

66. Design Business am Arsch!

Warum sind viele Designer im Business mit Design so erfolglos und übersehen diese Tatsache?

Rückblickend auf die beiden letzten Jahrzehnte, bleibt der Eindruck, dass immer mehr Designer in ihrem Business erfolglos sind. Dies ist vor dem Hintergrund der zunehmenden Thematisierung des **Design Business** – mittels Beratungs-/Lehrangeboten, Publikationen und Veranstaltungen – nicht plausibel.

Die Erfolglosigkeit spiegelt sich in der stark wachsenden Zahl der prekär tätigen Designer wieder, was in der Branche und den Netzwerken kaum kommuniziert wird. Die allgemeine Diskussion – auch in den Design-Institutionen und Hochschulen – blendet das Problem fast völlig aus und tut so, als ob alles okay und man bestens auf alle Herausforderungen in der Zukunft vorbereitet ist. Man bleibt offensichtlich lieber beim Austausch über Fragen des Designhandwerks und der damit verbundenen Methodik. Der digitale, funktionale und insbesondere ökonomische Wandel im Design-Handwerk und im **Design Business** wird zwar im Diskurs angesprochen, aber nicht tiefgreifend analysiert. Es sieht so aus, als ob man die damit verbundenen Fragen und Probleme lieber ausblendet – um sich nicht selbst in Frage stellen zu müssen. Das ist ein Verhalten, wie bei Kleinkinder ohne Objektpermanenz – die Augen verschließen und hoffen, dass die Probleme dann verschwinden.

Da die meisten Designer eine akademische Ausbildung an Hochschulen absolviert haben, ist eigentlich vorauszusetzen, dass sie intellektuell in der Lage sind, sich mit den Fragen und Problemen ihres Business auseinandersetzen zu können (was erfahrungsgemäß leider nicht immer selbstverständlich ist). Daraus ließe sich ableiten, dass die Designer die Relevanz ihres Business lieber in den Hintergrund stellen oder sogar bewusst ablehnen (da es nicht künstlerisch ist). Es lebt sich scheinbar leichter in der Illusion, dass Design auch ohne Business bestens funktioniert und man als Designer über dem »schnöden Mammon« (zur Existenzsicherung) steht.

66. Design Business am Arsch!

Viele Designer befinden sich in schlechter Verfassung, einer ausweglosen Lage und ignorieren dies!

Dass viele Designer dem Management ihres Business gegenüber kritisch bis abweisend eingestellt sind und für sie ein verzwicktes Problem darstellt, ist bereits beschrieben (# 34. **Design Management**).

Eine von mehreren Ursache dieser Einstellung ist, dass die meisten Design-Studierenden, Design als Kunst sehen, was von den Design-Hochschulen bestätigt wird. Es gibt zwar ein Angebot von Studiengängen zum **Design Management** (allerdings selten mit hoher Qualität), wird aber zu wenig von Studierenden genutzt. Die von diesen Hochschulen frisch ausgebildeten Designer werden dann in der (abhängig angestellten oder selbstständigen) Berufspraxis mit völlig anderen Rahmenbedingungen im Designmarkt konfrontiert. Damit sind viele Designer offensichtlich überfordert und befinden sich in einer hoffnungslosen Situation. Diese treibt sie in eine schlechte Verfassung und ausweglosen Lage – eben am Arsch zu sein!

Designer müssen sich der Tatsache stellen, dass Designprozesse nicht nur aus Artefakte (Architekturen, Produkte, Medien, Services) bestehen, sondern auch Mentefakte (gedankliche Gestaltung) und Soziefakte (Gestaltung sozialer Beziehungen) für das Business relevant sind (als grundlegende Vorraussetzungen für Artefakte). Dies und die ökonomischen Bedingungen in einem vom Wettbewerb geprägten Markt zu ignorieren, ist fatal. Die Ignoranz betrifft allerdings nicht nur die (solo-)selbstständigen Designer, auch Design-Büros (und sogenannte -Agenturen) beachten oft nicht, dass sich die prekäre Lage vieler Designer auf ihre Situation am Markt negativ auswirkt und ihrem Image schadet – das dann auch am Arsch ist!

Ich berate, coache, doziere und publiziere im **Design Business**, als Freiberufler seit nunmehr 30 Jahren. Sehe genau hin, differenziere, beobachte und berichte darüber – was zuweilen auf Ablehnung oder Unverständnis trifft. **Don't be ignorant!**