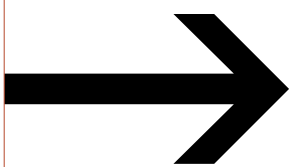


Säger:

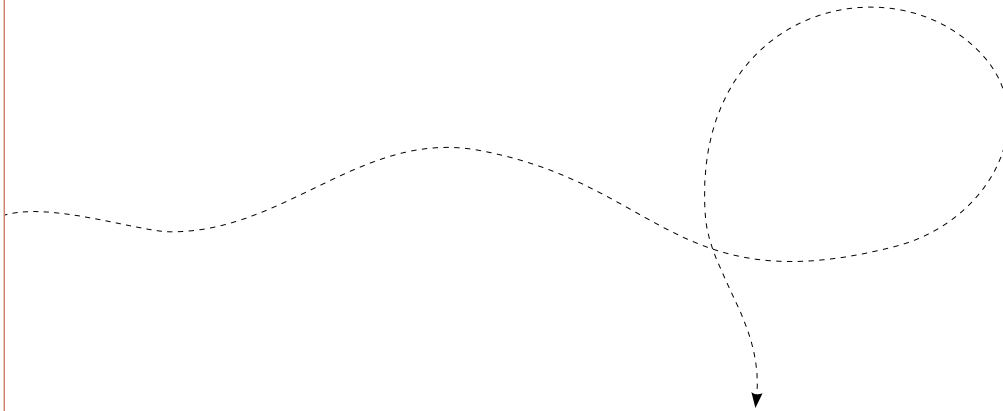
talang

Menar:

utbildning



Branschen talar
med kluven tunga



Berghs, Forsbergs skola och Beckmans – designskolorna regerar. Reklambyråerna står på kö utanför och bara väntar på att få anställa. Men det finns andra vägar in i branschen.

UTBILDNING ÄR INTE ETT KRAV på de prisdränkta reklambyråerna Love Brindfors och King. Men efter en snabb koll visar det sig att samtliga art directorer och grafiska designers utom en har utbildning.

Det förvånar framförallt Jonas Yrlid som är ad på King.

– För oss är det helt ointressant om man är formellt utbildad eller inte. Har man grymma idéer och gör fantastiska arbetsprover betyder inte avsaknaden av utbildning ett skit, säger han.

Men Håkan Engler, byråchef på Brindfors, säger att utbildning blir allt mer legio i hela reklambranschen. Och det bekräftar reklamförbundets vd Pia Grahn-Brikell.

– Kravnivån inom vår bransch ökar helt klart. Hos våra 250 medlemsbyråer ser vi ett ökat behov av att bli bättre inte bara på reklam och hantverket i sig, utan även på företagande.

Byråerna letar ständigt efter nya stjärnor.

– Designskolorna är en otroligt viktig rekryteringsbas. De flesta avgångselever har jobb direkt efter skolan.

Hos Arbetsförmedlingen finns i skrivande stund 20 lediga formgivarjobb i hela Sverige. Men endast hälften av företagen har skrivit ut att de kräver formgivarutbildning. De som gör det nämner de rådande designskolorna Berghs, Forsbergs och Beckmans.

– Det är viktigare för en ad än för en copywriter att ha en utbildning, säger Håkan Engler. Det finns mer formell kunskap kring till exempel typografi som inte är lika lätt att tillägna sig på egen väg.

Själv har han arbetat som creative director i många år utan reklamutbildning. Däremot har han fem och ett halvt års universitetsstudier i arkitektur, litteratur och religionsvetenskap. Och har precis blivit byråchef.

SÅ VISST FINNS DET andra vägar in i branschen än den traditionella utbildningsvägen. Det är dock inte så vanligt längre att man kommer in som ateljéslav och jobbar sig upp.

Jonas Yrlid på King, som gått på Forsbergs skola, tror att det finns en inbyggd logik i att även om du får in en fot och börjar som assistent någonstans, så kommer du till ett tak där du för din egen skull känner att du vill gå på en skola ett tag.

– Inte för att man kanske behöver det, men för att man vill få tid att hitta sin egen stil och komma på vad man själv verkligen gillar för grejer.

En avgörande faktor kan vara om man ska syssla med »fin eller ful design«, som Manne Schagerström, styrelseordförande på Berghs School of Communication, uttrycker det.

