

Machen

MARCEL R. FEITER



schaffen

DESIGN & ARTWORKS
2005

4: Karten auf den Tisch.

OHNE EINEM ETWAIGEN BEWERBUNGSGESPRÄCH ZUVIEL
ÜBER DIE EIGENE PERSON VORWEGNEHMEN ZU WOLLEN,
STELLE ICH MICH MIT KURZEN STATEMENTS VOR ...

Warum ausgerechnet Designer?

Insbesondere deshalb, weil ich meine Kreativität zweckdienlich einsetzen möchte und mich weniger als Künstler verstehe. Ich begann schon früh mit dem Zeichnen, und mein ganzes Umfeld meinte schon damals, es würde in diese Richtung gehen.

Mein erster Arbeitsplatz?

Praktikum 1998, erster Auftrag: „Lerne Freehand 5.5 und vektorisiere ein Dachdecker-Logo, hier ist das Handbuch.“ Das Ganze auf einem veralteten Mac, am 14“ Monochrom-Monitor; die Designerin neben mir lächelte mitleidig.

Was mich verärgert

Unzuverlässigkeit, Unehrllichkeit, Intoleranz, Opportunismus, Egoismus und schlaffen Kaffee. Wer konsequent schlaffen Kaffee fabriziert, ist mir suspekt.

Wie denke ich über Opportunismus?

Eine Meinung zu haben und zu vertreten finde ich besonders dann wichtig, wenn man als Kreativer selbst zu den Meinungsmachern zählen will.

Wie soll ein Ja-Sager Meinungs-bildend wirken, bzw. gute eigene Ideen entwickeln? Selbstbewußtsein neben Kritikfähigkeit ist die richtige Mixtur.

Zielsetzung

Erfahrungen als Grafik-Designer sammeln, um im Idealfall bis Ende 30 Art Director zu werden und ein Team zu leiten.

Irgendwelche Träume?

Sogar sehr realistische. Ein glückliches und actionreiches Privat- und Arbeitsleben. Eher unrealistisch: Ein netter, kleiner Jackpot und das Leben danach, insbesondere der 1969er Ford Mustang.



Stärken?

Generell knüpfe und pflege ich gerne Kontakte. Grafisch ist mein zeichnerisches Talent ein USP, beruflich würde ich Teamfähigkeit und konzeptionelles Denken anführen, weil das im Studium sehr gut funktioniert hat.

Schwächen?

Sicher. Als Berufseinsteiger befürchte ich, daß der künftige Arbeitgeber direkt einen Alleskönner verlangt, aber ich schätze, so denken die Meisten zu Anfang. Ansonsten eher harmlose kleine Laster in Form diverser Hobbies.

Berufsbezogenes Credo?

Man kann kaum alles wissen oder jede Programmversion beherrschen, wohl aber lernen und nachschlagen. Das bedeutet für mich auch, daß die Idee zunächst wichtiger ist, als die Art der Umsetzung.

Viele gute Ideen entstehen mitunter in der Gruppe, wenn man sich gegenseitig die Bälle zuwirft – so kenne ich es jedenfalls aus der Studienzeit.

Was ist lebensnotwendig?

Gutes Essen, Kontakte, Zuverlässigkeit, Fairness, Humor, Musik, Photoshop.

Lieblings-Werbespot?

VW Fernseh-Spots im Spätsommer 2004, besonders der Halbverdurstete, der an der Tankstelle auf allen Vieren den Eimer mit Putzwasser gierig ausleert. Außerdem Moods von Beck's Gold und Marlboro Kinospots – ich stehe auf die konsequente Cowboy-Romantik.

