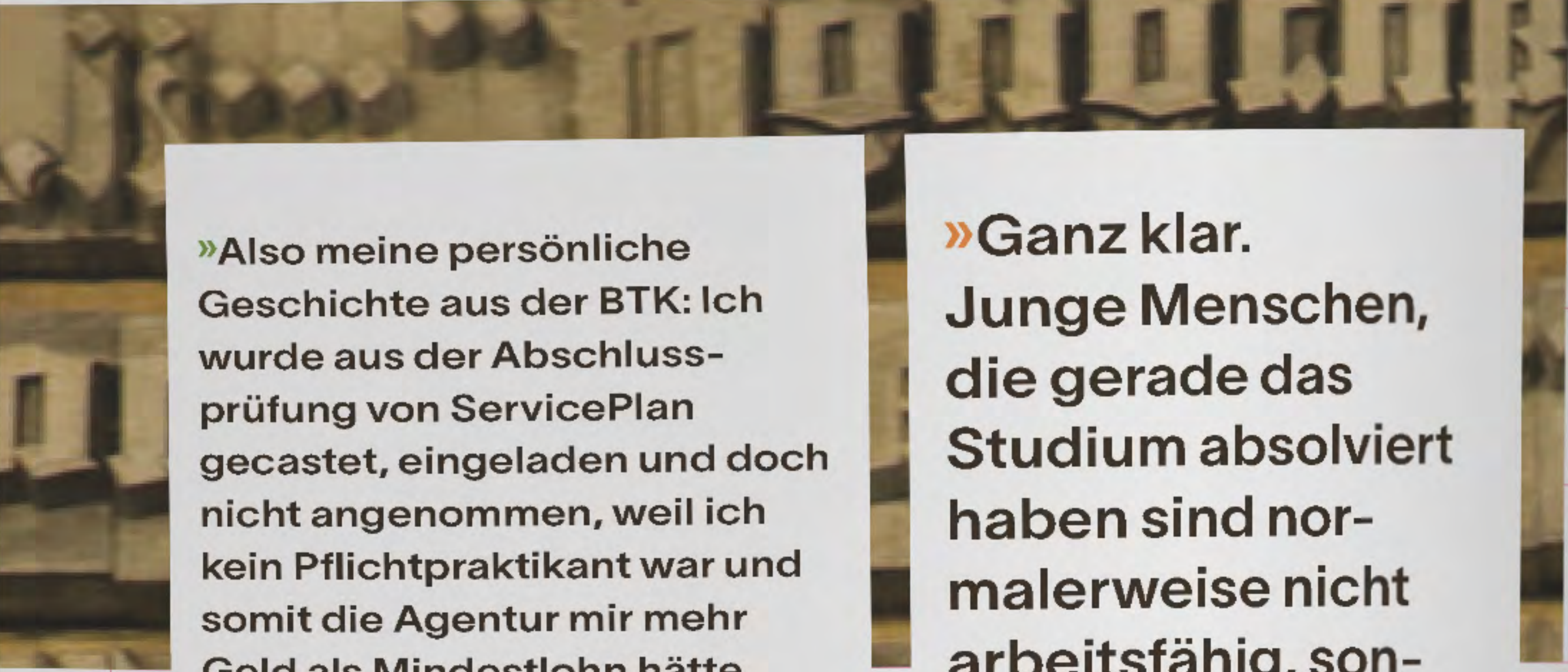
Kristin Schlodder



»Wieder konzeptionelles Denken. Ich weiß nicht, ob das eine Lücke in der Ausbildung ist, aber man sollte sich darauf konzentrieren, wie man während des Studiums auf großartige Ideen kommt, denn das ist es, was einen auszeichnen wird. Der Junior Art Director ist anders als der Designer. Sie arbeiten nur mit Photoshop, Indesign usw., daher gilt dieser Rat nur für Junior-Designer.

Conceptual thinking again. I don't know it is a gap of education, but there should be a focus on how to come up with great ideas while studying, because that's what's going to make you stand out. The Junior Art Director is different from the designer. They are only using Photo-shop, Indesign, etc. so this advice is only for junior designing.«

Leonard Wendt

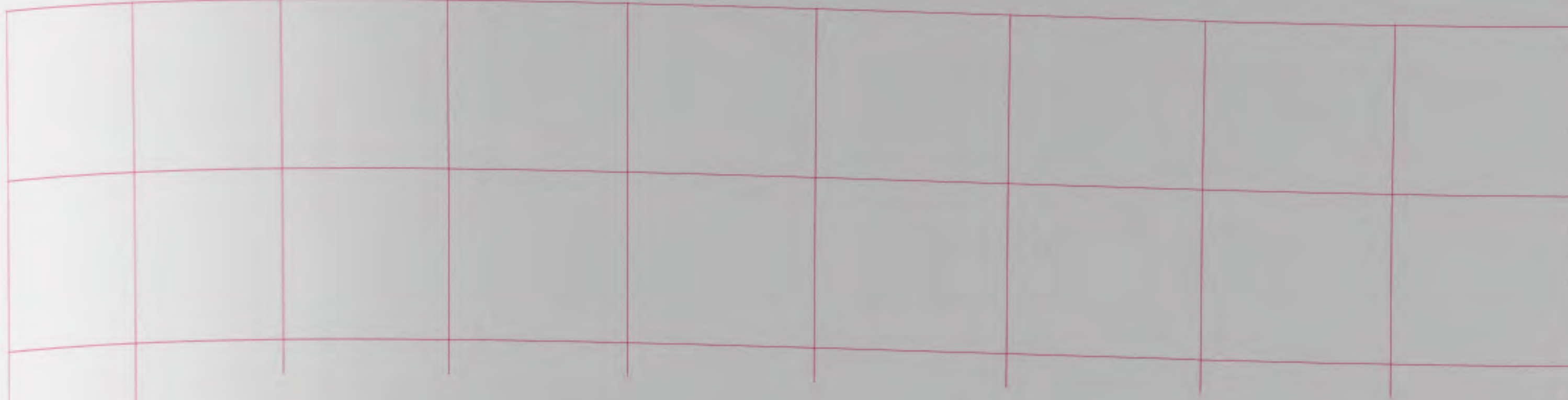


»Also meine persönliche Geschichte aus der BTK: Ich wurde aus der Abschlussprüfung von ServicePlan gecastet, eingeladen und doch nicht angenommen, weil ich kein Pflichtpraktikant war und somit die Agentur mir mehr Geld als Mindestlohn hätte geben müssen. Das war mehr als dreist und es hat sich als die Regel erwiesen. Daher würde vllt. eine Art Übergang helfen. Vor der Prüfung kommt ein Pflichtpraktikum, um die Aufnahme in Agenturen zu erleichtern. Mal hinten angestellt, wie realisierbar das ist. Sonstige Hürden habe ich seitdem bei Einstellungsprozessen nicht erfahren.

So my personal story from BTK: I was cast from the final exam of ServicePlan, invited and yet not accepted because I was not a statutory intern and thus the agency would have had to pay me more than minimum wage. It was more than cheeky and it turned out to be the rule. Therefore some kind of transition would help. Before the exam comes a mandatory internship to make it easier to get into agencies. Let's see how feasible that is. I have not experienced any other hurdles in hiring processes since then.«

Benny Machon

»Ganz klar. Junge Menschen, die gerade das Studium absolviert haben sind normalerweise nicht arbeitsfähig, sondern beginnen mit ihrer Lehre aufs Neue. Die akademische Ausbildung ist ganz klar nicht wirtschaftsorientiert. Daran muss gearbeitet werden. There is a clear gap. Young people who have just graduated are usually not ready for work, but start anew with their learning. Academic training is clearly not business-oriented. This needs to be worked on.« André Konrad



»Wenn man überhaupt pauschal wünschenswertes beschreiben kann, dann vielleicht am ehesten qualitätsbewusstsein, umgang mit komplexität, gestaltungswillen, erkenntnis und lösungsmodelle in übereinstimmung bringen.



If one can describe something desirable in general terms at all, then it is perhaps best to bring quality awareness, dealing with complexity, the will to design, knowledge and solution models into harmony.« Detlef Rahe

Welche speziellen Qualifikationen sollte Studierenden vermittelt werden?

What special qualifications should students be taught?



»Studierende sollten Grundlagen in Typografie, Farb-
lehre, Psychologie, Marketing,
Marktforschung, UX, Web-,
Editorial-, Klassik- und Corpo-
rate Design beherrschen.
Students should master the
basics of typography, color
theory, psychology, market-
ing, market research, UX, web,
editorial, classic and corporate
design.« Felix Hilt

»Selbstorganisa-
tion, konzeptionelles
Denken und ein
Grundwissen über
Techniken/Tech-
nologien/Prozesse.
Diese Dinge werden
Sie – zusätzlich
zu Ihren gestalte-
rischen Fähigkeiten
– weiterbringen.
Self-organisation,
conceptual thinking
and a basic knowl-
edge of techniques/
technologies/pro-
cesses. These things
– in addition to your
design skills – will
take you further.«

Bastian Bruns

»Für Selbstständige der geschäftliche Unterbau (Angebote, Steuer, KSK usw.) Was ist meine Arbeit wert und wie kommuniziere ich das und halte durch? Arbeit ist nicht alles. Für Kreativität und Horizonterweiterung braucht man »Nichts-tun« (Freizeit und Urlaub).

For the self-employed; the business underpinnings (offers, tax, KSK etc.). What is my work worth and how do I communicate that and keep it up? Work is not everything. To encourage creativity and to broaden your horizons, you need to do 'nothing' (free time and vacation).«

Alexander Böll

»Starke konzeptionelle Fähigkeiten sind für einen Designer sehr wichtig. Die Universität ist ein großartiger Ort, um zu üben, seine Konzepte und Ideen zu vermitteln, was in der professionellen Designwelt eine so wichtige Fähigkeit ist.

Strong conceptual skills are very important for a designer. University is a great place to practice communicating your concepts and ideas, which is such an important skill in the professional design world.«

Lana Belton



»Konzeptorientiertes Design sowie Präsentation und Strukturierung Ihrer Ideen.

Concept driven design, as well as presenting and structuring your ideas.« Leonard Wendt

»Das kann man pauschal nicht sagen. Es kommt ganz darauf an, woran diese interessiert sind.

