

# Designwirtschaft in Bayern

---

ConM GmbH München

Mai 2011

(11.10.2011)

## **Auftraggeber:**

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

ConM

## Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	7
2	Die Designwirtschaft in der amtlichen Statistik .....	9
3	Regionale Verteilung.....	12
4	Exkurs Landeshauptstadt versus Region.....	21
5	Art der Unternehmen, die Designer beschäftigen .....	22
5.1	Beschäftigung in einer Agentur oder in einer Abteilung.....	22
5.2	Selbständige und abhängige Beschäftigung.....	25
6	Soziale Absicherung .....	27
7	Unternehmensstruktur.....	28
7.1	Unternehmensalter .....	28
7.2	Unternehmensgröße .....	29
7.3	Mitarbeiterzahl .....	30
8	Umsätze.....	33
8.1	Umsatzstruktur.....	33
8.2	Umsatz und Budgets in Designabteilungen .....	36
9	Tätigkeitsschwerpunkte.....	38
10	Kunden / Auftraggeber .....	40
10.1	Branchenzugehörigkeit der Kunden / Auftraggeber.....	40
10.2	Herkunft der Kunden / Auftraggeber .....	44
10.3	Kundenakquisition.....	45
11	Konjunkturelle Lage und Aussicht .....	46
11.1	Auftragslage für und Bedarf an Designleistungen .....	46
11.2	Ansätze zur Verbesserung der geschäftlichen Situation des eigenen Unternehmens .....	48
11.3	Einschätzung der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung .....	50
12	Aus- und Weiterbildung .....	52
12.1	Ausbildung zum Designer .....	52
12.1	Weiterbildungsangebot .....	53

12.2	Beurteilung der Aus- und Weiterbildungssituation .....	56
13	Vernetzung der Designer untereinander und mit Kunden .....	58
13.1	Messebesuche .....	58
13.2	Mitgliedschaft in Netzwerken, Verbänden und Institutionen .....	59
14	Gesellschaftliche Bedeutung von Design in Bayern.....	61
14.1	Berufliches Selbstverständnis.....	61
14.2	Berufsspezifische Themenfelder.....	63
15	Demographie .....	64
16	Wünsche und Anregungen von Seiten der Designer .....	66
17	Empfohlene Maßnahmen .....	67
18	Anhang .....	68

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl von Designunternehmen nach Wirtschaftszweigen .....	10
Abbildung 2: Umsatz der Designbranche nach Wirtschaftszweigen .....	10
Abbildung 3: Sitz der Unternehmen, in denen Designer tätig sind .....	12
Abbildung 4: Sitz weiterer Niederlassungen / Ort des Hauptsitzes – Agenturen (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich).....	14
Abbildung 5: Sitz weiterer Niederlassungen / Ort des Hauptsitzes – Abteilungen (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich).....	15
Abbildung 6: Sitz weiterer Niederlassungen / Hauptsitz im Ausland (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich) .....	16
Abbildung 7: Unternehmensgrößen von Designagenturen nach Regierungsbezirken .....	18
Abbildung 8: Umsatz der Designagenturen nach Regierungsbezirken .....	19
Abbildung 9: Kundenstruktur der Designagenturen nach Regierungsbezirken (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich).....	20
Abbildung 10: Branchenzugehörigkeit der Firmen mit Designabteilungen nach Regierungsbezirken .....	20
Abbildung 11: Sitz der oberbayerischen Unternehmen, in denen Designer tätig sind .....	21
Abbildung 12: Unternehmensgrößen in und außerhalb Münchens .....	21
Abbildung 13: Umsatz der Designagenturen in und außerhalb Münchens .....	22
Abbildung 14: Beschäftigung in einer Designagentur oder in einer Designabteilung, Branchen der Unternehmen mit Designabteilung.....	23
Abbildung 15: Erste sieben Nennungen der Frage “In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt? Industrie, und zwar...” .....	23
Abbildung 16: Erste sechs Nennungen der Frage “In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt? Dienstleistung, und zwar...” .....	24
Abbildung 17: Offene Nennungen der Frage “In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt? Handel, und zwar...” .....	24
Abbildung 18: Offene Nennungen der Frage “In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt? Öffentlicher Dienst, und zwar...” .....	25
Abbildung 19: Formen der Erwerbstätigkeit .....	25
Abbildung 20: Berufliche Position im Unternehmen .....	26
Abbildung 21: Art der Versicherung bezüglich der Rente und der Krankenkasse (nur Designagenturen) .....	27
Abbildung 22: Gliederung der Designagenturen nach Gründungsjahr.....	28
Abbildung 23: Beginn des Beschäftigungsverhältnisses.....	29

Abbildung 24: Unternehmensgrößen der Designagenturen und der Firmen mit Designabteilungen.....	29
Abbildung 25: Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter von Designagenturen nach Beschäftigungsform und nach Regierungsbezirken.....	31
Abbildung 26: Gliederung der Designabteilungen nach Abteilungsgröße.....	31
Abbildung 27: Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter von Designabteilungen nach Beschäftigungsform und nach Regierungsbezirken.....	32
Abbildung 28: Gliederung der Designagenturen nach Umsatz.....	33
Abbildung 29: Gliederung der Designagenturen nach Umsatz > 1 Mio. Euro.....	34
Abbildung 30: Durchschnittliche Verteilung des Umsatzes auf In- und Auslandsaufträge.....	34
Abbildung 31: Verteilung des Umsatzes im Jahr 2009 auf bestimmte Leistungen.....	35
Abbildung 32: Verwendung der Umsätze der Designagenturen.....	35
Abbildung 33: Gliederung der Unternehmen mit Designabteilungen nach Umsatz.....	36
Abbildung 34: Gliederung der Unternehmen mit Designabteilungen nach Umsatz > 1 Mio. Euro.....	37
Abbildung 35: Durchschnittsbudget von Designabteilungen nach Unternehmensgröße, absolute Werte (60% „keine Angabe“).....	37
Abbildung 36: Verteilung des Budgets im Jahr 2009 auf bestimmte Leistungen.....	38
Abbildung 37: Durchschnittliche Verteilung des Budgets auf interne und externe operative Gestaltungsleistungen.....	38
Abbildung 38: Persönliche und Unternehmensschwerpunkte – Agentur.....	39
Abbildung 39: Persönliche und Unternehmensschwerpunkte – Abteilungen.....	40
Abbildung 40: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich).....	41
Abbildung 41: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Dienstleistung (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	41
Abbildung 42: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Industrie (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	42
Abbildung 43: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Handel (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	42
Abbildung 44: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Kunst / Kultur (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	42
Abbildung 45: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, öffentlicher Dienst (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	43
Abbildung 46: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Sonstige (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	43
Abbildung 47: Herkunft der Kunden von Agenturen.....	44

Abbildung 48: Herkunft der ausländischen Kunden von Designagenturen (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich) .....	45
Abbildung 49: Kundenakquisition durch Designagenturen (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich).....	46
Abbildung 50: Arbeitsauslastung der Designagenturen im Jahr 2010 .....	47
Abbildung 51: Zahl der Auftraggeber nach Unternehmensgröße.....	47
Abbildung 52: Aktuelle Auftragslage für Designleistungen in Designagenturen .....	48
Abbildung 53: Aktueller Bedarf an Designleistungen in Designabteilungen.....	48
Abbildung 54: Vorschläge zur Verbesserung der Auftragslage des eigenen Unternehmens (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich).....	49
Abbildung 55: Erste zwölf Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage „Zur Verbesserung der geschäftlichen Situation sind vorrangig notwendig...“ (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich) .....	50
Abbildung 56: Einschätzung der Entwicklung der Nachfrage nach Designleistungen in Bayern, Deutschland und international .....	51
Abbildung 57: Einschätzung der Entwicklung des Verhältnisses verschiedener Leistungen zueinander in den kommenden 3 Jahren .....	52
Abbildung 58: Ausbildung zum Designer .....	53
Abbildung 59: Autodidaktische Fortbildung .....	53
Abbildung 60: Bereits absolvierte und noch geplante Weiterbildungen – Agenturen.....	54
Abbildung 61: Bereits absolvierte und noch geplante Weiterbildungen – Abteilungen .....	55
Abbildung 62: Erste vier Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage „Welche Weiterbildungsangebote haben Sie bereits genutzt?“ (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	55
Abbildung 63: Einschätzung der Aus- und Weiterbildungssituation .....	56
Abbildung 64: Erste sechs Nennungen zur Frage „Die Ausbildungssituation für Designer ist in Bayern Ihrer Meinung nach schlecht, vor allem in...“ (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich) .....	57
Abbildung 65: Erste neun Nennungen zur Frage „Die Qualifikations- und Weiterbildungsangebote für Designer sind in Bayern Ihrer Meinung nach schlecht, vor allem in...“ (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich) .....	57
Abbildung 66: Wie sollte die Ausbildung für Designer hauptsächlich ausgerichtet sein?.....	58
Abbildung 67: Erste fünf Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage "Wie sollte die Ausbildung für Designer hauptsächlich ausgerichtet sein?“ (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich) .....	58
Abbildung 68: Erste sieben Nennungen der interessantesten Messen für Designer (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	59

Abbildung 69: Erste sieben Nennungen der fehlenden Messen (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich) .....	59
Abbildung 70: Erste sieben Nennungen der Mitgliedschaften in designorientierten Netzwerken/Verbänden/ Institutionen (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	60
Abbildung 71: Erste sieben Nennungen der fehlenden designorientierten Netzwerke/Verbände/Institutionen (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	60
Abbildung 72: Kennen Sie die bayern design GmbH? .....	61
Abbildung 73: Einschätzung der gesellschaftlichen Anerkennung der Designer in Bayern ...	61
Abbildung 74: Zufriedenheit mit dem Beruf nach Regierungsbezirken .....	62
Abbildung 75: Selbstbild der Designer aus Agenturen.....	62
Abbildung 76: Erste sechs Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage "Wie sehen Sie sich selbst?" (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich).....	63
Abbildung 77: Bedeutung verschiedener Themenbereiche für die eigene Tätigkeit .....	63
Abbildung 78: Erste vier Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage "Welche Bedeutung haben für Ihren Tätigkeitsbereich folgende Themen?" (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich) .....	64
Abbildung 79: Geschlecht der Befragten.....	64
Abbildung 80: Alter der Befragten .....	65

## 1 Einleitung

Grundlage dieses Berichts sind die Ergebnisse der Studie Designwirtschaft in Bayern, die im Frühjahr 2011 durchgeführt wurde. Die Studie „Designwirtschaft in Bayern“ ist eine vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie in Auftrag gegebene und mit Unterstützung der bayern design GmbH Nürnberg durchgeführte Untersuchung, die erstmalig versucht, statistisch verwertbare Daten über den Berufsstand des Designers in Bayern zu erhalten.

Den folgenden Analysen ist eine schriftliche Befragung zugrunde gelegt, die, als Vollerhebung konzipiert, möglichst viele Designer in Bayern erreichen sollte. In diesem Rahmen besteht die Zielgruppe dieser Befragung aus allen Personen, die im Bereich Design tätig sind. Befragt wurden somit Designer und Gestalter aus allen Disziplinen und Branchen, Selbstständige und Angestellte, Klein- und Großunternehmer.

Ziel dieser Studie ist es, ein möglichst erschöpfendes Bild vom Berufsstand des Designers sowie der Designwirtschaft in Bayern und ihrer wirtschaftlichen Bedeutung zu erhalten. Damit soll es ermöglicht werden, eine stärkere Vernetzung zwischen der Nachfrage nach Designleistung und der Designwirtschaft herzustellen.

Die Verknüpfung verschiedenster wirtschaftlicher Bereiche mit Design, die Vielfalt der Design Tätigkeiten und nicht zuletzt die Unterschiede in der Selbstauffassung der Designer macht eine Klassifizierung von Design besonders schwierig. Als Zielgruppe wurden die Designer jener Wirtschaftszweige befragt, die aufgrund der NACE-Codes als zur Designwirtschaft gehörend identifiziert werden konnten.

Im Bericht wird zunächst eine Darstellung der regionalen Verteilung der Designwirtschaft in Bayern inklusive eines Exkurses über die Landeshauptstadt vorgenommen. Daran anschließend folgen eine Skizzierung der Art der Unternehmen, die Designer beschäftigen, sowie der Beschäftigungsformen und der sozialen Absicherung der Designer. Des Weiteren werden die Unternehmens- und Umsatzstruktur von den Unternehmen, in denen die befragten Designer tätig sind, berichtet. Im Anschluss daran wird das Tätigkeitsfeld der Designer mit Hilfe der Angaben über deren Tätigkeitsschwerpunkte sowie der Kundenstruktur von Designagenturen genauer dargelegt. Ein weiterer wichtiger Punkt betrifft die Einschätzung der Designer über die derzeitige und künftige wirtschaftliche Bedeutung der Designwirtschaft. In der Folge wird ein deutlicheres Bild vom Beruf des Designers anhand der Ausbildung zum Designer, der Vernetzung der Designer untereinander, der gesellschaftlichen Bedeutung von Designern sowie weiterer demographischer Informationen gezeichnet. Das letzte Kapitel der Er-

gebnispräsentation ist den Anmerkungen und Wünschen der Designer gewidmet, die auch wichtige Anreize für die Handlungsempfehlungen, welche zuletzt gegeben werden, bieten.

## 2 Die Designwirtschaft in der amtlichen Statistik

### Designwirtschaft als Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft

Eine einheitliche Definition, der sich auch die vorliegende Studie anschließt, ist die Wirtschaftsministerkonferenz-Definition mit der im Oktober 2011 zu beschließenden Abgrenzung der Designwirtschaft. Sie wird dort als Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft aufgefasst, welche sich in elf Teilbereiche untergliedert: die Musikwirtschaft, der Buchmarkt, der Kunstmarkt, die Filmwirtschaft, die Rundfunkwirtschaft, der Markt für darstellende Künste, die Designwirtschaft, der Architekturmarkt, der Pressemarkt, der Werbemarkt und schließlich die Software- und Games-Industrie. Nach dieser offiziellen Definition können der Designwirtschaft folgende Wirtschaftszweige zugeordnet werden:

- Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren
- Büros für Innenarchitektur (Interior-Design)
- Werbeagenturen/Werbegestaltung
- Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u. ä. Design
- Selbständige Fotografen

Nach den Daten der amtlichen Statistik wurden im Jahr 2009 in Bayern 9.107 steuerpflichtige Unternehmen registriert, die sich der Designwirtschaft zuordnen lassen. Dies sind ca. 2% aller bayerischen Unternehmen. Mit 33% aller Designunternehmen fällt der größte Teil davon auf Werbeagenturen und Unternehmen der Werbegestaltung, der zweitgrößte Wirtschaftszweig sind Designateliers, welche 27% an allen Designunternehmen ausmachen, der drittgrößte Zweig besteht aus selbständigen Fotografen mit 21% aller Designunternehmen. Büros für Innenarchitektur haben mit 931 Unternehmen einen Anteil von 10% an der Unternehmenszahl. Zuletzt sind 8% aller Designunternehmen dem Wirtschaftszweig „Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren“ zuzuordnen.

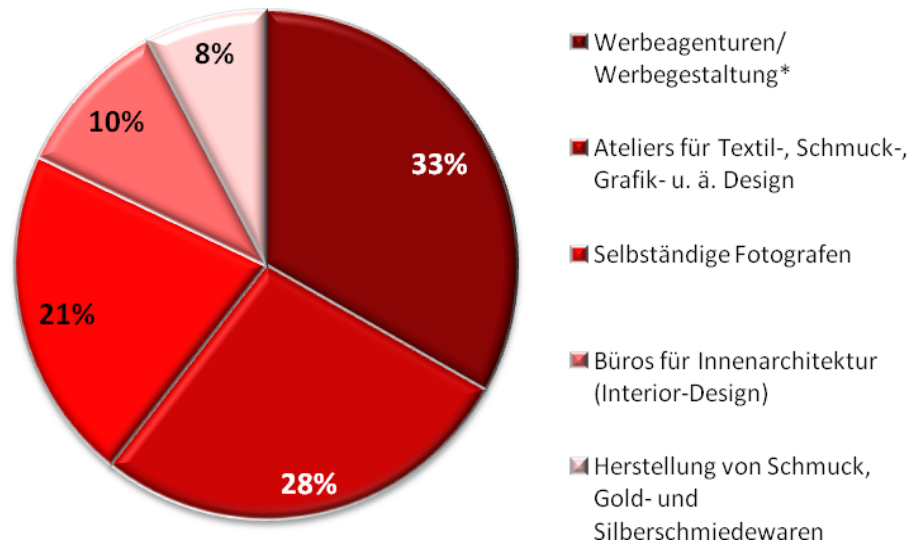


Abbildung 1: Anzahl von Designunternehmen nach Wirtschaftszweigen

Quelle: Bayerischer Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht, 2011

\* Die Werbebranche ist auch anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet, nur anteilig 50% für Design angesetzt

Betrachtet man den Umsatz der Teilbranchen, so hat die Designwirtschaft im Jahr 2009 einen Umsatz von 2,6 Milliarden Euro erwirtschaftet. Damit hat die Designwirtschaft einen Anteil von unter einem Prozent am Umsatz der Gesamtwirtschaft. Auch hier führt die Werbebranche mit einem Anteil von 55% gegenüber den anderen Wirtschaftszweigen.

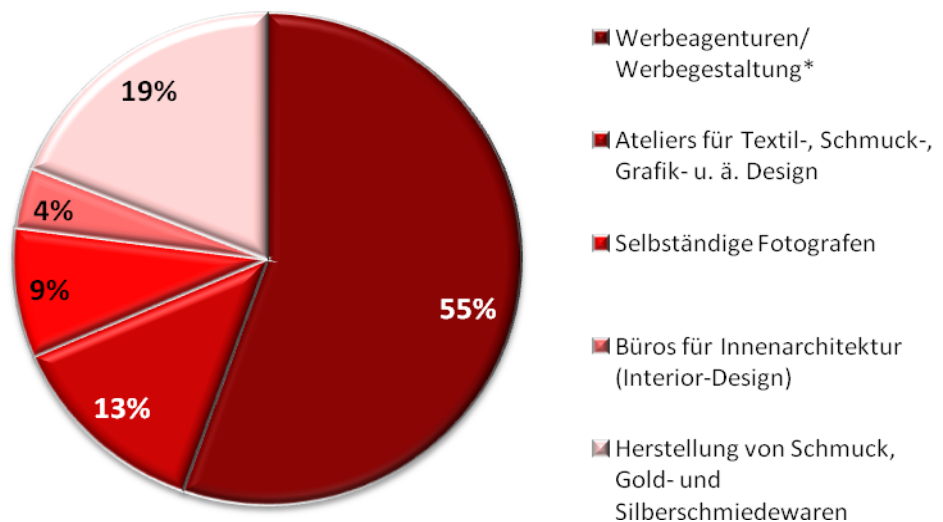


Abbildung 2: Umsatz der Designbranche nach Wirtschaftszweigen

Quelle: Bayerischer Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht, 2011

\* Die Werbebranche ist auch anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet, nur anteilig 50% für Design angesetzt

Aus den Daten der Umsatzsteuerstatistik wird deutlich, dass die Designbranche in Bayern – obwohl hoch spezialisiert – mit insgesamt 9.107 Unternehmen und einem Umsatz von 2,6

Milliarden Euro ein nicht zu unterschätzender Wirtschaftszweig ist. Allerdings müssen diese Ergebnisse als eine Untergrenze verstanden werden, denn Selbständige, Freiberufler und Einzelunternehmen, aus denen die Designwirtschaft überwiegend besteht, werden hier nicht ausreichend berücksichtigt. Der Grund hierfür ist, dass Selbständige sowie Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro nicht in der Umsatzsteuerstatistik aufgeführt werden.

Unterschätzt wird außerdem der Einfluss von Designern, die in Unternehmen arbeiten, welche nicht in die Definition nach der Wirtschaftsministerkonferenz fallen, beispielsweise Mitarbeiter in Designabteilungen größerer branchenfremder Unternehmen, wie die Automotive-Sparte. Wollte man die Wirtschaftskraft der in der Designwirtschaft Tätigen abbilden, muss man diese Personengruppen dazurechnen.

### **Erhebung der Studie**

Bei der Befragung der Designer in Bayern sollte ein möglichst umfassendes Bild entstehen. Dazu ist man bewusst über die enge Abgrenzung der Wirtschaftsministerkonferenz hinausgegangen.

Mit dem Ziel, eine Vollerhebung der Designer in Bayern zu erreichen, wurden in der Befragung sowohl Personen aus Unternehmen, die im nachstehend definierten Kernbereich Design liegen, angesprochen, als auch Personen aus Unternehmen der Gruppe, die außerhalb des Designs liegen, in der aber Designer arbeiten. Die statistische Abgrenzung dieser Wirtschaftszweige umfasst für den Kernbereich:

- Herstellung von Fantasieschmuck
- Verlegen von Computerspielen
- Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen
- Industrie-, Produkt- und Mode-Design
- Grafik- und Kommunikationsdesign
- Interior Design und Raumgestaltung

Die zweite Gruppe außerhalb des Kernbereichs Design bezieht sich vorwiegend auf das verarbeitende Gewerbe, in der Designer arbeiten und umfasst nur Unternehmen ab einer Größe von 200 Mitarbeitern. Darin finden sich die Herstellung von Textilien und Bekleidung bis hin zu Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen sowie der Herstellung von elektrischen Ausrüstungen. Dazu kommt noch die Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, sonstiger Fahrzeugbau und die Herstellung von Möbeln.

Im Folgenden werden als Designagenturen – oder kurz Agenturen – Unternehmen definiert, die sich hauptsächlich mit Design beschäftigen, als Designabteilungen werden die Abteilungen größerer Unternehmen definiert, die in einer anderen Branchen angesiedelt sind, aber eine eigene Abteilung mit Design als Schwerpunkt unterhalten.

### 3 Regionale Verteilung

#### Oberbayern und Mittelfranken als Zentren der Designwirtschaft

Die bayerische Designwirtschaft hat ihre Zentren vor allem in Oberbayern und in Mittelfranken. Fast 40% der Befragten, die in Designagenturen beschäftigt sind, arbeiten in Oberbayern. Befragte Mitarbeiter aus Designabteilungen finden sich ebenfalls vor allem in Oberbayern und Mittelfranken wieder. Dies verwundert nicht, bedenkt man, dass sich in diesen beiden Regierungsbezirken mit der Landeshauptstadt München und dem Verdichtungsraum Nürnberg zwei europaweit bedeutende wirtschaftliche Metropolen befinden. Diese bieten mit einer großen Diversifizierung an Unternehmen einen entsprechenden Markt für Designleistungen.

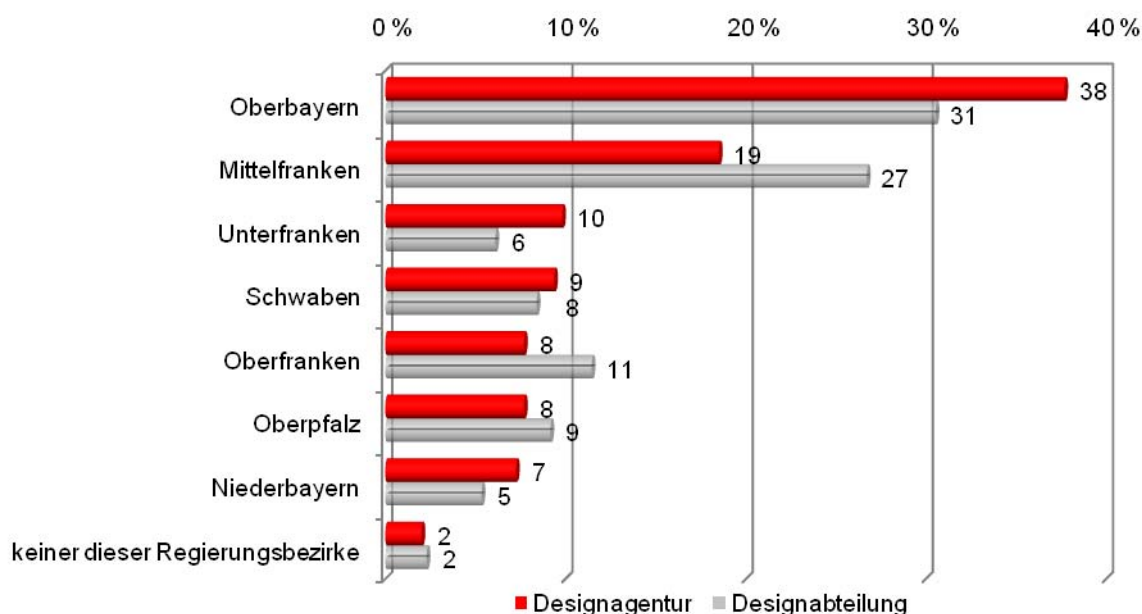


Abbildung 3: Sitz der Unternehmen, in denen Designer tätig sind

Bei der Betrachtung des Unternehmenssitzes nach Regierungsbezirken ist noch von Interesse, ob sich die Unternehmen der Designer im jeweiligen Regierungssitz befinden, der in den meisten Fällen dem wirtschaftlichen Zentrum der Region entspricht.

In Oberbayern sind etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen, nämlich 55%, in München ansässig. 56% der Designagenturen hat ihren Sitz in der Landeshauptstadt, 44% dagegen in

den anderen Regionen Oberbayerns. Von den oberbayerischen Unternehmen mit Designabteilungen befinden sich jedoch mit 52% mehr Unternehmen außerhalb Münchens.

