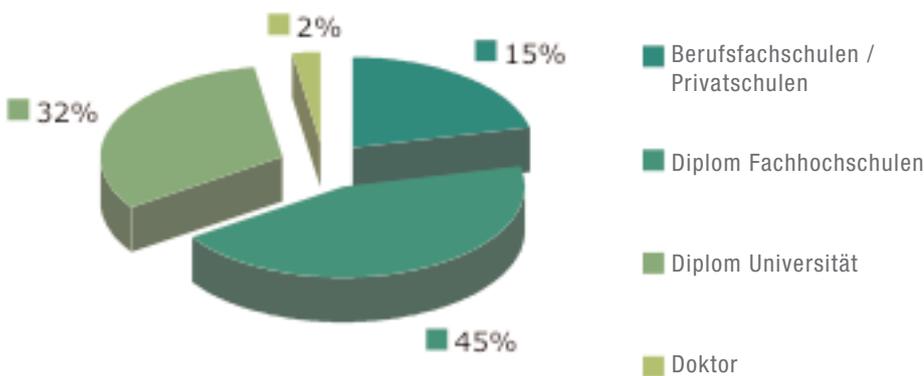


DESIGN *special*

DEUTSCHLAND

Ergebnisse der qualitativen
EDTI-Umfrage 2009

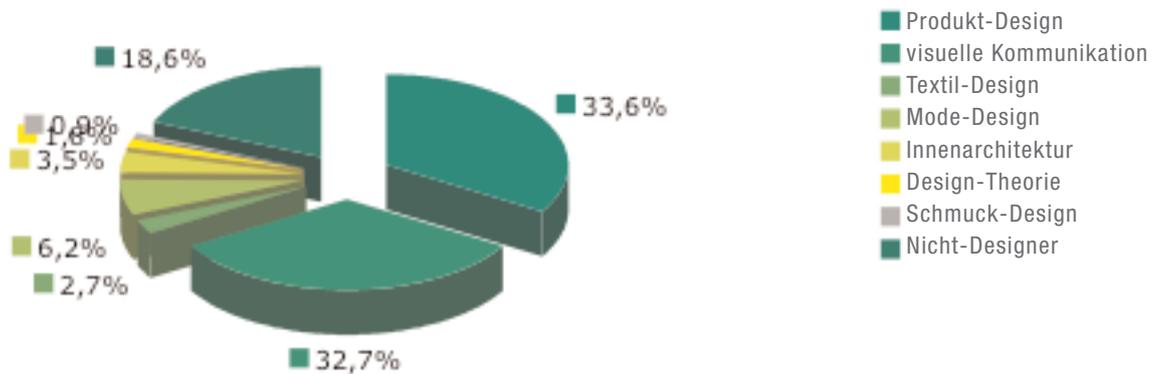


36,8% mit Doppelausbildung, hauptsächlich im Produkt-Design, davon 15,6% mit zweitem Hochschulabschluß, meist im Ausland

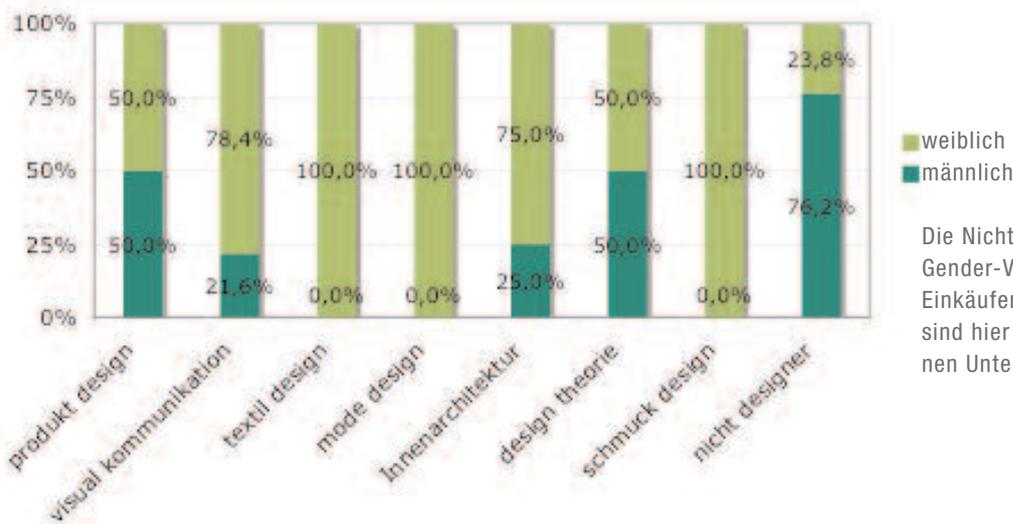
Studium an Privatschulen nur Grafik-, Medien- und Mode-Design

