


Von: **Benedict Graf, Patrick Kochne** hallo@topicclub.de 
Betreff: Topicclub - die Entwicklung der Designbranche durch die Digitalisierung
Datum: 20. April 2016 um 11:29
An: info@fastfwd.buchlabor.net

fast fwd:

too slow?

07/08 - Topicclub

die Entwicklung der
Designbranche durch
die Digitalisierung

»Design zeigt sich in allen Facetten menschlicher Entwurfsgedanken, Form- oder Sinnggebung und ist also nicht nur die rein äußere, ästhetische oder funktionale Gestaltung der Dinge, sondern auch Gestaltung auf einer Metaebene.

Nach dieser Auffassung ist ein „echter Designer“ also jemand, der auch die Gesellschaft, das Zusammenleben und die Werte- und Sinnfragen unseres Lebens mitgestaltet und aktiv beeinflusst.«¹

Kommunikationsdesign befindet sich durch die digitale Transformation verstärkt im Wandel. Gesellschaftliche Veränderungsprozesse spiegeln sich immer auch in der jeweils aktuellen Definition von Design.

Designer*innen sind nicht mehr an fest bestimmte Aufgabenbereiche gebunden und die Grenzen zwischen den einzelnen Design-Disziplinen scheinen zu verschwimmen. Auch die Abgrenzung zu künstlerischen Handlungsfeldern verwischt zunehmend.

Unser Bachelor-Projekt beschäftigt sich mit der gegenwärtigen Veränderung dieses Berufsfeldes. Interviews mit verschiedensten Designern, beschreiben und reflektieren aktuelle Entwicklungen und Fragestellungen zum Thema.

Design entstand ursprünglich aus dem Handwerk heraus. Im Laufe seiner Entwicklung musste es sich gegenüber anderen menschlichen Tätigkeiten um seine Rechtfertigung bemühen.¹

Die ersten mit dem Wort »Designer« betitelten Personen waren die Industriedesigner. Bis heute gilt Industriedesign als eine der »Ursprungsdisziplinen«, da diese Art von Design mit der Industrialisierung und den Methoden der Massenproduktion begann und diese Zeit maßgeblich geprägt hat.²

Heute ist Design in unseren Alltag stark integriert. Design ist im digitalen Zeitalter zu einem umfassenden, einflussreichen und komplexen Feld geworden.³

Mit der Demokratisierung der Produktionsmittel durch die Digitalisierung im Kommunikations- und Grafikdesignkontext – hat jeder die Möglichkeit »Design zu machen«. Jeder, der sich berufen fühlt, kann sich Designer*in nennen und auch als »Designer« arbeiten. Der Begriff »Designer« ist nicht als Berufsbezeichnung nicht geschützt.

Der User hat sich aus der passiven Rolle des Verbrauchers zum aktiven Mitgestalter seiner Umgebung entwickelt. Durch den Rückkanal in den aktuellen Medien und zunehmendes, technisches »Know-How«, sowie der Demokratisierung von professioneller Software (Werkzeuge: Adobe CS, Logo- und Plakatgeneratoren, Shutterstocks, Mockup's, Tempel-ates, Print on Demand, Digital Druck) befindet sich der akademisch ausgebildete Designer nicht mehr alleine in der Position eines Virtuosen. Dilettantismus ist mittlerweile in der Professionalität angekommen, wie man beispielsweise anhand von user-generated-content in Youtubevideos oder in Memes, in Printmedien oder auf Template-Websites feststellen kann.

Wie gehen wir als Designer mit dieser gesellschaftlich veränderten Denkweise um?

Wie äußert sich das innerhalb unserer Arbeit? Hat professionelles Kommunikationsdesign noch einen Wert?

Das was Kommunikationsdesign am allermeisten ausmacht ist Entscheidungen zu treffen.

