

IDZ **DESIGN & COMPANY** **DOKUMENTATION** **2010/2011**



Impressum

**DESIGN & COMPANY | UNTERNEHMERISCH DENKEN UND GESTALTEN
DOKUMENTATION 2010/2011**

© IDZ Internationales Design Zentrum Berlin e. V.

Vorstandsvorsitzender: Karsten Henze

Direktorin: Cornelia Horsch

Projektleitung: Cornelia Horsch (IDZ)

Projektmanagement: Esther Schaefer, Saskia Nagel (IDZ)

Projektverwaltung: Grit Fischer (IDZ)

Wissenschaftliche Begleitung und Evaluation:

Ares Kalandides (Inpolis), Helge Aszmoneit (Rat für Formgebung)

Fotografien: Saskia Nagel (© IDZ Berlin)

Flughafen Tempelhof, Bauteil D2 | Columbiadamm 10 | 12101 Berlin

www.idz.de

Stand: Januar 2012



INHALTSVERZEICHNIS

Das Weiterbildungsprogramm Design & Company.....	4
Projektträger, -partner, -förderung	5
Pressemitteilung des IDZ	6
Veranstaltungsübersicht	8
Exkursionen 2010	12
Exkursionen 2011	14
Sprechstunden 2010	16
Sprechstunden 2011	18
Tagesworkshops 2010.....	20
Tagesworkshops 2011.....	22
Workshopreihe 2010	24
Workshopreihe 2011	26
Vorträge 2010.....	28
Vorträge 2011.....	32
Liste der Referentinnen und Referenten	38
Programmverteiler	41
Fachpresse	42
Liste bestehender Weiterbildungsangebote	48
Literaturliste.....	52

DAS WEITERBILDUNGSPROGRAMM DESIGN & COMPANY

Kreativität allein ist nicht genug. Selbstständige Designer/-innen sind auch Unternehmer/-innen, haben jedoch häufig das unternehmerische Denken nicht gelernt. So manches Projekt scheitert aus Mangel an Kompetenzen, die für eine erfolgreiche Behauptung am Markt notwendig sind. Unternehmerisches Handeln, der planvolle Umgang mit Finanzen, das Anmelden von Schutzrechten, Marketing und Kommunikation sowie Kenntnisse in Management und Strategieentwicklung tragen zum erfolgreichen Gelingen einer guten Gestaltung bei. Hierfür hat das Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ) in Kooperation mit Create Berlin und dem Rat für Formgebung in den Jahren 2010/11 das Weiterbildungsprogramm Design & Company entwickelt und durchgeführt.

Design & Company richtete sich an selbstständige Designer und Designerinnen sowie kleine Designunternehmen. In zwei Durchläufen – jeweils 2010 und 2011 – wurden im Rahmen von Workshops, Vorträgen, Exkursionen und Sprechstunden die Themenfelder Finanzen, Recht, Marketing und Kommunikation, Positionierung und Persönlichkeit sowie Organisation und Management bearbeitet. Das Qualifizierungsangebot leistete einen Beitrag zur Professionalisierung der Berliner Designszene. Gerade in Berlin, als „City of Design“, mit einem hohen Anteil an freiberuflichen Designerinnen und Designern, gab es bis dahin kaum gezielte Angebote zur professionellen Weiterbildung. Design & Company zeigte Lösungen auf, wie unternehmerisches Denken und Gestalten zu wirtschaftlichem Erfolg führen kann.

In der nachfolgenden Dokumentation werden die einzelnen Formate und deren Inhalte sowie die Referentinnen und Referenten vorgestellt. Eine detaillierte Auswertung des Weiterbildungsprogramms, der erzielten Erfolge und Handlungsrichtlinien können auch dem „**Design & Company Evaluationsbericht 2010/2011**“ entnommen werden.



PROJEKTRÄGER

Das **Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ)** versteht sich seit seiner Gründung 1968 als Kommunikationsplattform zwischen Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur und widmet sich aktuellen Fragestellungen im Design. Als Kompetenzzentrum für Design präsentiert und diskutiert das IDZ Entwicklungen im Design, ermöglicht Vernetzung und Austausch der Akteure untereinander und unterstützt deren Professionalisierung. Soziale, ökonomische und ökologische sowie ästhetische Aspekte sind Teil der Auseinandersetzung mit dem Ziel, die Arbeit von Gestalterinnen und Gestaltern zu fördern und das Designbewusstsein bei Verbrauchern und in Unternehmen zu stärken.

www.idz.de



Mit freundlicher Unterstützung von **INPOLIS**

KOOPERATIONSPARTNER

Create Berlin e. V. ist ein führendes Netzwerk der Berliner Design-Community und Anlaufstelle für Kreative bei Projekten und Ideen im Bereich Design rund um den Kreativstandort Berlin: Als international ausgerichtetes Netzwerk kuratiert und organisiert Create Berlin Designprojekte im In- und Ausland zur Förderung der Berliner Kreativwirtschaft und des Standorts. Vor allem junge Berliner Start-Ups aus allen Bereichen im Design organisieren sich innerhalb des Netzwerkes Create Berlin.

www.create-berlin.de

Der **Rat für Formgebung** wurde 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages gegründet, um dem wachsenden Informationsbedarf der Wirtschaft zum Thema Design zu entsprechen. Heute gehört der Rat für Formgebung zu den weltweit führenden Kompetenzzentren für Kommunikation und Know-how-Transfer im Bereich Design. Seinem Stifterkreis gehören aktuell 160 in- und ausländische Unternehmen an, die zusammen mehr als 1,6 Millionen Mitarbeiter beschäftigen.

www.german-design-council.de

**PROJEKTFÖRDERUNG**

Das Projekt wurde gefördert aus Mitteln des Förderprogramms „**Qualifizierung Kulturwirtschaft – KuWiQ**“. Das Programm ist eine Initiative der Berliner Kulturverwaltung zur Unterstützung nichtfachlicher Fortbildungsangebote in den Kreativberufen. Es wird aus Mitteln des **Europäischen Sozialfonds (ESF)** gespeist und hat eine Laufzeit bis 2015.

**STRATEGISCHE PARTNER**

Das Projekt wurde empfohlen vom **Verband Deutscher Industrie Designer e. V.**, der **Allianz deutscher Designer e. V.** und dem **Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e. V.** Mitglieder dieser Verbände erhielten 10% Rabatt auf die Gäste-Teilnahmegebühr der Design & Company: Workshopreihe und Tagesworkshops.

www.vdid.de

www.agd.de

www.bdg-designer.de



DESIGN & COMPANY – PRESSEMITTEILUNG DES IDZ

4. Juli 2011: Design & Company: Unternehmerische Nachhilfe für Berliner Designerinnen und Designer kommt an. Seit einem Jahr unterstützt und berät das IDZ – gefördert vom Europäischen Sozialfonds – Berliner Designerinnen und Designer. Zeit für ein erstes Resümee.

Das Designstudium ist längst abgeschlossen, der Kopf voller Ideen und der Tatendrang groß. Wer freiberuflich als Designer/-in tätig ist, muss im Berufsalltag immer neue Hürden überwinden, denn nicht nur Kreativität ist hier gefragt, sondern auch unternehmerisches Verständnis. Hierzu bietet das Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ) das Weiterbildungsprogramm „Design & Company – unternehmerisch denken und gestalten“ an.

„Die meisten legen einfach erst mal los“, beschreibt Esther Schaefer, beim IDZ verantwortlich für das Projektmanagement von Design & Company, wie Designer/-innen die Freiberuflichkeit angehen. Doch wie erlernt der zurückhaltende Grafikdesigner, Kunden im Rahmen einer Präsentation zu begeistern? Wie errechnet die Produktdesignerin einen Stundensatz, der konkurrenzfähig und lukrativ ist? Und wie nutzen beide die neuen Social Media-Netzwerke effektiv, um sich und ihr Unternehmen bekannt zu machen und Kunden zu gewinnen?

In Kooperation mit Create Berlin und dem Rat für Formgebung bietet das IDZ das Weiterbildungsprogramm „Design & Company – unternehmerisch denken und gestalten“ an. Freiberufliche Designer/-innen werden hier mit dem notwendigen unternehmerischen Rüstzeug ausgestattet. In Workshops, Vorträgen, Einzelberatungen und Exkursionen

werden die Themenfelder Finanzen, Recht, Marketing und Kommunikation, Positionierung und Persönlichkeit sowie Organisation und Management bearbeitet. Das Angebot ist in dieser Form nicht nur in Berlin, sondern deutschlandweit einzigartig. Im Gegensatz zu anderen Weiterbildungsmaßnahmen ist Design & Company speziell auf die Designbranche zugeschnitten und überzeugt nicht zuletzt durch eine erschwungliche Preisgestaltung. Dies macht die Förderung aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) möglich. Die Mittel fließen im Rahmen der „Qualifizierung Kulturwirtschaft – KuWiQ“, einer Initiative der Berliner Kulturverwaltung zur Unterstützung nichtfachlicher Fortbildungsangebote in den Kreativberufen.

Der aktuelle Evaluationsbericht zeigt einen großen Bedarf in der Berliner Designbranche an solchen Maßnahmen auf. Es sind weniger junge Absolventinnen und Absolventen, die das Angebot wahrnehmen – vielmehr liegt das Altersspektrum der Teilnehmer/-innen zwischen 30 und 50 Jahren. Design & Company spricht damit vor allem Designer/-innen mit Berufserfahrung an. „Wie setzt sich ein Stundensatz genau zusammen? Wie formuliere ich ein passendes Angebot? Das waren immer die größten Fragezeichen. Nun habe ich ein Gefühl dafür bekommen, was meine Leistung eigentlich wert ist“, so ein Teilnehmer nach einem Workshop. Als besonders fruchtbar erweist sich außerdem der Austausch mit Kolleginnen und Kollegen



während der Veranstaltungen: *„Die gemeinsame Zeit mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus Produkt-, Mode und Kommunikationsdesign war bereichernd. Besonders, zu hören, wie Leute, die ähnlich positioniert sind, arbeiten.“* Design & Company kommt gut an – dieses Fazit lässt sich nach einem Jahr ziehen. Das Programm schließt eine echte Bedarfslücke. Das beweisen sowohl die Teilnehmerzahlen als auch die Bewertungen im Rahmen der Evaluation. Auch für das IDZ selbst stellt Design & Company einen wichtigen Bereich dar, der zukünftig mit entsprechender Förderung weiter ausgebaut werden soll: *„Über das Programm können wir uns, neben den globalen auch wieder mit den kleineren, ganz konkreten Fragen des Designs beschäftigen“*, erklärt Cornelia Horsch, die Leiterin des IDZ. *„Unser Ziel ist es, das Design & Company Programm als feste Größe und langfristig finanziell eigenständig bei uns zu implementieren – damit die Designförderung im IDZ auch im Bereich Weiterbildung eine konkrete Adresse hat. Wir freuen uns, weiterhin viele Teilnehmer/-innen in unseren Räumlichkeiten begrüßen zu dürfen.“*



FORMAT JAHR	DATUM	VERANSTALTUNG	TEILNEHMER
Exkursionen 2010	02. Juli	Fraunhofer-Institut für Nachrichtentechnik, Abteilung Interaktive Medien – Human Factors	19
	03. September	Druckhaus Schöneeweide	18
	24. September	110%ig	14
	08. Oktober	Werk5	24
	05. November	FontShop	21
	02. Dezember	Semperlux	17
Exkursionen 2011	25. Februar	Deutsches Institut für Normung	11
	18. März	System 180	9
	08. April	visavis Filmproduktion	8
	13. Mai	Wissenschafts- und Technologiepark Adlershof	6
	24. Juni	Die Gestalten Verlag	23
Sprechstunden 2010	14. Oktober	Fraunhofer-Institut für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik IPK	17
	22./23. Juni	Selbsteinschätzung und individuelle Zielsetzung im Beruf sowie die Bedeutung und Bewertung von Persönlichkeit, Qualifikation und Erfahrungen als Designer/-in	8
	21./22. Juli	Positionierung und Persönlichkeit als Designer/-in	8
	20./21. September	Eigenmarketing und Kommunikationsmittel für Designer/-innen	7
	29. Okt./01. Nov.	Finanzen, Kalkulation und Existenzgründung für Designer/-innen	8
	26./29. November	Organisation und Management für Designer/-innen	4
	06. und 13. Dezember	Recht für Designer/-innen	9



FORMAT JAHR	DATUM	VERANSTALTUNG	TEILNEHMER
Sprechstunden 2011	03./04. Mai	Selbsteinschätzung und individuelle Zielsetzung im Beruf sowie die Bedeutung und Bewertung von Persönlichkeit, Qualifikation und Erfahrungen als Designer/-in	8
	09./10. Juni	Positionierung und Persönlichkeit als Designer/-in	8
	08./11. Juli	Eigen-PR und Marketing-Kommunikationsmittel für Designer/-innen	8
	08./09. September	Finanzen, Kalkulation und Absicherung für Designer/-innen	6
	07./10. Oktober	Coaching für Designer/-innen: Berufliche Orientierung, Work-Life-Balance	8
	04./07. November	Recht für Designer/-innen: Verträge, Ideenschutz und rechtspraktische Tipps	9
Tagesworkshops 2010	04. Oktober	PR als Marketinginstrument für Designer/-innen: Pressearbeit	13
	05. Oktober	PR als Marketinginstrument für Designer/-innen: Social Media	13
	08. November	Präsentation und öffentlicher Auftritt	10
Tagesworkshops 2011	20. Juni	Kunden gewonnen, Seele behalten: Akquisition für Designer/-innen	12
	21. Juli	Geld oder Leben: Überzeugender verhandeln	12
	17. Oktober	Das Wort zum Bild: Texten, Schreiben, Formulieren für Designer/-innen	12
	18. Oktober	Pressearbeit für Designer/-innen: In die Medien kommen und dort bleiben	12



FORMAT JAHR	DATUM	VERANSTALTUNG	TEILNEHMER
Workshopreihe 2010	17./18. Juni	Selbst-Analyse	15
	08./09. Juli	Positionierung und Persönlichkeit	15
	09./10. September	Marketing und Kommunikation	15
	14./15. Oktober	Finanzen	15
	11./12. November	Organisation und Management	15
	09./10. Dezember	Recht	15
Workshopreihe 2011	14./15. April	Selbst-Analyse	16
	26./27. Mai	Positionierung und Persönlichkeit	16
	30. Juni/01. Juli	Marketing und Kommunikation	16
	25./26. August	Finanzen	16
	29./30. September	Organisation und Management	16
	27./28. Oktober	Recht	16
Vorträge 2010	18. Mai	Gestalter als Unternehmer – genial oder geschäftsuntüchtig?	53
	20. Mai	Von der Idee zum Erfolg – Was bringt Coaching für Design-Unternehmen?	37
	13. Juli	Der öffentliche Auftritt: Sprache und Vortrag	50
	15. Juli	Der öffentliche Auftritt: Präsentation und Moderation	32
	14. September	Kommunikation und Marketing: Web 2.0	17
	16. September	Kommunikation und Marketing: Netzwerken	9
	19. Oktober	Existenz: Krisen und Wandel	15
	21. Oktober	Existenz: Gründung und Stolpersteine	28



FORMAT JAHR	DATUM	VERANSTALTUNG	TEILNEHMER
	16. November	Transparente Kalkulation: Wert und Nutzen von Designleistungen	67
	18. November	Designers' Alltag: von A wie Auftraggeber bis Z wie Zeitdruck	23
	14. Dezember	Gute Ideen gut geschützt	28
	16. Dezember	Das kleine 1x1 des Rechts für Designer/-innen	16
Vorträge 2011	15. Februar	Kommunikationsbranche Berlin: Einblicke	27
	17. Februar	Akquisition: Auftraggeber neu gewinnen und halten	89
	08. März	Konfliktlösung: Wenn's knirscht in der Kundenbeziehung	23
	10. März	Renaissance der Regeln – Balance der Freiheiten	27
	12. April	Gelungenes Briefing – Gelungener Auftrag	50
	17. Mai	Signale geben, selbst und ständig	24
	07. Juni	Designprojekte erfolgreich planen, steuern und gestalten	22
	13. September	Das kleine 1x1 des Vertriebs für Designer/-innen	33
	15. September	Erst die Idee und dann der Auftrag? Kriterien zur Vertragsgestaltung und Auftragsabwicklung	21
	11. Oktober	Pitch: über den Agenturwettbewerb zur guten Zusammenarbeit?	8
	08. November	Der Ton macht die Musik: Kundengespräche erfolgreich führen	33
	17. November	Gallery Walk Beratung, Finanzierung und Ideenschutz: 8 Services stellen sich vor	16



Im Rahmen der Design & Company: Exkursionen wurden Berliner Designunternehmen, Handwerksbetriebe sowie Technologie- und Innovationszentren besucht. Das Kennenlernen neuer Arbeitsweisen, Verarbeitungsmethoden und innovativer technischer Lösungen diente der Anregung des eigenen unternehmerischen Handelns.

Freitag, 2. Juli 2010

FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR NACHRICHTENTECHNIK, ABTEILUNG INTERAKTIVE MEDIEN – HUMAN FACTORS

Diese Design & Company: Exkursion führte ins Fraunhofer-Institut für Nachrichtentechnik. Als technische Schnittstelle zum Design ist das Medienlabor des Forschungsinstituts besonders für Designer/-innen der Bereiche Multimedia, Messe, Event, Ausstellungen, Public- und Produkt-Design interessant. In der Vision der Abteilung Interaktive Medien – Human Factors wird die heutige Interaktionsform mit elektronischen Geräten abgelöst von dreidimensionalen Kooperationsräumen, in welchen wir intuitiv interagieren, ohne Hilfsmittel, direkt durch Gesten und Sprache. Die berührungslose Mensch-Maschine-Interaktion, unter besonderer Berücksichtigung der Usability, konnte im Medienlabor erprobt werden. Besondere Betrachtungserlebnisse boten hierbei die autostereoskopischen 3D-Displays.

Freitag, 3. September 2010

DRUCKHAUS SCHÖNEWEIDE

Die Design & Company: Exkursion führte ins Druckhaus Schöneeweide, welches mit rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu den größten Berliner Unternehmen der Druckbranche gehört. Besonders interessant ist der Druckdienstleister für Designer/-innen der Bereiche Grafik- und Kommunikationsdesign sowie für alle, die Printmedien nutzen. Die Exkursion begann mit einer Führung durch die Druckvorstufe, den Bogen- und Rollenoffsetdruck sowie die Weiterverarbeitung. Im Anschluss wurden anhand von Mus-

tern Aspekten wie Farbe, Papier, Veredelung und neueste Techniken erläutert. Abschließend wurde das Zusammenspiel zwischen den Designerinnen und Designern und Druckerei thematisiert.



