Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Initiative Kultur- & Kreativwirtschaft der Bundesregierung

InfoKreativ

Praxistipps für Kreative & Kulturschaffende

Designwirtschaft

Inhalt

- Designwirtschaft – gute Chancen für Gründerinnen und Gründer 01
- Tipps für (angehende) selbständige Designerinnen und Designer 02
- Rat und Tat 06

Designwirtschaft – gute Chancen für Gründerinnen und Gründer

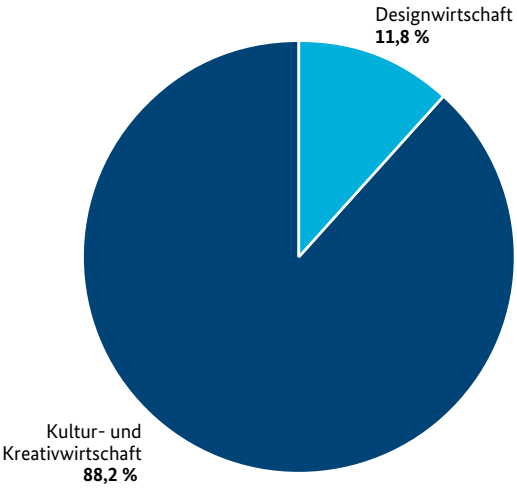
Erst das Design macht das Produkt für seine Nutzer und Käufer attraktiv, benutzbar und begehrenswert. Und es ist auch das Design, dass Unternehmen und Organisationen zur unverwechselbaren Corporate Identity verhilft. Diese Einsicht hat sich in vielen Wirtschaftsbranchen durchgesetzt. Wie weit diese Entwicklung vorangeschritten ist, zeigt die Vielfalt kleinerer und größerer Unternehmen, die heute zur Designwirtschaft gehören. Sie sind in ganz unterschiedlichen Sparten wie im Industrie-, Mode-, Grafik- und Kommunikationsdesign oder auch im Interior Design und der Raum- und Werbegestaltung tätig.

Über 50.000 Freiberufler und gewerbliche Unternehmen sind hier deutschlandweit aktiv. Kein Wunder also, dass die Designwirtschaft zu den wachstumsstärksten Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft zählt.

Die Nase vorn hat dabei die Werbegestaltung. Hier ist die Zahl der Freiberufler und Unternehmen mit Abstand am höchsten. Rund ein Drittel aller selbständigen Designer arbeiten in dem Bereich. Mit einigem Abstand folgen die Fotografen und die Grafik- und Kommunikationsdesigner bzw. Interior Designer.

Trotz der boomenden Branche ist es nicht leicht für angehende Designerinnen und Designer auf dem Markt Fuß zu fassen. Viele sind mit dem notwendigen unternehmerischen Handwerkszeug nicht vertraut. Viele Newcomer wissen nicht, wie man sich gegenüber seinen Wettbewerbern behaupten kann.

Anteil der Designwirtschaft am Gesamtumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010. BMWi (Hrsg.) 2012.

Tipps für (angehende) selbständige Designerinnen und Designer

Designerinnen und Designer sprühen vor Kreativität, aber wenn es darum geht, das eigene Geschäftsmodell zu gestalten oder Auftraggeber zu finden, wird's schwierig. Auf den folgenden Seiten finden Sie einige Tipps, auf was Sie als angehende selbständige Designerinnen und Designer achten sollten. Nutzen Sie aber bitte auch die darüber hinausgehenden Informationen zur Gründung und Selbständigkeit:

Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft:
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

BMWi-Existenzgründungsportal:
www.existenzgruender.de

Förderdatenbank des Bundes
www.foerderdatenbank.de

Perspektive „Selbständigkeit" im Blick

Wer schon während seiner Ausbildung nicht nur seine künstlerisch-gestalterischen Fähigkeiten entwickelt, sondern auch an deren Vermarktung denkt, zeigt schon viel unternehmerisches Gespür. Aber auch für diejenigen, die erst mit Abschluss des Studiums an eine berufliche Selbständigkeit denken, gibt es jede Menge Beratungsangebote.

