

BRANCHEN

Formen im Fluss

Berlin feiert 20 Jahre als „Unesco City of Design“. Zur Berlin Design Week im Mai lohnt sich ein Blick auf eine Szene, die sich in eine ganz eigene Richtung bewegt

VON *Almut Kaspar*

*Inspirierende
Impressionen auf der
Berlin Design Week,
die ein wichtiges
Forum der Branche ist*

10 000

Designunternehmen mit über 29.000 Angestellten, denen zahlreiche selbstständige Freelancer zuliefern, bilden die lokale Designwirtschaft.

Mit dem Titel „City of Design“ würdigte die Unesco Berlins Rolle als globales Zentrum für Kreativität, Gestaltung und Innovation, als sie die Stadt 2006 in ihr Creative Cities Network aufnahm. Nun feiert Berlin das 20-jährige Jubiläum der Auszeichnung. Fast 10.000 Betriebe, Studios, Agenturen und Start-ups mit über 29.000 Angestellten, denen zahlreiche selbstständige Freelancer zuliefern, bilden die lokale Designwirtschaft. „Mit einem Umsatz von 13,8 Mrd. Euro ist sie der zweitgrößte Teilmarkt im Berliner Cluster aus Informations- und Kommunikationstechnologien, Medien und Kreativwirtschaft“, sagt Alexandra Klatt, Geschäftsführerin der State of Design GmbH sowie Gründerin und Kopf der Berlin Design Week (BDW). „Immerhin sitzen 17 Prozent der bundesweiten Designunternehmen in Berlin.“

Die Berlin Design Week – seit zehn Jahren Berlins zentrale Plattform für Design – zog im vergangenen Jahr mit über 50 Veranstaltungen in der ganzen Stadt 14.500 Interessierte an. Dieses Jahr findet sie vom 28. bis 31. Mai statt. „Uns geht es darum, Design nicht als Nische zu feiern, sondern als das sichtbar zu machen, was es ist: ein Werkzeug für reale Veränderung.“ Die BDW mit einem Mix aus Ausstellungen, Showrooms, Talks, Workshops und Konferenzen bringt Kreative aller Design-Disziplinen, Unternehmen und Organisationen zusammen. „Wir bauen Brücken zwischen Design und Wirtschaft und machen Berlin als ‚Unesco City of Design‘ lebendig und erlebbar.“ Und auch der Nachwuchs werde hier eine Bühne bekommen.

Bis zu 3.000 Studierende sind in designorientierten Studiengängen eingeschrieben – in staatlichen wie der Universität der Künste und der Weißensee Kunsthochschule oder privaten wie der SRH University, der Code University of Applied Sciences und der Macromedia University. Viele Betriebe arbeiten eng mit den Hochschulen zusammen, um früh mit Studierenden in Kontakt zu kommen und sie gezielt in die Branche einzubinden. „Berlin ist nicht nur ein Zentrum der Designforschung, sondern auch ein Ort mit einer breiten Hochschullandschaft“, sagt Prof. Karsten Henze, Vorstandsvorsitzender des Internationalen Design Zentrums Berlin (IDZ). Die Hauptstadt stehe mit einer Vielzahl interessanter und teils einzigartiger Designstudiengänge an der Spitze des Designs in Deutschland.

Der Begriff Design, weiß IDZ-Chef Henze, werde oft noch immer falsch verstanden: „Im Design geht es also grundsätzlich um planvolles Handeln, nicht nur um die Gestaltung von Artefakten oder eine äußere Formgebung – es geht um ganzheitlich gedachte Lösungen konkreter Probleme.“ Im Zuge der digitalen Transformation seien zudem, abseits der klassischen, neue Design-Varianten entstanden: Bei der Gestaltung der User Experience (UX) stehen zum Beispiel die positiven Erfahrungen bei der Nutzung digitaler Produkte und Services im Fokus, die aus dem Zusammenspiel eines Produkts oder Services und dem User Interface (UI) entstehen.

Design wirkt in wirtschaftliche Prozesse

Zum erweiterten Feld der Designwirtschaft gehören auch Branding und Kommunikation, Produkt- und Service-Design, Experience-, Motion- und 3D-, Game- und Interaction-Design. „Auch Interior- und Retail-, Packaging-, Editorial- oder Industrial-Design oder Design-Tech-Studios, die Design mit Technologie verzahnen, sind Teil dieses Spektrums“, sagt Silke Parnack, Finanzvorständin der wirDesign communication AG. „Diese Bandbreite zeigt, wie weit Design heute in wirtschaftliche Prozesse hineinwirkt – es gestaltet Marken, Produkte, Services und zunehmend ganze Geschäftsmodelle.“ Ihre Firma wirDesign mit über 90 Mitarbeitenden steht für Brand-Performance, was bedeutet, eine Marke so auf- >



Design im Dialog

Die IHK Berlin bringt regelmäßig Akteure der Kreativwirtschaft zu Branchensalons zusammen. Zuletzt trafen sich – mitorganisiert von „H.O.M.E.“, dem IDZ und dem VDID – in der Cupra City Garage rund 80 Vertreter der Design- und Kreativwirtschaft, um sich über Berlins Potenziale als „City of Design“ auszutauschen. Bei der IHK ist Jürgen Schepers der Ansprechpartner zum Thema.