Bei den mittelfränkischen Unternehmen dominiert die Metropolregion Nürnberg deutlich über die anderen Regionen des Regierungsbezirks. 86% der Befragten aus Agenturen und alle Unternehmen der Befragten aus Designabteilungen, die diese Frage beantwortet haben, befinden sich im mittelfränkischen Ballungszentrum.

In Unterfranken befinden sich die meisten Designer nicht in der Hauptstadt des Regierungsbezirks. 81% der Designagenturen und vier der fünf Designer aus Designabteilungen sind außerhalb Würzburgs anzutreffen. Allerdings befinden sich in Unterfranken noch weitere regional bedeutsame Städte wie Schweinfurt und Aschaffenburg.

Auch in Schwaben arbeiten die meisten Designer nicht in Augsburg, sondern in der umliegenden Region. Nur 18% der Mitarbeiter aus Agenturen und einer von acht Mitarbeitern aus Designabteilungen geben Augsburg als Sitz ihres Unternehmens an.

Oberfränkische Designer sind überwiegend außerhalb Bayreuths anzutreffen. 89% der Designagenturen und alle Unternehmen mit Designabteilungen befinden sich nicht im Regierungssitz, sondern im Rest Oberfrankens. Da neben Bayreuth noch die Städte Bamberg, Hof und Coburg wichtige Wirtschaftszentren Oberfrankens sind, verwundert dieses Ergebnis nicht.

Beinahe ein Drittel der Designer aus der Oberpfalz arbeiten in Regensburg. Darunter arbeiten jeweils 30% der Designer aus Agenturen und der Designer aus Abteilungen größerer Unternehmen in der kreisfreien Stadt Regensburg.

Zuletzt sind in Niederbayern ebenfalls die meisten Designer außerhalb der Hauptstadt des Regierungsbezirks anzutreffen. Alle Designer aus Unternehmen mit Designabteilungen geben an, ihr Unternehmenssitz sei außerhalb der Stadt Landshut, für die Designer aus Agenturen trifft dies zu 87% zu.

### **Sitz weiterer Niederlassungen / Ort des Hauptsitzes**

80% der Designer in Agenturen geben an, dass ihre Unternehmen über keine weiteren Niederlassungen verfügen. In Oberbayern befinden sich die meisten Niederlassungen von Designagenturen. Am zweithäufigsten wird Deutschland außerhalb Bayerns als der Sitz von Niederlassungen oder des Hauptsitzes angeführt. Doch auch im nicht deutschsprachigen Ausland haben einige der Designagenturen eine Niederlassung oder den Hauptsitz, immer-

hin geben dies 17% der befragten Designer an. Von den bayerischen Regierungsbezirken kommt Mittelfranken mit 13% an vierter Stelle als Sitz weiterer Niederlassungen, danach Oberfranken mit 9% und Unterfranken mit 8%. Schwaben, Niederbayern und die Oberpfalz sind unter den bayerischen Regierungsbezirken die Schlusslichter, nur 4% bis 7% der Designer geben an, dort den Sitz von Niederlassungen zu haben. Auch im deutschsprachigen Ausland haben 6% der Unternehmen entweder ihren Hauptsitz oder werden dort durch weitere Niederlassungen vertreten.

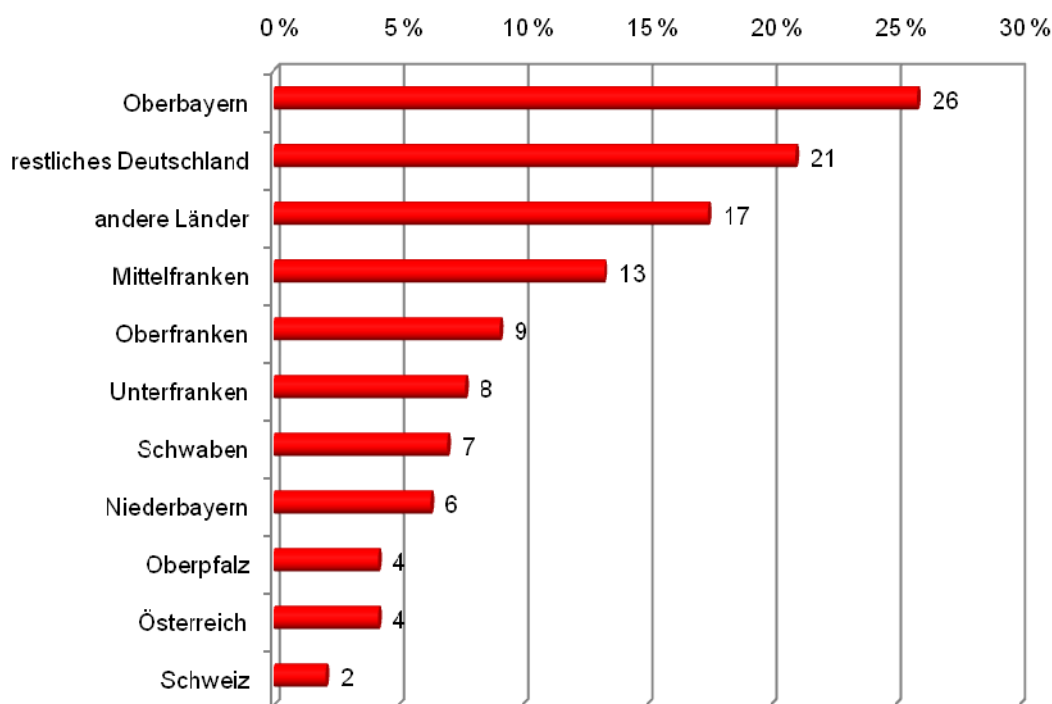


Abbildung 4: Sitz weiterer Niederlassungen / Ort des Hauptsitzes – Agenturen (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich)

Von den Designern aus meist größeren Unternehmen, die eine eigene Designabteilung unterhalten, geben nur 38% an, dass ihre Unternehmen keine weitere Niederlassung besitzen. 45% der Unternehmen mit Niederlassungen haben weitere Firmensitze oder ihren Hauptsitz in einem anderen deutschen Regierungsbezirk außerhalb Bayerns und 36% im nicht deutschsprachigen Ausland. An dritter und vierter Stelle für den Sitz weiterer Niederlassungen von Unternehmen mit Designabteilungen stehen die bayerischen Regierungsbezirke Mittel- und Oberfranken, an fünfter und sechster Stelle kommen Österreich und die Schweiz. Im Vergleich zu den Designagenturen ist Oberbayern als Sitz von Niederlassungen in der Rangfolge nach unten gerutscht, 11% der Mitarbeiter von Designabteilungen geben dies an. Zuletzt kommen noch die übrigen Regierungsbezirke Bayerns, die jeweils 6% bis 8% der Nennungen für weitere Niederlassungen ausmachen.

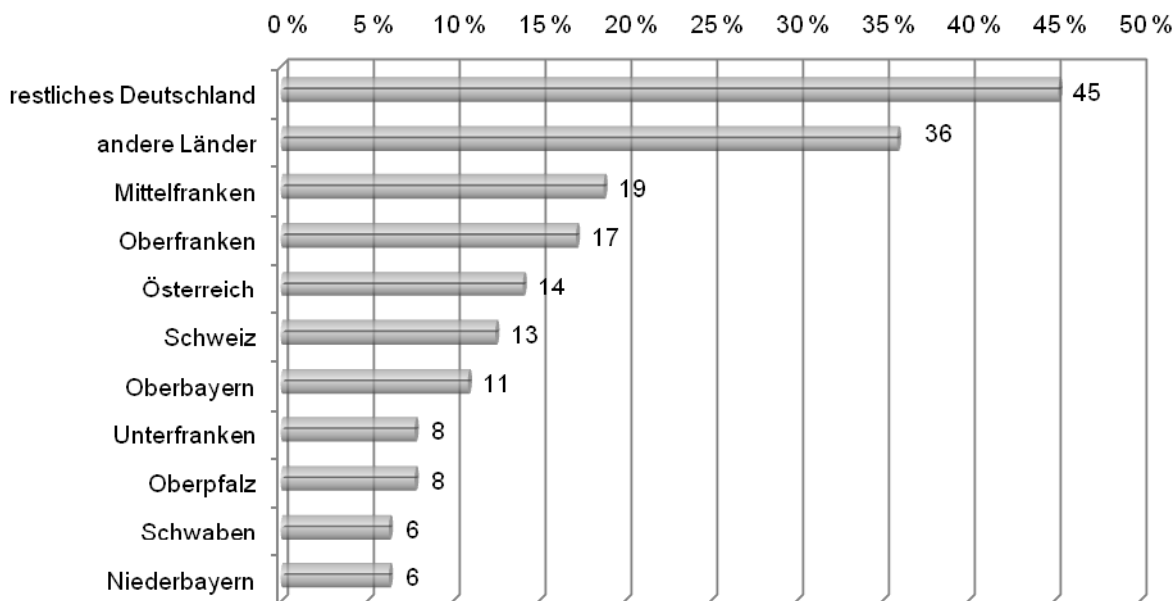


Abbildung 5: Sitz weiterer Niederlassungen / Ort des Hauptsitzes – Abteilungen (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich)

An der Verteilung der Nennungen für den Sitz weiterer Niederlassungen oder des Hauptsitzes der Unternehmen lässt sich erkennen, dass mehrere international tätige Unternehmen an der Befragung teilgenommen haben. Weitere Niederlassungen oder der Hauptsitz der Unternehmen, die sich im nicht deutschsprachigen Ausland befinden, sind zu 9% in den USA, zu 7% in Frankreich und jeweils zu 6% in China, Kanada und Russland. Den vierten Rang der nicht deutschsprachigen Länder, in denen sich Niederlassungen befinden, teilen sich Italien und Japan mit jeweils 4%. Andere europäische Länder, unter anderem Tschechien, Großbritannien und Spanien, sowie die Angabe, man sei weltweit tätig, treten zu jeweils 3% der Nennungen auf. Weitere Nennungen, die ein bis zwei Prozent der Gesamthäufigkeit ausmachen, sind vor allem europäische Länder, doch auch asiatische, afrikanische und südamerikanische Länder werden als Orte von Niederlassungen oder des Hauptsitzes genannt.

<b>Weitere Niederlassungen / der Hauptsitz befinden sich in anderen Ländern, nämlich in...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
USA	8	9%
Frankreich	6	7%
China	5	6%
Kanada	5	6%
Russland	5	6%
Italien	4	4%
Japan	4	4%
Tschechien	3	3%
Großbritannien	3	3%
Spanien	3	3%
Niederlande	3	3%
Polen	3	3%
weltweit	3	3%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Abbildung 6: Sitz weiterer Niederlassungen / Hauptsitz im Ausland (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Innerhalb des Regierungsbezirks Mittelfranken befinden sich die meisten Niederlassungen von Unternehmen in der Metropolregion Nürnberg. 14 Designer aus Agenturen nennen diese Region als Sitz von Niederlassungen des eigenen Unternehmens, während 3 Agenturmitarbeiter Niederlassungen außerhalb der Metropolregion angeben. 10 der Abteilungsmitarbeiter geben an, ihr Unternehmen besäße Niederlassungen im Ballungsraum Nürnberg, darunter sind zwei, deren Firmen zusätzlich Niederlassungen in den weiteren Regionen Mittelfrankens haben.

In Oberfranken befinden sich Niederlassungen der Agenturen von 9 Designern, die dort arbeiten, außerhalb Bayreuths und die Niederlassung eines weiteren Designers in Bayreuth. Von den Mitarbeitern von Unternehmen mit Designabteilungen nennen 8 eine Niederlassung außerhalb des Regierungssitzes von Oberfranken, darunter sind 2, die außerdem noch eine Niederlassung in Bayreuth haben.

Bei den oberbayerischen Designagenturen ist das Verhältnis zwischen der Stadt München und der umliegenden Region relativ ausgeglichen, 17 Designer geben eine Niederlassung in der Stadt und 16 eine außerhalb der Stadt an. Bei den Unternehmen mit Designabteilungen überwiegen Niederlassungen im restlichen Regierungsbezirk: 4 Designer sagen aus, dass ihr Unternehmen eine Niederlassung außerhalb Münchens unterhält, ein weiterer sagt aus, sein Unternehmen habe sowohl innerhalb als auch außerhalb Münchens eine Niederlassung und zuletzt nennt ein Designer eine Niederlassung nur in München.

Auch in Unterfranken konzentrieren sich die Unternehmen auf die Regionen außerhalb des Regierungssitzes. 2 der Designer aus Agenturen geben an, Niederlassungen ihres Unternehmens befänden sich in Würzburg, 7 dagegen geben an, es befänden sich Niederlassungen außerhalb Würzburgs. 3 Designer aus Abteilungen nennen Niederlassungen in Unterfranken, 3 Niederlassungen sind nicht im Regierungssitz und eine befindet sich in Würzburg.

3 der Designer aus Agenturen geben Regensburg als Sitz ihrer oberpfälzischen Niederlassungen an, weitere 2 geben an, diese seien außerhalb von Regensburg. Weitere Niederlassungen der Unternehmen von Abteilungsmitarbeitern werden von zwei Designern genannt, von denen einer eine Niederlassung außerhalb Regensburgs und ein weiterer je eine Niederlassung innerhalb und außerhalb Regensburgs nennt.

In Schwaben befinden sich laut 9 Agenturmitarbeitern weitere Niederlassungen ihrer Unternehmen, darunter lassen sich die Niederlassungen von 3 Designern in der schwäbischen Hauptstadt finden. Zwei Mitarbeiter größerer Unternehmen mit Designabteilungen nennen Schwaben als Sitz von Niederlassungen, zwei der Niederlassungen befinden sich in Augsburg, eine weitere außerhalb der Stadt.

Die Mehrzahl der niederbayerischen Niederlassungen von Agenturen ist im Umland der Stadt Landshut zu finden, 6 von 7 Designern sagen dies aus. Von den 3 Designern aus Designabteilungen gibt jeweils einer an, Niederlassungen befänden sich in und außerhalb des Regierungssitzes, ein weiterer nennt Niederlassungen sowohl in als auch außerhalb der Stadt Landshut.

## **Unternehmensgröße**

Designagenturen sind in der Regel kleinere Unternehmen. 61% aller Agenturen, in denen Designer arbeiten, sind Einzelpersonenunternehmen. Nur zwei Angestellte von Designagenturen geben an, sie arbeiten in Großunternehmen mit einer Mitarbeiterzahl von mindestens 250 Personen. Eines davon hat seinen Sitz in Oberbayern, das andere in Mittelfranken. Generell dominieren prozentual kleinere Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern in Niederbayern und in der Oberpfalz, während in Oberbayern deutlich häufiger Unternehmensgrößen mit mindestens zehn Mitarbeitern auftreten.

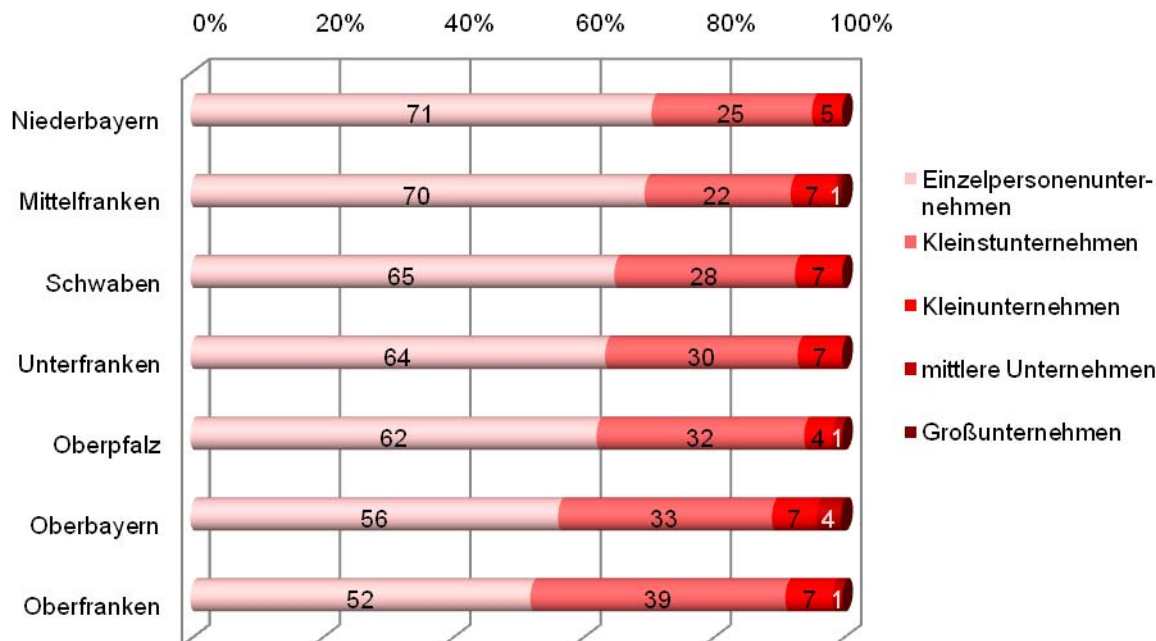


Abbildung 7: Unternehmensgrößen von Designagenturen nach Regierungsbezirken

## Umsatz

Die höchsten Umsätze werden – was nicht weiter überrascht – in Oberbayern erwirtschaftet. Immerhin von 13% der Designagenturen in Oberbayern werden Umsätze von mindestens 500.000 Euro im Jahr erwirtschaftet. Hiervon sind wiederum 9% Unternehmen, welche einen Jahresumsatz von über einer Million Euro erzielen. Niederbayern dagegen ist der einzige Regierungsbezirk, in dem keine der Agenturen der Befragten einen Jahresumsatz von über einer Million erreicht. Jedoch gibt es auch eine hohe Zahl an Agenturen, welche unter der Umsatzsteuergrenze liegen. Diese konzentrieren sich vor allem auf Schwaben und Unterfranken mit jeweils über 37% der dort ansässigen Agenturen.

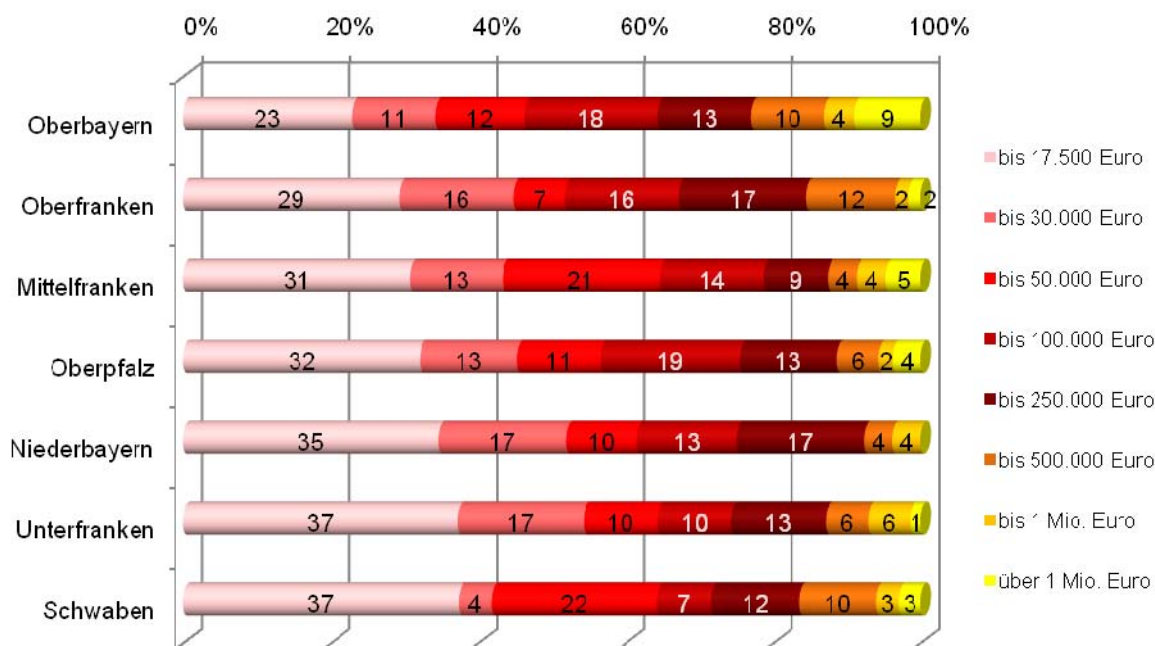


Abbildung 8: Umsatz der Designagenturen nach Regierungsbezirken

### Kundenstruktur der Agenturen

Die verschiedenen bayerischen Regionen unterscheiden sich in wirtschaftsstruktureller Hinsicht erheblich. Dies wirkt sich auch auf die unterschiedliche Nachfrage nach Designleistungen in den jeweiligen Regierungsbezirken aus.

Insgesamt stammen die Kunden von Designagenturen überwiegend aus der Dienstleistungsbranche, besonders in der Oberpfalz und in Niederbayern wird dies oft genannt. In der Kundenstruktur ebenfalls stark vertreten ist die Industrie, welche in Oberfranken vor allen anderen Branchen rangiert. Nur etwa die Hälfte aller bayerischen Designer gibt an, dass ihre Kunden aus dem Handel stammen, doch in Niederbayern ist auch dieser mit 65% eine wichtige Branche.

Die übrigen Branchen sowie private Haushalte werden noch von jeweils weniger als einem Viertel der Designer als Kunden genannt. Auffallend ist, dass die Kunst- und Kulturbranche in Unterfranken häufig genannt wurde, zudem stellt der öffentliche Dienst in Oberfranken und Niederbayern einen wichtigen Kundenstamm dar.

Branche	Regierungsbezirk							Gesamt	
	Ober-pfalz	Nieder-bayern	Unter-franken	Schwa-ben	Ober-franken	Mittel-franken	Ober-bayern	Anzahl	In %
Dienstleistung	<u>75%</u>	<u>73%</u>	67%	63%	59%	57%	55%	<b>470</b>	<b>60%</b>
Industrie	51%	45%	50%	47%	<u>65%</u>	54%	54%	<b>418</b>	<b>54%</b>
Handel	59%	<u>65%</u>	53%	43%	59%	48%	45%	<b>385</b>	<b>49%</b>
Kunst und Kultur	29%	16%	<u>35%</u>	27%	17%	20%	26%	<b>194</b>	<b>25%</b>
Private Haushalte	31%	27%	27%	24%	17%	25%	20%	<b>179</b>	<b>23%</b>
Öffentlicher Dienst	31%	<u>35%</u>	26%	21%	<u>35%</u>	19%	15%	<b>170</b>	<b>22%</b>
Sonstige	14%	18%	26%	25%	16%	21%	24%	<b>167</b>	<b>21%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>59</b>	<b>51</b>	<b>78</b>	<b>75</b>	<b>63</b>	<b>153</b>	<b>283</b>	<b>780</b>	<b>254%</b>

Abbildung 9: Kundenstruktur der Designagenturen nach Regierungsbezirken (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich) 1

### Branchenzugehörigkeit der Designabteilungen

Unternehmen, welche Designabteilungen unterhalten, kommen wie die Kunden der Agenturen zum Großteil aus der Industrie und der Dienstleistungsbranche, diese werden in allen Regierungsbezirken genannt. Wenige Angestellte von Designabteilungen geben dagegen an, für den öffentlichen Dienst tätig zu sein. Nur in Oberbayern, Ober- und Mittelfranken gibt es unter den Befragten Designer im öffentlichen Dienst.

Branche	Regierungsbezirk							Gesamt	
	Ober-bayern	Mittel-franken	Ober-franken	Ober-pfalz	Schwa-ben	Unter-franken	Nieder-bayern	Anzahl	In %
Industrie	16	14	9	7	5	2	4	<b>59</b>	<b>45%</b>
Dienstleistung	18	15	2	4	6	4	3	<b>52</b>	<b>40%</b>
Handel	4	4	3	1	0	2	0	<b>15</b>	<b>12%</b>
Öffentlicher Dienst	2	1	1	0	0	0	0	<b>4</b>	<b>3%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>40</b>	<b>34</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Abbildung 10: Branchenzugehörigkeit der Firmen mit Designabteilungen nach Regierungsbezirken 2

<sup>1</sup> Abweichungen von der Gesamtzahl beruhen auf dem Weglassen der Kategorie „in keinem Regierungsbezirk“ als Unternehmenssitz

<sup>2</sup> Abweichungen von der Gesamtzahl beruhen auf dem Weglassen der Kategorie „in keinem Regierungsbezirk“ als Unternehmenssitz

## 4 Exkurs Landeshauptstadt versus Region

Beinahe 15% aller befragten bayerischen Designer sind in Agenturen oder Abteilungen beschäftigt, die ihren Sitz in der Stadt München haben. Die Mehrzahl der oberbayerischen Designagenturen hat ihren Sitz in der Landeshauptstadt. Mitarbeiter von Designabteilungen sind dagegen etwas weniger in München selbst als im Rest des Regierungsbezirks Oberbayern anzutreffen.

