

Bachelor of Arts in Visual Communications/Visuelle Kommunikation

Kurzportrait

Kommunikationsdesigner gestalten Botschaften. Sie sind Dienstleister, übernehmen jedoch für Ihre Kreationen die Autorenschaft.

Kommunikationsdesigner wirken mit ihrem eigenständigen Beitrag in den öffentlichen und privaten Raum ein. Sie gestalten also das „Erscheinungsbild“ der Gesellschaft mit und sind deshalb durch Ihre Beiträge mit verantwortlich.

Kommunikationsdesign hat inzwischen alle Lebensbereiche erreicht und durchdrungen. Es spielt eine zentrale Rolle bei der Verarbeitung und Verbreitung von Wissen, Nachrichten und Unterhaltung. Im ökonomischen Bereich, im gesellschaftlichen Umfeld und im Austausch zwischen Organisation und Person und von Individuum zu Individuum.

Der Bedarf und das Volumen des Informationsaustauschs ist stark steigend. Dabei wird die Gefahr sichtbar, dass mit der Überfülle an Kommunikation ihre Rezeption schwieriger wird. Dem ist nur mit Kreativität und professioneller Aufbereitung zu begegnen. Dabei ist die Mitarbeit gut ausgebildeter Kommunikationsdesigner gefragt. Um tatsächlich bemerkenswerte und bemerkbare Botschaften zu gestalten, die zuverlässig ihr Zielpublikum und ihren Zweck erreichen.

Der Kommunikationsdesigner muss die Fähigkeit und die Bereitschaft besitzen, sich in fremde Sachverhalte einzuarbeiten. Denn sein Aufgabenspektrum ist außerordentlich breit. Zu ihm gehören die Werbung für Konsum- und Investitionsgüter, die Kultur- und Unternehmenskommunikation, die Imagemarketing und die Selbstdarstellung, das Leiten und Orientieren im Raum, das Aufbereiten von Wissensstoff zur leichten Rezeption, die Gestaltung und die Animation für Events und Unterhaltung, die Orientierung im digitalen Raum und die Gestaltung von Multimedia.

Andererseits muss er auf der Rezipientenseite sehr verschiedene Lebenswelten und Kommunikationsgewohnheiten einschätzen können.

Nur dann wird er seine Aufgabe lösen und Verbindung zwischen Botschaft und Empfänger herstellen können.

Der Kommunikationsdesigner ist Generalist, wenngleich mit einer speziellen Aufgabe. Er muss in hohem Maße mit allen Facetten des gesellschaftlichen Lebens und den ökonomischen Bedingungen vertraut sein. Er muss offen sein für die dynamischen Veränderungen der Gesellschaft, soziale und technologische Entwicklungen und für den Wandel der Sichten und Moden. Denn nur dann kann er der Sache und der Zeit gerecht konzipieren und designen.

Berufsbild

Die Vielzahl der Anwendungsfelder hat eine entsprechend große Zahl unterschiedlicher Berufsfelder hervorgebracht.

Arbeitsmöglichkeiten eröffnen sich in der Werbung, bei den Printmedienvverlagen, in den Fernsehanstalten und in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen und Organisationen. Sowie in Ateliers, Büros und Arbeitsgemeinschaften, die sich, dem Bedarf folgend, spezialisiert haben, zum Beispiel auf Corporate Identity- und Design, Leit- und Orientierungssysteme, Produktausstattungen, Gestaltung und Vermarktung von temporären Ereignissen wie Events, Schauen, Unterhaltungs- und Informationsveranstaltungen und ihre Vermarktung, das Design elektronischer Medien im On- und Offline und im Onair- Bereich.

Vom Kommunikationsdesigner werden herausragende und eigenständige, ganz individuelle Beiträge erwartet, welche die Kommunikationslandschaft um bemerkenswerte Lösungen bereichern. Und den Auftraggebern einen wohl kalkulierten Nutzen versprechen.

Der Designer arbeitet im nationalen und im internationalen Raum. Die Kommunikationsaufgabe ist je nach Anforderung weltumfassend und überschreitet demzufolge Sprach- und Kulturräume. Offenheit, umfassende Bildung und

Sprachfähigkeiten gehören deshalb zu den Voraussetzungen, sich in diesem Beruf zu behaupten.

