



DER PERSÖNLICHE CLAIM

Professor Sebastian Hackelsperger lehrt Werbung/Text im Studiengang Visuelle Kommunikation

>> Immer am Anfang eines Semesters stelle ich den Studentinnen und Studenten im Studiengang Visuelle Kommunikation mit dem Schwerpunkt Werbung/

Text die Aufgabe, einen persönlichen Claim über sich zu verfassen. Dabei ist der „persönliche Claim“ nicht als integraler Bestandteil der eigenen Person zu verstehen, sondern eher als eine Art Kampagnenclaim, der ein zeitlich befristeter Teil der jetzigen Lebensphase ist. Deshalb wiederhole ich diese Übung auch mit den Studierenden am Ende des Semesters. In Anlehnung an diese Übung lassen sich meine Lebensphasen rückblickend mit folgenden Claims beschreiben:

Kindheit: „Kurze Hose, Holzgewehr.“

Ich wurde 1974 geboren und wuchs zusammen mit meinem älteren Bruder in München auf. Den Großteil unserer Kindheit verbrachten wir an den Isarufeln, in den österreichischen Bergen und zwischen Holzspielzeug und Wasserfarben. Als Waldorfschüler kam ich schon früh mit der Vielfalt von handwerklichen Gestaltungsformen (z.B. Zeichnen, Malen, Schreiner, Bildhauerei, Buchbinden etc.) in Berührung und legte hier – noch unbewusst – den Grundstein für meine gestalterische Prägung, die auch durch den Architektenberuf meines Vaters verstärkt wurde.

Studium: „Genau meins.“

Der gestalterischen Linie treu bleibend, absolvierte ich mein Studium an der Hochschule für Gestaltung in Augsburg, wo ich meine Schwerpunkte auf das Werbliche Kommunikations-Design und die Typografie legte. Durch meinen damaligen Professor Rainer Frost und dessen Vorlesungen in den Bereichen Text und Bild vertiefte sich mein Interesse am visuellen Gestalten mit diesen beiden Kommunikationskomponenten, und ich sammelte meine ersten Erfahrungen in Werbeagenturen und Werbeagenturen.

Beruf: „Nicht reden, sondern machen!“

Begeistert von den kreativen Gestaltungsmöglichkeiten im Sektor Werbung arbeitete ich nach meinem Studium als Art Director für nationale und internationale Werbeagenturen. Meine Schwerpunkte lagen hier auf der klassischen Kampagnenentwicklung, dem Markenaufbau und dem Corporate-Design, unter anderem für Kunden wie Premiere, Karstadt, McDonald's, Müller Milch, Ritter Sport, Süddeutsche Zeitung (Magazin), Sky, Wrigley und Odlo. Nach zehn Jahren Berufserfahrung und diversen „branchentypischen“ Auszeichnungen (Deutscher Design Club, Art Directors Club, Advertising Festival in Cannes, New York Festival, Red Dot etc.) eröffnete ich zusammen mit einem Partner ein eigenes Büro für Design und Visuelle Kommunikation (Perger & Berger) im Herzen von München.

Als Ausgleich zu meinem durch Zeitdruck bestimmten Beruf bin ich viel draußen, vor allem in den Bergen, und das zusammen mit meiner Frau, mit der ich seit vier Jahren verheiratet bin. Als Journalistin und PR-Beraterin ist sie eine meiner größten Kritikerinnen und zudem mein emotionaler Ausgleich.

Lehre: „Achtung, Gestaltung ist sichtbar!“

Meiner Meinung nach sollte man Begeisterung teilen. So kam es, dass ich nach einigen Vorträgen an der Hochschule für Gestaltung in Augsburg und an der Hochschule für Design in München – neben meiner Tätigkeit in den Agenturen – verschiedene Lehraufträge wahrnahm und die Fächer Grafik-Design und Werbung über mehrere Semester unterrichtete.

Dabei war es mir immer wichtig, die Studierenden an das stetig breiter werdende Feld der Visuellen Kommunikation heranzuführen und ihnen einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Beruf des Kommunikationsdesigners zu vermitteln. Denn durch die Ausübung unseres Berufs bestimmen wir das visuelle Bild einer Gesellschaft entscheidend mit. Dafür muss man als Individuum erstmal ein Bewusstsein entwickeln.

Professor: „Das Feuer weitergeben!“

2011 folgte der Ruf an die Hochschule Pforzheim. Natürlich an die Fakultät für Gestaltung, was mich sehr gefreut hat, da ich meiner Intention und Berufung hier neuen Raum geben kann. In meinen Vorlesungen versuche ich, das Interesse der Studierenden am wissenschaftlichen, professionellen und wirtschaftlichen Arbeiten in Design- und Kommunikationsfragen zu wecken und zu fördern. Dabei geht es mir in erster Linie um Ideen und deren Visualisierung in Form von analogen und digitalen Darstellungsformen, aber auch um das konzeptionelle und kreative Gestalten von disziplinübergreifenden Kommunikationsprozessen. Denn: Wir brauchen in unserer Gesellschaft kreative Köpfe, die anders denken, die begeisterungsfähig sind, die träumen und spinnen ... und die in der Lage sind, ihre Gedanken auch mal auf den Spielplatz zu schicken; ich sage dazu immer „Gehirnfasching“. Und genau diese spielerischen Gedankengänge sind auch Teil meines Lehrkonzepts. Zudem sollen die Studentinnen und Studenten in meinen Vorlesungen lernen, gestalterisch, konzeptionell und vor allem analytisch zu denken, um stets eine adäquate Antwort auf die sich ständig ändernden Design- und Kommunikationsfragen zu finden, so dass sie als Absolventen den Beruf des Kommunikationsdesigners mit Selbstbewusstsein, fundiertem Fachwissen und Neugierde antreten. Sie müssen gedanklich in der Lage sein, sich in den Rezipienten hineinzuversetzen und immer mental offen bleiben für jede neue Form der Kommunikation, die in den nächsten Jahren auf sie zukommen wird. Denn die Kommunikationsbranche ist ständig im Wandel. Doch eines wird immer gleich bleiben: Wir brauchen gute Ideen. Nicht mehr und nicht weniger! ■