1 <http://nadin.name/pdf/wissensg.pdf>

2 http://www.bjoernschmidt.de/_archiv/designcenter-muenchen/wissen/was-ist-design/was-ist-design.html

3 <http://nadin.name/pdf/wissensg.pdf>

Das ist etwas, was mit Übung und vor allem mit Erfahrung zutun hat und Erfahrung braucht Zeit und deshalb glaube ich schon, dass dieses Thema eines Studiums in dem man sich Zeit nimmt um eben diese Dinge auszuprobieren, immer relevanter wird. Ich kann das ganz klar beantworten: »Ja, professionelles Kommunikationsdesign hat seinen Wert!«

Lars Harmsen, Melville Brand-design, München

Meiner Meinung nach darf man sich durch die neuen Kanäle nicht abschrecken lassen. Ich glaube das ist ganz normal. Das ist eine Veränderung und als Designer hat man ständig mit Veränderung zu tun. Manchmal begegnet man dem und es ist erschreckend, wenn da irgendjemand schnell irgendetwas macht was auf eine gewisse Resonanz beim Kunden stößt. Etwa: »Der Sohn von meiner Frau hat da auch mal etwas gemacht.« Ich glaube nicht das so etwas den Designberuf den man Jahre lang ausübt in Frage stellt. Letztlich ist das immer noch die Aufgabe des Designers, nicht zuletzt auch durch seine Erfahrung und ich glaube nicht, dass die Leute die da draußen etwas ähnliches machen wollen eine Gefahr sind. Das ist etwas Neues, aber nicht zwangsläufig ein Konflikt. Im Branding im Speziellen geht es darum, das wiederzugeben was die Marke ist und da kommt jemand mit einem Logogenerator nicht besonders weit und macht da keine Punkte.

Stefan Georgi, Jung von Matt Brand-identity, Hamburg

Der Dilettant entwickelt sich mit Hilfe von open source Designtools und des Internets zum Virtuosen seiner Zeit und ist in einer Position, in der er aktiv seine eigene Umwelt mitgestalten und beeinflussen kann.

Durch das Internet als Informations- und Wissensquelle haben Dilettanten neue Möglichkeiten, sich Wissen über Design anzueignen.

Entsteht dadurch eine neue Lernform?

Wie sollten Designer*innen in der Zukunft ausgebildet werden? Sollten bestehende Lehrstrukturen verändert oder gar abgeschafft werden?

Zunächst einmal denke ich das jede Uni – ganz egal welche – da sowieso ihren eigenen Stil entwickelt hat. Manche sind ein bisschen fortschrittlicher und andere haben ein bisschen die Zeichen der Zeit verschlafen.

Dann hängt das auch viel mit den Dozenten und Professoren zusammen. Wie viel Erfahrung haben diese tatsächlich oder wie lange liegt deren praktische Erfahrung zurück?

Ist das, was sie vermitteln können überhaupt noch relevant heute oder längst überholt?

Wichtig ist, dass die Studierenden viel Praxiserfahrung sammeln können, ganz egal ob das ein klassisches Praxissemester ist oder ob sie einen Coach bekommen, den sie sich aussuchen können, der sie begleitet, worüber sie sich Feedback einholen können ... Das ist wichtig. Es nutzt nicht viel, wenn man eingeschlossen in der Uni, sich ein Haufen Theoriewissen aneignet und dann nicht weiß, wie es in der Realität aussieht.

Alexander Meinhardt, Swipe, Hamburg

Aktuelle technische Entwicklungen stellen die Gestaltungshoheit in Frage. Welche Rolle nehmen wir als Designer*innen jetzt und in Zukunft ein? Werden wir zu Design-Strategen?

Hochschulen sind in der Lehre oft zu sehr auf Ergebnisse, auf Anwendbarkeit und Wirtschaftlichkeit und weniger auf Entwicklungsprozesse und experimentellen Freiraum fokussiert.

Der Faktor »Zeit« bestimmt heute ein Studium mehr denn je in einer – im Gegensatz dazu – immer komplexer werdenden und gleichermaßen schnelllebigeren Gesellschaft.

Studierende werden andere Ansprüche an die Lehre stellen, bzw. eigene Wege innerhalb eines Studiums finden müssen, um sich auf die zukünftige Arbeitswelt als Designer vorzubereiten.

