

# Potentialanalyse der Designbranche Berlin

Ergebnisse und Beiträge für Handlungsempfehlungen

Dr. Bastian Lange (Multiplicities-Berlin / Georg-Simmel-Zentrum für Metropolenforschung HU Berlin)

Tanja Mühlhans (Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen in Berlin)

## Leitfragen

- Welche Stärken und Schwächen weist die Berliner Designbranche auf?
- Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich daraus?
- Wie interagieren die Teilnehmenden im Wirkungsgefüge Design miteinander?

## Abgrenzung

- Industrie- und Produktdesign
- Visuelle Kommunikation (Interfacedesign, Kommunikationsdesign, Illustration und Grafikdesign, Corporate Design, Ausstellungsdesign, Interactiondesign)
- Kein Modedesign

# Eckdaten

- Zeitraum: April-Juli 2010

## Methodik:

- Interviews (43 Expertinnen und Experten)
- Co-Design-Workshop (12 Teilnehmerinnen und Teilnehmer)
- Kritische Stärken-Schwächen-Analyse
- Internationale Best-Practice-Beispiele

## Bearbeitung:

- Bianca Herlo (DGTF)
- Birgit Bauer (Designkritik)
- Inga Wellmann
- Dr. Bastian Lange (Multiplicities-Berlin / GSZ HU Berlin)

## Kontext der Studie

### Stellenwert von Design für die Kreativwirtschaft?

- Branchenfokus - Binnenwirkung
- Produktfokussierung und Professionalisierung
- Ökonomische Perspektive

### Stellenwert von Design für andere Branchen

- Von Produkt zu Prozess
- Design Thinking
- Politisierung – Vorbereitung für Policymaking

### Fachwissenschaftliche Debatte in EU/UNESCO

- Social and Hidden Innovations?
- Project ecologies?
- Do it yourself Prozesse? Governance der Kreativwirtschaft



## **Stärken** der Berliner Designbranche

1. Heterogenität des Marktes
2. Selbstorganisation der Marktteilnehmer
3. Individualität, Experimentieranspruch und Nischenkompetenz der Marktteilnehmer
4. Image- und Reputationsertrag für die Stadt Berlin und die Berliner Marktteilnehmer auf internationalen Märkten
5. Berlin ist eine Marke im Designbereich
6. Kreativ-künstlerisches Innovationsmilieu
7. Niedrigschwellige Raumangebote für Markteinsteiger, gute Gewerberaumsituation für etablierte Akteure
8. Breites Kompetenzniveau der Marktteilnehmer

## Schwächen der Berliner Designbranche

1. Durchschnittliches bis niedriges Einkommensniveau
2. Selektive künstlerische Fokussierung
3. Geringe Nähe zu anderen technologischen Innovationsbereichen, aufgrund starker Binnennetzwerke (weakness of strong ties)
4. Geringe Nähe zu Handwerk und Mittelstand, wenig Synergien
5. Fehlende Hersteller-Infrastruktur
6. Studentisches Experimentierverhalten, ausbaufähiges Unternehmertum der Marktteilnehmer
7. Schwache Akzeptanz von Design außerhalb der Kreativwirtschaft
8. Schwache Binnennetzwerke zu anderen Kreativbranchen sowie zu anderen Technologiebranchen
9. Unübersichtlichkeit vorhandener Förderprogramme

## Perspektiven der Kreativwirtschaft für ökonomisches Wachstum in Berlin?

- Designwirtschaft ist Schnittstellenbranche  
(etwa zwischen IT, Kommunikation und Medien)
- Design kann Ideentreiber und –generator  
für andere Branchen sein
- Design bietet Methoden für transdisziplinäres Arbeiten
- Design liefert Impulse für Innovation, Wachstum  
und Beschäftigung

4 Thesen (1/4)

## PROTOTYPENTHESE

Berlin hat das Potential, sich zukünftig auf die Generierung von hochwertigen sowie innovativen Prototypen – ob in Prozessen, Produkten oder Objekten – zu konzentrieren.