You can't say that across the board. It depends entirely on what they are interested in.« André Konrad

»Lassen Sie Raum für Unvollkommenheit, damit Ihre Persönlichkeit zum Vorschein kommen kann. Leave some space for imperfection, for letting your personality shine through.«

Peter te Bos

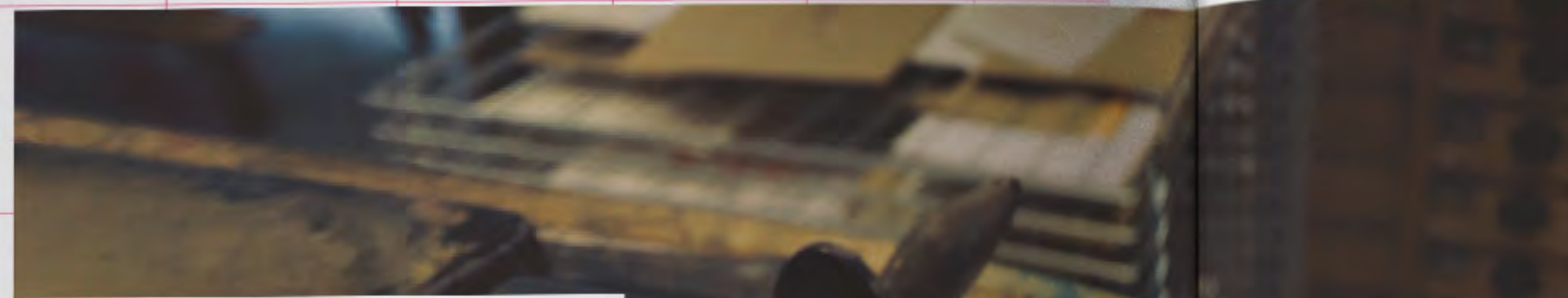
»Kosten-Nutzen-Faktoren. Umgang mit Ressourcen in Bezug auf zukünftige Auftraggeber (Budgetressourcen.) Präsentieren in echten Situationen (wobei ich aus meiner Position nicht weiß, ob das nicht schon stattfindet) Teamplay. Verhaltenspsychologie, um im späteren Leben auf Reaktionen von Kunden und Kollegen reagieren zu können.
Cost-benefit factors. Dealing with resources in relation to future clients (budget resources). Presenting in real situations (although from my position I don't know if this isn't already happening). Team play. Behavioural psychology to be able to react to clients' and colleagues' reactions in later life.« Oliver Henn

Was sollte eine Hochschule darüber hinaus vermitteln?

What else should a university teach their students?

- » Sie sind nicht alleine.
- Überblick über Designer:innen/ Agenturen/Studios in Deutschland.
- Immer wieder Haltung.
- Netzwerk untereinander fördern (Worldwide) statt elitär oder abgrenzend (wer kann was?).
- You are not alone.
- Overview of designers/agencies/studios in Germany.
- Attitude, again and again.
- Foster a network amongst themselves (worldwide) instead of elitist or delimiting (who can do what?).«

Alexander Böll



» Dass Design eine Sichtweise ist und ein Handeln bedingt, welches weit über den gestaltungsorientierten Job hinausgeht. Design ist eine Aufgabe und die Werkzeuge werden immer interessanter.

The design is a point of view and requires an action that goes far beyond the salary-oriented job. Design is a job and the tools are getting more and more interesting.« Oliver Henn

Was sollte eine Hochschule darüber hinaus vermitteln?

» Soziales Bewusstsein. Social awareness.«



» Studierende sollten lernen strategisch zu denken, d.h. eine Aufgabe oder ein Briefing zu hinterfragen und ggf. schon im Konzeptansatz dem Gesamten eine Wendung zu geben, die dem Ziel dienlich ist.

Students should learn to think strategically, and also to question a task or a briefing and, if necessary, to give the whole thing a twist from a conceptual approach that is conducive to the goal.« **Felix Hilt**

Peter te Bos

» Soziale Kompetenz, Einfühlungsvermögen, Team- und Konsensfähigkeit sind für mich Voraussetzungen für diesen Beruf. Das sollte auch in der Ausbildung vermittelt werden. Auch Sprache und Rhetorik sind ein wichtiger Teil Ihrer Arbeit. Man muss in der Lage sein, sich und sein gelungenes Werk zu präsentieren und mit Argumenten sauber zu verteidigen.

For me, social skills, empathy, teamwork and the ability to reach a consensus are prerequisites for this job. This should also be taught in the training.

Language and rhetoric are also an important part of your work. You have to be able to present yourself and your successful creation and to defend it clearly and argumentatively.« **Bastian Bruns**

»Wirtschaftliches Denken und Realitätssinn. Economic thinking and realism.«

André Konrad

»Ein wichtiger Faktor sind die Vertragsverhandlungen. Wenn Sie wissen, wie man einen Vertrag aushandelt, hilft Ihnen das, sich nicht unter Wert zu verkaufen. Wenn man dies lernt, lernt man auch gute Kommunikationsfähigkeiten, die man im Alltag anwenden kann. Die Universitäten sollten den Studenten die Möglichkeit geben, während ihres Studiums Kontakte zu Menschen aus der Branche zu knüpfen.

Das hilft Ihnen beim Einstieg in die Branche. Man sollte keine Netzwerke um des Netzwerkers Willen aufbauen. Man sollte sich mit Leuten vernetzen, mit denen man sich gut versteht oder deren Arbeit man mag.

One important factor is contract negotiations. Knowing your way around how to negotiate a contract really helps you not to undervalue yourself. When you learn this you also learn good communication skills that you can apply in your day to day. Universities should give students opportunities to connect with people in the industry during their studies.

It helps you step into the industry. You shouldn't network for networking's sake. You should network with people you actually click with or when you like their work.« Leonard Wendt

»Mit dem Anfang meiner Berufskarriere hatte ich doch einige Wissenslücken, was die Umsetzung von Projekten anbelangt. Insbesondere die Kenntnisse über Druckprozesse waren bei mir doch eher mangelhaft. Außerdem hätte ich mir mehr Projekte gewünscht, die zeitlich wirklich einem Agenturprozess entsprechen. Leider ist es in Agenturen nicht der Fall, dass man etwa einen Monat Zeit hat, um ein Plakat zu gestalten.

At the beginning of my professional career, I had some gaps in my knowledge of project implementation. In particular, my knowledge of printing processes was rather poor. I would also have liked more projects that really corresponded to an agency process in terms of time. Unfortunately, it's not the case in agencies that you have about a month to design a poster.« Kristin Schlodder



»Lust auf gestaltung,
lust auf kommunikation,
lust auf kollaboration,
lust auf zukunft.

The desire to design,
the desire to communicate,
the desire to collaborate,
the desire for the future.« Detlef Rahe

»Argumentationsfähigkeit. Ein Verständnis von Design- und Kommunikationsmechaniken, Experimentierfreudigkeit, Teamfähigkeit sowie selbstständige Entscheidungen treffen können, Technische Fähigkeiten (Programme, Ausrüstung, Werkzeuge) Alleinstellung ausarbeiten, Rechtliches, Präsentation, auch wenn's Kacke ist :) Ich denke es war mir in meiner Laufbahn wichtig zu verstehen was ich kann, nicht kann, mag, nicht mag, können muss, nicht können muss und was mich ausmacht. Als Hochschule sollte man versuchen, diese Werte zu festigen. Experimentieren, scheitern können und abliefern können. Das ist alles.

Argumentation skills, an understanding of design and communication mechanics, willingness to experiment, ability to work in a team and make independent decisions, technical skills (programmes, equipment, tools), working out a unique position, legal issues, presentation, even if it sucks :) I think it was important for me in my career to understand what I can do, can't do, like, don't like, have to be able to do, don't have to be able to do and what makes me me. As a university, you should try to consolidate these values. To be able to experiment, to be able to fail and to deliver. That is all.« Benny Machon

In her response to our
questionnaire Shalini Sahoo
briefly reflects on her
path of studying, teaching
and practicing design.

In ihren Antworten
reflektiert Shalini
Sahoo über ihren
Weg des Studiums,
der Lehre und der
Praxis des Designs.

Über Jahre habe ich beobachtet, wie sich der Beruf des Designers von seinen Anfängen als Formgeber, der sich weitgehend auf die Poesie konzentrierte, hin zur Gestaltung von Systemen verändert hat.¹ Design für Systeme impliziert nicht nur das Internet der Dinge oder Produkt-Service-Ökologien, sondern auch die Rolle des Designs bei der Gestaltung sozio-politischer Rahmenbedingungen. Die Idee der Neuheit, in der dem Designberuf die Aufgabe zugewiesen wurde, »etwas Magisches zu tun« und »das Neue zu finden«,² muss dem Verständnis von Designern als Vermittler von unlösbaren (bösen) Systemen weichen. Die Designausbildung muss sich meiner Meinung nach verstärkt mit der Theorie und ihren Implikationen für die Praxis auseinandersetzen. Dies ist notwendig, um eine Kultur der kritischen Reflexion bei den zukünftigen Designern zu schaffen. Eine gestaltete Intervention ist weiterhin Design.

Denn Design ist die Verbindung zwischen den menschlichen Nutzern und der Materialität der Welt, die sie umgibt.³ Es ist die Nähe des Designs zu den »realen« menschlichen Problemen, die es zu einem Wissenszweig gemacht hat, der »nicht diszipliniert, sondern aufgaben- und prozessorientiert« ist und mit Disziplinen und Fähigkeiten zusammenarbeitet, um »reale« Probleme in ihrem bösen Kontext zu bewältigen.⁴

¹ Hugh Dubberly and Paul Pangaro, 'Cybernetics and Design: Conversations for Action', Design Research Foundations Design Cybernetics, (2019), pp. 85–99., doi:10.1007/978-3-030-18557-2_4.

² Ranulph Glanville, 'Researching Design and Designing Research,' Design Issues 15, no. 2 (1999): 80. doi:10.2307/1511844.

³ In the current trend to focus on immaterial aspects of design, one may not forget that even services are bound to the material world and the corporeality of the users. The effects of digitalisation would not have been possible without material references conveyed via material interfaces. The immaterial can exist only with the material.

⁴ Horst W. J. Rittel and Wolf Reuter, Planen, Entwerfen, Design: ausgewählte Schriften Zu Theorie Und Methodik, (Stuttgart: Kohlhammer, 1992), p. 5.

Over these years I have observed how Design as a profession has changed from its initial days as a form-giver, concentrating largely on the poetry, to creating systems.¹ Design-for-systems implies not only the Internet of Things or product-service ecologies, but, further, design's role in forming socio-political frameworks. The idea of novelty, in which the design profession was intrinsically assigned to 'do something magical' and to 'find the new',² must give way to understanding designers as negotiators of intractable (wicked) systems. Design education, I believe, must increasingly work with theory and implications of it in the praxis. This is necessary for inculcating a culture of critical reflection in the future practitioners of Design. A designed intervention continues to design.

For Design is the conjunction between human users and the materiality of the world that surrounds them.³ It is Design's propinquity to the 'real' human issues that has made it a branch of knowledge which is 'not discipline-oriented, but mission- and process-oriented', collaborating with disciplines and skills to deal with »real« problems in their wicked context.⁴

¹ Hugh Dubberly and Paul Pangaro, 'Cybernetics and Design: Conversations for Action', Design Research Foundations Design Cybernetics, (2019), pp. 85–99., doi:10.1007/978-3-030-18557-2_4.

² Ranulph Glanville, 'Researching Design and Designing Research,' Design Issues 15, no. 2 (1999): 80. doi:10.2307/1511844.

³ In the current trend to focus on immaterial aspects of design, one may not forget that even services are bound to the material world and the corporeality of the users. The effects of digitalisation would not have been possible without material references conveyed via material interfaces. The immaterial can exist only with the material.

⁴ Horst W. J. Rittel and Wolf Reuter, Planen, Entwerfen, Design: ausgewählte Schriften Zu Theorie und Methodik, (Stuttgart: Kohlhammer, 1992), p. 5.

Designstudenten müssen erkennen, dass eine gestaltete Intervention durch ihre Verbindung zu verschiedenen Systemen und Subsystemen existiert – und die Herausforderung, vor der Design als Beruf heute steht, ist die Anerkennung seiner ethischen Implikationen.

