

Hamburger Akademie für Kommunikationsdesign und Art Direction

Winterhuder Weg 29
22085 Hamburg

Telefon 040 - 23 23 88
Telefax 040 - 23 00 73

www.hamburger-akademie.de
eMail: info@hamburger-akademie.de

Hamburger Akademie
für Kommunikationsdesign
und Art Direction
Ingo Mojen GmbH & C. KG
Gesch.-Leitung I. und F. Mojen
HRA 82691
Steuer-Nr. 22-100-04877

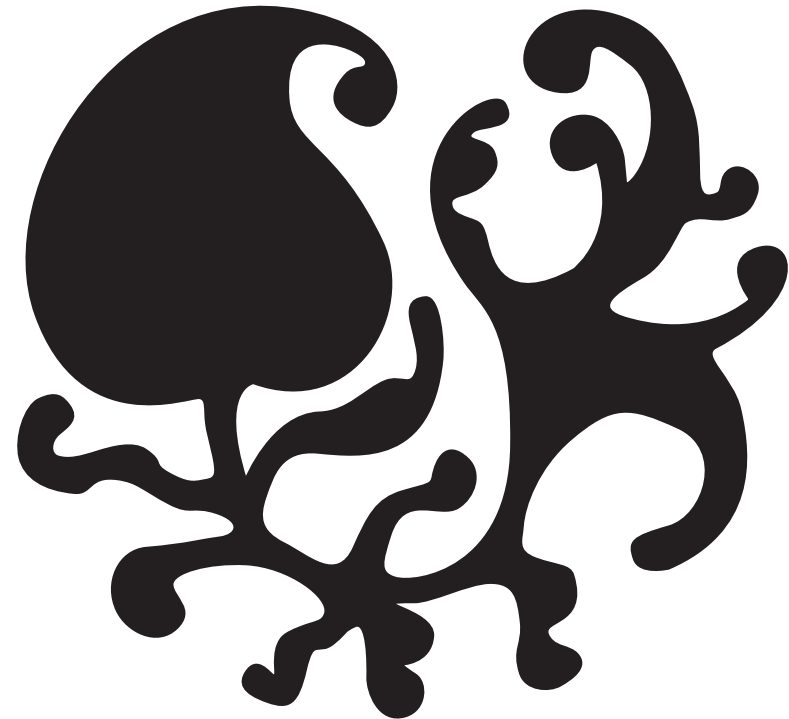
*Partner im Bildungsverbund
Hamburger Akademie:*

**Hamburger Akademie
für Marketing
und Kommunikation**

Mitgliedschaften

Deutscher Kommunikationsverband im BDW, Bonn
Gesamtverband Deutscher Werbeagenturen
Bildungswerk Medien e.V. (Senatskanzlei), Hamburg
IAA International Advertising Association, New York
Allianz deutscher Designer AGD e.V., Braunschweig
The Art Directors Club, New York
Handelskammer, Hamburg
Museum der Arbeit, Hamburg
DMV Deutscher Marketing Verband, Düsseldorf

Hamburger Akademie
für Kommunikationsdesign
und Art Direction



*Berufsausbildung
mit berufsqualifizierendem
Abschluss
Staatlich anerkannte
Gleichwertigkeit
BAföG -anerkannt
Seit 1987*

*Ein Unternehmen im
Bildungsverbund
Hamburger Akademie*

...und ab in die Zukunft

Kommunikationsdesign und Art Direction

Kommunikationsdesign sieht sich heute von immer komplexeren Ansprüchen des Marktes gefordert; neue Medien, neue Technologien und neue, unbekannte Märkte verändern und erweitern das Berufsbild und die Ansatzpunkte für die beruflichen Einsatzmöglichkeiten.

Die noch heute unüberschaubaren Märkte im vereinten Europa und weltweit und die Dichte unserer bekannten Märkte verlangen vom Designer mehr als die schicke Idee, nämlich Hintergrundwissen, Marktkenntnis, Kompetenz, konzeptionelles Denken, aufgrund derer die Ideenfindung überhaupt nur funktionieren kann.

Während Kreativität, verstanden als Innovation, unverzichtbar bleibt und mehr denn je gefragt ist, hat sich eine fundierte Berufsausbildung an einer Art Direction und einem Design-Management zu orientieren, die alle Fakten des Marketing, seine Vorgaben und seine Möglichkeiten, in Konzeption und Planung einbezieht; sie ist funktionsbewußt, global und zukunftsorientiert.

