

Duitsland: Vormgeving

Inleiding

Creativiteit en de ontwikkeling van industriële sectoren waarin creativiteit een belangrijke rol speelt, worden door de overheid en het bedrijfsleven in Duitsland in toenemende mate van belang geacht in de ontwikkeling van de economie. Tot de "Kultur- und Kreativwirtschaft" worden gerekend: de muziekindustrie, de literatuur- en boekenmarkt, media, beeldende kunsten, film- en video-industrie, omroep, design en architectuur, reclame, creatieve ICT/gaming en cultureel erfgoed. Vormgeving (design) behoort momenteel vergeleken met de groeicijfers van de overige subsectoren tot de meest succesvolle subsector binnen de creatieve industrie en wordt in Duitsland in de volgende disciplines onderscheiden:

Marktomvang

Design is een groeiende markt, wat o.a. blijkt uit de positieve ontwikkeling van de omzet van de designbureaus en uit het constant groeiende aantal designbureaus, dat in 2006 op 39.000 wordt geschat, een vijfde van de gehele creatieve sector. Zo liet de totale designmarkt in 2006 een groei van bijna 12% zien, waarbij een omzetvolume werd gegenereerd van 14,9 miljard euro, wat overeenkomt met 12% van de totale Duitse creatieve economie en 0,65% van het bbp. Er zijn in totaal ca. 120.000 personen werkzaam in de vormgeving, waarvan driekwart in de visuele communicatie. De sector bestaat vnl. uit kleine bureaus met minder dan 10 medewerkers.

De visuele communicatie telt binnen de ontwerpsector als de grootste discipline. Niet alleen wat het omzetaandeel van 12,6 miljard euro betreft, maar ook wat het aantal bedrijven (57%) aangaat. Met een omzetgroei van 71% sinds 1994 behoort deze tevens tot de meest dynamische binnen de designsector, vooral de gaming industrie "boomt". De reclamesector profiteert tevens van de corporate design-trend, omdat Duitse bedrijven momenteel fors in hun imago investeren. Banken en verzekeringsmaatschappijen in Duitsland hechten veel belang aan goed design wat architectuur en interieur betreft. Ook de andere terreinen van de ontwerpsector laten voor een deel enorme omzetstijgingen zien, waaruit valt af te leiden dat steeds meer Duitse bedrijven de concurrentiefactor design inzetten, met name producenten van consumptieartikelen. Daar komt bij dat specifieke competenties steeds vaker worden uitbesteed en designdiensten extern worden ingekocht.

Marktontwikkelingen, trends en kansen

De segmenten met het grootste economische potentieel zijn product design en visuele communicatie. De Duitse designers hebben op de Duitse markt weliswaar te maken met een positieve marktontwikkeling, maar tegelijkertijd met een verdringingsslag. Product design is steeds meer internationaal. Er is op het gebied van productdesign veel concurrentie uit Italië, het VK en Scandinavië.

Bij visuele communicatie is er geen sprake van een verdringingsslag, omdat op het gebied van grafisch ontwerpen, reclame en webdesign Duitse bedrijven vooralsnog liever samenwerken met lokale ontwerp bureaus.

Made in Germany staat voor technisch doordachte kwaliteit. Design en de prijs-prestatieverhouding gelden als relatief zwakke punten. Design sluit in Duitsland niet vanzelfsprekend aan op innovatieprocessen. Hier zal naar verwachting een inhaalslag gemaakt worden. Het aantal bedrijven dat zich intensief met vormgeving bezighoudt zal in de komende 5-10 jaar verdubbelen en dat zullen vooral de kleinere bedrijven zijn.

Bijna één op de twee consumenten koopt bewust design gerelateerde producten en men is bereid in de toekomst meer designproducten te kopen. Men schat dat het percentage consumenten, dat bij voorkeur designproducten koopt in Duitsland in de komende jaren fors zal groeien. Momenteel ligt dit percentage bij 47%. Eén van de gevolgen zal o.a. zijn dat het aanbod van designproducten in het lageprijssegment groeit en design steeds meer voor de grote massa toegankelijk wordt.