Tipps:

- Gründungs-Know-how an Hochschulen. Eine Reihe von Universitäten und Fachhochschulen bietet Studierenden und Absolventen theoretische und praktische Vorbereitungen für die berufliche Selbständigkeit an. Eine Übersicht über derartige Angebote im Bereich Design gibt es leider nicht. Hier hilft nur eins: nachfragen und im Internet recherchieren.
- Weiterbildung nach der Ausbildung. Nach Abschluss der Ausbildung helfen vor allem branchenbezogene Netzwerke und Berufsverbände weiter. Empfehlenswert ist immer auch ein Erfahrungsaustausch mit anderen gründungsinteressierten oder selbständigen Designern.
- Orientierung nutzen. Über Angebote und Netzwerke „vor Ort" informieren die Regionalbüros des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die Informationen und Publikationen, die auf der Website der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft oder im BMWi-Existenzgründungsportal zu finden sind.

Aus der Masse hervorstechen: das Geschäftsmodell

Es gibt im Designbereich viele sehr ähnliche Ideen auf dem Markt: Gestaltung von Anzeigen, Broschüren, Briefpapiere, Logos, Internetseiten usw. Die Folge ist: Die Anbieter sind austauschbar, so dass Auftraggeber aufgrund des großen Angebots einen erheblichen Preisdruck ausüben können.

Tipps:

- Zunächst „breit aufstellen", dann aber möglichst schnell Nischen suchen. Erst das Besondere sorgt für interessante Aufträge und bringt höhere Honorare. Wer sich zum Beispiel durch einen besonderen Gestaltungsstil spezialisiert, positioniert sich am Markt und wird unverwechselbar.
- Zur Spezialisierung gehört auch, sich Kenntnisse über bestimmte Branchen, Märkte oder Zielgruppen anzueignen. Viele Auftraggeber vermissen diese Kenntnisse bei Designerinnen und Designern.
- Leichter gesagt als getan: Nicht jeden Auftrag annehmen und dabei den eigenen Anspruch aus finanziellen Erwägungen gleich über Bord werfen.

Teilen statt besitzen: Infrastruktur

Designerinnen und Designer benötigen für ihre Arbeit meist eine besondere Infrastruktur. Neben der Arbeit mit digitalen Medien sind oft handwerkliche Leistungen wie Modell- und Prototypenbau gefragt.

Tipp:

→ Da die erforderlichen Räumlichkeiten, Maschinen und IT für Gründerinnen und Gründer am Anfang schwer zu beschaffen bzw. zu bezahlen sind, können Coworking Spaces oder Werkstattnetzwerke eine Alternative sein.

Hier bin ich: Auftraggeber finden

Die meisten Designerinnen und Designern erhalten ihre Aufträge über Empfehlung. Voraussetzung dafür ist ein breit gefächertes Netzwerk. Darüber hinaus bleibt es Newcomern nicht erspart, selbst auf infrage kommende Auftraggeber zuzugehen. Eine gute Möglichkeit, den Fuß in die Tür zu bekommen ist, mit Partnern zu kooperieren.

Tipps:

→ Bauen Sie ihr persönliches Netzwerke auf bzw. aus. Nutzen Sie jede Gelegenheit, um Menschen kennenzulernen und ihnen zu erzählen, was Sie machen. Nutzen Sie dazu auch die Angebote von Gründungsnetzwerken („Gründerstammtisch“) und Veranstaltungen Ihres Berufsverbandes sowie der weiterer Berufs- und Branchenverbände, die Bedarf an Designern haben. Sorgen Sie für eine eigene Webseite, pflegen Sie Ihren Social-Media-Account oder Blog.

→ Erkundigen Sie sich: Wo und wie suchen Ihre potenziellen Kunden? Über Firmen- und Kooperationsdatenbanken der Industrie- und Handelskammern? Über Designerplattformen? Über Ausschreibungen auf der Unternehmenshomepage? Über öffentliche Ausschreibungen?