– Det finns ingen som helst värdering i ut-

trycket. Jag vill bara få fram att branschen är oerhört segmenterad.

Behoven är med andra ord olika, beroende på om man ska arbeta med att göra skyltar i Borås eller göra gulddesign som Gabor Palotai på Kungsgatan i Stockholm.

MEN DE SOM HAR utbildning tjänar mer, det har Manne Schagerström svart på vitt.

Hur de sedan får sin utbildning spelar inte så stor roll. Många väljer att parallellt med praktik läsa kortare kurser, istället för att gå en längre utbildning.

Avgörande för en anställning som grafisk formgivare är dock arbetsproverna.

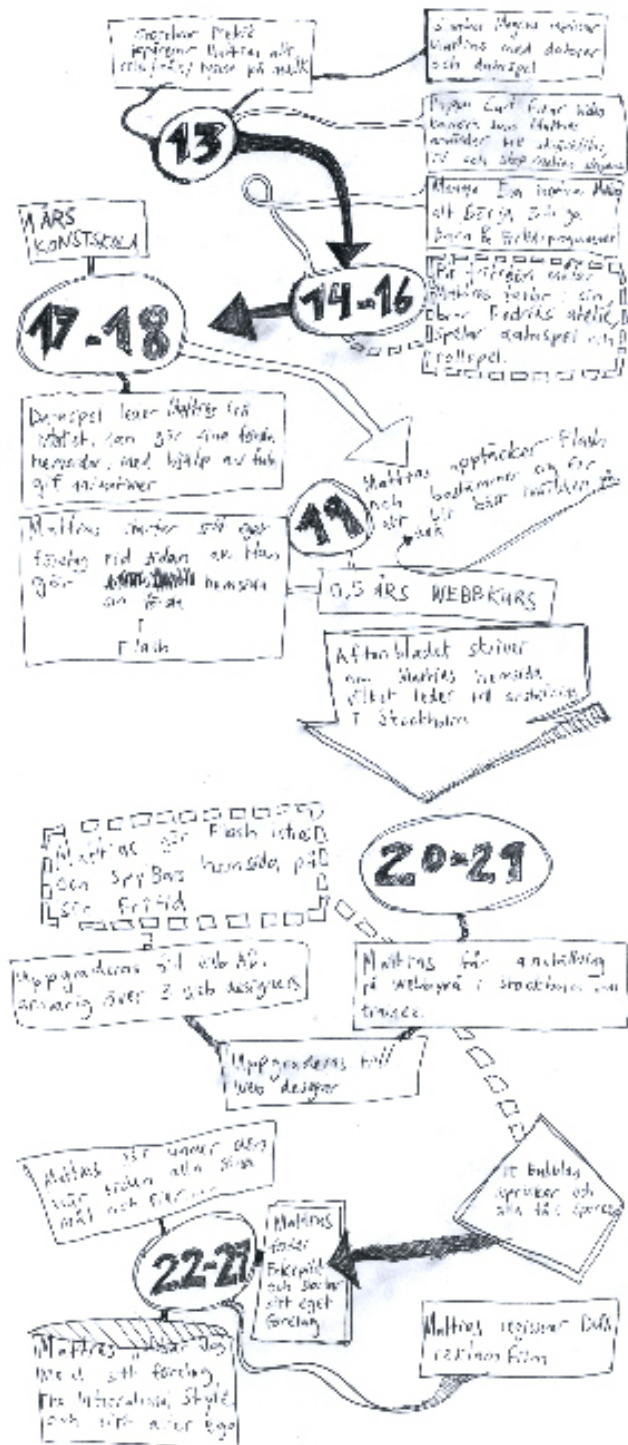
– Har man gått Berghs, Beckmans eller Forsbergs skola har man alltid en bättre portfolio, för de vet vad det handlar om. Men det finns självklart lysande undantag, säger Manne Schagerström.

Och nog lyser det ganska rejält om Mattias Lindberg, som är en av världens bästa Flash-designer, Jakob Trollbäck som lätt konkurrerar ut de flesta byråer i New York och Carl Johan Hane som blev legendariske Lars Halls påläggskalv och numera driver egen låda i Stockholm.

De lyser upp det gråaste lönekuvert. Och de varken har, eller har någonsin saknat, designskoleutbildning. ¹



Drivkraften är nyckeln



13-27. Vägen till Flashtoppen.

