



DESIGNBOTE

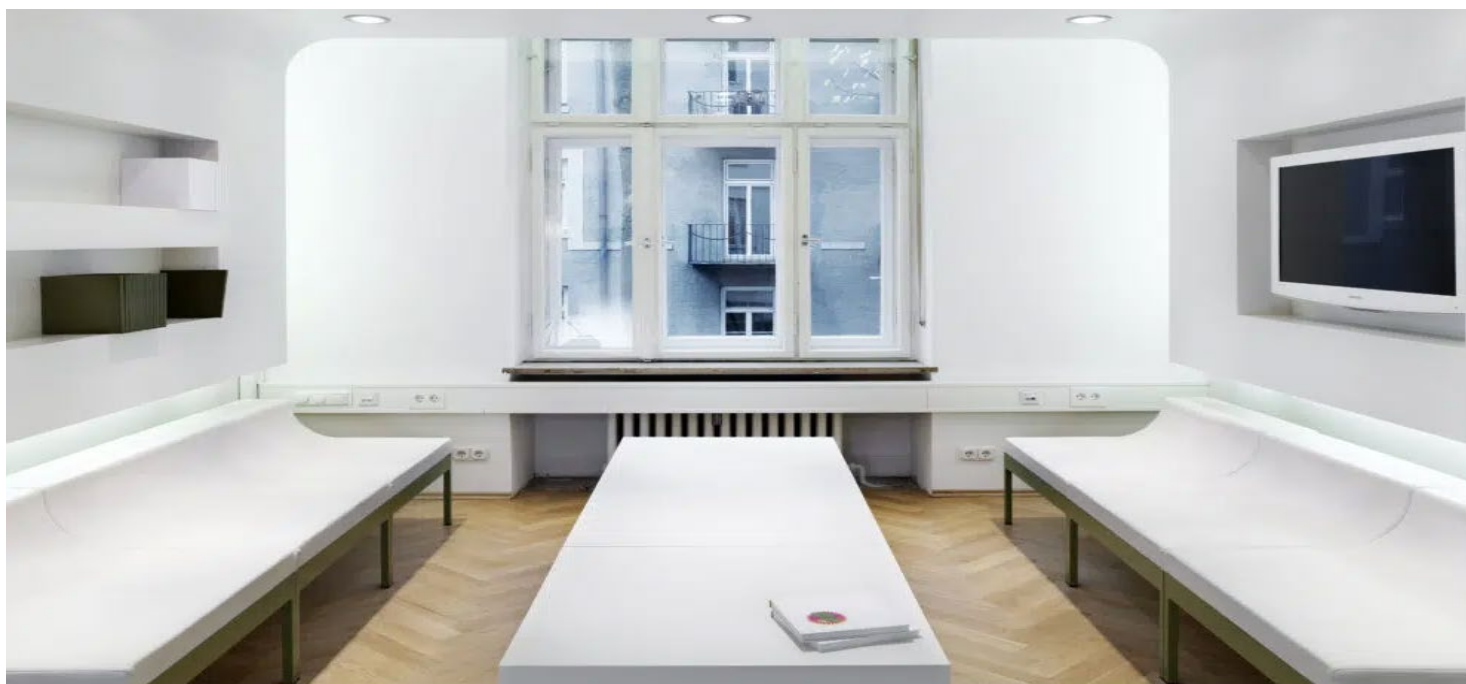
FOLGT FORM UND FUNKTION

GRAFIKDESIGN ▾ PRODUKTDESIGN ▾ MEDIENDESIGN ▾ AGENDA ▾ STUDIUM & TIPPS ▾

AGENTUREN & MARKEN

Kreative Köpfe Teil 10 – Holger Wiesenfarth

Geschäftsführer Kreation, Bloom GmbH, München



Nach seinem Kommunikationsdesign-Studium schloss Holger Wiesenfarth seine Ausbildung an der Miami Ad School in den USA ab. Im Anschluss startete er zunächst in Frankfurt am Main bei der Agentur Schitto Schmodde Werbung durch. Weitere Stationen seiner Karriere waren Wire Süden und Panama, beide in Stuttgart. Im Jahr 2010 folgte der Wechsel zu Bloom, wo er als Creative Director schnell ein starkes Team aufbaute und 2011 schließlich Partner wurde. Da der inzwischen 49-Jährige maßgeblich am Erfolg der Agentur beteiligt ist, erfolgte 2017 die Aufnahme in die Geschäftsführung.