→ Nutzen Sie Kurse und Seminare: Vertiefende Informationen zur Auftraggeber-Akquise bieten Verbände wie z. B. die Allianz deutscher Designer (AGD) oder das Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ) an. Viele dieser Seminare bieten auch praktische Tipps für all diejenigen, die Schwierigkeiten haben, Smalltalk zu treiben oder auf Menschen zuzugehen.

→ Suchen Sie Partner aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. Weit verbreitet sind Kooperationen zwischen Grafikdesignern, Textern und Fotografen. Oder das Zusammenwirken von Print- und Digitaldesignern z. B. bei cross-medialen Projekten mit weiteren Kollegen vom Film oder Ton. Ähnliche Kreativpartnerschaften sind auch möglich zwischen Textil- und Modedesignern oder von Produktdesignern mit Innenarchitekten usw. Der Kontakt zum relativ jungen Eventmarketing ist ebenfalls sinnvoll, weil hier verschiedene Kreativbranchen zusammenkommen. Nutzen Sie für die Partnersuche Social-Media-Plattformen oder auch die Angebote der Designverbände. Einige von ihnen, wie z. B. die Allianz deutscher Designer e.V. (AGD), bieten ihren Mitgliedern die Möglichkeit, sich auf ihren Internetseiten zu präsentieren. Ähnliche Angebote machen auch viele Anlaufstellen für die Kultur- und Kreativwirtschaft in den Bundesländern.

→ Suchen Sie Partner aus anderen Branchen. Kooperationen bieten sich beispielsweise mit Betrieben aus dem Handwerk oder Industrieunternehmen mit eigener Produktion an. Viele von ihnen benötigen Designleistungen für ihre Kunden. Gemeinsam kann man Leistungen „aus einer Hand“ anbieten. Bei der Suche helfen Ihnen die Kooperationsbörsen der Industrie- und Handelskammern, Anzeigen in Fachzeitschriften usw.

Kein „Design-Chinesisch“: Gespräch mit dem Kunden

Vielen jungen selbständigen Designerinnen und Designer fällt es schwer, potenziellen Kunden ihre Leistungen verständlich und kundenorientiert zu vermitteln. Nicht selten führen derlei Kommunikationsprobleme dazu, dass Aufträge nicht zustande kommen.

Tipps:

- Kunden kennenlernen: Und zwar bevor sie mit Ihnen zusammen an einem Tisch sitzen. Versuchen Sie vorher herauszufinden, wie der Kunde „tickt“. Welches Image hat das Unternehmen/die Organisation/die Kommune? Worin bestehen die Schwierigkeiten mit dem bisherigen Design?
- Auf Augenhöhe mit dem Kunden: Zeigen Sie, dass Sie die Gestaltungsaufgabe verstehen und lösen können. Einigen Sie sich mit dem Kunden genau über die „Marschroute“. Sagen Sie ihm die zeitnahe Zusendung eines schriftlichen Angebots zu.
- Professionelles Angebot: Kunden erwarten ein nachvollziehbares und transparentes Angebot. Achten Sie darauf, dass nicht nur die Zahlen richtig kalkuliert sind, sondern Ihr Angebot auch übersichtlich gestaltet ist und alle notwendigen formalen Inhalte (Anschrift, Absender, Datum usw.) enthält.
- Vor dem nächsten Besuch beim Kunden: Wenn Sie zu einem Pitch eingeladen werden, üben Sie zunächst gegenüber Freunden, Ihr Angebot in wenigen Minuten auf den Punkt zu bringen (Elevator Pitch).

Pekuniär statt prekär: Preise und Honorare berechnen

Viele junge Designerinnen und Designer kalkulieren Preise und Honorare „aus dem Bauch heraus“. Dabei haben sie nur eine diffuse Vorstellung vom Wert ihrer Leistungen und weder Kosten, Auftragsumfang oder Zeitaufwand im Blick, so dass die Honorare für ihre Leistungen meist zu niedrig ausfallen.