Jürgen Schepers,
IHK-Key-Account-
Manager Kreativ- und
Digitalwirtschaft
Tel. 030 / 315 10-676
juergen.schepers@
berlin.ihk.de



„Uns geht es darum, Design nicht als Nische zu feiern, sondern als das sichtbar zu machen, was es ist: ein Werkzeug für reale Veränderung.“

Alexandra Klatt
Geschäftsführerin der State of Design GmbH sowie
Gründerin und Kopf der Berlin Design Week



„Die vielen Austauschformate haben ein einzigartiges und weit verzweigtes Netzwerk hervorgebracht.“

Filip Sellin
CEO und Design Director
Coordination SG Design
GmbH



Angelika Müller, Herausgeberin des Magazins für Design „H.O.M.E.“, über den Kreativ-Standort Berlin und die Strahlkraft des Designs

BERLINER WIRTSCHAFT: Was zeichnet den Design-Standort Berlin aus?

ANGELIKA MÜLLER: Was Berlin ausmacht, ist die große Angebotsvielfalt, die sich unter anderem in einer lebendigen Kultur- und Kreativszene widerspiegelt. Berlin lebt von experimenteller Freiheit und einer Vielfalt an Disziplinen, die von Kunst und Kultur über Film, Musik, Mode bis hin zu Design und Architektur reichen. Diese Szene, gepaart mit der berühmten Berliner Gelassenheit, bildet die perfekte Basis für künstlerische Freiheit und zieht Kreative aus der ganzen Welt in die Hauptstadt.

Wie unterscheidet sich der Standort von anderen?

Im Vergleich zu anderen Design-Hubs ist Berlin weniger von klassischen Industrieclustern geprägt, sondern stärker von interdisziplinären, zukunftsorientierten Kollaborationen zwischen Kreativwirtschaft, Industrie und Technologie. Die Stadt besitzt ein enormes Entwicklungspotenzial und eine ungebremsste Innovationskraft. Darüber hinaus ist Berlin offen für Möglichkeiten auf allen wirtschaftlichen Ebenen, da Geld und Konsum hier – im Gegensatz zu anderen europäischen Designmetropolen – weniger im Vordergrund stehen. Das erleichtert es sowohl Start-ups als auch etablierten Unternehmen, Ideen zu verwirklichen und selbst mit kleinerem Budget viel zu erreichen.

Wie profitiert die Berliner Wirtschaft von der lokalen Designbranche?

Sie hält Berlin auf allen Ebenen attraktiv und sorgt durch ihre stetige Wandlungsfähigkeit für kontinuierliche Dynamik. Ihre internationale Strahlkraft stärkt die Berliner Designwirtschaft maßgeblich und fördert die Attraktivität Berlins als bedeutender Wirtschafts- und Investitionsstandort.

zubauen, dass sie nicht nur gut aussieht, sondern auch messbar Wirkung zeigt.

Extrem wichtig ist dabei ihrer Meinung nach die Vernetzung in der Berliner Designwirtschaft. So holten sich viele Studios und Agenturen die Expertise von spezialisierten Freelancern ins Haus. „Gerade bei größeren Projekten entsteht Zusammenarbeit oft auch in Form von Bietergemeinschaften oder strategischen Partnerschaften, weil komplexe Anforderungen nicht immer von einer Agentur allein abgedeckt werden.“ Auch durch alle möglichen Branchentreffen und Netzwerke bekomme man früh Einblicke in neue Entwicklungen und werde fachlich inspiriert.

„Berlin hat ein unglaublich breites und gutes Spektrum an Designschaffenden aller Bereiche und Größen“, konstatiert Flip Sellin, CEO und Design Director der Coordination SG Design GmbH. Die Firma, die er 2004 mit dem Architekten Jochen Gringmuth gegründet hat, ist eine Spatial-Design-Agentur für Raumgestaltung und Innenarchitektur. „Die vielen selbst organisierten Austauschformate unter Designern haben ein einzigartiges und weit verzweigtes Netzwerk hervorgebracht, aus dem sehr spannende Diskurse und Resultate wachsen.“ Sellin betreibt selbst einen monatlichen Designer-Stammtisch und ist davon überzeugt, dass solche offenen Zirkel den Kreativ-Standort Berlin stärken.

„Kontakte schaden nur dem, der sie nicht hat“, sagt der Industriedesigner Julian Witte. „Wissenstransfer und Kooperation sind ein Eckpfeiler wirtschaftlichen Erfolgs.“ Witte, dessen Full-Service-Agentur Unyt.Berlin GmbH & Co. KG sich auf strategische Design-Entwicklungen von Investitionsgütern und Hightech-Systemen spezialisiert hat, ist Regionalvorstand des Verbands Deutscher Industriedesigner (VDID), engagiert sich im IDZ und besucht regelmäßig einschlägige Veranstaltungen.

Sicherlich wird er sich auch die DesignDays Berlin nicht entgehen lassen, die für 24. bis 26. September angesetzt sind und vom Designmagazin „H.O.M.E.“ in Kooperation mit On Time PR veranstaltet werden. Angelika Müller, „H.O.M.E.“-Herausgeberin und Verlagsleiterin der Ahead Media GmbH, setzt dabei „bewusst auf Dialog und kuratierte Begegnungen, indem wir Touchpoints zwischen Industrie, Handel und Konsumierenden schaffen“. Mit „H.O.M.E.“ will Herausgeberin Müller, profunde Kennerin der Szene, „der Berliner Design- und Kreativwirtschaft eine Stimme geben und die Aufmerksamkeit auf die Hauptstadt ziehen“. ■