Designconsumenten zullen in de toekomst niet alleen eisen stellen aan bedrijven en markten. Ook visuele presentaties van steden, instellingen, overheid, verzekeringen, partijen en zelfs particulieren moeten authentiek zijn en daar kan design een centrale rol spelen. De groeiende betekenis van visuele communicatie is een belangrijke trend. Duitse bedrijven investeren steeds meer in hun merk resp. corporate design. Maar branding beperkt zich niet alleen tot het bedrijfsleven. Naast architecten, mediapersoonlijkheden uit politiek en showbiz zijn de steden, vakantie regio's en tv-zenders de nieuwe sterren aan de hemel van de corporate identity. Belangrijkste thema's van de toekomst zijn „innovatieve grondstoffen en nieuwe materialen“ zoals technisch textiel en met het oog op het groeiende aantal senioren leeftijdsgereleerde producten en diensten, het zgn. „Best Age Design“.

Met het oog op de groeiende betekenis van design als profilerings- en differentiatie-instrument kan men ervan uitgaan, dat zowel de vraag naar advies als het aanbod van adviseurs op het gebied van designmanagement in Duitsland zullen stijgen.

Een belangrijke discipline binnen de designsector, industrieel design, ontwikkelt zich tot één van de belangrijkste concurrentiefactoren. Vooral de fabrikanten van consumptieartikelen zetten in op vormgeving, maar ook de kapitaalgoederenindustrie heeft de factor design ontdekt.

De automobielenindustrie heeft als één van de eerste bedrijfstakken ontdekt hoe belangrijk vormgeving is. De concurrentiefactor design zal in de komende jaren cruciaal zijn; nieuwe technologieën en energieconcepten vereisen tegelijkertijd visuele en ergonomische innovaties. Met name voor interieurontwerp en elektronica liggen hier kansen. De grote concerns hebben veelal eigen designafdelingen, maar de invloed op andere sectoren en toeleveranciers is groot.

Ook in Duitsland geldt dat succesvolle verkoop samenhangt met innovatieve promotie, productie en verpakking. In consumentenelektronica is design vanoudsher een bepalende factor. Ook hier hebben grote concerns vaak hun eigen designafdeling. Met toonaangevende bedrijven als Siemens, Bosch, AEG, Miele etc. en de vele toeleveranciers blijft consumentenelektronica een belangrijke sector voor vormgevers. Verpakking krijgt steeds meer nadruk en in vele prognoses voor vormgevers wordt de verpakkingindustrie als markt van de toekomst gezien. Verpakking wordt meestal niet binnen het bedrijf zelf vormgegeven. Men huurt externe vormgevers in.

In toenemende mate vinden tevens ontwerpdiensten in nieuwe economische sectoren hun weg zoals op medisch/technologisch gebied, in de chemische industrie of in de softwarebranche (games).

In de woninginrichtingsbranche is design eveneens een doorslaggevende factor. De meubelbranche en de kantoor- en arbeidswereld evenals bouw en architectuur worden veelal genoemd als segmenten met veel potentieel. Ook in de sanitairbranche zal men zich versterkt op design oriënteren. Andere traditionele producten, die sterk door vormgeving worden gekarakteriseerd, zijn de woonaccessoires. Branches zoals de verlichtingsindustrie zetten bewust design in.

Vooral in de textiel- en kledingindustrie wordt goed design steeds belangrijker. Textiel (woningtextiel) en kleding worden steeds vaker gecombineerd met woon- resp. mode-accessoires. Functionele kleding, vooral sportkleding, moet tegelijkertijd modern en chique zijn. Doelgroepen zoals de best agers generatie bieden nieuwe perspectieven.

Kansrijke regio's

De meest veelbelovende regio's zijn die waar in grote getale potentiële industriële opdrachtgevers gevestigd zijn: in Noordrijn-Westfalen, Beieren, Baden-Württemberg, Hessen en Nedersaksen. Met name product design is in deze gebieden interessant. Hier bevinden zich ook de meeste designbureaus, Noordrijn-Westfalen met 22,6%, Beieren met 17,3% en Baden-Württemberg met 14,2%. Bovendien vinden we hier ook de universiteiten en hogescholen als potentiële samenwerkingspartners. Berlijn, Hamburg, Düsseldorf en München doen hun reputatie eer aan als metropolen van de reclame, media en creativiteit. De eerste beide steden zijn vanwege het ontbreken van industrie in eerste instantie voor grafische vormgevingsdisciplines interessant.

Import / Herkomst import / buitenlandse investeringen

Betrouwbare structuuranalyses, die een dieper inzicht geven in invoerontwikkelingen van designdiensten, bestaan er niet. Een belangrijk aspect in dit verband is dat Duitse vormgevers in de meeste gevallen vooral van bedrijven opdrachten krijgen die in de directe omgeving gevestigd. Het zijn tot op heden vooral de grote concerns die zich ook over de grens oriënteren en buitenlandse designers in dienst hebben. Tot nu toe zijn er slechts enkele Nederlandse designbureaus bekend die zich in Duitsland hebben gevestigd (bijv. MetaDesign, Van Berlo).

