



Überflieger mit Erdung

Mediengestaltung mit Schwerpunkt auf Konzeption und Visualisierung – Ein Ausbildungsbeispiel

Ortstermin in Biberach. Bieder und verschlafen wirkt die ober-schwäbische Stadt an einem grauen Herbsttag. Dabei gehört die Region zu den wirtschaftsstärksten der Republik, mit Maschinenbau, Biotechnologie- und Pharmaindustrie. Gleich in Bahnhofsnähe, in einem hübsch verwinkelten Häuschen, residiert »Artwork-Station«. Die Werbeagentur gestaltet bei Bedarf alles, was das visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens ausmacht – vom Firmenzeichen über Geschäftspapier und Verpackung bis zum Messeauftritt. Inhaber Sascha Weihs war an der Neugestaltung des Berufsbilds »Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien« beteiligt. Genauer gesagt: Er hat die ganz neue Fachrichtung »Konzeption und Visualisierung« miterfunden.

Diese Spezialisierung ist eine Ausbildungschance für kreative junge Leute, die zunächst erforschen, was der Kunde will und braucht, dann überlegen, welche Medienprodukte dafür die richtigen wären, um schließlich entsprechende Designkonzeptionen zu erarbeiten und dem Auftraggeber zu präsentieren. Genau das passende Berufsprofil für die Agenturszene, glaubt Weihs. »Die technologische Entwicklung hat die Werbebranche und die Produktionsbetriebe einander nähergebracht. Wir müssen inzwischen unsere Daten schon druckfertig als Reinzeichnung an die Hersteller

liefern«, beschreibt er die Entwicklung der vergangenen Jahre. Wichtig sei deshalb, dass die Fachkräfte an den jeweiligen Schnittstellen das gleiche Berufsverständnis haben und dieselbe Sprache sprechen.

Mediengestalter erfüllen diese Anforderung, meint der Agenturchef, egal, ob sie sich für die Fachrichtung Planung und Beratung, Gestaltung und Technik oder eben Konzeption und Visualisierung entscheiden. Denn etwa zwei Drittel der Inhalte aller drei Schwerpunkte sind identisch. Und weil Weihs wissen will, wie praxistauglich der Ausbildungsrahmenplan für das

neue Berufsbild ist, hat er im September Mareike Meuter als Auszubildende eingestellt.

Vor der 21jährigen Fachabiturientin liegt eine Übungsaufgabe. Meuter soll für die Kaffeekette »World of Coffee« ein Logo entwickeln, das nicht nur im Briefkopf und auf Visitenkarten überzeugt, sondern sich auch auf Pappbecher, Geschirr und Kaffeemaschinen gut macht. Die angehende Mediengestalterin erklärt ihr Vorgehen: »Ich brauche zunächst eine Grundidee und überlege dann, welche Elemente und Farben ich einsetze und wie ich das anwenden kann.« Eine stilisierte Kaffeepflanze käme als Motiv in Frage. Doch Mareike Meuter entscheidet sich für die Symbole Tasse und Kaffeebohnen und experimentiert am Rechner damit. Einmal ist die Tasse nur schwach angedeutet, die Bohnen fliegen um sie herum, die Brautöne sind zart. In einer anderen Variante hat sie bei Konturen und Farben kräftiger zugegriffen.

Als die ersten Entwürfe vorliegen, gibt ihr Ausbilder Weihs eine Rückmeldung. So regt er an, den Logoentwurf mit der angedeuteten Tasse für Visitenkarten einzusetzen. Als Meuter auf dem Bildschirm das Ergebnis sieht, erkennt sie sofort: »In der starken Verkleinerung wirkt das nicht mehr. Ich muss also die geschlossene Tassen-

form nehmen.« Aber nicht für alle Fragen des Designs gibt es unumstößliche Regeln. »Manches ist Geschmackssache«, sagt die Auszubildende, »jeder hat beispielsweise eine Lieblingsfarbe.«

Damit wird sie im Beruf auch umgehen müssen – denn am Ende zählt der Eindruck des Kunden. Meuter hat bereits vier Monate Vorpraktikum in einer anderen Agentur gemacht, bevor sie in Biberach anfang.