Art Direction ist ein Komplex von Operationen und Entscheidungen auf der Grundlage präziser Absichten einerseits und marktbedingter Vorgaben andererseits mit dem Ziel, eine Botschaft mit dem gewollten Erfolg zu vermitteln. Die Botschaft kann kulturellen, ideellen, politischen oder kommerziellen Zwecken dienen; sie ist in jedem Fall zweckgebunden, und sie verkauft ihren Inhalt und sich selbst.

Art Direction ist Dokumentation, Analyse, Idee, Konzeption, Koordination, Management, Strategie und Realisation einer funktionsbedingten Absicht.

Das Ausbildungsziel für diesen Beruf kann nicht von künstlerischem Anspruch getragen werden, ebenso wenig wie die Eignungsprüfung für den Beruf; entscheidende Voraussetzung für die Eignung ist die Bereitschaft zum Erwerb der notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten, die vermittelbar und bei entsprechendem Einsatz erlernbar sind.

Erreichbar kann dieses Ziel nur durch eine Vollzeit-ausbildung sein; Schmalspur-Zertifikate (wie auch Freie-Kurswahl-Methode) sind für die heutigen Ansprüche des Arbeitsmarktes ebenso wenig hilfreich wie eine zeitreduzierte Crash-Ausbildung. Der Computer und sein flottes Handling machen ebenfalls noch keinen Konzeptioner und Designer.

Seminare, Kurse, Workshops

Werbeagentur-Praxis, Agenturgeschäft, Design-Studio, Freelancing, angewandte Betriebswirtschaft

Wettbewerbsrecht, Urheberrecht, Medienrecht, Berufsverbände, Vertragspraxis, Auftrag, Tarife

Verlagswesen, Verlagsmarketing, Vertrieb, Produktmarketing, Entwicklung

Veranstaltungen, Vorträge
Deutscher Kommunikationsverband BDW,
Cases aus der Praxis

Präsentationstraining, Pitching, Contacting

Psychologie, Motivationsforschung

Der kreative Prozeß, Ideenfindungsmechanismen

Existenzgründung, Vorsorge, KSK

Werbung, Marketing, Kommunikationstheorie,
Briefing, Brainstorming

Manueller Tiefdruck, Hochdruck

Preprint/Herstellung, Druckverfahren,
Papier, neue digitale Druckverfahren

Webdesign, Packungsdesign, Messedesign
Produkt-/Industriedesign, Editorialdesign,
Animationsdesign, Screendesign

Bildbearbeitung, Colormanagement, Farbräume

Medien, Marktforschung

Commercial, Threatment, Storyboard, Herstellung

User Interface Design GUI

Multimedia, Multivision,
Internet, Webdesign,
Animation,
Flash-Movie, 3D

InDesign
Illustrator
Photoshop
Fireworks
Premiere, Final Cut
Dreamweaver, Flash
HTML, JavaScript und ActionScript
Cinema 4D
Acrobat (PDF)
Power Point

Die wichtigsten obligatorischen Lehrinhalte

Kommunikation, Marketing, Werbung, die konzeptionelle Umsetzung der Marktgegebenheiten: Methoden, Arten, Medien, Konzeption, Strategien, Marketing-Instrumente, Zielgruppen, Produktentwicklung, Markenpolitik, Demoskopie, Absatzplanung, Potentialanalyse, Marktanteile, Handelsmarken, Segmentierung, Betriebsplanung, Produkteinführung, Relaunch, Sales Promotion, Mediaplan, Etatplanung, Management, Controlling, Kosten, Public Relations, Sponsoring, Werbekampagne, Salesfolder, Packung, Plakat, Anzeige, *Kundenzeitschrift usw., Werbeerfolgskontrolle*

Art Direction, das Erfassen fächerübergreifender Zusammenhänge und Ideenfindung: Briefing, Analyse, Copystrategie, Konzeption, Gestaltung, Management, Umsetzung, Kontakt, Controlling

Graphic Design, die gestalterische Auseinandersetzung mit Absicht und Idee: Grundlagen der Gestaltung, Packungsdesign, Markenzeichen, Logotype, Piktogramm, Signet, Emblem, Leitsysteme, Firmenimage, Markenimage, Corporate Identity, Storyboard, Rendering-Techniken, Zeichen, Signal, Semiotik, Symbolik, Marke

Illustration, die grafische Umsetzung erzählender, dekorativer oder erklärender Inhalte: Grafik, Vignette, Rough, Scribble, illustrierte Typografie, Komposition, Darstellungs-Techniken, Farbe, tabellarische Illustration, topografische Illustration, Layout

Sachzeichnen, die grafische Darstellung und Umsetzung von Sachgegenständen: Gestaltungsgrundlagen, Techniken, Werkzeuge, Materialien, Perspektive, Proportion, Farbenlehre, Fläche, Körper, Raum, Konstruktion, Struktur, Layout

Editorial Design, Entwicklung und Gestaltung von Verlagsobjekten: Verlagswesen, Verlagsmarketing, Analyse, Leserverhalten, Zielgruppen, Produktentwicklung, Konzeption, Periodika, Buch usw.