ILLUSTRATION: MATTIAS LINDBERG

- **JAG VAR ENORMT INTRESSERAD** och bestämde mig för att bli bäst i världen på Flashanimationer. Sedan dess har jag suttit dag som natt.

Han blir lite förlägen men fortsätter:

- När folk säger att jag är en av världens bästa Flashdesigner, låtsas jag bara att hålla med dem, men tror inte på det själv. Men ibland släpper jante-lagen. Då inser jag att jag verkligen är så bra. På riktigt.

Mattias Lindberg är precis hemkommen från några månader i Tokyo. Han har blivit uppbyggad av en agentur och var där för att visa upp jobb för ett flertal japanska företag. Det gjorde han med hjälp av sitt alterego Fake Pilot, utstyrd i rysk stridspilot hjälm. (Se filmen om hur det gick till på hans sajt, www.fakepilot.com.)

Mattias Lindberg sprängde Flashramarna efter ett halvårs arbetande på nätter och lediga stunder på Spy Bars sajt. Han har vunnit första och andra pris i Flash Forward Award för bland annat Coca Cola och Sean John. Gjort flashiga E-cards för Beyonce och Tommy Hilfigers parfym True Star. Och det senaste jobbet är en reklamfilm för MTV Copenhagen Music Week.

Efter flera år som Flashdesigner har han antagit nästa utmaning och gör nu även film. Nyligen listades han, tillsammans med Jonas Åkerlund och 48 andra namnkunniga, i tidningen *Bon* som de 50 svenskar som kommer att förändra världen.

MEN DET BÖRJADE I TROLLHÄTTAN i slutet av 90-talet. Mattias var 18 år, fick via sin bror som var nätverkstekniker stora kunskaper om datorer och när han hittade design- och Flashprogrammen var han såld. Han laddade ner cracks, tutorials och program från svarta marknaden, lusläste Flash-instruktionerna, laddade ner hjälpfilerna och kontaktade alla som han trodde kunde hjälpa honom att bli bättre. Han mejlade såväl Framfab som ett av Englands då främsta webbdesignföretag, Vir 2 L, och frågade deras designern om Flashtips.

Han tackade nej till ett jobb som bilsättesmontör för att gå ett halvårs webbkurs. Men han kunde mer än läraren och fick hålla i flertalet lektioner.

- Många sitter bara där och förväntar sig att läraren ska lära dem något. Men det är ju de själva som måste lära sig. Läraren är bara ett verktyg, inspirationen måste du hitta själv.

Mattias Lindbergs självklara val har varit att studera de bästa Flash-grejerna, experimentera och testa för att hela tiden bli bättre.

- Utbildning kan vara bra för att få tid att utvecklas och experimentera och för att få kontakter, men det viktiga är vad du gör efter lektionerna, under nätter och helger. Det är då det avgörs om du verkligen kommer någon vart.

HANS EGEN SAJT blev rankad hos *Aftonbladet* och det gav honom som 18-åring ett jobb på det nu konkursade webbföretaget Corpguide i Stockholm. Först som trainee, sedan webbdesigner, därefter art director med ansvar för tre andra designere. När Corpguide gick i putten föddes Fakepilot. Några stora projekt och reklamfilmsuppdrag senare sjösatte han företaget The International Style, som han driver tillsammans med Andreas Lindholm.

The International Style har ett kontor i Stockholm och ett i Chile, dit hans kollega flyttat. I vår drar Mattias dit för att jobba tillsammans med honom under några månader.

- Det är så jag vill ha det framöver. Stockholm som bas och Chile och Japan som varma alternativ när det är för kallt här. 1

MATTIAS LINDBERG, 28, för de flesta känd som Fakepilot, säger att utbildning är fullständigt irrelevant. Det enda som är viktigt är drivkraft.



Mattias Lindberg

FANN LYCKAN I VÄST. Jakob Trollbäck tyckte det var för bohemiskt att vara dj i New York och blev designer istället.



Jakob Trollbäck



Karriärklättrar i New York

JAKOB TROLLBÄCK drev musikaffär och jobbade extra som dj när han fick göra några inbjudningskort för klubben han jobbade på. Det var i slutet av 80-talet. Berghs och Beckmans var populära utbildningar, men Jakob var inne på helt andra tankar. Desktop publishing med Macintosh skådade dagens ljus.

