

Praktikumsbericht

London, Großbritannien

Thomas Manss & Company, Designbüro

Martin Jordan, FH Potsdam, Student des Kommunikationsdesigns

»Twenty years from now you will be more disappointed by the things that you didn't do than by the ones you did do. So throw off the bowlines. Sail away from the safe harbor. Catch the trade winds in your sails. Explore. Dream. Discover.« — meinte Mark Twain und leitete damit mein Motivationsschreiben um das Leonardo-Stipendium ein. Nach sechs Monaten in London weiß ich wie recht er hatte.



Von Anfang November 2007 bis Anfang Mai 2008 absolvierte ich ein Praktikum bei Thomas Manss & Company, einem international tätigen Designbüro im lebendigen East End Londons. In jener Zeit konnte ich mein in der Hochschule angesammeltes Wissen über Grafikdesign, Typografie, Buchgestaltung und Markenentwicklung weiter ausbauen sowie sehr viel über die Struktur eines Designbüros, seine Führung, den Kontakt zu Kunden, die Entwicklung von Ideen und deren Präsentation gegenüber dem Auftraggeber lernen. Dies war mir besonders aufgrund der überschaubaren Größe des Büros möglich. Thomas Manss & Company ist eine inhabergeführte Designagentur mit Niederlassungen in London und Berlin, wobei die meisten Aufträge in der britischen Hauptstadt akquiriert und von den dortigen ca. 8 Gestaltern bearbeitet werden. Die Bürosprache ist Englisch, obschon es im Laufe eines Tages durchaus viersprachig werden kann, da die Designer aus England, Italien, Russland, Frankreich und Deutschland stammen und Kunden in diesen Ländern sowie Spanien und den USA betreuen. Ein Fachautor nannte das Büro des deutschen Agenturgründers Thomas Manss einmal die »United Nations of Graphic Design« und beschrieb damit den dort anzutreffenden Pluralismus von kulturellen Identitäten und unterschiedlichen kommunikativen Talenten äußerst treffend.

Ich wurde durch meine Professoren Betina Müller und Matthias Beyrow auf die Arbeit von Thomas Manss und seines Teams aufmerksam gemacht, nachdem er in den Jahren von 1993—98 die Professur für Corporate Design an meiner Hochschule inne hatte. Ich studierte ausgiebig seine Projekte (1), bevor ich im Mai 2007 auf einem Symposium in Mainz persönlichen Kontakt aufnahm. Bis Ende August stellte ich ausgewählte Arbeiten zusammen und bewarb mich bei insgesamt drei Designstudios in London um ein Bewerbungsgespräch. Von zwei erhielt ich nach einigen Tagen, E-Mails und Telefonaten eine Einladung und flog im September für eine Woche nach London um mich sowohl bei Thomas Manss als auch bei Pentagram, einer weiteren führenden multidisziplinären Designagentur, vorzustellen. Nach zwei positiven Gesprächen und einigen eindrucksvollen Tagen auf der Londoner Design Week, wuchs die Vorfreude auf die Zeit in London und im Praktikum.

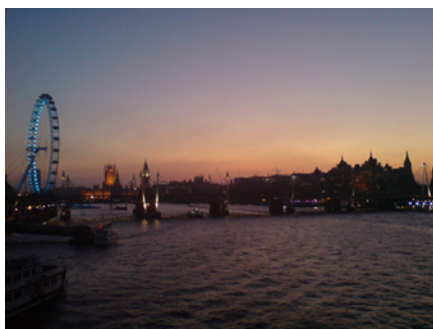


Anfang November und ohne Unterkunft für die nächsten sechs Monate flog ich nach London, übernachtete zunächst in einer Jugendherberge nahe King's Cross während ich mit Hilfe von reichhaltig mit Offerten gefüllten Internetseiten nach einem geeigneten Zimmer suchte. Ein geeignetes fand sich nach einer knappen Woche im östlichen Stadtteil Tower Hamlets, im Dachgeschoss eines klassisch britischen Reihenhauses mit bester Verkehrsanbindung und moderater Gefährlichkeitsstufe.