Daher besteht die Notwendigkeit, ein Design-Curriculum zu schaffen, das eine nachhaltige Reflexion über die übergreifende Natur der Ethik in der Designpraxis ermöglicht. In meiner Praxis ist der Weg Satyagraha⁵ und der Prozess der kritischen Selbstreflexion. Der Weg des Satyagraha ist nicht durch eine starre Vorstellung von Moral oder eine Idee von Wahrheit als etwas, das einfach gesehen oder sozusagen als fertiges Produkt erworben werden kann, definiert. Er akzeptiert, wie Deleuze und Guattari argumentieren, dass alle Dinge (und alle Wesen) in Beziehungen des Werdens stehen.⁶ Satyagraha beinhaltet einen inhärenten Akt des bewussten Suchens (Re-Searching),⁷ des Reflektierens und Korrigierens. Dies ist ein Beharren auf der Macht des Weges, sich selbst zu offenbaren – wo der Prozess der Gestaltung (der Weg) in das gestaltete Produkt übergeht.

⁵ Satyagraha: {/satyāgraha/ Sanskrit, satya: truth, āgraha: insistence} A term coined by M.K. Gandhi during the Indian independence movement. It represents a resolute and peaceful insistence on truth as a way to overcome all that is false and evil.

⁶ He bears witness, above all, to other relations with women, with animals, because he sees all things in relations of becoming." Gilles Deleuze, and Felix Guattari. *Nomadology: the War Machine*. Semiotext(e), 1986. p. 2.

⁷ Tim Ingold, (2019). Art and anthropology for a sustainable world. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 25(4), 659–675. doi:10.1111/1467-9655.13125

Over these years I have observed how Design as a profession has changed from its initial days as a form-giver, concentrating largely on the poetry, to creating systems.¹ Design-for-systems implies not only the Internet of Things or product-service ecologies, but, further, design's role in forming socio-political frameworks. The idea of novelty, in which the design profession was intrinsically assigned to 'do something magical' and to 'find the new',² must give way to understanding designers as negotiators of intractable (wicked) systems. Design education, I believe, must increasingly work with theory and implications of it in the praxis. This is necessary for inculcating a culture of critical reflection in the future practitioners of Design. A designed intervention continues to design.

For Design is the conjunction between human users and the materiality of the world that surrounds them.³ It is Design's propinquity to the 'real' human issues that has made it a branch of knowledge which is 'not discipline-oriented, but mission- and process-oriented', collaborating with disciplines and skills to deal with »real« problems in their wicked context.⁴

¹ Hugh Dubberly and Paul Pangaro, 'Cybernetics and Design: Conversations for Action', *Design Research Foundations Design Cybernetics*, (2019), pp. 85–99., doi:10.1007/978-3-030-18557-2_4.

² Ranulph Glanville, 'Researching Design and Designing Research.' *Design Issues* 15, no. 2 (1999): 80. doi:10.2307/1511844.

³ In the current trend to focus on immaterial aspects of design, one may not forget that even services are bound to the material world and the corporeality of the users. The effects of digitalisation would not have been possible without material references conveyed via material interfaces. The immaterial can exist only with the material.

⁴ Horst W. J. Rittel and Wolf Reuter, *Planen, Entwerfen, Design: ausgewählte Schriften Zu Theorie und Methodik*, (Stuttgart: Kohlhammer, 1992), p. 5.

APPRENTICE

"As long as it's
carried by the
heart, it's fine." Peter te Bos

»Eigenständiges Denken und kritisches Hinterfragen. Stark in der Analyse. Gute Kenntnis aktueller und historischer Designpositionen. Eigenständige, ideenstarke Ideen (nicht zu eng an Trends orientiert). Charakterstark in der Präsentation (Storytelling). Independent thinking and critical questioning. Strong in analysis. Good knowledge of current and historical design positions. Independent, strong ideas (not following trends too closely). Strong character in the presentation (storytelling). « Alexander Böll

Was bedeutet Nachwuchs? Welche Skills erwarten Sie von Ihren zukünftigen Junior-Art-Directors?

What does junior mean? What skills do you expect from your future junior art directors?



»Denkansätze über die Creative Suite hinaus.

- Interessen, die einen Weitblick ermöglichen.
- Umgang mit den Werkzeugen, die einen Designprozess in alle Kanäle ermöglichen.
- Thinking beyond the Creative Suite.
- Interests that enable foresight.
- Dealing with the tools that enable a design process in all channels. « Oliver Henn



Welche Skills erwarten Sie von Ihren zukünftigen Junior-Art-Directors?

- » Neues Feuer für Projekte besitzen.
 - Hohe Trend-Affinität.
 - Eine generelle Naivität ist auch extrem wichtig. (Ideen haben, ohne die Erfahrung die Idee killen zu lassen).
 - Individuum mit starker Meinung und Argumentationsfähigkeit.
 - Fühlt sich Digital heimisch.
 - Muss mir etwas Seltenes liefern (Hobby, Skill, Portfolio, Humor, Charakter).
 - Grundverständnis, dass diese jobmoderne Kultur schafft und man als Sprachrohr ebenso viel bewirken, sowie zerstören kann.
- Also ein Verantwortungsbewusstsein.
- Have a new fire for projects
 - High affinity for trends.
 - A general naivety is also extremely important. (Having ideas without the experience to kill the idea).
 - Individual with strong opinions and reasoning skills.
 - Feels at home digitally.
 - Must deliver something rare to me (hobby, skill, portfolio, humor, character).
 - Basic understanding that this job creates modern culture and as a mouthpiece you can cause as much as destroy. So a sense of responsibility.«

Benny Machon

»Ich erwarte handwerkliches Können, Präzision, (kontinuierliches) Qualitätsbewusstsein und Respekt vor der eigenen Arbeit. Design ist – bei aller Leichtigkeit des Seins – eine ernste Angelegenheit, wenn man davon leben will. Designer laufen immer Gefahr, nicht als Experten/Berater wahrgenommen zu werden – denn gestalten kann jeder. Und ja, man muss offen für Neues sein und flexibel bleiben. Aber Neues ist nicht per se besser – so wie Einfaches nicht immer effektiver oder Lautes nicht immer attraktiver ist ...

I expect sound craftsmanship, precision, a (continuing) awareness of quality and respect for one's own work. Design is – despite all the lightness of being – a serious matter if you want to make a living from it. Designers always run the risk of not being perceived as experts/consultants – because anyone can design. And yes, you have to be open to new things and stay flexible. But new things are not better per se – just as simple things are not always more effective, or loud things are not always more attractive...« Bastian Bruns

What skills do you expect from your future junior art directors?

»Als Designer sind wir in einer Machtposition, weil wir im Geschäft sind, Dinge und Erfahrungen begehrenswert zu machen. Designer denken kritischer über ihre Verantwortung in der Gesellschaft nach und wofür sie ihre berufliche Energie einsetzen. Es ist wichtig, dass wir unsere Rolle ernst nehmen und versuchen, zum Gemeinwohl beizutragen, wie auch immer wir das für uns selbst definieren.

As designers, we are in a position of power because we are in the business of making things and experiences desirable. Designers think more critically about their responsibilities in society and what they use their professional energy for. It is important that we take our role seriously and try to contribute to the common good, however we define it for ourselves.« Lana Belton

»Solange es vom Herzen getragen wird, ist es in Ordnung.

As long as it's carried by the heart it's fine.« Peter te Bos



»Neugier, bewusstsein für das wesentliche, erkennen und herstellen von zusammenhängen, suchen und aushalten von komplexität und ungewissheit in kreativen prozessen. Curiosity, awareness of what is important, recognising and making connections, seeking and enduring complexity and the uncertainty of creative processes.« Detlef Rahe

»Der Nachwuchs bringt neuen Wind und Ideen in unser Designteam. Frische Absolventen von der Universität oder der Fachhochschule sind der Motor unserer Wirtschaft. Allerdings wäre es wünschenswert in der Lehre vermehrt die Handhabung der benötigten Programme zu lehren, so dass junge Gestalter aus der Praktikumsschraube ausbrechen können.

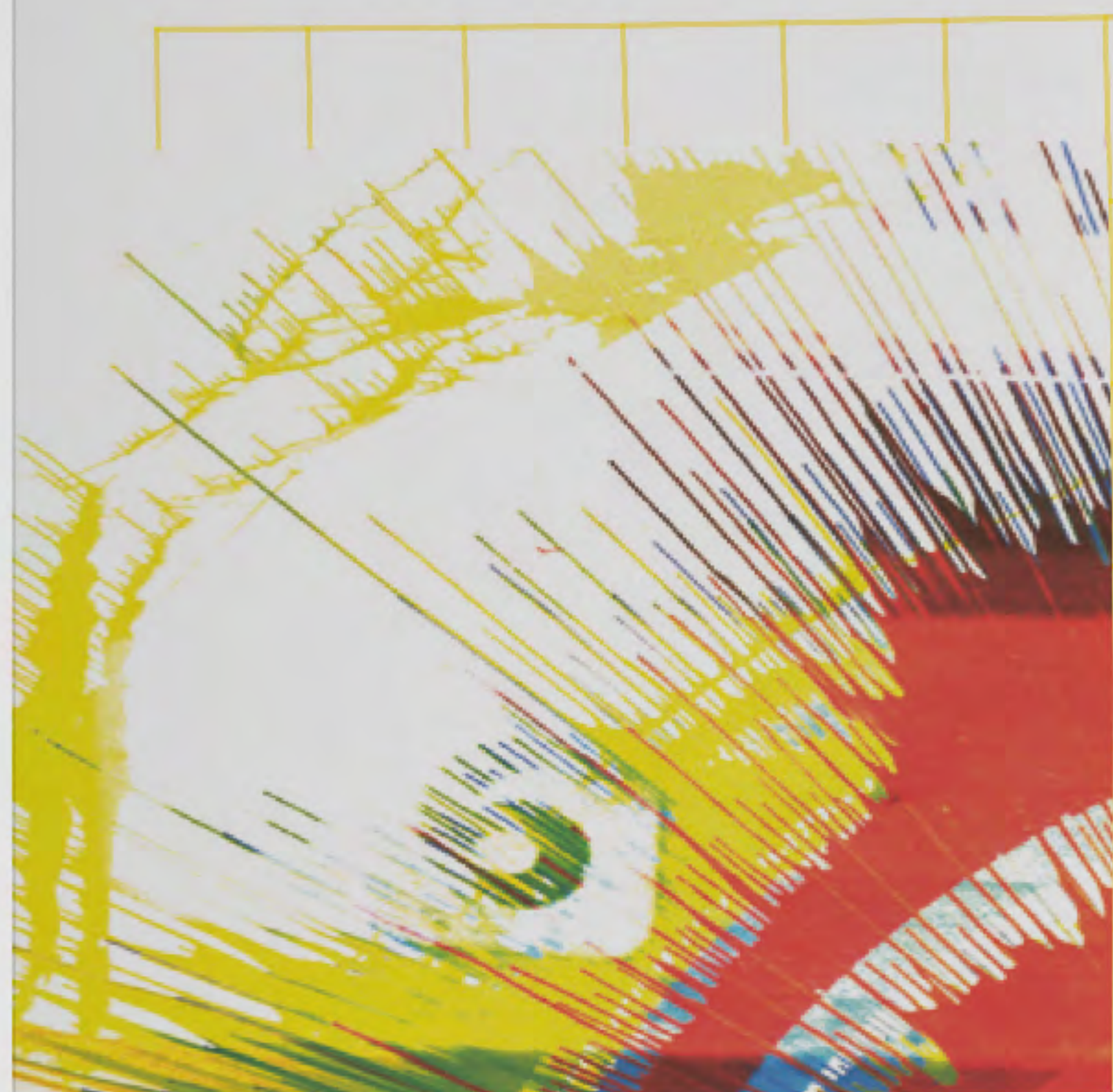
Young talents bring new wind and ideas to our design team. Fresh graduates from university or college are the engine of our economy. However, it would be desirable to increasingly teach the handling of the required programs in teaching, so that young designers can break out of the internship cycle.«

