



Informationsintervju med Kalle Print Art Director och Delägare i Reklambyrå AB

Kalle främsta arbetsuppgifter är idéarbete, designarbete. Att han tillsammans med främst copywriter och creative director (fina titlar) hitta kommunikativa spår/ideer som jag sedan visualiserar. Ofta i flera steg så att man hela tiden har kunden med "på tåget."

Sedan har han som delägare ganska tät kontakt med allt från ekonomi till personalfrågor (på lite mer strategisk nivå) De har även en ledningsgrupp med två personalrepresentanter. Gruppen behandlar allt från drift till hur vi ska göra ett ännu bättre jobb. Styrelsearbetet tar ganska lite tid men det är viktigt också förstås.

En vanlig arbetsvecka för Kalle börjar med måndagsmöte – där byrån går igenom veckans aktuella projekt, bokar in arbetsmöten, kundmöten och i bästa fall även blockerar tid så att arbetsgruppen (projledare, AD, Copy) kan arbeta med samma projekt ungefär samma tid. Efter det - löpande arbete med designarbete, skissa på profiler, kampanjer, presentationer (ofta presenterar man koncepten i en eller flera presentationer innan man är i gång s a s).

Roligast med arbetet tycker han det där man har lagom med tid och där man kan få ganska stort svängrum både när det gäller det grafiska såväl som det strategiska kommunikativa tänket. Minst roliga eller klart sämst är det med långa utdragna projekt där det kanske är många omstarter, ibland beroende på att kunden känner sig osäker, ändrade förutsättningar etc. Dessa projekt, som i verkligheten nästan aldrig vill landa, är ofta också dåliga rent ekonomiskt.

Lite generellt som människa och som AD bör man ha kunskap om hur marknadskommunikationsprocessen fungerar, hur man når och engagerar målgruppen och hur det kreativa arbetet kan sättas in i ett strategiskt sammanhang. Man jobbar med alla media som t ex tidningar, utomhusreklam, film, radio, TV, webb och andra interaktiva och sociala media.

Mer personliga egenskaper är att vara kreativ och idérik och ha sinne för att kommunicera med bild och form. Dessutom bör man vara allmänbildad och ha ett brett intresseområde...att vara nyfiken helt enkelt.

På utvecklingsmöjligheterna svarar Kalle att oftast så hittar man sin roll - dvs man kanske trivs bäst med som utveckla-ideer-och-koncept-AD eller så känner man att man kommer till sin rätt genom en mer form/design-inriktad AD. Sedan utvecklas alla på en kommunikationsbyrå/reklambyrå hela tiden...det byrån säljer är kunskap så det gäller att vara uppdaterad.

Snittåldern på t/r är runt fyrtiostrecket (från 29-63)

Kontakten och stämningen med arbetskamraterna är - mycket god - de arbetar ganska tajt och så träffas de och fikar i princip ett par gånger varje dag. Med kollegor i branschen har Kalle sporadiska men bra kontakt.

Företagskulturen är kanske lite färgad av ägarskapet :-) men han tycker att byrån har väldigt högt till tak och han vill verkligen att alla ska trivas (vilket han tror alla gör) t/r-andan är helt objektivt väldigt omtänksam och varm.



I det arbete Kalle har när det gäller yrkes och utbildningsbakgrund så har de flesta i arbetat sig upp från antingen tidningsvärlden eller tryckeri eller webbmiljö. De flesta har också olika typer av reklam/kommunikation/marknadsföringskurser och -skolor bakom sig. Interaktiva media på Skeria (högskoleutbildning via LTU) spottade ju ur sig ganska många elever under några år. Reklamskolan Berghs school of communication är kanske den som är högst rankad.

Kalle själv har sysslat med lite av varje som tur är (alltid lär man sig något). Sedan har han arbetat på skyltfirma, , Jobbat i driften på ABB Motors, VLT (lokaltidning) som annonskonsulent, Miljökontoret i Västerås kommun (informationsmakare). Reklambyråarbete på Gradus i 8 år, och Sobrius i 1 år (strategisk design). Kalle har skolat sig med Tryckta medier 1 år, Marknadsföring (påbyggnad gymnasiet), Grafisk formgivning på Berghs och en massa småkurser.

Kalle tips till mig i hur jag kan gå vidare ifall jag skulle vilja komma in i reklam/informationsbranchen någon form å tycker han följande:

- Någon av Berghs distanskurser tycker jag är utvecklande
- Försök få in någon fot i något projektarbete som har med information att göra. Mediautbildningar över huvudtaget. Webbadministratör/webbmasterutbildningar.
- Skekraft kanske behöver nåt slags stöd på marknads/informationsavdelningen? Om man får något slags lönebidrag i början kanske man kan få in en fot...

Mina reflektioner ?

Ja, jag tror inte att AD är något för mig, jag är den skrivande typen när det gäller kreativiteten. Men jag har funderat på Berghs distanskurser för Copywriters eller liknande...webbadministratör låter inte heller helt fel eftersom jag "frilansar" som utbildare i FUs satsning på karriärcoachning för elitidrottare runt om i hela Sverige.

Sedan att man tar med sig något från varje arbete och utbildning är viktigt att komma ihåg. Det som tilltalar mig är att få vara kreativ, problemlösare och att få skriva... gärna tillsammans med likasinnade.