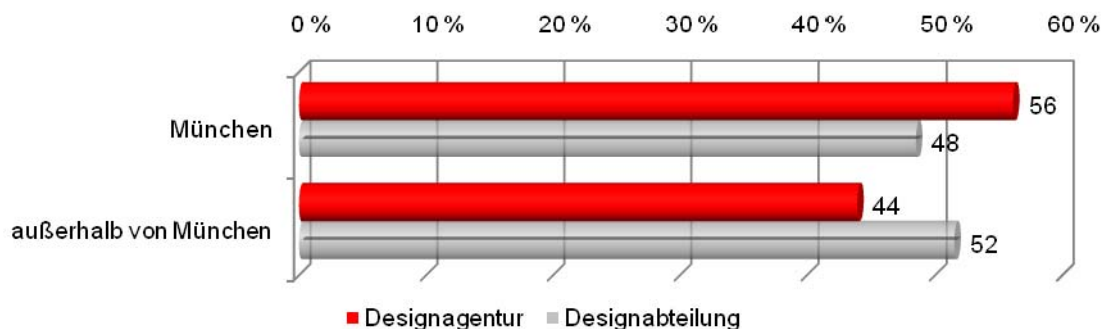


Abbildung 11: Sitz der oberbayerischen Unternehmen, in denen Designer tätig sind

In der Größe der Designagenturen zeichnen sich deutliche Unterschiede zwischen München und seiner Umgebung ab. Außerhalb der Landeshauptstadt sind mehr als zwei Drittel der Agenturen Einzelpersonnenunternehmen, Unternehmen mit mindestens 50 Mitarbeitern treten überhaupt nicht auf. In München selbst haben dagegen mehr als die Hälfte der Agenturen der Befragten mindestens die Größe eines Kleinunternehmens und sogar 8% der Designagenturen haben 50 Mitarbeiter und mehr.

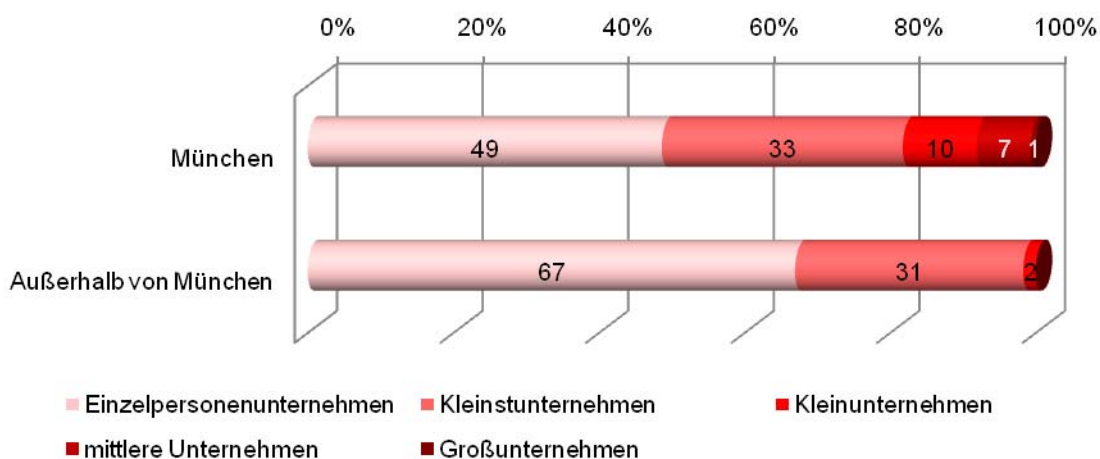


Abbildung 12: Unternehmensgrößen in und außerhalb Münchens

In den Umsätzen der Designagenturen zeichnet sich eine ähnliche Verteilung ab. Deutlich mehr als die Hälfte der Münchner Agenturen verzeichnet einen Jahresumsatz von mehr als 100.000 Euro, 16% haben sogar einen Jahresumsatz von über einer Million Euro. Erfreulicherweise ist weniger als ein Fünftel der Unternehmen unter der Umsatzsteuergrenze.

Oberbayerische Unternehmen außerhalb Münchens erzielen mit 1% der Designagenturen deutlich seltener einen Umsatz von mehr als einer Million pro Jahr als innerhalb der Stadt. 28% haben einen Umsatz von mindestens 100.000 Euro, die Zahl der Unternehmen unter der Umsatzsteuergrenze von 17.500 Euro liegt im bayerischen Durchschnitt.

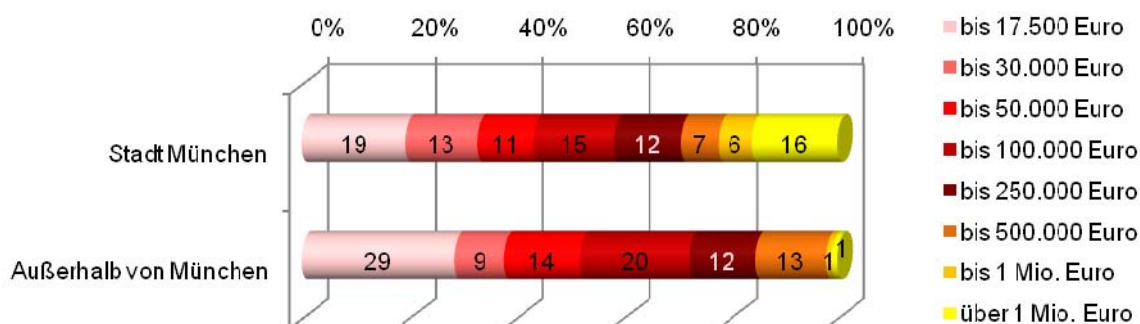


Abbildung 13: Umsatz der Designagenturen in und außerhalb Münchens

Die oberbayerischen Designagenturen beziehen ihren Kundenstamm fast gleich stark aus der Dienstleistungs- und aus der Industriebranche. Bei näherer Betrachtung fällt jedoch auf, dass innerhalb Münchens die Mehrzahl der Designer, das sind 60%, Firmen aus der Industrie zu ihren Kunden zählt, an zweiter Stelle kommt die Dienstleistungsbranche. Außerhalb Münchens dagegen stammen die meisten Kunden aus der Dienstleistungsbranche, danach folgen der Handel und die Industrie.

Von Mitarbeitern in Designabteilungen, die in München arbeiten, sind die meisten für Dienstleister tätig. Im restlichen Oberbayern sind mehr Personen in der Industrie beschäftigt, aber ein ebenfalls großer Teil der oberbayerischen Designer arbeitet in der Dienstleistungsbranche. Somit ändert sich das Bild der dominierenden Branchen auch hier nicht wesentlich.

## 5 Art der Unternehmen, die Designer beschäftigen

### 5.1 Beschäftigung in einer Agentur oder in einer Abteilung

Die Mehrheit der Designer lässt sich in Agenturen finden, welche sich überwiegend mit Design beschäftigen, oder ist als Designer selbständig. So arbeiten 87% der befragten Desig-

ner in Agenturen, während 13% in Designabteilungen von Unternehmen, die in anderen Branchen angesiedelt sind, beschäftigt sind.

Designer, welche in Designabteilungen tätig sind, finden sich mit jeweils über 40% vor allem in der Industrie- und in der Dienstleistungsbranche. Im Handel und im öffentlichen Dienst ist ein deutlich geringerer Anteil der Mitarbeiter von Designabteilungen vertreten, in ersterem sind es 13%, in letzterem nur 3%.

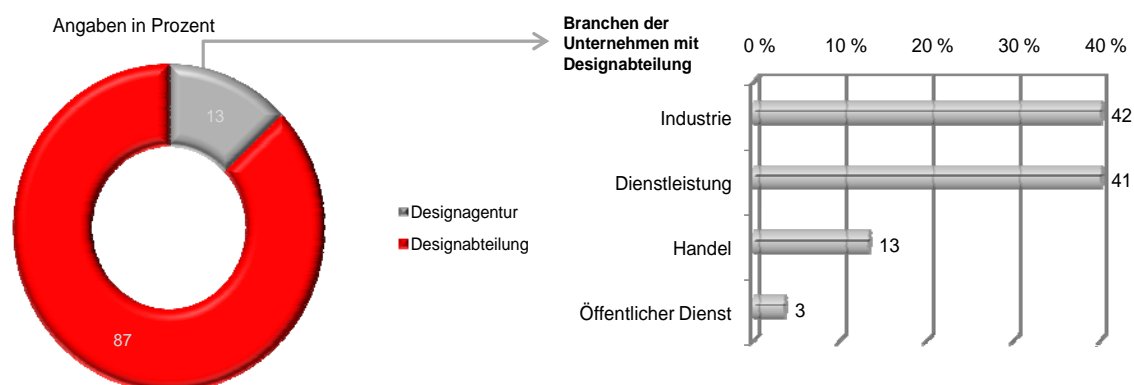


Abbildung 14: Beschäftigung in einer Designagentur oder in einer Designabteilung, Branchen der Unternehmen mit Designabteilung

Innerhalb der Branchen war es den Befragten möglich, genauere Angaben zu den jeweiligen Teilbranchen zu machen. In der Industriebranche arbeiten am häufigsten Designer bei Maschinenbauunternehmen, an zweiter Stelle werden die Teilbranchen Einrichtungsbau, die Automobilbranche und Textilhersteller mit jeweils 9% genannt. 7% der Nennungen entfallen jeweils auf Kunststoffhersteller, Hersteller von Elektroartikeln und Druckereibetriebe.

In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt?		
Industrie...		
Nennung	Anzahl	Anteil
Maschinenbau	6	11%
Einrichtungsbau	5	9%
Automobil	5	9%
Textil	5	9%
Kunststoff	4	7%
Elektro	4	7%
Druck	4	7%
<b>Nennungen gesamt</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

Abbildung 15: Erste sieben Nennungen der Frage "In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt? Industrie, und zwar..."

Innerhalb der Dienstleistungsbranche arbeitet fast ein Viertel für IT-Unternehmen, bei 22% sind Unternehmen der Medienbranche der Arbeitgeber. Auf dem dritten Platz der Nennungen mit immerhin noch 11% liegt die Werbebranche. Jeweils 2 Designer, die in einer De-

signabteilung arbeiten, lassen sich im Engineering, in Agenturen oder beratenden Unternehmen und bei Veranstaltungsdienstleistern finden.

<b>In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt?</b>		
<b>Dienstleistung...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>IT</i>	9	24%
<i>Medien</i>	8	22%
<i>Werbung</i>	4	11%
<i>Engineering</i>	2	5%
<i>Agentur / Beratung</i>	2	5%
<i>Veranstaltungen</i>	2	5%
<b>Nennungen gesamt</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

Abbildung 16: Erste sechs Nennungen der Frage "In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt? Dienstleistung, und zwar..."

An erster Stelle der Arbeitgeber aus dem Handel stehen mit jeweils 3 Nennungen der Textilhandel und der Versandhandel. Je 2 der Designer, die im Handel tätig sind, arbeiten für Möbelhändler und Vertriebe von Baumaterialien. Andere Arbeitgeber werden nur von einzelnen Designern angegeben. Dazu gehören unter anderem Apotheken, Händler für Holz oder auch der Verkauf von Werbung.

<b>In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt?</b>		
<b>Handel...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>Textil</i>	3	18%
<i>Versand</i>	3	18%
<i>Möbel</i>	2	12%
<i>Bau</i>	2	12%
<i>Apotheke</i>	1	6%
<i>E-Commerce</i>	1	6%
<i>Großhandel</i>	1	6%
<i>Holz</i>	1	6%
<i>Kaffee</i>	1	6%
<i>Schmuck</i>	1	6%
<i>Werbung</i>	1	6%
<b>Nennungen gesamt</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Abbildung 17: Offene Nennungen der Frage "In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt? Handel, und zwar..."

Von den Designern, die im öffentlichen Dienst beschäftigt sind, arbeiten 2 für die Handwerkskammer, einer im Gesundheitswesen und zuletzt arbeitet ein Designer für ein Landratsamt in Bayern.

In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt? Öffentlicher Dienst...		
Nennung	Anzahl	Anteil
Handwerkskammer	2	50%
Gesundheitswesen/Krankenversicherung	1	25%
Landratsamt	1	25%
<b>Nennungen gesamt</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Abbildung 18: Offene Nennungen der Frage "In welcher Branche ist das Unternehmen angesiedelt? Öffentlicher Dienst, und zwar..."

## 5.2 Selbständige und abhängige Beschäftigung

Unter den Designern in Agenturen dominieren die selbständigen Designer mit einem Anteil von 76% eindeutig gegenüber anderen Formen der Erwerbstätigkeit. 11% der Mitarbeiter von Designagenturen befinden sich sowohl in einem Angestelltenverhältnis als auch in einer Selbständigkeit, 7% üben Design nur nebenberuflich aus und nur 5% der Designer in Agenturen sind reine Angestellte. Je 1% der Befragten geben an zu pausieren oder arbeitslos zu sein.

In Designabteilungen hingegen sind mehr als die Hälfte angestellt, 38% sind sowohl angestellt als auch selbstständig und 8% der Mitarbeiter in Designabteilungen pausierten zum Zeitpunkt der Befragung. Die Antwortmöglichkeiten „selbständig / freiberuflich“, „arbeitslos gemeldet“ und „nebenberufliche Tätigkeit im Bereich Design“ wurden für diese Personengruppe nicht erhoben.

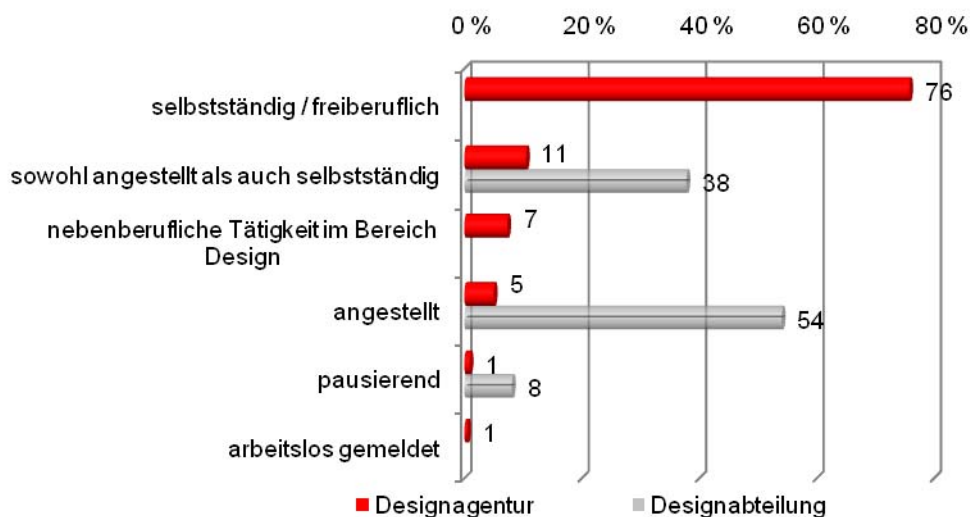


Abbildung 19: Formen der Erwerbstätigkeit

Betrachtet man die hohe Zahl der Selbständigen, so verwundert es nicht, dass mehr als die Hälfte der Designer in Agenturen die Position des Geschäftsführers bzw. Unternehmensin-

habers inne haben und beinahe ein Drittel Mitarbeiter mit Führungsverantwortung sind. Lediglich 13% sind Mitarbeiter ohne Führungsverantwortung.

In den Designabteilungen gestaltet sich das Bild ein wenig anders. Hier beträgt die Hierarchieebene der Mitarbeiter für die Position des Abteilungsleiters 38% und für die eines Mitarbeiters mit Führungsverantwortung 42%, nur 20% sind Mitarbeiter ohne Führungsverantwortung. Dennoch ist auch hier die Position der Designer in der Hierarchie relativ weit oben angesiedelt.

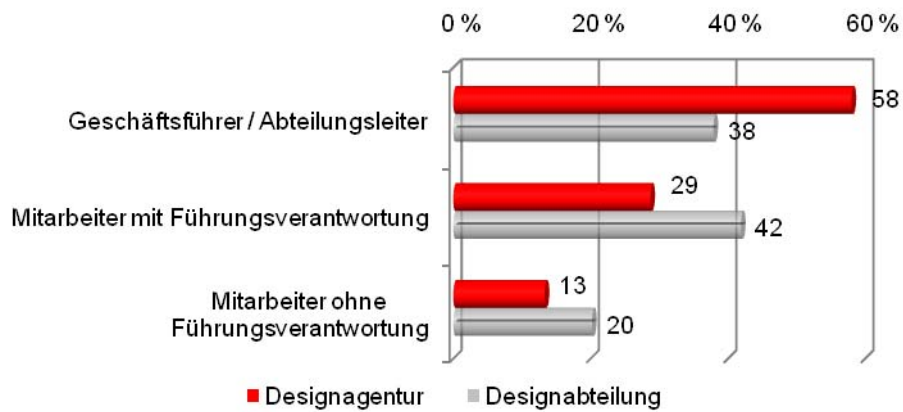


Abbildung 20: Berufliche Position im Unternehmen

## 6 Soziale Absicherung

Eine hohe Zahl an Designern in Agenturen ist sowohl, was die Krankenkasse, als auch, was die Rente betrifft, privat abgesichert. Dies lässt sich auf die hohe Zahl an Selbständigen oder Freiberuflern zurückführen. Hinsichtlich der Krankenversicherung sind 40% gesetzlich versichert, bei der Rentenversicherung trifft dies nur auf 24% der Befragten zu. Insgesamt 4 der Befragten sind nicht krankenversichert. 16% der Designer nutzen die Möglichkeit, sich über die Künstlersozialkasse krankenversichern zu lassen, 20% der Designer sind über die Künstlersozialkasse auch rentenversichert. Jedoch sind 14% der Designer überhaupt nicht rentenversichert.

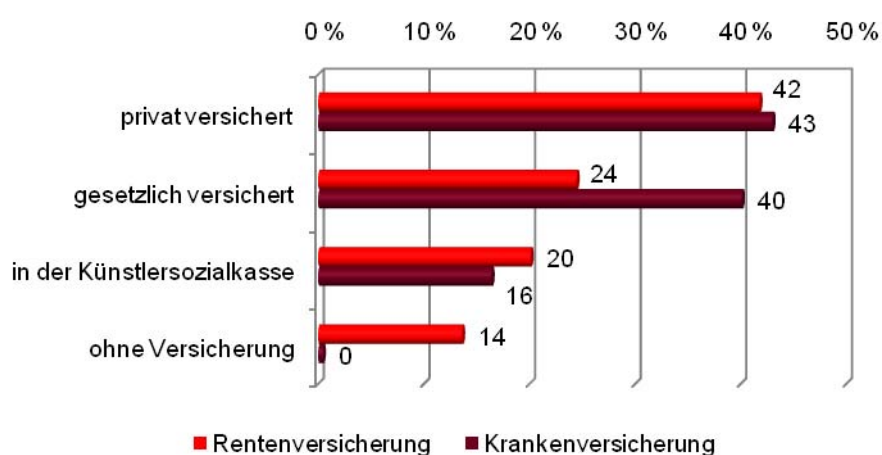


Abbildung 21: Art der Versicherung bezüglich der Rente und der Krankenkasse (nur Designagenturen)

Die Zuständigkeit der Künstlersozialkasse für Designer und die Abgaben, die bei gestalterischen Tätigkeiten – auch wenn keine Mitgliedschaft vorliegt – geleistet werden müssen, werden von den Designern zwiespältig betrachtet. Ein oft genannter Kritikpunkt ist die Beteiligung der Kunden an den Abgaben an die Künstlersozialkasse:

*„Die Künstlersozialabgabe ist grundsätzlich in Ordnung, sollte in Details aber überdacht werden. So ist es für Designer, die andere Designer, Fotografen oder Texter beauftragen, oft schwer, da Mehrfachabgaben anfallen, diese sind dem Kunden schwer zu vermitteln und müssen dann verdeckt in der Abrechnung einfließen, was immer wieder zu Diskussionen oder Auftragsverlust führt.“*

Des Weiteren stellen die schwierigen Zugangsvoraussetzungen zur Künstlersozialkasse ein Problem dar, wie beispielsweise folgende Aussage verdeutlicht:

„Ich bin paradoxerweise von der Künstlersozialkasse trotz langjähriger Berufstätigkeit und Arbeitsnachweisen nicht anerkannt worden, Grund war die Umwandlung in eine GmbH, in der ich Geschäftsführer bin.“

Dennoch wird die Künstlersozialkasse mehrfach auch als sinnvolle und hilfreiche Einrichtung gewürdigt, besonders, wenn es um die Unterstützung bei der Unternehmensgründung geht.

„Ich halte die Künstlersozialkasse für eine hervorragende und unbedingt zu erhaltende Einrichtung. Die Künstlersozialkasse sorgt, gerade für selbständige Berufseinsteiger, für eine Art von Gerechtigkeit, die für einen erfolgreichen Start unbedingt notwendig ist.“

Weitere Antworttendenzen in dieser offenen Frage sind zu hohe Beiträge für Renten- und Krankenversicherungen, Bürokratismus sowie fehlende Transparenz im Versicherungssystem.

## 7 Unternehmensstruktur

### 7.1 Unternehmensalter

Die Designbranche ist durch eine hohe Dynamik gekennzeichnet, die sich vor allem darin zeigt, dass die meisten Designer in relativ jungen Unternehmen arbeiten. Mehr als die Hälfte der Befragten arbeitet in Agenturen, die im Laufe des letzten Jahrzehnts gegründet wurden, darunter sieben Prozent, deren Unternehmen sogar erst im vergangenen Jahr gegründet wurden.

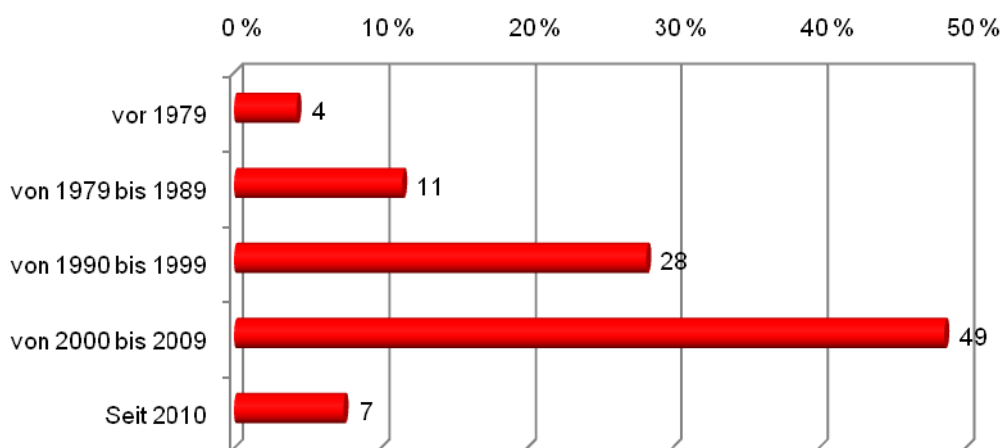


Abbildung 22: Gliederung der Designagenturen nach Gründungsjahr

Unterstrichen wird diese Feststellung dadurch, dass die Zahl der Designer, die sich innerhalb der letzten 5 Jahre selbständig gemacht oder eine freiberufliche Tätigkeit aufgenommen hat,

die Zahl der Designer übersteigt, die in den vorangegangenen Jahren eine Selbständigkeit begonnen haben.

Unter den angestellten Designern ist die Mehrheit der Designer in Agenturen erst seit kurzem angestellt. In Designabteilungen von Firmen, die in anderen Branchen angesiedelt sind, überwiegt dagegen die Zahl derjenigen, die seit längerem angestellt sind.

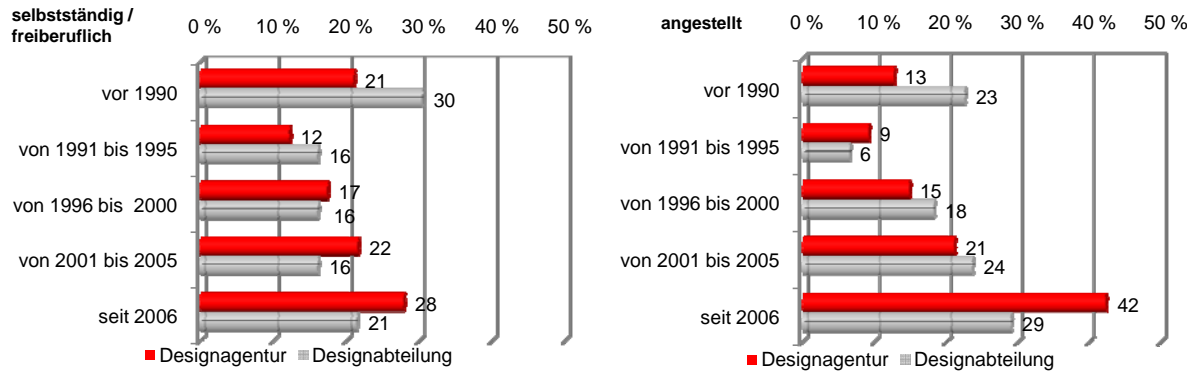


Abbildung 23: Beginn des Beschäftigungsverhältnisses

## 7.2 Unternehmensgröße

Ein weiteres Charakteristikum der Designagenturen ist das Vorherrschen vor allem von Einzelpersonenunternehmen, aber auch von Kleinunternehmen. Erstere machen 61%, letztere immerhin noch 30% aller befragten Designagenturen aus. Auch bei den „alteingesessenen“ Firmen, welche vor dem Jahr 1990 gegründet wurden, ändert sich dieses Bild nicht wesentlich. Allerdings treten hier die einzigen Großunternehmen auf.