Freitag, 24. September 2010

110%IG

Während dieser Design & Company: Exkursion wurde die Zwischenmeisterei 110%ig besucht. Hier werden Prototypen, Musterkollektionen und Produktionschargen für Modedesigner/-innen gefertigt. Der Einblick in die DOB- und HAKA-Produktion ist besonders für Designer/-innen aus dem Modebereich interessant. Die Exkursion begann mit einem Blick in die Werkstatt. Im Anschluss wurde der Produktionsablauf anhand konkreter Stücke erläutert und das Zusammenspiel von Designer/-in und Zwischenmeisterei besprochen.

„Realitycheck!“

Freitag, 8. Oktober 2010

WERK5

Die vierte Design & Company: Exkursion führte zu Werk5. Hier werden Prototypen und Modelle für die Produktentwicklung und den Architekturbereich erstellt. Der Einblick in die Fertigung, speziell das 5-Achs-CNC-Fräsen und das 3D-Plotten, ist besonders für Designer/-innen der Bereiche Industrial- und Produkt-Design, Messe und Ausstellungen sowie für Architekten und Architektinnen interessant. Während der Exkursion wurde die Werkstatt besichtigt und der Produktionsablauf mitsamt besonderer Techniken und Kosten anhand von Beispielen erläutert. Auch die Zusammenarbeit von Designer/-in und der Firma Werk5 war Thema.

Freitag, 5. November 2010

FONTSHOP

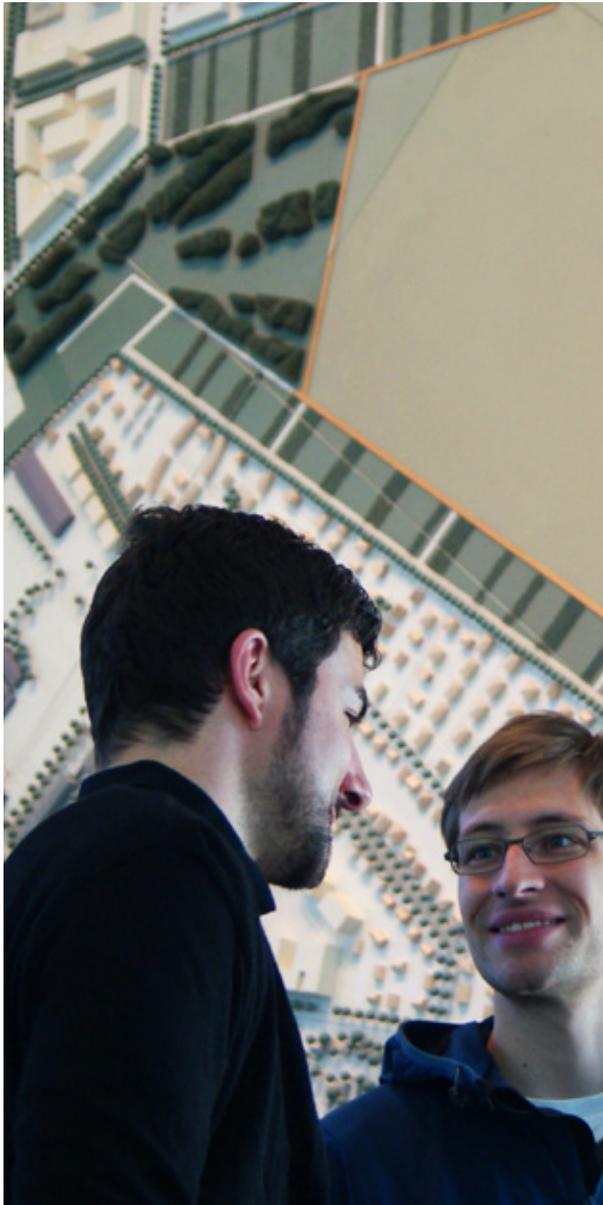
Während dieser Design & Company: Exkursion ging es zu FontShop. Der Schrift- und Bildanbieter, Fontblogger und Ausrichter der TYPO-Konferenz bot Einblick ins Unternehmen – interessant für Kommunikationsdesigner/-innen und alle, die mit Schriften arbeiten. Während der Exkursion wurden die Unternehmensentwicklung und -struktur sowie die Arbeitsabläufe erläutert. Wie Schriften entstehen, diese zu FontShop kommen und wie sich die Zusammenarbeit mit Schriftdesignerinnen und -designern gestaltet, aber auch Technikbesonderheiten, Nutzungslizenzen und Trends im Schriftdesign wurden angesprochen.

Donnerstag, 2. Dezember 2010

SEMPERLUX

Der Berliner Leuchtenhersteller Semperlux inszeniert mit seinen Lichtlösungen für Innen und Außen seit über 60 Jahren Räume, Straßen und Plätze in aller Welt. Diese Exkursion richtete sich an alle, die mit Licht und Raum arbeiten. Thematisiert wurden die Unternehmensentwicklung, die Technik und das Design bei Semperlux. Die Teilnehmenden wurden eingeladen, während eines Mini-Workshops, im Dialog mit Lighting Designern des Unternehmens, Leuchten zu entwerfen. Die große Sparbogenlampe von Peter Behrens, ein Goniofotometer (zur Messung der Lichtverteilung von Leuchten) sowie der Leuchtenpark auf dem Firmengelände wurden besichtigt.





Freitag, 25. Februar 2011

DIN DEUTSCHES INSTITUT FÜR NORMUNG

Die Exkursion führte zum Deutschen Institut für Normung (DIN). 30.000 Normen zu Themen wie Barrierefreiheit, Schutzkleidung oder Warnfarben, können hier gesichtet werden. Normen beeinflussen uns Tag für Tag: wer beispielsweise eine ungenormte Treppe benutzt, spürt dies sofort am eigenen Leib. Wie geprüft wird, welche Kräfte zum Öffnen einer Verpackung notwendig sind oder wie Entwicklungen der Bionik für das tägliche Leben nutzbar gemacht werden können, wurde ebenfalls thematisiert. Anhand eines geführten Rundgangs durch die Dauerausstellung „NormenWerk“ und die Sonderausstellung „FörderWerk“ wurden Aspekte wie Entstehung und Wirken von Normen, Innovationsbeschleunigung, Ressourcenschonung und Wirtschaftsförderung durch Normen erläutert und dargestellt.

Freitag, 18. März 2011

SYSTEM 180

Die Exkursion führte zu System 180. Als universell skalierbare Lösung für den Ausstellungsbau entwickelt, ist System 180 heute ein modulares, erweiterbares Möbelsystem für den Home-, Office- und Eventbereich. Durch das patentierte Verbindungsprinzip bieten sich nahezu unbegrenzte Möglichkeiten, Möbel nach individuellen Vorgaben zu planen. System 180 wird seit 1989 in Berlin produziert, weiterentwickelt und weltweit vertrieben. Im Rahmen der Exkursion wurde die Unternehmensentwicklung, die Tech-

nik und das Design von System 180 anhand von Beispielen aufgezeigt. Darüber hinaus wurden Einblicke ins Marketing und in die Produktion gegeben und die Zusammenarbeit mit Designerinnen, Designern, Architektinnen und Architekten thematisiert.

8. April 2011

VISAVIS FILMPRODUKTION

Die Exkursion führte zur Filmproduktion visavis. Das Unternehmen versteht sich als Komplettdienstleister rund um das Thema Bewegtbild für die Wirtschaft, Fernsehanstalten und öffentliche Einrichtungen. Visavis' Angebot reicht von der Konzeptentwicklung über das Drehbuch und die Regie bis zur technischen Fertigung und Postproduktion von Image-, Werbe-, Musik- und Dokumentarfilmen sowie dem Verleih technischer Geräte. Im Rahmen der Exkursion wurden das Angebotsspektrum und die technischen Möglichkeiten von visavis anhand von Beispielen gezeigt. Der Produktionsablauf von der Idee bis zum fertigen Filmclip wurde während des Rundgangs durch das Unternehmen veranschaulicht. Darüber hinaus wurden technische Besonderheiten erläutert und die Zusammenarbeit mit Agenturen, Designerinnen und Designern thematisiert.

Freitag, 13. Mai 2011

WISSENSCHAFTS- UND TECHNOLOGIEPARK ADLERSHOF

Diese Design & Company: Exkursion führte zum Wissenschafts-, Wirtschafts- und Medienstandort Adlershof. Elf außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, sechs Institute der Humboldt-Universität und über 800 Firmen haben sich hier in modernen Technologie- und Gründerzentren angesiedelt – eingebettet in ein städtebauliches Gesamtkonzept. In Form einer geführten Fahrradtour wurde der Wissenschafts- und Technologiepark erkundet. Während der Führung wurden die Gründerzentren, ausgewählte Unternehmen und Forschungseinrichtungen, die preisgekrönte Architektur und die Entwicklung des Standortes thematisiert.

Freitag, 24. Juni 2011

DIE GESTALTEN VERLAG

Die Exkursion führte zum Berliner Verlag Die Gestalten. Dieser veröffentlichte seit 1995 über 400 Bücher zu Design, Typografie, Fotografie, Architektur und Kunst. Titel wie beispielsweise die Los Logos-Reihe vermitteln inhaltlich wie formal einen konkurrenzlos detaillierten Überblick über aktuelle gestalterische Entwicklungen. Im neuen Gestalten Space in Mitte wird neben Büchern und ausgewählten Produkten auch ein abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm angeboten. Während dieser Exkursion wurde anhand von Beispielen thematisiert, wie der Die Gestalten Verlag die visuelle Kultur findet, fördert, dokumentiert und vertreibt. Es wurde die Zusammenarbeit mit Designerinnen und Designern sowie die Verlagsstruktur erläutert.

Freitag, 14. Oktober 2011

FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR PRODUKTIONSANLAGEN UND KONSTRUKTIONSTECHNIK IPK

Diese Exkursion verschaffte Einblicke in das Geschäftsfeld „Virtuelle Produktentwicklung“ des Fraunhofer-Institut IPK. Verwirklicht wird hier die Vision einer vollständigen Digitalisierung des Produktentstehungsprozesses. Was virtuelle Produktentwicklung ist, wie Produktmodellierung funktioniert und wie Systeme anhand von Hybrid Prototypen bewertet werden können, wurde während der Exkursion gezeigt. Auch wurden einige System-Prototypen demonstriert, u. a. ein 3D-Skizziersystem. Durch Beispielszenarien zur Produktentstehung 2015 wurde ein Blick in die Zukunft geworfen und die Rolle von Designerinnen und Designern thematisiert.



Die Design & Company: Sprechstunden boten individuelle Einzelberatung. Im Gespräch mit einem Coach oder einem/einer Berater/-in konnten eigene Stärken, Schwächen und Handlungsfelder identifiziert werden. Kompetenzen und Kompetenzdefizite wurden gemeinsam herausgearbeitet und Ziele definiert bzw. Handlungsempfehlungen erstellt.

Dienstag, 22. Juni und Mittwoch, 23. Juni 2010

SELBSTEINSCHÄTZUNG UND INDIVIDUELLE ZIELSETZUNG IM BERUF SOWIE DIE BEDEUTUNG UND BEWERTUNG VON PERSÖNLICHKEIT, QUALIFIKATION UND ERFAHRUNGEN ALS DESIGNER/-IN

Wo stehe ich im Beruf? Wo will ich hin? Was hindert mich? waren Ausgangsfragen eines individuellen Coachings mit Klemens Wannemacher, Kreativ Coaching Berlin.

Klemens Wannemacher, Jahrgang 1959, ist in Utrecht und Berlin ausgebildeter Coach, diplomierter Theaterregisseur und Sozialpädagoge. Er war in der künstlerischen Leitung der Kampnagel Kulturfabrik in Hamburg tätig und Programmmanager für die europäische Kulturhauptstadt Rotterdam.

Mittwoch, 21. Juli und Donnerstag, 22. Juli 2010

POSITIONIERUNG UND PERSÖNLICHKEIT ALS DESIGNER/-IN

Wer bin ich unter den Anderen? In welchem Umfeld stehe ich? Was ist meine persönliche Kommunikationsstrategie? Hier setzte das individuelle Coaching mit Prof. Dr. Bettina Fackelmann, Beraterin für konstruktive Kommunikation an. Sie sagt: „*Wenn man weiß, wofür man steht, lässt es sich erheblich leichter kommunizieren.*“

Prof. Dr. Bettina Fackelmann ist Kommunikationswirtin und promovierte zum Thema „Kommunikation in Veränderungsprozessen“. Sie war Projektmanagerin in unterschiedlichen Design-Agenturen, zuletzt als Mitglied der Geschäftsleitung. Seit fünf Jahren ist sie als freie Beraterin für konstruktive Kommunikation tätig.



„Man bekommt eine konkrete Vorstellung davon, was man eigentlich will.“

Montag, 20. September und Dienstag, 21. September 2010

EIGENMARKETING UND KOMMUNIKATIONSMITTEL FÜR DESIGNER/-INNEN

Fragen wie: „Welche Kommunikationsstrategie verfolge ich mit welchen Mitteln, um meinen Markt zu erreichen?“ waren Ausgangspunkte einer individuellen Einzelberatung durch Juliane Zielonka, Creative Planner bei Piäbo.

Juliane Zielonka ist Internet-Pionierin seit 1994, studierte Grafik Designerin und Marketing-Kommunikationswirtin. Sie war kreativ und konzeptionell für internationale Markenprojekte tätig und leitet als Creative Planner die Strategie-Unit der PR und Social Media Agentur Piäbo.

Freitag, 29. Oktober und Montag, 1. November 2010

FINANZEN, KALKULATION UND EXISTENZGRÜNDUNG FÜR DESIGNER/-INNEN

Fragen der sozialen Absicherung, die Erstellung eines fundierten Businessplans, mögliche Hilfestellungen bei der Existenzgründung, Künstlersozialkasse, Preiskalkulation sowie Verkauf und Verhandlungsführung waren Inhalte der individuellen Einzelberatung durch Thorsten Harms.

Der gelernte Bankkaufmann, studierte Kulturwissenschaftler und Betriebswirt **Thorsten Harms** berät als ausgebildeter Trainer und Coach seit zehn Jahren in den Bereichen Kommunikation und Karriereplanung und ist auf die Existenzgründung von Designern spezialisiert. Er ist als Dozent an der UdK Berlin, an der Internationalen Berufsakademie für Betriebswirtschaft tätig und als Coach für die KfW-Bankengruppe gelistet.

Freitag, 26. November und Montag, 29. November 2010

ORGANISATION UND MANAGEMENT FÜR DESIGNER/-INNEN

Fragen zu Planung und Strukturierung von Arbeitsprozessen und Projekt-, Zeit- und Qualitätsmanagement, Mitarbeiterführung und Delegieren sowie die Beziehung zum Kunden waren Ausgangspunkte der individuellen Einzelberatung durch Peter M. Scholz, von Team Peter M. Scholz, Strategische Kommunikation.

Peter M. Scholz ist Kommunikationsdesigner und Berater. Er war für nationale und internationale Designbüros tätig und ist seit 20 Jahren selbstständig. Sein Fokus liegt heute auf der Unterstützung von Unternehmen in Veränderungsprozessen durch strategische Kommunikation.

Montag, 6. Dezember und Montag, 13. Dezember 2010

RECHT FÜR DESIGNER/-INNEN

Wie schütze ich meine Ideen? Welche Geschäftsbedingungen habe ich und welche Risiken gehe ich ein? Verträge, Lizenzen, Gewährleistung sowie rechtspraktische Tipps für den Designbereich waren Aspekte einer individuellen Rechtsberatung durch Dr. Christian Volkmann und Raphael Gaßmann, Rechtsanwälte bei Merleker Mielke.

Dr. Christian Volkmann und **Raphael Gaßmann** beraten Agenturen, Designer/-innen und Unternehmen in allen Fragen des Schutzes geistigen Eigentums, bei der Vertragsgestaltung sowie bei der Klärung und Wahrnehmung ihrer Rechte. Dr. Christian Volkmann ist zugleich Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz.



Dienstag, 03. Mai und Mittwoch, 04. Mai 2011

SELBSTEINSCHÄTZUNG UND INDIVIDUELLE ZIELSETZUNG IM BERUF SOWIE DIE BEDEUTUNG UND BEWERTUNG VON PERSÖNLICHKEIT, QUALIFIKATION UND ERFAHRUNGEN ALS DESIGNER/-IN

Fragen wie: „Wo stehe ich im Beruf?“ oder „Was hindert mich?“ waren Ausgangspunkte eines individuellen Coachings mit Klemens Wannemacher

Klemens Wannemacher ist ein in Utrecht und Berlin ausgebildeter Coach, diplomierter Theaterregisseur und Sozialpädagoge. Er war in der künstlerischen Leitung der Kampnagel Kulturfabrik in Hamburg tätig und Programm-macher für die europäische Kulturhauptstadt Rotterdam.

Donnerstag, 09. Juni und Freitag, 10. Juni 2011

POSITIONIERUNG UND PERSÖNLICHKEIT ALS DESIGNER/-IN

Fragen wie: „Wer bin ich unter den Anderen? Was ist meine persönliche Kommunikationsstrategie?“ waren Basis des individuellen Coachings mit Prof. Dr. Bettina Fackelmann, Beraterin für konstruktive Kommunikation. Sie sagt: „*Wenn man weiß, wofür man steht, lässt es sich erheblich leichter kommunizieren*“.

Prof. Dr. Bettina Fackelmann ist Kommunikationswirtin und promovierte zum Thema „Kommunikation in Veränderungsprozessen“. Sie war Projektmanagerin in verschiedenen Design-Agenturen, zuletzt als Mitglied der Geschäftsleitung bei MetaDesign. Seit fünf Jahren ist sie als freie Beraterin für konstruktive Kommunikation tätig. Sie lehrt an der design akademie berlin.

Freitag, 8. Juli und Montag, 11. Juli 2011

EIGEN-PR UND MARKETING-KOMMUNIKATIONSMITTEL FÜR DESIGNER/-INNEN

Fragen wie „Welche Kommunikationsstrategie verfolge ich mit welchen Mitteln, um meine Kunden/meinen Markt zu erreichen?“, „Welche Werkzeuge der Public Relations sind zielführend für mein Designunternehmen und wie gehe ich vor?“ oder „Über welche Kanäle gewinne ich am besten neue Auftraggeber?“ waren Grundlage einer individuellen Einzelberatung durch Juliane Zielonka, Senior Produktmanager Online bei der finanzen.de AG.