alle Designer mit Designausbildung

Fachbereiche

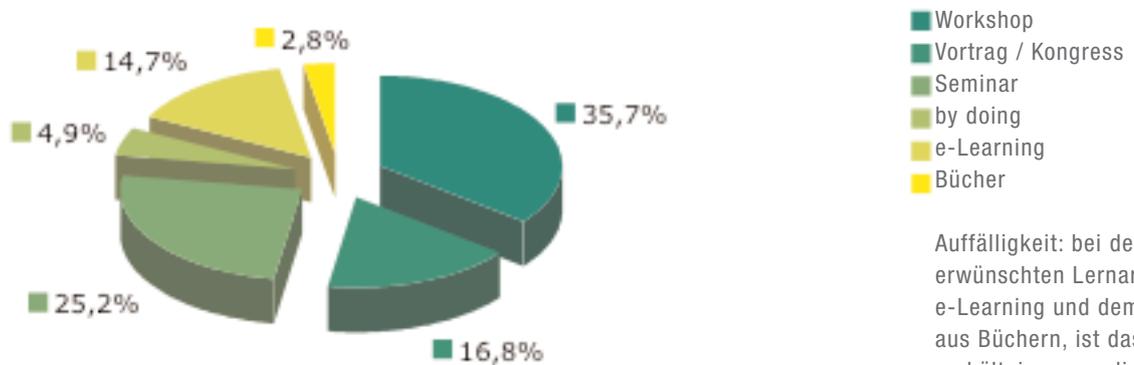


Gender



Die Nicht-Designern zeigt das Gender-Verhältnis der Design-Einkäufer: gerade mal 14,3 % sind hier weiblich, alle in kleinen Unternehmen tätig.

Ergebnis: Art des Lernens



Auffälligkeit: bei den wenig erwünschten Lernarten, wie e-Learning und dem Lernen aus Büchern, ist das Gender-verhältnis ausgeglichen.

Überblick

Die Ergebnisse der qualitativen Einzelgespräche und der quantitativen online Fragebögen auf der EDTI-Webpage (www.edit.eu) zeigen einen Trend auf und erweisen sich als wahre Erkenntnisgrube verschiedenster Ansichten und Gemeinsamkeiten und bilden einen guten Grundstock für zukünftige Umsetzungen.

Teilnahme Eine Ironie war eine der frühen Auffälligkeiten, nämlich die fehlende Bereitschaft unter den Designern, sich an der Umfrage zu beteiligen. Gerade mal 1% der schriftlichen persönlichen Anfragen für die qualitative Umfrage antworteten und beteiligten sich. Erschrecken für die Designbranche ist das Gegenbeispiel: Bei den Anfragen an Design-Einkäufer, den Auftraggebern der Designwelt, antworteten 95% - alle spontan, hoch motiviert und mit viel Zeit, vom VW-Manager über international aufgestellte mittelständische bis zu kleineren Betrieben.

Ausbildung Deutschlands Designer sind überdurchschnittlich gut ausgebildet. Ganze 36,8 % der Befragten konnten einen Doppelschluß vorweisen - oft internationaler Art. Ein Ergebnis, das auch eine weitere, bezeichnende Eigenschaft unterstützt: die überdurchschnittliche Bereitschaft der Designer sich ständig aktiv weiterzubilden und sich „up-to-date“ zu halten, durch persönliche Kontakte, Selbststudium oder auch externe Bildungsangebote. Ein wichtiger und vielversprechender Aspekt im bewegten Design-Umfeld um wettbewerbsfähig zu bleiben. Und eine wichtige Botschaft für Weiterbildungsangebote. (Hinweis: BA/MA-Absolventen waren in den Umfragen noch nicht enthalten.)