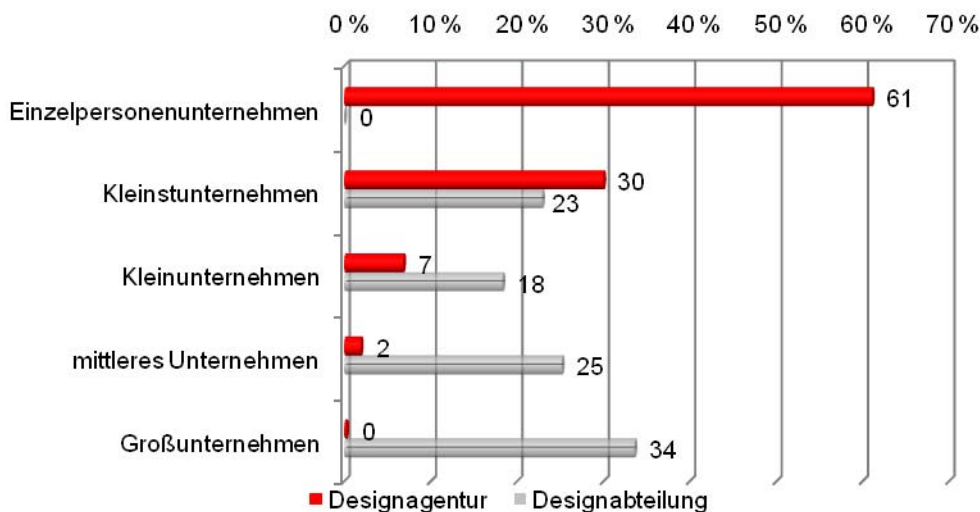


Abbildung 24: Unternehmensgrößen der Designagenturen und der Firmen mit Designabteilungen

### 7.3 Mitarbeiterzahl

Entsprechend gestaltet sich auch das Bild bei der Mitarbeiterzahl von Designagenturen. Oberbayern liegt mit durchschnittlich 23 Mitarbeitern pro Designagentur an der Spitze. Danach folgen die Oberpfalz und Mittelfranken mit 11 Mitarbeitern pro Agentur. In schwäbischen Agenturen werden ca. 8 Mitarbeiter und in Niederbayern nur 7 Mitarbeiter je Designagentur beschäftigt. Die wenigsten Mitarbeiter pro Agentur haben Unternehmen in Unter- und in Oberfranken mit durchschnittlich 6 respektive 5 Mitarbeitern.

Auch bei den Angestellten sind mit durchschnittlich 18 Personen je Designagentur in Oberbayern mehr als doppelt so viele Mitarbeiter vorhanden als in anderen Regierungsbezirken. Wiederum ist die Oberpfalz an zweiter Stelle mit im Durchschnitt 7 Angestellten, die anderen Regierungsbezirke weisen durchschnittlich 3 bis 6 Angestellte pro Agentur auf.

Freie Mitarbeiter werden insgesamt deutlich seltener eingesetzt als Angestellte. Den höchsten Wert hat auch hier wieder Oberbayern mit ca. 3 freien Mitarbeitern pro Agentur, in den anderen Regierungsbezirken werden jeweils nur ein oder zwei freie Mitarbeiter beschäftigt. Noch geringer sind die durchschnittlichen Beschäftigtenzahlen bei Auszubildenden, Praktikanten und geringfügig Beschäftigten. Nur in der Oberpfalz sind mehr als ein Auszubildender je Designagentur anzutreffen, in allen anderen Regierungsbezirken sind es zwischen keinem und einem Auszubildenden. Praktikanten werden etwas häufiger in bayerischen Designagenturen eingesetzt, durchschnittlich ist je ein Praktikant je Agentur angestellt, nur in Oberfranken arbeitet weniger als ein Praktikant je Agentur. Zuletzt kommen geringfügig Beschäftigte auch nur sehr spärlich in Designagenturen zum Einsatz. In den meisten Regierungsbezirken wird durchschnittlich ein geringfügig Beschäftigter als Mitarbeiter in ihrem Unternehmen haben, nur in Mittelfranken sind es immerhin durchschnittlich 2 geringfügig Beschäftigte je Agentur.

Beschäftigungsform	Regierungsbezirk							Durchschnitt
	Oberbayern	Oberpfalz	Mittelfranken	Schwaben	Niederbayern	Unterfranken	Oberfranken	
Angestellte	18	7	6	5	4	3	3	11
freie Mitarbeiter	3	1	2	1	1	1	1	2
Auszubildende	0	2	1	0	1	0	0	0
Praktikanten	1	1	1	1	1	1	0	1
geringfügig Beschäftigte	1	0	2	1	1	1	1	1
<b>Mitarbeiter Gesamt</b>	<b>23</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>15</b>

Abbildung 25: Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter von Designagenturen nach Beschäftigungsform und nach Regierungsbezirken

Firmen, die eigene Designabteilungen unterhalten, sind überwiegend größere Unternehmen mit mindestens 50 Mitarbeitern. Hier tendiert man generell zu kleineren Abteilungen. Rund 23% der Designer arbeiten alleine und mehr als die Hälfte ist in sehr kleinen Abteilungen mit zwei bis zu neun Mitarbeitern beschäftigt. Nur 18% der Designer berichten von größeren Abteilungen mit mehr als 10 Mitarbeitern, darunter sind nur 4%, die mindestens 50 Mitarbeiter in Designabteilungen haben. In der regionalen Verteilung zeigt sich, dass nur in Oberbayern und Mittelfranken große Designabteilungen mit wenigstens 50 Mitarbeitern sind, in den anderen Regierungsbezirken treten diese nicht auf. In Niederbayern sind außerdem keine Mitarbeiter von Designabteilungen vertreten, die mehr als 9 Personen beschäftigen.

Abteilungsgröße	Regierungsbezirk							Gesamt	
	Oberbayern	Mittelfranken	Oberfranken	Oberpfalz	Schwaben	Unterfranken	Niederbayern	Anzahl	In %
1 Mitarbeiter	12	6	5	1	1	2	2	29	23%
2 - 9 Mitarbeiter	19	20	7	8	9	4	5	73	59%
10 - 49 Mitarbeiter	6	3	3	2	1	2	0	17	14%
50 - 249 Mitarbeiter	1	3	0	0	0	0	0	5	4%
<b>Gesamt</b>	<b>38</b>	<b>32</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

Abbildung 26: Gliederung der Designabteilungen nach Abteilungsgröße

In der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl in Abteilungen führen die mittel- und oberfränkischen Unternehmen mit rund 13 Mitarbeitern pro Designabteilung. In Oberbayern und Schwaben arbeiten in den Abteilungen durchschnittlich 10 Personen, in Unterfranken sind

dies 9 Personen. In oberpfälzischen und niederbayrischen Designabteilungen befinden sich im Durchschnitt 7, respektive 5 Mitarbeiter.

Zum größten Teil setzt sich die Mitarbeiterzahl aus Angestellten zusammen, welche im Gesamtdurchschnitt aller Antworten 8 Angestellte je Abteilung ausmacht. In Oberfranken wurden mit 11 die meisten Angestellten pro Designabteilung angegeben, gefolgt von Mittelfranken mit 9 Angestellten. Die wenigsten Angestellten lassen sich in Niederbayern finden, wo ca. 4 Angestellte in den Designabteilungen der Befragten beschäftigt sind.

Durchschnittlich 2 freie Mitarbeiter sind in den bayerischen Designabteilungen beschäftigt, in Mittelfranken und Oberbayern sind es sogar 3 freie Mitarbeiter, während in Oberfranken, Schwaben und Niederbayern jeweils ein freier Mitarbeiter je Designabteilung eingesetzt wird. Weniger als ein freier Mitarbeiter pro Abteilung werden in Unterfranken und in der Oberpfalz beschäftigt. Auszubildende, Praktikanten und geringfügig Beschäftigte sind in Designabteilungen nur selten anzutreffen. Nur in Oberfranken, Unterfranken und in der Oberpfalz ist im Schnitt ein Auszubildender je Abteilung beschäftigt. Je ein Praktikant pro Abteilung ist in Oberbayern und in Unterfranken angestellt, in den restlichen Regierungsbezirken Bayerns liegt der Durchschnitt unter einem Praktikanten je Abteilung. Geringfügig Beschäftigte werden fast nicht eingesetzt. Nur Schwaben bildet die Ausnahme. Dort arbeiten durchschnittlich 3 geringfügig Beschäftigte je Designabteilung.

Beschäftigungsform	Regierungsbezirk							Durchschnitt
	Mittelfranken	Oberfranken	Oberbayern	Schwaben	Unterfranken <sup>3</sup>	Oberpfalz	Niederbayern <sup>4</sup>	
Angestellte	9	11	6	6	7	6	4	8
freie Mitarbeiter	3	1	3	1	0	0	1	2
Auszubildende	0	1	0	0	1	1	0	0
Praktikanten	0	0	1	0	1	0	0	1
geringfügig Beschäftigte	0	0	0	3	0	0	0	0
<b>Mitarbeiter gesamt</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>11</b>

Abbildung 27: Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter von Designabteilungen nach Beschäftigungsform und nach Regierungsbezirken

Abweichungen von der Gesamtzahl beruhen auf dem Weglassen der Kategorie „in keinem Regierungsbezirk“ als Unternehmenssitz

<sup>3</sup> Angaben von nur 6 Personen

<sup>4</sup> Angaben von nur 5 Personen

## 8 Umsätze

### 8.1 Umsatzstruktur

Ein großer Teil der Designagenturen bewegt sich mit dem Umsatz, der im Jahr 2009 von ihnen erwirtschaftet wurde, im unteren Bereich. Insgesamt 29% der Designagenturen der Befragten erzielten einen Umsatz unter der Umsatzsteuergrenze, die bei einem Jahresumsatz von 17.500 Euro liegt. Dennoch werden durchaus auch höhere Beträge von Agenturen erwirtschaftet. So gaben immerhin 9% der in Designagenturen beschäftigten Designer an, mindestens 500.000 Euro Umsatz erzielt zu haben, darunter können 5% sogar von einem Umsatz von über einer Million Euro berichten.

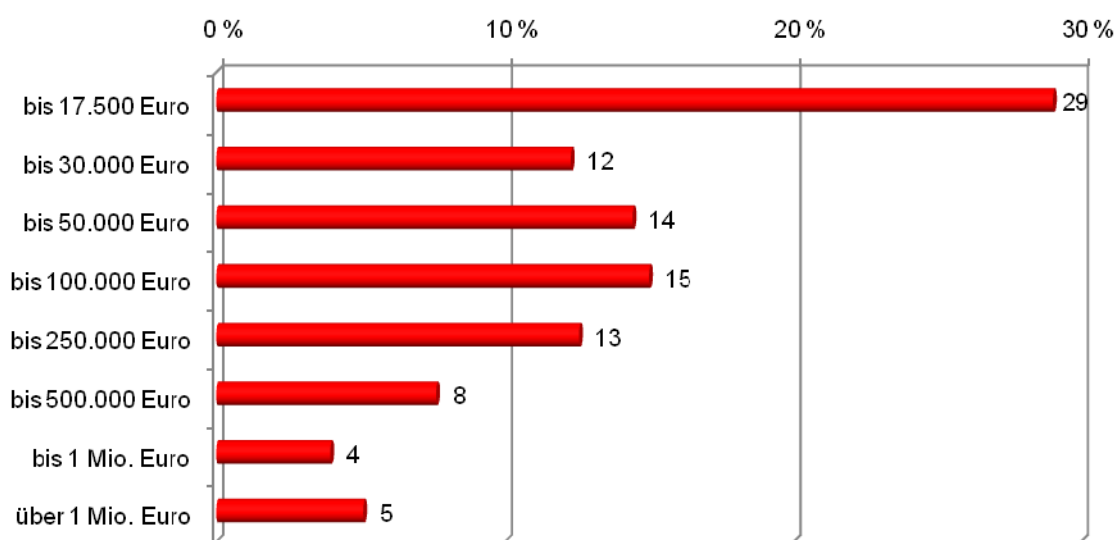


Abbildung 28: Gliederung der Designagenturen nach Umsatz

Unter den Designagenturen, die mehr als eine Million Euro Jahresumsatz verbuchen, beläuft sich der Umsatz im Jahr zu 90% unter 10 Millionen. Nur 7% der Unternehmen können einen Jahresumsatz von mehr als 10 bis zu 25 Millionen Euro bekanntgeben und bei nur 3% sind dies mehr als 50 Millionen Euro. Keine der Designagenturen der Befragten nimmt mehr als 50 Millionen Euro im Jahr ein.

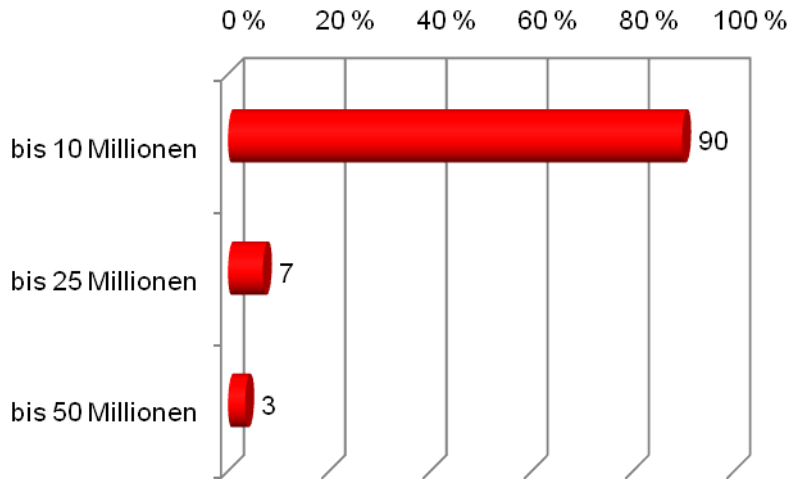


Abbildung 29: Gliederung der Designagenturen nach Umsatz > 1 Mio. Euro

Im Durchschnitt wurden diese Umsätze zu 92% aus Inlandsaufträgen erzielt. 63% der Designer in Agenturen geben an, dass der Umsatz ihres Unternehmens völlig ohne Auslandsaufträge gewonnen wird, während 22% den Anteil von Auslandsaufträgen am Umsatz auf einen Wert zwischen einem und 20% schätzen. Immerhin geben rund 4% an, ihre Umsätze zu mehr als 60% durch Aufträge aus dem Ausland zu erzielen.

Angaben in Prozent

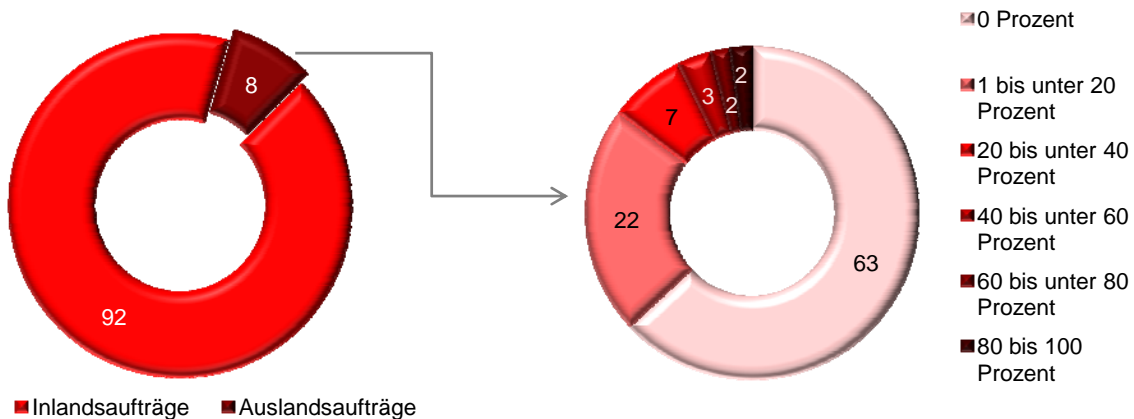


Abbildung 30: Durchschnittliche Verteilung des Umsatzes auf In- und Auslandsaufträge

Am wichtigsten für die Generierung des Umsatzes in Designagenturen sind mit 59% Gestaltungsleistungen. Nur 15% fallen auf Beratungsleistungen und 11% auf Planungsleistungen. Mit 3% Anteil am Umsatz sind Veranstaltungen wie Vorträge, Workshops und Ähnliches nur gering an der Umsatzgewinnung beteiligt, gleiches gilt für Tantiemen, Patente und Lizenzen, welche durchschnittlich nur 2% zum Jahresumsatz beitragen. Durchschnittlich 10% machen sonstige Leistungen an der Umsatzgenerierung aus.

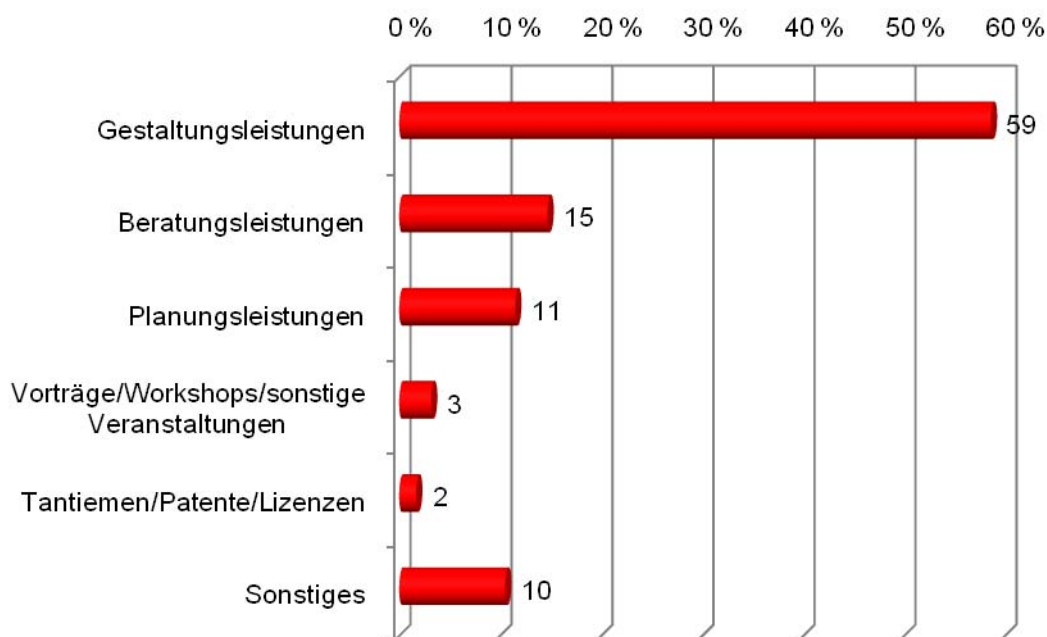


Abbildung 31: Verteilung des Umsatzes im Jahr 2009 auf bestimmte Leistungen

Verwendung finden die Umsätze überwiegend in der Bezahlung der Mitarbeiter in Form von Gehältern und Honoraren, im Schnitt werden dafür 39% der Umsätze eingesetzt, dieser Anteil steigt jedoch mit der Höhe des Umsatzes. Für Umsetzungs-, Herstellungs- und Produktionskosten werden durchschnittlich 18%, für Investitionen rund 16% verwendet. Designer wenden jedoch nur einen kleinen Teil ihrer Umsätze für Werbung oder Marketing auf.

Jahresumsatz	Gehälter	Investitionen	Produktionskosten	Werbung	Sonstige
bis 17.500	34%	21%	15%	6%	22%
bis 30.000	39%	15%	13%	4%	27%
bis 50.000	41%	14%	16%	6%	23%
bis 100.000	39%	14%	22%	5%	20%
bis 250.000	42%	14%	19%	6%	19%
bis 500.000	50%	9%	22%	5%	14%
bis 1 Mio.	43%	11%	27%	4%	15%
über 1 Mio.	50%	12%	20%	6%	12%
keine Angabe	36%	20%	16%	6%	16%
<b>Gesamt</b>	<b>39%</b>	<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>5%</b>	<b>20%</b>

Abbildung 32: Verwendung der Umsätze der Designagenturen

## 8.2 Umsatz und Budgets in Designabteilungen

In Unternehmen, die eine eigene Designabteilung unterhalten, gibt es zwei wichtige Kennzahlen, die hinsichtlich der Designwirtschaft von Bedeutung sind. Zum einen ist dies der Umsatz der Unternehmen als Indikator für die Unternehmensgröße. Zum anderen ist es das Budget der Designabteilungen, das aufzeigt, welche Bedeutung Designtätigkeiten in den Unternehmen haben.

In die Auswertung aufgenommen wurden nur Fälle, bei denen sich der Umsatz des Unternehmens auf mehr als 30.000 Euro im Jahr beläuft. Es zeigt sich, dass vor allem umsatzstarke Unternehmen eigene Designabteilungen besitzen. Nur 6% der Unternehmen haben einen Jahresumsatz bis zu 100.000 Euro, mit 8% haben ebenfalls wenige Unternehmen einen Umsatz von über 100.000 Euro bis einschließlich 250.000 Euro. Zwischen einer Viertelmillion und einer halben Million Euro Umsatz verzeichnen immerhin 13% der Unternehmen, die nächsthöhere Kategorie bis zu einer Million ist nur durch 6% besetzt. Zwei Drittel der Designer aus Designabteilungen branchenfremder Unternehmen geben jedoch an, dass sich der Umsatz ihres Unternehmens auf über 1 Million Euro beläuft.

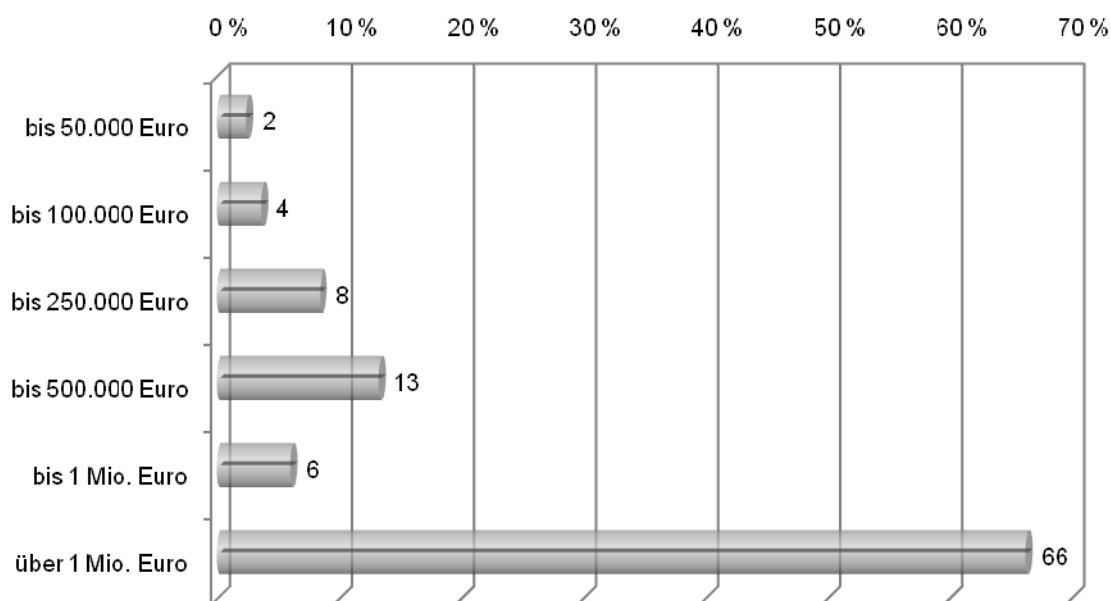


Abbildung 33: Gliederung der Unternehmen mit Designabteilungen nach Umsatz

Mehr als die Hälfte der Unternehmen, die mehr als eine Million Euro Jahresumsatz machen, nimmt über 50 Millionen Euro ein. Somit wird noch deutlicher, dass es vor allem große Unternehmen sind, welche eigene Designabteilungen besitzen. Die Unternehmen, die bis zu 50 Millionen Euro umsetzen, teilen sich zu 21% auf die Kategorie von mehr als einer bis zu 10 Millionen, zu 18% auf die Kategorie von mehr als 10 Millionen bis zu 25 Millionen und zu weiteren 8% auf die Kategorie von mehr als 25 Millionen bis zu 50 Millionen auf.

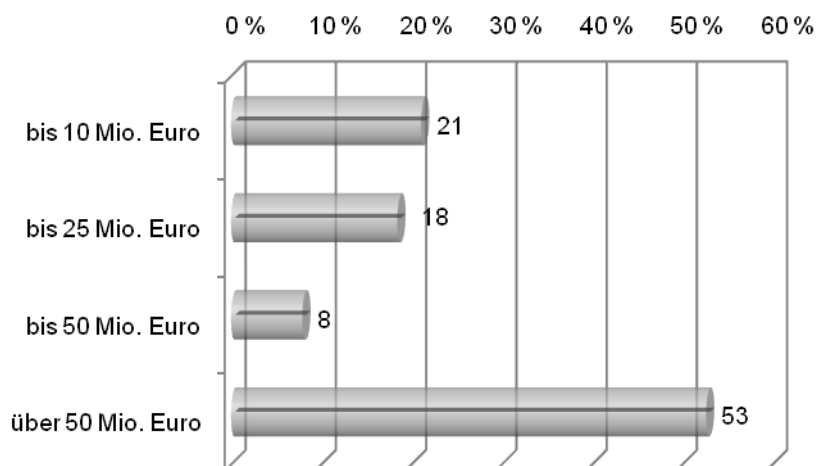


Abbildung 34: Gliederung der Unternehmen mit Designabteilungen nach Umsatz > 1 Mio. Euro

Im Budget der Designabteilungen zeigt sich eine sehr breit gefächerte Verteilung, es treten sowohl Unternehmen mit einem kleinen Budget für Designtätigkeiten auf, als auch Unternehmen, welche mehr als eine Million in Design investieren. Erwartungsgemäß hängt dies stark mit der Größe des Unternehmens zusammen.

