

## **Praktikumsbericht von Clemens Klein**

Bei meiner ersten Praktikantenstelle, stellte ich nach ein paar Wochen fest, dass diese nicht die richtige für mich war. Da stand ich, etwas verunsichert und mit der Frage „Was hatte ich mir genau von einem Praktikum in dieser Branche erwartet?“ Anfang November sind die meisten Praktika dann leider auch schon besetzt sind und das Semester schon recht weit fortgeschritten.

Ich gab nicht auf und bewarb mich bei anderen Agenturen in der Nähe meiner Heimatstadt und hoffte einfach, nächstes Semester wieder einsteigen zu können. Bei der Agentur dege.kommunikation meldete sich der Inhaber persönlich und bot mir einen Einstieg schon Mitte Januar an. Dieses Angebot passte zu meiner Situation perfekt.

Während des Bewerbungsgesprächs konnte ich mir dann einen ersten Eindruck von den Menschen, dem Arbeitsfeld und dem Klima machen. Die Agentur als Ganzes schien freundlich, kompetent und erfahren zu sein. Fragen meinerseits wurden ausführlich beantwortet und es wurde aufrichtiges Interesse an meinen Fähigkeiten und Erwartungen gezeigt. Mit einem guten Gefühl verließ ich die Agentur und erhielt innerhalb einer Woche eine positive Rückmeldung.

Da ich mitten in der Woche anfang, ließ man mich die ersten Tag einfach ankommen. Ich las und sah mich in die laufenden Projekte ein, machte mich mit den Servern und Ordnerstrukturen vertraut, richtete meine Programme nach meinen Gewohnheiten ein. Mit den ersten kleinen Recherchen und Korrekturaufgaben begann dann mein Praktikum bei der dege.kommunikation.

Die Agentur hatte in den Monaten zuvor, über einen Wettbewerb, einen größeren Auftrag erhalten. Ein regionaler Optiker möchte sein mediales Auftreten überarbeiten und konnte von den Ideen der dege.kommunikation begeistert werden. Eine Praktikantin, die schon etwas länger bei der Agentur arbeitete, wies mich in die Aufgaben ein.

Mich überraschte es, mit viel wie Eigenverantwortung sie diverse Entwürfe erstellte und ganz souverän vor ~~von~~ dem Kunden sprach. Zusammen analysierten wir bestehende Werbemedien diverser Konkurrenten, lasen Optikerfachartikel über Trends und die aktuelle Marktsituation. So konnte ich mich immer besser in die Situation des Kunden hineinversetzen: wie konnte man moderne Markeninszenierung mit den traditionellen Werten attraktiv und zielführend verbinden? Ein Medienkonzept und eine verjüngte Marketingkampagne zielte dabei auf eine zeitgemäße Darstellung Unternehmens ab.

Das Marketingkonzept der Agentur lässt dem Kunden bei den Meetings viel Raum zum Nachdenken, Träumen und Erzählen. Jede Meinungsäußerung des Kunden zum Thema lassen die Wünschen, Vorstellungen aber auch Bedenken greifbarer werden. Bei diesem Projekt waren die Entscheidungsträger sich ihrer Ziele-durchaus bewusst. Es wurde intensiv und ausführlich diskutiert. Die vielen verschiedenen Gesichtspunkte die besprochen wurden,

zeigten deutlich, wie umfangreich die Erstellung ein neues Medienkonzept ist und wie wichtig dabei die Unterstützung einer Full-Service Agentur ist. In den Meetings zeichnete sich nach und nach der neue Weg immer deutlicher ab. Im Designprozess selbst griff ich dankbar auf die Themen in den Meetings zurück. In den folgenden Meetings war es daher wichtig, Notizen zu machen um später effizient arbeiten zu können.

Anfangs konnte ich den Auftrag nicht ganz überblicken, da es sehr viel verschiedenes zu erledigen gab. Denn die Überarbeitung des medialen Auftretens wurde kombiniert mit der Renovierung der Hauptfiliale um einen Synergieeffekt der Außenkommunikation zu erreichen.