... Ich glaube, dass die bestehenden Lehrstrukturen im Fachbereich Design – was das Bachelorsystem angeht – komplett abgeschafft werden sollten. Die sind völlig obsolet.

Der Lehrplan ist überholt worden von derzeitigen Gegebenheiten. Ich glaube, dass wir durch dieses Bachelorsystem – da werde ich jetzt vielen Kollegen vor den Kopf stoßen – völlig hinten dran hängen mit der Lehre.

Was mich an den bestehen den Lehrstrukturen stört ist, dass einfach unheimlich viel in einen Lehrplan gepackt wird, der alles das verbietet was eigentlich Lehre ist, nämlich wirklich in einzelnen Dingen in die Tiefe zu gehen und etwas auszuloten, auszuprobieren wo die Grenzen sind ...

Lars Harmsen, Melville Brand-design, München

Ich glaube das »Denken« und »die Methoden«, dass sind was du wirklich unterrichten kannst. Du kannst natürlich so basic skills unterrichten wie z.B. Typografie oder Zeichnen. Ich finde jeder Designer sollte Zeichenkurse belegen und zu zeichnen lernen, ich glaube das gibt dir ganz tolle Tools als Designer. Farbenlehre oder Kommunikationstheorie, alle diese Dinge sind

total nützlich. Aber beispielsweise, wie mit Photoshop umzugehen ist oder mit anderer Software, dass halte ich für unnötig.

Robert Stulle, Partner bei EdenSpiekermann, Berlin

Wie geht man am sinnvollsten vor? In Agenturen bewerben oder das eigene Büro gründen?

Sind Agenturen überhaupt noch zeitgemäße Arbeitsmodelle in Zeiten von ständigem Stellen Auf- und Abbau, und lässt sich damit der Lebensunterhalt bezwingen?

Müssen alle Designerinnen und Designer Freigeister werden und aus ursprünglich erlernten Fähigkeiten etwas neues, nie gesehenes machen? Wie gehen etablierte Unternehmen und Agenturen, Freelancer und Neueinsteiger mit der stetigen Veränderung um?

Welche konkreten Berufszweige gibt es und wie vielseitig müssen die Designer von heute sein?

Durch eine immer komplexer werdende Gesellschaft entstehen ständig neue Bedürfnisse, wodurch Design ebenfalls immer vielschichtiger wird. Designer gestalten nicht mehr nur festgelegte Medien (Plakat, Buch, corporate Design, Website), es kommen ständig neue Medien dazu oder verschwinden wieder. Die Grenzen zwischen den Designdisziplinen verschwimmen und lösen sich auf. Designer und Designerinnen sind nicht mehr an bestimmte Aufgaben und Bereiche gekoppelt, sondern entwickeln zunehmend Problemlösungen aus eigenen oder gesellschaftlichen Missständen über die kundenorientierte Arbeit hinaus.

Ist es heute für Designer überhaupt noch relevant, sich zu spezialisieren?

Ich glaube immer, dass es beides braucht. Es gibt viele Rollen und Tätigkeiten bei denen Generalisten gefragt sind, im Moment auch mehr als zu anderen Zeiten. Andererseits werden aber auch gerade in den digitalen Bereichen totale Spezialisten gebraucht. Ich denke, eine Spezialisierung in irgendeiner Form kann einfach nicht falsch sein. Ich glaube, es ist entscheidend, dass man als Gestalter selber Themen findet, die einen wirklich kicken, also die einem richtig Spaß machen.

So etwas ist ja immer mit einer Spezialisierung verbunden und dadurch wird man dann auch richtig gut in dem was man macht. Die Leute wollen immer die Besten haben und die Besten sind in der Regel die Spezialisten.

Ich glaube nicht das der Spezialist aussterben wird. Trotzdem sind derzeit die Anforderung in vielen Bereichen so breit gefächert, dass auch an sehr vielen Stellen Generalisten gebraucht werden.