Durchschnittsbudget 2009	Unternehmensgröße 2010				Anzahl Gesamt
	Kleinstunternehmen	Kleinunternehmen	mittleres Unternehmen	Großunternehmen	
bis 17.500	4	0	1	3	8
bis 30.000	3	1	0	0	4
bis 50.000	4	1	3	0	8
bis 100.000	1	0	6	1	8
bis 250.000	2	2	1	2	7
bis 500.000	0	2	1	3	6
bis 1 Mio.	0	0	0	3	3
über 1 Mio.	0	1	0	5	6
<b>Anzahl Gesamt</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>50</b>

Abbildung 35: Durchschnittsbudget von Designabteilungen nach Unternehmensgröße, absolute Werte (60% „keine Angabe“)

In der Verwendung der Budgets in Abteilungen spielen Gestaltungsleistungen die größte Rolle, der Anteil beträgt hier 43%. Ebenfalls wichtige Bereiche, in denen in Unternehmen unterschiedlicher Branchen Leistungen von Designern benötigt werden, sind mit 22% Planungsleistungen und mit 15% Beratungsleistungen. Mit 11% betrifft ein weiterer, nicht unwesentlicher Teil der Designleistungen Vorträge, Workshops und sonstige Veranstaltungen. Nur 4% des Budgets fallen auf Tantiemen, Patente oder Lizenzen, 6% fallen auf sonstige Designtätigkeiten.

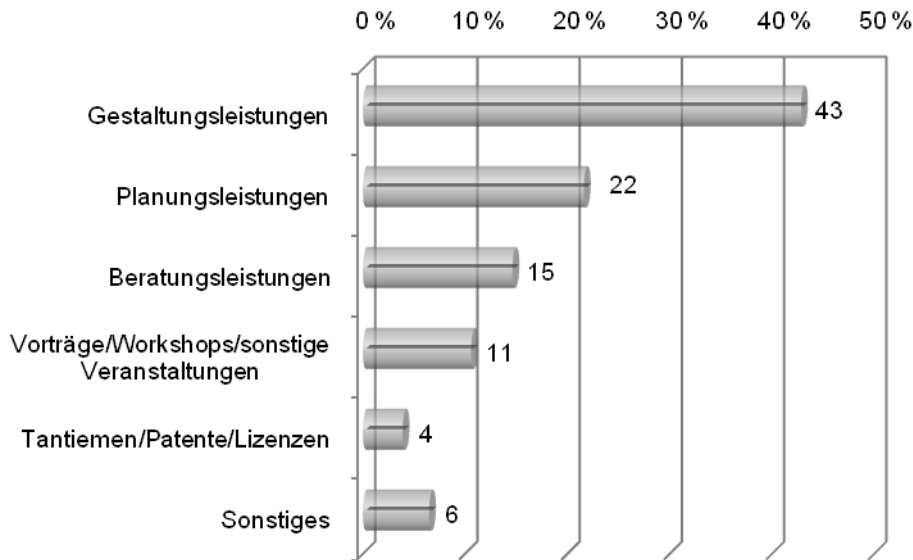


Abbildung 36: Verteilung des Budgets im Jahr 2009 auf bestimmte Leistungen

Die Budgets in Designabteilungen werden jedoch nicht nur auf interne Gestaltungsleistungen verwendet. Im Gegenteil, im Schnitt werden 74% der operativen Gestaltungsleistungen ausgelagert. Allerdings geben auch 41% der Mitarbeiter in Designabteilungen an, ihre operativen Gestaltungsleistungen ausschließlich inhouse durchzuführen.

Angaben in Prozent

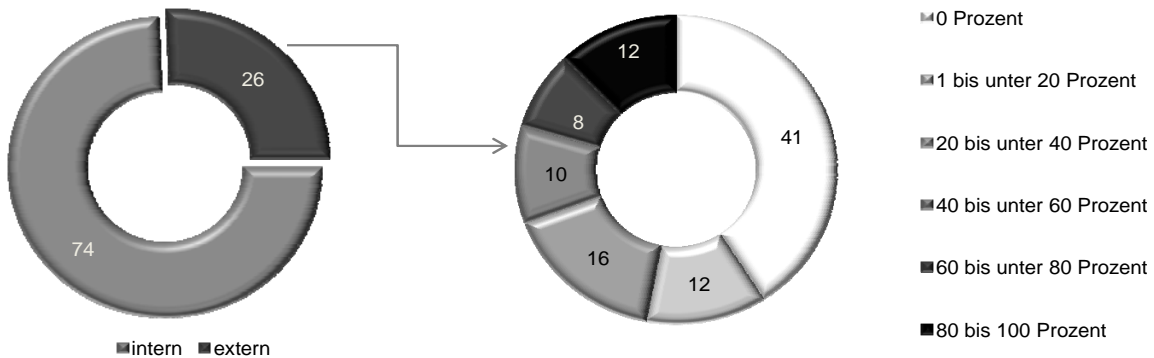


Abbildung 37: Durchschnittliche Verteilung des Budgets auf interne und externe operative Gestaltungsleistungen

## 9 Tätigkeitsschwerpunkte

Die Tätigkeitsbereiche von Designern sind sehr vielfältig gegliedert. Kaum ein Designer beschäftigt sich nur mit einem Tätigkeitsschwerpunkt, sondern wendet seine Fertigkeiten in mehreren Fachbereichen des Designs an.

Dennoch kommt manchen Tätigkeitsbereichen ein höheres Gewicht zu als anderen. Insbesondere, wenn man die Schwerpunkte von Designagenturen und -abteilungen miteinander vergleicht, zeichnen sich deutliche Unterschiede ab. So sehen Designer aus Agenturen sowohl ihren persönlichen Leistungsschwerpunkt als auch den ihres Unternehmens vor allem im Grafik- und Kommunikationsdesign, während der Schwerpunkt von Abteilungen eher im Produkt- und Industriedesign liegt.

Die persönlichen Schwerpunkte von Designern in Agenturen decken sich größtenteils mit den Schwerpunkten des Unternehmens, in welchem sie arbeiten. Nach dem bereits genannten wichtigsten Schwerpunkt Grafik- und Kommunikationsdesign folgt Corporate Design als zweitwichtigster Schwerpunkt, in dem Designer tätig sind. Ein relativ geringes Gewicht bei den Leistungen kommt den Bereichen Designmanagement, Public- und Environmental Design, Servicedesign und zuletzt Gamedesign, welches den geringsten Anteil der Designleistungen in Anspruch nimmt, zu.

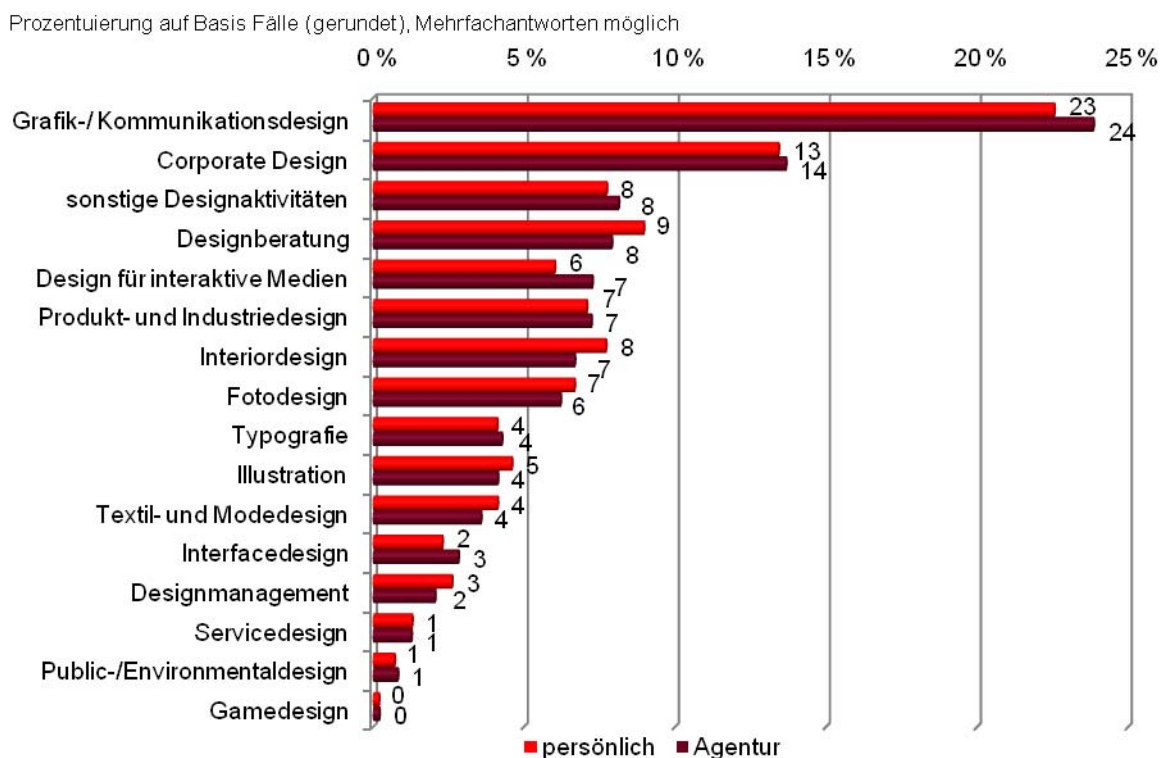


Abbildung 38: Persönliche und Unternehmensschwerpunkte – Agentur

In Designabteilungen ist – wie bereits erwähnt – das Produkt- und Industriedesign das wichtigste Aufgabengebiet. Dies verwundert nicht, wenn man bedenkt, dass 42% der Designer in der Industriebranche arbeiten. Aber auch hier kommt dem Grafik- und Kommunikationsdesign mit 10% des persönlichen und 11% des Unternehmensschwerpunktes eine hohe Bedeutung zu, gefolgt vom Corporate Design. Ebenso decken sich die nachrangigsten Berei-

che mit denen der Agenturen, bis auf das Designmanagement, dem hier mit 8% eine etwas höhere Bedeutung beigemessen wird.

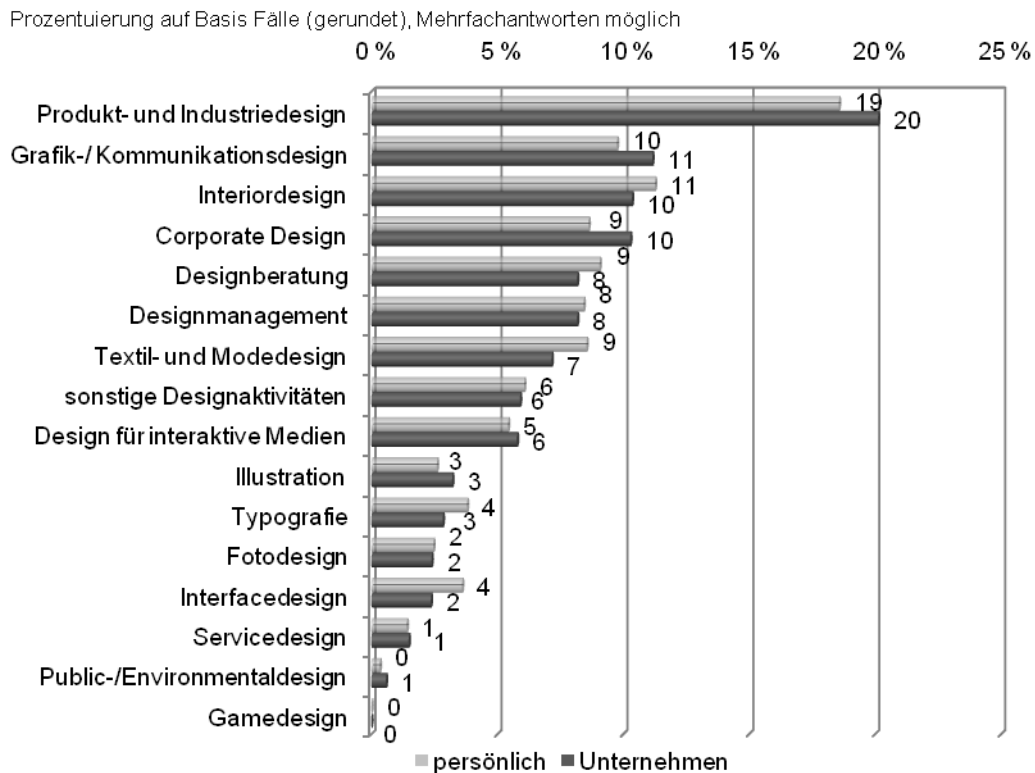


Abbildung 39: Persönliche und Unternehmensschwerpunkte – Abteilungen

## 10 Kunden / Auftraggeber

### 10.1 Branchenzugehörigkeit der Kunden / Auftraggeber

In der Betrachtung der Branchen der Unternehmen, welche Designabteilungen unterhalten, wurde bereits deutlich, dass vor allem die Dienstleistungsbranche und die Industrie Designleistungen benötigen. Dies spiegelt sich auch in der Verteilung der Branchen, zu denen die Kunden von Designagenturen gehören, wieder. Die meisten Kunden der Agenturen stammen aus der Dienstleistungsbranche, fast genauso häufig wird die Industrie genannt. Auch der Handel stellt für die Designwirtschaft ein wichtiges Feld dar. Ein Viertel der Designer nennt die Kunst- und Kulturbranche als Kundenstamm. Als Kunden weniger stark vertreten mit jeweils etwas mehr als einem Fünftel sind private Haushalte, der öffentliche Dienst und andere Branchen.

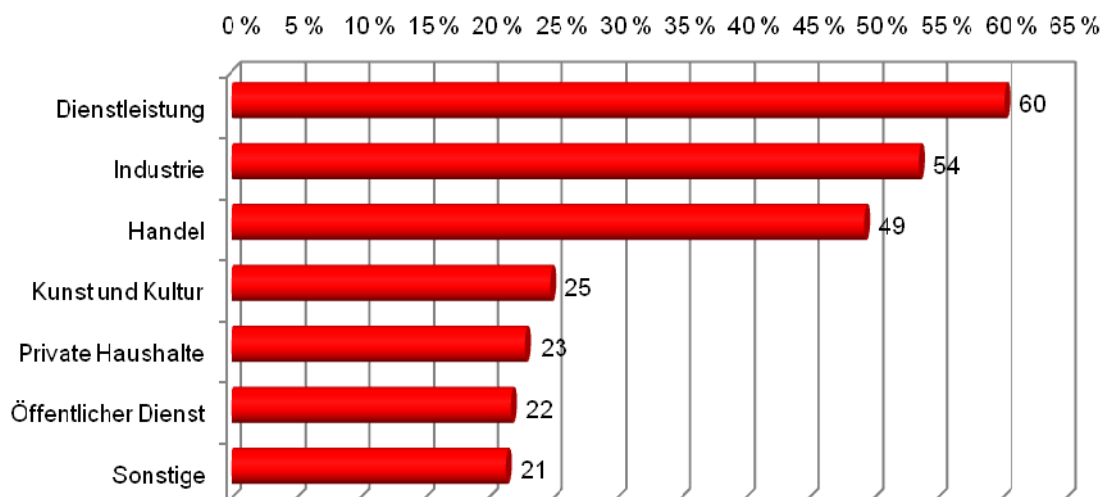


Abbildung 40: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich)

Innerhalb der Branchen konnten die Designer noch genauere Angaben zum Tätigkeitsbereich ihrer Auftraggeber bzw. Kunden machen. Unter den Dienstleistern werden allen voran beratende Unternehmen oder Agenturen genannt, ebenfalls häufig vertreten sind Banken, andere Finanzdienstleister und Versicherungen. Die dritthäufigste Nennung betrifft die Bereiche Medizin und Pharmaunternehmen.

**Welchen Branchen gehören die Kunden Ihres Unternehmens schwerpunktmäßig an?**

**Dienstleistung,...**

Nennung	Anzahl	Anteil
Agentur / Beratung	23	9%
Bank / Finanzdienstleister / Versicherung	22	9%
Medizin / Pharma	21	8%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

Abbildung 41: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Dienstleistung (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Unter den Kunden aus der Industrie führt die Automobilindustrie die Liste mit 9% aller Nennungen an. Den zweiten Platz in der Industriebranche teilen sich Bauunternehmen und Lebensmittelproduzenten. Auch Maschinenbau ist mit elf Nennungen einer der häufigsten Bereiche, die laut der Ergebnisse Leistungen von Designagenturen in Anspruch nehmen.

<b>Welchen Branchen gehören die Kunden Ihres Unternehmens schwerpunktmäßig an?</b>		
<b>Industrie,...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
Automobil	17	9%
Bau	12	6%
Lebensmittel	12	6%
Maschinenbau	11	6%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Abbildung 42: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Industrie (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Zu den Kunden aus dem Handel, die von den Designern genauer spezifiziert werden, gehören vor allem Kunden, die einen Einzelhandel betreiben. Weiterhin stark vertreten sind mit 12% Kunden, die Textilien vertreiben. Die dritthäufigste Nennung im Handel macht der Lebensmittelhandel aus, am vierthäufigsten werden Holz- bzw. Möbelhändler angeführt.

<b>Welchen Branchen gehören die Kunden Ihres Unternehmens schwerpunktmäßig an?</b>		
<b>Handel,...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
Einzelhandel	44	23%
Textil	23	12%
Lebensmittel	13	7%
Holz / Möbel	12	6%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>194</b>	<b>100%</b>

Abbildung 43: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Handel (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Der Kundenstamm aus der Kunst- und Kulturbranche setzt sich vor allem aus Museen, Vertretern aus den Medien, sowie von Unterhaltungs- und Freizeitangeboten zusammen. Betreiber von kulturellen Veranstaltungen werden von acht Designern als Kunden genannt. Aber auch Kunstgalerien und Kunstinstitute wenden sich an Agenturen, um von diesen Designleistungen in Anspruch zu nehmen.

<b>Welchen Branchen gehören die Kunden Ihres Unternehmens schwerpunktmäßig an?</b>		
<b>Kunst / Kultur,...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
Museen	21	20%
Medien	20	19%
Unterhaltung / Freizeit	13	13%
Veranstaltungen	8	8%
Galerien / Kunstinstitute	7	7%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

Abbildung 44: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Kunst / Kultur (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Am häufigsten genannt werden in der Kategorie „öffentlicher Dienst“ öffentliche Einrichtungen, wie z.B. Verwaltungen und Ämter, außerdem werden von 36 Designern Kommunen als Kunden angegeben. An dritter Stelle der Nennungen sind öffentliche Einrichtungen der For-

schung, von Hochschulen oder andere wissenschaftliche Einrichtungen. Auch Ärzte und andere medizinische sowie pharmazeutische Einrichtungen werden von 6 der Designer als Kunden aus dem öffentlichen Dienst angeführt, ebenso häufig nennen die Designer Verbände und Kammern und Vereine.

<b>Welchen Branchen gehören die Kunden Ihres Unternehmens schwerpunktmäßig an?</b>		
<b>Öffentlicher Dienst,...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>öffentliche Einrichtungen</i>	50	39%
<i>Kommunen</i>	36	28%
<i>Forschung / Hochschulen / Wissenschaft</i>	9	7%
<i>Medizin / Pharma</i>	6	5%
<i>Verbände / Kammern</i>	6	5%
<i>Verein</i>	6	5%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Abbildung 45: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, öffentlicher Dienst (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Die Designer hatten zudem die Möglichkeit, weitere Branchen für ihre Kunden anzugeben, wenn sie diese den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten nicht zuordnen konnten. Dabei wurden mit einem Anteil von 10% an allen Nennungen am häufigsten Unternehmen aus der Medienbranche als Kunden angeführt. Weitere Kunden kommen zu 8% bzw. zu 7% aus dem Bereich des Handwerks, oder sind Hersteller von Elektroartikeln. Doch auch Verbände und Kammern und öffentliche Einrichtungen stellen mit jeweils 6% einen Kundenstamm für Designer dar. Zuletzt werden noch häufiger Kunden aus der Gastronomie, der Presse und von Agenturen und anderen beratenden Firmen an dieser Stelle genannt, die die Befragten nicht eindeutig den vorgegebenen Branchen zuordnen konnten.

<b>Welchen Branchen gehören die Kunden Ihres Unternehmens schwerpunktmäßig an?</b>		
<b>Sonstige,...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>Medien</i>	22	10%
<i>Handwerk</i>	19	8%
<i>Elektro</i>	17	7%
<i>Verein</i>	16	7%
<i>Unterhaltung / Freizeit</i>	15	6%
<i>Verbände / Kammern</i>	14	6%
<i>öffentliche Einrichtungen</i>	13	6%
<i>Gastronomie</i>	12	5%
<i>Presse</i>	11	5%
<i>Agentur / Beratung</i>	10	4%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>231</b>	<b>100%</b>

Abbildung 46: Branchenzugehörigkeit der Kunden von Designagenturen, Sonstige (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

## 10.2 Herkunft der Kunden / Auftraggeber

Die Auftraggeber und Kunden der Designagenturen kommen überwiegend aus der näheren Umgebung. Durchschnittlich 70% der Kunden kommen entweder aus dem Regierungsbezirk, in dem die Designagentur ansässig ist, oder aus anderen bayerischen Regierungsbezirken. Niederbayerische Designagenturen beziehen dabei ihre Kunden mit 79% am stärksten aus Bayern, während nur 17% aus dem restlichen Deutschland und 4% aus dem Ausland kommen. Ein weiteres Einzugsgebiet haben oberbayerische Agenturen. Durchschnittlich 33% ihrer Kunden kommen nicht aus Bayern, darunter sind 9% ausländische Auftraggeber. Insgesamt beträgt der Anteil der Kunden aus anderen deutschen Bundesländern in allen Regierungsbezirken bis auf Niederbayern durchschnittlich zwischen 21% und 25%. Der Auslandsanteil der Kunden ist insgesamt relativ niedrig, durchschnittlich am meisten Kunden aus dem Ausland lassen sich in Oberfranken und in Oberbayern mit jeweils 9% finden, am wenigsten Kunden aus dem Ausland beziehen Designagenturen aus Unterfranken, wo nur dies nur durchschnittlich 2% aller Kunden sind.

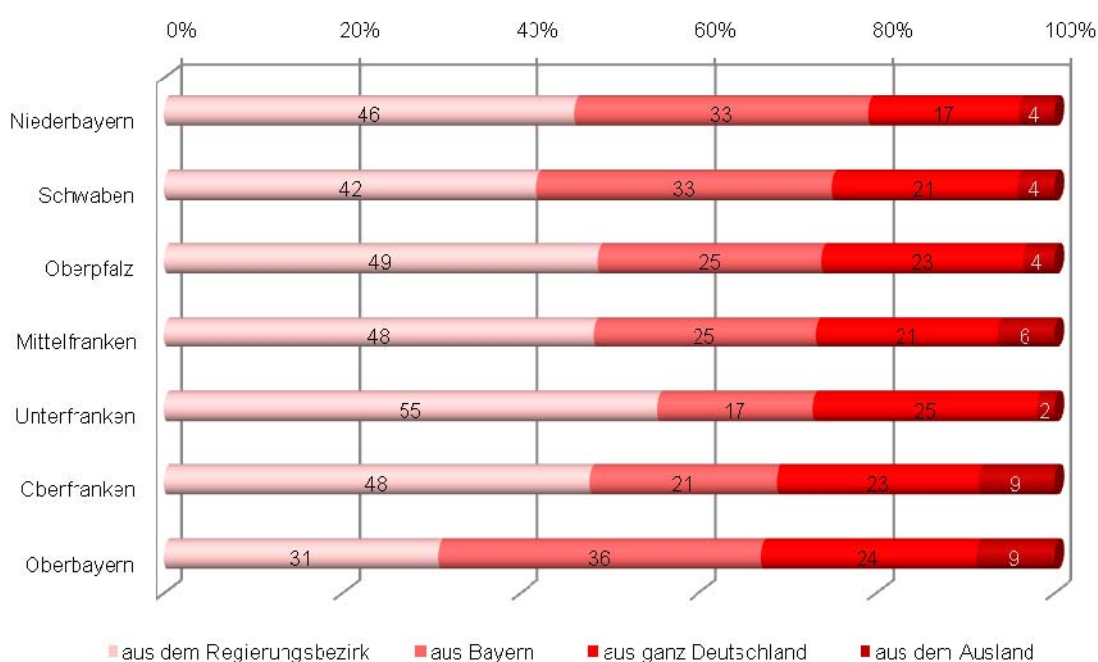


Abbildung 47: Herkunft der Kunden von Agenturen

Unter den ausländischen Kunden sind diejenigen aus dem deutschsprachigen Ausland am häufigsten vertreten. 26% der ausländischen Auftraggeber kommen aus Österreich, 18% aus der Schweiz. An dritter Stelle der Länder, aus denen Kunden von Designagenturen stammen, stehen die Vereinigten Staaten mit 9% der Nennungen. Andere Herkunftsländer sind unter anderem europäische Länder wie zum Beispiel Italien oder Frankreich, die 7% bzw. 6% der Nennungen ausmachen, aber auch asiatische Kunden lassen sich unter den Auf-

traggebern bayerischer Designagenturen finden. So wird der Kontinent Asien von 5 Designern genannt, weiterhin nennen jeweils 4 der Designer China und Japan als Herkunftsländer ihrer Kunden. Einzelne Nennungen, die nicht in der folgenden Tabelle aufgeführt sind, beinhalten außerdem afrikanische und südamerikanische Länder oder verweisen darauf, dass sie weltweit tätig sind.