André Konrad

»Was ich von einem Junior Art Director erwarte oder welche Hard Skills Sie brauchen, ist in der Lage zu sein, großartige Arbeit in Adobe-Programmen zu leisten; Photoshop, Indesign und Illustrator. Besonders toll, wenn Sie bewegte Bilder in Premier Pro oder Adobe After Effects erstellen können. Wenn Sie eine andere Möglichkeit haben, Design zu erstellen, ist das großartig. Es ist wirklich wichtig, Ideen im Inneren zu strukturieren und für andere in der Lage zu sein, die Ideen in wenigen Sätzen zu verstehen. Wie ein Elevator Pitch, weil die Zeit immer begrenzt ist. Sie wollen die Ideen in die Welt tragen, es ist wirklich möglich, wenn Sie Menschen dazu bringen können, Ihre Ideen direkt zu verstehen. Es ist wirklich wichtig, sich als Junior zu zeigen.

What I expect from a junior art director, in terms of hard skills, is to be able to complete great work in Adobe programs; Photoshop, Indesign and Illustrator. It is especially great if you are able to create moving images in Premier Pro or Adobe After Effects. These are the most common. If you have any other way to create design that's great too. It's really important to be able to conceptualise ideas and for others to be able to understand the ideas in just a few sentences. Like an elevator pitch, because time is always limited. You want to see the ideas out in the world, it is really available if you are able to get people to understand your ideas directly. It is really important to get yourself out there, as a junior.« Leonard Wendt

»Bei der brand family werden Designerinnen und Designer gesucht, die sowohl Corporate Design als auch Web und Editorial Design beherrschen. Selbst Animationen und Social Media Skills sind gewünscht. The brand family search for designers who are proficient in corporate design as well as web and editorial design. Even animation and skills in social media are desirable.« Felix Hilt

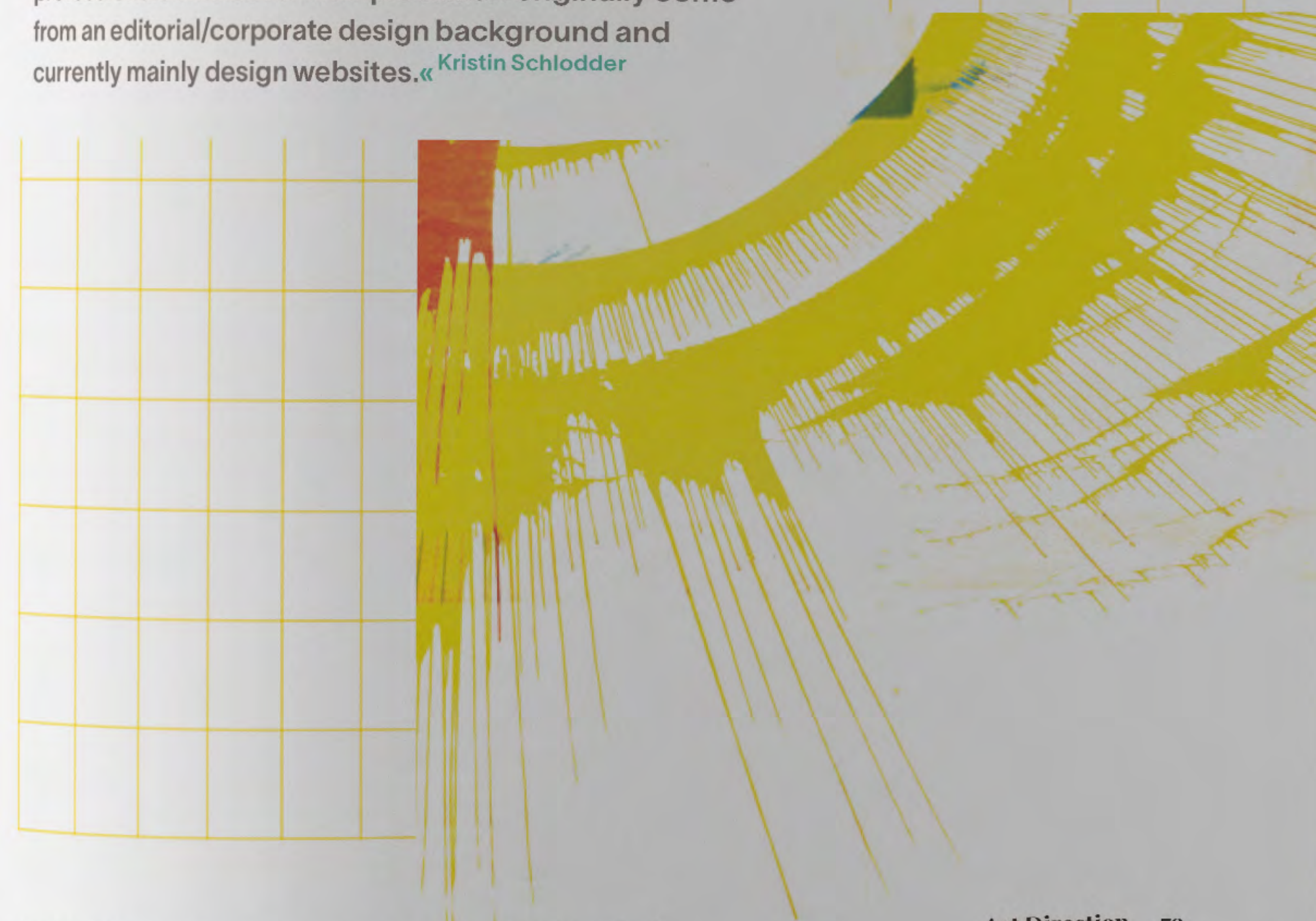


In welche Richtung entwickelt sich der Job des Junior-Art-Directors – gibt es Tendenzen oder eine neue Ausrichtung des Berufsbildes?

In which direction is the job of the junior art director developing? Are there trends or a new direction for the job description?

»Ich denke, als JAD ist eine Ausbildung an einer Designschule nicht mehr zwingend erforderlich. I think for a JAD an education at a design school is no longer mandatory.« Alexander Böll

»Meiner Erfahrung nach hat sich das Berufsbild dahin-gehend gewandelt, dass man in viel mehr Medien kommunizieren können muss. Die Nachfrage nach digitalen Produkten war nach meinem Berufsabschluss längst nicht so groß, wie sie es jetzt ist. Mittlerweile gibt es ja auch viel mehr Tools um zum Beispiel mit KI zu gestalten. Man sollte auf jeden Fall darauf gefasst sein, dass man mit einer spezielle Ausrichtung (Editorial Design, UX-Design, Motion-Design) nicht weit kommt. Fasst alle Agenturen brauchen Fachkräfte, die mehrere Skills abdecken. Ich komme ursprünglich aus dem Editorial / Corporate Design und gestalte derzeit hauptsächlich Websites. In my experience, the job description has changed in that you have to be able to communicate in many more media. After I graduated, the demand for digital products was nowhere near as great as it is now. In the meantime, there are also many more tools for designing with AI, for example. In any case, you should be prepared for the fact that you won't get very far with a special focus (editorial design, UX design, motion design). Almost all agencies need professionals who cover multiple skills. I originally come from an editorial/corporate design background and currently mainly design websites.« Kristin Schlodder

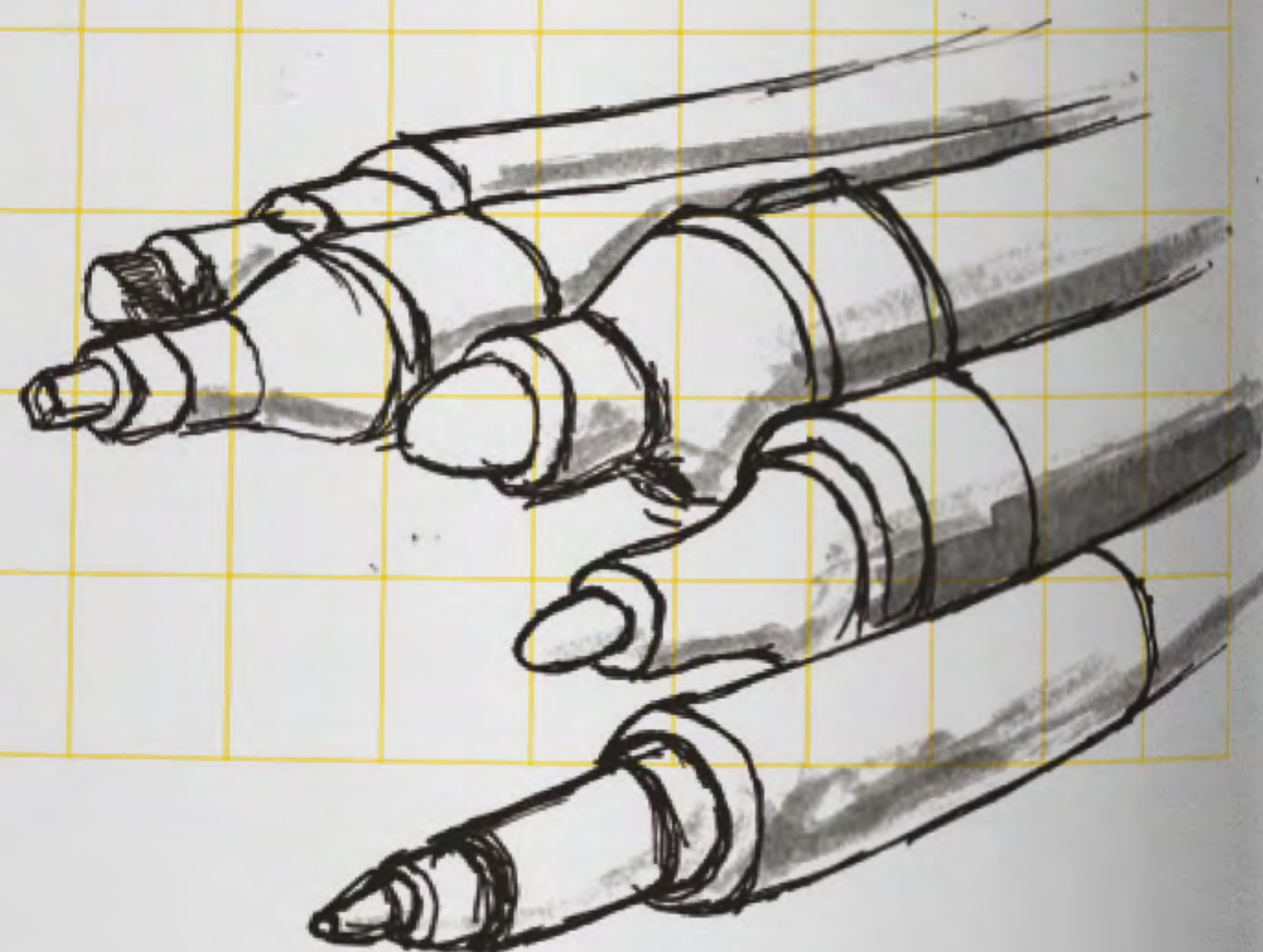


In welche Richtung entwickelt sich der Job des Junior-Art-Directors?