Das Praktikum begann an einem Montag Morgen, war Hallosagen, Händeschütteln und Schulternschauern. Es galt zunächst das Bild- und Textlektorat für die zweite Monographie (2) des Studios zu machen sowie einen Über- und Einblick in die Unternehmens-, Projekt- und Arbeitsstruktur zu bekommen, was das büroeigene Intranet sehr erleichterte. Ich erfuhr, dass montags alle Mitarbeiter sämtliche Projekte besprechen, jeder über den Stand an jedem Buchprojekt, Logo, Ausstellungsdesign, Katalog und Magazinwurf informiert wird, Erfahrungen mit Kunden, Zulieferern und Produzenten ausgetauscht werden. Zunächst durfte ich zuhören, mich hineindenken, einarbeiten, bald auch selbst berichten und bilanzieren. Für ein neues Premiumprodukt des britischen Lautsprecherherstellers Bowers & Wilkins erhielt ich die Aufgabe eine Reihe von Anzeigen zu gestalten, für ein anderes eine kleine Broschüre und für Fabriano, den ältesten Papierherstellers Europas, die Ladenfassade seiner neuen Boutique auf dem Münchner Flughafen zu konzipieren. Ohne detailliert nach meinem Kenntnisstand von Software oder Fähigkeiten in Ideenentwicklung gefragt zu sein, wurde ich sogleich verantwortungsvoll an kleine, aber zunehmend wachsende Aufgaben gelassen, hatte bereits in der zweiten Woche direkten Kontakt zum Kunden und mich später auch um die Produktion jener Fassade in München zu kümmern. So ich Fragen hatte, konnte ich diese jeder Zeit den beiden erfahrenen Gestalterinnen neben mir stellen und wurde ebenso um Einschätzung und Meinung ihrer Designs gefragt. Obwohl das Büro eine eher ruhige Atmosphäre hat, war der Austausch über die Entwürfe auch zwischen den Montagstreffen ein reger, Ausdrücke wurden im Büro ausgelegt und von allen gemeinsam betrachtet und diskutiert.

Nachdem ich die ersten Aufgaben einarbeitungsbedingt zwar nicht rasend schnell, doch mit großer Zufriedenheit erfüllt hatte, arbeitete ich mit einer Kollegin an der Zeichenentwicklung für ein deutsches Institut und gestaltete, nachdem einer meiner Entwürfe ausgewählt worden, auch alle folgenden Printmedien. Neben einer weiteren monatlichen Drucksache für eine Anwaltskanzlei durfte ich so nach kurzer Zeit bereits die produzierten Früchte meiner Arbeit in den Händen halten. Zugleich konnte ich mich für ein umfangreiches Identitätsprojekt für ein spanisches Luxushotel qualifizieren, das letztlich fast die gesamte zweite Hälfte meines Praktikums einnahm. Nachdem das Hotel von einer weltweit agierenden Hotelier-Kette erworben wurde, galt es sowohl seine Positionierung im Markt zu überprüfen als auch die kommunikativen Medien in ihrer sprachlichen und visuellen Artikulation zu evaluieren. Im kleinen Team entstanden daraufhin unzählige Entwürfe zur Überarbeitung des Erschei-

nungsbildes, wurden neue Entwürfe für die hoteleigenen Produkte wie Seifen, Cremes und andere Kosmetikartikel erstellt, wobei bereits die darstellenden Modelle mit haptisch reizvollen Papieren und hochwertigen Druckveredelungen bestachen und den später in größeren Auflagen zu produzierenden Objekten in handwerklicher Präzision kaum nachstanden.