<b>Die Auftraggeber Ihres Unternehmens kommen aus dem Ausland, nämlich aus...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
Österreich	70	26%
Schweiz	48	18%
USA	23	9%
Italien	20	7%
Frankreich	17	6%
Großbritannien	12	4%
Europa	9	3%
Spanien	7	3%
Belgien	6	2%
Asien	5	2%
Niederlande	5	2%
China	4	1%
Schweden	4	1%
Japan	4	1%
Liechtenstein	3	1%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

Abbildung 48: Herkunft der ausländischen Kunden von Designagenturen (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

### 10.3 Kundenakquisition

Designagenturen greifen in der Kundenakquisition nur selten auf klassische Werbemittel zurück. In der Regel akquirieren sie ihre Kunden durch Mundpropaganda, dies sagen 83% der Befragten aus, oder durch persönliche Beziehungen, was 82% der Designagenturen angeben. Das Internet nutzen 60% der Designagenturen für die Kundengewinnung, Netzwerke dienen immerhin 43% der Designer dazu. Eine direkte Kontaktaufnahme zu Kunden über Firmenbesuche oder Messeauftritte wird auch nur von einem Teil der Befragten genutzt und auch an Pitches oder anderen Wettbewerben nehmen nur wenige der Designagenturen teil.

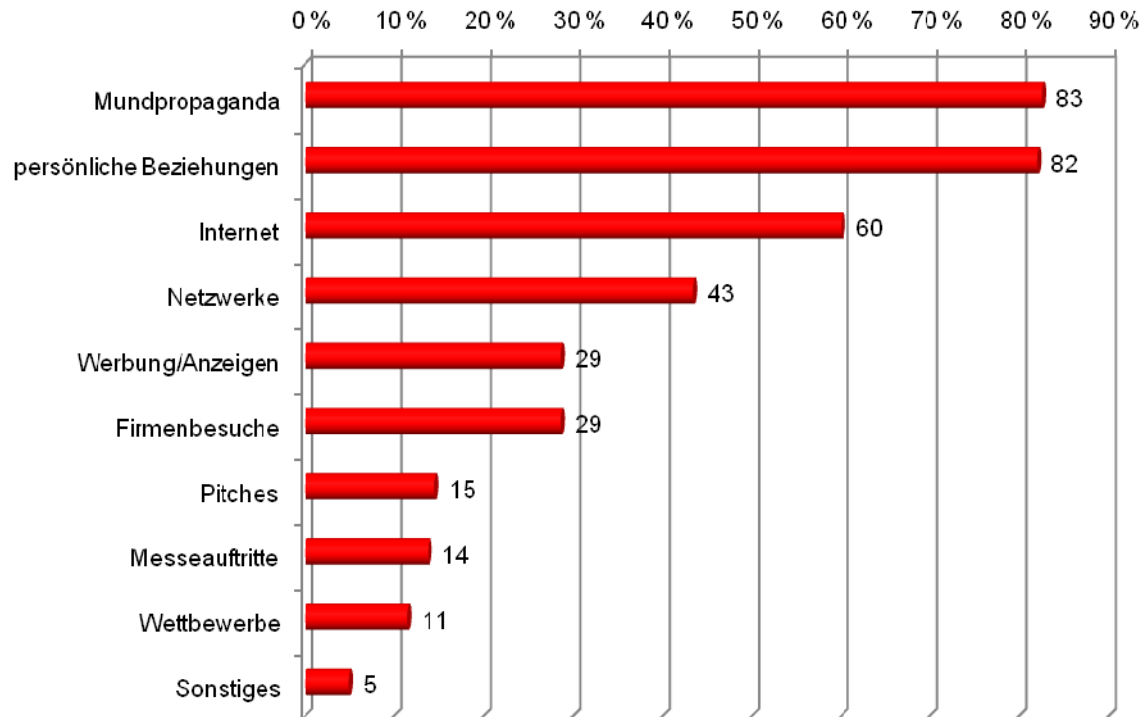


Abbildung 49: Kundenakquisition durch Designagenturen (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich)

Unter den sonstigen Nennungen werden außerdem Direktmarketing oder –akquise, der Besuch von Veranstaltungen und Vorträgen, sowie die Nutzung von Mailings oder Telefonanrufen zur Kontaktaufnahme zu Kunden genannt.

## 11 Konjunkturelle Lage und Aussicht

### 11.1 Auftragslage für und Bedarf an Designleistungen

Die wirtschaftliche Lage der Designer stimmt überwiegend positiv. Auf die Frage nach ihrer Auslastung gab fast ein Drittel der Designer an, dass die Kapazitäten in ihrer Agentur mindestens sehr ausgelastet seien. 40% gaben an, ausgelastet zu sein und nur 28% der Agenturen der befragten Designer sind wenig oder überhaupt nicht ausgelastet.

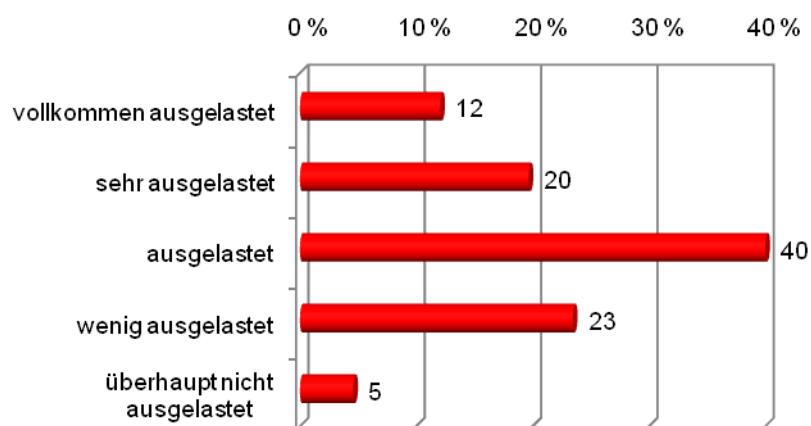


Abbildung 50: Arbeitsauslastung der Designagenturen im Jahr 2010

Zwar hat die Mehrzahl der Designagenturen nur bis zu 10 unterschiedliche Auftraggeber pro Jahr, allerdings weisen immerhin 8% zwischen 30 und 50 Auftraggeber auf und sogar 9% der Agenturen haben mehr als 50 verschiedene Auftraggeber im Jahr. Hier zeigt sich deutlich, dass vor allem kleinere Agenturen nur über wenige Kunden verfügen.

Unternehmensgröße 2010	Zahl der Auftraggeber				Gesamt	Anzahl gesamt
	bis zu 10	bis zu 30	bis zu 50	mehr als 50		
Einzelpersonenunternehmen	60%	30%	6%	4%	100%	479
Kleinstunternehmen	44%	36%	7%	12%	100%	227
Kleinunternehmen	29%	31%	23%	17%	100%	48
Mittleres Unternehmen	8%	0%	15%	77%	100%	13
Großunternehmen	50%	0%	0%	50%	100%	2
<b>Gesamt</b>	<b>52%</b>	<b>31%</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>	<b>100%</b>	<b>769</b>

Abbildung 51: Zahl der Auftraggeber nach Unternehmensgröße

Designleistungen nehmen im Großen und Ganzen an Bedeutung zu. Dies lässt sich aus der Einschätzung der Designer sowohl in Agenturen als auch in Designabteilungen deutlich erkennen. Die Mehrzahl der Designer aus Agenturen gibt an, die Auftragslage sei gestiegen, darunter sind es 19%, welche sogar meinen, dass die Auftragslage für Designleistungen im Jahr 2010 merklich angestiegen sei. Nur 17% der Designer schätzen die Auftragslage als abnehmend ein.

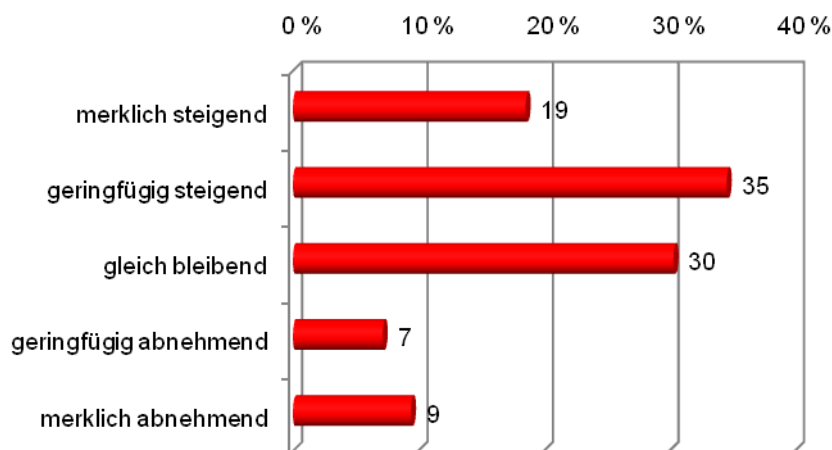


Abbildung 52: Aktuelle Auftragslage für Designleistungen in Designagenturen

In Designabteilungen zeigt sich sogar ein noch stärkerer Anstieg des Bedarfs an Designleistungen. Hier geben sogar 35% an, dass der Bedarf in ihrem Unternehmen merklich gestiegen sei und 34%, dass er geringfügig zugenommen habe. Circa ein Fünftel schätzt den Bedarf als gleich bleibend ein. Dementsprechend meinen nur 13%, der Umfang an benötigten Designleistungen habe abgenommen.

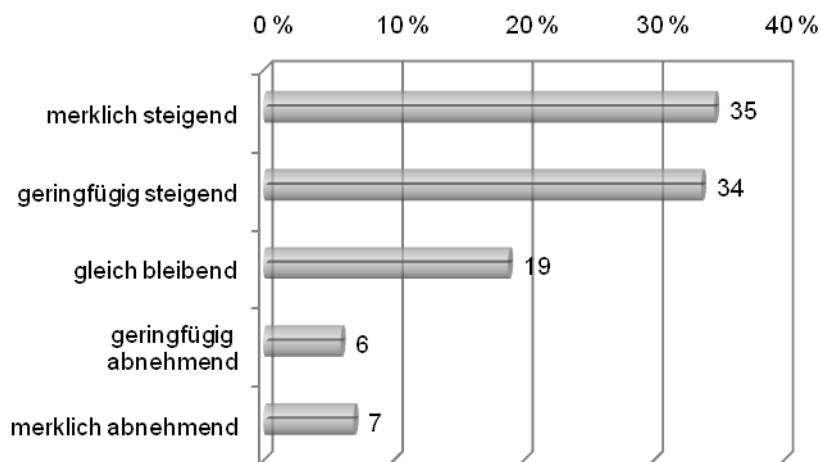


Abbildung 53: Aktueller Bedarf an Designleistungen in Designabteilungen

## 11.2 Ansätze zur Verbesserung der geschäftlichen Situation des eigenen Unternehmens

Trotz der optimistischen Einschätzung der Designer aus Agenturen zur aktuellen konjunkturellen Situation ist es interessant, ihre Meinung darüber zu erfahren, wie die geschäftliche Situation des eigenen Unternehmens verbessert werden kann. 65% der Befragten wünschen sich eine bessere Auftragslage, um ihr eigenes Unternehmen zu stärken. Auch gut funktion-

nierende Netzwerke werden von 59% als bedeutend für die Verbesserung der wirtschaftlichen Situation von Designagenturen eingeschätzt. Internationale Kontakte werden von 21%, besser ausgebildetes Personal von 17% der Designer als notwendig erachtet. 15% gaben noch weitere Faktoren an, die zur Verbesserung der geschäftlichen Situation ihres Unternehmens beitragen würden.

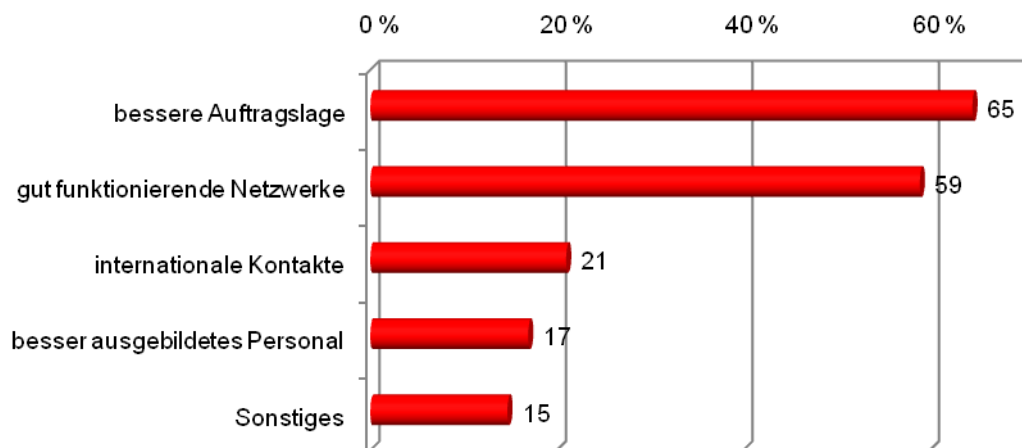


Abbildung 54: Vorschläge zur Verbesserung der Auftragslage des eigenen Unternehmens (Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachnennungen möglich)

Unter den sonstigen Nennungen werden vor allem eine höhere Akzeptanz und eine höhere Wertschätzung von Designern bzw. von professionellen Designleistungen mit 12% und mehr Zeit für die Arbeit von 11% angegeben. An dritter Stelle der offenen Nennungen stehen mit 7% zum einen Werbemaßnahmen zum anderen höhere Gewinne, die die Situation des eigenen Unternehmens verbessern sollen. Einige Designer wünschen sich eine bessere wirtschaftliche Lage ihrer Kunden, dies sagen 6%. 5% wollen ihre Selbstorganisation verbessern. Jeweils 4% an allen Nennungen fallen auf den Wunsch nach geringeren Steuerabgaben, gleich oft werden mehr Mitarbeiter oder mehr Fachkräfte und auch mehr Kontakte gewünscht. Ebenfalls 4% der Designer sehen höhere Etats, Glück und zuletzt noch die Verbesserung der eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten als notwendig für die Besserung der wirtschaftlichen Situation der eigenen Designagentur an.

<b>Zur Verbesserung der geschäftlichen Situation Ihres Unternehmens sind vorrangig notwendig, Sonstiges...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>höhere Akzeptanz / Wertschätzung</i>	13	12%
<i>mehr Zeit</i>	12	11%
<i>Werbemaßnahmen</i>	8	7%
<i>höhere Gewinne</i>	8	7%
<i>bessere wirtschaftliche Lage der Kunden</i>	6	6%
<i>Selbstorganisation</i>	5	5%
<i>weniger Steuern</i>	4	4%
<i>Fachkräfte / mehr Mitarbeiter</i>	4	4%
<i>Kontakte</i>	4	4%
<i>höhere Etats</i>	4	4%
<i>Glück</i>	4	4%
<i>Verbesserung der eigenen Fähigkeiten / Fertigkeiten</i>	4	4%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>

Abbildung 55: Erste zwölf Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage „Zur Verbesserung der geschäftlichen Situation sind vorrangig notwendig...“ (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

### 11.3 Einschätzung der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung

Der Optimismus bei der Einschätzung der zukünftigen Entwicklung der Nachfrage ist verhaltener als bei der derzeitigen Auftrags- und Bedarfslage. Nur jeweils 11% aller Designer schätzen die Entwicklung der Nachfrage für Bayern und Deutschland sehr positiv ein, für die internationale Nachfrageentwicklung gehen dagegen 18% von einer sehr positiven Entwicklung aus. Insgesamt überwiegt jedoch die Annahme einer positiven oder zumindest gleichbleibenden Entwicklung in den Märkten.

Doch auch hier stellt sich im Vergleich von Designagenturen und Designabteilungen heraus, dass Mitarbeiter von Unternehmen mit Designabteilungen insgesamt positiver gestimmt sind. Nur wenige Designer aus Abteilungen gehen davon aus, dass sich die Nachfrage in den kommenden Jahren negativ entwickelt. Für die bayerische, deutsche und internationale Entwicklung denken dies nur vier bis sieben Prozent, während unter den Designern aus Agenturen 14% bis 17% von einer sinkenden Nachfrage ausgehen.

Ebenfalls auffällig ist, dass die Nachfrageentwicklung international deutlich positiver eingeschätzt wird als auf dem bayerischen und deutschen Markt. 56% der Designer gehen hier von einer positiven Entwicklung aus, während dies für Deutschland nur von 48%, respektive für Bayern von 46%, angenommen wird.

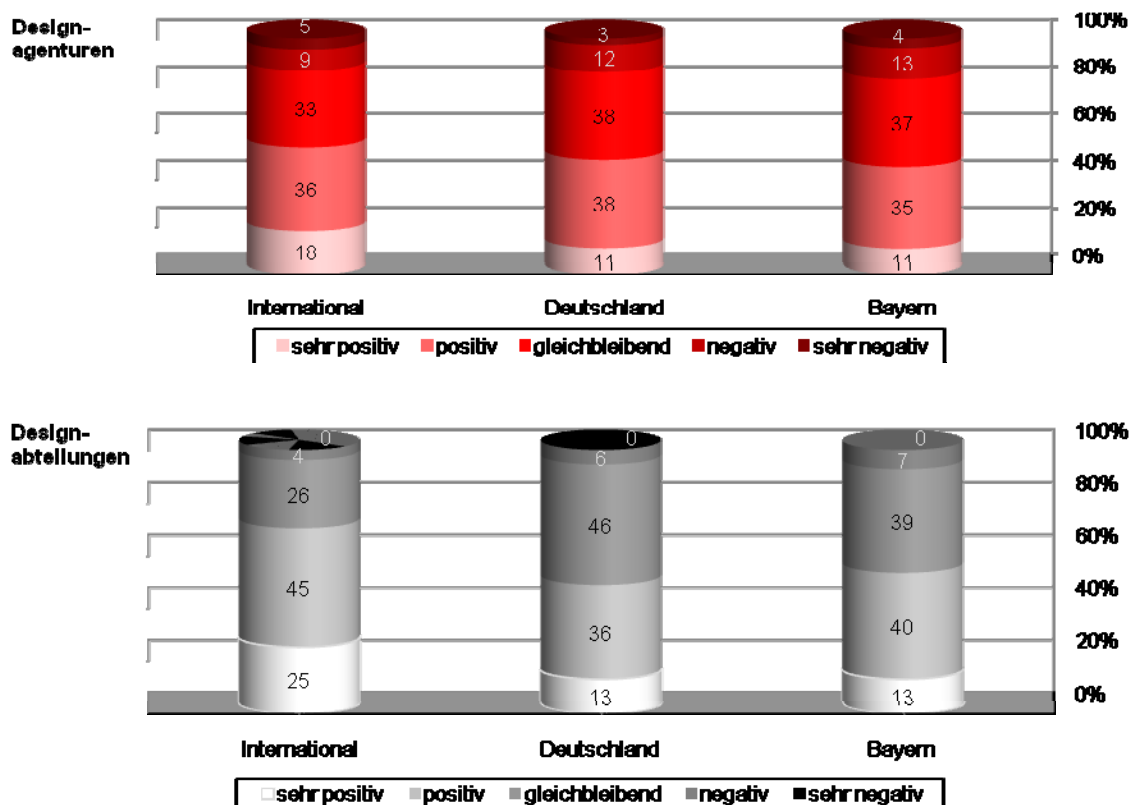


Abbildung 56: Einschätzung der Entwicklung der Nachfrage nach Designleistungen in Bayern, Deutschland und international

Gestaltungsleistungen haben sich bereits, sowohl, was den Umsatz von Designagenturen als auch, was das Budget von Designabteilungen betrifft, als die wichtigste Dienstleistung von Designern herausgestellt. Nach Einschätzung der Designer wird sich dies innerhalb der nächsten drei Jahre auch nicht wesentlich ändern. Gestaltungsdienstleistungen wird der höchste Stellenwert eingeräumt, danach kommen Beratungsdienstleistungen und zuletzt noch die Planungsdienstleistungen.

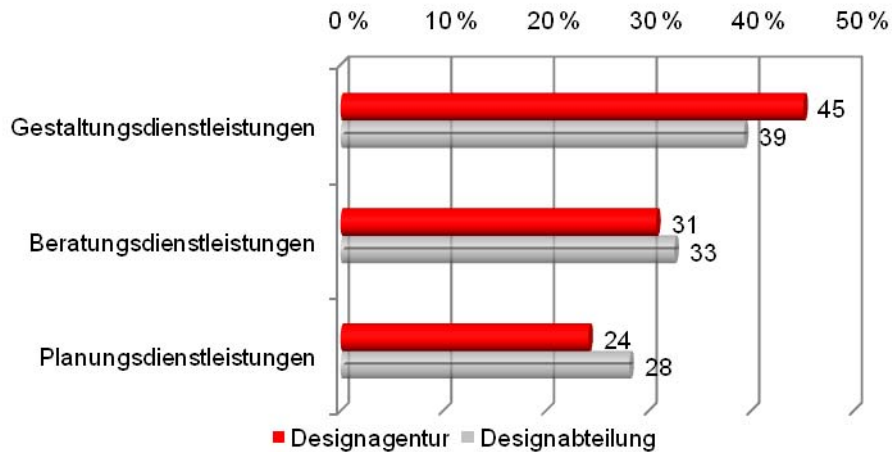


Abbildung 57: Einschätzung der Entwicklung des Verhältnisses verschiedener Leistungen zueinander in den kommenden 3 Jahren

## 12 Aus- und Weiterbildung

### 11.1 Ausbildung zum Designer

Es gibt viele Wege, zum Designer ausgebildet zu werden. Dies zeigt sich auch in der Vielfalt der von den befragten Designern genutzten Möglichkeiten. Die am häufigsten genannte Art der Ausbildung zum Designer ist die berufsbildende Ausbildung mit insgesamt 34%, danach kommt die Fachhochschule mit 32% aller Nennungen. Es fällt ins Auge, dass Mitarbeiter von Designabteilungen im Vergleich zu ihren Kollegen aus Agenturen öfter zur Hochschulausbildung und berufsbildenden Ausbildung tendieren. Dagegen schlagen Mitarbeiter von Designagenturen öfter andere Wege wie Privatschulen, außerschulische Angebote und autodidaktische Fortbildung ein.

Prozentuierung auf Basis Fälle, Mehrfachantworten möglich

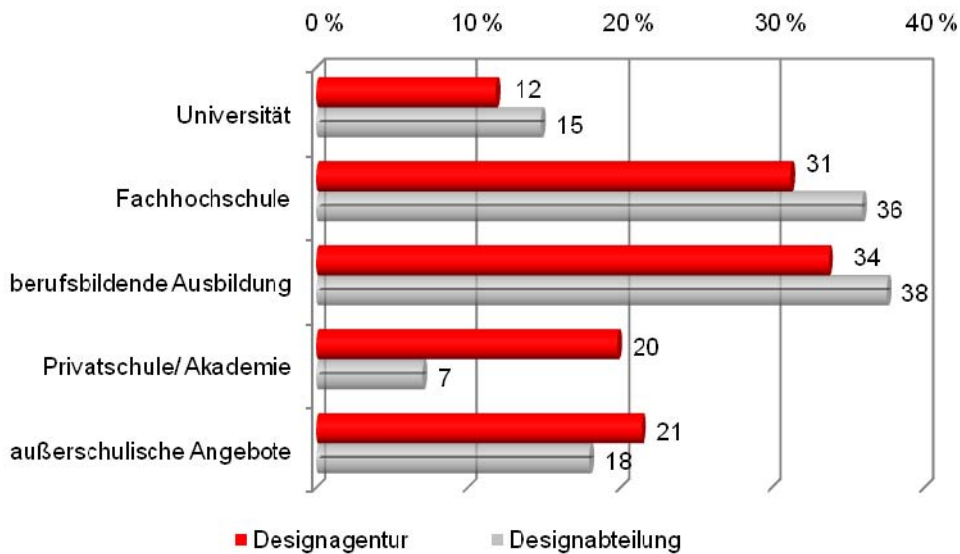


Abbildung 58: Ausbildung zum Designer

13% der Designer aus Agenturen und 14% der Designer, welche in Designabteilungen branchenfremder Unternehmen arbeiten, haben sich rein durch autodidaktische Fortbildung für den Designberuf qualifiziert. Die autodidaktische Fortbildung wird jedoch häufig auch ergänzend zu anderen Qualifizierungsmöglichkeiten genutzt. 29% der Mitarbeiter aus Agenturen und 16% der Designabteilungsmitarbeiter setzen die autodidaktische Fortbildung zusätzlich zu anderen Arten der Ausbildung ein.

