

DOZIERENDE IM PORTRÄT



00:01:00

Fit ▾

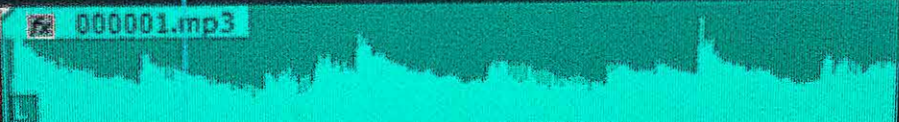
FABW Motion Design Projekte: THE GLITTEST

1/4 ▾



86

Audio 1



„Die größte Gefahr für Design ist ein Ego“

Ein Gespräch mit Prof. Dr. Heike Sperling
Leitende Dozentin im Studiengang Motion Design



S EIT 1998 LEITET PROF. DR. HEIKE SPERLING AN DER FILMAKADEMIE BADEN-WÜRTTEMBERG DEN AUFBAUSTUDIENGANG MOTION DESIGN. ALS KOMMUNIKATIONSEXPERTIN, KREATIVDIREKTORIN UND PRODUZENTIN BERÄT SIE INSTITUTIONEN, UNTERNEHMEN UND FREIE KONSTELLATIONEN IM BEREICH KOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT. ZU IHREN KUNDEN ZÄHLEN INTERNATIONALE MEDIENUNTERNEHMEN WIE IBM, RTL GROUP UND TELEKOM, ABER AUCH MEDIENREFORMER WIE HOTWIRED SOWIE KULTURKOLLEKTIVE UND GROSSE FESTIVALS WIE DIE C/O POP UND DIE MONHEIM TRIENNALE.

Dr. Sperling, die Ende der 1990er Jahre bei Bazon Brock in Ästhetik promovierte, wurde mit ihren Motion-Design-Projekten weltweit – u.a. vom Art Directors Club Deutschland, der Broadcast Designer Association International, dem Cannes Lions International Festival und dem New York Festivals World’s Best Advertising Award – ausgezeichnet.

Ihre Karriere begann Dr. Sperling bei RTL Television. Anfang der 1990er war sie für die Entwicklung des On Air Designs zum Sendestart des TV-Senders VOX verantwortlich. Danach arbeitete sie als freiberufliche Produzentin, Regisseurin und Creative Director in Deutschland und den USA. 2002 entwickelte sie mit Chris Rehberger von Double Standard das On Air Design des Musiksenders VIVA PLUS und 2003 initiierte sie mit der britischen Designlegende Peter Saville das Redesign des WDR. Dr. Sperling produzierte auch Musikvideos, die sich auf experimentelle und elektronische Musik konzentrierten.

2004 berief die Robert Schumann Hochschule Dr. Sperling als Professorin für Digitale Bildmedien. Sie leitet an der renommierten Düsseldorfer Musikhochschule den Masterstudiengang Klang und Realität sowie den Studienschwerpunkt Visual Music. 2015 wurde sie in den Beirat des Center for Visual Music in Los Angeles, USA berufen und 2022 in den Vorstand von ON - Neue Musik Köln e.V. gewählt.

Liebe Heike, um den Begriff Motion Design ranken sich immer noch einige Fragezeichen und Mythen. Kläre uns doch bitte mal auf, was Motion Design tatsächlich bedeutet.

Diese Fragezeichen existieren nicht nur an der Filmakademie, bei Studierenden, Lehrenden und auch in der Verwaltung, sondern ganz generell. In den Aufnahmegesprächen stellen wir fest, dass die wenigsten Bewerber*innen die Begriffe Motion Design oder Motion Graphics kennen. Die suchen online eher nach „Gestaltung“,

DOZIERENDE IM PORTRÄT

„Audiovisuelle Kommunikation“ oder „Design“. Und das, obwohl Motion Design ein feststehender Begriff ist. Außerdem erwarten viele dieses Studienfach nicht an einer Filmhochschule. Selbst Menschen in den Designfakultäten tun sich manchmal damit schwer. Dabei ist die Erklärung ziemlich einfach: Motion Design ist Bild plus Grafik plus Animation plus Sound. In dieser Mischung kommen also verschiedene Gewerke zusammen. Einmal das klassische Grafikdesign, wie man es zum Beispiel von Postern kennt. Die Grafik wird dann animiert, kommt in Bewegung. Dazu gesellen sich Sounddesign und Musik, wir machen ja keine Stummfilme. Und ganz oft kommt noch Live Action, also das bewegte Bild, hinzu. Diese Mixtur ist dann Motion Graphics oder – wie man in Deutschland eher sagt – Motion Design. Wenn ich früher nach der Bedeutung des Begriffs gefragt wurde, habe ich als Beispiel einfach die Vorspanne der James-Bond-Filme genannt, dann war es sofort klar.