Gerade vom Kommunikator ist aber auch Kommunikationsbereitschaft gefordert. Denn seine Arbeit hat viele Berührungspunkte, die er produktiv nutzen muss. Er ist vernetzt im Team seines unmittelbaren Arbeitsumfeldes, er wird aber auch eng zusammenarbeiten mit Angehörigen kreativer Nachbarberufe.

Der Kommunikationsdesigner ist Kreativeur, es fällt ihm aber auch zugleich die Rolle des Beraters zu. Seine Arbeit wird in erster Linie am Erfolg gemessen. Weshalb er seine Lösungsvorschläge wohl erwägen und gut begründen muss, da er letztlich auch für sie verantwortlich ist.

Berufsfelder

freiberuflicher Gestalter oder Designer "Visuelle Kommunikation"

Junior-Art-Director

Art-Director

Illustrator

Verlags oder Magazin-Layouter

Verlags oder Magazin-Art-Director

Packaging-Designer

Display-Designer

Ausstellungs-Gestalter

Messe-Gestalter

Typograf

Corporate-Designer

Multimedia-Designer

Screen-Designer

Projektmanager

Ausbildungsziele

Das Ausbildungsziel des Studiengangs Visuelle Kommunikation ist es, praxisorientierte Kenntnisse auf wissenschaftlicher Grundlage zu vermitteln.

Dazu gehört als wichtige Voraussetzung die Ausbildung von autonomen Künstlerpersönlichkeiten, die imstande sind, eigene Sichten und Ausdrucksmöglichkeiten zu entwickeln und für ihre Arbeiten Autorenschaft übernehmen können. Deshalb beginnt die Gestalterausbildung in Pforzheim mit der intensiven Beschäftigung mit den Künstlerischen Grundlagen: Zeichnung, Malerei, Skulptur, stehendes und bewegtes Bild.

Dazu gehört als Voraussetzung die Auseinandersetzung mit den Designwissenschaften und mit berufsrelevanten Theoriefeldern wie Kultursoziologie, Philosophie, Psychologie, Wirtschaftswissenschaften und Recht.

Die fachspezifische Ausbildung beginnt mit Vorlesungen und Projektarbeiten zu den Gestalterischen Grundlagen und der Typografie, zu Kommunikation im Raum, Corporate Design, Multimedia und Fotografie. Erweitert und vertieft werden diese Grundkenntnisse durch weiterführende Module in den Themenkomplexen Multimedia, Printmedien, Werbung und Text, Informationsstrukturen und Kommunikation im Raum, Multimedia Animation, Kulturmanagement, Illustration.

Sie werden profundes Wissen über die Medienlandschaft, über Darstellungs- und Produktionstechniken, den professionellen Umgang mit dem Werkzeug und Kommunikationsmittel Computer erwerben. Sie werden Sicherheit gewinnen im

Verfolgen von eigenen Gestaltungsideen, von der ersten Skizze über das präsentable Layout bis hin zur Produktionsreife.

Die Studierenden werden zum Abschluss des Studiums Stellenwert, strategische Bedeutung und Funktion Ihres Beitrags zur Kommunikation einschätzen können. Ebenso ihren Zusammenhang mit und ihre Einwirkung auf ökonomische Folgen sowie gesellschaftliche Prozesse.

Sie werden die Kompetenz und die Sicherheit erworben haben, komplexe Kommunikationsaufgaben selbständig zu lösen. Sie werden das Ergebnis präsentieren und argumentativ vertreten können. Sie werden es technisch einwandfrei und mediengerecht umsetzen. Und dies mit der abschließenden Arbeit (Thesis) unter Beweis stellen.