Juliane Zielonka ist ausgebildete Grafikdesignerin und hat ein Diplom in Marketing-Kommunikation. Die Internet-Pionierin ist seit über 15 Jahren im Web zu Hause, hat kreativ und konzeptionell internationale Markenprojekte verantwortet und liebt es, Produkte und Prozesse zu vereinfachen. Ihr Motto: „*Connecting businesses with buyers.*“

„Ich habe nun mehr Sicherheit in meinem beruflichen Alltag.“





Donnerstag, 08. September und Freitag, 09. September 2011

FINANZEN, KALKULATION UND ABSICHERUNG FÜR DESIGNER/-INNEN

Wie kalkuliere ich einen angemessenen Stundensatz und vertrete diesen vor dem Kunden? Wie sichere ich mich sozial ab? Wie bereite ich einen Businessplan vor? Um solche Fragen ging es bei der individuellen Einzelberatung mit Thorsten Harms, Karrierecoach & Kommunikationsberater. Aspekte zur Verhandlungsführung, zum Finanzamt sowie zur Künstlersozialkasse konnten hier ebenfalls thematisiert werden. Die Sprechstunde konnte außerdem als Einstiegsgespräch zur Existenzgründung dienen und Fragen zur Begleitung und Finanzierung klären.

Thorsten Harms ist gelernter Bankkaufmann, studierter Kulturwissenschaftler und Betriebswirt. Als ausgebildeter Trainer und Coach berät er seit zehn Jahren in den Bereichen Kommunikation und Karriereplanung und ist auf die Existenzgründung von Designern spezialisiert. Er ist als Dozent an der Universität der Künste Berlin sowie an der Internationalen Berufsakademie für Betriebswirtschaft tätig und als Coach für die KfW-Bankengruppe gelistet.

Freitag, 07. Oktober und Montag, 10. Oktober 2011

COACHING FÜR DESIGNER/-INNEN: BERUFLICHE ORIENTIERUNG, WORK-LIFE-BALANCE

Ich möchte oder muss mich beruflich verändern – wie gelingt mir der Neuanfang? Fragen zur beruflichen Orientierung und zum Selbstmanagement waren Basis einer individuellen Einzelberatung durch Indra Sarkar. Das gründ-

liche und ehrliche Reflektieren der eigenen beruflichen Situation ermöglichte erste Schritte hin zu einer positiven Veränderung.

Indra Sarkar ist bei DESIGNERDOCK seit 2005 Personalberaterin und seit 2008 freiberuflicher Coach. Sie studierte BWL, Organisations- und Wirtschaftspsychologie und Marketing. Sie war in und für Unternehmen als Beraterin, Projektmanagerin und Geschäftsführerin tätig.

Freitag, 4. November und Montag, 7. November 2011

RECHT FÜR DESIGNER/-INNEN: VERTRÄGE, IDEENSCHUTZ UND RECHTSPRAKTISCHE TIPPS

Wie schütze ich meine Ideen? Was sind meine Geschäftsbedingungen und welche Risiken gehe ich ein? Diese und weitere Fragen zu den Themen Verträge, Lizenzen, Gewährleistung sowie rechtspraktische Tipps für den Designbereich waren Aspekte einer individuellen Rechtsberatung durch Dr. Christian Volkmann und Raphael Gaßmann, Rechtsanwälte bei Merleker Mielke.

Dr. Christian Volkmann und **Raphael Gaßmann** beraten Agenturen, Designer/-innen und Unternehmen in allen Fragen des Schutzes geistigen Eigentums, bei der Vertragsgestaltung sowie bei der Klärung und Wahrnehmung ihrer Rechte. Dr. Christian Volkmann ist zugleich Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz.

Während der Design & Company: Tagesworkshops wurden in einer Gruppe mit zwölf Teilnehmerinnen und Teilnehmern ausgewählte Themen vertieft. Anhand von Übungen, praktischen Beispielen und Kurzvorträgen wurden Strategien, Kriterien und Methoden erlernt.

PR als Marketinginstrument für Designer/-innen: Das neu entwickelte Produkt, der gewonnene Designpreis, die Messebeteiligung oder die druckfrische Publikation: ein guter Anlass, das öffentlich zu kommunizieren. Gut gemacht und gezielt eingesetzt, dient PR der Unternehmensdarstellung und Imagebildung, ermöglicht den Dialog mit verschiedenen Zielgruppen, steigert den Bekanntheitsgrad und trägt zur Kundengewinnung bei.

Montag, 04. Oktober 2010

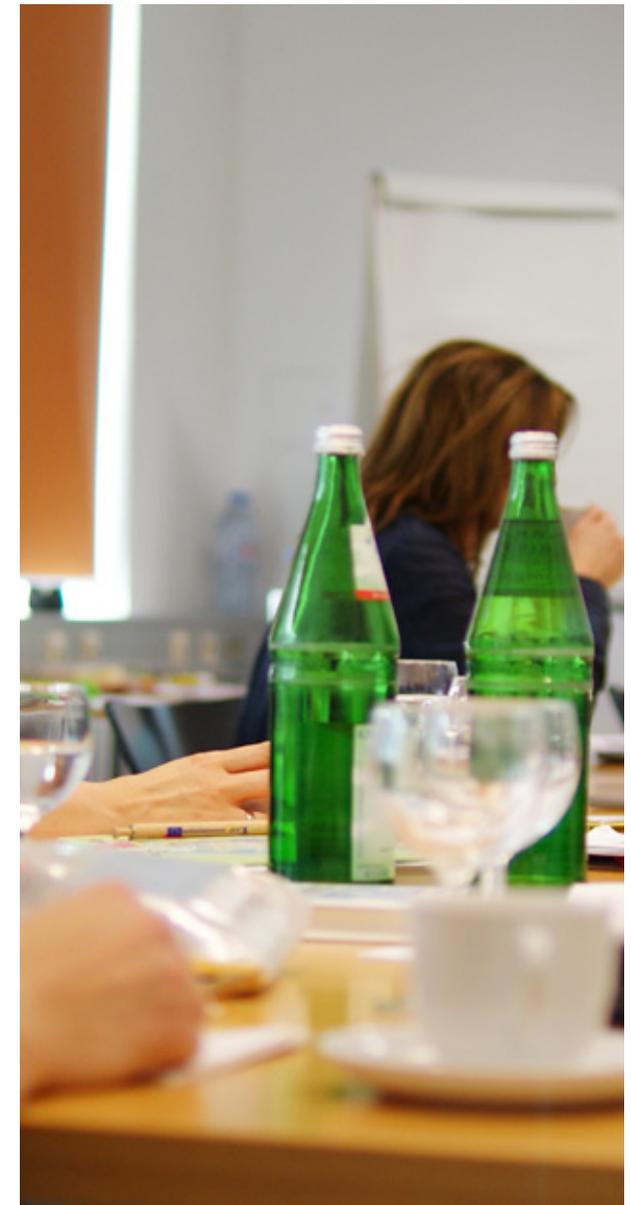
PRESEARBEIT

Wie Pressearbeit für klassische und Online-Medien funktioniert und Pressemappen oder -verteiler sich sinnvoll für Designer/-innen einsetzen lassen, zeigte **Katja Runge**. Als TV-Journalistin und Kulturwissenschaftlerin gründete sie 2004 ihr eigenes PR-Büro und spezialisierte sich auf die Betreuung von Designunternehmen und Designer/-innen.

Dienstag, 05. Oktober 2010

SOCIAL MEDIA

Was Social Media ist, welchen Stellenwert Facebook, Xing, Blogs und Co. in der PR haben können zeigten **Susanne Weller** und **Bastian Prillwitz**. Susanne Weller studierte BWL sowie Übersetzung und ist seit 1995 für nationale und internationale Kunden als Beraterin für strategische Kommunikation, Markenaufbau und Markenführung tätig. Bastian Prillwitz arbeitet als Designer und Redakteur in Berlin. Er betreut inhaltlich sowie gestalterisch verschiedene Berliner Blogs und betreibt seit 2009 das Online-Magazin „designlifeberlin“.



Montag, 8. November 2010

PRÄSENTATION UND ÖFFENTLICHER AUFTRITT

Einen Entwurf überzeugend zu präsentieren, im Kundengespräch Präsenz zu zeigen, souverän in der Öffentlichkeit zu sprechen, das alles fällt vielen Designern und Designerinnen nicht leicht. Wie wirke ich? Wohin mit meinen Händen? Was tun bei Pannen? Lampenfieber? Der Design & Company: Tagesworkshop sollte keine Universalösung für diese Fragen bieten, sondern setzte auf das bewusste Erleben körperlicher und sprachlicher Vorgänge sowie die Erarbeitung von Präsentations-Vokabular und

Bewertungskriterien, welche eine freie Gestaltung des eigenen Vortragsstils ermöglichen. Das öffentliche Auftreten und Präsentieren wurde in einer Gruppe von zehn Teilnehmer/-innen anhand praktischer Übungen, theoretischem Hintergrundwissen sowie Gruppen- und Einzelarbeit optimiert. Wie ein gelungener Auftritt, dem eigenen Stil entsprechend, zur Verbesserung der Kommunikation führen und dabei sogar Spaß machen kann, zeigte die Schauspielerin und Präsentationstrainerin **Andrea Naurath**.

„Tolles Angebot. Ich mache wirklich regelmäßig von den Workshop-Inhalten Gebrauch.“



Montag, 20. Juni 2011

KUNDEN GEWONNEN, SEELE BEHALTEN:

AKQUISITION FÜR DESIGNER/-INNEN

Wer selbständig ist, muss sich selbst ständig verkaufen. Das ist anstrengend und fällt vielen Designern und Designerinnen nicht leicht. Die meisten verbinden mit dem Begriff Akquisition Verkäufer, die ihnen etwas aufschwätzen. Solche Vorbehalte erschweren es, beispielsweise selbst zum Hörer zu greifen. Wie man bei der Akquisition man selbst bleiben kann und sich trotzdem besser verkauft, zeigte die Kommunikationstrainerin und Vermarktungsberaterin **Ida Storm Jansen**. Die Entwicklung einer passenden Verkaufstrategie gepaart mit entsprechendem Vertriebs-Know-how ermöglicht es, Akquisition zukünftig gelassen und aktiv in den beruflichen Alltag zu integrieren. Die zwölf Teilnehmer/-innen erhielten durch Übungen, Austausch und theoretischen Input praxisorientierte Anregungen zur erfolgreichen Gewinnung neuer Kunden.

Dienstag, 21. Juni 2011

GELD ODER LEBEN: ÜBERZEUGENDER VERHANDELN

Die Berliner Kreativwirtschaft ist kein einfaches Pflaster, wer hier über Geld und Vertragsbedingungen verhandeln muss, hat es nicht leicht. Wie sage ich, was ich möchte, ohne mein Gegenüber zu verprellen? Was tun, wenn es unangenehm wird? Oder wenn mein Gegenüber am längeren Hebel sitzt?

Die Kommunikationstrainerin und Vermarktungsberaterin **Ida Storm Jansen** stellte die häufigsten Verhandlungsfehler vor, zeigte, wie man sie vermeidet und wie man mit der besonderen Situation zwischen ungleichen Verhandlungspartnerinnen und -partnern umgeht. Durch Übungen, Wissensvermittlung und Erfahrungen aus der Praxis wurde in engem Austausch mit den 12 Teilnehmenden gelernt, wie man als Designer/-in Verhandlungsgespräche überzeugend führt.

Ida Storm Jansen ist Unternehmensberaterin und auf Vermarktung und Kommunikation spezialisiert. Sie war fünf Jahre als Kontakterin für eine Berliner Agentur tätig, hat danach zwei Jahre lang als Marketing Managerin Verkaufsanrufe empfangen und unterrichtet seit 1996 Kommunikation an Universitäten und Hochschulen.



Montag, 17. Oktober 2011

DAS WORT ZUM BILD: TEXTEN, SCHREIBEN, FORMULIEREN FÜR DESIGNER/-INNEN

Designer/-innen sind Experten für das Visuelle. Doch wie erfolgversprechend ist die optimal gestaltete Webseite oder das perfekte Portfolio-Layout, wenn der Text nicht zu Produkt, Ziel-Leserschaft und Selbstverständnis passt? Ob für Konzepte, Präsentationen oder die eigene Homepage: Bilder brauchen Worte. Viele Designer/-innen verstehen sich als Gestalter/-innen, nicht aber als Texter/-innen. Wie man spielerisch mit Sprache umgeht und gleichzeitig zielorientiert schreibt, vermittelte die Germanistin und Trainerin Nina Hackmann einer Gruppe von 12 Teilnehmenden. Anhand von praktischen Übungen, Beispielen und Kurzvorträgen wurden Strategien und Kriterien für gutes und verständliches Schreiben erlernt.

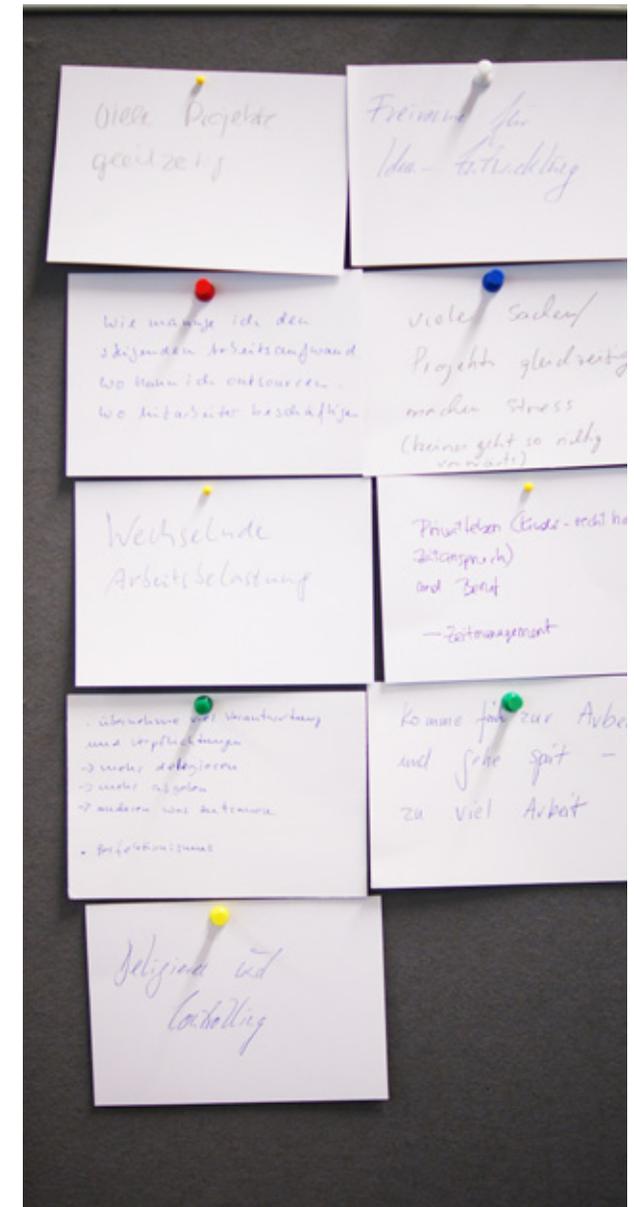
Nina Hackmann hat Germanistik und Erziehungswissenschaften studiert, war als Kommunikations- und Verkaufstrainerin in der freien Wirtschaft beschäftigt und ist als Trainerin und Coach mit systemischer Ausbildung tätig. Ihre Schwerpunktbereiche sind Wissenschaft und Gender mit Fokus auf Schreib- und Beratungskompetenz. Neben individuellen Coachings führt sie Schulungen und Workshops für Nachwuchswissenschaftler/-innen, Lehr- und Führungskräfte an Universitäten und für Bildungsträger durch.

Dienstag, 18. Oktober 2011

PRESEARBEIT FÜR DESIGNER/-INNEN: IN DIE MEDIEN KOMMEN UND DORT BLEIBEN

Das neu entwickelte Produkt, der gewonnene Designpreis, die Messebeteiligung oder die druckfrische Publikation: ein guter Anlass, dies öffentlich zu kommunizieren. Gut geplant und gezielt eingesetzt, kann Pressearbeit den Bekanntheitsgrad erhöhen, neue Kunden gewinnen und das Unternehmensimage verbessern. Wie Pressearbeit für klassische und Online-Medien auf Dauer erfolgreich sein kann, vermittelte die PR-Beraterin Katja Runge einer Gruppe von 12 Teilnehmenden anhand von Beispielen aus der Praxis, Übungen und Vorträgen. Dieser Tagesworkshop wendete sich an Designer/-innen und Designunternehmen, die bereits über erste Erfahrungen in der Pressearbeit verfügen und diese optimieren wollen.

Katja Runge ist studierte TV-Journalistin und Kulturwissenschaftlerin. Sie gründete 2004 ihr eigenes PR-Büro und spezialisierte sich auf die Betreuung von Kreativ- und Designunternehmen. Aktuell betreut sie die Designers' Open, das Festival für Design in Leipzig und die Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt. Unterstützt wurde Katja Runge von **Deike Diening**, Journalistin und Reporterin beim Tagesspiegel. Deike Diening schreibt regelmäßig u. a. für die Rubrik „zuhaus“ in der Wochenendbeilage.



Während der Design & Company: Workshopreihen traf sich eine feste Gruppe von 16 Personen zu sechs zweitägigen Workshop-Modulen. Jedes zweitägige Modul widmete sich einem Themenfeld, z. B. Marketing, Finanzen oder Recht. Die Inhalte wurden in intensiver Zusammenarbeit mit den Referentinnen und Referenten erarbeitet und anhand von Aufgaben vertieft. Die inhaltlichen Schwerpunkte wurden in Abstimmung mit der Gruppe gezielt auf deren Bedürfnisse zugeschnitten. Ziel der Workshopreihen war es, das eigene Profil zu schärfen, Fachkenntnisse zu erlangen, Netzwerke aufzubauen und zukünftig durch unternehmerisches Denken wirtschaftlich erfolgreicher zu gestalten.

Donnerstag, 3. Juni 2010

VORRUNDE

Kennenlernen und Bedürfnisanalyse

Donnerstag, 17. Juni und Freitag, 18. Juni 2010

SELBST-ANALYSE

Selbsteinschätzung individueller Ziele und Kennenlernen von Analysemethoden mit Klemens Wannemacher.

