prognos
Wir geben Orientierung.

Bericht

Die Designbranche in Sachsen-Anhalt

Bildquellenangabe: iStock: hocus-focus

© Prognos AG, 2018

Bericht

Designbranche in Sachsen-Anhalt

Von
Prognos AG
Dr. Olaf Arndt
Roman Bartuli
Kathleen Freitag
Maleen Lomberg

Im Auftrag des
Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung
des Landes Sachsen-Anhalt; Referat 32-Industrieansiedlung, Unternehmensbetreuung, Beihilferecht, IT- und Kreativwirtschaft

Datum
2020

Das Unternehmen im Überblick

Prognos – wir geben Orientierung.

Wer heute die richtigen Entscheidungen für morgen treffen will, benötigt gesicherte Grundlagen. Prognos liefert sie – unabhängig, wissenschaftlich fundiert und praxisnah. Seit 1959 erarbeiten wir Analysen für Unternehmen, Verbände, Stiftungen und öffentliche Auftraggeber. Nah an ihrer Seite verschaffen wir unseren Kunden den nötigen Gestaltungsspielraum für die Zukunft - durch Forschung, Beratung und Begleitung. Die bewährten Modelle der Prognos AG liefern die Basis für belastbare Prognosen und Szenarien. Mit rund 150 Experten ist das Unternehmen an acht Standorten vertreten: Basel, Berlin, Düsseldorf, Bremen, München, Stuttgart, Freiburg und Brüssel. Die Projektteams arbeiten interdisziplinär, verbinden Theorie und Praxis, Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Unser Ziel ist stets das eine: Ihnen einen Vorsprung zu verschaffen, im Wissen, im Wettbewerb, in der Zeit.

Geschäftsführer
Christian Böllhoff

Präsident des Verwaltungsrates
Dr. Jan Giller

Handelsregisternummer
Berlin HRB 87447 B

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer
DE 122787052

Rechtsform
Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht; Sitz der Gesellschaft: Basel
Handelsregisternummer
CH-270.3.003.262-6

Gründungsjahr
1959

Arbeitssprachen
Deutsch, Englisch, Französisch

Hauptsitz

Prognos AG
St. Alban-Vorstadt 24
4052 Basel | Schweiz
Tel.: +41 61 3273-310
Fax: +41 61 3273-300

Weitere Standorte

Prognos AG
Goethestr. 85
10623 Berlin | Deutschland
Tel.: +49 30 5200 59-210
Fax: +49 30 5200 59-201

Prognos AG
Domshof 21
28195 Bremen | Deutschland
Tel.: +49 421 5170 46-510
Fax: +49 421 5170 46-528

Prognos AG
Résidence Palace, Block C
Rue de la Loi 155
1040 Brüssel | Belgien
Fax: +32 280 89 - 947

Prognos AG
Schwanenmarkt 21
40213 Düsseldorf | Deutschland
Tel.: +49 211 913 16-110
Fax: +49 211 913 16-141

Prognos AG
Heinrich-von-Stephan-Str. 23
79100 Freiburg | Deutschland
Tel.: +49 761 766 1164-810
Fax: +49 761 766 1164-820

Prognos AG
Nymphenburger Str. 14
80335 München | Deutschland
Tel.: +49 89 954 1586-710
Fax: +49 89 954 1586-719

Prognos AG
Eberhardstr. 12
70173 Stuttgart | Deutschland
Tel.: +49 711 3209-610
Fax: +49 711 3209-609