Tipp:

- Realistischen Stundensatz errechnen. Informieren Sie sich im Vergütungstarifvertrag Design der Allianz deutscher Designer (AGD) e. V. Nutzen Sie auch die Seminarangebote der verschiedenen Designverbände.

Meins bleibt meins: Nutzungsrechte einräumen

Vielen Designerinnen und Designern ist nicht bekannt, dass sie ein „Nutzungsrecht“ an ihren Werken besitzen. Nutzungsrechte werden nach Nutzungsgebiet, -zeitraum und -intensität eingeräumt und vergütet. Das bedeutet: Nutzungsrechte, die geltend gemacht werden, sind eine wichtige Einnahmequelle.

Tipps:

- Nutzungsrechtsumfang klären: Vereinbaren Sie mit Ihrem Kunden den Nutzungsrechtsumfang hinsichtlich räumlichen Einsatzgebiet, Dauer, Verwendungszweck oder klären Sie die Verkaufszahlen. Für diese Vereinbarungen gibt es Textbausteine bei vielen Designverbänden. Freie Vereinbarungen sind zudem immer möglich. Auftraggeber sind eher daran interessiert, möglichst weitreichende Rechte eingeräumt zu bekommen. Solche Wünsche sollten Sie sich als Designer bezahlen lassen.
- Um spätere Streitigkeiten zu vermeiden, sollten Sie vor Auftragsbeginn schriftlich festhalten (z. B. schon im Angebot), welche Rechte der Auftraggeber einräumen muss. Die Vergütung der Nutzungsrechte in Angebotspreis oder Honorar einkalkulieren.

Alles und noch viel mehr: Business-Know-how

Weitere Praxistipps für Kreative und Kulturschaffende finden Sie unter www.kultur-kreativ-wirtschaft.de:

- Freier Beruf & Gewerbe
- Künstlersozialkasse (KSK)/Künstlersozialversicherung (KSV)
- Steuern und Finanzamt
- Urheberrecht und -schutz
- Versicherungen, Recht und Verträge
- Verwertungsgesellschaften

Wettbewerbe (Auswahl)

- Designpreis der Bundesrepublik Deutschland
  Der Designpreis der Bundesrepublik Deutschland ist die höchste offizielle deutsche Auszeichnung im Bereich Design. Der Preis wird jährlich vom Bundesminister für Wirtschaft und Technologie verliehen. Er will die wirtschaftliche Bedeutung des Designs herausstellen und zu seiner Förderung beitragen.
  www.bundesdesignpreis.de
- Bundespreis Ecodesign
  Um das Potenzial des Designs für den Umweltschutz verstärkt in den öffentlichen Fokus zu rücken und Innovationen auf diesem Gebiet zu fördern, lobten Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt im Jahr 2012 zum ersten Mal den Bundespreis Ecodesign aus.
  www.bundespreis-ecodesign.de
- Kultur- und Kreativpiloten Deutschland
  Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung verleiht jährlich den Titel „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“. Damit zeichnet sie Menschen aus, die mit einer besonderen kreativen oder kulturellen Idee unternehmerisch durchstarten möchten.
  www.kultur-kreativpiloten.de
- Informationen über weitere Designwettbewerbe gibt es z. B. hier:
  www.kulturpreise.de

Wichtige Messen für „Einsteiger“ (Auswahl)