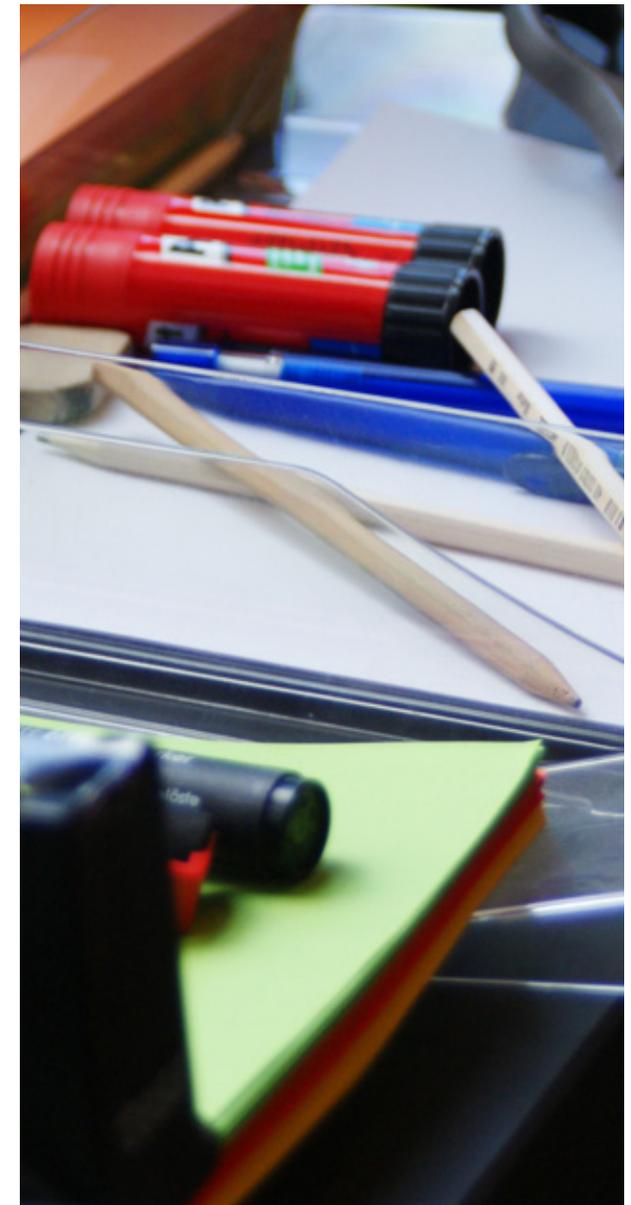
Klemens Wannemacher, Jahrgang 1959, ist in Utrecht und Berlin ausgebildeter Coach, diplomierter Theaterregisseur und Sozialpädagoge. Er war in der künstlerischen Leitung der Kampnagel Kulturfabrik in Hamburg tätig und Programmacher für die europäische Kulturhauptstadt Rotterdam.

Donnerstag, 8. Juli und Freitag, 9. Juli 2010

POSITIONIERUNG UND PERSÖNLICHKEIT

Bewertung von Qualifikationen und Erfahrungen, Kontaktpflege und Selbstmarketing mit Prof. Dr. Bettina Fackelmann.

Prof. Dr. Bettina Fackelmann ist Kommunikationswirtin und promovierte zum Thema „Kommunikation in Veränderungsprozessen“. Sie war Projektmanagerin in unterschiedlichen Design-Agenturen, zuletzt als Mitglied der Geschäftsleitung. Seit fünf Jahren ist sie als freie Beraterin für konstruktive Kommunikation tätig.



Donnerstag, 9. September und Freitag, 10. September 2010

MARKETING UND KOMMUNIKATION

Marketing-Grundlagen, Pressearbeit und Kommunikationsstrategien mit Juliane Zielonka.

Juliane Zielonka ist Internet-Pionierin seit 1994, studierte Grafik Designerin und Marketing-Kommunikationswirtin. Sie war kreativ und konzeptionell für internationale Markenprojekte tätig. Als Creative Planner leitet sie die Strategie-Unit der PR und Social Media Agentur piäbo.

Donnerstag, 14. Oktober und Freitag, 15. Oktober 2010

FINANZEN

Existenzgründung, Finanzplanung, Steuern und soziale Absicherung mit Thorsten Harms.

Thorsten Harms ist gelernter Bankkaufmann, studierter Kulturwissenschaftler und Betriebswirt. Als ausgebildeter Trainer und Coach berät er seit zehn Jahren in den Bereichen Kommunikation und Karriereplanung und ist auf die Existenzgründung von Designern spezialisiert. Er ist als Dozent an der Universität der Künste Berlin sowie an der Internationalen Berufsakademie für Betriebswirtschaft tätig und als Coach für die KfW-Bankengruppe gelistet.

„Wieder einen Schritt weiter.“



Donnerstag, 11. November und Freitag, 12. November 2010

ORGANISATION UND MANAGEMENT

Projektmanagement, Zeitmanagement, Prozessgestaltung und Qualitätsmanagement mit Peter M. Scholz.

Peter M. Scholz ist Kommunikationsdesigner und Berater. Er war für nationale und internationale Designbüros tätig und ist seit 20 Jahren selbstständig. Sein Fokus liegt heute auf der Unterstützung von Unternehmen in Veränderungsprozessen durch strategische Kommunikation.

Donnerstag, 9. Dezember und Freitag, 10. Dezember 2010

RECHT

Verträge, Lizenzen, Ideenschutz und Verhandlungsführung mit den Rechtsanwälten und Notaren Dr. Christian Volkmann und Raphael Gaßmann.

Dr. Christian Volkmann und **Raphael Gaßmann** beraten Agenturen, Designer/-innen und Unternehmen in allen Fragen des Schutzes geistigen Eigentums, bei der Vertragsgestaltung sowie bei der Klärung und Wahrnehmung ihrer Rechte. Dr. Christian Volkmann ist zugleich Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz.

Donnerstag, 13. Januar 2011

NACHRUNDE

Feedback und Evaluation

Dienstag, 29. März 2011

VORRUNDE

Kennenlernen und Bedürfnisanalyse

Donnerstag, 14. April und Freitag, 15. April 2011

SELBST-ANALYSE

Wer bin ich? Was kann ich? Was will ich? Von der Selbsteinschätzung zur Profilentwicklung mit Klemens Wannemacher.

Klemens Wannemacher ist in Utrecht und Berlin ausgebildeter Coach, diplomierter Theaterregisseur und Sozialpädagoge. Er war in der künstlerischen Leitung der Kampagnel Kulturfabrik in Hamburg tätig und Programmacher für die europäische Kulturhauptstadt Rotterdam.

Donnerstag, 26. Mai und Freitag, 27. Mai 2011

POSITIONIERUNG UND PERSÖNLICHKEIT

Ich und die Anderen: Wo stehe ich und in welchem Umfeld? Werte, Identität, wirksame Vermittlung persönlicher Kommunikationsstrategien mit Prof. Dr. Bettina Fackelmann.

Prof. Dr. Bettina Fackelmann ist Kommunikationswirtin und promovierte zum Thema „Kommunikation in Veränderungsprozessen“. Sie war Projektmanagerin in verschiedenen Design-Agenturen, zuletzt als Mitglied der Geschäftsleitung bei MetaDesign. Seit fünf Jahren ist sie als freie Beraterin für konstruktive Kommunikation tätig. Sie lehrt an der design akademie berlin.



„Ich habe gelernt wie ich ins Handeln komme und Ziele umsetze. Da ich unangenehme Aufgaben gerne beiseite schiebe, hat mir die Workshopreihe geholfen, diese konkret anzupacken.“

Donnerstag, 30. Juni und Freitag, 1. Juli 2011

MARKETING UND KOMMUNIKATION

Allgemeine Kommunikationsstrategien, Marketing-Grundlagen, Öffentlichkeitsarbeit und Akquisition mit Juliane Zielonka.

Juliane Zielonka ist ausgebildete Grafikdesignerin und hat ein Diplom in Marketing-Kommunikation. Die Internet-Pionierin ist seit über 15 Jahren im Web zu Hause, hat kreativ und konzeptionell internationale Markenprojekte verantwortet und liebt es, Produkte und Prozesse zu vereinfachen. Ihr Motto: „*Connecting businesses with buyers.*“

Donnerstag, 25. August und Freitag, 26. August 2011

FINANZEN

Finanzplanung, Kalkulation, Existenzgründung, Steuern, soziale Absicherung mit Thorsten Harms.

Thorsten Harms ist gelernter Bankkaufmann, studierter Kulturwissenschaftler und Betriebswirt. Als ausgebildeter Trainer und Coach berät er seit zehn Jahren in den Bereichen Kommunikation und Karriereplanung und ist auf die Existenzgründung von Designern spezialisiert. Er ist als Dozent an der Universität der Künste Berlin sowie an der Internationalen Berufsakademie für Betriebswirtschaft tätig und als Coach für die KfW-Bankengruppe gelistet.

Donnerstag, 29. September und Freitag, 30. September 2011

ORGANISATION UND MANAGEMENT

Projekt-, Zeit- und Qualitätsmanagement, Arbeitsmethoden, Beziehung zum Kunden mit Indra Sarkar.

Indra Sarkar ist bei DESIGNERDOCK seit 2005 Personalberaterin und seit 2008 freiberuflicher Coach. Sie studierte BWL, Organisations- und Wirtschaftspsychologie und Marketing. Sie war in und für Unternehmen als Beraterin, Projektmanagerin und Geschäftsführerin tätig.

Donnerstag, 27. Oktober und Freitag, 28. Oktober 2011

RECHT

Verträge, Geschäftsbedingungen, Lizenzen, Ideenschutz, Verhandlungsführung mit Dr. Christian Volkmann und Raphael Gaßmann.

Die Rechtsanwälte **Dr. Christian Volkmann** und **Raphael Gaßmann** beraten Agenturen, Designer/-innen und Unternehmen in allen Fragen des Schutzes geistigen Eigentums, bei der Vertragsgestaltung sowie bei der Klärung und Wahrnehmung ihrer Rechte. Dr. Christian Volkmann ist zugleich Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz.

Dienstag, 15. November 2011

NACHRUNDE

Feedback und Evaluation



Einen schnellen Einstieg in einzelne unternehmerische Themen ermöglichten die Design & Company: Vorträge. Die wichtigsten Aspekte wurden zur Einführung von den Referentinnen und Referenten praxisnah erläutert.

Dienstag, 18. Mai 2010

GESTALTER ALS UNTERNEHMER – GENIAL ODER GESCHÄFTSUNTÜCHTIG?

Prof. Dr. Herbert Grüner stellte drei Paradoxien zu Gründungen in der Designwirtschaft vor: Mehr ist weniger. Erfolglos erfolgreich. Gründungen ohne Gründer/-innen. **Angelika Bühler** präsentierte das Weiterbildungsangebot des Career & Transfer Service Center der Universität der Künste (UdK), Berlin.

Donnerstag, 20. Mai 2010

VON DER IDEE ZUM ERFOLG – WAS BRINGT COACHING FÜR DESIGN-UNTERNEHMEN?

Ines Kretschmar berichtete von der Arbeit des Kreativ Coaching Centers der Investitionsbank Berlin. Das erfolgreich gecoachte Unternehmen **44spaces** und der verantwortliche Coach, **AC Coppens**, berichteten aus der Praxis: wie aus guten Ideen unternehmerische Erfolge werden.

Dienstag, 13. Juli 2010

DER ÖFFENTLICHE AUFTRITT: SPRACHE UND VORTRAG

Wie Text und Sprache bei öffentlichen Auftritten sinnvoll zum Einsatz kommen können, zeigte **Dr. Jens Kegel**, Texter, Redenschreiber, Autor und Kommunikationsberater. Argumentieren und freies Reden statt Langeweile und Powerpoint standen dabei im Vordergrund.

Donnerstag, 15. Juli 2010

DER ÖFFENTLICHE AUFTRITT: PRÄSENTATION UND MODERATION

Wie ein bewusstes Auftreten, dem eigenen Stil entsprechend, zur Verbesserung der Kommunikation führen und dabei sogar Spaß machen kann, zeigte **Andrea Naurath**. Als Schauspielerin und Präsentationstrainerin hielt sie dazu einen interaktiven und praxisorientierten Vortrag.



Dienstag, 14. September 2010

KOMMUNIKATION UND MARKETING: WEB 2.0

Wie Designer/-innen die Web 2.0 Tools (Facebook, YouTube, Blogs etc.) als Marketing- und PR-Instrumente sinnvoll zum Einsatz bringen, zeigte AC Coppens.

Mit ihrer Marketing- und Kommunikationsberatung „The Marketing Catalysts“ unterstützt **AC Coppens** seit 1998 Unternehmen aus der Kreativwirtschaft durch einen innovativen „Coach/Sulting“-Ansatz dabei, Strategien für eine professionelle Vermarktung zu entwickeln.

Donnerstag, 16. September 2010

KOMMUNIKATION UND MARKETING: NETZWERKEN

Wie Design-Netzwerke funktionieren und das Netzwerken selbst durch regionale und überregionale Kontakte für das Unternehmensmarketing genutzt werden kann, zeigte Ares Kalandides.

Als Stadtplaner arbeitet **Ares Kalandides** mit INPOLIS international in den Bereichen Stadtentwicklung und -marketing. Als Netzwerker ist er für Create Berlin und das UNESCO-Netzwerk der kreativen Städte aktiv.

Dienstag, 19. Oktober 2010

EXISTENZ: KRISEN UND WANDEL

Florian Fischer moderierte eine offene Gesprächsrunde mit dem Publikum und zwei Impulsgebern. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie sich Veränderung, Wandel, Krisen und Risiken im Berufsleben als Durchgangspassage oder auch Chance nutzen lassen.

Florian Fischer ist Kommunikationsdesigner, Agenturgründer und -leiter, Coach und Autor. Als Impulsgeber berichteten **Dagmar von Wilcken** und **Michael O. Poschmann** über das Wechselhafte ihres beruflichen Wirkens. Dagmar von Wilcken ist Grafik- und Ausstellungsdesignerin, u. a. für den „Ort der Information“ des Holocaust Mahnmals in Berlin. Michael O. Poschmann ist Eventdesigner und Betriebswirt. Als Regisseur und Konzeptioner kreiert er seit 30 Jahren Firmenveranstaltungen.

Donnerstag, 21. Oktober 2010

EXISTENZ: GRÜNDUNG UND STOLPERSTEINE

Sophia Muckle berichtete in ihrem Vortrag praxisnah über welche Probleme Designer/-innen, darunter bekannte und erfolgreiche Größen, bei der Existenzgründung stolpern und wie sie die Sache wieder ins Lot brachten.

Sophia Muckle ist studierte Produkt-Designerin und Autorin, u. a. von „Parcours: Existenzgründung für Designer“, arbeitet an Publikationen im Designkontext und als freischaffende Designerin im öffentlichen Kontext.

„Wie setzt sich der Preis zusammen? Wie formuliere ich ein Angebot? Das waren immer die größten Fragezeichen. Nun habe ich ein Gefühl dafür, was meine Leistung eigentlich wert ist.“





Dienstag, 16. November 2010

**TRANSPARENTE KALKULATION: WERT UND NUTZEN
VON DESIGNLEISTUNGEN**

Wie vermittele ich meinem Kunden den Wert und Nutzen meiner kreativen Leistung und berechne diese? Neben der gestalterischen Arbeit, auch deren wirtschaftliche Aspekte zu kennen, diese zu steuern und dem Kunden transparent zu machen, darum ging es in Lutz Hackenbergs Vortrag.

Lutz Hackenberg ist Kommunikationsdesigner, begründete 1976 die Allianz deutscher Designer (AGD) und ist seit 1984 deren Geschäftsführer. Die berufswirtschaftliche Beratung ist sein Spezialgebiet, dazu gehören insbesondere Fragen des Urheber- und Vertragsrechts sowie Informationen und praktische Hilfen zur Kalkulation und Vergütung von Designleistungen.

Donnerstag, 18. November 2010

**DESIGNERS' ALLTAG: VON A WIE AUFTRAGGEBER
BIS Z WIE ZEITDRUCK**

Wie man zwischen drängenden Auftraggebern, Konflikten mit Atelierkollegen und der Arbeit bis in die Nachtstunden die Nerven nicht verliert, erläuterte Frank Berzbach in seinem Vortrag. Ein fiktiver Arbeitstalltag im Designbereich wurde unter psychologischen Aspekten betrachtet und daraus resultierend konstruktive Vorschläge zum Umgang mit Designers' Alltagshürden gemacht.

Dr. Frank Berzbach ist Erziehungswissenschaftler und Autor von „Kreativität aushalten / Psychologie für Designer“. Er forscht in den Bereichen Biographie- und Bildungsforschung sowie Kultur- und Medienpädagogik und lehrt an der ecosign – Akademie für Gestaltung in Köln.



Dienstag, 14. Dezember 2010

GUTE IDEEN GUT GESCHÜTZT

Fast jede Designerin und jeder Designer präsentiert öffentlich Ideen und Entwürfe im Rahmen des Selbstmarketings, der Akquisition oder Projektentwicklung. Rechtlich ungeschützte Ideen können bei Ideenklau zu einem bösen Erwachen führen. Geschmacksmuster, Gebrauchsmuster, Marken und Patente: Für welche Idee ist welcher Schutz sinnvoll? Praxisnah, anhand von Beispielen erläuterte die Patentanwältin Nandini Bruhn in ihrem Vortrag, wie gute Ideen gut geschützt werden.

Nandini Bruhn ist Patentanwältin und European Trademark and Design Attorney. Damit ist sie spezialisiert auf die gewerblichen Schutzrechte (Patente, Gebrauchsmuster, Marken und Geschmacksmuster). Sie ist Diplom-Ingenieurin für Maschinenbau, studierte Recht für Patentanwälte an der Fernuniversität Hagen und setzt sich in der Praxis für gewerbliche Schutzrechte ein.

Donnerstag, 16. Dezember 2010

DAS KLEINE 1x1 DES RECHTS FÜR DESIGNER/-INNEN

Selbständige Designer/-innen kommen im Geschäftsleben häufig mit juristischen Belangen in Berührung. Da stellen sich Fragen wie: Was ist, wenn ich gar nichts regle? Genügt eine E-mail als Bestätigung? Benötige ich immer eine Originalunterschrift? An Geschäftsbestimmungen, Verträgen, Gewährleistungen und Haftungsrisiken kommt keiner vorbei. Anhand von praxisnahen Beispielen erläuterte der Rechtsanwalt Dr. Christian Donle in seinem Vortrag die rechtlichen Grundlagen dazu.

Dr. Christian Donle ist Leiter des Berliner Büros der Kanzlei Preu Bohlig & Partner und gleichermaßen als Prozessanwalt wie als Berater tätig. Der gewerbliche Rechtsschutz sowie das Urheber-, Kartell- und Wettbewerbsrecht gehören zu seinen Schwerpunkten. Die Bekämpfung von Produktpiraterie, auch im internationalen Kontext, ist Teil seiner täglichen Arbeit.



Dienstag, 15. Februar 2011

KOMMUNIKATIONSBRANCHE BERLIN: EINBLICKE

Über die Entwicklung in der Kommunikationsbranche, Angebot und Nachfrage des Marktes sowie die Agentur- und Unternehmenslandschaft in Berlin berichtete Anke Krey Rathke von DESIGNERDOCK. Aus ihrer Erfahrung als Personalberaterin gab sie, mit Schwerpunkt auf Kommunikationsdesign und Werbung, praktische Hinweise für das Selbstmarketing. Sie verriet, was potentielle Arbeit- und Auftraggeber bei der Auswahl von Designerinnen und Designern besonders interessiert.

Anke Krey Rathke ist bei DESIGNERDOCK als Personalberaterin u. a. für die Bereiche Kommunikationsdesign, Grafik und Mediengestaltung zuständig. Als studierte Kommunikationsdesignerin war sie international und national für Agenturen wie Milton Glaser Inc., Lintas sowie Leonhardt und Kern aktiv.