»Ich denke nicht, dass sich der der Job des Junior-Art-Directors wandelt. Die Tools wandeln sich, aber nicht die Aufgabe. I don't think the job of the junior art director is changing. The tools change, but not the task.« André Konrad

»Weiß nicht.
Don't know:)

« Peter te Bos



»Zunächst stört mich die Nomenklatur: Ist Junior Art Director eine Berufsbezeichnung? Wahrscheinlich eher ein Rang. Ein Junior Art Director ist ein Anfänger in unserer Branche. Und niemand will (lange) Anfänger sein. Jeder will Karriere machen. Aber: Ein guter Designer ist nicht unbedingt ein guter Unit Manager oder ein guter Creative Director oder ein guter Vorgesetzter oder ein guter Geschäftsmann etc. Warum sollte man nicht das tun/sein/bleiben, was man gut kann? Wäre es nicht toll, wenn man auch nach 30 Jahren noch stolz ein (sehr gut bezahlter) Art Director sein könnte, oder? Zur Frage: Transformation und Digitalisierung verändern die Arbeitswelt und Gesellschaft – und damit auch den Beruf und die Herausforderungen für die Arbeit von Gestaltern. Ich denke, dass sich das Aufgabenspektrum für Designer immer weiter auffächert in ein Netzwerk spezialisierter Disziplinen. Diese Spezialisierungen erfordern eine breite, stabile Grundausbildung.

First of all, the nomenclature bothers me: Is junior art director a job description? Probably more like a rank. A junior art director is a beginner in our industry. And no one wants to be a beginner (for long). Everyone wants to make a career. But: a good designer is not necessarily a good unit manager, or a good creative director, or a good supervisor, or a good business person etc. Why shouldn't you do/be/stay what you're good at? Wouldn't it be great if you could proudly be a (very well paid) art director even after 30 years of working, right? On the question: Transformation and digitization are changing the world of work and society – and therefore also the job and the challenges for the work of designers. I think that the range of tasks for designers is fanning out further and further into a network of specialized disciplines. These specializations require a broad, stable basic education.«

Bastian Bruns



»Vieles ist »bewegt«, Motion-designer sind sehr gefragt, genauso wie gute UX und UI-Designer, die beide Welten, die digitale mit ihren Medien, Codes und CSS-Stylings und die analoge, die noch weiß, wie man ein ordentliches Satz-bild erzeugt.

A lot of things are "moving", motion designers are in high demand, as well as good UX and UI designers who know both worlds, the digital one with its media, codes and CSS stylings and the analog one that still knows how to create a proper typeset image. « Helge Rieder

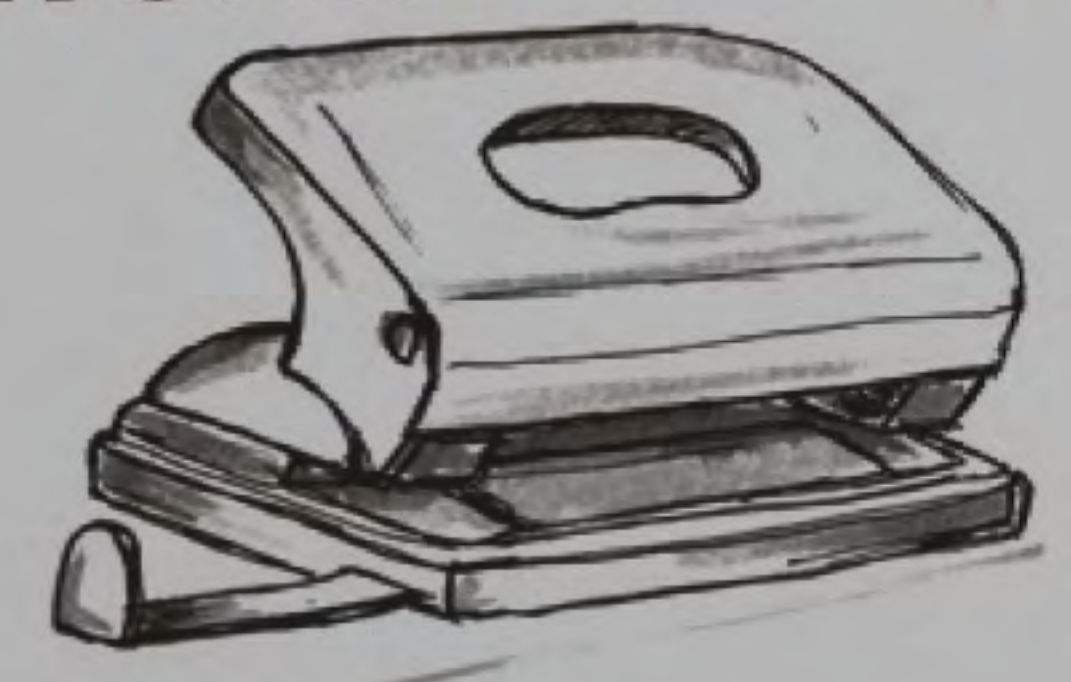
»Vor noch 20 Jahren war der Junior AD ein klassischer »Printler« und konnte eigentlich nur im Design stark sein oder in der Konzeption. Heute ist ein Konzept immer global also medien-übergreifend zu denken. Ein Junior-AD muss in Zukunft noch konzeptioneller an die Aufgabe herantreten. Design ist nur ein Aspekt, die funktionierende Idee steht über allem.

Just 20 years ago, the Junior AD was a classic "printer" and could actually only be strong in design or in conception. Today, a concept is always to be thought of globally, also across media. In the future, a junior AD will have to approach the task in an even more conceptual way. Design is only one aspect, the working idea is above all. « Felix Hilt

»In meiner Wahrnehmung und dem mir bewussten Umfeld werden Stellen mit diesem Titel ausgeschrieben, die dann ein Mediengestalter besetzt. Böse gesagt: Ein junger Pixelschubser wird gesucht und darf den Titel dann tragen. Kreative Verantwortung wäre schön, ich kann dazu keine bessere Auskunft geben. In my perception and in the environment I am aware of, positions with this title are advertised, which are then filled by a media designer. Simply: a young pixel pusher is wanted and then allowed to bear the title. Creative responsibility would be nice, I can't give any better information on that. « Oliver Henn



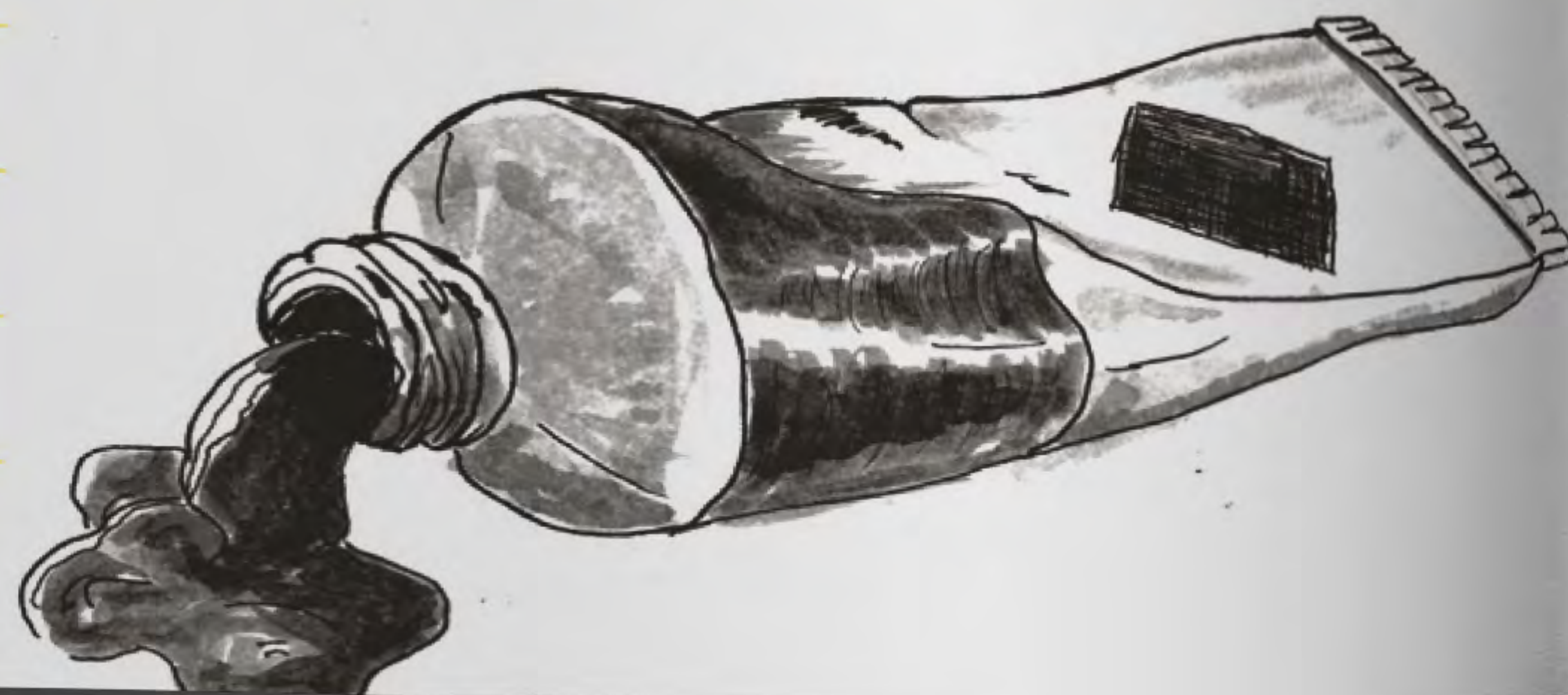
»In alle richtungen gleichzeitig, high-tech – low-tech, massenproduktion – handwerk, problemlösend – kritisch beleuchtend, progressiv – reflexiv, digital – analog, die abwesenheit von goldenen regeln oder standardisierungen und die suche nach antworten in der vielfalt des lebens prägt kreatives schaffen. In all directions at the same time, high-tech – low-tech, mass production – craft, problem-solving – critically illuminating, progressive- reflexive, digital-analogue, the absence of golden rules or standardisations and the search for answers in the diversity of life characterises creative work. « Detlef Rahe



In which direction is the job of the junior art director developing?

