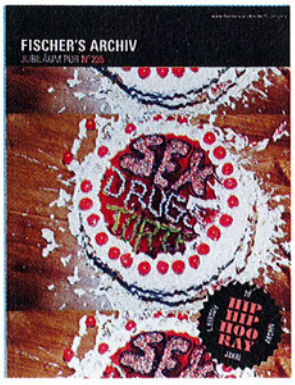
Szene

Was die Kreativbranche und ihre Akteure bewegt

Für »Fischer's Archiv« kramten manche Kreative sogar in alten Familienalben

Jubiläumsausgabe. »Fischer's Archiv«, das Kampagnenmagazin aus dem ONEtoONE-Verlag, wird 20. Anlässlich des Jubiläums gibt es eine Sonderausgabe, die keine einzige Kampagne zeigt. Stattdessen blicken knapp 70 Macher aus der Kreativbranche zurück auf die Jahre, in denen sie selbst 20 waren. Entstanden sind unterschiedlichste Rückblicke auf Zeiten ohne Smartphones und Streamingdienste: Der eine erinnert sich an Lebensweisheiten aus dem Kanadaurlaub (Frank Behrendt von fischerAppelt), der andere an schicksalhafte Entscheidungen, die seinen Karriereweg bestimmten (Stephan Moritz von Mokoh Music). Die Idee zu der so persönlichen und gleichzeitig amüsanten Ausgabe stammt vom Hamburger Designbüro Karl Anders, das auch, die Umsetzung übernahm. *nik*



BDG Business Basics

Wem schadet Arial?

BDG-Vizepräsident Christian Büning klärt aktuelle Fragen aus dem Berufsalltag von Kreativen
↗ www.bdg-designer.de

● Designer müssen sich abgrenzen, und ich habe den Eindruck, sie machen das ganz gerne. Hoch im Kurs steht die Abgrenzung durch satztechnisches Wissen, das sich sofort spitzlippig Bahn bricht, wenn eine Arial Narrow oder ein Auslassungszeichen beim deutschen Genitiv am Horizont erscheint. Ist dieses dann auch noch ein Akzent statt eines Hochkommas, kocht der Pingel über. Ich frage mich: Was bewirkt dieser Satztechnik-Snobismus eigentlich? Der Designer zeigt sich als Nerd mit geringer Leidensfähigkeit, der offenbar keinen Blick fürs Ganze hat. Er sieht seine Umgebung offenbar als unkultiviert und verroht und spürt den inneren Chuck Norris erwachen, um diese Welt im Alleingang zum einzig richtigen Ende zu designen.

Mein Tipp: Wir arbeiten in der Bedürfnispyramide nicht ganz unten, das ist korrekt. Erst kommt das Überleben, dann das Essen und dann irgendwann Kommunikation und Anerkennung. Wenn wir uns aber in Pingelfragen flüchten, dann fehlt unsere Designkompetenz auf vielen weiteren wichtigen Ebenen. Wir sind da am besten, wo hybrides Denken, Verknüpfung und Visualisierung gebraucht werden, egal, ob das Ergebnis nun ein W, ein Winkel oder ein Wort ist. Designer können das und sie sind gut beraten, sich nicht an Grobheiten aus der Schilderküche abzuarbeiten, sondern zu zeigen, was Gestaltung alles kann. Wenn Designer sich um Sinn und Zweck ihrer Arbeit kümmern, dann kommt die Form fast von alleine hinterher. Also mehr Gelassenheit mit Amateurdesign. Es ebnet den Weg für die Profis. Viel Erfolg!

Haben auch Sie Fragen? Dann schreiben Sie uns: businessbasics@bdg-designer.de

Business Basics auf PAGE Online.
Ausgewählte Beiträge lesen Sie unter ↗ www.page-online.de/bdg

Foto: © André W. Sobott, www.aw-sobott.de