Donnerstag, 17. Februar 2011

AKQUISITION: AUFTRAGGEBER NEU GEWINNEN UND HALTEN

Werbung in eigener Sache ist für viele Designer/-innen ein lästiges Thema, steht für sie doch das Gestalten, nicht das Verkaufen von Design im Fokus. Ob Berufseinsteiger oder Professional: Aufträge müssen durch persönlichen Einsatz akquiriert werden, um das Vertrauen des Kunden zu gewinnen. Eine sinnvolle Akquisitionsstrategie hat – professionell betrieben – gute Erfolgschancen. Lutz Hackenberg gab dazu praxisbezogene Tipps und Argumentationshilfen und erläuterte, wie neue Kunden erfolgreich gewonnen und ehemalige Kunden wieder gewonnen werden.

Lutz Hackenberg ist Kommunikationsdesigner, begründete 1976 die Allianz deutscher Designer (AGD) und war viele Jahre Vorsitzender sowie geschäftsführender Vorstand. Die berufswirtschaftliche Beratung ist sein Spezialgebiet, insbesondere Fragen des Urheber- und Vertragsrechts sowie Fragen zur Kalkulation und Vergütung von Designleistungen.



Dienstag, 8. März 2011

KONFLIKTLÖSUNG: WENN'S KNIRSCHT IN DER KUNDENBEZIEHUNG

Rechtsstreit gewonnen, Kunden verloren? Konflikte müssen nicht der Anfang vom Ende einer guten Geschäftsbeziehung sein – solange sie gelöst werden. Was tun, wenn der Kunde mehr verlangt als vereinbart oder den Umfang der Arbeit nicht richtig (ein)schätzt? Wie spricht man Reizthemen an, ohne zu provozieren oder explodieren? Wie führt man schwierige Verhandlungen? Ida Storm Jansen gab Anregungen und Wissen weiter, damit keimende Konflikte mit Kunden konstruktiv gelöst werden können.

Ida Storm Jansen ist Unternehmensberaterin und auf Vermarktung und Kommunikation spezialisiert. Seit 1996 unterrichtet sie Kommunikation an Universitäten; von 2002 bis 2009 war sie sowohl auf Agentur- als auch auf Auftraggeberseite tätig. Seitdem begleitet sie als Gründungscoach Berliner Kreative auf dem Weg in die Selbständigkeit.

Donnerstag, 10. März 2011

RENAISSANCE DER REGELN – BALANCE DER FREIHEITEN

Ob allein mit dem Kunden, im Team oder in einem digitalen Arbeitskontext: Sind die Regeln der Kooperation nicht klar, verkompliziert sich der Arbeitsprozess zeitaufwändig. Zusammenarbeit braucht Regeln, um das soziale Arbeitsleben konstruktiv zu gestalten. Prof. Dr. Bettina Fackelmann zeigte, wie die Haltung dazu die eigenen (Unternehmens-) Werte widerspiegelt und wie man Regeln entwickelt, vereinbart und umsetzt.

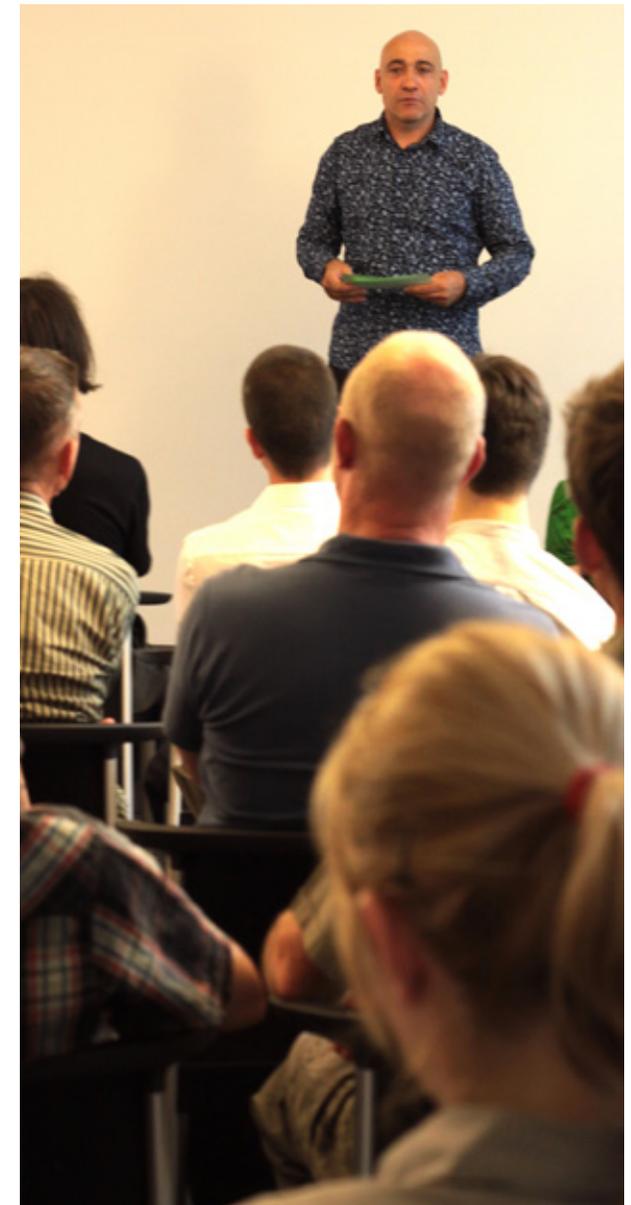
Prof. Dr. Bettina Fackelmann ist Kommunikationswirtin und promovierte zum Thema „Kommunikation in Veränderungsprozessen“. Sie war Projektmanagerin in verschiedenen Design-Agenturen, zuletzt als Mitglied der Geschäftsleitung bei MetaDesign. Seit fünf Jahren ist sie als freie Beraterin für konstruktive Kommunikation tätig, seit drei Semestern lehrt sie an der design akademie berlin u.a. Projekt- und Wissensmanagement.

Dienstag, 12. April 2011

GELUNGENES BRIEFING – GELUNGENER AUFTRAG

Misslungene Projekte kosten Auftragnehmer wie Auftraggeber Zeit, Nerven und Geld. Häufigster Grund für das Misslingen ist eine ineffiziente Kommunikation zwischen den Beteiligten. Zahlreiche Fehler werden dabei oft schon am Anfang gemacht, beim Auftragsgespräch oder Briefing. Wie viel Feedback ist an dieser Stelle also bereits nötig? Oder: Wie wirken Korrektur und Kritik? Louis Back erläuterte praxisnah, worauf alle Beteiligten während des Briefings achten sollten, damit ein Auftrag gelingt.

Louis Back ist seit 1994 freier Konzeptioner, Texter und Autor, u. a. von „Handbuch Briefing“, sowie Fachredakteur mit den Schwerpunkten Architektur, Freiraum, Stadtentwicklung und Nachhaltigkeit, Klima, Umweltschutz. Er hat Kommunikationswissenschaften, Germanistik und Politikologie in München und Detroit studiert.



Dienstag, 17. Mai 2011

SIGNALE GEBEN, SELBST UND STÄNDIG

Der Wettbewerb um attraktive Designprojekte nimmt zu. Gleichzeitig wird es immer schwieriger, Nachrichten über gelungene Projekte in den Medien zu platzieren. Was können selbständige Designer/-innen tun, um wahrgenommen zu werden? Wie bekommen sie Kontakt zu Menschen, die auf die eigene Arbeit aufmerksam machen? Worüber sollten sie nachdenken, bevor der erste Text geschrieben oder der erste Euro für Public Relations-Maßnahmen ausgegeben wird? Henning Horn hielt dazu einen Impulsvortrag und moderierte eine Gesprächsrunde zwischen den Teil-

nehmerinnen und Teilnehmern. Dabei wurden die eigenen Erfahrungen mit Öffentlichkeitsarbeit eingebracht, um die unterschiedlichen Aspekte in der Gruppe zu erörtern.

Henning Horn ist PR-Berater für die gestaltende Wirtschaft, freier Autor, Designer und Organisator von Veranstaltungen. Mit seiner Initiative »Face to Face« fördert er den internationalen Designdialog. Henning Horn hat Design in Stuttgart und PR in Berlin studiert. Nach Aufgaben in der Industrie und verschiedenen Designbüros leitete er von 1998 bis 2007 das Design Center Stuttgart.

Dienstag, 7. Juni 2011

DESIGNPROJEKTE: ERFOLGREICH PLANEN, STEUERN UND GESTALTEN

Wo bleibt die Zeit für den Entwurf? Wie gelingt es, sich zwischen E-Mails und Telefonaten auf das Wesentliche zu konzentrieren? Ob als Einzelkämpfer oder im Team: Projektmanagement schafft Freiräume und strukturiert den Arbeits(all)tag. Anhand von Praxisbeispielen veranschaulichte Iris Laubstein Projektmanagement als Instrument zur Planung und Steuerung von Arbeitsprozessen, Terminen und Finanzen. So entsteht durch eine klare Definition von Zielsetzung, Aufwand und Zeit auch die Basis für stimmige Angebote und eine gelungene Kommunikation mit dem Kunden.

Iris Laubstein begleitet als Design-Managerin Unternehmen und Institutionen bei Strategieentwicklung, Steuerung und Kommunikation und ist seit vielen Jahren auch in der Lehre tätig. Sie studierte an der UdK Berlin Industrial Design und machte sich anschließend selbständig. Iris Laubstein war Referentin beim Design Center Stuttgart und bis 2003 Geschäftsführerin des Designforums Nürnberg sowie der BayernDesign GmbH.



Dienstag, 13. September 2011

DAS KLEINE 1x1 DES VERTRIEBS FÜR DESIGNER/-INNEN

Neues Regalsystem entwickelt, Buchprojekt abgeschlossen, Kollektion fertig – und dann? Wie sich ihre neuen Produkte vertreiben lassen, darüber machen sich viele Designer/-innen wenig oder oft zu spät Gedanken. Dabei erhöht das Mitdenken einer Vertriebsstrategie schon während des Designprozesses die Aussicht auf wirtschaftlichen Erfolg, selbst wenn man den Vertrieb später in professionelle Hände geben kann. Karin Schmidt von business development erklärte praxisnah Grundsätzliches zu Vertriebsstrategie, -prozess und -struktur für Designer/-innen.

Karin Schmidt studierte Betriebswirtschaft und Philosophie, war als Vertriebspezialistin und Vertriebsleiterin für zahlreiche Unternehmen tätig und ist seit zehn Jahren Inhaberin der Unternehmensberatung business development. Sie bietet Coaching und Beratung rund um Vertrieb und Marketing für Technologieunternehmen und Unternehmen der Kreativwirtschaft an. Für das Kreativ Coaching Center Berlin berät sie kleine Designunternehmen.

Donnerstag, 15. September 2011

ERST DIE IDEE UND DANN DER AUFTRAG? KRITERIEN ZUR VERTRAGSGESTALTUNG UND AUFTRAGSABWICKLUNG

Viele Designer/-innen gehen ohne einen konkreten Auftrag des Kunden mit Entwurfsarbeiten in Vorleistung und nach der Präsentation passiert nichts. Der versprochene Auftrag bleibt aus und die Ideen werden intern verarbeitet. Häufig werden bei Ausschreibungen (nicht selten bei Wettbewerbsaufforderungen der öffentlichen Hand) komplexe Angebotspräsentationen samt erster Entwürfe – noch dazu kostenlos – erwartet. Wie man mit diesen Angeboten umgeht und wirkungsvoll seine Ideen schützt, erläuterte Lutz Hackenberg anhand praktischer Tipps zur Vertragsgestaltung und Auftragsabwicklung.

Lutz Hackenberg ist Kommunikationsdesigner, begründete 1976 die Allianz deutscher Designer (AGD) und war viele Jahre Vorsitzender sowie geschäftsführender Vorstand. Die berufswirtschaftliche Beratung ist sein Spezialgebiet, insbesondere Fragen des Urheber- und Vertragsrechts sowie Kalkulation und Vergütung von Designleistungen.

„Prima, wenn der Referent aus der Praxis berichten kann.“

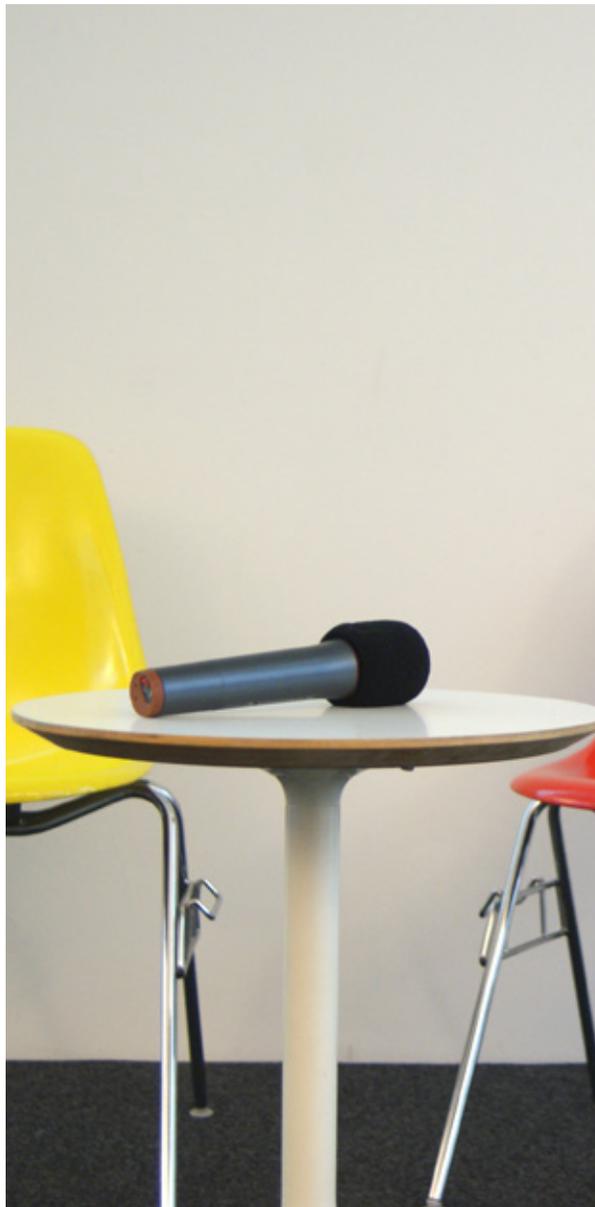


Dienstag, 11. Oktober 2011

**PITCH: ÜBER DEN AGENTURWETTBEWERB
ZUR GUTEN ZUSAMMENARBEIT?**

Worauf ist zu achten, wenn Unternehmen sich über Auswahlwettbewerbe für Design-Agenturen entscheiden? Wie errechnet sich das Pitch-Honorar? Welche juristischen Vereinbarungen sind hierbei zu empfehlen? Und wie gelingt die Zusammenarbeit nach dem gewonnenen Pitch? Zu diesen und weiteren Fragen gaben Rechtsanwalt Dominik Sprenger und Agenturchef Michael Buttgerit konkrete Antworten und praktische Tipps.

Dominik Sprenger, Autor des Praxisleitfadens „PITCH“, ist Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz, seit über 12 Jahren im Bereich Urheberrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht tätig und mit eigener Kanzlei in Recklinghausen ansässig. Michael Buttgerit, der mit Dominik Sprenger die Verfahrensweise einer fairen Pitchsituation bearbeitet hat, ist Geschäftsführender Gesellschafter der Agentur „Gute Botschafter“ mit Sitz in Köln und Haltern am See. Er betreut seit mehr als 20 Jahren Unternehmen und Organisationen aus dem Bereich Wirtschaft und NGOs.



Dienstag, 8. November 2011

**DER TON MACHT DIE MUSIK: KUNDENGESPRÄCHE
ERFOLGREICH FÜHREN**

Ausstrahlung, Sprache und souveränes Auftreten sind im Berufsleben wichtiger als Zeugnisse. Der Erfolg eines Gesprächs oder einer Präsentation beruht auf weit mehr als auf guten Argumenten. Denn erst wenn das Gesagte mit Stimme und Körpersprache übereinstimmt und die persönliche Ausstrahlung überzeugt, werden wir als Gesprächspartner wirklich wahrgenommen. „*Im richtigen Ton kann man alles sagen, im falschen Ton nichts*“ so Lutz Hackenberg. Welcher Ton die Musik macht, erläuterte er in seinem Vortrag und zeigte, wie ein souveränes Auftreten gelingt und zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber führt.

Lutz Hackenberg ist Kommunikationsdesigner, begründete 1976 die Allianz deutscher Designer (AGD) und war viele Jahre Vorsitzender sowie geschäftsführender Vorstand. Die berufswirtschaftliche Beratung ist sein Spezialgebiet, insbesondere Fragen des Urheber- und Vertragsrechts sowie Kalkulation und Vergütung von Designleistungen.

Donnerstag, 17. November 2011

GALLERY WALK | BERATUNG, FINANZIERUNG UND IDEENSCHUTZ: ACHT SERVICES STELLEN SICH VOR

Acht hilfreiche Services für Designer/-innen präsentierten sich und boten die Möglichkeit Design-Projekte unternehmerisch voran zu bringen. Innovatives Produkt entwickelt? Spannende Geschäftsidee im Kopf? Beratung benötigt? Von Coaching durch Wirtschaftssenioren über die Möglichkeit Ideen im Internet notariell zu hinterlegen bis hin zur Aufnahme eines Mikrokredits: im Laufe der Planung von zwei Jahren Design & Company hat das IDZ interessante Angebote aufgetan und brachte deren Anbieter an acht Tische. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde der Services standen deren Mitarbeiter/-innen Rede und Antwort.

Zu den acht Services gehörten die adares Patent- und Rechtsanwälte, der Berliner Beratungsdienst, der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg, das Deutsche Patent- und Markenamt – Technisches Informationszentrum Berlin, Thorsten Harms von der Gründungsberatung Kreativwirtschaft und Coaching, die Investitionsbank Berlin, das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes – Regionalbüro Berlin, Brandenburg und die PriorMart AG – notarielle Hinterlegung online und Designprotection. Der Gallery Walk fand während der Gründerwoche Deutschland statt. Die Gründerwoche Deutschland ist eine Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi).