Lehrgebiete

- Grundlagen der Gestaltung
- Kulturwissenschaften
- Designtools/Techniken (VK)
- Klassische visuelle Kommunikation und Werbung (2D)
- Multimedia-Design (visuelle Kommunikation und Werbung 3d und zeitbasierte Medien)
- Kommunikation im Raum
- Design und Business (VK)
- (Lehrgebietsübergreifende Projektarbeit)

Studiengangsspezifische Lehrgebiete

Designtools/Techniken (VK):

"Designtools und -techniken" im Bereich "Visuelle Kommunikation" versetzen Studenten in die Lage mit verschiedenen Arten der Darstellung gestalterische Entwürfe und Ideen anschaulich zu vermitteln. In der Regel werden die Inhalte durch die Themen der im Semester stattfindenden Projektarbeit vorgegeben. Zu Beginn des Studiums beschränken sich die Mittel des Ausdrucks auf den Einsatz von Bleistift und handwerklichen Materialien (Scribbletechniken). Im Laufe des Studiums werden diese durch die Mittel modernster computerunterstützender Maßnahmen erweitert: Programme aus den Bereichen Satz/DTP/Pre-Press, Illustration, Bildbearbeitung, (multimediale-) Animation, Ton/Audio/Video-Composing, einfache Programmierung wie Flash-Scripting oder HTML und Raumplanung finden dort ihre Anwendung. Anhand ausgewählter Projekte wird die technische Publizierbarkeit von erstellten Dateien simuliert. Abgerundet wird das Spektrum der Designtools VK durch das Erlernen fotografischer Aufnahme- und Labortechniken. Traditionelle Techniken werden an einer Bleisatz-Andruckpresse anschaulich dargestellt. Im Metamodul "Kommunikation im Raum" werden über dies hinaus Grundkenntnisse des Modellbaus, sowie Kenntnisse zweidimensionaler isometrischer und dreidimensionaler CAD-Techniken vermittelt. Studenten werden im Metamodul "Klassische Visuelle Kommunikation und Werbung" in ihren sprachlich, textlichen Möglichkeiten erweitert und geschult.

Spezifische Techniken und Ausdrucksformen der Illustration, wie Collage, Frottage, Mixed-Media, u.v.a.m. werden profund erlernt.

Klassische Visuelle Kommunikation und Werbung

Das klassische Feld des visuellen Kommunikationsgestalters ist das Vermitteln von Botschaften: in der Reduktion auf ein einzelnes Zeichen (Buchstabe, Logo, Wortmarke) der Schaffung einer visuellen Identität von Personen, Firmen, Institutionen und Produkten (Corporate Design), dem Fassen von Botschaften und Darstellungen in

einem Medium (Broschüre, Magazin, Katalog, Buch) bis hin zur direkten Ansprache des Empfängers in Form von Werbung (ein- und mehrstufige Mailings, Anzeige, Print-Kampagne, Aktionen, ...). Das zu bearbeitende Feld ist weit und reicht von der rauen Darstellung spröder Information bis hin zur durch den Bauch fühlbaren Imagewerbung. Studenten sind im Curriculum des Lehrgebietes dazu aufgefordert sich mit allen Bereichen auseinanderzusetzen. Dabei liegt das Augenmerk auf der Verdichtung von Informationen bis hin zur Entwicklung einer Kommunikation tragenden gestalterischen Idee. Schwerpunkte stellen die Beschäftigung mit der Anwendung von Zeichen, Buchstaben und Schrift - der Typographie - , die Beschäftigung mit verschiedenen Möglichkeiten der Illustration und der Fotografie dar. Diese bestimmen maßgeblich den emotionalen und gestalterischen Nutzen des zu schaffenden Mediums. Anhand praxisnaher Projekte, interdisziplinärer Aufgabenstellungen mit anderen Bereichen der Hochschule und institutionellen sowie industriellen Partnern wird diese unterschiedliche Art der Vermittlung von Botschaften und Eindrücken (Image) trainiert. Stehgreifübungen, bereichsinterne- (Werkschauen; Vorstellungen) und -externe Präsentationen (Präsentationen bei Industriepartnern; externen Beratern aus dem Kreise der Alumnierten) schulen den Gestalter auf sein späteres Berufsbild und die Entwicklung von gestalterischen Ansätzen im Team.

Multimedia-Design

Die Gestaltung digitaler Medien verlangt vom Designer spezifische fachliche, soziale und methodische Kenntnisse, welche er im Modul Multimedia erwirbt.