Aber ihr macht ja noch sehr viel mehr als solche Vorspanne.

Ja, Motion Design kommt inzwischen fast überall vor. Da wir jetzt alle permanent im Internet unterwegs sind, gibt es kaum noch unbewegte Grafik. Das gilt selbst für Flyer, die zu einem Vortrag oder einer Party einladen, ob nun auf Facebook, Instagram oder TikTok. Auf einem viel größeren Level gespiegelt findet man das z.B. bei der aktuellen Tour von Beyoncé. Da war das gesamte Kölner Fußballstadion mit silberner Folie ausgelegt und Motion Design überall integriert. Auch die riesigen Stände der internationalen Automobilausstellungen in Frankfurt oder Detroit werden heutzutage mit bewegten Grafiken und Sounddesign, mit Videowalls und Hunderten von Lautsprechern bespielt. Eine Abteilung, mit der wir an

der Filmakademie sehr eng zusammenarbeiten, ist der Studiengang Journalistischer Film, weil dort oft komplexe Sachverhalte ohne viele Worte vermittelt werden müssen. Gerade in der deutschen Sprache tun wir uns ja oft schwer, komplizierte Dinge einfach zu erklären. Motion Design hilft dabei, einen Überblick zu bekommen und unterstützt die sprachliche Vermittlung. Ich könnte jetzt noch ganz viele andere Einsatzgebiete nennen im Fernsehen, im Netz oder auch im Kino.

Bei so einem vielfältigen Einsatzgebiet werden Motion Designer*innen doch mit Sicherheit stark nachgefragt im Markt?

Absolut. Umso bedauerlicher ist es, dass wir so wenige Bewerbungen bekommen. Zumal so ein Postgraduiertenstudium Motion Design gar nicht an anderen Hochschulen in Deutschland angeboten wird. Eigentlich müssten uns die Bewerber*innen die Türen einrennen. Ich sehe für diese Flaute drei Gründe: Wie erwähnt, vermuten viele diesen Studiengang nicht an der FABW, obwohl sie das beste Habitat für uns ist. Eine Filmhochschule bietet ein viel besseres Umfeld als eine Designfakultät, weil wir hier direkt unsere Kollaborateur*innen und auch unsere Kundschaft treffen. Allein die Zusammenarbeit mit Sounddesign und Filmmusik gibt es an anderen Hochschulen überhaupt nicht. Ein zweiter Grund ist, dass viele Motion Designer*innen, gerade weil sie so begehrte sind, direkt nach ihrem Bachelorabschluss in die Wirtschaft gehen und sich selbständig machen, anstatt noch ein Aufbaustudium abzuschließen. Und zum Dritten fehlt im Augenblick, nicht nur an der FABW, noch eine wirkliche Internationalisierung, dass wir Studierende aus allen Kontinenten aufnehmen und zumindest zweisprachig, also in jeder Hinsicht diverser werden.



Dann dürfte der an der Filmakademie eingeschlagene Weg einer konsequenten Internationalisierung und eines bilingualen Curriculums ganz in Deinem Sinne sein.

Ja, wobei ich einen Aspekt dabei sehr wesentlich finde. Ich habe in Düsseldorf schon eine internationale Klasse im Masterstudium. Dort sagen mir die Studierenden, wie wichtig es ist, auch Deutsch im Unterricht zu haben, weil sie hier Geld verdienen und auch Teil dieser Gesellschaft werden wollen. In Berlin schaffen es *native speaker* teilweise gar nicht mehr, Deutsch zu lernen, weil alle Englisch mit ihnen sprechen. In Düsseldorf versuchen wir deswegen, Zweisprachigkeit zu institutionalisieren. Das ist aber super schwierig. Die meisten Prüfungsordnungen geben das nicht her. Trotzdem wäre das der richtige Weg. Die Motion-Design-Studierenden kommen auch mit Englisch durch, sie arbeiten ohnehin international und viel online. Aber das Deutsche ist eben auch wichtig.

Siehst Du Deine Studierenden gut in die Abläufe und interdisziplinäre Zusammenarbeit an der FABW integriert? Wo gäbe es für Dich noch Verbesserungsmöglichkeiten?