REFERENT/-IN	UNTERNEHMEN	FORMAT	DATUM	TITEL DER VERANSTALTUNG
Louis Back	Text & Kommunikation	Vortrag	April 2011	Gelungenes Briefing – Gelungener Auftrag
Dr. Frank Berzbach	ecosign – Akademie für Gestaltung, Köln	Vortrag	November 2010	Designers' Alltag: von A wie Auftraggeber bis Z wie Zeitdruck
Nandini Bruhn	Patentassessorin	Vortrag	Dezember 2010	Gute Ideen gut geschützt
Angelika Bühler	Career & Transfer Center, UdK Berlin	Vortrag	Mai 2010	Gestalter als Unternehmer – genial oder geschäftsuntüchtig?
Michael Buttgereit	Gute Botschafter GmbH	Vortrag	Oktober 2011	Pitch: über den Agenturwettbewerb zur guten Zusammenarbeit?
AC Coppens	The Marketing Catalysts	Vortrag	Mai 2010	Von der Idee zum Erfolg – Was bringt Coaching für Design-Unternehmen?
		Vortrag	September 2010	Kommunikation und Marketing: Web 2.0
Prof. Dr. Christian Donle	Preu Bohlig & Partner	Vortrag	Dezember 2010	Das kleine 1x1 des Rechts für Designer/-innen
Prof. Dr. Bettina Fackelmann	Beratung für konstruktive Kommunikation	Sprechstunde	Juli 2010	Positionierung und Persönlichkeit als Designer/-in
		Sprechstunde	Juni 2011	Positionierung und Persönlichkeit als Designer/-in
		Workshopreihe	Juli 2010	Positionierung und Persönlichkeit
		Workshopreihe	Mai 2011	Positionierung und Persönlichkeit
		Vortrag	März 2011	Renaissance der Regeln – Balance der Freiheiten
Florian Fischer	Begleitung im Wandel	Vortrag	Oktober 2010	Gesprächsrunde Existenz: Krisen und Wandel
Raphael Gaßmann	Merleker Mielke Rechtsanwälte und Notare	Sprechstunde	Dezember 2010	Recht für Designer/-innen
		Sprechstunde	November 2011	Recht für Designer/-innen: Verträge, Ideenschutz und rechtspraktische Tipps
		Workshopreihe	Dezember 2010	Recht
		Workshopreihe	Oktober 2011	Recht
Prof. Dr. Herbert Grüner	Kunsthochschule Berlin-Weißensee	Vortrag	Mai 2010	Gestalter als Unternehmer – genial oder geschäftsuntüchtig?
Lutz Hackenberg	Allianz deutscher Designer e. V. (AGD)	Vortrag	November 2010	Transparente Kalkulation: Wert und Nutzen von Designleistungen
		Vortrag	September 2011	Erst die Idee und dann der Auftrag? Kriterien zur Vertragsgestaltung und Auftragsabwicklung
		Vortrag	November 2011	Der Ton macht die Musik: Kundengespräche erfolgreich führen



REFERENT/-IN	UNTERNEHMEN	FORMAT	DATUM	TITEL DER VERANSTALTUNG
Nina Hackmann	Systemische Beraterin, Coach und Trainerin	Tagesworkshop	Oktober 2011	Das Wort zum Bild: Texten, Schreiben, Formulieren für Designer/-innen
Thorsten Harms	Kommunikationsberater & Karrierecoach	Sprechstunde	Okt. / Nov. 2010	Finanzen, Kalkulation und Existenzgründung für Designer/-innen
		Sprechstunde	September 2011	Finanzen, Kalkulation und Absicherung für Designer/-innen
		Workshopreihe	Oktober 2010	Finanzen
		Workshopreihe	August 2011	Finanzen
Henning Horn	Public Relations für die gestaltende Wirtschaft	Vortrag	Mai 2011	Signale geben, selbst und ständig
Ares Kalandides	InPolis	Vortrag	September 2010	Kommunikation und Marketing: Netzwerken
Dr. Jens Kegel	Akademie Text	Vortrag	Juli 2010	Der öffentliche Auftritt: Sprache und Vortrag
Ines Kretschmar	Kreativ Coaching Center des TCC	Vortrag	Mai 2010	Von der Idee zum Erfolg – Was bringt Coaching für Design-Unternehmen?
Anke Krey Rathke	DESIGNERDOCK	Vortrag	Februar 2011	Kommunikationsbranche Berlin: Einblicke
Iris Laubstein	Laubstein Designmanagement	Vortrag	Juni 2011	Designprojekte: erfolgreich planen, steuern und gestalten
Sophia Muckle	Fachbuch-Autorin	Vortrag	Oktober 2010	Existenz: Gründung und Stolpersteine
Andrea Naurath	Schauspielerin, Trainerin, Coach	Tagesworkshop	November 2010	Präsentation und öffentlicher Auftritt
		Vortrag	Juli 2010	Der öffentliche Auftritt: Präsentation und Moderation
Bastian Prillwitz	Designer und Redakteur	Tagesworkshops	Oktober 2010	PR als Marketinginstrument für Designer/-innen: Pressearbeit und Social Media
Katja Runge	runge:PR	Tagesworkshop	Oktober 2011	Pressearbeit für Designer/-innen: In die Medien kommen und dort bleiben
Indra Sarkar	Erlebnis Business Coaching	Sprechstunde	Oktober 2011	Coaching für Designer/-innen: Berufliche Orientierung, Work-Life-Balance
		Workshopreihe	September 2011	Organisation und Management
Peter M. Scholz	Team Peter M. Scholz	Sprechstunde	November 2010	Organisation und Management für Designer/-innen
		Workshopreihe	November 2010	Organisation und Management



REFERENT/-IN	UNTERNEHMEN	FORMAT	DATUM	TITEL DER VERANSTALTUNG
Karin Schmidt	business developement	Vortrag	September 2011	Das kleine 1x1 des Vertriebs für Designer/-innen
Dominik Sprenger	Sprenger Rechtsanwaltskanzlei	Vortrag	Oktober 2011	Pitch: über den Agenturwettbewerb zur guten Zusammenarbeit?
Ida Storm Jansen	integrated Marketing & Sales	Tagesworkshop	Juni 2011	Kunden gewonnen, Seele behalten: Akquisition für Designer/-innen
		Tagesworkshop	Juni 2011	Geld oder Leben: Überzeugender verhandeln
		Vortrag	März 2011	Konfliktlösung: Wenn's knirscht in der Kundenbeziehung
Dr. Christian Volkmann	Merleker Mielke	Sprechstunde	Dezember 2010	Recht für Designer/-innen
	Rechtsanwälte und Notare	Sprechstunde	November 2011	Recht für Designer/-innen: Verträge, Ideenschutz und rechtspraktische Tipps
		Workshopreihe	Dezember 2010	Recht
		Workshopreihe	Oktober 2011	Recht
Klemens Wannemacher	Kreativ Coaching Berlin	Sprechstunde	Juni 2010	Selbsteinschätzung und individuelle Zielsetzung im Beruf sowie die Bedeutung von Persönlichkeit, Qualifikation und Erfahrungen als Designer/-in
		Sprechstunde	Mai 2011	Selbsteinschätzung und individuelle Zielsetzung im Beruf sowie die Bedeutung von Persönlichkeit, Qualifikation und Erfahrungen als Designer/-in
		Workshopreihe	Juni 2010	Selbst-Analyse
		Workshopreihe	April 2011	Selbst-Analyse
Susanne Weller	Weller Media	Tagesworkshops	Oktober 2010	PR als Marketinginstrument für Designer/-innen: Pressearbeit und Social Media
Juliane Zielonka	KMF GmbH	Sprechstunde	September 2010	Eigenmarketing und Kommunikationsmittel für Designer/-innen
		Sprechstunde	Juli 2011	Eigen-PR und Marketing-Kommunikationsmittel für Designer/-innen
		Workshopreihe	September 2010	Marketing und Kommunikation
		Workshopreihe	Juni / Juli 2011	Marketing und Kommunikation



Liste der Multiplikatoren, die Design & Company-Veranstaltungen ankündigten, beispielsweise über ihre Newsletter-Verteiler, soziale Netzwerke wie Facebook, Webseiten, Portale und Presseverteiler.

AGD | Allianz deutscher Designer
 Architektenkammer Berlin
 Artwert Berlin
 BTK | Berliner Technische Kunsthochschule
 BDG | Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner
 Betahaus, Berlin
 Beuth Hochschule, Berlin
 CTC | Career and Transfer Service Center, Berlin
 Create Berlin
 Creative City Berlin
 CSC | Creative Service Center Pankow, Berlin
 Design Akademie Berlin
 DESIGNERDOCK, Berlin
 Designszene Berlin
 Fachhochschule Potsdam
 Gründerinnenzentrale, Berlin
 HTW | Hochschule für Technik und Wirtschaft, Berlin

IHK | Investitions- und Handelskammer, Berlin
 IDZ | Internationales Design Zentrum Berlin
 Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, Regionalbüro Berlin/Brandenburg
 KCC | Kreativ Coaching Center, Berlin
 KNNK | Kreativnetzwerk Neukölln, Berlin
 Kunsthochschule Berlin Weißensee
 Lette Verein, Berlin
 Mediadesign Hochschule, Berlin
 Medianet Berlin-Brandenburg
 nemona | KreativNetzNeuKölln, Berlin
 netzwerk mode textil, Berlin
 Neue Schule für Fotografie Berlin
 Rat für Formgebung
 UdK | Universität der Künste Berlin
 VDID | Verband Deutscher Industrie Designer, Berlin
 Xinnovations, Berlin





Kreativität allein ist manchmal nicht genug

QUALIFIZIERUNGSANGEBOT HILFT BERLINER DESIGNERINNEN UND DESIGNERN

Seit dem Fall der Mauer hat sich in Berlin eine mannigfaltige Designszene entwickelt, die sich durch Vielfalt, Eigenwilligkeit und Ideenreichtum auszeichnet. Auch international gilt die Hauptstadt inzwischen als aufstrebender Designstandort. Als erster europäische Stadt verlihen ihr die UNESCO 2006 den Titel „City of Design“. Unzählige Ateliers, Agenturen, Showrooms und Messen haben sich in Berlin angesiedelt. Der Anteil an freiberuflich arbeitenden Designerinnen und Designern ist hoch.



In persönlichen Sprechstunden erhalten die Teilnehmenden Tipps von professionellen Coaches.

Berlin e.V. und dem Rat für Formgebung verwirklicht wurde, richtet sich an Designerinnen und Designer sowie kleine Designunternehmen. Es will ihnen zeigen, sich als Unternehmer zu sehen. Neben Vorträgen, Exkursionen und individuellen Beratungsgesprächen, ist eine Workshopreihe Herzstück des Programms. Auf dem Lehrplan stehen Themen wie Selbst-Analyse, Marketing und Kommunikation, Finanzen oder Recht. „Sehr wichtig ist die eigene Positionierung“, sagt Projektleiterin Esther Schaefer. „Wo stehe ich? Wo will ich hin? Was kann ich?“ – das seien die Grundfragen. Viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer müssten zunächst ihr eigenes Profil erkennen.

„Kalkulation, Akquise – Themen, bei denen es ums Geld geht, da kommen die meisten“, gibt Schaefer zu – obgleich in den Workshops auch viele Soft Skills wie etwa Selbst-Management thematisiert werden. Die wenigsten Teilnehmenden sind jedoch junge Existenzgründer. Denn der Gedanke, wirtschaftlicher zu arbeiten, kommt oft erst, wenn man eine Familie gründet oder endlich mal wieder verreisen möchte, weiß Esther Schaefer. Deshalb setzt sich das „Design & Company“-Klientel auch zu großen Teilen aus 30- bis Mitte-50-Jährigen zusammen.

Die Preise für Workshops, Exkursionen und Referate sind erschwinglich. Trotzdem hadern Interessierte häufig angesichts der Teilnahmebeiträge. Letztlich ergreifen sie aber doch die Chance, sich als Unternehmer weiterzubilden. „Es hat mir weiter geholfen“, resümieren viele. Denn die Workshopreihe setzt bei einigen der Designschaffenden einen Umdenkprozess in Gang, der sie in eine neue Richtung lenkt und sie neue Formate finden lässt.

Ein Projekt wie „Design & Company“ ist einmalig in Deutschland. Dementsprechend groß ist das Interesse. Selbst aus Tirol kommen Anfragen. Diese muss Esther Schaefer jedoch leider enttäuschen, da sich das Programm speziell an Berlinerinnen und Berliner richtet. Künftig will das IDZ das Qualifizierungsprogramm weiter verankern und dieses auch finanziell auf eigene Füße stellen. Denn bisher ist die Förderung durch den ESF essentiell wichtig, um das Angebot durchzuführen.

Der Bedarf für unternehmerische Weiterbildung in der Berliner Designszene ist groß und Design & Company kommt gut an, dieses Fazit lässt sich nach einem Jahr ziehen. ●

Doch Kreativität allein ist häufig nicht genug. Viele Designerinnen und Designer haben das unternehmerische Denken nicht erlernt, das nötig ist, um sich auf dem Markt zu behaupten: planvoll mit Finanzen umgehen, Schutzrechte anmelden, Produkte vermarkten – so manches Projekt scheitert am Mangel an Kompetenzen. Angebote zur professionellen Weiterbildung waren bisher rar. „Coaching für Designer ist noch nicht so populär“, sagt Esther Schaefer vom Internationalen Design Zentrum Berlin (IDZ), das nicht nur die Vernetzung und den Austausch der Kreativen fördert, sondern auch deren Professionalisierung. Leiterin Cornelia Horsch – selbst Designerin – entwickelte daher die Idee zu dem Qualifizierungsangebot „Design & Company“.

Das durch den Europäischen Sozialfonds (ESF) geförderte Projekt, das in Kooperation mit Create

Infokasten:

Internationales Design Zentrum Berlin
www.idz.de

Kontakt:

Esther Schaefer
esther.schaefer@idz.de
Tel. 030 280 95 111
Fax 030 280 95 112

ein Projekt aus dem Programm „Qualifizierung Kulturwirtschaft“ (KuWiQ)



Teil des Programms sind Exkursionen – hier zum Aerodynamischen Park Berlin-Adlershof.

DESIGN REPORT
AUSGABE 01/11

■ Der Stabmixer mit Extra-Speed: Im Rahmen seines Design-Diploms an der Stuttgarter Akademie der Bildenden Künste wollte er ein Projekt verfolgen, in dem sich Ernst und Spaß, Werkstatt und Küche miteinander verbinden lassen, berichtet Timo Kuhls in unserer Porträtreihe „Durchstarter“ auf Seite 35. Mit einer Weiterentwicklung des klassischen Akkuschraubers erfand Kuhls Küchentools, mit dem man Männer garantiert an den Herd bekommt – Aufsätze nämlich, mit denen sich das Schraubwerkzeug im Handumdrehen in einen Stabmixer, einen Korkenzieher, eine Gewürzmühle oder gar ein Grillgebläse ver-

Editorial

Männer an den Herd, Designer in den Job

wandeln lässt. Dafür hatte Kuhls die Zusammenarbeit mit dem Elektrowerkzeughersteller Festool in Wendlingen am Neckar gesucht, der „Tools for the toughest demands“ wie Dübelfräsen und Tauchsägen im Programm hat. Erst im Nachhinein wurde dem Akademieabsolventen klar, dass die diversen Informationsgespräche und seine Produktvorstellungen bei dem schwäbischen Mittelständler eine Art unbewusste und vielleicht gerade daher ideale Initiativbewerbung gewesen sein müssen: Kuhls arbeitet inzwischen im Innovationsmanagement des Unternehmens.

Ein schönes Beispiel für unseren Themenschwerpunkt „Berufseinstieg“, aber kein typisches. Wir wissen, dass die Berufswelt einem radikalen Wandel unterworfen ist, der sich weiter fortsetzen wird: Festanstellungen werden rare Phänomene, freie Tätigkeiten die Regel sein – gerade auch in den so genannten kreativen Berufen und damit auch im Bereich Design. Laut Informationen zur „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft“ der Bundesregierung umfasst die „Designwirtschaft“ rund 42.100 Unternehmen; der Anteil der Klein- und Kleinunternehmen (also one-man businesses) liegt dabei bei 98 Prozent. Die Marschrichtung dürfte klar sein: Der Trend geht zur Selbstständigkeit.

So eindeutig dieser Befund ist, so wenig bereitet das Hochschulstudium offenbar auf berufliche Eigenverantwortung vor. Nur so lässt sich der Zulauf erklären, den neue Angebote verschiedener Institutionen und Vereine erhalten, die in diese Richtung gehen. Das Internationale De-

sign Zentrum Berlin hat etwa die Veranstaltungsserie „Design & Company“ ins Leben gerufen – die vom Rat für Formgebung und vom Designnetzwerk Create Berlin unterstützt wird. Und auch die Kieler Muthesius-Hochschule oder die Berliner Universität der Künste haben die Zeichen der Zeit erkannt und bieten neuerdings „Existenzgründungsbegleitung“ für Designer an.

Dass es auch anders geht und bislang gehen musste, verdeutlicht der persönliche Rückblick der Wiesbadener Produktdesignerin Sophia Muckle. Ab Seite 36 wirft sie einen selbstironisch-amüsanten Blick zu-

rück auf ihren Berufseinstieg, dem sie eine ganz eigene Wendung gab. Die Erkenntnisse und Konsequenzen, die Muckle aus ihren Erfahrungen zog, systematisierte sie in Form von praktischen Leitfäden, verfasste auch ein Buch zum Thema und hält Vorträge – machte mithin aus einer selbst erfahrenen Problemlage ein Erfolgs- und Erlösmodell. Sie stellt damit zugleich ein fulminantes Beispiel dafür dar, wie man als Gestalter(in) seine eigene berufliche Nische finden kann. Heute arbeitet Muckle sowohl als selbstständige Designerin wie auch als Autorin.

Designer seien durch die ihnen vermittelte Denkungsart besonders zukunfts-fähig, schrieb vor genau einem Jahr Coach Joachim Kobuss im design report (Ausgabe 1/10, Seite 33): „Weil die Designer in der Ausbildung die Grundlagen für diese Komplexität entwickelt haben, sind sie in der Lage, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Gegebenheiten zu erkennen, zu interpretieren und zu gestalten.“

Man kann es auch einfacher haben: Er persönlich versuche, Zielorientierung mit Offenheit für unerwartete Chancen zu verbinden, sagt Timo Kuhls. Die haben die Durchstarter, die wir in unserem Schwerpunkt zum Berufseinstieg präsentieren, allesamt genutzt. Weiterhin viel Erfolg! Lars Quadejacob

■ Zum Titelbild

Das Cover dieser Ausgabe wurde von Carolin Küst gestaltet. Sie ist zurzeit noch Studentin an der Kunsthochschule Kassel mit dem Schwerpunkt Fotografie.
ckuest@gmx.com

DESIGN REPORT
AUSGABE 01/11

Mit einem abgeschlossenen Designstudium führen viele Wege nach Rom. Welches der Königsweg ist, lässt sich nicht sagen. Wie unterschiedlich die Arbeit im Design sein kann, lässt sich dagegen in diesem Heft nachlesen. Und auch, wo es noch Wege zu ebnen oder auszubauen gilt.