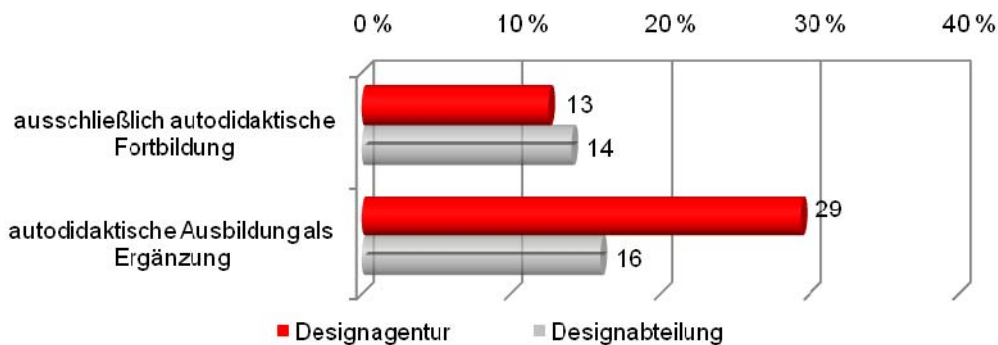


Abbildung 59: Autodidaktische Fortbildung

## 12.1 Weiterbildungsangebot

Neben der Ausbildung gibt es ebenfalls zahlreiche Angebote zur Weiterbildung. Häufig werden dabei Schulungen für neue Programme oder Techniken besucht, insgesamt haben 49%

der Designer dieses Angebot bereits wahrgenommen. Auch Weiterbildungsangebote für Akquisition und Marketing werden mit 43% der Nennungen häufig genutzt. Augenfällig ist, dass Weiterbildungsangebote zu den Themen Geschäfts- und Personalführung von deutlich weniger Designern aus Designagenturen besucht werden als von ihren Kollegen aus Designabteilungen.

In dem Wunsch, an welchen Weiterbildungsangeboten in Zukunft verstärkt teilgenommen werden soll, stimmen die Designer aus Agenturen und Abteilungen sehr stark überein. Fast die Hälfte der Designer gibt an, sie wolle Weiterbildungen zum Themenbereich Recht bzw. Designrecht besuchen. Wie bereits bei den schon genutzten Weiterbildungen wird auch bei den noch geplanten Weiterbildungen das Thema Akquisition und Marketing durch einen großen Teil der bayerischen Designer angestrebt, nämlich durch 41%.

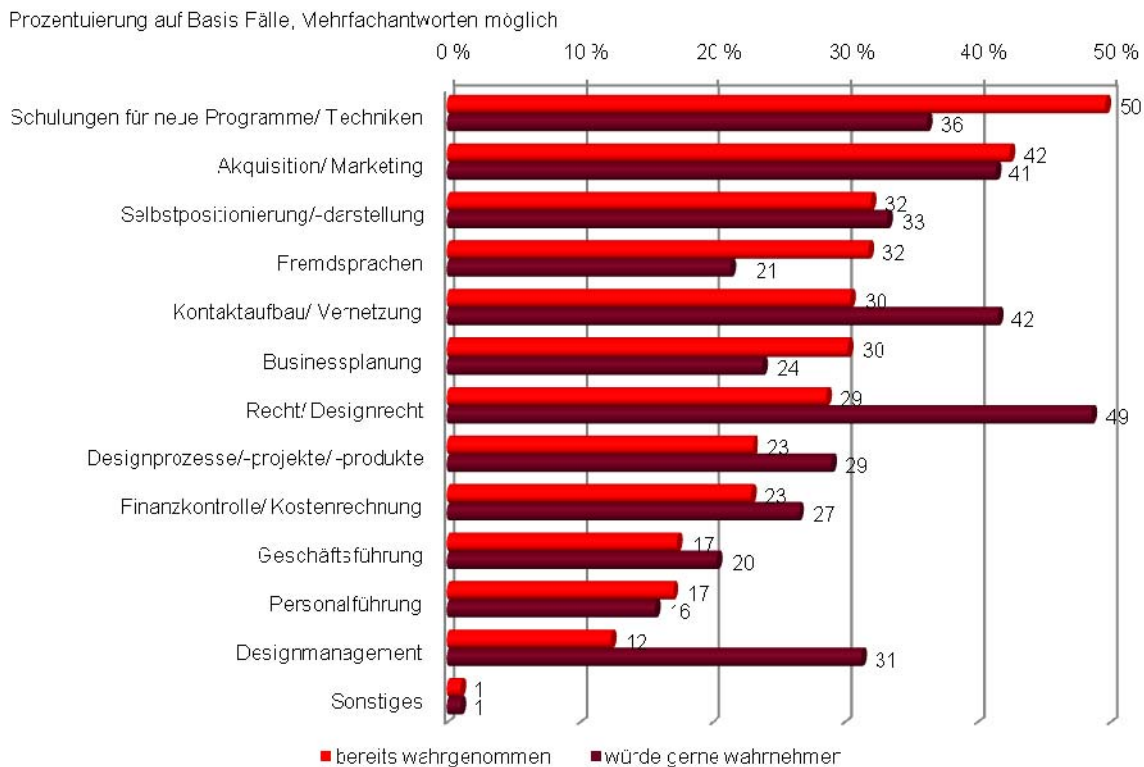


Abbildung 60: Bereits absolvierte und noch geplante Weiterbildungen – Agenturen

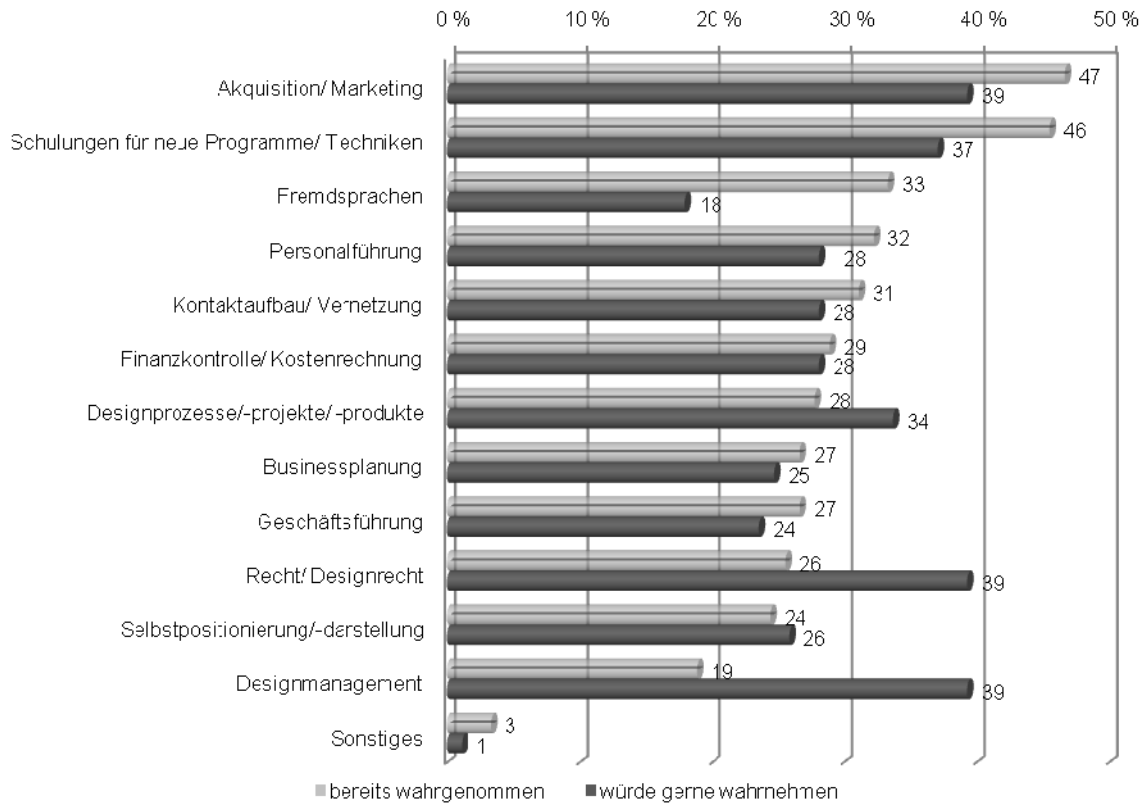


Abbildung 61: Bereits absolvierte und noch geplante Weiterbildungen – Abteilungen

Konnten die Designer ihre bereits wahrgenommenen Weiterbildungsangebote nicht den vorgegebenen Möglichkeiten zuordnen, gab es die Möglichkeit, in der Kategorie „Sonstiges“ Angaben dazu zu machen. Eine branchenspezifische Weiterbildung wurde von 3 Befragten angegeben, gleich häufig wurden Weiterbildungen zu den Themen Web- und Computerdesign und Marketingstrategie angeführt. 2 Designer besuchten außerdem Weiterbildungsangebote des Themenbereichs Mentoring. Weiterhin wurden unter anderem Kurse zur Arbeitssicherheit, zu Materialeigenschaften und interdisziplinäre Kurse genannt.

Welche Weiterbildungsangebote haben Sie bereits genutzt?		
Sonstiges,...		
Nennung	Anzahl	Anteil
branchenspezifische Weiterbildung	3	14%
Web-/ Computerdesign	3	14%
Marketingstrategie	3	14%
Mentoring	2	9%
<b>Nennungen gesamt</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

Abbildung 62: Erste vier Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage „Welche Weiterbildungsangebote haben Sie bereits genutzt?“ (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

## 12.2 Beurteilung der Aus- und Weiterbildungssituation

Fragt man die Designer danach, wie sie die Ausbildungssituation in Bayern einschätzen, so wird diese insgesamt als gut bewertet. Gleiches gilt für das Weiterbildungsangebot in Bayern. Jedoch geben nur sehr wenige Designer an, dass die Ausbildungs- oder die Weiterbildungssituation sehr gut seien. Im Großen und Ganzen wird die bayerische Ausbildungssituation von den Designern etwas positiver gesehen als die Weiterbildungssituation, die von mehr als einem Drittel als verbesserungswürdig betrachtet wird. Zudem beurteilen die in Designabteilungen beschäftigten Mitarbeiter die Situation etwas optimistischer als Designer aus Agenturen.

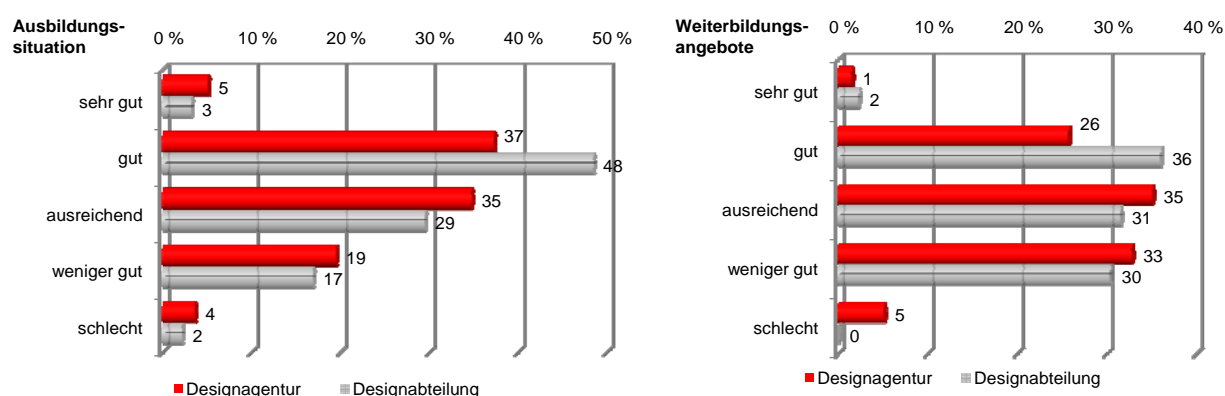


Abbildung 63: Einschätzung der Aus- und Weiterbildungssituation

Wurde die Ausbildungssituation in Bayern als schlecht bewertet, konnten die Designer zusätzlich angeben, worin das Problem besteht. 3 Designer finden, die Ausbildung sei gerade in München schlecht, jeweils 2 Designer gaben dasselbe für die Regionen Südostbayern, Oberfranken und das Allgäu an. Statt eine regionale Angabe zu machen, sagten jeweils 2 der Befragten aus, dass die Ausbildung zum einen in der Vermittlung der technischen Realisierung, zum anderen in der Spezifizierung des Berufsbildes verbesserungswürdig sei. Weitere, einzelne Nennungen beziehen sich unter anderem auf fehlende Grundkenntnisse, den Bereich Management, Selbständigkeit, das Fach Kostümbild, den Bereich Fotodesign sowie aktuelle Programmierverfahren.

<b>Die Ausbildungssituation ist schlecht, vor allem in...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>München</i>	3	12,0%
<i>technische Realisierung</i>	2	8,0%
<i>Südostbayern</i>	2	8,0%
<i>Oberfranken</i>	2	8,0%
<i>Allgäu</i>	2	8,0%
<i>Spezifizierung des Berufsbildes</i>	2	8,0%
<b>Nennungen gesamt</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Abbildung 64: Erste sechs Nennungen zur Frage „Die Ausbildungssituation für Designer ist in Bayern Ihrer Meinung nach schlecht, vor allem in...“ (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Auch für die Weiterbildungssituation konnten Aussagen dazu gemacht werden, wo diese verbesserungswürdig seien. Auch hier wurden unter anderem regionale Angaben gemacht, hierbei betreffen 3 Nennungen ländliche Gebiete, ebenfalls dreimal wird die Oberpfalz als Region, in der das Angebot schlecht sei, genannt. In Ober- und in Unterfranken finden jeweils 2 der Designer das Weiterbildungsangebot schlecht. Weitere 3 Designer denken, dass die Weiterbildungsangebote zu teuer seien. Je zweimal werden die Bereiche aktuelle Programmierverfahren oder Programme, neue Techniken, Textil- oder Modedesign als verbesserungswürdig angeführt. Auch die Angebote für Personen, die keinen Hochschulabschluss haben, sollen laut 2 der Befragten verbessert werden.

<b>Die Qualifikations- und Weiterbildungssituation ist schlecht, vor allem in...</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>ländlichen Gebieten</i>	3	11%
<i>Oberpfalz</i>	3	11%
<i>kostengünstigen Angeboten</i>	3	11%
<i>aktuellen Programmierverfahren / Programmen</i>	2	7%
<i>neuen Techniken</i>	2	7%
<i>Oberfranken</i>	2	7%
<i>Textildesign / Mode</i>	2	7%
<i>Unterfranken</i>	2	7%
<i>Angeboten für Personen ohne Hochschulabschluss</i>	2	7%
<b>Nennungen gesamt</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Abbildung 65: Erste neun Nennungen zur Frage „Die Qualifikations- und Weiterbildungsangebote für Designer sind in Bayern Ihrer Meinung nach schlecht, vor allem in...“ (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Nach der generellen Beurteilung der Aus- und Weiterbildungssituation für Designer wurde den Befragten außerdem die Möglichkeit gegeben, ihre Meinung darüber zu äußern, wie die Ausbildung für Designer ausgerichtet sein sollte. 46% der Designer wünschen sich, dass mehr Generalisten ausgebildet werden, fast ebenso viele, nämlich 42%, wünschen sich dagegen mehr Spezialisten, wobei dies Mitarbeiter aus Agenturen öfter nennen als diejenigen aus Designabteilungen. Doch auch für eine forschungsorientiertere Ausbildung sprechen sich erstaunlich viele Designer aus.

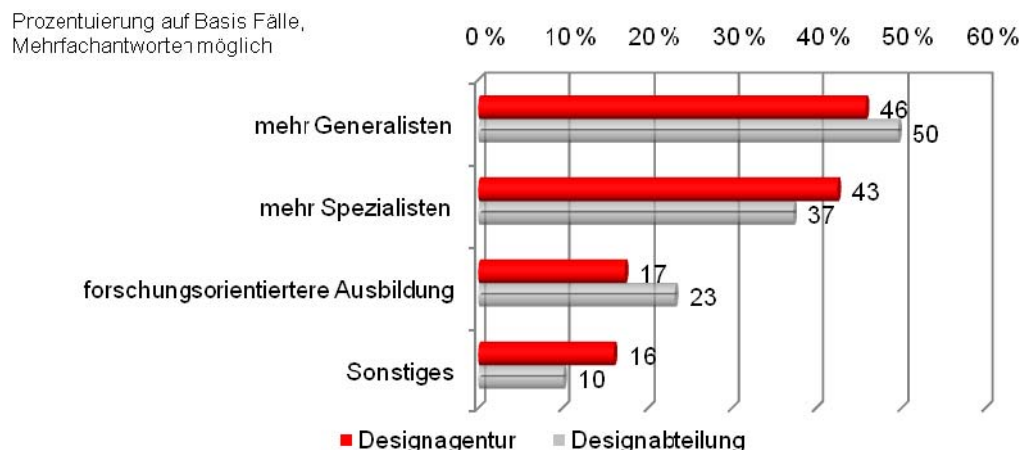


Abbildung 66: Wie sollte die Ausbildung für Designer hauptsächlich ausgerichtet sein?

Unter den sonstigen Nennungen dominiert der Vorschlag, Designer praxisorientierter beziehungsweise berufsnäher auszubilden.

„Der Ausbildungsfokus sollte mehr an die Praxis gekoppelt werden. Professoren aus der Designwirtschaft wären sehr empfehlenswert.“

Neben zahlreichen anderen Anregungen wurde noch eine individuellere Ausbildung, aber auch eine wirtschaftsbezogener Ausbildung häufiger angegeben. Jeweils 6 Personen wünschen sich eine stärkere Berücksichtigung der Vermittlung handwerklicher Fertigkeiten und von Innovationen im Design.

Wie sollte die Ausbildung für Designer hauptsächlich ausgerichtet sein?		
Sonstiges...		
Nennung	Anzahl	Anteil
<i>es sollte praxisorientierter / berufsnäher ausgebildet werden</i>	68	42%
<i>es sollte individueller ausgebildet werden</i>	10	6%
<i>es sollte wirtschaftsbezogener ausgebildet werden</i>	8	5%
<i>es sollten mehr handwerkliche Fertigkeiten vermittelt werden</i>	6	4%
<i>Innovationen sollten stärker berücksichtigt werden</i>	6	4%
<b>Sonstige Nennungen gesamt</b>	<b>163</b>	<b>100%</b>

Abbildung 67: Erste fünf Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage "Wie sollte die Ausbildung für Designer hauptsächlich ausgerichtet sein?" (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

## 13 Vernetzung der Designer untereinander und mit Kunden

### 13.1 Messebesuche

Der Besuch von Messen dient vielen Zwecken: der Präsentation der eigenen Firma und der eigenen Produkte, zum Aufbau von Kundenkontakten, der Vernetzung von Designern unter-

einander, aber auch der eigenen Information und Inspiration. Die Messen, die für Designer vor allem interessant sind, sind sehr zahlreich und vielfältig. Am häufigsten genannt wurden Möbelmessen, die 6% der Designer interessant finden. Doch auch namhafte, außerhalb des Berufsstandes bekannte Messen wie Ambiente, CeBIT und imm cologne werden oft von den Designern genannt.

<b>Welche Messen sind für Sie interessant?</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>Möbelmesse</i>	50	6%
<i>Ambiente</i>	39	4%
<i>Bau</i>	36	4%
<i>CeBIT</i>	25	3%
<i>Designmesse</i>	25	3%
<i>imm cologne</i>	22	2%
<i>Handwerksmessen</i>	20	2%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>885</b>	<b>100%</b>

Abbildung 68: Erste sieben Nennungen der interessantesten Messen für Designer (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Auf die Frage, welche Messen den Designern in Bayern fehlen, antworten auffallend viele, ihnen fehlten keine Messen. Unter den fehlenden Messen rangieren Messen zu Design im Allgemeinen mit 25 Nennungen ganz oben, aber auch Fach- und Netzwerkmessen und Designmessen in der Region werden im Berufsstand mit 17 respektive 10 Nennungen mehrfach gewünscht. Neben Messen für Design wünschen sich die Befragten auch Messen, in denen es nicht vordergründig um Design geht, es aber dennoch eine bedeutende Rolle spielt, wie beispielsweise Messen für Software und Kommunikation oder Messen der Industrie.

<b>Welche Messen fehlen Ihnen?</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>keine</i>	49	24%
<i>Design</i>	25	12%
<i>Fach- und Netzwerkmessen</i>	17	8%
<i>Regionale Designmessen</i>	10	5%
<i>Software und Kommunikation</i>	8	4%
<i>Kunst und Kunsthandwerk</i>	8	4%
<i>Industrie</i>	7	3%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

Abbildung 69: Erste sieben Nennungen der fehlenden Messen (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

## 13.2 Mitgliedschaft in Netzwerken, Verbänden und Institutionen

Auch die Vernetzung der Designer über Institutionen, Verbände oder andere Netzwerke ist hilfreich, um wichtige Informationen zu erhalten oder Kontakte zu knüpfen. Immerhin 94 Be-

fragte geben an Mitglied der Allianz deutscher Designer zu sein. Ebenfalls häufig genutzt wird das Karrierenetzwerk XING, doch auch in weiteren berufsspezifischen Institutionen, unter anderem die bayern design GmbH, sind die bayerischen Designer Mitglied. Allerdings geben 58 Personen in der offenen Frage an, kein Mitglied in einem designorientierten Netzwerk zu sein.

<b>In welchen designorientierten Netzwerken/Verbänden/Institutionen sind Sie Mitglied?</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>AGD - Allianz deutscher Designer</i>	94	17%
<i>keinem</i>	58	11%
<i>XING</i>	44	8%
<i>ByAK - Bayerische Architektenkammer</i>	32	6%
<i>VDID - Verband deutscher Industriedesigner e.V.</i>	19	3%
<i>TGM - Typographische Gesellschaft München</i>	17	3%
<i>bayern design GmbH</i>	16	3%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>551</b>	<b>100%</b>

Abbildung 70: Erste sieben Nennungen der Mitgliedschaften in designorientierten Netzwerken/Verbänden/Institutionen (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Zwar geben 22% der Befragten an, ihnen fehlten keine Netzwerke, doch fällt auf, dass ein sehr starker Wunsch nach Netzwerken oder anderen Plattformen, die den Kontakt zu Kunden fördern, besteht. Darauf weisen die oft als fehlend genannten B2B Netzwerke, Kontakte zu Industrie und Wirtschaft und direkte Kontakte zur Auftragsvergabe und zum Verkauf hin. Daneben wünschen sich die Designer allgemein mehr designspezifische oder berufsbezogene Netzwerke, aber auch insbesondere regionale Netzwerke für Designer.

<b>Welche Netzwerke fehlen Ihnen?</b>		
<b>Nennung</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
<i>keine</i>	46	22%
<i>B2B Netzwerke</i>	30	14%
<i>Kontakte zu Industrie und Wirtschaft</i>	21	10%
<i>designbezogene Netzwerke</i>	16	8%
<i>direkter Verkauf/Plattformen zur Auftragsvergabe</i>	13	6%
<i>regional arbeitende Netzwerke</i>	11	5%
<i>berufsbezogene Netzwerke</i>	11	5%
<b>Offene Nennungen gesamt</b>	<b>213</b>	<b>100%</b>

Abbildung 71: Erste sieben Nennungen der fehlenden designorientierten Netzwerke/Verbände/Institutionen (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

Die bayern design GmbH, die in Bayern die Plattform für die Vernetzung sowohl von Designern untereinander als auch für die Vermittlung von Kundenkontakten sowie für die Koordination beispielsweise von Weiterbildungsangeboten darstellt, ist nur relativ wenigen der befragten Designer bekannt. 84% der Designer aus Agenturen und 68% derjenigen aus Designabteilungen geben an, bayern design nicht zu kennen.

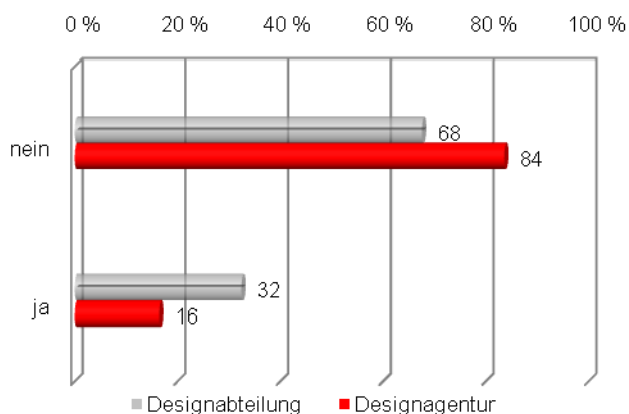


Abbildung 72: Kennen Sie die bayern design GmbH?

## 14 Gesellschaftliche Bedeutung von Design in Bayern

### 14.1 Berufliches Selbstverständnis

Wirtschaftlich gesehen hat die Designwirtschaft eine hohe Bedeutung, die weiter zunimmt. Wie ist es jedoch um die gesellschaftliche Anerkennung der Designer in Bayern bestellt? Die Mehrzahl der bayerischen Designer schätzt diese nur mäßig ein. Dabei unterscheidet sich die Auffassung zwischen den Designern aus Agenturen und jenen aus Abteilungen nicht wesentlich. Immerhin sind 34% aller Designer der Meinung, die gesellschaftliche Anerkennung sei hoch oder sogar sehr hoch.