Geschäftsführer Kreation, Bloom GmbH, München

Wie bist Du zur Kreation gekommen?

Gestaltung, Fotografie und Illustration fand ich schon immer spannend. Dann hatte ich ein Angebot den Beruf Werbekaufmann zu erlernen. Das Wort Kaufmann muss ich ignoriert haben. Zumindest war mir danach sehr klar, dass ich diese Kreation ausprobieren muss und Kommunikationsdesign studieren muss. Danach als Schmankerl noch die Miami Ad School in Florida, dann war's klar ...

Auf welches Projekt bist Du besonders stolz?

Als Autofreak und als studentische Hilfskraft, die viele Schichten in der Gießerei der Marke mit dem Stern verbracht hat, war der Kunde Mercedes-Benz Classic ein Glücksfall. Ich bin einfach ein Kind des Sterns. Neu bei Bloom war es der Wahnsinn, als relativ kleine und eher unbekannte Agentur die Marke STIHL gegen die großen Player im Pitch zu gewinnen. Und immerhin haben wir diesen Etat fast acht Jahre betreut. Aus meiner Frankfurter Zeit sind mir die Jahre mit hr3 in Erinnerung geblieben. Aus einer Zeit, als sich nicht ausschließlich die Moderatoren und die Frequenz auf dem Medium befanden.

Wie stark beeinflusst die Corona Pandemie Deine kreative Arbeit?

Schon ordentlich. Digitales ausdenken ist einfach nicht das Gleiche wie sich gemeinsam in ein Räumchen zu setzen und sich gegenseitig hoch zu steigern, zwischendurch um den Block zu laufen oder auf dem Balkon weiter zu machen. Aber das Gemeinsame hat schon stark gelitten. Ich hoffe sehr, das ist jetzt vorbei.





Was war die schmerzhafteste Niederlage und Deine Erkenntnisse daraus?

Man muss vor allen Dingen als junger Kreativer lernen, dass immer noch was geht. Dass es immer einen noch besseren Gedanken gibt. Da hat man zahllose Filme für einen großen italienischen Süßwarenhersteller geschrieben, deren Werbung im TV man als eher schwierig empfand. Um dann wirklich tolle Stillomatics mit witzigen Ideen umsetzen zu dürfen. Wochen später hat man dann erfahren, dass es diese nie bis zum Entscheider geschafft hatten, da unsere Ansprechpartner einfach zu viel Angst hatten. Auch da muss man durch ...

Wie stark beeinflusst die Corona Pandemie Deine kreative Arbeit?

Schon ordentlich. Digitales ausdenken ist einfach nicht das Gleiche wie sich gemeinsam in ein Räumchen zu setzen und sich gegenseitig hoch zu steigern, zwischendurch um den Block zu laufen oder auf dem Balkon weiter zu machen. Aber das Gemeinsame hat schon stark gelitten. Ich hoffe sehr, das ist jetzt vorbei.

Woran arbeitest Du derzeit?

An einer europaweiten Einführung einer amerikanischen Marke mit nachvollziehbaren, relevanten und anfassbaren Produkten. Das volle Programm. Inklusiv einer neuen Bildwelt, die Maßstäbe setzen soll. Das wird unglaublich gut.

Kreative Vorbilder – Hast Du eins?