Ulrike Meyer, Conneting Talents, Berlin

Die Anforderungen an Designer sind extrem hoch. Du musst von ganz vielen Themen relativ viel wissen und dich sowieso für Alles interessieren. Ich glaube, dass eine Spezialisierung auch immer einen Nutzen bringt, weil du dann eben die Möglichkeit hast tiefer in ein Thema reinzugehen. Aber wenn du ganz in einer Nische steckst, dann bist du wahrscheinlich nicht flexibel genug um dich auf vielen Ebenen zu bewegen. Als Designer musst du eigentlich eher breit als tief sein.

Ich glaube, wenn du als Freelancer unterwegs bist, musst du noch mehr skills haben. Denn du musst nicht nur verstehen, was du mit deiner Arbeit schaffen kannst, sondern du musst auch deinen Auftraggeber entsprechend bedienen können und du musst dich

selber auch noch vermarkten. Du bist also auf so vielen Ebenen unterwegs, das ist sehr anspruchsvoll.

Robert Stulle, Partner bei EdenSpiekermann, Berlin

Design bildet immer mehr Nischen, wie z.B. Fanzines, welche ausschließlich die Bedürfnisse kleiner Gruppen bedienen. Nischen sind eher als nostalgische Rückzugsorte anzusehen, können aber langfristig kein tragfähiges Modell für die Weiterentwicklung von Design bilden.

Machen sich Designer in unserer Zeit mit ihren Arbeiten zur eigenen Zielgruppe?

Ist das nutzlos oder trägt es möglicherweise auch zur Weiterentwicklung unseres Designverständnisses und zur Findung unserer neuen Identität als Designer bei ?

Ich glaube, es gibt viele gute Beispiele, wie künstlerische oder gestalterische Arbeit sich einerseits in engeren Szenen und Nischen aufgehalten hat, sich da aber auch geschärft hat und auch Bestätigung gefunden hat. Das halte ich für relevant, weil diese Szenen gleichzeitig von da ausgehend auch auf die Gesellschaft und auf größere Fragestellungen, auf praktische Fragen zugehen kann. Ich würde eigentlich dafür plädieren durchaus künstlerische, eigen-sinnige und spezielle und verschwörerische Nischenprojekte zu machen so viel es geht, wenn man sich auch den Freiraum nimmt, die Grenzen des kleinen Milieus mal zu verlassen und dann nachschaut, was außen herum passiert.

Jesko Fezer, Architekt/Designer, Berlin

Das gibt es, aber ich finde es schlecht. Wenn Designer sich zur eigenen Zielgruppe machen, dann beschäftigst du dich nur mit dir selber und nicht mit der Außenwelt. Ich finde das ist eine der entscheidenden Leistungen, die Design machen kann: Dass es das, was du zu sagen hast, mit der Außenwelt verbindet. Das ist immer ein nach außen hin sehr kommunikativer, sehr sozialer Beruf und wenn du dich in deiner Kapsel um dich selber drehst, ist es für mich nicht spontan.

Robert Stulle, Partner bei EdenSpiekermann, Berlin

»In einer Studie des BDG über die Einkommen von Designer*innen, sprechen die Autoren von einem stetig wachsenden »prekären Vorhof« in dem sich ein Heer von Freelancern mit einem jährlichen Einkommen von deutlich weniger als 10.000€ wieder findet.

Es ist deutlich, dass das Geschäftsmodell von traditionellem Design unter Druck steht.

Die Demokratisierung der Produktionsmittel und das Internet geben jedem die Möglichkeit ein Designer zu sein.

Dabei ist es unerheblich, ob die Ergebnisse qualitativ an die eines akademisch ausgebildeten Gestalter heranreichen.«

Die Kreativwirtschaft befindet sich in einer schwierigen Situation. Der Markt ist übersättigt mit jungen, gut ausgebildeten Designern. Designvorträge und Wettbewerbe vermitteln ein oberflächliches Bild dieses Berufsfeldes. Es werden ausschließlich die schönen Seiten und Projekte dargestellt, wohingegen die weniger repräsentativen »Brotjobs« außen vor gelassen werden.

Wie sollte man angehende Designer auf das Berufsleben vorbereiten?