Ich bin jetzt schon 25 Jahre an der Filmakademie. Als Manfred Becker und ich den Studiengang 1998 gegründet haben, ähnelte er oft einer Art Blinddarm, wir wurden nur bei "Bauchschmerzen" bemerkt. Die Studierenden von Motion Design haben sich auch an ihre Rechner zurückgezogen. Wir sind dann auf andere Gewerke zugegangen und haben gemeinsame Veranstaltungen geplant. Angefangen haben wir mit einwöchigen Workshops mit Filmmusik und Sounddesign. Dabei habe ich schnell

gemerkt, dass in dieser Woche Bekanntschaften oder sogar Freundschaften entstehen und sie im Anschluss weiter zusammenarbeiten. Ich habe auch gemerkt, dass es dafür diese gemeinsamen Projekte braucht. Das ist im Spielfilm, Dokumentarfilm oder der Serie genauso. Danach haben wir Workshops mit Werbefilm, Szenenbild, Montage/Schnitt oder Filmgestaltung etabliert, natürlich auch mit Interaktive Medien. Motion Design führt ja beispielsweise auch durch Computerspiele. Journalistischer Film hatte ich schon genannt. Es gibt also etliche Abteilungen, mit denen Motion Design seit vielen Jahren zusammenarbeitet. Außerdem müssen alle drei Pflichtprojekte pro Semester Kollaborationsprojekte sein. Da sehe ich aktuell also keinen Ausbaubedarf. Außer vielleicht mit der ADK. Da gäbe es natürlich ebenfalls Berührungspunkte, wie z.B. interaktive Bühnenbilder. Bislang kam aber noch keine Zusammenarbeit zustande.

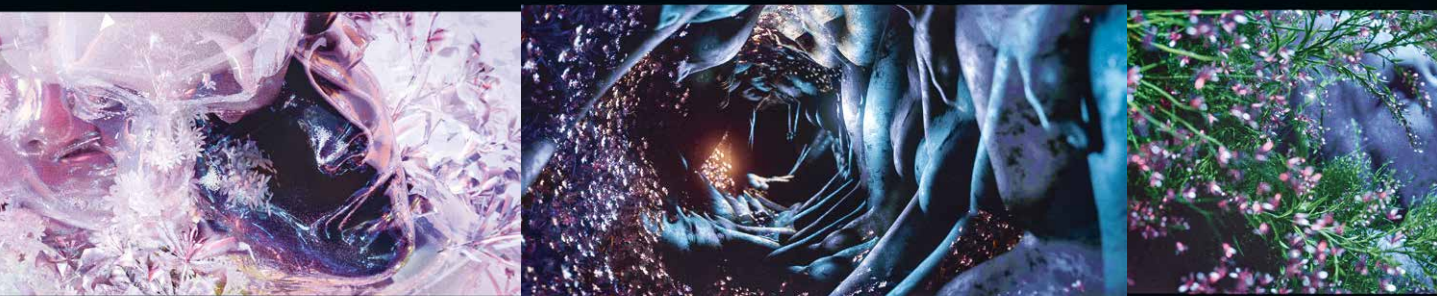
Was beeindruckt Dich am meisten an Deinen Studierenden?

Motion Design ist ein Studium auf allerhöchstem Niveau. Wir verlangen viel von den Studierenden. Deshalb sind es vor allem fünf Dinge, vor denen ich wirklich großen Respekt habe. Zunächst einmal bewundere ich ihre Geduld, mit den vielen künstlerischen Egos an der Filmakademie umzugehen, die glauben, dass Ästhetik Schönheit sei und Design Verpackung. Die MD-Studierenden versuchen dann dieses Vorurteil durch ihre Kommunikationsfähigkeit, Freundlichkeit und Intelligenz zu heilen. Sie müssen jedes Mal wieder in Ruhe erklären, was Motion Design ist. Das Zweite, was ich an ihnen bewundere, ist ihre enorme Disziplin. Alexander Hanowski und ich erwarten als die leitenden Dozent*innen, dass sie drei Projekte pro Semester abgeben. Das



DOZIERENDE IM PORTRÄT

IN HER ARMS



heißt, sie kommen mit einem Portfolio von zwölf Arbeiten plus Diplomprojekt in den Markt. Dann ihr riesiger Mut, in all diese komplizierten Technologien zumindest reinzuschauen. Außerdem ihre Innovationskraft und ihren Forscher*innengeist, weil jedes Projekt neu sein und auffallen muss. Als Letztes, und das ist wahrscheinlich das Schwierigste, dass sie eine Balance entwickeln zwischen Dienstleistung und der eigenen künstlerischen Entwicklung. Das ist ein krasser Spagat, für andere, für ein anderes Projekt zu arbeiten, gleichzeitig aber eine Innovation zu bringen als Künstlerin oder als Künstler. Diese fünf Dinge bewundere ich sehr an den Studierenden und dadurch kommen am Ende diese tollen Projekte heraus.

