

57. Designer – Are you ready?

Wo stehen die Designer – in und außerhalb der Designwirtschaft – und wo könnten sie stehen?

Die letzten Monitoringberichte über die Designwirtschaft (siehe # 54 & # 56) zeichnen ein sehr diverses Bild über die wirtschaftliche Relevanz der Designer. Während die »Selbstständigen & Unternehmen« leicht zunehmen und gewinnen, verlieren die »Mini-Selbstständigen« und nehmen stark zu. Die Gewinner sind in der zahlenmäßigen Minderheit, die Verlierer in der absoluten Mehrheit der Selbstständigen in der Designwirtschaft. Das hat Folgen für alle (selbstständigen und abhängigen) Designer und Unternehmen.

Die Gewinner könnten nun denken: »Was juckt uns die prekäre Situation der Verlierer, uns geht es doch ganz gut.« Falls dies so ist, wäre das zu kurz gedacht. Die prekäre Situation der Verlierer wirkt sich auf die Perspektiven der Gewinner aus. Die Prekären ziehen das Niveau – professionell gemanagter Designleistungen – nach unten und haben einen negativen Einfluss auf das Image der Designer. Was auch ein Grund für die geringere Wertschätzung der Designer ist, im Vergleich zur höheren Wertschätzung des Designs.

Einen weiteren Einfluss übt die Zunahme der sogenannten »Inhouse Designer« aus, die außerhalb der Designwirtschaft tätig sind. Die Zahl aller designrelevanten Berufe außerhalb der Designwirtschaft ist um das Dreifache höher einzuschätzen, was den Bedarf an externen Design-Dienstleistungen beeinflusst.

Neben dem stark wachsenden internationalen Wettbewerb und dem Crowdfunding, wird die sogenannte »Künstliche Intelligenz« (KI) den Bedarf an einfachen und leicht reproduzierbaren Handwerks-Dienstleistungen reduzieren. Alle Designer, die sich auf diese Form der Dienstleistung beschränken, werden ihre Leistungsperspektiven und damit ihre Arbeit möglicherweise verlieren. Und wo kein Bedarf an einfacher designrelevanter Dienstleistung besteht, gibt es auch kaum Verdienstmöglichkeiten – das Prekariat würde weiter zunehmen!

57. Designer – Are you ready?

Designer könnten viel besser da stehen, wenn sie sich von einfacher Handwerks-Dienstleistung weniger abhängig machen!

»[...] lassen Sie uns an die Arbeit gehen, an eine, die uns Menschen glücklicher macht. Bleiben wir entschieden unentschieden, arbeiten wir weniger an der Panik, eher am Potenzial und an den Problemen der Lösungen.« So weit *Fabiola H. Gerpott & Stephan A. Jansen* in ihrem neuen Buch »Die Arbeit – Wie wir sie mit KI neu erfinden ... und was für uns übrig bleibt« (März 2025). In diesem Sinne sollten wir unseren Blick auf Wirklichkeiten und Möglichkeiten richten.

Die Autoren zitieren – zur systematischen Reflexion über Arbeitsinhalte und -gestaltung – die konsequente Differenzierungen von: sehr einfachen, abarbeitenden Routinetätigkeiten »Monkey Work«; kollaborativer, co-präsentem »Team Work«; zwingend wirtschaftlich notwendigem »Deep Work«.

Für die Möglichkeiten der Designer ergibt sich daraus, dass einfache, wiederholte und handwerkliche Gestaltung (für Artefakte) immer mehr durch »KI« erstellt wird und Designer – die sich allein darauf konzentrieren – noch mehr verlieren werden. Im Gegensatz dazu, werden designrelevanten (Dienst-)Leistungen, für Mentefakte und Soziefakte, weiterhin deutlich zunehmen und die Designer – die sich dafür qualifizieren und darauf konzentrieren – gewinnen. Letzteres scheint der einzige Ausweg aus einer prekären Situation zu sein.

Führungskräfte im Design Management müssen (frei nach den Autoren) in der Lage sein: »unentscheidbare Entscheidungen zu entscheiden«; als »Identitätsgestalter« zu fungieren; »Distanzexperten« werden und räumliche wie persönliche Distanz definieren, auch die Distanz von und durch »KI«.

Ich befürchte, dass viele Designer die Erweiterung ihrer Kompetenzen im Handwerk um die im Design Management, aus einem Habitus als Künstler heraus, weiterhin in Frage stellen. **It's the economy, stupid!**