Oh je, das muss ich inhaltlich trennen. Ich habe immer sehr gerne die Autofotografie beobachtet, als diese tatsächlich noch fotografiert wurden. Natürlich auch, weil ich viele Pkw-Kunden betreut habe. Da konnte ich leider nicht mit allen Fotografen arbeiten, mit denen ich es mir gewünscht hätte. Unglaublich gute Leute waren da dabei. Hier muss ich Peter Jooß erwähnen. Der ist zwar Texter, aber ich mochte diese klare Fokussierung auf eine Kernidee. Und diese wurde immer so voller Überzeugung und mit viel Leidenschaft durchgezogen. Das hat mich sehr inspiriert ... Und diese Misfits, die man vereinzelt überall antreffen kann. Deren Handeln, Outfits, Einstellung sind immer sehr inspirierend – weil es ihnen egal ist, was andere denken..

Inspiration – Wie kommst Du auf neue Gedanken?

Am Liebsten am Wasser beim Fischen. Ohne einen Menschen in der Nähe zu haben. Und wenn ich dann versuche, epochale Fischmeisterwerke zuzubereiten. Ich darf mich glücklich schätzen, keine Werber im

Freundeskreis zu haben. Deren völlig andere Perspektiven sind ebenfalls sehr hilfreich für neue Gedanken.

Welche Rolle soll aus Deiner Sicht Kommunikation und Design in der Gesellschaft einnehmen?

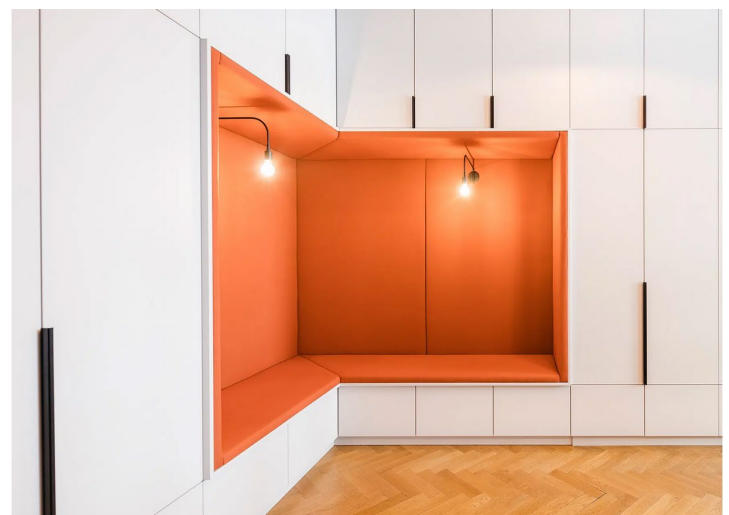
Du, liebe Kommunikation, sollst nicht lügen und Du, liebes Design, sollst den Inhalt zieren..

Was ist aus Deiner Sicht besonders spannend an Deinem Beruf und welchen Rat gibst Du jungen Menschen mit auf den Weg?

Ich darf hier einen früheren Chef zitieren: „Wir haben als Kreative doch den geilsten Beruf der Welt. Wir werden bezahlt, uns tolle Ideen auszudenken und sind verantwortlich, diese mit Meistern ihres Fachs auf die Straße zu bringen.“ Es ist doch ein Wahnsinn was für tolle Köpfe da draußen rumrennen. Fotografen, Illustratoren, Designer, Künstler, Tätowierer ... Liebe junge Menschen, die Werbung ist gar nicht so scheiße, wie alle behaupten. Lasst euch nichts erzählen! Einen Versuch ist es jederzeit Wert.

Auf was wird es künftig im Branding und Design nach ankommen?

Authentisch zu sein. Jede falsche Geschichte, jede nicht nachvollziehbare Story fliegt auf. Aufgemerkt!



„Arbeiten, wo andere im Designhotel sind ...“

Datum: 21. Juli 2021

Tags: Bloom, Holger Wiesenfarth, Kreative Köpfe, Miami Ad School Florida