Commercial, das Movie in der Werbung: TV, Kino, Multimedia, Dramaturgie, Idee, Treatment, Storyboard, Scribble, Umsetzung mit Premiere und grafisch simulierter Bewegung (Zwischenprüfung)

Produktdesign, Entwicklung und Gestaltung von Industrieprodukten: Produktidee, Konzept, Exposé, Konstruktion in 3D, Kundenlayout

Messe/Ausstellungsdesign, Entwicklung und Gestaltung von Messeständen: Konzeption, Konstruktion, Kostenplan, Modellbau

Fotodesign, das Bild als Kommunikationsmittel: Kameratechnik, Fotografie, Atelierfotografie, digitale/analoge Fotografie usw.

Typografie, Schrift, neben der Sprache das wichtigste Kommunikationsmittel: Entwicklung, Duktus, Ausdruck, Lesbarkeit, Textverarbeitung, Lesbarkeit, Leserschaft, Lesererwartung, Assoziationen, Layout

Desktop-Publishing, Bildbearbeitung, Colormanagement, Herstellung, die wichtige und marktrelevante Gestaltung und Produktion der elektronischen und konventionellen Medien:

Die Ausbildung, Inhalte, Methodik

Zusätzlich zu den ordentlichen Lehrinhalten vermitteln Fachdozenten aus der Praxis in Vorlesungen, Kursen, Workshops und Seminaren Erfahrungen und Erkenntnisse in allen Fachbereichen der Kommunikation, des Designs und der Werbung. Die Erfahrung der vielschichtigen Zusammenhänge wird durch die Entwicklung praxis- und marktfähiger Projekte in Teamarbeit vertieft.

Design ist ein Marketing-Instrument *oder* Marketing ist ein Design-Instrument. Beides ist richtig, beide verstehen sich als nicht trennbare Teile des Ganzen.

Die Akademie lehrt Art Direction und Design-Management als Verständnis der Zusammenhänge des Marktes und der Funktion des Design. Ausbildungsziel ist das Verständnis der Gesamt-Zusammenhänge = Kompetenz.

Kommunikation/Werbung/Marketing ist neben dem Studium Design deshalb eines der wichtigen Hauptfächer. Neben der akademischen Lehre wird besonderer Wert auf die Arbeitssituation in der Praxis gelegt.

Rahmenlehrplan und Studieninhalte richten sich nach den jeweils neuesten Erkenntnissen und Entwicklungen im Technologie- und Medienbereich und unterliegen deshalb ständiger Kontrolle.

Auf Veränderungen des Marktes und der Berufspraxis wird die Akademie umgehend durch Korrektur des Lehrplanes und, wenn nach ihrem Ermessen notwendig, auch der Lehrinhalte reagieren. Änderungen auch der laufenden Lehr- und Unterrichtspläne sind deshalb logischerweise vorbehalten.

Ausbildungsziel und Vertragsinhalt ist die Vermittlung der Kenntnisse und Fähigkeiten, die zur Ausübung des Berufes des Kommunikationsdesigners befähigen.

Von besonderer Bedeutung ist hierbei die Methode des handlungsorientierten Lehrens und Lernens, das heißt, der Erwerb von Schlüsselqualifikationen.

Den Studenten steht ein hochaufgerüstetes Equipment mit Internet-Zugängen zur Verfügung, eine 65-Platz Netzwerkkonfiguration mit Servern, Scannern, Beamern, Farbdruckern, CD- und DVD-Brennern, Fachbibliothek, Marketing- und Media-Dateien, Marktforschungsdaten, Buchbinderei, Fotolabor, Fotoateliers.

Über einen Internet-Server und die Standleitung der Akademie können die Studenten auch von außerhalb und vom eigenen Rechner auf ihre Dateien in der Akademie zugreifen und eigene e-Mail-Konten führen.

Das Berufsbild, Beruf und Stellung

Das wesentlich in Tiefe und Breite erweiterte Berufsbild des Kommunikationsdesigners gegenüber dem des Graphic Designers ergibt sich zwangsläufig aus den veränderten Anforderungen des Marktes schon seit den siebziger Jahren.