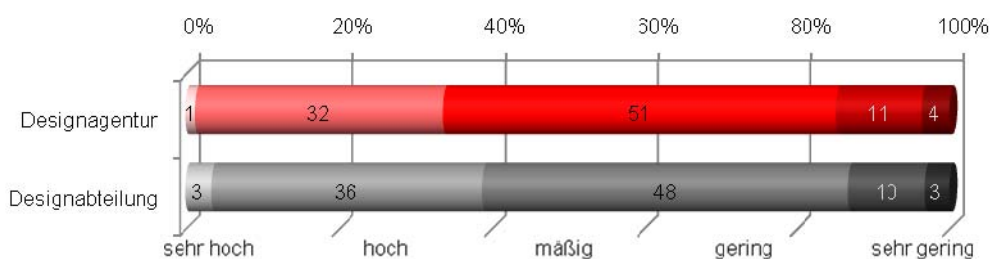


Abbildung 73: Einschätzung der gesellschaftlichen Anerkennung der Designer in Bayern

Sehr erfreulich ist die Tatsache, dass die meisten Designer mit ihrem Beruf zufrieden sind. Mehr als drei Viertel aller Designer sagen aus, dass sie zufrieden oder sogar sehr zufrieden mit ihrem Beruf sind. Besonders in Oberfranken und Oberbayern äußern sich viele Designer in dieser Hinsicht sehr positiv. Am unzufriedensten sind die Designer in Schwaben, von denen 12% sagen, sie seien unzufrieden oder sehr unzufrieden.

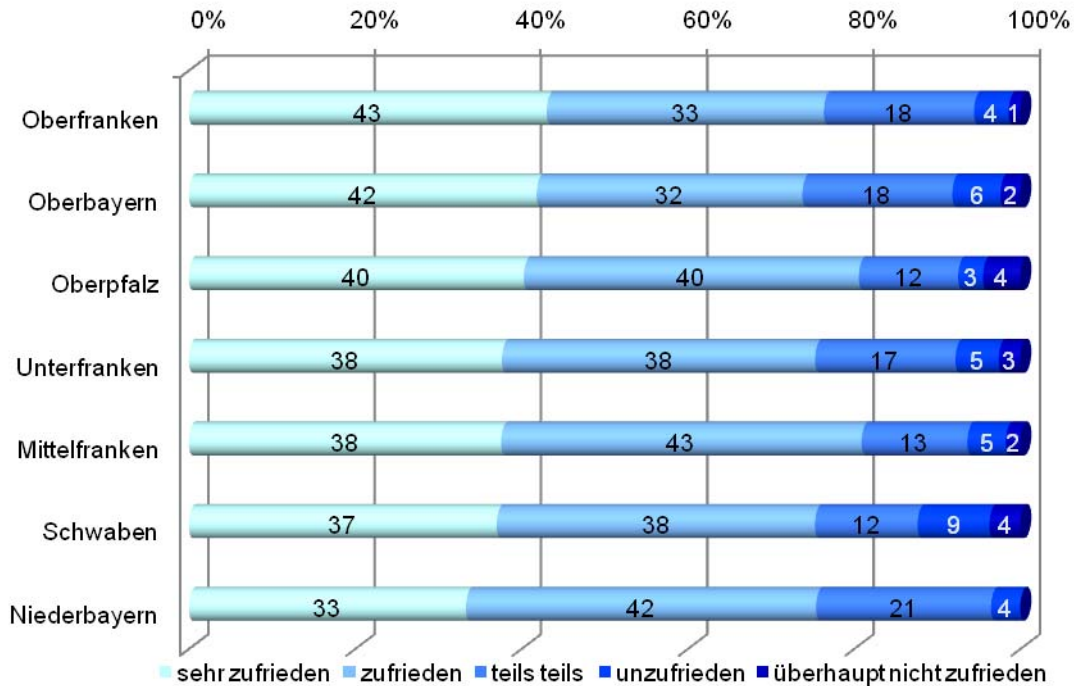


Abbildung 74: Zufriedenheit mit dem Beruf nach Regierungsbezirken

Um ein genaueres Bild über den Berufsstand des Designers zu erhalten, wurde den Designern in Agenturen die Frage gestellt, wie sie sich selbst sehen. Die überwiegende Zahl der Befragten sieht sich selbst als Dienstleister oder auch als Unternehmer. Als Künstler sehen sich nur rund 28% der Designer.

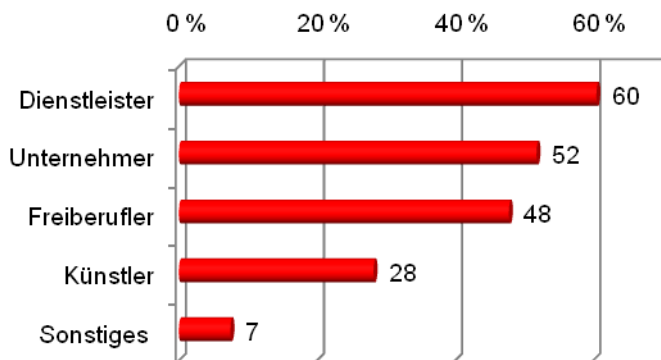


Abbildung 75: Selbstbild der Designer aus Agenturen

Neben den vorgegebenen Möglichkeiten konnten die Befragten noch eigene Angaben darüber machen, wie sie sich selbst verstehen. 12 Designer sagen aus, dass sie sich als Berater sehen, beinahe gleich viele haben von sich selbst das Bild eines Handwerkers. 8 der Befragten bezeichnen sich selbst als Designer, ebenso viele sehen sich als Innenarchitekten. Je 6 Befragte sehen sich selbst als Gestalter oder als Kreative.

Wie sehen Sie sich selbst? Sonstiges...		
Nennung	Anzahl	Anteil
Berater	12	18%
Handwerker	11	17%
Designer	8	12%
Innenarchitekt	8	12%
Gestalter	6	9%
Kreativer	6	9%
<b>Sonstige Nennungen gesamt</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>

Abbildung 76: Erste sechs Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage "Wie sehen Sie sich selbst?" (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

## 14.2 Berufsspezifische Themenfelder

Für die Designer, welche zum Teil in sehr unterschiedlichen Bereichen tätig sind, gibt es mehrere Themenbereiche, die sich bedeutend auf ihre individuelle Tätigkeit auswirken. Innovation wird von mehr als der Hälfte der Designer als sehr bedeutend bewertet. Der demographische Wandel wird nur von einem Teil als wichtig erachtet. In der Beurteilung der Wichtigkeit von Ressourceneffizienz dagegen scheiden sich die Geister zwischen den Designern aus Agenturen und den Designern, welche in Abteilungen angestellt sind.

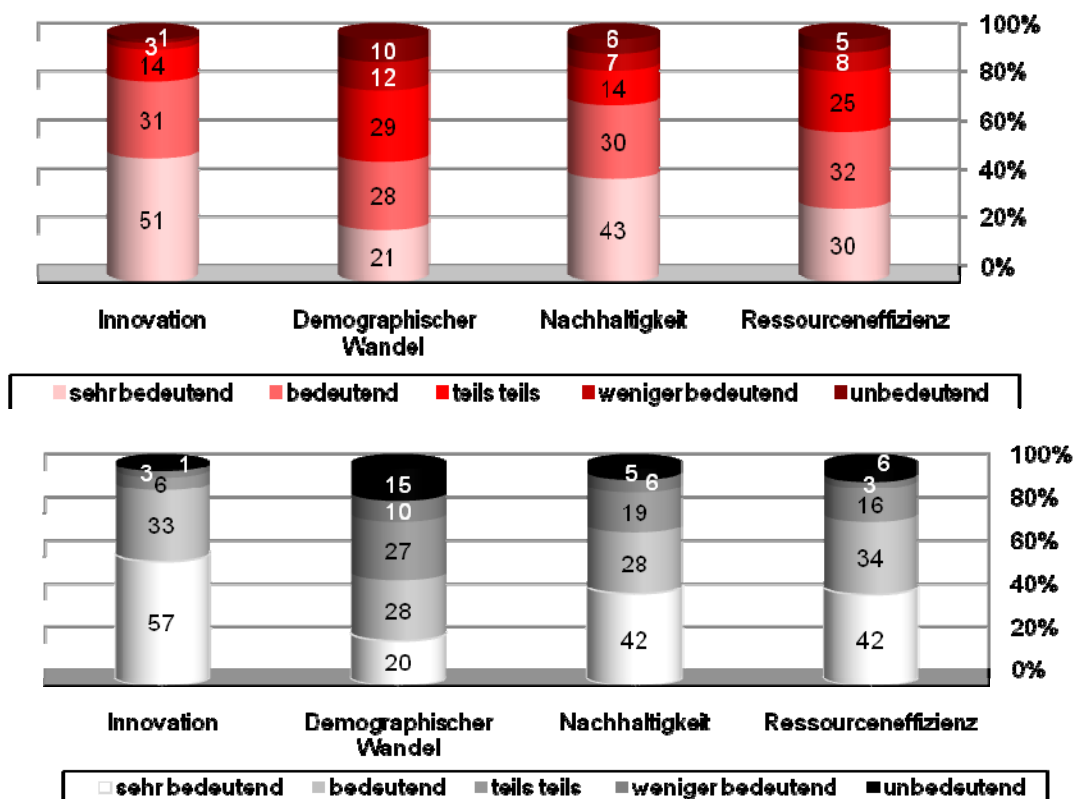


Abbildung 77: Bedeutung verschiedener Themenbereiche für die eigene Tätigkeit

Weitere Themen, die von den Designern als bedeutend eingestuft werden, sind vor allem Bildung, die von 11 Designern genannt wird, und Design, welches von weiteren 5 Befragten als wichtig angegeben wird. Gleich viele Personen, nämlich 4, halten Wirtschaftlichkeit und Kundenorientierung ebenfalls für wichtige Themenbereiche.

Welche Bedeutung haben für Ihren Tätigkeitsbereich folgende Themen? Sonstige...		
Nennung	Anzahl	Anteil
Bildung	11	15%
Design	5	7%
Wirtschaftlichkeit	4	5%
Kundenorientierung	4	5%
<b>Sonstige Nennungen gesamt</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Abbildung 78: Erste vier Nennungen der sonstigen Nennungen zur Frage "Welche Bedeutung haben für Ihren Tätigkeitsbereich folgende Themen?" (Prozentuierung auf Basis Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)

## 15 Demographie

Unter den Designern herrscht ein sichtlicher Männerüberschuss. Zwei Drittel der Designer sind Männer. Dieses Verhältnis unterscheidet sich zwischen Agenturen und Abteilungen nicht wesentlich. In Designagenturen arbeiten insgesamt etwas häufiger jüngere Designer als in Designabteilungen. In ersteren sind die meisten Designer, die an der Umfrage teilgenommen haben, zwischen 36 und 45 Jahren, während in letzteren die meisten Antwortenden zwischen 46 bis 55 Jahren alt sind.

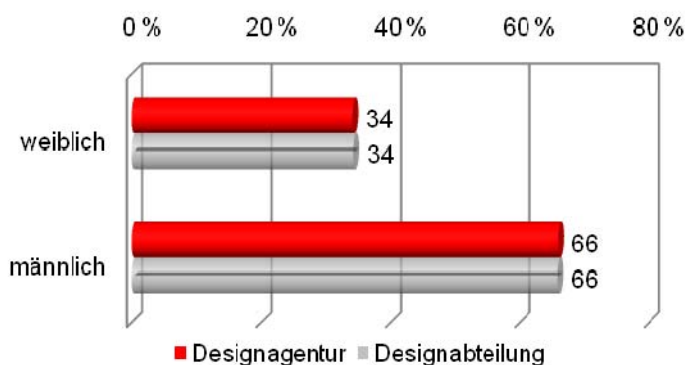


Abbildung 79: Geschlecht der Befragten

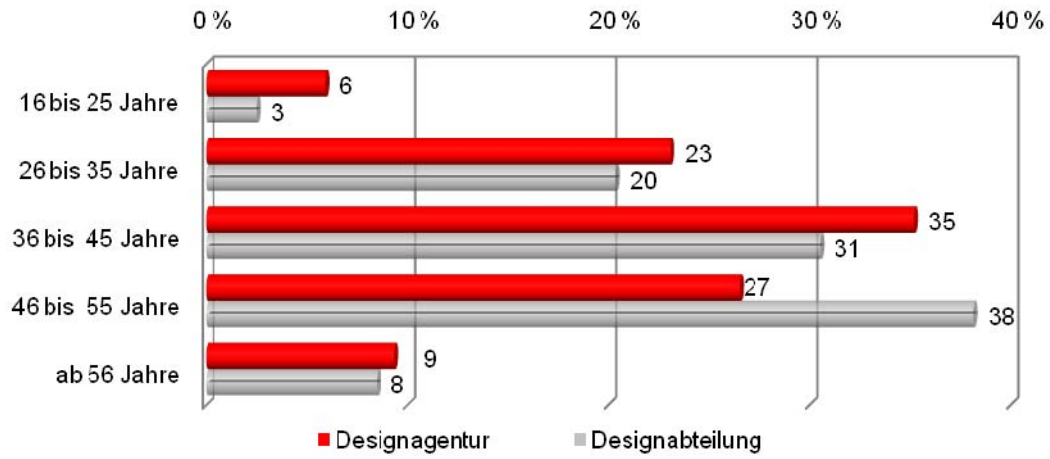


Abbildung 80: Alter der Befragten

## 16 Wünsche und Anregungen von Seiten der Designer

Den Designern wurde die Möglichkeit gegeben, Anregungen zu äußern, was auch zahlreich genutzt wurde. Unter anderem wurde oft beklagt, dass Designtätigkeiten häufig von Laien oder Designern ohne geeignete Qualifizierung durchgeführt werden. Dies führt zur Unterschätzung des Wertes von qualitativ hochwertigem Design und in der Folge auch zu Honorardumping.

*„Wenn nicht so viele selbsternannte Gestalter unterwegs wären, wäre die Auftragslage für Designer, solche mit Studium, und Innenarchitekten deutlich besser. Es kann nicht sein, dass man in ein Studium investiert und dann von selbsternannten Designern und Gestaltern verdrängt wird, weil die billiger sind. Die Berufsbezeichnungen sollten besser geschützt werden.“*

Eine weitere Aussagetendenz betrifft die Ausbildung der Designer. Hier werden vor allem die Schaffung von mehr Ausbildungs- und auch Studienplätzen gewünscht, sowie eine Verbesserung der bereits vorhandenen Ausbildungsmöglichkeiten:

*„Die Ausbildung in den Fachhochschulen müsste grundlegend verändert werden: mehr Lehr-Fachpersonal direkt aus der Design-Wirtschaft; gezieltes Vorbereiten auf das Berufsleben: was kostet Design, Designrecht, Verträge, Akquise. etc.; bessere Ausbildung in den Programmen, Programmneuheiten[...]“*

Schließlich fehlt vielen Designern eine zentrale Plattform für die Designwirtschaft, auf der Kundenkontakte aufgebaut und Weiterbildungsangebote vermittelt werden können:

*„Förderlich wäre eine Plattform, auf der man in Bayern mit mittelständischen Kunden, die am Thema ‚Design / Kommunikation / Marketing‘ interessiert sind, zusammentreffen kann.“*

## 17 Empfohlene Maßnahmen

Aus den Daten und den Anmerkungen der befragten Designer lassen sich folgende Empfehlungen an bayern design und das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie ableiten:

- Die Öffentlichkeitsarbeit von bayern design und dem StMWIVT sollte die Bedeutung der Designwirtschaft in Bayern deutlicher hervorheben.
- Die Bedeutung von qualitativ hochwertigem Design sollte stärker in das Bewusstsein von Unternehmen, vor allem in das der kleinen und mittleren Unternehmen, aber auch in das Bewusstsein von Privatpersonen, welche ebenfalls einen wichtigen Kundenstamm darstellen, gebracht werden.
- Die Position der Designer sollte sowohl durch berufsrechtliche als auch qualitative Standards gestärkt werden. Dies betrifft sowohl Urheberrechte und Designschutzrechte, als auch den Schutz des Berufsbildes „Designer“.
- Es sollten sowohl mehr Ausbildungs- als auch mehr Studienplätze für Designer geschaffen werden.
- Die Ausbildung sollte mit stärkerem Praxisbezug und vorbereitend auf den späteren Beruf erfolgen. Hierzu sollten Lehrer und Dozenten aus der Wirtschaft eingesetzt werden.
- Das Bewusstsein und das Verständnis für die Abgaben an die Künstlersozialkasse sollte bei den Auftraggebern gestärkt werden.
- Kleinstruktuierung der Designbranche, viele Einzelpersonnenunternehmen, eine geringe Mitarbeiterzahl in den übrigen Unternehmen sowie geringe Wachstumsquoten haben Vor- u. Nachteile (z.B. Flexibilität contra fehlendes Finanz- und Personalpotential). Daher sollte eine stärkere Vernetzung der Designwirtschaft gerade unter Einbeziehung der vielen „Freelancer“ und Kleinunternehmen gefördert werden, mit dem Ziel, die fehlenden Potentiale auszugleichen. Dies würde nicht zuletzt auch die internationale Konkurrenzfähigkeit stärken.

bayern design sollte sich durch verstärkte Öffentlichkeitsarbeit einen höheren Bekanntheitsgrad verschaffen. Der Wunsch nach einer Plattform, auf der Kontakte sowohl zur Designbranche als auch zu Kunden geknüpft werden können, ist sehr stark vertreten, jedoch ist bayern design den meisten befragten Designern nicht bekannt.

## 18 Anhang

### *A Untersuchungsbasis*

#### *A.1 Datengrundlage*

Die Befragung sollte auf Wunsch des Auftraggebers möglichst viele Designer in Bayern erreichen und, soweit möglich, als Vollerhebung konzipiert werden. Zur Zielgruppe der Befragung gehören daher alle Personen, die in Bayern im Bereich Design tätig sind. Dazu gehören Gestalter und Designer aller Disziplinen und Branchen, Selbstständige und Angestellte, Klein- und Großunternehmer.

Als Datengrundlage wurden von den bayerischen IHKs und mehreren Verbänden aus dem Bereich Design die Adressdatenbestände ausgewählter Wirtschaftszweige zur Verfügung gestellt. Außerdem wurden Einladungen zur Teilnahme an der Befragung über verschiedene Verbände aus Bayern an ihre Mitglieder versandt. Es wurde ein Adresspool bereitgestellt, der möglichst alle in der Designwirtschaft tätigen Designerinnen und Designer in Bayern umfasst.

Als Datengrundlage wurden folgende Datenquellen herangezogen:

- Adressbestände der bayerischen Industrie- und Handelskammern
- Adressbestände der bayern design GmbH
- Adressbestände von verschiedenen Designverbänden

Die verschiedenen Adressdatenbestände wurden von ConM in eine Adressdatenbank überführt. Durch einen Dublettenabgleich wurde sichergestellt, dass jedes Unternehmen nur einmal zur Teilnahme an der Befragung eingeladen wird. Fehlende E-Mail-Adressen wurden von ConM, soweit möglich, über Internetrecherche ergänzt. Für die Befragung wurden sowohl Designer herangezogen, die in Designagenturen, als auch in Designabteilungen größerer Unternehmen tätig sind. Außerdem wurden selbständige, freiberufliche und pausierende/arbeitslose Designer in der Studie berücksichtigt.

Es ist aber davon auszugehen, dass bei der Befragung trotzdem nicht alle Designer erreicht werden konnten. Dies resultiert daraus, dass die Datensätze der IHK und der einzelnen Verbände angesichts der großen Dynamik in der Branche nicht hundertprozentig aktuell sein können, zumal die Unternehmen nicht dazu verpflichtet sind, der IHK Adressänderungen sowie die Aufgabe ihrer Geschäftstätigkeit zu melden.

## *A.2 Branchenzuteilung*

Die der Untersuchung zugrunde liegende Branchenabgrenzung erfasst Unternehmen oder selbständig tätige Personen, deren Betätigungsschwerpunkt im Bereich der Designwirtschaft liegt. Für die Abgrenzung der Designwirtschaft wurde auf die Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008), zurückgegriffen. Die Identifikation der Unternehmen im jeweiligen Branchenschwerpunkt erfolgte laut der bei der IHK gemeldeten NACE-Codierung. Die NACE-Codes sind ein internationales System zur Klassifizierung der Wirtschaftszweige. Die verwendeten Codes wurden mit der bayern design GmbH abgestimmt.

Im Detail sind die Unternehmen der vorliegenden Studie nach folgenden Einzelbranchen der NACE-Codes von 2008 untergliedert:

### *1. Gruppe Kernbereich Design*

32.12.0	Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren
32.13.0	Herstellung von Fantasieschmuck
58.21.0	Verlegen von Computerspielen
62.01.1	Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen
71.11.2	Büros für Innenarchitektur
73.11.0	Werbeagenturen
74.10.1	Industrie-, Produkt- und Mode-Design
74.10.2	Grafik- und Kommunikationsdesign
74.10.3	Interior Design und Raumgestaltung

Die Auswahl der Einzelbranchen macht deutlich, dass die Designwirtschaft als Ganzes nicht eindeutig anhand der NACE-Codes abgegrenzt werden kann. Gerade innerhalb der Einzelbranche der Werbeagenturen (die auch die größte Gruppe der angeschriebenen Unternehmen ausmacht) ist nicht eindeutig ersichtlich, ob es sich um Unternehmen aus dem Bereich der Designwirtschaft handelt. Daher kann aus der zur Verfügung stehenden Datengrundlage auch nicht eindeutig auf die Grundgesamtheit der Designwirtschaft in Bayern geschlossen werden.

*2. Gruppe außerhalb Design, in der aber Designer arbeiten (hauptsächlich verarbeitendes Gewerbe); nur Unternehmen ab einer Größe von 200 Mitarbeitern*

- 13 Herstellung von Textilien
- 14 Herstellung von Bekleidung
- 15 Herstellung von Leder, Lederwaren und Schuhe
- 16 Herstellung von Holz-, Flecht-, Korb- und Korkwaren (ohne Möbel)
- 17 Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus
- 18 Herstellung von Druckerzeugnissen, Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild und Datenträgern
- 22 Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren
- 23 Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden
- 25 Herstellung von Metallerzeugnissen
- 26 Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen
- 27 Herstellung von elektrischen Ausrüstungen
- 29 Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen
- 30 Sonstiger Fahrzeugbau
- 31 Herstellung von Möbeln

Bei dieser Gruppe handelt es sich um Unternehmen, die nicht zur Designbranche im engeren Sinne gehören, die aber zu einer hohen Wahrscheinlichkeit eine Designabteilung unterhalten. Diese Unternehmen wurden telefonisch von ConM kontaktiert und, sofern sie eine Designabteilung unterhalten und ihr Einverständnis gegeben haben, per Mail zur Teilnahme an der Befragung eingeladen.

### *B Datenerhebung*

Die Befragung wurde als Online-Befragung durchgeführt. Die ins Handelsregister eingetragenen Unternehmen, bei denen eine E-Mail-Adresse vorlag bzw. zu ermitteln war, wurden per E-Mail zur Teilnahme an der Befragung eingeladen. Kleingewerbetreibende oder ins Handelsregister eingetragene Unternehmen, für die ausschließlich eine postalische Adresse vorlag, wurden schriftlich zur Teilnahme an der Online-Befragung eingeladen.

Allen befragten Unternehmen wurde der personalisierte Link zum Fragebogen und ein Anschreiben (unterschrieben von Herrn Dr. Gerd Gruppe vom Bayerischen Staatsministerium

für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie und von Frau Dr. Silke Claus, der Geschäftsführerin der bayern design GmbH) zugeschickt. Somit hatten alle angeschriebenen Designer die Möglichkeit, den Fragebogen im Internet auszufüllen. Hierfür wurde im Anschreiben ein Link und ein persönliches Zugangspasswort genannt. Die Angaben der Unternehmen in den Fragebögen und die Adressen der Unternehmen wurden getrennt gespeichert und nicht miteinander verbunden, so dass die Anonymität der Unternehmen gewahrt blieb.

Zusätzlich zu den personalisierten Links zum Fragebogen wurden von verschiedenen Designverbänden sowie von der bayern design GmbH nicht personalisierte Links zur Online-Befragung an ihre Mitglieder versandt.

Um den Rücklauf zu erhöhen, wurde kurz vor Ablauf der offiziellen Rücksendefrist eine Nachfassaktion gestartet. Dazu wurden alle Unternehmen, von denen die E-Mail-Adressen vorlagen und von denen bis zu diesem Zeitpunkt noch keine Antwort vorlag, noch einmal per E-Mail kontaktiert. In diesem Reminder wurde nochmals auf die Wichtigkeit einer Teilnahme hingewiesen und die Unternehmen erneut um ihre Mitarbeit gebeten. Gleichzeitig erhielten sie ihren persönlichen Link zum Online-Fragebogen.

Die Feldzeit der Online-Befragung war im Januar und Februar 2011, in deren Verlauf insgesamt 1.147 Online-Fragebogen eingingen, die anschließend von ConM ausgewertet wurden.

## *C Datenauswertung*

### *C.1 Datenerfassung*

Nach Ende der Feldzeit wurde die Online-Befragung geschlossen und Daten-Downloads erstellt. Die Ergebnisse der Befragung wurden zu einem Datensatz zusammengeführt und ausführlichen Plausibilitätskontrollen unterzogen.

### **C.2 Offene Nennungen**

Neben rein quantitativen Abfragen liefern Freitexte wertvolle Hinweise zum Untersuchungsgegenstand. Daher wurden in den Fragebogen mehrere Fragen in Form von Freitexten integriert. Diese Nennungen wurden anonymisiert, kategorisiert und (sofern sinnvoll) zusammengefasst sowie mit Häufigkeiten und Anteilswerten versehen.

### **C.3 Datenaufbereitung**

Die Auswertung der erhobenen Daten erfolgte mit wissenschaftlich fundierten Methoden. Dazu wurde eine Grundausswertung der Ergebnisse mit Hilfe statistischer Verfahren vorgenommen. Diese besteht aus der Ausweisung von Häufigkeits- und Anteilswerten sowie Mittelwerten für alle erhobenen Variablen.