Da ich in meiner ersten Woche ein großformatiges Skizzenbuch erhalten hatte, konnte ich auch Monate später den Prozess der Ideenfindung in Konzeption und Gestaltung der bearbeiteten Projekte nachvollziehen und wieder ins Gedächtnis herbeirufen. Ich lernte weniger »deutsch« verkopfte Konzepte zu entwickeln, mich auch mit dem Bauch an Ideen zu nähern und sie narrativer herzuleiten und zu begründen. Für die produktionstechnische Ausführung von Designs in verführerischen Materialien eignete ich mir eine neue, größere Wertschätzung an und bekam aufgrund der überschaubaren Größe des Büros direkter als zuvor Einblicke in den Herstellungsprozess und die Zusammenarbeit mit Zulieferern wie Buchbindern, Reproduktionsstudios, Papierherstellern und Druckern sowie Partnern wie Verlagen, Redakteuren und Autoren mit. Auch in der Organisation erlebte ich bei Thomas Manss & Company eine andere Struktur und bekam einen tiefen Einblick in sie, als es in einer vorherigen Praxiserfahrung mit einer großen lateinamerikanischen Agentur in Buenos Aires der Fall gewesen war. Durch das Ausfüllen von Timesheets gab es einen sehr geregelten Tagesablauf, kam es kaum zu Überstunden jedoch stets budget- und termingerechter Erfüllung der Projekte, so dass anders als in selbstständiger Arbeit während des Studiums nicht Wochentage und -enden arbeitend ineinander verschmolzen.

Folglich hatte ich trotz der nicht unanstrengenden Stadt, des rastlosen Londons, eine angenehme Freizeit, die es mir ermöglichte die britische Metropole zu erkunden, zahlreiche Ausstellungen in kleinen und großen Galerien, eine Vielzahl von zeitgenössischen bis klassischen Konzert- und Theateraufführungen zu besuchen und auf privaten Parties neue multikulturelle soziale Kontakte zu knüpfen. Nicht selten ging ich mit meinen Arbeitskollegen zum Mittagessen, weshalb auch die Kommunikation schnell weniger formell wurde, besuchte mit ihnen Bars und Pubs sowie private Ausstellungseröffnungen. Ohnehin machte das englische »You« und die Anrede mit dem Vornamen auch gegenüber meines Chefs das Arbeitsverhältnis zum einem respektvoll entspannten.

Aufgrund der »bunten« nationalen Herkunft meiner Kollegen und auch der Internationalität in meinem Haus — ich lebte mit Deutschen, Spaniern, Briten und Australiern zusammen — verbesserte sich nicht nur mein Englisch sehr schnell, sondern lernte ich darüber hinaus auch diverse Redestile und Akzente der Sprache kennen. Obschon mein Freundes- und Bekanntenkreis dadurch weniger Englisch als viel mehr mondial wurde, lernte ich in London besonders zu schätzen, dass der interkulturelle Austausch und Kontakt mit einer bisher ungekannten Selbstverständlichkeit gepflegt wird, was letztlich dazu führte auch in Berlin in einen »durchmischteren« Stadtteil wie Neukölln umzuziehen.



In meinen sechs Monaten in London lernte ich nicht nur überaus viel Neues über Gestaltung, der ihr vor- und nachgelagerten Arbeit, sondern auch die Organisation dieser Arbeit in einem inspirierenden, kulturell reichen Umfeld, schloss außerdem neue bereichernde Freundschaften, die über die Zeit des Praktikums hinaus Bestand haben werden und lernte Fragmente einer faszinierenden Stadt kennen, die es lohnt in Zukunft länger zu bewohnen, da sie trotz der in ihr verbrachten Zeit und wegen ihrer Größe eine fast unbekannte bleibt. Neben den wertvollen Eindrücken und Erfahrungen, die ich aus dem Büro Thomas Manss & Company mitnehmen durfte, bekam ich während meines Praktikums auch das Gefühl vermittelt selbst ein geschätzter Mitarbeiter zu sein, konnte mich in einigen Feldern als Wissensquelle einsetzen und bleibe durch regelmäßige freiberufliche Arbeit mit der Berliner Niederlassung verbunden.

Martin Jordan, Juni 2008

Anhang/ Buchempfehlungen und Literaturangaben:

- 1: Thomas Manss »Ordnung & Eccentricity«, Die Gestalten Verlag, ISBN: 978-3931126810
- 2: Conway Lloyd Morgan »Thomas Manss & Company«, Av Edition, ISBN: 978-3899860894

Zusätzliche Empfehlung für sich im Bereich Grafik- und Kommunikationsdesign bewerbende Studenten: Adrian Shaughnessy »How to Be a Graphic Designer: Without Losing Your Soul«, Laurence King Publishers, ISBN: 978-1856694100