---

info@prognos.com | www.prognos.com | www.twitter.com/prognos_ag

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis IV

Tabellenverzeichnis VI

Abbildungsverzeichnis VII

1 Einleitung 1

2 Der Wirtschaftsfaktor Kultur und Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt im überregionalen Kontext 2

2.1 Definition und Charakteristika der Kultur- und Kreativwirtschaft 2

2.2 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt 4

2.3 Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt im Bundesvergleich 8

2.4 Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich 11

3 Volkswirtschaftliche Bedeutung der Designbranche in Sachsen-Anhalt 12

3.1 Definition und Charakteristika der Designbranche 12

3.2 Eckdaten zur Designbranche in Sachsen-Anhalt 13

3.3 Die Designbranche in Sachsen-Anhalt im Bundesländervergleich 19

4 Status quo, Herausforderungen und Bedarfe der Designbranche in Sachsen-Anhalt 20

4.1 Stärken und Schwächen der Designbranche in Sachsen-Anhalt 21

4.1.1 (Kreativ-)Wirtschaftsstandort Sachsen-Anhalt 21

4.1.2 Ausbildungsstandort Sachsen-Anhalt 23

4.1.3 Gründungen in Sachsen-Anhalt 27

4.1.4 Förderstrukturen in Sachsen-Anhalt 30

4.1.5 Innovation und Kooperation 34

4.2 Chancen und Risiken der Designbranche in Sachsen-Anhalt 39

4.2.1 Die Marke Bauhaus 39

4.2.2 Strukturwandel im ländlichen Raum 40

4.2.3 Zukunftsthema Nachhaltigkeit 41

4.2.4 Digitalisierung 41

4.3 SWOT-Übersicht 44

5 Zukunft der Designbranche in Sachsen-Anhalt - Handlungsbedarfe und mögliche Förderansätze 45

5.1 Entwicklung einer dialogorientierten Branchenstrategie für die Designwirtschaft 46

5.2 Geist des Bauhauses nutzen, Innovationsorte schaffen 47

5.3 Absolventen und junge Designer am Standort halten 48

5.4 Einführung eines Branchencoachs für die Designwirtschaft 50

5.5 Zielgerichtete Kommunikation von Förder- und Finanzierungsangeboten für Designer/-innen 50

5.6 Praxisorientierte Qualifizierungsangebote ausbauen 51

6 Schlusswort 52

Anhang 53

Literatur- und Quellenverzeichnis 59

Impressum

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Kennzahlen der KKW in Sachsen-Anhalt 2011 – 2016	4
Tabelle 2:	Eckwerte der KKW in Sachsen-Anhalt 2016 im überregionalen Vergleich	10
Tabelle 3:	Kennzahlen der Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt 2016	14
Tabelle 4:	Eckwerte der Designbranche in Sachsen-Anhalt 2016 im überregionalen Vergleich	19
Tabelle 5:	Förder- und Finanzierungsangebote	53
Tabelle 6:	Preise und Auszeichnungen	55
Tabelle 7:	Designaffinen Netzwerke und Verbände, Foren, Initiativen	57

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Struktur der Erwerbstätigen (ET) der KKW in Sachsen-Anhalt 2016	5
Abbildung 2:	Vergleich der Umsatz- und Erwerbstätigenentwicklung 2011 – 2016	6
Abbildung 3:	Portfolio der KKW in Sachsen-Anhalt	7
Abbildung 4:	Entwicklung der Wachstumsraten bei Beschäftigung und Umsatz	9
Abbildung 5 :	Umsatz- und Erwerbstätigenanteil der KKW an der Gesamtwirtschaft 2016	9
Abbildung 6:	Erwerbstätige ausgewählter Branchen in Sachsen-Anhalt 2016	11
Abbildung 7 :	Vergleich der Umsatz- und Erwerbstätigenentwicklung 2011 – 2016	13
Abbildung 8:	Portfolio der KKW in Sachsen-Anhalt	14
Abbildung 9:	Verteilung der Umsätze der KKW in Sachsen-Anhalt 2016	15
Abbildung 10:	Verteilung der Erwerbstätigen der KKW in Sachsen-Anhalt 2016	15
Abbildung 11 :	Frauenanteil in den Teilmärkten der KKW in Sachsen-Anhalt 2016	16
Abbildung 12:	Verteilung der Erwerbstätigen der Designbranche in Sachsen-Anhalt 2016	17
Abbildung 13:	Struktur der Erwerbstätigen der Designbranche und KKW in Sachsen-Anhalt und Deutschland 2016	18
Abbildung 14:	Struktur der Erwerbstätigen der elf Teilmärkte der KKW in Sachsen-Anhalt 2016	18
Abbildung 15:	Bewertung der Standortfaktoren in Sachsen-Anhalt	22
Abbildung 16:	Zufriedenheit mit dem Angebot und der Qualität der Ausbildungsmöglichkeiten in Sachsen-Anhalt	23
Abbildung 17:	Weiterbildungsbedarf der Designer/-innen in Sachsen-Anhalt	26
Abbildung 18:	Größte Herausforderungen im Gründungsprozess	28
Abbildung 19:	Wie bewerten Sie nachfolgende Kriterien in der Region?	33
Abbildung 20:	Welche Innovation haben Sie in den letzten zwei Jahren auf den Markt gebracht?	36

