

Nachwuchs

Spannende Projekte aus Hochschule, Agentur und Forschung



Fotos, exemplarische Outfits und Mediensnippets führten die Workshopteilnehmer an das Thema heran



Oh Mann!

● Zürcher Hochschule der Künste.

Facebook bietet bis zu 71 Geschlechtsoptionen an, vollbärtige Hipster bezeichnen sich als Feministen und die Medien rufen die Krise der Männlichkeit aus. Was hat das alles zu bedeuten? Wie sollen Marken und Designer heutige Männer ansprechen? Genau diese Thematik untersuchte Nora Urscheler in einer umfangreichen designethnologischen Analyse im Rahmen ihrer Masterarbeit »So Male« im Studiengang Trends & Identity. Dafür analysierte sie 2000 Fashionbilder aus dem Netz, betrachtete den kulturwissenschaftlichen Kontext sowie den medialen Diskurs und kristallisierte auf diese Weise drei zentrale Trends heraus: »Male Core« – darunter fasst sie, angelehnt an Norm Core, eine besonders zur Schau gestellte Männlichkeit, die auf Übertreibung als Differenzierungsmerkmal setzt, etwa durch Vollbart, dicke Autos und BBQ-Kult. »Now Male« beschreibt ein progressiveres Männerbild, das immer noch klar binär orientiert ist, aber weibliche →



Im ZHdK-Studiengang Trends & Identity lernte Nora Urscheler, Design nicht nur als Umsetzungsform, sondern auch als Forschungsmethode zu nutzen

Online-Studium by TLA

THE MORE YOU LEARN, THE MORE YOU EARN

www.medienfachwirt.com

designed by freepik.com

Studenten aufgepasst! Für euch gibt's 6 cm umsonst!



Ein Magazin der Verlagsguppe Eberle Jim - www.eberleverlag.de

PAGE zum Studententarif gibt's unter www.page-online.de/shop/studenten-abo

PAGE
Das Magazin der Kreativbranche



Insgesamt 2000 Fotos – unter anderem von Instagram – analysierte Nora Urscheler für ihre Arbeit

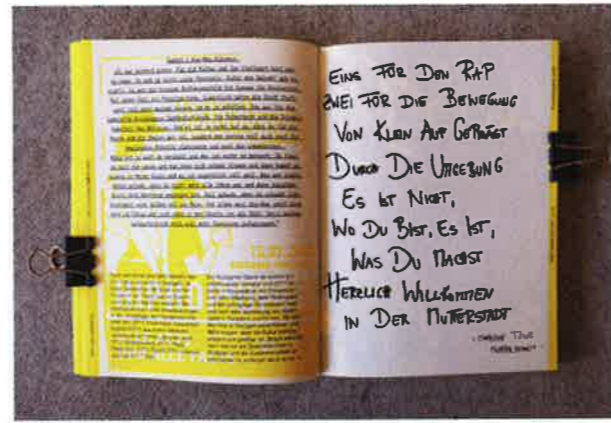
→ Attribute integriert – in der Mode etwa Röcke und Handtaschen. »Post Male« nennt sie eine junge Gruppe, die Gendergrenzen überschreitet und sich durch eine kindlich anmutende Selbstinszenierung eher asexuell darstellt.

Diese drei Lifestyles bereite Nora Urscheler in einer Trendmap auf und veranstaltete einen Workshop, um ihre Forschungsergebnisse zu vermitteln. Als Setting wählte sie eine Männerumkleidekabine in einem Fußballstadion. Dort stellte sie Fotos aus sowie Statistiken, Mediensnippets, exemplarische Outfits und Produkt-Hacks. In Gruppen erarbeiteten die Teilnehmer, hauptsächlich Designer und Werber, Storytellingkonzepte für konkrete Mar-

ken mit Blick auf je eine der Male Cultures. Darin funktioniert beispielsweise ein »Male Core«-Vertreter eine Fishnet-Strumpfhose zu einem echten Fischernetz um.

Die Abschlussarbeit von Nora Urscheler bietet einen guten Einblick in bestehende Trends sowie zukünftige gesellschaftliche Entwicklungen und zeigt auf, wie Marken und Designer durch designethnologische Methoden und Cultural Hacking zu einer authentischen Ansprache von Zielgruppen gelangen können. Diese Vorgehensweise will die Absolventin in Zukunft als selbstständige Cultural Strategist verfeinern und weitertragen. Mehr dazu unter www.elsta.ch. *nik*

Der Buchtitel stammt aus dem Refrain des Songs »Mutterstadt« der Gruppe Massive Töne



Aus Liebe zum Hip-Hop

Der Besuch einer Ausstellung zum 25. Jubiläum der Stuttgarter Hip-Hop-Crew Kolchose brachte Madeleine Maros auf die Idee für ihre Abschlussarbeit

● **Hochschule für Kommunikation und Gestaltung, Stuttgart.** Madeleine Maros ist Stuttgarterin und Hip-Hop-Fan. Beides verarbeitete sie mit viel Leidenschaft in ihrer Bachelorarbeit im Studiengang Kommunikationsdesign: »Eins für den Rap, zwei für die Bewegung« ist ein Buch über die Entstehung des Hip-Hops in Stuttgart, alte und neue Künstler, Labels,

Produzenten und Clubs. In leicht rotziger Aufmachung wechseln sich clea-ner Fließtext, handgeschriebene Überschriften und Lyrics mit graffitiartigen Illustrationen ab – das Ganze in den Stuttgarter Stadtfarben Schwarz und Gelb plus Weiß.

Der Selfmade-Charakter – wesentlicher Bestandteil von Hip-Hop – zieht sich wie ein roter Faden durch das auf

einem Risographen gedruckte Buch. Begleitend dazu gestaltete Madeleine Maros ein Poster, auf dem sie die Zusammenhänge zwischen Labels, Clubs und Künstlern visualisiert, sowie ein Minilexikon und ein Booklet mit Interviews, die sie für das Buch führte. Schön, wenn persönliche Leidenschaft und gestalterisches Können eine so tolle Form finden! *nik*

OfG® / Online-Schule für Gestaltung
+49 (0) 2941 66096-10
info@ofg-studium.de
<https://ofg-studium.de>



YOUR MIND CREATES THIS WORLD

Jeder OfG-Kurs ist durch die Bildungsprämie mit bis zu 500 EUR förderfähig!

Professionelle Online-Weiterbildungen

Staatlich zugelassen: Grafikdesign / Webdesign / 3D-Design / Grafiksoftware / Fotografie
Printproduktion / Photoshop / Illustrator / InDesign / Adobe Creative Cloud Rabatte

Kostenfreie Pausen / keine Präsenzphasen / monatlich kündbar

Zertifizierter Bildungsträger nach ISO 9001:2015. Mehrfach ausgezeichnet. Arbeitsförderungen durch die Agentur für Arbeit (AZAV). Für alle Kurse lassen sich staatliche Förderungen beantragen. Kontaktieren Sie uns für Ihre Förderungsmöglichkeiten: +49 (0) 2941 66096-10