Overheidsprogramma's en projecten

Het Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie is eind 2007 een „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung“ gestart. Doel is de concurrentiepositie van de creatieve sector te versterken en het arbeidspotentieel beter te benutten en te ontwikkelen. Daartoe zal er eerst een onderzoek worden gedaan naar de structuur en het potentieel van de branche. Hiervoor wordt 5 miljoen euro ter beschikking gesteld. De resultaten zullen begin 2009 worden gepresenteerd. Belangrijke aandachtspunten zijn: uniforme definitie creatieve industrie, financiële instrumenten (subsidies), ondersteuning op ondernemersgebied, netwerkstrategieën, auteursrechten, belang toeristensector, multimedia en nieuwe digitale technologieën. De belangrijkste instrumenten zijn branchegerelateerde dialogen, workshops, roundtables, (bilaterale) discussies en fora.

Designcentra spelen een belangrijke rol bij de koppeling van het bedrijfsleven met ontwerpers. In deelstaten als Baden-Württemberg, Noordrijn-Westfalen en Beieren geeft de overheid individueel advies aan bedrijven die design willen benutten in de ontwikkeling of het vermarkten van producten. De mogelijkheden en diensten die vormgevers kunnen bieden worden hier gepresenteerd, wat tot directe bemiddeling kan leiden.

Bedrijven

Naar omzet is MetaDesign (Berlijn) het topbureau in Duitsland voor corporate design and identity gevolgd door het KMS Team uit München en Lugalux uit Hamburg/Berlijn. Een ranking naar creativiteit zet Heine/Lenz/Zizka in Frankfurt/Berlijn op de eerste plaats en Häfeling und Wagner uit München op de tweede. MetaDesign belandt hier op de 19^e plaats.

De ranking voor de beste industrial designers aan de hand van resultaten van een aantal designwedstrijden ziet er als volgt uit: Phoenix Design, AEG, designaffairs, Siemens, Teams Design, Samsung, Robert Bosch, LG Electronics, Apple Computer, Miele.

Intermediaire organisaties

Een selectie van (branche)-organisaties, beurzen, designprijzen en vakbladen:

Organisaties:

Allianz Deutscher Designer (AGD): www.agd.de

Arbeitsgemeinschaft Selbständige Industrie-Designer (ASID): www.asid.de

Bund Deutscher Innenarchitekten (BDIA): www.bdia.de

Deutscher Designertag: www.designertag.de

Deutscher Designer Verband (DDV): www.germandesign.de

Verband Deutscher Industrie-Designer (VDID): www.vdid.de

Verband Deutscher Mode- und Textil-Designer (VDMD): www.modedesign.de

Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie: www.textil-online.de

Verband der Deutschen Möbelindustrie: www.wohninformation.de

Rat für Formgebung/German Design Council: www.german-design-council.de

Beurzen:

Ambiente, beurs voor consumptieartikelen: www.ambiente.messefrankfurt.com

Light+Building, beurs voor architectuur en techniek: www.light-building.de

Domotex, beurs voor tapijten en vloerbedekkingen: www.domotex.de

Materialica, beurs voor materialen & design: www.materialica.de

Bread&Butter, beurs voor modedesign: www.breadandbutter.com

IMM Cologne, beurs voor meubels: www.immcologne.de

IAA, beurs voor automobielen: www.iaa.de

Vakbladen:

Design Report, vakblad voor design: www.konradin.de

h.o.m.e., woontijdschrift: www.home-mag.com

Page, design- en publishing vakblad: www.page-online.de

stil&markt, vakblad woonaccessoires e lifestyle: www.handelsmagazine.net

TextilWirtschaft, vakblad voor textiel en kleding: www.textilwirtschaft.de

Design + Design, vakblad voor industriële vormgeving: www.design-und-design.de

md moebel interior design, vakblad voor meubels: www.konradin.de

Design & Elektronik, product design (elektronica): www.elektroniknet.de

Designprijzen

100 beste Plakate, posters: www.100-beste-plakate.de

Designpreis der Bundesrepublik Deutschland, product design en visuele communicatie: www.designpreis.de

Design Plus Award ISH, light+building, www.german-design-council.de

ADC Award, visuele communicatie: www.adc.de

Red Dot Design Award, product design en visuele communicatie: www.red-dot.de

Materialica Design Award, materiaal design: www.materialicadesign.de