Inwiefern stimmt dein damaliges Bild des Designberufes mit deinem jetzigen Job überein?

Raus aus der Designblase, das ist ganz wichtig! Innerhalb der Designblase lernt man nur das man zwischen Akzidenz-Grotesk und Helvetica unterscheiden kann, das ist nett aber nur eine Verfeinerung im Elfenbeinturm.

Man muss raus!

Man muss raus aus den Hochschulen, um zu schauen wo man seine Fähigkeiten sinnvoll einsetzen und damit ein Mehrwert generieren kann.

Christian Büning, Informationsgestalter, Münster

»Sieh zu das du in die Praxis kommst« ist schon ein Satz den ich sagen würde, aber dann auch in so einem Sinne: Geh doch mal an die Hochschule oder geh irgendwo hin und versuche etwas über Gestaltung herauszufinden und auszuprobieren.

Mein Rat wäre dann eigentlich nur: Sobald man halbwegs laufen kann, auch mal in die Praxis zu gehen, um auch zu gucken wie es dort funktioniert.

Ich glaube dass, das schon so eine Lücke ist in der Hochschul-ausbildung. Das ist eigentlich eine geschützte Blase und das soll sie auch sein. Aber da erfährt man teilweise nicht die Dinge, die in dem späteren Gestalterleben eine Rolle spielen.

Wer clever ist, der geht schon mal schnuppern und kommt dann nach dieser Schnupperei wieder zurück in die Hochschule, in die geschütztere Umgebung und weiß vielleicht noch ein bisschen mehr in welche Richtung er sich entwickeln will.

Björn Rüter, Labor B Designbüro, Dortmund

Ich hab in einer Zeit angefangen Design zu machen, da gab es keine Computer. Das war so mit Schere und Klebstoff, mein Lehrmeister hatte einen weißen Kittel an, mit dem gespitzten Bleistift in der Tasche ... Dass ich dann eine Zeit meines Lebens so viel vorm Computer verbringen würde, dass hätte ich mir nicht erträumen lassen und das finde ich ehrlich gesagt auch scheisse

auseinandersetzen darf und immer wieder mit neuen Dingen umgehen darf. Das ist meiner Meinung nach das unglaublich tolle daran, eben das man nicht in irgendwo fest hängt, wo man die 40 Jahre im Berufsleben ständig das Gleiche tun muss.

Stefan Georgi, Jung von Matt Brand-identity, Hamburg

Ich finde das sehr bereichernd. Ich finde das toll, dass man so viel sehen kann, dass man immer mitkriegt, was in völlig anderen Ecken auf der Welt passiert und dass auch der Austausch mit meinen Kollegen total schnell und sehr umfassend geworden ist. Es ist eine unglaubliche Bereicherung, dass man heutzutage so schnell und umfangreich kommunizieren und reagieren kann. Das hat meiner Meinung nach nur Vorteile. Ich empfinde das als sehr großes Glück heutzutage zu arbeiten und nicht vor 20 Jahren.

Stefan Claudius, Büro Sichtvermerk, Mülheim a. d. Ruhr

Nein, ich sehe da überhaupt keine Bedrohung sondern eine Bereicherung. Es ist auf jeden Fall eine Herausforderung und es ist auf jeden Fall spannend. Ich ganz persönlich habe großen Spaß daran und finde es sehr interessant, dass wir immer wieder unsere Methoden hinterfragen müssen, dass wir nie das, was wir einmal gemacht haben nochmal genau gleich machen können.

Robert Stulle, Partner bei EdenSpiekermann, Berlin

Die Freiheiten, die wir jetzt haben sind doch in unserer Gesellschaft absolut fantastisch. Aber gleichzeitig mit dem, was da draußen passiert auch völlig irrelevant. Die einzige Relevanz, die Design haben kann, ist wirklich: Können wir mit dem, was wir machen in irgendeiner Form dazu beitragen, dass die Dinge in der Welt sich ein bisschen positiver entwickeln.

Da gibt es nicht so viele Antworten drauf. Es gibt eine Antwort und das ist immer wieder:

Die Haltung.