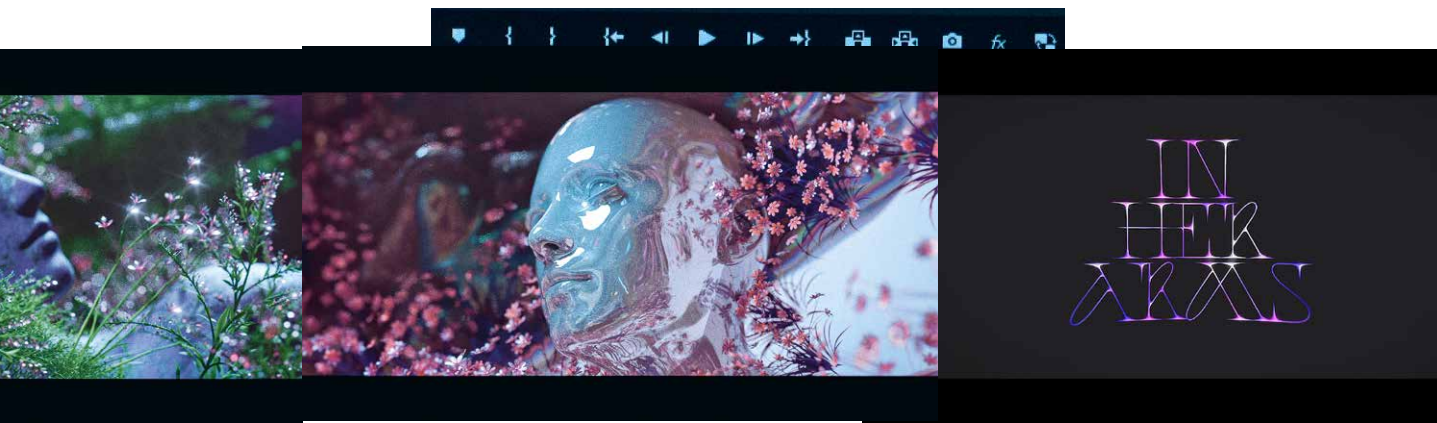
Wie wird sich das Berufsbild Motion Design Deiner Meinung nach in den nächsten Jahren entwickeln und wo siehst Du die größten Herausforderungen für die Ausbildung an der Filmakademie?

Ich glaube, für jede Motion Designerin und jeden Motion Designer gibt es im Verlauf des Lebens eine natürliche Entwicklung. Mein großes Vorbild ist Peter Saville. Er hat u.a. das berühmte Cover des Albums „Unknown Pleasures“ von New Order gestaltet und war der Art Director von Factory Records in Manchester. Als ich auf die 40 zugeing, sagt er zu mir: Heike, du musst das eigentliche Gestalten an die nächste Generation abgeben, und du musst sehen, dass du aus dieser Schlacht rauskommst auf den Hügel und die Übersicht gewinnst. Der klassische Weg in diesem Berufsfeld führt über Stationen vom Junior Designer zum Senior Designer, vom Junior Art Director zum Senior Art Director, dann geht es in die Junior Creative Direction und Senior Creative Direction. Heute, mit 58, bin ich vorwiegend als Beraterin tätig und kann auch große Projekte mit hohem Budget überschauen. Je weiter ich mich entwickle, desto

mehr kann ich natürlich dann auch delegieren. Die aktuellen Studierenden müssen erstmal unglaublich viele Systeme, Technologien, Software oder Creative Coding beherrschen oder zumindest ein Verständnis für die Programmierung von dialogischen Echtzeit-Designsystemen z.B. für Themenparks oder große Shows entwickeln. Davor habe ich, wie gesagt, einen riesigen Respekt. Bei aller Technologie und allen rasanten Entwicklungen ist die Aufgabe von Motion Design – und von allen Arten von Design, Gestaltung oder Grafik – aber immer dieselbe, nämlich aufzufallen durch Unterscheidung. Im Kern geht es also um Denken und Sprache und vor allen Dingen um Kommunikation und Dialog. Deswegen ist die größte Gefahr beim Design immer das eigene Ego und dass ich mich nur um mich selbst drehe.

Wie genau bist Du zum Motion Design gekommen?

Es gibt zwei ganz wichtige Momente, die mich zum Motion Design gebracht haben. Der eine ist, dass MTV in Deutschland 1987 auf Sendung ging. Da war ich noch im Studium und wir wollten alle Musikvideos machen. Und MTV hatte eben Motion Design, diese Hunderte von Logokennungen in Bewegung. Das war etwas komplett Neues in den 1980ern, und im Studium gab es niemanden, der uns das hätte beibringen können, nicht mal im Ansatz. Wir hatten noch nicht mal Computer an der Hochschule. Ich wollte das unbedingt machen und habe dann 1989 bei RTL bei Manfred Becker in der Abteilung angefangen. Der zweite Moment war drei Jahre später, also 1990, die Einführung von Buzz TV bei MTV. Das hat mich buchstäblich vom Hocker gehauen. Das waren kurze, gesampelte Fernsehsendungen mit viel Motion Design, die sich mit der Zukunft beschäftigten. Das war ja noch vor dem Internet, aber das klingt in diesen Sendungen alles schon an. Die private Fernsehindustrie ist zu dieser Zeit in



Deutschland explodiert. Mit 27 wurde ich bereits Kreativdirektorin von VOX zum Sendestart. Buzz TV haben wir damals als Referenz für den Look von VOX genommen. Das Wichtigste in meinem Designerinnenleben ist also MTV bzw. das neue Genre Musikfernsehen: Single-Länge, drei bis vier Minuten, und diese Mischung aus Sound, Musik, schnellem Schnitt, Editing-Rhythmus und Graphics, die sich dazu bewegen, gemischt mit Live Action. Das war für mich die Initialzündung.