„Die meisten legen einfach erst mal los“, berichtet Esther Schaefer vom International Design Zentrum Berlin (IDZ). Man arbeitet sich ein und Stück für Stück voran. Das ist grundsätzlich auch in Ordnung. Doch Designer neigen, wie viele Kreativschaffende, zur Selbstausbeutung. Dahinter steckt neben der beruflichen Leidenschaft, mit der die interessen- und motivationsgesteuerten Kreativberufe als Gegenmodell zum Nine-to-Five-Job häufig idealisiert werden, ganz einfach auch Unwissenheit. Seit letztem Jahr bietet das IDZ ein umfassendes Veranstaltungsprogramm mit dem Titel „Design & Company – unternehmerisch denken und gestalten“ an. Unterstützt werden die Projektinitiatoren vom Rat für Formgebung und dem Berliner Designnetzwerk CREATE BERLIN. Noch bis Ende dieses Jahres können sich Designschaffende durch Vorträge, Exkursionen, Workshops und Beratungsangebote weiterbilden lassen.

Die Nachfrage ist groß – von Einsteigern und, mit anderen Interessenschwerpunkten, auch von Etablierten. Eine der Beobachtungen Schaefers, die für Projektmanagement und Programmplanung verantwortlich ist: „Besonders im Bezug auf Beratungs- und Coaching-Angebote werden die Teilnehmer anspruchsvoller. Gebraucht werden Leute, die sowohl ein auf das Design speziali-

■ Von hochspezialisierten Studienschwerpunkten bis zum Studium generale, vom Autoredesigner bis zum Designstrategen oder Engineering-Designer – die Studienorten und mit ihnen die Profilierungsmöglichkeiten für Designer sind vielfältig. Groß ist das Angebot: Über 50 Ausbildungsstätten gibt es in Deutschland, Privatschulen nicht eingerechnet. Die Diskussionen um die Einführung des Bachelor-Master-Systems und letztendlich sogar die Zwänge, die die Umstrukturierungen mit sich brachten, haben viele der Hoch- und Fachschulen genutzt, um sich der eigenen

Schwerpunkt
30
1/11
design report

Schwerpunkt: Und dann?

Schwerpunkte und Standortvorteile deutlicher bewusst zu werden, und mancherorts auch, um ihre Profile zu überarbeiten. Sechs bis acht Semester dauern die Bachelorstudiengänge, entsprechend ein bis zwei Jahre die Vertiefung und Spezialisierung in den Masterprogrammen.

Doch irgendwann hat man alle Abschlüsse in der Tasche, und was kommt dann? Die Wege – es überrascht nicht – sind unterschiedlich, wie dieses Heft stichprobenartig zeigt. An erster Stelle steht wohl die Entscheidung zwischen einer zukünftigen Freiberuflichkeit und einer Festanstellung. Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung hat Zahlen erhoben: Im Jahr 2009 – die Zahlen sind vorläufig – umfasste die Designwirtschaft 42.100 Unternehmen mit einem Gesamtumsatz von 15,2 Milliarden Euro. Und: Der Anteil der Kleinunternehmen und Freiberufler im Bereich Produkt-, Mode- und Grafikdesign lag bei 98 Prozent. Mit anderen Worten: Der wohl üblichere der unterschiedlichen Wege beginnt mit der Existenzgründung. Eher selten gehen Designer ihre Freiberuflichkeit strategisch an.

iertes Wissen haben als auch methodisch geschult sind.“ Sich im Prozess des Unternehmensaufbaus oder auch in Um- und Neuorientierungsphasen begleiten zu lassen, wird selbstverständlicher. Hochschulen wie die Muthesius-Kunsthochschule in Kiel mit der Initiative „exist – Existenzgründungsbegleitung in der Kreativwirtschaft“ oder die Berliner Universität der Künste mit dem „Career & Transfer Service Center“ geben ein gutes Beispiel, wie die Unterstützung der Kunst- und Designabsolventen aussehen kann.

Kreativität ist gefragt – selbst wenn es um die Schaffung einer Arbeitsstelle geht. Auch darüber zeigt dieses Heft Beispiele. Viele der an den Hochschulen vermittelten Kompetenzen gilt es überhaupt erst in berufliche Existenzen zu übersetzen. Berufseinsteiger gestalten dabei nicht unwesentlich die zukünftige Wahrnehmung ihrer Disziplin.

Pauline Kländer
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de
www.idz.de
www.muthesius-kunsthochschule.de
www.udk-berlin.de

DESIGN REPORT
AUSGABE 01/11

stimmiger Chemie – die Zusammenarbeit mit Freunden ist davon nicht ausgenommen.

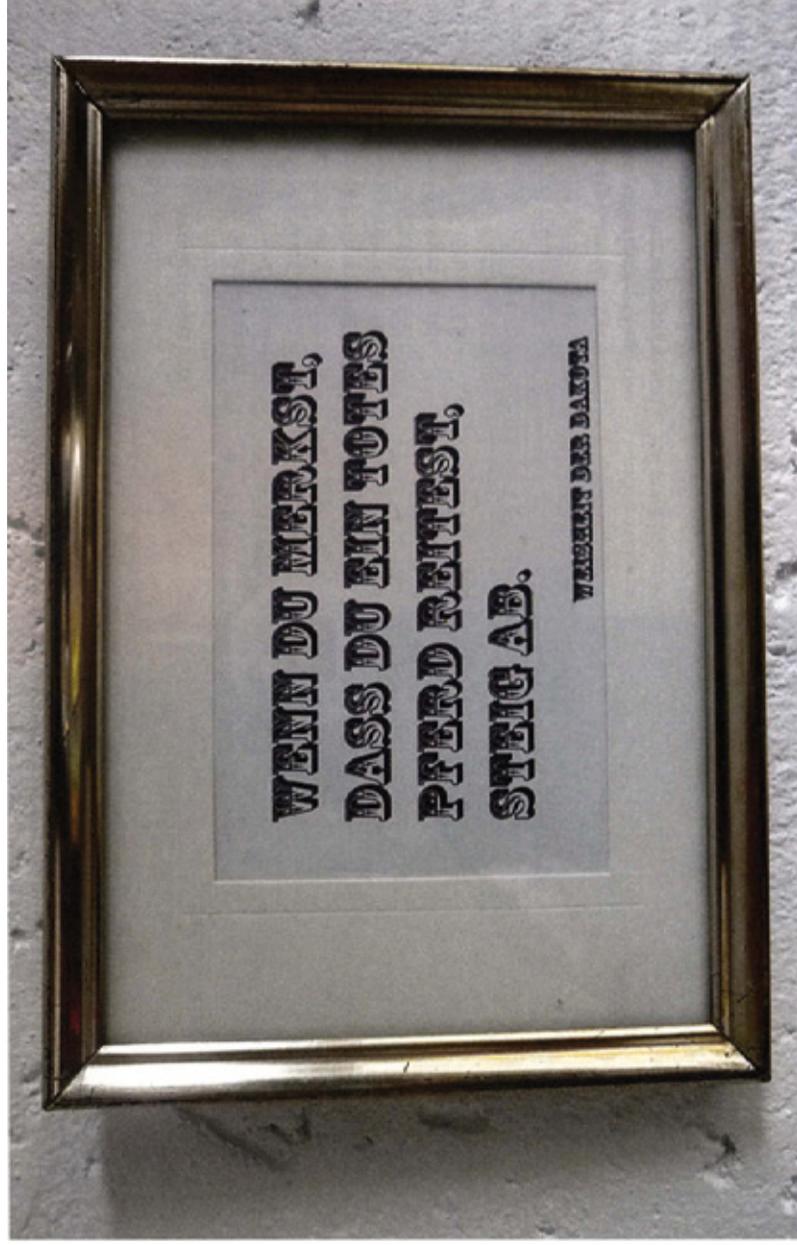
Testgründung

Sicher ist es großartig, wenn man die Selbstständigkeit mit Freunden angehen kann. Die Arbeit macht mehr Spaß, Probleme lassen sich teilen, man bekommt mehr Aufmerksamkeit und die eigenen Kontakte multiplizieren sich. Doch halte ich klare Absprachen und gelegentliche Aussprachen heute für wichtiger als die ursprüngliche Freundschaft. Von den kleinen Büros befreundeter Designer, die sich um mich herum gründen, existiert heute nur noch ein Einziges. Alle anderen und auch meine eigenen Kooperationen lösten sich irgendwann auf. Trotz schöner Projekte, trotz attraktiver Aufträge und Kontakte, oft wegen Geldfragen oder weil die Freundschaft weniger strapazierfähig war, als gedacht. Eine Freundin ging geschickter vor, indem sie mit ihrer Partnerin für ein Jahr eine lose Zusammenarbeit vereinbarte. Sozusagen eine Testphase für die Gründung. Während dieses Jahres arbeiteten beide mal getrennt, mal zusammen und konnten ihre eigenen Stärken und Schwächen kennen lernen. Danach hielten sie ihre Erfahrungen in schriftlichen Abmachungen fest und gründeten gemeinsam erfolgreich ein Büro.

Der Wert der eigenen Leistung

An dieser Stelle sollte ich auch den Nutzen der detaillierten Projektplanung erwähnen. Denn obwohl mir die Aufgaben gefielen, hat mich das selbstorganisierte Arbeiten oft gequält, weil ich immer auf den letzten Drücker fertig wurde oder weil mir der Auftrag zu groß vorkam. Mit Zeitplänen lässt sich beides in den Griff kriegen. Große Aufgaben werden in kleine Häppchen zerlegt und lassen sich entspannter erledigen. Außerdem helfen Zeitpläne dabei, den Wert der eigenen Arbeit zu kalkulieren und die Leistung vor dem Kunden zu begründen. Denn nicht jeder Kunde erkennt den Arbeitsaufwand, der hinter einer Designleistung steckt, und weiß, sie entsprechend zu honorieren. Anstatt beleidigt zu sein, sollte man in solchen Momenten anfangen, Aufklärungsarbeit zu leisten.

Um die eigene Leistung nachvollziehbar zu machen, hilft es meiner Erfahrung nach, die einzelnen Arbeitsschritte aufzulisten, sie in Leistungspaketen zu-



sammenzufassen und mit geschätzten Stundenzahlen zu versehen. Auf dieser Grundlage lässt sich mit Kunden gut über Preise sprechen.

Es darf bezahlt werden
Nach erfolgreichem Projektabschluss sollte man außerdem mit seiner Rechnung nicht warten. Dass der Kunde von sich

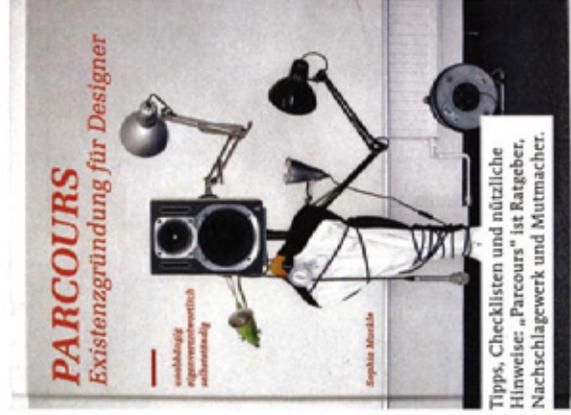
gen Arbeiten zu entwickeln. Bis dahin hatte ich bereits einige freiberufliche Projekte hinter mir und mehrere Gründerseminare an meiner Hochschule besucht.

Vergleicht man während des Auftrags die investierte Zeit mit der geschätzten Stundenzahl, dann bekommt man auf die Dauer auch ein echtes Preisgefühl für die eigene Leistung und man merkt, welche Arbeitsschritte effizienter zu gestalten sind.

aus nach der Rechnung fragt, kommt sel-
ten vor. Aus Schüchternheit habe ich frü-
her meine Rechnungen sehr spät gestellt
und dabei festgestellt: Liegt die Leistung
lange zurück, hat der Kunde sie schon fast
vergessen. Besonders problematisch wird
es, wenn der Projektleiter gar nicht mehr
im Hause arbeitet und die Dame in der
Buchhaltung erst recherchieren muss,
um was es ging.

Und was passiert, wenn das Geld aus-
bleibt? Zum Glück musste ich noch nie ei-
ne Mahnung schreiben. Das liegt wohl da-
ran, dass ich meist freundlich nachfragte,
ob meine Rechnung angekommen sei. Blich
das Geld aus, nahm ich es sportlich und
rief wieder an. In meinem Umfeld konnte
ich verfolgen, wie aufreibend der Rechtsweg
sein kann. Ob sich der Aufwand lohnt,
hängt wohl von den eigenen Nerven und
der Streitsumme ab. Abschlagszahlungen
können im Übrigen solchen Situationen
vorbeugen oder sie wenigstens abmildern.

Tipps, Checklisten und nützliche
Hinweise: „Parcours“ ist Ratgeber,
Nachschlagewerk und Mutmacher.



Nicht jeder der Experten konnte sein
Wissen gut vermitteln – um die Antwort-
ten auf meine Fragen zu verstehen,
musste ich mich also um ein eigenes
Grundwissen bemühen. Weil es mir mit
Steuerberatern ähnlich erging, lernte ich
mit der Zeit, dass man langfristig zum
eigenen Spezialisten in Sachen Selbst-
ständigkeit werden muss.

Dass ich noch immer selbstständig
bin, liegt wahrscheinlich an der Tatsache,
dass ich Fehler mittlerweile als Erfahun-
gen begreife. Das klingt nicht nur besser,
sondern diese Erfahrungen sind auch
wichtig. Sie sind manchmal ärgerlich und
anstrengend, dafür aber lehrreich. Denn
aus den Schwierigkeiten des einen Projek-
tes lernt man, was beim nächsten anders
laufen muss.

Sophia Muckle

Zur Autorin:

Sophia Muckle, Jahrgang 1977, ist Autorin und
selbstständige Gestalterin. Sie studierte Pro-
duktdesign an der Hochschule für Gestaltung
Offenbach und gewann 2005 mit ihrer Di-
plomarbeit den Braun-Feldweg-Förderpreis für
designkritische Texte. Im letzten Jahr erschien
im Hermann Schmidt Verlag ihr Buch „Par-
cours – Existenzgründung für Designer“.

Expertenwissen

Gleich nach dem Diplom im Jahr 2005
bat mich meine Hochschule, für die Stu-
dierenden Merkblätter zum selbstständigen

Weitere Fortbildungs- und Beratungsangebote für Designer/-innen. Die Linkliste steht auf der IDZ-Webseite zur Verfügung und enthält eine Auswahl von Institutionen, Netzwerken und Beratungsstellen.

ANBIETER	INTERNET	ANGEBOT
ADC Art Directors Club	www.adc.de	Vorträge, Seminare
AGD Allianz Deutscher Designer	www.agd.de	Betreuung selbständiger Designer, zahlreiche Seminare deutschlandweit
ARTWert	www.artwert.de	organisiert Foren, Weiterbildungen, Seminare und Workshops
BBW Bildungswerk der Wirtschaft in Berlin und Brandenburg	www bbw-berlin.de	beraten, begleiten, weiterbilden – Qualifizierungsangebote
BDG Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V.	www.bdg-designer.de	kostenlose Kurzberatung, Vortrag: Einführung für selbständige Designer/-innen, Kalkulation, Nutzungsrechte, Arbeitszeit
Berliner Beratungsdienst e.V.	www.bbdev.de	Fach- und Führungskräfte im Ruhestand bieten branchenübergreifenden Rat zur Selbsthilfe für Existenzgründer, Jungunternehmer und etablierte Unternehmen
Berliner Volkshochschule	www.berlin.de/vhs	Seminare, Kurse und Veranstaltungen
BITCOM Bundesverband Informationswirtschaft Telekommunikation und neue Medien e.V.	www.bitkom.org	Vortragsreihen, Diskussionen
Bundesverband der Freien Berufe	www.freie-berufe.de	Förderprogramme für Existenzgründer, Steuertipps, Versicherungspflicht, KSK, Gründungszuschuss
BMWi-Existenzgründungsportal	www.existenzgruender.de	Beratung, Finanzierung
BPW Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg	www.b-p-w.de	Coaching in der Geschäftskonzeption, branchenübergreifend
Career & Transfer Service Center der Universität der Künste Berlin	www.careercenter.udk-berlin.de	Beratung, Seminare, Vorträge für Absolvent/-innen der UdK, Kunsthochschule Weißensee



ANBIETER	INTERNET	ANGEBOT
Creative Service Center Pankow	www.csc-pankow.de	branchenspezifisches Angebot, individuelle Beratung und Coachingveranstaltungen für den Bezirk
DESIGNERDOCK	www.designerdock.de	Kurse und Beratung, Weiterbildungsangebote über Newsletter
Designers Business	www.designersbusiness.de	Großes Weiterbildungsangebot design- und business-relevanter Themen – Berlin
design-produkte.de	www.design-produkte.de	bringen Design, Produktion und Markt zusammen
design pool berlin e.V.	www.designpool-berlin.de	Workshops, Beratung und Informationen mit Schwerpunkt Modedesign
Deutsches Patentamt	www.dpma.de	Beratung, Formulare, Veröffentlichung
eCOMM Berlin	www.ecomm-berlin.de	Beratung und Informationen zur geschäftlicheN Nutzung des Internets
EXIST	www.exist.de	Gründungskultur, Gründungsstipendium, Forschungstransfer, Existenzgründungen aus der Wissenschaft
Erfinderhaus	www.erfinderhaus.de	Patentvermarktung, Erfinderladen, Tipps, Checklisten und Links rund um die Verwertung von Ideen
Fashion Patrons GmbH	www.fashionpatrons.com	Informationen, Workshops für Modedesigner/-innen
Förderland	www.foerderland.de	Wissen für Gründer und Unternehmer
Gründerinnenzentrale	www.gruenderinnenzentrale.de	Beratung zum Thema Existenzgründung für Frauen
Gruendungszuschuss	www.gruendungszuschuss.de	Geförderte Beratung, Workshops
Handwerkskammer Berlin – StarterCenter Berlin	www.startercenter-berlin.de	Alles für Gründer: Information, Beratung, Anmeldung