Studenten entwickeln im Metamodul "Multimedia-Design" die Fähigkeit interaktive, multimediale Projekte zu planen, zu konzipieren und zu gestalten. Die Vermittlung von Wissen ist auf die Informationsarchitektur von Internet-Seiten, die Erstellung von Navigationsmodellen und die medienadäquate Repräsentanz von Marken/Produkten hin angelegt. Neben den Grundlagen der Gestaltung digitaler Offline-, Online- und Onair-Medien mit den Designbereichen Multimedia-, Interface-, Informations-, Identity-, Interaktions-, Navigations-, Service-, Relationship- und Dialog-Design erlernen sie die

Kriterien der Gebrauchstauglichkeit (Usability gemäß EN ISO 9241-10/11) sowie dem User-Centered-Interface-Design (Gemäß EN ISO 13407).

Visuelle Kommunikationsdesigner im Metamodul "Multimedia-Design" erwerben fundiertes Wissen darüber, wie innovative Computersysteme strukturiert und gestaltet werden müssen, um erfolgreich am Markt eingesetzt zu werden und um eine hohe Nachhaltigkeit bei den Nutzern zu erzielen. Durch methodische Kenntnisse sind sie in der Lage effektive, effiziente und für Nutzer zufrieden stellende New-Media-Lösungen gestalterisch zu erstellen, deren Gebrauchstauglichkeit zu überprüfen als auch existierende Lösungen zu analysieren und zu evaluieren.

Da die Entwicklung interaktiver, kooperativer und multidirektionaler Medien in interdisziplinären Teams aus Technikern, Marketiers, Wirtschaftlern und Designern stattfindet, erwirbt der Multimedia-Designer im Durchlauf des Moduls zudem eine hohe kooperierende und soziale Teamkompetenz. In externen und internen Präsentationen übt er sich als Mediator zwischen den späteren Nutzern einer Technologie und den Programmierern und ist verantwortlich für die Gestaltung benutzungsfreundlicher Computerschnittstellen.

Kommunikation im Raum

"Kommunikation Im Raum" umgibt uns. Sie leitet uns, sie führt, sie informiert, sie beeindruckt uns in ihrer raumgreifenden Wirkung und durch ihre Wirkung im Raum. Die Aufgaben an den Gestalter im Raum sind vielfältig und komplex: er lernt sowohl , industrielle, kulturelle, historische sowie künstlerische Informationen zu erfassen und räumlich umzusetzen, bauliche oder rechtliche Gegebenheiten zu berücksichtigen, Lichtführung einzuplanen als auch ausstellungsbegleitende Kommunikationskonzepte zu entwickeln, die sich in Print-, Online-Werbung sowie dem begleitenden Merchandising auswirken. Dies erfordert sowohl eine hochkünstlerische und innovative, als auch eine klar strukturierende Herangehensweise.

Anhand praxisorientierter Projektarbeiten werden Szenarien entwickelt, die zur Erarbeitung graphischer Leit- und Orientierungssysteme, von Bühnenbildnerischen Szenografien, von Messeständen auf Publikums- und Fachmessen, Produkt- und Unternehmenspräsentationen - auch im Rahmen von Events – bis zur Umsetzung von Ausstellungen in gegebenen Räumen eines Museums führen. Exemplarisch werden die gewonnenen Erkenntnisse in eins zu eins Übungen am Realobjekt und im Team überprüft.

Kommunikation im Raum sollte sich dem Besucher verdichtend, strukturierend, anspruchsvoll, individuell und kurzweilig präsentieren. Dies wird für Institutionen, Firmen, Konzerne, Kommunen und Länder zunehmend wichtig, da sie im Rahmen der Darstellung einen sehr öffentlichkeitsrelevanten Imagefaktor darstellt. Insofern kommt dem Kommunikationsgestalter im Raum die Aufgabe zu, wissenschaftliche Recherche im Rahmen einer Ausstellung, Marketing-Konzepte im Zusammenhang von Messen, Präsentationen oder Events sowie künstlerischer Inhalte im Rahmen der Szenografie anschaulich zu verdeutlichen. Durch verschiedene Darstellungstechniken (siehe Designtools VK) und Präsentationen wird der Student in diesen Fertigkeiten trainiert. Durch Exkursionen und in der Auseinandersetzung mit Persönlichkeiten der Ausstellungsgestaltung, Leitsystematik, des Bühnenbildes und des Messebaus wird ein Höchstmaß an Aktualität in der Gestaltung erreicht. Grundübungen in Corporate Design, Werbung, Bühnenbild und klassischer Kommunikation runden das Profil des Kommunikationsgestalters im Raum interdisziplinär ab.