Lars Harmsen, Melville Brand-design, München

Es ist ja auch nicht so, dass dieser Beruf, den wir mal gelernt haben ausstirbt, ganz und gar nicht. Der Beruf verändert sich halt und das ist auch gut, dass wir einen Beruf gelernt haben der sich verändern kann.

Jonas Herfurth, Büro KöperHerfurth, Dortmund

Die Veränderung, wie Design gemacht wird, in der Denkweise, aber auch in der Arbeitsweise, empfinde ich als total positiven Aufbruch. Ich glaube, es ist eine Chance, die man unbedingt aktiv nutzen sollte.

Jesko Fezer, Architekt/Designer, Berlin

Ich sehe das jetzt nicht als Bedrohung. Ich glaube, man muss akzeptieren, dass ein ständiger Wandel da ist und dass ich mich darauf einstellen muss. Eine Bedrohung ist es erst dann, wenn ich in meiner Existenz gefährdet bin und das bin ich im Moment nicht.

Das Internet ermöglicht es mir auf dem Land zu leben, ohne ständig irgendwo hinfahren zu müssen. Die meisten Sachen gehen über E-Mail, Skype oder durch telefonieren wunderbar. Das ermöglicht mir eben so zu leben, wie ich lebe.

Hubert Jocham, Branddesigner, Allgäu

Es gab schon immer viele Leute, die gute Sachen gestaltet haben. Die hat aber früher Keiner gesehen. Durch das Internet hat sich das aber verändert und es scheint so, als würde es heute viel mehr Kreative geben als früher. Ich sehe die ganzen Gestaltungstools und kreativen Möglichkeiten, die es jetzt gibt nicht als Bedrohung. Ganz im Gegenteil, ich sehe das als Bereicherung, wenn jetzt mehr Menschen die Möglichkeit bekommen, sich kreativ zu entfalten.

Gestalter bekommen durch ein direktes Feedback vom Nutzer ganz neue Eindrücke und Ansichten und können dadurch Sachen überdenken oder verbessern. Daher sehe ich das eher als Chance.


Daniel Kaletka, Freelancer, Köln

Es ist halt immer so, dass die Welt sich permanent ändert und das kann man auch nicht aufhalten. Dabei entstehen neue Chancen und andere fallen weg. Natürlich ist das dann auch eine Bedrohung für den Bestand oder das, was man aufgebaut hat. Aber in dem Moment, in dem man selbst nicht stehen bleibt und diese Dynamik mag, ist das eigentlich eine schöne Sache.

Man muss ja auch nicht jeden Scheiß mitmachen.

Björn Rüter, LarboB Designbüro, Dortmund

Ich persönlich sehe das als Bereicherung, weil es einem erlaubt sich immer neu zu erfinden. Der Designer, der Zukunft muss noch flexibler und anpassungsfähiger sein.



Das Berufsbild des Kommunikationsdesigners war schon immer so, dass man mit vielen Bereichen in Kontakt gekommen ist und genau dieses Spektrum wird eben größer. Das bedeutet als Gestalter, dass man sich ständig neu erfinden muss. Man muss seine eigene Haltung überdenken und schauen, wie man mit der Arbeit vorankommt.

Ich finde das ganz super, weil ich mir persönlich nicht vorstellen kann, 20 Jahre das Gleiche zu machen. Deswegen sehe ich die Veränderungen als Chance.

Artur Neufeld, angehender Freelancer, Hamburg

Ich finde es sehr spannend, was gerade passiert. Es ist einfach zu viel, was gleichzeitig passiert. Man kann das gar nicht mehr verfolgen. Es gibt so viele Facetten und es ist so verschachtelt. Dann gibt es so viele Mikrotrends, alles passiert gleichzeitig. Aber ich sehe keine Bedrohung. Es ist eine Herausforderung, aber im Grunde auch Glück, dass ständig etwas Neues passiert und wir uns eben nicht Tag ein Tag aus mit den selben Sachen beschäftigen müssen. Sondern dass sich ständig etwas verändert, dass neue Tools hinzukommen, neue Strömungen ... Das ist alles sehr spannend.