Deine Biografie liest sich, als müsste ein Tag mindestens 48 Stunden haben. Wie bekommst Du all Deine Aktivitäten unter einen Hut?

Ich merke selbst, dass ich ultraschnell bin, schon beim Reden. Womit ich umgehen muss, ist, dass ich Flüchtigkeitsfehler mache. Diese wahnsinnig hohe Geschwindigkeit und dass ich viele Sachen nebeneinander mache, ist fast eine Art Behinderung. Das führt dazu, dass ich immer Leute brauche, die Sachen nochmal angucken. Hier an der FABW könnte ich z.B. ohne Jürgen Klozenbücher, Studienkoordination Motion Design, meinen Job nicht vernünftig machen und ich empfinde tiefe Dankbarkeit für diese Art Unterstützung. Deshalb habe ich eine große Offenheit für Kritik, weil ich darauf angewiesen bin, dass andere meine Flüchtigkeitsfehler korrigieren. Ich erzeuge auch oft Gegenwehr bei Menschen, die vor meiner „Pushiness“ zurückschrecken. Heute ist mir nicht mehr so wichtig, was andere von mir denken und ich vertraue mehr und mehr, je älter ich werde, meiner Inspiration. Das Motto, das ich im Augenblick am liebsten mag, ist: Love what loves you back! Also nicht an Türen rütteln, die nicht aufgehen. Und ich brauche halt eine Community, Leute, die spezialisiert sind. Ich bin eine Generalistin, ich kann sehr viele Dinge, kann mich über alles unterhalten, aber ich bin keine Expertin.

Wie würdest Du diesen Satz beenden?

Die Filmakademie ist für mich...

...wie schon erwähnt, das beste Habitat für Motion Design. Wir sind nirgendwo besser aufgehoben. Ganz viele unserer Ehemaligen haben zusammen Studios gegründet, also direkt Gemeinschaften aufgebaut. Diese Gemeinschaft und Kommunikation sind für mich der Schlüssel sowohl für Motion Design als auch für die Filmakademie im Ganzen.

HOMEPAGE:

[HTTP://HEIKESPERLING.DE/LATEST-ADDITIONS/](http://heikesperling.de/latest-additions/)

LECTURERS IN PORTRAIT



Fit

DEJA-VU

1/4

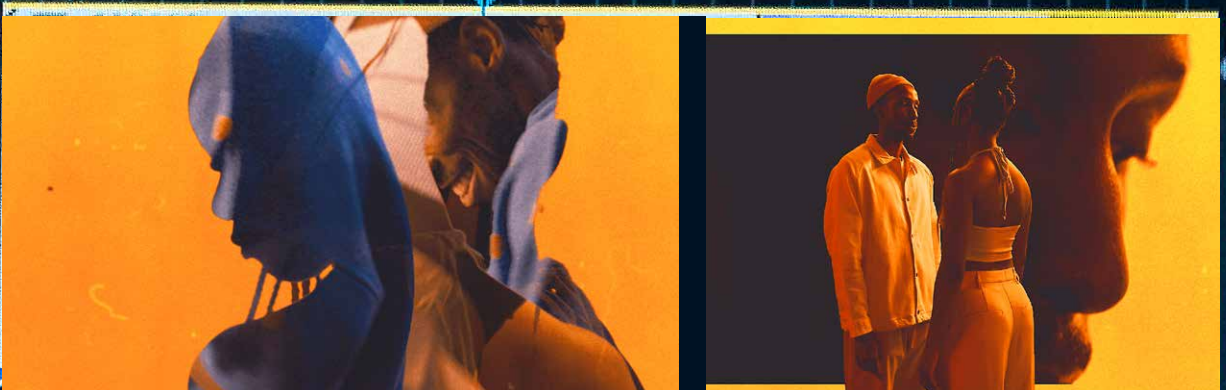
00:0



:00:00

00:00:15:00

00:00:3



000006

000001.mp3

000001.mp3

92

”The Greatest Danger for Design Is an Ego“

A conversation with **Prof. Dr. Heike Sperling**
Head lecturer in the Motion Design study course



PROF. DR. HEIKE SPERLING HAS BEEN HEAD OF THE MOTION DESIGN POST-GRADUATE COURSE AT FILMAKADEMIE BADEN-WÜRTTEMBERG SINCE 1998. AS A COMMUNICATION EXPERT, CREATIVE DIRECTOR AND PRODUCER, SHE ADVISES INSTITUTIONS, COMPANIES AND INDEPENDENT CONSTELLATIONS IN THE FIELD OF COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS. HER CLIENTS INCLUDE INTERNATIONAL MEDIA COMPANIES SUCH AS IBM, RTL GROUP AND TELEKOM, BUT ALSO MEDIA REFORMERS SUCH AS HOTWIRED AS WELL AS CULTURAL COLLECTIVES AND MAJOR FESTIVALS SUCH AS C/O POP AND THE MONHEIM TRIENNALE.