Zufrieden mit dem gewählten Schwerpunkt Konzeption und Visualisierung: Auszubildende Mareike Meuter und Ausbilder Sascha Weihs.

Darum kommt sie nach zwei Monaten Lehre schon gut mit den Gestaltungsprogrammen zurecht. In der Berufsschule in Ulm genießt sie den Austausch mit Auszubildenden aus anderen Betrieben und freut sich am fachspezifischen Lernstoff: »In Deutsch geht es beispielsweise um kreatives Schreiben.« Bisher ist sie dort die einzige Mediengestalterin mit der Fachrichtung Konzeption und Visualisierung.

Die Ausbildungsinhalte dieses Berufsprofils ähneln dem, was angehende Grafikdesigner/innen an der Fachhochschule lernen. »Die Annäherung ist gewollt«, unterstreicht Weihs. Beide Absolventengruppen bräuchten ein gemeinsames Grundverständnis, sagt er. Bei der Konzepterstellung komme den Grafikdesignern die leitende Funktion zu; die Mediengestalter seien die Spezialisten für die Arbeit – bis zur Überprüfung der Produktionsreife eines Auftrags am Farblaserdrucker oder am Proofgerät.

Weihs legt großen Wert auf die technisch perfekte Gestaltung. Das hängt damit zusammen, dass er zunächst Druckvorlagenhersteller Repro-

fotografie gelernt hat und sich als Quereinsteiger zum Werbegrafiker qualifizierte. Schnittstellenkompetenz als Qualitätsmerkmal.

In der Abschlussprüfung nach der dreijährigen Ausbildung müssen die »Visualisierer« eine Designkonzeption entwerfen und ein Medienteilprodukt – ob Logo, Homepage oder Beschriftung – realisieren und präsentieren. Da werden auch die Mitglieder der Prüfungsausschüsse umlernen müssen, glaubt Weihs, der selbst zu diesem Kreis gehört. »Gebraucht werden Menschen, die sich Zeit nehmen und geschmacksneutral bewerten können. Beides ist in der Werbebranche nicht selbstverständlich.« Eine Herausforderung. Denn es geht ja allein darum, die Idee des Prüflings und ihre Umsetzung zu bewerten. Weihs: »Und eine Idee kann gut sein, auch wenn sie nicht meinen persönlichen Geschmack trifft.«

HELGA BALLAUF

Mehr Informationen unter <http://www.zfamedien.de/ausbildung/mediengestalter/>



typohochzehn

X. Tage der Typografie * 22.–25. Mai 2008
im IMK in Lage-Hörste



Die Tage der Typografie bieten die Möglichkeit, sich fernab vom Alltag in Workshops und bei Vorträgen weiterzubilden, kreative Ideen zu entwickeln und sich mit anderen Leuten auszutauschen.

Die Teilnahme ist offen für alle Interessierten im Bereich der Druck- und Medienbranche. Gefragte sind keine Computerkenntnisse, sondern Interesse an Typografie und Gestaltung.

ver.di-Mitglieder zahlen einen vergünstigten Teilnahmebeitrag!

Weitere Informationen und Anmeldung: www.tagedertypografie.de

Vortrag »Zehn Jahre Einsamkeit – Schriftgestaltung seit 1998«

Jan Middendorp – Journalist, Typograf und Autor

Vortrag »Highlights der Buchgestaltung«

Ralf de Jong – Professor für Typografie an der Universität Duisburg-Essen

Plakatworkshop »Ein echter Renner«

Tanja Huckenbeck und Peter Reichard – TYPOSITION. | spatium-Magazin

Kalenderworkshop »Odyssee 2010«

Angelika Götz und Renate Dölzer – Dozentinnen im Museum für Arbeit und Technik Mannheim

Buchworkshop »Titeleien«

Indra Kupferschmid – Professorin für Typografie an der HBK Saar

Pixelchriftworkshop

Paul van der Laan – Dozent für Typografie an der KABK Den Haag