»Was wichtig ist, man muss sich als kompletten Allrounder verstehen. Es gibt in meinem Umfeld keine Agenturen, in denen Leute ausschließlich Fotografen sind oder ausschließlich editorial machen. Je breiter man aufgestellt ist, desto besser. Es wird nicht erwartet sofort alles zu können, jedoch wird eine Neugier in mehreren Bereichen benötigt. Klassische Full-Service-Denkweise ... Spezifikation ist nicht immer gleich besser.

What's important is that you have to see yourself as a complete all-rounder. In my environment, there are no agencies where people are exclusively photographers or exclusively do editorial. The broader you are, the better. You are not expected to be able to do everything right away, but a curiosity in several areas is needed. Classic full-service thinking... specification doesn't always equal better.« Benny Machon



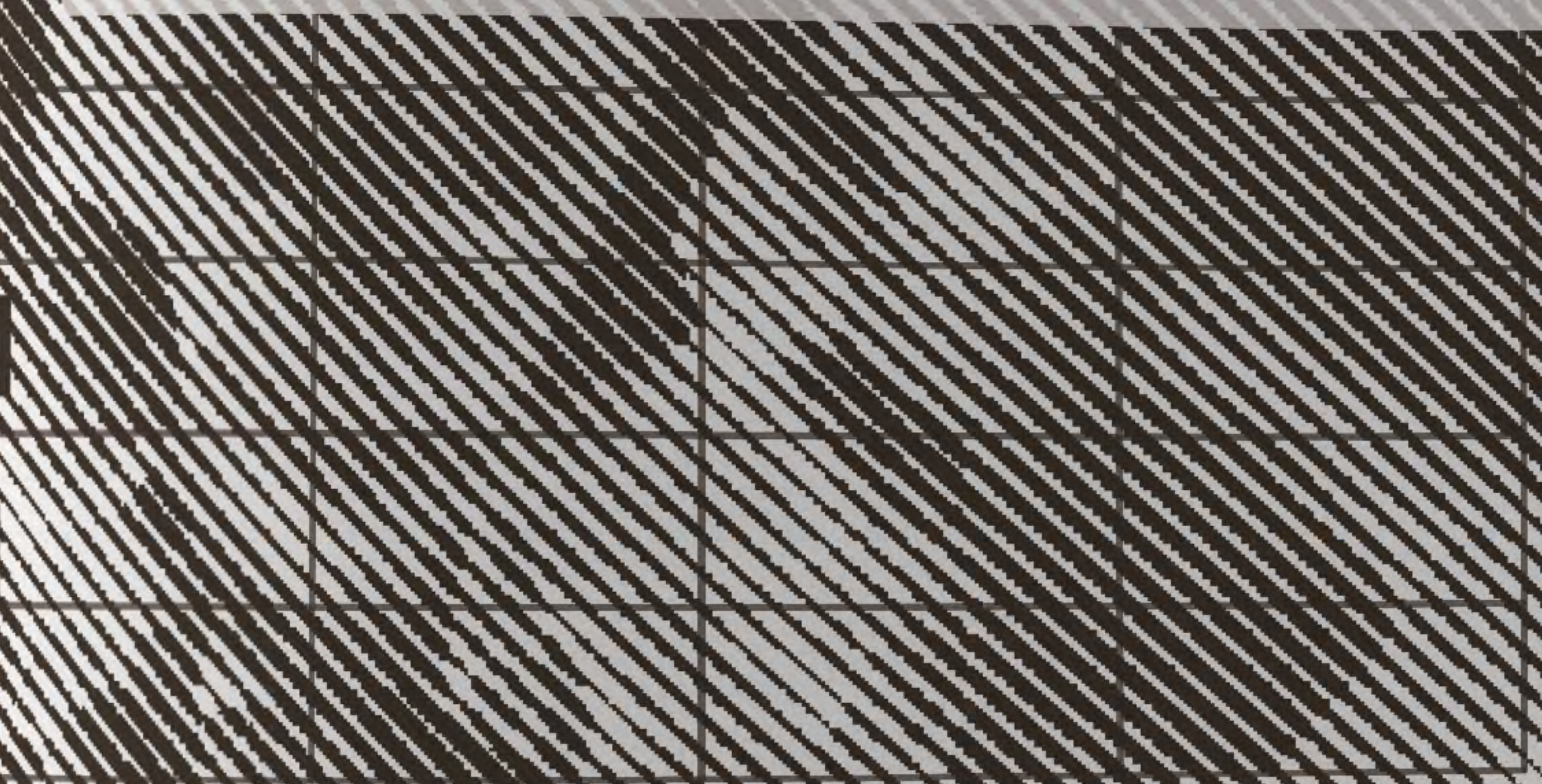
»Viele Leute denken, dass es bei Junior Art Direction hauptsächlich um Design geht, aber ich denke, dass Junior Art Direction heutzutage viel konzeptlastiger ist. Was einen guten Art Director wirklich ausmacht sind seine Konzepte. Jeder kann jemanden ersetzen, der gut mit Photoshop usw. umgehen kann, aber die Konzepte, die man aus seiner Erfahrung, seinem Lernen und seinem Leben entwickelt, sind von höchstem Wert. Vielleicht haben Sie einen völlig anderen Hintergrund als ich, was bedeutet, dass Sie eine ganz andere Denkweise und Perspektive einbringen. A lot of people think Junior Art Direction is mainly about design, but nowadays I think Junior Art Direction is far more concept heavy. What really makes a good Art Director is their concepts. Anyone can replace someone that is good at Photoshop etc., but the concepts that are developed from your experience, learning and your life; that is of the highest value. You might have a background which differs completely to mine, which means you bring a whole other mindset and perspective.« Leonard Wendt



TOP SECRET

**"A good idea
will always be
worth a lot."**

Leonard Wendt



SECRET



Wie lauten die großen, zukünftigen Fragen des Designs?

What are the big, future questions of design?

»Wie lauten die großen, zukünftigen Fragen des Designs? Das ist für mich eine sehr komplexe und schwierig zu beantwortende Frage.

Vermutlich wie man es schafft, in einer immer schnelllebigeren Zeit, in der Ressourcen-Knappheit herrscht und Menschen hektisch von A nach B flitzen, empathisch, nachhaltig und innovativ zu kommunizieren.

Personally, this is a very complex and difficult question to answer. Probably how to communicate emphatically, sustainably and innovatively in an increasingly fast-moving age in which resources are scarce and people are frantically dashing from A to B. « Kristin Schlodder

»Wie bekomme ich die Fähigkeit, Zusammenhänge und Details wahrzunehmen?

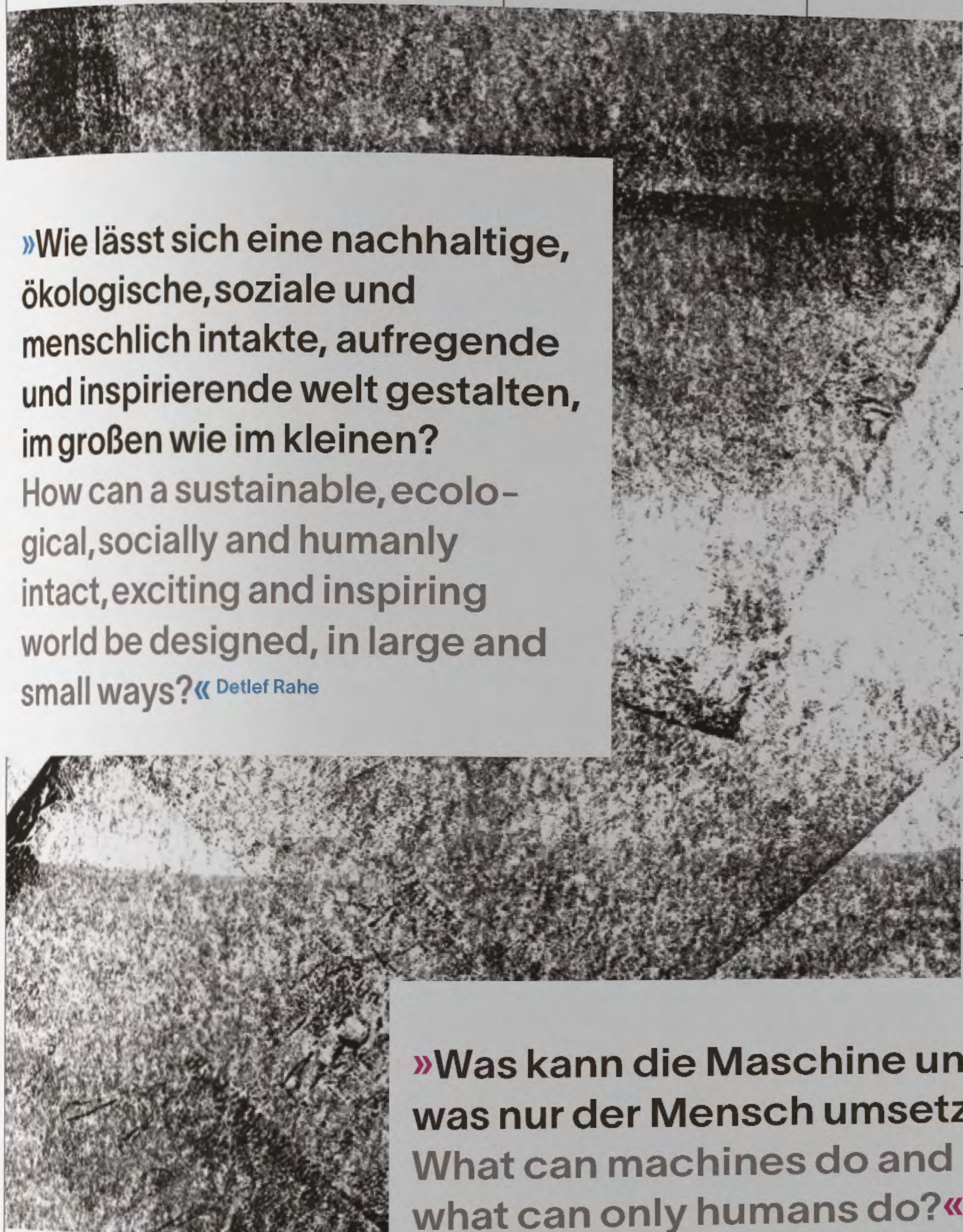
- Wie kann ich mir interdisziplinäres und interkulturelles Denken aneignen? (alles hat einen weiten Geltungsbereich, falls zutreffend).
- Wie schaffe ich es, meine moralischen und ethischen Werte zu wahren (und trotzdem etwas zu verdienen)?
- Für wen oder was stelle ich mich zur Verfügung?
- Alles entwickelt sich schnell, nichts kann jemals fertig werden. Es ist eher wie in Etappen. Wie kann Design darauf reagieren?
- How can I gain the ability to perceive context and details?
- How can I acquire interdisciplinary and intercultural thinking? (everything has a wide scope, if applicable)
- How do I manage to maintain my moral and ethical values (and still earn something)?
- For whom or what do I make myself available?
- Everything develops rapidly, nothing can ever be finished. It's more like stages. How can design react to this? « Alexander Böll