Jakobs klubbinsjudningar gav mersmak. Han blev ombedd att göra affischer till två koreografer, Bogdan Scybers och Carina Reichs, föreställning. Affischerna blev omtyckta, hamnade på väggarna hemma hos folk. Och på den vägen är det.

I dag driver han reklambyrån Trollbäck & Co med 18 anställda på Manhattan. När byrån startade 1999 arbetade de framför allt med grafik och animation. I dag jobbar de mer med varumärkesbyggande och hela kampanjer med reklamfilm på uppdrag av kunder som CBS, Discovery Times, TNT, Met Life, Nike and Jaguar.

– Att redigera film handlar framförallt om rytm och flow. Och efter tio år som dj kan jag det mesta om hur man skapar stämning och flyt, berättar Jakob Trollbäck på telefon från New York.

I SLUTET AV 80-TALET när han insåg att han ville bli grafisk designer började han systematiskt att lära sig av de stora mästarerna. Han studerade Jan Tschichold och försökte förstå hans känsla för proportioner och typografi. Och han kopierade Josef Müller-Brockman.

– I Sverige är det svårt att inte ha en formell utbildning, men hur är det med musiker? Begär man att de ska ha en utbildning? Nej, allt man gör som musiker är att titta på andra och härma, ur det hittar man sedan något eget.

Jakob Trollbäck funderade på att studera till arkitekt – designer tyckte han att han redan var.

Han var runt hos ett gäng reklambyråer, FGH och Rönnbergs bland annat, men fick inget napp.

– De tittade lite konstigt på en när man inte hade någon utbildning.

1987 åkte Jakob Trollbäck till New York första gången och kände direkt att där ville han bo.

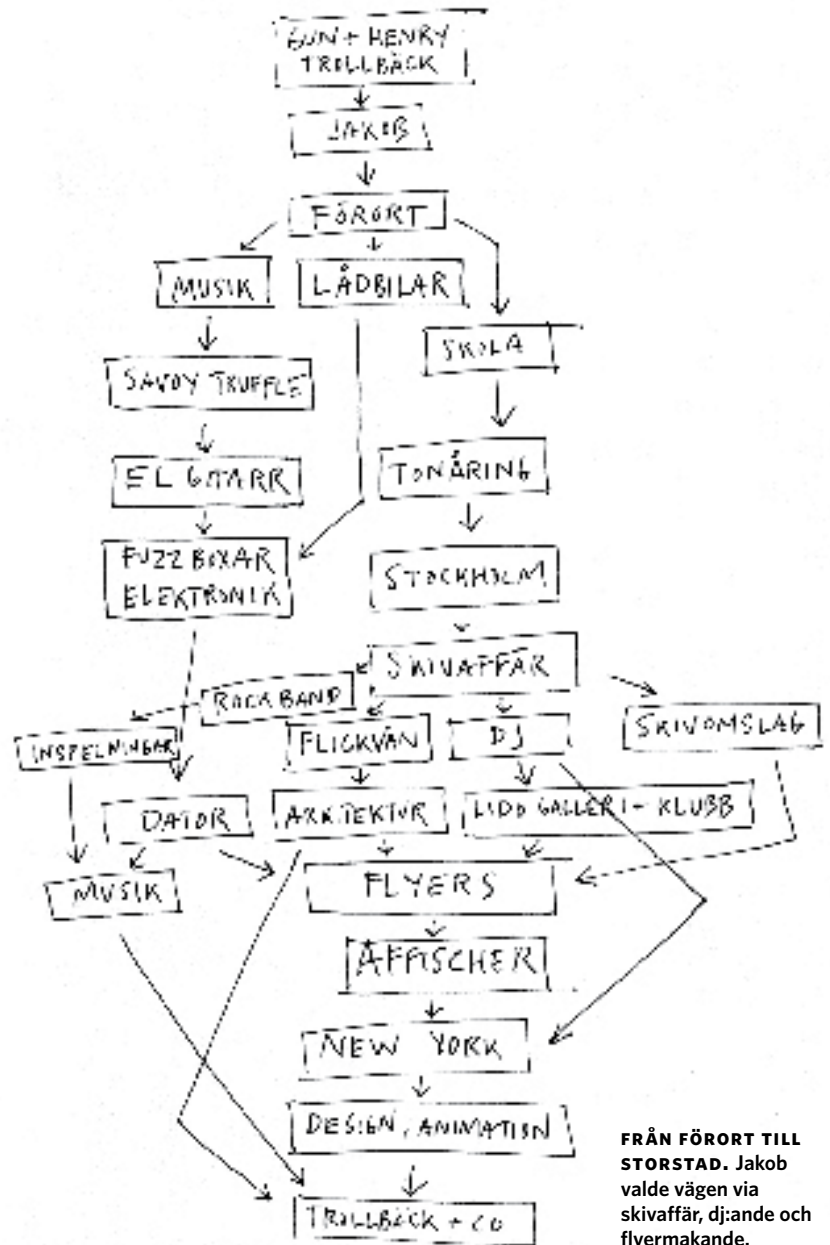
– Jag betraktade mig som dj, men tyckte att det var lite väl bohemiskt att flytta dit för att bli dj. Då kom jag på att man faktiskt kunde jobba som designer där.