Abbildung 21: Schränken folgende Faktoren Ihre Innovationsaktivitäten ein? 37

Abbildung 22: Kooperieren Sie mit Unternehmen der klassischen Wirtschaft? 38

Abbildung 23: Tradition der Innovation - Bedeutung des Bauhauses und des Bauhausjubiläums für Sachsen-Anhalt und die Designbranche 40

Abbildung 24: Inwiefern spielt Digitalisierung eine Rolle für Ihre Designtätigkeit? 42

Abbildung 25: Herausforderung der Digitalisierung für Designer/-innen 43

Abbildung 26: SWOT-Matrix Designwirtschaft Sachsen-Anhalt 44

Abbildung 27: Wünsche für die Zukunft der Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt aus Sicht der Designer/-innen 45

Abbildung 28 : Handlungsfelder zur Beförderung der Designbranche in Sachsen-Anhalt 46

1 Einleitung

Die Designwirtschaft ist ein Kernbereich der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) und zählt deutschlandweit zu den wachstumsstärksten Bereichen der Branche. Zum Teilmarkt zählen die produzierenden Unternehmen des Industrie-, Produkt-, Mode-, Grafik und Kommunikationsdesigns, der Werbegestaltung (ohne Werbeagenturen), selbstständige Fotograf/-innen, Büros für Innenarchitektur sowie Interior Design und Raumgestaltung und Hersteller von Gold, Schmuck und Silberschmiedewerkstätten. Kaum ein anderer Bereich ist mit so vielen anderen Teilmärkten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft verbunden wie die Designwirtschaft. Werbung ohne Grafik- und Kommunikationsdesigner/-innen ist nicht denkbar, ebenso wie im Verlagswesen und in der Software-Games-Industrie. In der Musikindustrie sind Cover, Plakate etc. notwendig und für Auftritte wird auf das Modedesign zurückgegriffen. Auch bei Bühnen, Film und Fernsehen finden Designer/-innen im Kostümbereich oder bei der Dekoration Arbeitsfelder.

Design ist ein wichtiger Teil des Innovationsprozesses geworden. Studien zeigen, dass designgetriebene Unternehmen innovativer und wettbewerbsfähiger sind als andere.[1] Zudem wird Design zunehmend als strategisches Werkzeug für benutzerzentrierte Innovation angesehen. Neben der Innovationsfähigkeit ist die Designwirtschaft Träger weiterer wesentlicher Veränderungstreiber wie Kreativität, Kommunikation und Kooperation. Beispiele, bei denen dies sichtbar wird, sind Game Design, Technisches Design, Design Thinking und Branding Design. Die Vernetzungen mit z. B. der Informatik, dem Engineering oder Marketing werden so intensiv, dass eigene Profile entstehen.

Für Designer/-innen wird dies unterschiedliche Auswirkungen haben. Zum einen könnte sich ein kleines Segment von Designer/-innen herausbilden, die mit digitalen Designleistungen herausragen. Zum anderen wird das Wegbrechen derjenigen ohne profilierte Qualifikationen sowie jener, die mit einer rein entwurfszentrierten Gestaltungskompetenz nicht mehr den Marktbedarfen entsprechen, befürchtet. Die Folgen wären eine Zunahme von prekären Arbeitssituationen, Mehrfachbeschäftigung, Click-Working oder Berufsaufgabe. Ein Grund dafür liegt auch in der Digitalisierung und der damit verbundenen Automatisierung gestalterischer Aufgaben. Bereits heute wird der Designprozess durch KI-Algorithmen übernommen[2] - Design wird damit flexibler und unabhängiger von personengebundenen Gestaltungskompetenz. Eine stetige Erweiterung der eigenen Fähigkeiten wird für Designer/-innen somit zunehmend wichtiger.