»Wie lauten die großen, zukünftigen Fragen des Designs? Design ist eine Branche, die sich im stetigen Wandel befindet und sich den Bedürfnissen des Markts anpassen sollte. Fachfremde Personen verstehen oft nicht, wieviel Zeit es benötigt, sich in ein Projekt und eine Branche einzuarbeiten, deshalb leidet oft der Wert unserer Dienstleistung unter einer Diskrepanz in der Wahrnehmung der unterschiedlichen Stakeholder. Dabei stellt sich die Frage: »Wie schaffen wir es dabei, den Wert von Design als Dienstleistung in Zukunft noch klarer zu kommunizieren?«

Design is an industry that is constantly changing and should adapt to the needs of the market. People from outside the field often don't understand how much time it takes to become familiar with a project and an industry, so the value of our service often suffers from a discrepancy in the perception of different stakeholders. This raises the question, "How do we manage to communicate the value of design as a service more clearly in the future?" « André Konrad



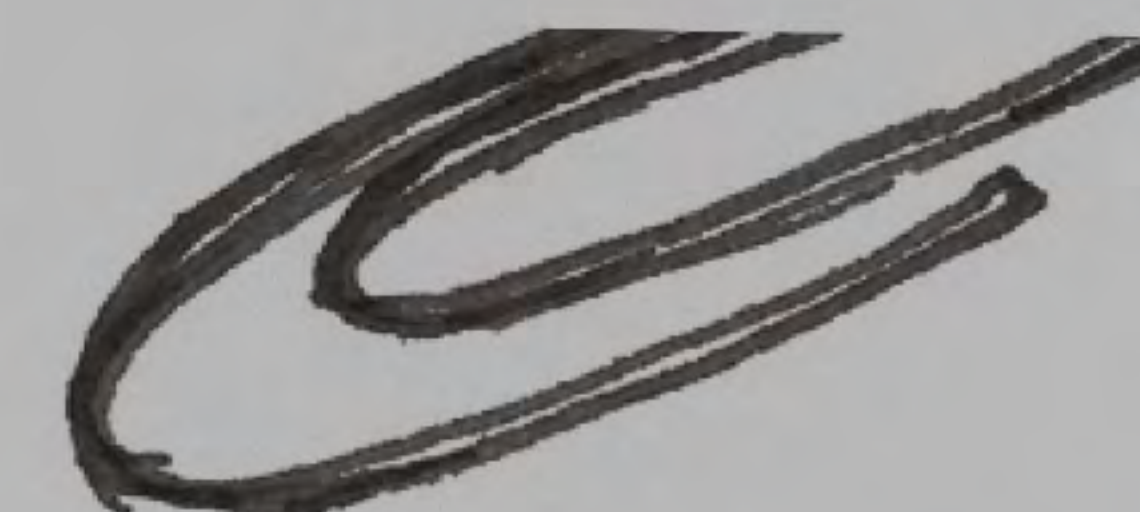
»Wie lässt sich eine nachhaltige, ökologische, soziale und menschlich intakte, aufregende und inspirierende Welt gestalten, im großen wie im kleinen? How can a sustainable, ecological, socially and humanly intact, exciting and inspiring world be designed, in large and small ways?« Dettlef Rahe

»Was kann die Maschine und was nur der Mensch umsetzen? What can machines do and what can only humans do?« Felix Hilt

- » Wie nachhaltig muss Design sein?
- Ist Design nur eine Dienstleistung?
- Welche Werte – auch gesellschaftlicher Art – können durch Design mitgeformt, mitgebildet werden?
- Ist Design nur einer Elite zugänglich oder wird Design von allen Schichten wahrgenommen, benötigt, angenommen?
- How sustainable does design have to be?
- Is design just a service?
- Which values – also of a social nature – can be mutated and formed through design?
- Is design only accessible to an elite or is design perceived, needed and accepted by all layers of society? « Oliver Henn



» Sind Sie flexibel? Sind Sie bereit, etwas zu schaffen?
Are you flexible? Are you willing to create? « Peter te Bos



» Prozentuale Relevanz von Print in der Zukunft, 3D-Design in der Zukunft, New Media Metaverse – was macht das mit der Kommunikation? Video-Portrait-Design, Storytelling für eine Generation mit Aufmerksamkeitsspanne 0, Werbung weg von Unternehmen und zurück in die Hände der Menschen (siehe TikTok im Vergleich zu Instagram), was macht dieser Senderwechsel mit der Kommunikation, Überdenken von Stereotypen & Techniken. Percentage relevance of print in the future, 3D design in the future, New media Metaverse – what does it do to communication? Video portrait design, storytelling for a generation with an attention span of 0, advertising going away from companies and back into the hands of the people (see TikTok compared to Instagram) what does this sender change do to communication, rethinking stereotypes & techniques. « Benny Machon

»Die zentrale Frage lautet: Welchen Mehrwert schafft Design? In einer Welt von Egalitarismus, Kurzlebigkeit, Fake News, visueller Inflation und massivem Qualitätsverlust in Form/Funktion/Gebühr müssen wir meiner Meinung nach über die wesentlichen Aufgaben und Werte nachdenken. Die Frage an die Gestalter muss also lauten: Mit welchem Beitrag erhalte/erzeuge ich den Sinn und Wert von Design? Die Fragestellung für die Gestaltung muss lauten: Welchen Nutzen und Mehrwert schaffe ich für Anwender/Verbraucher/Empfänger?

The central question is: What added value does design create? In a world of egalitarianism, short-livedness, fake news, visual inflation and massive loss of quality in form/function/fee, I think we need to reflect on the essential tasks and values. The question for the designers must therefore be: with what contribution do I obtain/create the meaning and value of design? The question for design must be: what benefits and added value do I create for users/consumers/recipients?«

Bastian Bruns

»Eine gute Idee ist immer viel wert, aber sind Sie als Designer auch in der Lage, in einem neuen Medium zu gestalten? Ob es sich um ein gedrucktes Magazin, einen Film oder soziale Medien handelt. Es spielt keine Rolle. Es geht nur darum, mit einem neuen Medium arbeiten zu können.

A good idea will always be worth a lot, but are you as a designer capable to design in a new medium?

Whether it's a printed magazine, film or social media. It doesn't matter. It's all about being able to work with a new medium.« Leonard Wendt

Welchen Stellenwert wird die feinsinnige, reflektierte Gestaltung im klassischen Advertising-Kontext einer Full-Service-Agentur einnehmen?

What status will subtle, reflective design have in the classic advertising context of a full-service agency?

»Hoffentlich den höchsten?
Hopefully the highest?« Detlef Rahe



»Wesentlich. Ohne Reflexion und Wissen um die Macht von Design (Kampagnen) wird weiterhin viel Schrott verkauft, der (egal was) gleich aussieht. Ohne Feinsinn und Reflexion sieht alles beim Alten aus und eine kritische Haltung in der Gesellschaft wird weiter abnehmen. Da haben wir eine große Verantwortung: Wem geben wir unsere Fähigkeiten? Essential. Without reflection and knowledge about the power of design (campaigns), a lot of junk will continue to be sold that looks the same (no matter what). Without subtlety and reflection, everything will look the same and a critical attitude in society will continue to decline. There we have a great responsibility: to whom do we give our skills?« Alexander Böll

»Ich denke bei einer Full Service Agentur eher wenig. Allerdings bei spezialisierten Agenturen sieht die Welt schon wieder ganz anders aus, dort ist gute Gestaltung der USP. I think with a full service agency, rather little. However, the world looks quite different for specialized agencies, where good design is the USP.« André Konrad

»Es sollte wichtig sein zu verstehen, dass es einen Unterschied zwischen Designer und Werber gibt. Design ist auf Ästhetik aus und eher darauf, neue Wege zu gehen. Design kann extrem kompliziert sein und unverständlich, aber auch einfach und simpel. Werbung hat immer das Ziel, eine Message zu kommunizieren und variiert hier wenn, dann in Lautstärke, Zielgruppe, Medium... Design ist daher der Türöffner, um die gewünschte Message so effizient wie möglich zu kommunizieren. Deswegen extrem wichtig. Kann in seiner Komplexität jedoch mehr, als nur das. It should be important to understand that there is a difference between designer and advertiser. Design is about aesthetics and more about breaking new ground. Design can be extremely complicated and incomprehensible, but it can also be simple and straightforward. Advertising always has the goal to communicate a message and varies here if, then in volume, target group, medium... Design is therefore the door opener to communicate the desired message as efficiently as possible. Therefore it is extremely important. In its complexity, however, It can do more than just that.«

Benny Machon

»Du benötigst auf der Kunden-
seite jemanden, der die
Qualität deiner Arbeit goutiert
und entsprechend honoriert.
Da das gestalterische Qua-
litätsbewusstsein (und meiner
Erfahrung nach leider auch
immer häufiger die diesbezüg-
liche fachliche Expertise) der
Auftraggeber manchmal über-
schaubar und die Projekte fast
immer monetär limitiert sind,
bleibt häufig weniger Spielraum
für das Feinsinnige. Aber egal
welche Rahmenbedingungen
– reflektiert sollte Deine Ge-
staltung immer sein.
You need someone on the
customer side who appreciates
the quality of your work and
rewards it accordingly. Since
the creative quality aware-
ness (and, in my experience,
unfortunately also more and
more often the relevant tech-
nical expertise) of the client is
sometimes manageable and
the projects are almost always
limited in terms of money,
there is often less leeway for
the subtle. But no matter
what the general conditions –
your design should always
be reflected.«

Bastian Bruns

»Es wird immer noch wichtig
sein, aber nimm es nicht zu ernst.
It still will be important,
but don't take it too seriously.«

Peter te Bos





»»Wird« ist wahrscheinlich durch »hat« zu ersetzen. Mein Gefühl und meine Wahrnehmung wurde da oft verletzt. Also wäre es anzustreben, dass die feinsinnige und reflektierte Gestaltung ihren Stellenwert untermauert und dadurch zeigt, dass gute Kommunikation, gutes Design immer auch eine Haltung sein wird.