Design und Business (VK)

Visuelle Kommunikationsgestalter sind Dienstleister, die ihre kreativen Ideen in Vermarktung fördernde, Aufmerksamkeit generierende, sachgerechte oder schlichtweg innovative, überraschende Lösungen umsetzen. Diese Lösungen sind im Umfeld eines immer härter werdenden Wettbewerbes ohne ein Verständnis des Marktes nicht mehr denkbar.

Deshalb ist es Ziel des Lehrgebietes "Design und Business", eine für Designer relevante Grundkenntnis in Wirtschaft, Wahrnehmung, Management und Marketing zu erzielen. Schwerpunkt dieses Stoffgebietes ist ein wirtschaftliches Grundwissen, das sowohl für den selbständigen als auch den angestellten Designer große Bedeutung besitzt. Das Stoffgebiet wird durch praxisorientierte Beispiele, Übungen und durch tagesaktuelle Themen untermauert.

Themen sind: Projektmanagement und Entscheidungsstrukturen in Unternehmen (Abstimmungs- und Ablaufmodelle für Projekte); rechtliche Gesellschaftsformen von Unternehmen; Fachbegriffe des Managements und des Marketings (übliche Anglizismen); Prozesse und Steuerungsmechanismen in Unternehmen. Komplexe und vernetzte Projektstrukturen sowohl auf Dienstleistungs- als auch auf Unternehmensseite werden in praxisnahen Vorlesungen und Übungen erörtert.

Das Modul Marke und Marketing lehrt die Themen der Markenbildung und -steuerung sowie Marketing. Design ist immer enger an Markeninhalte und Vermarktungsformen gekoppelt. Designer müssen in der Lage sein, Marketingpläne zu interpretieren und ihre Erfahrungen im Umgang mit Zielgruppe, Segmentierung und Differenzierung des Marketingmix widerzugeben.

Markenrecht und allgemeines Schutzrecht hat im Berufsalltag des Designers im Zeitalter des Eklektizismus eine leider zunehmend große Bedeutung. In diesem Stoffgebiet werden die Möglichkeiten und Grundlagen des gewerblichen Schutzrechtes dargestellt; die Studierenden werden auf den Umgang mit schutzrechtlichen Fragen sensibilisiert.

Wahrnehmungspsychologie konfrontiert den Gestalter mit wissenschaftlich erarbeiteten Erkenntnissen aus dem Bereich der sinnlichen Rezeption. Farbpsychologie, Eye-Tracing-Erkenntnisse und Darstellung allgemein menschlicher Sinnesgewohnheiten sind bei der Erarbeitung von Lösungen zu berücksichtigen.

In Grundzügen werden Studierende auf die ersten und notwendigen Schritte in eine ggf. angestrebte Selbständigkeit vorbereitet.

Lehrgebietsübergreifende Projektarbeit

In den Projekten werden neue und eigenständige Gestaltungsansätze, Formensprachen und Lösungsstrategien entwickelt und mit Hilfe der spezifischen Designtools umgesetzt. Aufgabenstellungen für die Projekte sind grundsätzlich praxisorientiert, die Zusammenarbeit mit Unternehmen oder Institutionen ist dabei erwünscht. Verschiedene Themenstellungen ermöglichen die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit verschiedenen Lehrgebieten. Diese Interdisziplinarität konfrontiert den Studierenden mit neuen relevanten Erkenntnissen und stärkt das Projektergebnis durch die Beachtung mehrerer Einflüsse. Die in einem solchen Rahmen stattfindende Projektarbeit (andere Fachgebiete/Partner aus dem Bereich von Institutionen oder der Industrie) trainieren die Kommunikations- und Teamfähigkeit des Studierenden.