1991 VÅGADE HAN språnget och redan efter fyra veckor hade han jobb på reklambyrån R/Greenberg, där han blev kvar i sju år. Där var det absolut ingen som frågade efter utbildning.

– Från början satt jag mest tyst, lyssnade och lärde. Jag blev först designer, sedan art director och sist creative director.

När Jakob Trollbäck kände att hans egna idéer borde uttalas och genomföras i högre grad än vad som var möjligt på R/Greenberg, startade han Trollbäck & Co.

– Jag har aldrig saknat någon form av kompetens som jag tror att jag



FRÅN FÖRÖRT TILL STORSTAD. Jakob valde vägen via skivaffär, dj:ande och flyermakande.

skulle kunnat få i skolan. Dessutom har jag problem med auktoriteter som säger vad jag ska lära mig. Och så är jag väldigt envis, vilket är bra om man ska ta sig fram själv.

I dag möts man av skylten »Help wanted« på Trollbäck & Co sajt. De har fyra lediga platser.

– I ärlighetens namn – visst kollar jag vad de arbetssökande har för utbildning, även om attityd och arbetsprover är avgörande. 1

Rektorn provocerade till egen bana

NÄR CARL JOHAN HANE sökte in på Berghs tittade rektorn på hans arbetsprover och sa: »Gå du hem och teckna lite kroki och kom tillbaka nästa år.«

– Jag gillar verkligen inte när folk klappar mig på huvudet. Ännu mindre när de gör bedömningar på konventionella grunder. Talang handlar inte om teknik utan om att det ska finnas ett uttryck.

Han bestämde sig för att klara sig själv, tog fram guldäggs katalogen och började söka praktikplats. Och på Alinder & Co fanns det plats.

– Jag började som ateljéslav och assisterade originalarna, sedan blev jag junior-ad. Efter två år funderade jag trots allt på att söka till Berghs igen, men avstod och blev kvar i ytterligare två år.

CARL JOHAN HANE är uppvuxen i en akademikerfamilj och det var ganska givet att han skulle utbilda sig.

– Men skolsystemet passar inte alla. De förhåller sig till sanningar på ett speciellt sätt och matar en med information. Jag vill hellre söka upp och suga i mig den själv. Jag har inte heller saknat någon formell utbildning.

Efter Alinder & Co jobbade han med tidningsdesign under några år, och fick sedan en förfrågan om han ville bli assistent till reklamlegenden Lars Hall på Hall & Cederquist.

– Lars Halls jobb var en av anledningarna till att jag ville arbeta med bokstäver, bilder, uttryck och formgivning. Att få chansen att jobba med honom säger man bara inte nej till.