- Ambiente Frankfurt (Konsumgüter: Einrichten, Wohnen, Dekorieren):
  www.ambiente.messefrankfurt.com
- Art Cologne (Internationaler Kunstmarkt):
  www.artcologne.de
- Blickfang Hamburg/Stuttgart (Internationale Designmesse für Möbel, Mode und Schmuck):
  www.blickfang.com
- Design Weeks (temporäre Design-Messen- und -Schauen der europäischen Städte)
- DMY International Design Festival Berlin
  (Festival für zeitgenössisches Produktdesign):
  www.dmy-berlin.com
- imm Möbelmesse Köln
  (internationale Möbelmesse):
  www.imm-cologne.de
- Salone Internazionale Del Mobile Milano
  (internationale Messe für Interior Design):
  www.cosmit.it
- YDMI Young Designers Meet the Industry
  (Recruiting- und Akquisemesse):
  www.ydmi.de
- Die Messedatenbank des Ausstellungs- und Messeausschusses der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) umfasst Daten und Termine von rund 5.000 Messen in Deutschland und im Ausland:
  www.auma.de

Quellen:

- AGD Allianz deutscher Designer e.V.: www.agd.de
- DDC Deutscher Designer Club e.V.: www.ddc.de
- IDD Initiative Deutscher Designverbände e.V.: www.i-dd.org
- IDZ Internationales Design Zentrum Berlin e.V.: www.idz.de
- Gründungsberatung der Muthesius Kunsthochschule Kiel:
  www.muthesius-kunsthochschule.de

Rat und Tat

→ Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft
Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und vom Beauftragten der Bundesregierung für Kultur- und Medien (BKM) umgesetzt. Sie bietet u. a. viele Informationen und Praxishilfen für (angehende) Akteure in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

→ Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft
Wichtiges Element der Initiative ist das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes mit seinen regionalen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern. Sie bieten an mittlerweile über 80 Orten Existenzgründern und Kreativunternehmen Orientierungsberatung an. Dabei arbeiten sie eng mit den bestehenden Beratungs- und Förderangeboten vor Ort zusammen.
Infoline: 030 346465300, E-Mail: kreativ@rkw.de

→ Netzwerke und Verbände der Designwirtschaft
Eine Auswahl von Netzwerken und Verbänden der Designwirtschaft finden Sie im Internetportal der Initiative: www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

Publikationen

→ Alles, nur kein Unternehmer? Tipps für Gründerinnen, Gründer und Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft
→ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit
→ Infoletter: GründerZeiten

Bestelltel.: 01805 778090;
publikationen@bundesregierung.de
Download und Bestellfunktion: www.bmwi.de

Internet

→ Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de
→ BMWi-Existenzgründungsportal
www.existenzgruender.de
→ Förderdatenbank des Bundes
www.foerderdatenbank.de

Anlaufstellen Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesländer

→ Baden-Württemberg/Netzwerk Kreativwirtschaft: http://kreativnetzwerk.mfg.de
→ Berlin/Projekt Zukunft: www.berlin.de/projektzukunft
→ Brandenburg/Kreatives Brandenburg: www.kreatives-brandenburg.de
→ Bremen/WFB Wirtschaftsförderung Bremen: www.wfb-bremen.de
→ Hamburg/Hamburg Kreativ Gesellschaft: www.kreativgesellschaft.org
→ Hessen/Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen: www.kulturwirtschaft-hessen.de
→ Nordrhein-Westfalen/CREATIVE.NRW – Cluster Kultur- und Kreativwirtschaft: www.creative.nrw.de
→ Rheinland-Pfalz/Kunst-, Kultur- und Kreativwirtschaft: www.zirp.de
→ Sachsen/Serviceland Sachsen – Kultur- und Kreativwirtschaft: www.smwa.sachsen.de
→ Sachsen-Anhalt/Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt: www.kreativ-sachsen-anhalt.de
→ Saarland/kreativzentrum.saar: www.kreativzentrum-saar.de
→ Thüringen/Thüringer Agentur für die Kreativwirtschaft (THAK): www.thueringenkreativ.de

Impressum

Herausgeber:
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
oeffentlichkeitsarbeit@bmwi.bund.de
www.bmwi.de

Stand:
November 2012

Redaktion:
PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Köln/Berlin

Gestaltung und Produktion:
PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis:
Matthias Enter – Fotolia (Titel),
DOC RABE Media – Fotolia (S. 02),
modul_a – Fotolia (S. 03),
peshkova – Fotolia (S. 04)