Vor diesem Hintergrund beleuchtet die Studie die volkswirtschaftliche Bedeutung, die Stärken und Schwächen sowie Potenziale der Designbranche in Sachsen-Anhalt und stellt förderpolitische Optionen zur Stärkung der Designbranche in Sachsen-Anhalt dar.

[1] Verfanti, R. and Dell'Era, C. (2009): Design-Driven Innovation. In Didgson et al. (2009) (Hrsg.): The Oxford Handbook of Innovation Management. Oxford: Oxford University Press.

[2] Ein prominentes Beispiel hierfür ist der Flugzeugbauer Airbus, der generatives Design verstärkt in die Entwicklung und Produktion von Flugzeugteilen integriert(vgl. https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/flugzeugentwicklung-airbus-will-mit-ki-gestuetztem-design-wirtschaftlicher-werden/25247938.html)

2 Der Wirtschaftsfaktor Kultur und Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt im überregionalen Kontext

2.1 Definition und Charakteristika der Kultur- und Kreativwirtschaft

Grundlage für die vorliegende Analyse ist die bundesweit abgestimmte und europaweit anschlussfähige Definition der KKW, welche im aktuellen Leitfaden zur Branche ihren Niederschlag findet. [3] Unter dem Begriff KKW werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen. Der verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der schöpferische Akt von künstlerischen, literarischen, kulturellen, musischen, architektonischen oder kreativen Inhalten, Werken, Produkten, Produktionen oder Dienstleistungen. Alle schöpferischen Akte, ob als Unikat, Liveaufführung, serielle bzw. digitale Produktion oder Dienstleistung, zählen dazu.[4] Ebenso können die schöpferischen Akte urheberrechtlich geschützt oder frei sein. Auf Basis der Wirtschaftszweigklassifikation 2008 (WZ 2008) unterscheidet der Definitionsbegriff die Branche in elf Teilmärkte, zuzüglich „Sonstige“. Zu diesen elf Teilmärkten gehören[5]:

- Musikwirtschaft
- Buchmarkt
- Kunstmarkt
- Filmwirtschaft
- Rundfunkwirtschaft
- Markt für darstellende Künste
- Designwirtschaft
- Architekturmarkt
- Pressemarkt
- Werbemarkt
- Software-/Games-Industrie

Durch diese systematische Grundlage auf Basis der Wirtschaftszweigklassifikation 2008 wird eine Vergleichbarkeit der Daten über Teilmärkte und Regionen hinweg gewährleistet.

Insgesamt beinhaltet die KKW alle Selbstständigen und Unternehmen, „welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Dienstleistungen befassen.“[6] Das bedeutet gleichzeitig, dass öffentlich bzw. staatlich finanzierte Unternehmen, Einrichtungen, Vereine und dergleichen

[3] Arbeitskreis Kultur- und Kreativwirtschaft in der Wirtschaftsministerkonferenz (2016, a)
[4] WMK Wirtschaftsministerkonferenz (2009)
[5] Für eine vollständige Übersicht der teilmarktspezifischen Wirtschaftszweignummern, siehe: https://www.wirtschaftsministerkonferenz.de/WMK/DE/termine/Sitzungen/16-06-08-09-WMK/16-06-08-09-bericht-leitfaden-ak-kultur-kreativwirtschaft-10.pdf?__blob=publicationFile&v=2, Seite 18 ff.)
[6] Büro für Kulturwirtschaftsforschung im Auftrag des BMWi (2012), S. 8

in dieser Definition nicht eingeschlossen sind.[7] Dennoch bestehen zwischen der erwerbswirtschaftlichen und der nicht-marktwirtschaftlichen KKW enge Interdependenzen und Partnerschaften. Eine Trennung zwischen beiden Formen ist daher in der Praxis nicht immer möglich, da sie wechselseitigen Einfluss aufgrund ihrer Wertschöpfungsverflechtungen besitzen.