Während der Graphic Designer sich als Visualizer von Ideen und diese Tätigkeit als künstlerischen Vorgang verstanden wissen will, ist der zukunftsbewußte Kommunikationsdesigner in erster Linie Kreativer, aber ebenso Berater, Begleiter und Konzeptioner. Seine Ideenfindung resultiert aus der Kenntnis des jeweils spezifischen Umfeldes, auf dem er sich bewegt und der daraus entstehenden Strategie, welche alle für die Lösung der Aufgabe relevanten Marketing-Fakten berücksichtigt; seine Kreativität zeigt sich nicht in der Idee als Idee, sondern in der Berücksichtigung der jeweiligen Marktgegebenheiten und ihrer logischen Zwänge, will er am Markt bestehen.

Die Dienstleistung des Kommunikationsdesigners ist Umsetzung der Absicht seines Auftraggebers, welche fast immer kommerzieller Natur ist.

Sein Konzept entsteht auf der Grundlage des Briefings, der Dokumentation über Unternehmensstrategie, Kommunikations-, Marketing- und Werbestrategie, der Mediaplanung, den Zukunftsabsichten, der Marktentwicklung, regionaler und saisonalbedingter Vorgaben, Konsumverhalten, Konkurrenzsituation usw., woraus sich die Folgerungen für Differenzierungsmodelle und Positionierungserkenntnisse sowie für die Designkonzeption ergeben.

Die Einsatzmöglichkeiten des Kommunikationsdesigners sind vielfältig; als Kreativer in Werbeagenturen, Werbe- oder Designstudios, in Zeitschriftenverlagen, Buchverlagen, Zeitungsverlagen, in Promotion- und PR-Agenturen, in der Industrie, im Handel und in Dienstleistungsunternehmen, als Screendesigner in Multimedia-, Internet- und Animations-Studios oder als Freelancer in allen Bereichen der Kommunikation, der Werbung und des Design.

Die Akademie unterhält Kontakte zu den Verlagen, Werbeagenturen und den Fachverbänden und vermittelt Praktika und Jobs; Studenten und Absolventen der Akademie sind gefragte Mitarbeiter.

Berufsbezeichnung: Kommunikationsdesigner,
Aufstiegslevels: Art Director, Creativ Director

Die Eingangsvoraussetzungen

Fachhochschulreife, Hochschulreife, Realschulabschluß; in jedem Fall stellt die Akademie nach eigenem Ermessen die Eignung durch ein Beratungsgespräch fest.

Die Termine der unverbindlichen Orientierungstage sind dem gesonderten Anmeldeformular zu entnehmen. Die Bewerber erhalten innerhalb von drei Tagen Nachricht über das Resultat.

Die üblichen Vorzeigemappen sind aus gutem Grund nicht gefordert, da diese auf Feststellung künstlerischer Begabung abheben, die für diesen Beruf ohne Belang ist.

Prüfungsgebühren werden nicht erhoben.

Die Studiengebühren pro Semester betragen 2520 Euro und werden jeweils am ersten Tag des Semesters fällig, können aber auch in sechs gleichen Monatsraten zu je 420 Euro beglichen werden. Der Kostenbeitrag in Höhe von 180 Euro für die Grundausrüstung und Material im ersten Semester wird bei Vertragsabschluss fällig.

Die Akademie ist mit berufsqualifizierendem Abschluss staatlich anerkannt, ebenso die Gleichwertigkeit mit staatlicher Ausbildung; die Ausbildung entspricht dem internationalen Hochschulstandard.

Die Akademie ist als Berufsfachschule BAföG- anerkannt. Die Ausbildung dauert 7 Semester. Ein 8. Semester ist freiwillig, führt zum erweiterten Abschluss und kann nachgebucht werden.

Nach erfolgreichem Abschluß der Ausbildung vergibt die Akademie ein Abschlusszeugnis als Kommunikationsdesigner mit der Qualifikation Art Director.

Schmalspur-Zertifikate für zeitreduzierte Crash-Ausbildungen werden nicht vergeben.

Auf Wunsch stellt die Akademie nach Abschluss Verbindung zu namhaften Partner-Hochschulen in verschiedenen Ländern her, an denen Auslandssemester in unterschiedlichen Fakultäten gebucht werden können.

Die Akademie ist von 9 bis 16 Uhr geöffnet; die Ausbildung findet regelmäßig von 9.30 bis 15.00 Uhr an fünf Werktagen in der Woche statt.

Ausschließliche, verbindliche Vertragsgrundlage für beide Seiten sind die Vereinbarungen des Ausbildungsvertrages. Vorab-Informationen können selbstverständlich der späteren Korrektur unterliegen und deshalb keinen Anspruch auf Erfüllung darstellen.