ANBIETER	INTERNET	ANGEBOT
HTW Berlin Hochschule für Technik und Wirtschaft	www.htw-berlin.de	Seminare zur allgemeinen Weiterbildung
IHK Berlin	www.ihk-berlin24.de	Lehrgangs- und Seminarangebot, Aus- und Weiter-bildung, Starthilfe und Unternehmensförderung
Initiative der Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung	www.kultur-kreativ-wirtschaft.de	Information und Beratung, Kurse und Schulungen, Finanzierung und Förderung
Investitionsbank Berlin	www.ibb.de	Unterstützung innovativer und kreativer Unternehmen bei Aufbau und Sicherung innovativer Geschäftsexistenzen, Förderung, Coaching, Finanzierung, Förderinitiativen Berlin
Innovationen brauchen Mut	www.innovationen-brauchen-mut.de	Beratung für brandenburger Unternehmen in der Vorgründungs- und Gründungsphase, speziell auch für die Kreativwirtschaft
KCC Kreative Coaching Center des Technologie Coaching Centers (IBB)	www.tcc-berlin.de/kcc.phtml	Vermittlung von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen, Coaching
KNNK KreativNetzNeukölln Künstlersozialkasse	www.knnk.org www.kuenstlersozialkasse.de	rund um die Kreativwirtschaft Neuköllns
MEDIA EXIST media.net berlinbrandenburg e.V.	www.mediaexist.com www.medianet-bb.de	Existenzgründungszentrum für Medienschaffende Mentoring, Networking und Qualifizierung
nemona	www.nemona.de	Netzwerk Mode & Nähen in Neukölln
Noack Training und Coaching Berlin	www.noack-training.de	Kommunikation, Selbstmanagement und Balance
Patentwert GmbH	www.patentwert.de	Agentur für Erfinder, Rundumservice zur Patentanmeldung



ANBIETER	INTERNET	ANGEBOT
TSB Innovationsagentur der Technologiestiftung Berlin	www.innovationsagentur-berlin.de	Beratungsangebot von der ersten Gründungsidee bis zur Marktstudie für kleine und mittlere technologieorientierte Unternehmen und Gründer
SIGNO Unternehmen	www.signo-deutschland.de	Förderung und Beratung zum Schutz von Ideen für die gewerbliche Nutzung
VDID Verband Deutscher Industrie Designer e.V.	www.vdid.de	Kostenlose Kurzberatungen für Mitglieder
VDMD Verband Deutscher Mode- und Textildesigner e.V.	www.vdmd.de	berät und unterstützt Mode- und Textil-Designer bei Rechts-, Steuer-, Honorar- und Vertragsfragen
Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst	www.bildkunst.de	Urheberrechtsorganisation u.a. der deutschen Designer/-innen; ähnlich wie die GEMA, nur für den visuellen Bereich
DATENBANK	LINK	ANGEBOT
Gründen in Berlin	www.gruenden-in-berlin.de	Das Portal für Gründer/-innen in Berlin, unterstützt bei der Suche nach Informationen, Beratungen ,Veranstaltungen
KURSNET	kursnet-finden.arbeitsagentur.de	größte deutsche Datenbank für berufliche Aus- und Weiterbildung, bietet kostenlose Angebote zu Ausbildung und Studium
Semigator.de	www.semigator.de	Weiterbildungssuche-Datenbank für Seminare
Weiterbildungsdatenbank	www.wdb-berlin.de	Bietet umfassende Recherchemöglichkeiten nach Angeboten und Anbietern beruflicher Weiterbildung in Berlin



Auswahl von Literatur aus dem Design & Company: Handapparat. Während der Öffnungszeiten des IDZ standen die Publikationen zur freien Ansicht zur Verfügung. Während der Veranstaltungen wurden jeweils thematisch passende Publikationen ausgelegt.

GRÜNDUNG | SELBSTÄNDIGKEIT: BÜCHER

Hesse, Jürgen; Schrader, Hans Christian: **Berufsstrategie, Was steckt wirklich in mir? Der Potenzialanalyse-Test**, Eichborn: 2006

Fishel, Cathy: **Das Freelance Design Handbuch**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2010

agd | dreiviertel – Das Magazin der Allianz deutscher Designer; Allianz Deutscher Designer [Hrsg.]: **Design Zukunft Visionen**, AGD, Braunschweig: 2011

agd | viertel – Das Magazin der Allianz deutscher Designer; Allianz deutscher Designer [Hrsg.]: **Erfolgsverbindungen im Design**, AGD, Braunschweig: 2010

Kobuss, Joachim: **Erfolgreich als Designer: Business gründen und entwickeln**, Birkhäuser, Basel: 2008

Pritzkow, Angela [Hrsg.]: **Ich allein?! Mehr als Ich!: selbstständige Frauen in der Kreativwirtschaft**, Berlin: 2009

Haas, Peter; Holzinger Silvia: **Kann man denn davon leben? Erfolgreiche Eigenvermarktung und Internet-ökonomie**, Berlin: 2011

Grüner, Herbert; Kleine Helene; Puchta, Dieter; Schulze, Klaus-P. [Hrsg.]: **Kreative gründen anders!**, transcript Verlag, Bielefeld: 2009

Kristina Ballerstaedt: **Mythos Designer sein, ausführliche Arbeitsplatzporträts aller Disziplinen. Interviews, Praxistipps, Adressen und Termine. Neue Trends vom Arbeitsmarkt**, Verlag Hellblau, Essen: 2008

Muckle, Sophia: **Parcours: Existenzgründung für Designer**, Verlag Hermann Schmidt, Mainz: 2009

McKinsey&Company: **Planen, gründen, wachsen. Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg**, Redline Verlag, November 2007

Bonnemeier, Sandra: **Praxisratgeber Existenzgründung**, dtv Verlag, München: 2008

Shaughnessy, Adrian: **So finden Sie Ihren Weg als Grafikdesigner**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2011

GRÜNDUNG | SELBSTÄNDIGKEIT: BROSCHÜREN

Investitionsbank Berlin: **Gründungsführer Berlin 2008/2009, Der Wegweiser zum Berliner Gründungsnetzwerk**, Berlin: Juni 2008

Investitionsbank Berlin: **Förderfibel 2010/2011, Der Ratgeber für Unternehmen und Existenzgründungen**, Berlin: April 2010

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen; Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: **Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbstständigkeit**, Mai 2009

Gründerzeiten – Informationen zur Existenzgründung und -sicherung, Nr. 28 Thema: Preisgestaltung, Juni 2009

Gründerzeiten – Informationen zur Existenzgründung und -sicherung, Nr. 37 Thema: Kunden gewinnen, August 2009



Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen;
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie:

Gründerzeiten – Informationen zur Existenzgründung und -sicherung, Nr.51 Thema: Existenzgründungstipps für Künstler und Publizisten, Oktober 2009

Gründerzeiten – Informationen zur Existenzgründung und -sicherung, Nr. 11 Thema: Kooperationen, Februar 2010

Gründerzeiten – Informationen zur Existenzgründung und -sicherung, Nr. 20 Thema: Marketing, Mai 2010

Gründerzeiten – Informationen zur Existenzgründung und -sicherung, Nr. 34 Thema: Steuern – Ein weites Feld, Mai 2010

Gründerzeiten – Informationen zur Existenzgründung und -sicherung, Nr. 41 Thema: Persönliche Absicherung für Existenzgründer und Unternehmer, Juni 2010

Exist – News, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: **Existenzgründungen aus der Wissenschaft, Umbrüche im Bildungssystem – Herausforderungen für die Gründungslehre**, Januar 2010

Bundesweite Gründerinnenagentur BGA: **Nr. 22 Gründungen von Frauen im Wachstumsmarkt Kreativwirtschaft II**, 2008

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen;
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie:
Softwarepaket 9.3 (CD), Für Gründer und junge Unternehmen, Februar 2010

RECHT: BÜCHER

Siebecke, Friedrich W.: **Designers' Alphabet. Handlexikon des Designrechts**, Pyramide Verlag, Essen: 2006

Maaßen, Wolfgang: **Designers' Contract**, Pyramide Verlag, Essen: 2005

Maaßen, Wolfgang [Hrsg.]: **Designers' Manual. Basiswissen für selbständige Designer**, Pyramide Verlag, Düsseldorf: 2010

Berndorff, Gunnar; Berndorff, Barbara; Eigler, Knut: **Designrecht. Die häufigsten Fragen aus Grafik-, Multi-media- und Produktdesign. Die Antworten**, PPVMedien, Bergkirchen: 2006

Dr. Eichmann, Helmut; Prof. Dr. Kur, Annette [Hrsg.]: **Designrecht, Praxishandbuch**, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 2009

Sabine Zentek: **Ein Handbuch für Recht in Kunst und Design**, Avedition, Stuttgart: 1998

Kobuss, Joachim: **Erfolgreich als Designer: Designrechte international schützen und managen**, Birkhäuser, Basel: 2009

Eisenführ, Günther; Schennen, Detlef: **Gemeinschaftsmarkenverordnung**, Carl Heymanns Verlag KG, Köln: 2007

Braitmayer, Sven-Erik: **Leitfaden nationales Geschmacksmuster**, Carl Heymanns Verlag KG, Köln: 2004

Sprenger, Dominik: **PITCH: Mustervereinbarung für den Auftragswettbewerb beim Kunden**, SDSt Selbständige Design-Studios e.V., Braunschweig: 2010

Pohl, Siegmar; Wegenek, Robert; media.net berlinbrandenburg [Hrsg.]: **Verträge in der Werbebranche**, Cornelsen Verlag Scriptor GmbH & Co. KG, Berlin: 2007

RECHT: BROSCHÜREN

Deutsches Patent- und Markenamt: **Jahresbericht 2009, Patente, Gebrauchsmuster, Marken, Geografische Herkunftsangaben, Geschmacksmuster etc.**, 2009

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen;
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: **Ideen sichern – Vorsprung schaffen, Gewerbliche Schutzrechte als Erfolgsfaktor für Unternehmen**, März 2010

Deutsches Patent- und Markenamt:
Infoblatt Patente, Gebrauchsmuster, Marken, Geschmacksmuster im Überblick, Juli 2010

Infoblatt DPMAregister, Amtliche Publikationen und Register für Patente, Marken und Muster, Juli 2010

Infoblatt DEPATISnet, Weltweite Patentrecherche zum Stand der Technik, Juli 2010

Infoblatt Patentinformationszentren in Deutschland, Juli 2010

Infoblatt Marken-Recherche im Internet, Juli 2010



Deutsches Patent- und Markenamt:

Infoblatt Geschmacksmuster-Recherche im Internet,
Juli 2010

Patente, Eine Informationsbroschüre zum Patent,
Juli 2010

Merkblatt für Patentanmelder, 2009

Formular – Antrag auf Erteilung eines Patens

**Verordnung zum Verfahren in Patentsachen vor dem
Deutschen Patent- und Markenamt (Patentverordnung
– Pat V)**, September 2003

**Merkblatt für die Abfassung von nach Merkmalen ge-
gliederten Patentansprüchen**, 2002

**Gebrauchsmuster, Eine Informationsbroschüre zum
Gebrauchsmusterschutz**, Juli 2010

Merkblatt für Gebrauchsmusteranmelder, 2009

**Formular – Antrag auf Eintragung eines Gebrauchs-
musters / Eintritt in die nationale Phase Aktenzeichen,
PCT etc.**

**Verordnung zur Ausführung des Gebrauchsmuster-
gesetzes (Gebrauchsmusterverordnung – Gebr MV)**,
Mai 2004

**Kostenmerkblatt Gebühren und Auslagen des Deut-
schen Patent- und Markenamts und des Bundespatent-
gerichts**, Juni 2010

Deutsches Patent- und Markenamt:

**Geschmacksmuster, Eine Informationsbroschüre zum
Designschutz**, Juli 2010

Merkblatt für Geschmacksmusteranmelder, März 2010

Antrag auf Eintragung eines Geschmacksmusters

Wiedergabe des Geschmacksmusters

Anlageblatt

**Gebühren und Auslagen für Geschmacksmuster (mit
Beispielen)**

**Verordnung zur Ausführung des Geschmacksmusterge-
setzes (Geschmacksmusterverordnung – Geschm MV)**,
Mai 2004

Klassifikation für Geschmacksmuster

**Marken, Eine Informationsbroschüre zum Marken-
schutz**, Juli 2010

Merkblatt Wie melde ich eine Marke an?

Klasseneinteilung der Waren und Dienstleistungen,
Februar 2009

MARKETING | ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Eisenmann, Sara: **Design Portfolios, Von der klassischen
Mappe zur interaktiven Präsentation**, Stiebner Verlag
GmbH, München: 2008, 2010

Schulz-Bruhdoel, Norbert; Fürstenau, Katja: **Die PR- und
Pressefibel**, Frankfurter Allgemeine Buch 2010

Doris Märtin: **Erfolgreich texten**, Bramann Verlag, Frank-
furt am Main: 2010

Russell, Edward: **Grundlagen des Marketings**, Stiebner
Verlag GmbH, München: 2010

Damian, Gerbaulet: **Kommunikationsdesign als Marke**,
Norman Beckmann Verlag & Design, Hamburg: 2011

Knieß, Katharina: **Kunst in die Öffentlichkeit, PR-Hand-
buch für Künstler, Galerien, Museen und Hochschulen**,
Viola Falkenberg Verlag, Bremen: 2010

Zollondz, Hans-Dieter: **Marketing Mix: Die sieben P des
Marketing**, Cornelsen Verlag Scriptor, 3.Auflage
Januar 2008

Thiele, A.: **Präsentieren Sie einfach (mit CD-ROM), Mit
und ohne Medien**, Frankfurter Allgemeine Buch 2007

Falkenberg, V.: **Pressemitteilungen Schreiben**, Frank-
furter Allgemeine Buch, 2008

Kegel, Jens: **Selbstvermarktung freihändig**, Business
Village, Göttingen: 2009

Weinberg, Tamar (Autor) / Lange, Corina (Hrsg.): **Social
Media Marketing: Strategien für Twitter, Facebook &
Co**, O'Reilly Verlag, März: 2010

Michelis, Daniel / Schildhauer, Thomas (Hrsg.): **Social Me-
dia Handbuch**, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden:
2010



Caldwell, Cath: **Überzeugende Portfolios für Grafikdesigner**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2011

FINANZEN | AKQUISITION

Allianz Deutscher Designer; Jacobs, Andreas (Vorstandsvorsitzender); Hackenberg, Lutz: **AGD Vergütungstarifvertrag Design (AGD/SDSt), Fassung vom 26. April 2011**, AGD, Braunschweig: 2011

Page Zeitschrift: **Auftrags-Akquise, Tipps für Agenturen und Freelancer**, August 2011

agd | viertel – Das Magazin der Allianz deutscher Designer, Allianz deutscher Designer [Hrsg.]: **Das Geld**, AGD, Braunschweig: 2010

Maaßen, Wolfgang: **Designers' Calculator, Kalkulationshilfen zur Berechnung von Designhonoraren**, Pyramide Verlag, Essen: 2006

Boess, Allan S.: **Jetzt brauche ich Aufträge!**, Redline Verlag, Heidelberg: 2005

Gloszeit, Holger; Natusch, Cordula: **Kundenakquise**, Rudolf Haufe Verlag, München: 2009

Bayley, Stephen; Mavity, Roger: **Life's a Pitch**, Corgi Edition, 2008

Magnus, Stephan; Vialon, Hans: **Tapfere Helden in der Akquise**, Wiley Verlag, Weinheim: 2007

Gloszeit, Holger; Natusch, Cordula: **Kundenakquise**, Haufe Verlag, Planegg München: 2009

Remy, Volker: **Wie man Aufträge angelt und mit Fischen spricht**, Graco Verlag, Berlin: 2007

ORGANISATION | MANAGEMENT

Förster, Anja; Kreuz, Peter: **Alles, außer gewöhnlich**, Verlag Econ /KNO VA, März 2007

Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce: **Das Harvard-Konzept, Der Klassiker der Verhandlungstechnik**, 23., durchsehene Auflage, Campus Verlag, Frankfurt am Main: 2009

Back, Louis: **Handbuch Briefing, Effiziente Kommunikation zwischen Auftraggeber und Dienstleister**, Schäffer-Poeschel, Stuttgart: 2006

Berzbach, Frank: **Kreativität aushalten: Psychologie für Designer**, Herrmann Schmidt, Mainz: 2010

VDID Verband Deutscher Industrie Designer [Hrsg.]: **Management – Das Projekt im Griff**, VDID und Zollverein School of Management and Design, Essen: 2006

Lessel, Wolfgang: **Projektmanagement, Projekte effizient planen und umsetzen**, Cornelsen Verlag, Berlin: 2008

Krichel-Leiendecker, Vera: **Projektmanagement – Arbeitstechniken: Crashkurs!**, Cornelsen Verlag, Berlin: 2010

Ruf, Thomas: **Projektmanagement - Grundlagen: Crashkurs!**, Cornelsen Verlag, Berlin: 2010

Oakland, John; Morris, Peter: **Qualitätsmanagement: Schnellkurs Profi- Wissen**, Metropolitan Verlag,

Düsseldorf: 1998

Peters, Tom: **Re-imagine! Spitzenleistungen in chaotischen Zeiten**, GABAL-Verlag GmbH, 2007

Mair, Judith: **Schluss mit Lustig!**, Eichborn AG, Frankfurt am Main: 2002

Weinhold, Kethrein: **Selbstmanagement im Kunstbetrieb: Handbuch für Kunstschaffende**, Transcript Verlag, Bielefeld: 2005

Janson, Simone: **Selbstorganisation und Zeitmanagement**, Redline Wirtschaft, Heidelberg: 2007

Allen, David: **Wie ich die Dinge geregelt kriege, Selbstmanagement für den Alltag**, Piper Verlag, München: 2008

DESIGNMANAGEMENT

VDID Verband Deutscher Industrie Designer e.V. [Hrsg.]; Habich, Ralph: **1 Professionell die Zukunft gestalten | Designkompetenz; 2 Maßgeschneidert für den Markt | Design-Marketing; 3 Design. Funktion und Sinnbild | Marke; 4 Designprojekte präzise steuern | Management**, Bayern: 2010

Kern, Ulrich: **Designplanung: Prozesse und Projekte des wissenschaftlich-gestalterischen Arbeitens**, Pro Business, Berlin: 2009

Stone, Terry Lee: **Designmanagements, So realisieren Sie Ihre Projekte**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2011



Brauer, Gernot: **Erfolgsfaktor Design-Management : ein Leitfaden für Unternehmer und Designer**, Birkhäuser, Basel: 2007

Best, Kathryn: **Grundlagen des Designmanagements**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2010

Wirtschaftsministerium Baden Württemberg [Hrsg.], Habich, Ralph: **Innovationsfaktor Design**, VDID Verband Deutscher Industrie Designer e.V., Stuttgart

Sommerlatte, Tom: **Praxis des Designmanagement**, Symposion Publishing, 2009

WEITERBILDUNG | COACHING

von Staden, Sven: **30 Minuten für den souveränen Umgang mit Veränderungen**, GABAL Verlag, Offenbach: 2006

Müller, Klaus-Dieter; Flieger, Wolfgang; Krug, Jörn: **Beratung und Coaching in der Kreativwirtschaft**, W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart: 2011

Zumkeller, Volker: **Coaching – Grundsätze, Prozessphasen und Techniken**, Cornelsen Verlag, Berlin: 2010

Fischer, Florian: **Der nächste Schritt, Schau mal! Es geht.**, Berlin: 2011

Fischer, Florian: **Es gibt Lösungen / Begleitung**, KWF Kärntner Wirtschaftsförderungs Fonds, Klagenfurt: 2005

