

54. Designwirtschaft – Where are you going?

Wo stehen die Designwirtschaft und das institutionelle Monitoring – und wo könnten sie stehen?

Die deutsche Designwirtschaft ist in den letzten Dekaden stark gewachsen. Selbst die Covid-Pandemie hat dies nur kurz gebremst. Wobei die Umsatz-Entwicklung nur ein Aspekt ist, der die qualitative Entwicklung und Transformation nicht abbilden kann. Die zuletzt im Monitoringbericht 2022 für 2021 ermittelten 20,2 Milliarden Euro Umsatz sind beachtlich. Wichtiger ist allerdings, wie sich diese Umsätze innerhalb der Designwirtschaft verteilen – wer und welche Design-Disziplinen davon mehr oder weniger profitieren.

Ein Blick auf die Erwerbsformen – in den Zeiträumen 2011 bis 2021 – kann hier etwas mehr Licht ins Dunkle bringen. Dort zeigt sich (gemäß obigen Monitoringbericht) mit jeweils rund 52.000 »Selbstständigen / Unternehmen« eine relativ stabile Zahl der Akteure. Bei den »Mikroselbstständigen« (die Umsätze innerhalb der Umsatzsteuer-Freigrenze erwirtschaften – früher 17.500 Euro, aktuell 22.000 Euro jährlich) ist die Zahl der Akteure von rund 52.000 in 2011 auf 72.000 in 2021 um 40 Prozent angestiegen, und damit die Zahl der prekär wirtschaftenden selbstständigen Designer.

Bei den »sozialversicherungspflichtig Beschäftigten« ist die Zahl von rund 76.000 in 2011 auf 91.000 in 2021 gestiegen. Im gleichen Zeitraum sind die »geringfügig entlohnten Beschäftigten« von rund 64.000 auf 48.000 zurückgegangen. Damit hat sich die Gesamtzahl aller Beschäftigten mit rund 140.000 kaum verändert. Dies kann darauf hinweisen, dass die »Selbstständigen / Unternehmen« von der Entwicklung mehr profitiert haben, da sie die Zahl der regulär Beschäftigten erhöht haben.

Wegen der Datenerhebung sind diese Zahlen nicht ganz aktuell, da diese erst mit einer Verzögerung von mehr als einem Jahr vollständig ermittelt werden können. Der neue Monitoringbericht 2024 ist aktuell für das erste Quartal 2025 angekündigt.

54. Designwirtschaft – Where are you going?

Die Designwirtschaft befindet sich in einer umfassenden Transformation, die von den Monitorings nicht erfasst werden!

Die Monitorings beruhen auf Umsatzsteuerdaten der Finanzbehörden, die gemäß der Wirtschaftsklassifikation (WZ 2008) erhoben und zugeteilt werden. Womit allerdings nur die Klassifikationen im Architektur-, Produkt- und Kommunikations-Design erfasst sind. Die stark wachsenden Leistungen im Service Design (BX, CX, UX) und Sozio-Design (Beratung, Management) werden hier nicht abgebildet. Nur eine Erweiterung der Wirtschaftsklassifikation und die Analyse der designrelevanten Berufe (erstmalig überhaupt in der Studie »Direkte und indirekte Effekte der Designwirtschaft für die Gesamtwirtschaft« aus 2018 erfasst) kann hier Abhilfe schaffen.

Sollte sich der Trend im neuen Monitoringbericht bestätigen, lässt sich daraus ableiten, dass die »Selbstständigen / Unternehmen« von der Wachstumsentwicklung offensichtlich mehr profitieren, da sie sich besser für die umfassenden Transformation qualifizieren können. Dies setzt professionelle Fähigkeiten im (Brand und) Design Management voraus. Hier haben die »Mikroselbstständigen« offensichtlich nicht nur ein Manko, sondern tun sich auch schwer, Management-Kompetenzen zu entwickeln. Letzteres liegt vermutlich auch daran, dass das Studienangebot zum Design Management an den deutschsprachigen Design-Hochschulen überschaubar und qualitativ unzureichend ist. Das wird auch noch dadurch verstärkt, dass manche Studienangebote wegen zu geringer Nachfrage nicht stattfinden können. (Was ist da in den Design-Bachelor-Studiengängen zur kurz gekommen? – Wie in # 34. Design Management & # 44. Design Management sucks bereits treffend beschrieben.)

Ich bin mir gewiss, dass die für die primären Anforderungen an die Transformation notwendige Professionalisierung und Befähigung im (Brand und) Design Management, nur mit einer Aneignung der **Design Value Indicators** (# 50.) und der Einrichtung eines **Design Bureau of Investigation** (# 53.) möglich wird. **Do it. Struggle!**