Was heute machbar ist, ist einfach sehr geil. Man kann gar nicht alles ausschöpfen ...

Dann verstehe ich aber auch einen klassischen Gestalter, der vielleicht aus dem Print kommt und sagt: »Ich habe Angst vor dem digitalen Bereich. Muss ich mich jetzt umschulen lassen? Kann ich überhaupt noch so arbeiten in Zukunft?« Ich glaube, so lange er gestalten kann ist das kein Problem.

Alexander Meinhardt, Swipe, Hamburg



Imprint

fast fwd: *too slow?*

Titel: **Topicclub –**

die Entwicklung der
Designbranche durch
die Digitalisierung

Name: **Benedict Graf, Patrick Kochne**

E-Mail: **hallo@topicclub.de**

www.fastfwd.buchlabor.net

Impressum

fast fwd: *too slow?*

Ein Kooperationsprojekt der Fh Dortmund,
**buchlabor mit Ulrike Brückner und des Design
Research Labs der Universität der Künste
Berlin (UdK) mit Bianca Herlo**

Projektentwicklung und Leitung

Ulrike Brückner, Fh Dortmund
Bianca Herlo, Design Research Lab / UdK Berlin

Autorinnen und Autoren

Andreas Unteidig, Anna-Lena Wenzel,
Goran Rakic, Jennifer Schubert &
Malte Bergman, Michelle Christensen &
Florian Conradi, Sabine an Huef

Interview

Helga Kurzchalia

Master-Seminar fast fwd: *too slow?*

Leitung: Ulrike Brückner, Fh Dortmund

Kompaktkurs Berlin fast fwd: *too slow?*

Living Lab Mehringplatz, Berlin
Leitung: Bianca Herlo, DRLab/UdK Berlin

Teilnehmende Studierende

*Fh Dortmund, Fb Design Masterstudiengang -
Szenografie & Kommunikation*

Alexander Philippi, Franz Thöricht, Julian Graf,
Cynthia Wagner, Halil Adigüzel, Kathrin Seitz,
Martina Suchanek, Maximiliane Wadler

Fh Dortmund, Fb Design -

Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign

Benedict Graf, Claudia Mai, Neeke Reisinger,
Patrick Kochne

UdK Berlin - Bachelor-Studiengänge

Produktdesign, Modedesign

Dennis Nguyen, Hyunjeong Kim, Julia Rölle,
Lilo Klinkenberg, Yair Kira

Publikation fast fwd: *too slow?*

Idee, Konzept, Gestaltung der E-Mail Beiträge
Benedict Graf, Cynthia Wagner, Franz Thöricht,
Halil Adigüzel, Julian Graf, Claudia Mai,
Kathrin Seitz, Neeke Reisinger, Patrick Kochne,
Martina Suchanek

Zusammenfassendes Layout der gesamten

Publikation

Benedict Graf, Patrick Kochne

Gestaltung Autoreneft &

Kompaktseminar – Dokumentation

Benedict Graf, Patrick Kochne

Gestaltung der Website

Claudia Mai
fastfwd.buchlabor.net

Vielen Dank an

Helga Kurzchalia, Prof. Hermann W. Klöckner,
Jennifer Schubert, Prof. Kai Jünemann,
Prof. Dr. Pamela Scorzin, Prof. Sabine an Huef,
Prof. Roger Walk

Buchlabor der Fh Dortmund

Dekanat der Fh Dortmund

Druckerei Kettler

Projektförderung im Programm

Hochschulinterne Lehrförderung (HILF)

Kontakt

Ulrike Brückner, Bianca Herlo
info@fastfwd.buchlabor.net
fastfwd.buchlabor.net

**Fachhochschule
Dortmund**

University of Applied Sciences and Arts

www.fh-dortmund.de



Universität der Künste Berlin

www.udk-berlin.de

Design
Research
Lab

www.design-research-lab.org

stiftung
deutsch-israelisches
zukunftsforum
**מכון
דור
העתיד
הישראלי-גרמני**
zukunftsforum

www.dizf.de