4 Thesen (2/4)

## SPEZIALISIERUNGSTHESE

In der Designbranche bedarf es einer weiteren Spezialisierung der erbrachten Leistungen.

Es bedarf einer "Strategie der Spezialisierung", um Berlin international als Ort hochwertiger und innovativer Designprodukte und -prozesse zu positionieren.

## 4 Thesen (3/4)

### Innovationsthese

Designwirtschaft muss als innovative und produktorientierte Querschnittsbranche stärker in dem Konzept Kultur- und Kreativwirtschaft verankert werden.

Designwirtschaft muss als ideentreibender Motor in andere Technologie- und Forschungsbereiche integriert werden.

## 4 Thesen (4/4)

### Akzeptanzthese

Berlin muss sich darauf konzentrieren, dem Defizit in der gesellschaftlichen Vermittlung und Anerkennung der Designwirtschaft entgegenzuwirken.

Die Designbranche bedarf einer breiten Akzeptanz der erbrachten Leistungen und einer stärkeren öffentlichen Wahrnehmung.

# Vorschläge für eine zukünftige Designstrategie

## KURZFRISTIG

1. Schnittstellen zu Forschung und Entwicklung stärken
2. Beratungsprodukte entwickeln  
(z. B. ein Creative Business Toolkit)
3. Ermutigung der Designakteure, Bedürfnisse zu formulieren;  
den Austausch ermutigen
4. Informationsportale aufbauen/ bestehende ausbauen
5. Justierung der Senats- und IBB-Programme  
"Erschließung neuer Märkte" auf die Bedarfe der  
Kreativunternehmer/-innen
6. Netzwerke stärken und bündeln
7. Differenzierte Zielgruppenorientierung in der  
Kommunikation und Information

# Vorschläge für eine zukünftige Designstrategie

## MITTEL- BIS LANGFRISTIG

- Berlin als Hub für internationales Design verstehen
- Vernetzung technischer und gestalterischer Hochschulen fördern
- Designforschung als Schnittstellendisziplin im Hinblick auf Innovationspotenziale fördern
- Längere Zyklen zur Erlangung von Qualität berücksichtigen
- Meta-Diskussionen zur Ausrichtung und den Potentialen der Disziplin anregen
- Kooperation zw. Mikrounternehmen und etablierten Playern fördern
- Unternehmerisch agierendes „Design Development Office“ aufbauen
- Spezialisierung der Messen und Festivals anstreben

# Konkrete Handlungsansätze ab 2011

## **FINANZIERUNG**

Ausweitung/ Vereinfachung des Außenwirtschaftsförderprogramms

Ausweitung der Innovationsgutscheine („Transfer Bonus“) auf Designleistungen/ 7.000 – 15.000 € pro Vorhaben

## **CROSS INNOVATION – DESIGN & INDUSTRIE**

ID BERLIN/ INDUSTRIAL DESIGN Wettbewerb/ Ausstellungen/ Matchmakings (Hannover Messe/ IFA/ BODW Hongkong etc. )

Interdisziplinärer Wettbewerb zu innovativen Produktideen (Start ca. Juni 2010) gemeinsam mit technologieorientierten Kompetenzfeldern Berlins

Aufbau einer interdisziplinären Plattform für Technologie und Design (NAVI) zwischen TU und UdK Berlin (Labs/ Startup- Unterstützung etc.)

## **PROFESSIONALISIERUNG**

Design Business Tool Kit für Gründungen im Designbereich

Aufbau Beraterpool zu Produktions- und Distributions- Know-How

# Konkrete Handlungsansätze ab 2011

## **RAEUME FÜR DIE DESIGNWIRTSCHAFT**

Aufbau eines Design – Hubs auf einer Liegenschaft des Landes (ggf. Alte Münze)

Unterstützung weiterer CO- Working- Angebote

## **INTERNATIONALE KOOPERATIONEN**

Teilnahme an EU- Cross Innovation Projekt (INTERREG)

Ausbau UNESCO- Kooperationen insb. Buenos Aires/ Shanghai/ Nagoya

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!