Dr. Sperling, who received her doctorate in aesthetics from Bazon Brock in the late 1990s, has received awards for her motion design projects worldwide - including from the Art Directors Club Germany, the Broadcast Designers Association International, the Cannes Lions International Festival and the New York Festivals World's Best Advertising Award.

Dr. Sperling began her career at RTL Television. In the early 1990s, she was responsible for the development of the on-air design for the launch of the TV channel VOX. She then worked as a freelance producer, director and creative director in Germany and the USA. In 2002, she developed the on-air design of the music channel VIVA PLUS with Chris Rehberger of Double Standard, and in 2003 she initiated the redesign of WDR with the British design legend Peter Saville. Dr Sperling also produced music videos that focused on experimental and electronic music.

In 2004, the Robert Schumann University appointed Dr. Sperling as Professor of Digital Visual Media. She directs the master's programme Sound and Reality and the Visual Music major at the renowned Düsseldorf University of Music. In 2015 she was appointed to the advisory board of the Center for Visual Music in Los Angeles, USA, and in 2022 she was elected to the board of ON - Neue Musik Köln e.V.

Dear Heike, there are still some question marks and myths surrounding the term motion design. Please explain to us what motion design actually means.

These question marks exist not only at the Filmakademie, among students, teachers and also in the administration, but quite generally. In the admissions interviews, we find that very few applicants know the terms motion design or motion graphics. They tend to search online for „design“ or „audiovisual communication“. This is despite the fact that motion design is an established



term. Moreover, many don't expect to find this subject at a film school. Even people in design faculties sometimes are astonished by this. Yet the explanation is quite simple: motion design is image plus graphics plus animation plus sound. So, in this mixture, different trades come together. On the one hand, there is classic graphic design, as we know it from posters, for example. The graphics are then animated, set in motion. Then there is sound design and music, because obviously we don't make silent films. And very often live action, the moving image, is added. This mixture is then called motion graphics or - as they say in Germany - motion design. When people used to ask me what the term meant, I would simply give the opening credits of the James Bond films as an example, and it was immediately clear.

But you do a lot more than just opening credits.

Yes, motion design is now almost everywhere. Since we are all permanently on the Internet now, there are hardly any still graphics. That even applies to flyers inviting people to a lecture or a party, whether on Facebook, Instagram or TikTok. Mirrored on a much larger level, this can be found, for example, in Beyoncé's current tour. The entire Cologne football stadium was covered with silver foil and motion design was integrated everywhere. Even the huge stands at the international motor shows in Frankfurt or Detroit are nowadays covered with motion graphics and sound design, with video walls and hundreds of loudspeakers. One department with which we work very closely at FABW is the Film Journalism course, because complex issues often have to be conveyed there without many words. Especially in the German language, we often find it difficult to explain complicated things in a simple way. Motion design helps to get an overview and supports linguistic communication. I could name many other areas of application on television, on the Internet or in the cinema.

With such a wide range of applications, surely motion designers are in great demand on the market?

Absolutely. That makes it all the more regrettable that we receive so few applications. Especially since such a postgraduate programme in motion design is not offered at other universities in Germany. Actually, the applicants should be beating down our doors. I see three reasons for this lull: As I mentioned, many people don't think this course is offered at FABW, even though it is the best habitat for us. A film school offers a much better environment than a design faculty, because here we meet our collaborators directly and also our clientele. The collaboration with Sound Design and Film Music alone does not exist at all at other universities. A second reason is that many motion designers, precisely because they are so sought-after, go straight into business after their bachelor's degree and become self-employed instead of completing a postgraduate degree. And thirdly, what is missing at the moment, not only at FABW, is a real internationalization, that we accept students from all continents and become at least bilingual, i.e. more diverse in every respect.

Then the path of consistent internationalization and a bilingual curriculum taken at the Filmakademie should be entirely in your interest.

Yes, although I think one aspect is very important. I already have an international class in the Master's programme in Düsseldorf. The students there tell me how important it is to have German in class because they earn money here and want to be part of this society. In Berlin, native speakers sometimes no longer manage to learn German because everyone speaks English with them. In Düsseldorf, we are therefore trying to institutionalize bilingualism. But that is super difficult. Most examination



regulations don't allow for it. Nevertheless, that would be the right way. The motion design students can get by with English, they work internationally and online a lot anyway. But German is also important.