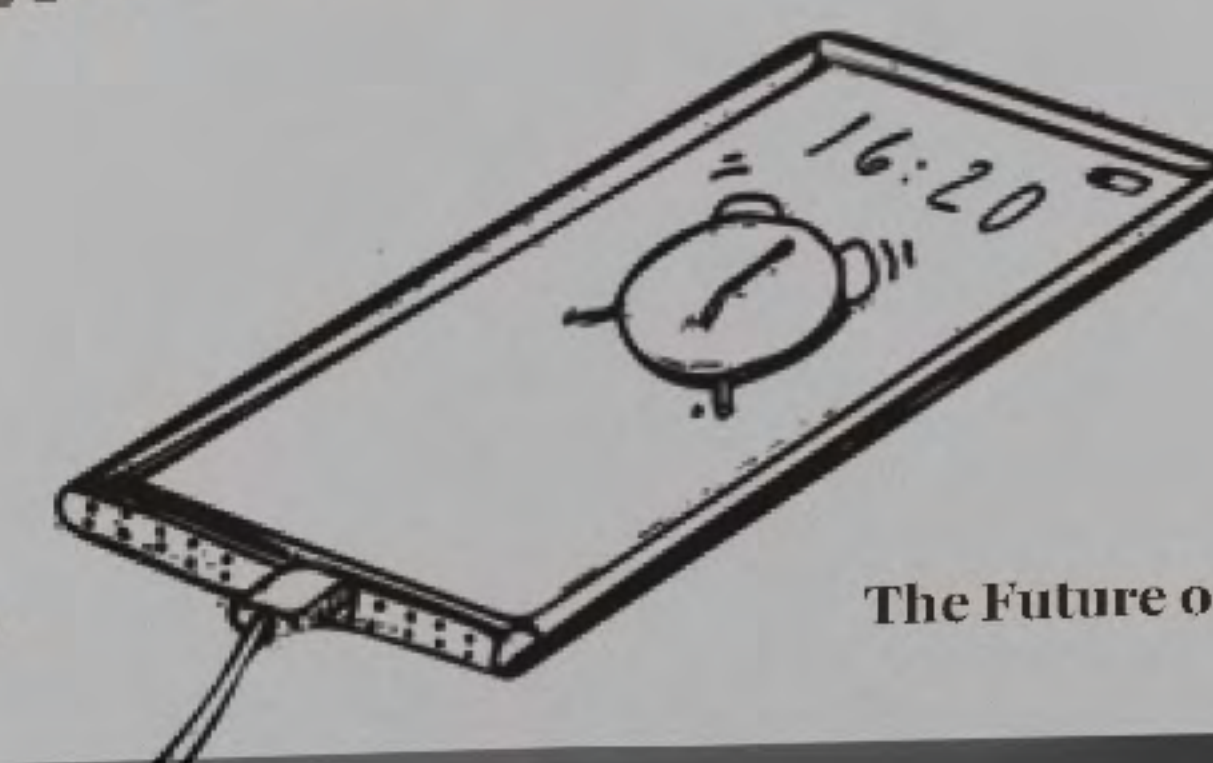
"Will" is probably to be replaced by "has". My feeling and my perception was often hurt. It would therefore be desirable for the subtle and well-considered design to underpin its importance and thus show that good communication and good design will always be an attitude. « Oliver Henn

»Eine feinsinnige und reflektierte Gestaltung ist immer gut, und klassische Werbung wird benötigt, nach wie vor, es kommt auf die strategische Vermarktung des jeweiligen Produkts oder Dienstleistung an.

A subtle and well-considered design is always good, and classic advertising is still needed, it depends on the strategic marketing of the respective product or service. « Felix Hilt

»Regeln für gutes Design, Typografie, Grafikdesign usw., aber es ist nicht immer Zeit, so perfekt zu sein, wie Sie es möchten. Nicht jedes Modell kann perfekt sein. Es ist gut, diese Designregeln zu kennen, damit Sie wissen, wie man mit ihnen arbeitet, und welche Sie überspringen können, um immer noch gutes Design präsentiert zu bekommen.

Rules of good design, typography, graphic design etc., but there is not always time to be as perfect as you want to be. Not every mock up can be perfect. It is good to know these design rules, so you know how to work with them, and which ones you are able to skip to still have good design presented. « Leonard Wendt



Das Projekt-Anschreiben: The Call for Entries:

Liebe KollegInnen, FreundInnen
und DesignerInnen.

Im Zuge eines Projekts innerhalb des Kurses Editorial-Design an der »University of Europe«, bitten wir Euch/Sie, uns einige Fragen zu beantworten. Worum geht es bei »touchdown«? Designausbildung an Hochschulen fährt meist auf Sicht, nur selten stellt sie die Avantgarde. Dieses Projekt will fragen, welche Qualifikationen von Hochschul-Absolvent:innen verlangt/erwartet werden. Wir fragen in die kreativen Industrien, bei Ihnen/Euch nach und verarbeiten die Auskünfte in einem Editorial-Projekt im WS 21.

Dear designers, colleagues and friends,
As part of a project of the Editorial Design course at the University of Europe, we would like you to answer a few questions. What is "touchdown" about? In general, academic design education has a tendency to operate with a short term perspective, and rarely represents the avantgarde. This project will ask what the creative industry expects from the qualifications of graduates. From your answers, we will hear from the creative industry. We will edit and publish the responses in our Editorial Project in WS 21.

Übersicht der Fragen: Overview of Questions:

Allgemein / General

1. Wie lauten die großen, zukünftigen Fragen des Designs?
1. What are the big, future questions of design?
2. Was bedeutet Nachwuchs? Welche Skills erwarten Sie von Ihren zukünftigen Junior-Art-Directors?
2. What does junior mean? What skills do you expect from your future junior art directors?
3. Soft skills: Es gibt neben der fachlichen Qualifikation noch weitere Kriterien bei der Einstellung – welche »weichen Faktoren« sind Ihnen wichtig?
3. What kind of soft skills do you find are crucial for employment?
4. Was sollten Studierende direkt nach dem Studium machen?
4. What should students do directly after graduation?

Beruf / Profession

5. In welche Richtung entwickelt sich der Job des Junior-Art-Directors – gibt es Tendenzen oder eine neue Ausrichtung des Berufsbildes?
5. In which direction is the junior art director's job-profile shifting?
6. Sie stellen ein. Nach welchen Kriterien entscheiden Sie?
6. You're hiring. What are your criteria?

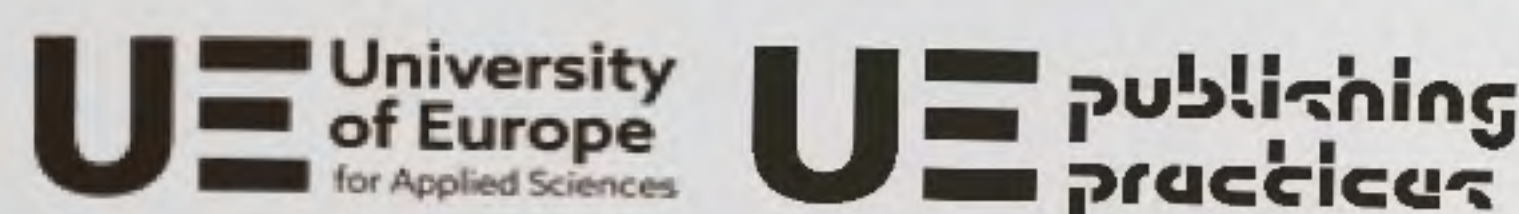
Ausbildung / Education

7. Was fehlt? Gibt es seitens der zukünftigen Arbeitgeber in der Agenturwelt einen »gap of education« in der akademischen Ausbildung von Gestaltern?
7. What is missing? Is there a 'gap in education' in the academic training of designers on the part of future employers in the agency world?
8. Welche speziellen Qualifikationen sollten Studierenden vermittelt werden?
8. What special qualifications should students be taught?
9. Was sollte eine Hochschule darüber hinaus vermitteln?
9. What else should a university teach their students?
10. Welchen Stellenwert wird die feinsinnige, reflektierte Gestaltung im klassischen Advertising-Kontext einer Full-Service-Agentur einnehmen?
10. What status will subtle, reflective design have in the classic advertising context of a full-service agency?

Die Konzeption entstand im Corona-Wintersemester 2022 in dem Editorial Design Kurs an der »University of Europe« / Campus Berlin. Der Kurs wurde vom Martin Mosch gegeben, die Projektidee stammte von Prof. Daniel Henry Bastian. Sämtliche Illustrationen und Fotografien entstanden für das Projekt. Das eigentliche Magazin wurde in der Semesterunterbrechung von Melanie Timmler, Jessica Payne, Agnes Marktorp Ring, Jano Bruns, Luisa Claaßen, Pia Belitz; unter der Supervision von Prof. Daniel Henry Bastian weiterentwickelt und final gelayoutet.

The concept was developed in the Corona winter semester 2022 in the editorial design course at the "University of Europe", Campus Berlin. The course was given by Martin Mosch, the project idea came from Prof. Daniel Henry Bastian. All illustrations and photographs were created for the project.

The magazine was further developed and layout finalised during the semester break by Melanie Timmler, Jessica Payne, Agnes Marktorp Ring, Jano Bruns, Luisa Claaßen and Pia Belitz; under the supervision of Prof. Daniel Henry Bastian.



Impressum:
Projekt »touchdown«

Auflage: 1.000
ISBN: 978-3-948312-06-0

Projektverantwortlich/
Herausgeber/Editor:
Prof. Daniel Henry Bastian
&
WS 2022 / UE / Campus Berlin /
Fachbereich Art & Design

Seminar: Editorial Design
Martin Mosch

Korrektorat 1: Deutsch (Englisch):
Gabriele Karamichalis, Berlin

Korrektorat 2: English:
Josie Rogers

Druck:
Pinguin Druck, Berlin 

Schrift:
TWK Lausanne / Nizar Kazan.
www.weltkern.com
Playfair Display / Claus Eggers
Ørensen / Google Fonts

Papier:
Metapaper

Übersetzungsplattform:
deepl.com

ProjektteilnehmerInnen

Project team

Jessica Payne
Melanie Timmler
Agnes Marktorp Ring
Jano Bruns
Pia Belitz
Luisa Claaßen

Seminar teilnehmerInnen

Seminar members

Agnes Marktorp Ring
Jessica Payne
Melanie Timmler
Arundhati Shenoy
Pablo Mogollon
Maria Jose Robles
Cheuk Hei Wong
Dennis Illin
Elena Victoria Gonzalez
Navarro
Anastasiia Kucherenko
Ayotunde Osuntola
Raneem Mohamed
Natacha Elanor Steyn
Jiahao Yao
Najla Ibrahim
Katharina Dietrich
Alessandra Arcos
Nishchay Nimbekar
Rohan Singh

Klimaneutraler Druck auf
Recycle-Naturpapier aus lokaler
Produktion.
Climate-neutral printing on
Recycled natural paper from local
production.

Art Direction / Layout and Design

Jessica Payne
Agnes Marktorp Ring
Melanie Timmler

Cover and Opening Chapter Design

Melanie Timmler

Visuals

Melanie Timmler

(3 / 32 / 33 / 40 / 68 / 69 / 70 / 75 / 76 / 80
/ 81 / 83 / 92)

Agnes Marktorp Ring

(9 / 30 / 31 / 43 / 52 / 60 / 61 / 64 / 65 / 82 /
86 / 89 / 90)

Arundhati Shenoy

(14 / 15 / 26 / 27 / 38 / 39 / 44 / 45 / 66 / 67
/ 71 / 73 / 78 / 79 / 84)

Pablo Mogollon

(2 / 18 / 19 / 25 / 36 / 37 / 40 / 91)

Maria Jose Robles

(23 / 35 / 48 / 63 / 77)

Dennis Illin

(11 / 17 / 51 / 74)

Jessica Payne

(4 / 5 / 6)

Dieses Magazin fragt welche Qualifikationen und Eigenschaften seitens der kreativen Industrien von Hochschul-Absolvent:innen erwartet und/oder gewünscht werden. 13 Designer:innen und Kreative haben Stellung bezogen und ihre Sicht geschildert. Eine ungewöhnliche Perspektive im Hochschuldiskurs.

This magazin reaches out to designers and agencies in the creative industries to ask for their perspective. What qualifications are they expecting of design school graduates? What do you look out for when employing? 13 designers and creatives shared their opinions and insights.

An unusual perspective in an design school discourse.

ISBN 978-3-948312-05-3

UE publishing
practices

UE University
of Europe
for Applied Sciences