Neben einigen großen Wochenaufgaben gab es immer wieder kleinere Nebenaufgaben, die dazwischen eingereicht wurden. Bildarchive anlegen, Datenmaterial sichern, Recherchen betreiben oder schnelle Bildkorrekturen. An ruhigen Tagen war ich froh für eine kurze Zeit etwas anderes machen zu können um dann wieder mit einem neuen Blick an die alten Aufgaben zurückzukehren. Es war ein gutes Gefühl eine Aufgabe fertigstellen zu können. - In einem arbeitsteiligen Prozess zu funktionieren, war eben auch meine größte Herausforderung - reagieren, liefern und den Überblick bewahren, bei den ganzen Daten, die an einem Tag so ausgetauscht wurden war nicht immer ganz einfach. Gerade bei Aufträgen, die zeitnah geschaltet werden sollen, wie Anzeigen und Plakate, musste man flexibel reagieren, falls es noch kurzfristige Änderungen gab.

Andererseits gab es auch Tage, an welchen in der letzten Stunde des Arbeitstages noch etwas Zeit blieb um mich in diverse Designblogs einzulesen um mich in Screendesigns und User Interface weiterzubilden. - Es gibt immerhin beträchtliche Unterschiede zum Printbereich, auf den ich mich in meinem Studium konzentriert habe. Und auch sonstige Wissenslücken, die sich aus den verschiedenen Aufgaben ergab, konnte ich füllen. Viele Funktionen wie zum Beispiel, die Möglichkeit in Indesign Bilder als Kontaktbogen einzufügen, kannte ich schlichtweg nicht.

Insgesamt hatte ich bei meiner alltäglichen Arbeit ein gutes Gefühl, denn durch die Bandbreite der Aufgaben, war immer Abwechslung geboten.

Bei einem weiteren großen Projekt, bei dem ich dann auch von Anfang an dabei sein konnte, handelte es sich um eine mittelständische Firma aus der Metall- und Federindustrie. Ein Familienunternehmen in zweiter Generation, das um die neuen Herausforderungen und Möglichkeiten des digitalen Zeitalters weiß und dementsprechend ihren Auftritt im Netz, auf Messen und im direkten Kundenkontakt neu gestalten möchten. Aus eigener Initiative entwickelte ich einige neue Logoentwürfe. Der Kunde war begeistert und nach ein paar Entwicklungsstufen war ein neues Logo für die Firma.

Da meine Arbeiten Kunden dem Chef und den Kollegen gefielen, wurde mir zu Ende hin, ein letztes großes Projekt vorgelegt. Ein Kunde, der im Bereich Presstechnik weltweit unterwegs ist, möchte seine Maschinen mit einem einheitlichen Displaydesign ausstatten, um so seine Produkte noch stärker mit der Marke zu verbinden. Da die Maschinen sehr unterschiedliche

Aufgaben bewerkstelligen, sollte ich eine Designsprache für eine Icon-Bibliothek erstellen, die jederzeit erweitert werden konnte sowie zusätzlich ein Standardset entwickeln und bekannte Elemente fertig stellen.

Obwohl ich meine Interessen eher im Illustrationsbereich einordne, wollte ich doch in eine Agentur, die in Wirtschaft und Industrie eingebunden ist. Im Studium war ich zwar recht angetan von dem kreativen Diskurs und Möglichkeiten von gesellschaftskritischen Designs. Extravagante Designs und betont trendorientiertes Auftreten hat bei mir seinen Stellenwert. Dennoch hatte ich immer das Gefühl zu wenig über Wirtschaft und Industrie zu lernen, obwohl es absehbar ist, dass sich die meisten Studierenden auf diesem Feld irgendwann zurechtfinden müssen. Aus diesem Grund fand ich die Vorabanalysen und Kundengespräche und auch die Nachbesprechungen der Agentur immer am interessantesten, da es um Design als Dienstleistung geht- Machbarkeit, Kundenbezug, Strategie, Planung, Prioritäten von Aufträgen und all das was durchdacht werden muss, um in der Branche erfolgreich beständig zu bleiben.

Ich fühlte mich immer frei Fragen zu stellen und nachzuhaken, wenn ich etwas nicht verstanden hatte. Der Chef und die anderen Angestellten nahmen sich immer Zeit um von ihren Erfahrungen zu berichten und konnten mir so einen gute Einblicke in das Spannungsfeld aus Kreativität und Ökonomie geben. Zudem lernte ich, mich zu organisieren und mich in ein funktionierendes Team einzugliedern sowie die Agentur als Firma zu begreifen und nicht nur als Praktikantenstelle, die ich „halt“ zu absolvieren habe. Das hat mir persönlich enorm weitergeholfen und ich bin sicher, dass ich in Zukunft von der gemachten Erfahrung profitieren werde.