Do you see your students well integrated into the processes and interdisciplinary cooperation at FABW? Where would there still be room for improvement?

I've been at the Filmakademie for 25 years now. When Manfred Becker and I founded the study course in 1998, it often resembled a kind of appendix, we were only noticed when someone had a "tummy ache". The Motion Design students also retreated to their computers. We then approached other departments and planned joint events. We started with one-week workshops with Film Music and Sound Design. I quickly noticed that acquaintances or even friendships were formed during this week and that they continued to work together afterwards. I also noticed that these joint projects are necessary. It's the same in feature films, documentaries or series. Then we established workshops with Advertising Film, Production Design, Editing or Experimental Filmmaking, and of course also with Interactive Media. Motion design also leads through computer games, for example. I already mentioned Film Journalism. So, there are quite a few departments with which Motion Design has been working for many years. In addition, all three compulsory projects per semester have to be collaborative projects. Therefore, I don't see any need for expansion at the moment. Except perhaps with the ADK. Of course, there would also be points of contact, such as interactive stage designs. So far, however, no cooperation has come about.

What impresses you most about your students?

Motion Design is a course of study at the very highest level. We demand a lot from the students. That's why there are five things in particular that I really have a lot of respect for. First of all, I admire their patience in dealing with the many artistic egos at FABW who believe that aesthetics is beauty and design is packaging. The MD students then try to cure this prejudice with their communication skills, kindness and intelligence. They have to calmly explain what motion design is again and again. The second thing I admire about them is their enormous discipline. Alexander Hanowski and I, as the lead lecturers, expect them to hand in three projects per semester. That means they come to the market with a portfolio of twelve works plus a diploma project. Then there's their enormous courage to at least look into all these complicated technologies. Also, I bow to their innovative strength and their spirit of research, because every project has to be new and stand out. Lastly, and this is probably the most difficult thing, that they develop a balance between service and their own artistic development. It's a tough balancing act, working for others, for another project, but at the same time bringing innovation as an artist. These are five things that I admire a lot about our students and that finally result in all these great projects.

How do you think the profession of motion design will develop in the next few years and where do you see the biggest challenges for training at the Filmakademie?

I believe that for every motion designer there is a natural development in the course of life. My great role model is Peter Saville. Among other things, he designed the famous cover of the album „Unknown Pleasures“ by New Order and was the art director of Factory Records in Manchester. When I was approaching 40, he said to me: Heike, you have to hand over the actual designing to the next generation, and you have to see that you come

LECTURERS IN PORTRAIT

out of this battle onto the hill and win the overview. The classic path in this professional field leads through stages from junior designer to senior designer, from junior art director to senior art director, then it goes to junior creative direction and senior creative direction. Today, at 58, I work mainly as a consultant and can also oversee large projects with a high budget. The more I develop, the more I can delegate, of course. Current students first have to master an incredible number of systems, technologies, software or creative coding, or at least develop an understanding of programming real-time dialogue design systems for theme parks or large shows, for example. I have a huge respect for that, as I said.

But despite all the technology and all the rapid developments, the task of motion design - and of all kinds of design, layout or graphics - is always the same, namely to stand out through differentiation. In essence, it's about thinking and language and, above all, about communication and dialogue. That's why the biggest danger in design is always one's own ego and that I only revolve around myself.

How exactly did you get into motion design?

There are two very important moments that brought me to motion design. One is that MTV went on air in Germany in 1987. I was still a student and we all wanted to make music videos. And MTV just had motion design, these hundreds of logo identifiers in motion. That was something completely new in the 1980s, and there was no one at university who could have taught us that, not even to begin with. We didn't even have computers at the university. I really wanted to do it and in 1989 I started working for RTL in Manfred Becker's department. The second moment was three years later, in 1990, when Buzz TV was introduced at MTV. That literally blew my mind. These were short, sampled television programmes with a lot of motion design that dealt with the future. That was before the internet, but it all resonated in those programmes. The private television industry was exploding in Germany at that time. At 27, I was already creative director of VOX at the start of the broadcast. Back then, we used Buzz TV as a reference for the look of VOX. So, the most important thing in my designer life is MTV or the new genre of music television: Single length, three to four minutes, and this mixture of sound, music, fast editing, editing rhythm and graphics that move with it, mixed with live action. That was the initial spark for me.

Your biography reads as if there must be at least 48 hours in a day. How do you manage all your activities?

I self-consciously perceive that I'm ultra-fast, even when I'm talking. What I have to deal with is that I make careless mistakes. This insanely high speed and the fact that I do many things at the same time is almost a kind of handicap. As a result, I always need people to look at things again. Here at FABW, for example, I could not do my job properly without Jürgen Klozenbücher, Motion Design Study Coordinator, and I feel deep gratitude for this kind of support. That's why I have a great openness to criticism, because I depend on others to correct my careless mistakes. I also often provoke backlash from people who shy away from my „pushiness“. Today I don't care so much what others think of me and I trust my inspiration more and more as I get older. The motto I like best at the moment is: Love what loves you back! So don't shake doors that won't open. And I just need a community, people who are specialists. I am a generalist, I can do a lot of things, I can talk about everything, but I am not an expert.