Designer und Kunde Der Reibungspunkt zwischen Designern und Unternehmern bzw. Kunden ist auf beiden Seiten Thema. Es ist der Zwiespalt von gutem Design, Innovation und Vision und der betriebswirtschaftlichen und marketingbezogenen Betrachtungsweise, das von beiden Seiten fast immer angesprochen wird. Aus dieser Verschiedenheit resultieren gerade hier große Bedürfnisse nach Erkenntnis, mehr Miteinander und Weiterbildung. Voll zufrieden sind Kunden mit Designern immer dann, wenn eine langjährige Zusammenarbeit zu Grunde liegt. Dann ist Design und/oder der Designer eine „Bereicherung“ und die Zusammenarbeit „sehr anregend“. Ansonsten häufen sich die weniger positiven Beurteilungen, und Designer werden als „schwierig“, „eigen“ bis hin „viel Luft und nichts dahinter“ bezeichnet. Die Erfahrungen gut und weniger gut halten sich genau die Waage.

Design-Einkäufer Design-Einkäufe (Nicht-Designer) haben nach eigener Einschätzung ausreichendes Wissen und sehr gute Fähigkeiten, Design-Projekte zu managen. Dagegen stehen die ebenfalls angegebenen fehlenden Kenntnisse über Design und den Design-Prozess.

Anforderung Produkt-Design Insbesondere an Produkt-Designer werden von Design-Einkäufern hohe Anforderungen gestellt: perfekte Ingenieurskenntnisse, langjährige Erfahrungen in dem gefragten Segment, perfekter Modellbau und die Beherrschung der hauseigenen Software.

Überblick

Selbstständigkeit

Eine auffällige Diskrepanz ist die häufige Selbstständigkeit der Designer und dem Defizit einer Vorbereitung darauf in der Ausbildung. Insbesondere wirtschaftliches Verständnis, ökonomische und rechtliche Themen kommen meist zu kurz. Sehr in Erstaunen versetzte das häufige Einzelkämpfer-Dasein bei gleichzeitigem Wunsch nach mehr Austausch und Kooperation mit Kollegen.

Software

Software ist costware. Nur ein Büro im Bereich der Innenarchitektur kommt mit 2 Programmen (Vektorworks und Filemaker) aus. Nur wenige beherrschen ihre Software in vollem Umfang. Weiterbildungen sind oft durch sinkende Honorare zu teuer geworden und zeitlich nur schwer in den Tagesablauf einfügbar. Up-dates und neue Anforderungen überrollen die Design-Branche. Insbesondere im Produkt-Design ist die Vielseitigkeit an Programmen exorbitant und die Kundenerwartung erschreckend hoch (siehe oben). Der Wunsch nach Weiterbildung ist groß, das Angebot gering, schließt man die gängigen Programme wie Photoshop und Indesign aus. Office-Programme sind vorhanden - zum Öffnen der Kundendateien - Liebhaber finden sie in der Design-Branche allerdings nicht. Außer den ungenutzten Standardprogrammen (office) gab es keine weiteren Buchhaltungs- oder Management-Software.

Fachpresse

Die deutschen Designzeitschriften werden von den Designern nicht als „Fachpresse“ akzeptiert und in ihrem Inhalt deutlich in Frage gestellt und belächelt.

Honorar

Generell war der Tenor bei den Designern der fehlende und zunehmend sinkende Respekt für die Designsparte. Die Honorare reduzieren sich bei steigenden Erwartungen. Die meisten Befragten „kommen über die Runden“. Wenn aus familiären Gründen ein höheres Einkommen von Nöten ist, wird von der Selbstständigkeit in eine Anstellung gewechselt.

Art des Lernens

„Mit Menschen zu sprechen“, „face to face“, „neue Fragen zu hören“ und „Andere kennenzulernen“ werden als Gründe für die Bevorzugung von Workshops/Seminaren genannt. Die Erfahrung von mediokren Referenten zeigte sich in der zögerlichen Vorliebe von Vorträgen. Gefordert werden hohe Qualität, kurze Zeiträume und Weiterbildung außerhalb des Unternehmens, aber möglichst nah dem eigenen Wohnraum. e-Learning wurde insbesondere für Tutorials von Software bejaht oder von Teilnehmenden, die nicht stadtnah wohnten. Die Möglichkeit eine zusätzliche Abschluß-Qualifizierung zu erwerben, ist nur für jüngere und aus dem Ausland kommenden Designer von Bedeutung.

Auffällige Kommentare waren der Wunsch nach dem alten „Meister-Lehrling-Modell“ zu lernen und zu lehren: der Schüler lebt und arbeitet mit dem Meister. Ein weitere, die Notwendigkeit von „einzelpsychologische Therapiesitzungen“.

Weitere Infos unter www.edti.eu