Stehgreifprojekte, Kurzprojekte und Exkursionen runden die Ausbildung ab.

Praxissemester

Das Praxissemester ist fester Bestandteil des Studiums. Die Dauer des Praktikums im Praxissemester beträgt mindestens 4, maximal 6 Monate. Das Praxissemester wird vom Studiengang betreut und von unterstützenden Lehrangeboten umrahmt. Die Module: Unternehmensgründung und Projektmanagement werden in Form von Blockseminaren durchgeführt. Geeignete Praktikumsplätze sind vom Studierenden selbst zu organisieren und zur Anerkennung mit der Fakultät abzustimmen. Während des Praxissemesters gewinnt der Studierende praxisnahe Einblicke in das spätere Berufsleben. Er arbeitet aktiv in Unternehmen an designrelevanten Aufgabenstellungen mit und dokumentiert die Ergebnisse. Vorzugsweise ist ein Auslandsaufenthalt erwünscht, da dies die internationale Ausrichtung des Studierenden fördert.

Perspektiven nach dem Studium

Die Kommunikation ist und bleibt ein Wachstumsmarkt. Es wird auch weiterhin großen Bedarf an Kommunikationsdesignern geben.

Die Chancen stehen also gut.

Dabei ist der Arbeitsmarkt künftig weniger als bisher auf Deutschland begrenzt. Denn schon jetzt haben viele Kommunikation treibende und beauftragende Unternehmen und Organisationen Geschäftsverbindungen oder Abhängigkeiten im Ausland. Sie folgen dem Markt für Waren und Dienstleistungen, der sich längst internationalisiert hat.

Der Berufseinstieg wird erleichtert, wenn die Gestalterausbildung an den Bedürfnissen der beruflichen Praxis orientiert ist. Dem tragen wir in Pforzheim Rechnung durch praxisnahe Projekte und solche, die in Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen oder anderen Organisationen bearbeitet werden. Die Studiensemester und Aufenthalte im Ausland und die Praktika in förderlichen Unternehmen sind ebenfalls Grundlage für die Wertschätzung, die Unternehmen unseren Studienabgängern entgegenbringen.

Berufseinstiege sind in vielen Unternehmen möglich. Hier sind Designer zunächst als Layouter gefragt und müssen sich als Teammitglied bewähren. Bei Einsatz und Eignung sind gute Aufstiegsmöglichkeiten und Verdienstmöglichkeiten zum Art Director und Kreativ Direktor gegeben.

Berufseinsteiger wählen oft aber auch direkt den Weg in die Selbständigkeit. Oder in kleine Arbeitsgemeinschaften. Sie betreuen eigene Kunden oder sind als Free-Lancer für Agenturen oder direkt für Wirtschaftsunternehmen oder Kulturinstitutionen tätig. Die neuen Kommunikationsmöglichkeiten befördern diesen Trend.

Noch bessere Perspektiven:

Die Eintrittschancen steigen in dem Maße, wie der Bedarf vorhanden und durch die Qualifikation des Studienabgängers gedeckt ist. Dieser Bedarf hat sich stark ausdifferenziert. Die Anforderungen an Multimediagehalter zum Beispiel sind inzwischen so spezieller Art, dass Dauer und Ausrichtung der allgemeinen Grafikdesigner-Ausbildung nicht mehr ausreichen. Deshalb werden innerhalb des Studiengangs - im 3. 4. und 6. Semester - spezielle Module angeboten, welche die Möglichkeit für die Studierenden bieten, sich nach Neigung und öffentlichem Bedarf in der einen oder anderen Disziplin vertiefend zu spezialisieren.

Wir werden deshalb neben einer soliden Designer-Grundausbildung Module für fachliche Vertiefungsmöglichkeiten in drei signifikanten Feldern anbieten: Für Multimedia-Design, für Print-Design und für Raum-Design. Diese Qualifikationsfelder sind durch das Lehrangebot abgedeckt und personell repräsentiert.