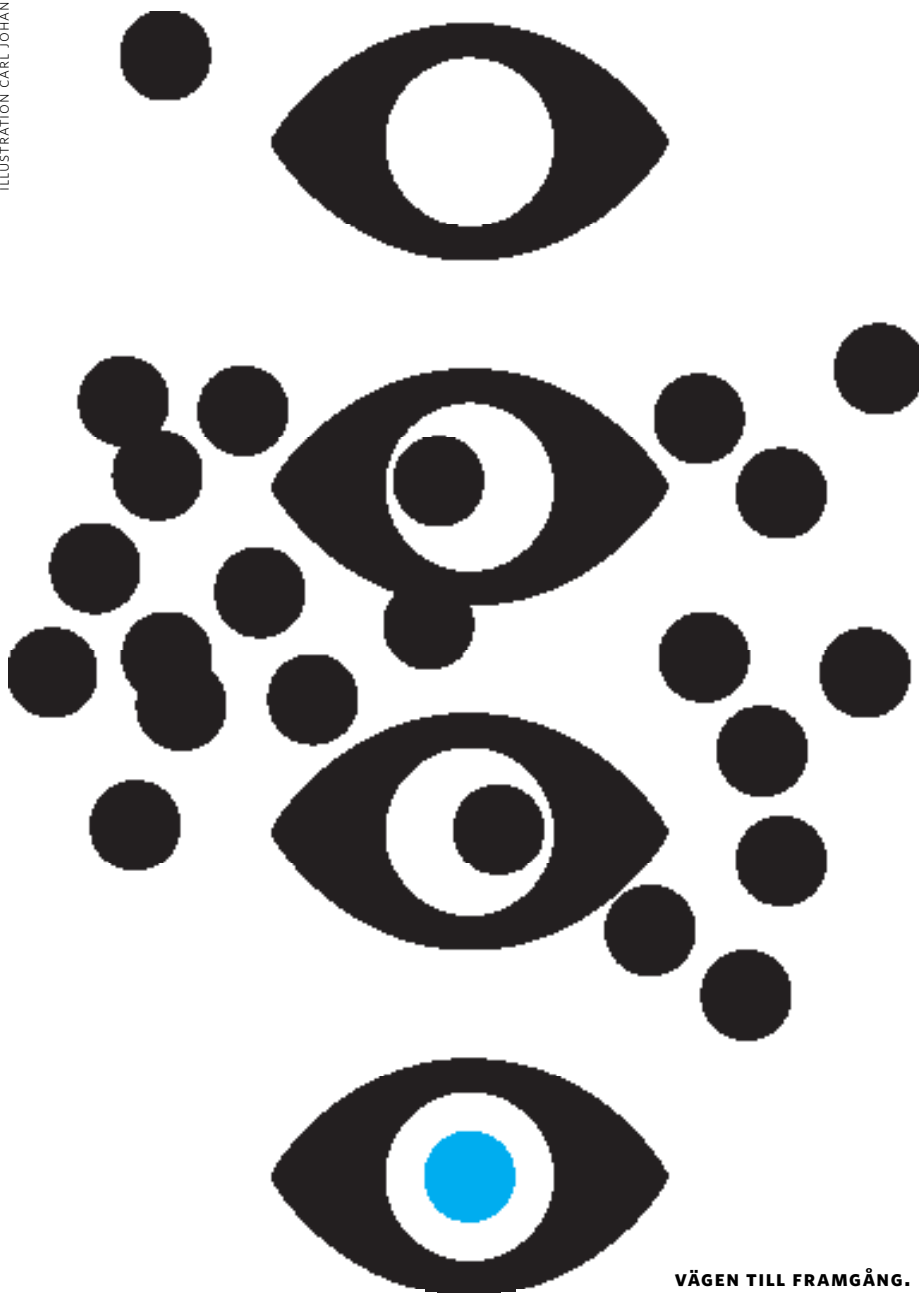
NÄR SEDAN LARS HALL drogs sig tillbaka fick Carl Johan överta en stor del av hans kunder. Han jobbade med Svenskt Papper, NK, Kinna-sand, JC och Ericsson med flera företag.

– Men jag kände att jag var klar med reklamen och att jag ville arbeta mer med grafisk formgivning.

Det var 1999. Sedan dess har Carl Johan Hane arbetat i egen regi och gjort kommunikation och grafisk formgivning för Swedese, Statens Fastighetsverk, bokförlaget DN med flera kunder. Ingen har efterfrågat utbildning.

– Det spelar ingen roll om man är utbildad, det viktiga är vem man är. Man kommer alltid att kunna ta sig in i branschen ändå. Se på mig. Jag tog telefonkatalogen och ringde. Tar man sig bara förbi receptionisten ska det mycket till innan någon säger nej till ett möte. |

ILLUSTRATION CARL JOHAN HANE



VÄGEN TILL FRAMGÅNG.
Så här förklarar Carl Johan Hane sin framgångssaga i bild.

TROTSADE BAKGRUND. Han är uppväxt i en akademikerfamilj, men Carl Johan Hane ville aldrig gå i skolan. »Skolsystemet passar inte mig.«



Carl Johan Hane