How would you end this sentence?

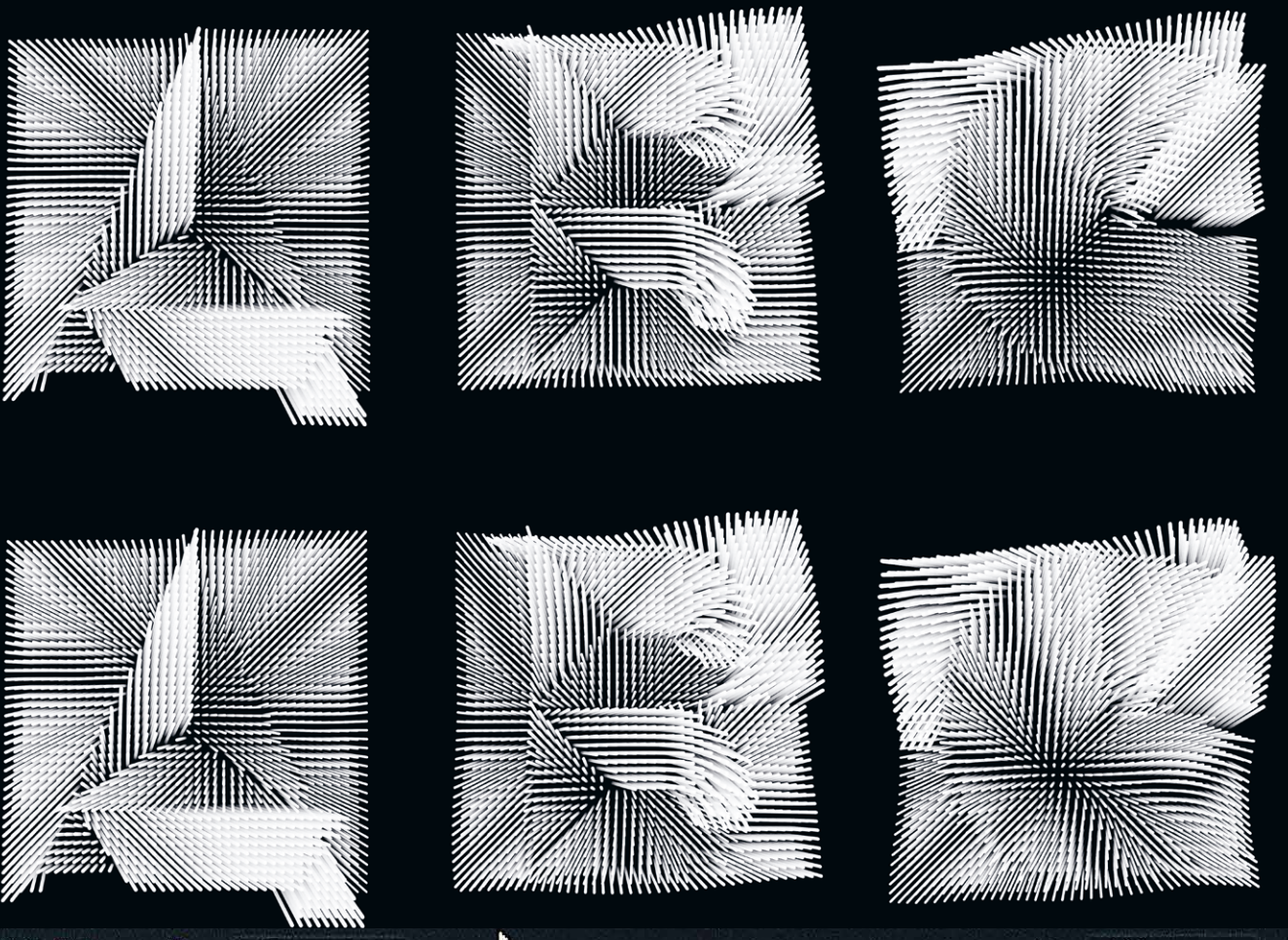
The Filmakademie for me is...

...as I mentioned before, the best habitat for motion design. There is no better place for us. A lot of our alumni have founded studios together, so they have built communities directly. That community and communication, to me, are key to both motion design and FABW as a whole.

HOMEPAGE:

[HTTP://HEIKESPERLING.DE/LATEST-ADDITIONS/](http://heikesperling.de/latest-additions/)

STICK ABC



00:01:00

Fit

1/4



HSR TYPE

:00:00

00:00:05:00

