



Foto Armin Smailovic

KOPF DER WOCHE

## Architekt und Schönermacher

Gestalter zu sein ist kein Beruf. Das ist eine Lebenseinstellung. **Feico Derschow** ist Gestalter, und zwar seit 44 Jahren. Nun hat ihn der Kreativclub ADC für sein Lebenswerk geehrt

Aufhören? „Was ist das?“, beantwortet Feico Derschow die Frage mit einer Gegenfrage. Und schiebt sofort hinterher: „Kann ich nicht. Ich bin ein unverbesserlicher Schönermacher.“ Als der 69-Jährige am vorigen Donnerstag vom ADC im Rahmen der Night of Honour in Berlin für sein Lebenswerk ausgezeichnet wurde, empfand Derschow das „irgendwie als Bestätigung“ für das, was er in den letzten über 40 Jahren geschaffen hat. Dabei treibt ihn das Gestalten bis heute an. Sein Hauptkunde ist der Weinhändler Garibaldi, für den er wie eine Ein-Mann-Agentur alles kreiert, was mit Print zu hat.

Und dann treibt ihn da noch so ein „Grundbedürfnis“ (O-Ton Derschow) an: Talente zu fördern. 1990 erfand er den Hennessy Award, um jungen Regisseuren eine Bühne zu bieten. Vor zehn Jahren dann gründete er die MCAD, eine Akademie in München für die nebenberufliche Weiterbildung von Textern, Grafikern, Designern. Denn die Ausbildung sei oft zu realitätsfern, kritisiert Derschow. Er will Youngstern helfen, die Komplexität des Alltags zu verstehen. Ihnen beibringen, wie sie Ideen entwickeln, durchsetzen und dabei selbstkritisch sind. Und er will, dass sie öfter mal den Computer aus- und ihr Hirn einschalten: „Der Computer ist immer nur ein Werkzeug.“

In der Agenturbranche ist der in Holland geborene und in Australien aufgewachsene Derschow nur zufällig gelandet. Eigentlich hatte er sich vor allem für öffentliches Design interessiert. Architektur kam dem am nächsten, „aber das Bauen ging mir zu langsam“, sagt er. Andere sagen über ihn, er sei geduldig. Das Interesse an Typografie führte den studierten Architekten von Australien in die Schweiz, wo er Paul Gredinger, Mitgründer der legendären Agentur GGK, kennenlernte. 1971 der Einstieg bei GGK in Düsseldorf. Dann weiter als Creative Director bei RG Wiesmeier, Saatchi und Eiler & Riemel. Kampagnen entstanden, die sich ins kollektive Gedächtnis eingegraben haben – für Jägermeister, VW, Alfa Romeo, die Volksbanken Raiffeisenbanken. Und Löwenbräu. Das sei sein größter Coup gewesen, dass er als australischer Holländer den Bayern das als „Lätschenbräu“ verspottete Bier wieder schmackhaft machte, mit Plakaten, die wie riesige Abbildungen vom Leben in Bayern daherkamen.

Derschow begeistert sich unverändert für Werbung. Diese Woche trifft er sich mit MCAD-Dozenten. Bei einem Glas Wein wird das Programm justiert. Ende März beginnt der 20. Kurs. Das Feedback der Studenten spornt Derschow an: „Da bin ich wie runderneuert.“ **kr**