Die KKW lässt sich außerdem dadurch charakterisieren, dass sie oftmals – abhängig vom Teilmarkt – sehr kleinteilig strukturiert ist. Zusätzlich unterliegt die KKW einem kontinuierlichen und rasanten Strukturwandel.[8] Dieser wird insbesondere auch durch die Digitalisierung induziert.

Für die im weiteren Verlauf dargestellte statistische Kennzahlenanalyse zur Bewertung der KKW Sachsen-Anhalts und ihrer Teilmärkte werden folgende Indikatoren für den Beobachtungszeitraum 2011 – 2016 herangezogen:

- Umsatz der Selbstständigen/Unternehmen (durchschnittlicher Jahresumsatz von mehr als 17.500 Euro)
- Anzahl der Selbstständigen und Unternehmen (durchschnittlicher Jahresumsatz von mehr als 17.500 Euro)
- Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SVB)
- Anzahl der geringfügig Beschäftigten (GB)

Die entsprechenden Daten stammen aus der Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit, der Umsatzsteuerstatistik (Voranmeldungen sowie Veranlagungen), vom Statistischen Landesamt Sachsen-Anhalt und Statistischen Bundesamt.

Es ist zu beachten, dass einzelne Wirtschaftszweige mehreren Teilmärkten zugeordnet sind (z. B. Verankerung der selbstständigen Bühnen-, Film- und TV-Künstler/-innen im Teilmarkt Filmwirtschaft sowie im Markt für darstellende Künste), sodass ein Aufsummieren aller elf Teilmärkte plus Sonstiges nicht die Summe der KKW ergibt. Um diesem Effekt der Überzeichnung entgegenzuwirken, wurden die Darstellungen zur gesamten KKW um die Doppelzählungen (Überschneidung von Wirtschaftszweigen) bereinigt.

[7] Diese sind jedoch zum Teil in der in den Daten zur Erwerbstätigkeit vorhanden.
[8] Büro für Kulturwirtschaftsforschung im Auftrag des Arbeitskreises KKW in der Wirtschaftsministerkonferenz (2016)

2.2 Eckdaten zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt

Zur Bewertung der regionalwirtschaftlichen Bedeutung der KKW in Sachen-Anhalt werden nachfolgend zentrale ökonomische Kennzahlen untersucht. Für eine bessere Einschätzung der ökonomischen Relevanz erfolgt zudem ein Vergleich mit der Gesamtwirtschaft und ein überregionaler Vergleich mit den Bundesländern Sachsen, Niedersachsen, Thüringen sowie Deutschland. Die Entwicklungen werden für den Zeitraum 2011 – 2016 analysiert, um die Dynamik und das Wachstumspotenzial der Branche abzuschätzen. Die Analysen erfolgen auf Grundlage von amtlichen Statistikdaten der Bundesagentur für Arbeit, des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt sowie des Statistischen Bundesamtes.

Die KKW zählt in Sachsen-Anhalt zu den bedeutsamsten Wirtschaftsbranchen. Wesentliche Strukturkennzahlen der KKW sind in Tabelle 1 dargestellt.

Tabelle 1: Kennzahlen der KKW in Sachsen-Anhalt 2011 – 2016

KKW	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Anteil an der Gesamtwirtschaft 2016	Wachstum p.a. 2011 – 2016
Umsatz in Mio. €	**830,6**	**835,4**	**833,7**	**837,7**	**879,7**	**979**	**1,5%**	**2,8%**
Umsatz je Unternehmen in €	279.193	277.081	274.063	278.491	290.234	324.925	-	3,1%
Erwerbstätige	**14.607**	**14.580**	**14.291**	**14.092**	**15.183**	**15.648**	**1,6%**	**1,4%**
davon: SVB	7.497	7.631	7.516	7.585	7.471	7.771	1,0%	0,7%
davon: Selbstständige/ Unternehmen	2.975	3.015	3.042	3.008	3.031	3.013	4,5%	0,3%
davon: GB	4.135	3.934	3.733	3.499	4.682	4.864	4,4%	3,3%

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

© Prognos AG, 2018

Die KKW Sachsen-Anhalts bildet mit einem Umsatz von rund 979 Mio. Euro und fast 15.650 Erwerbstätigen (ET) eine leistungsfähige und auch dynamische Branche.

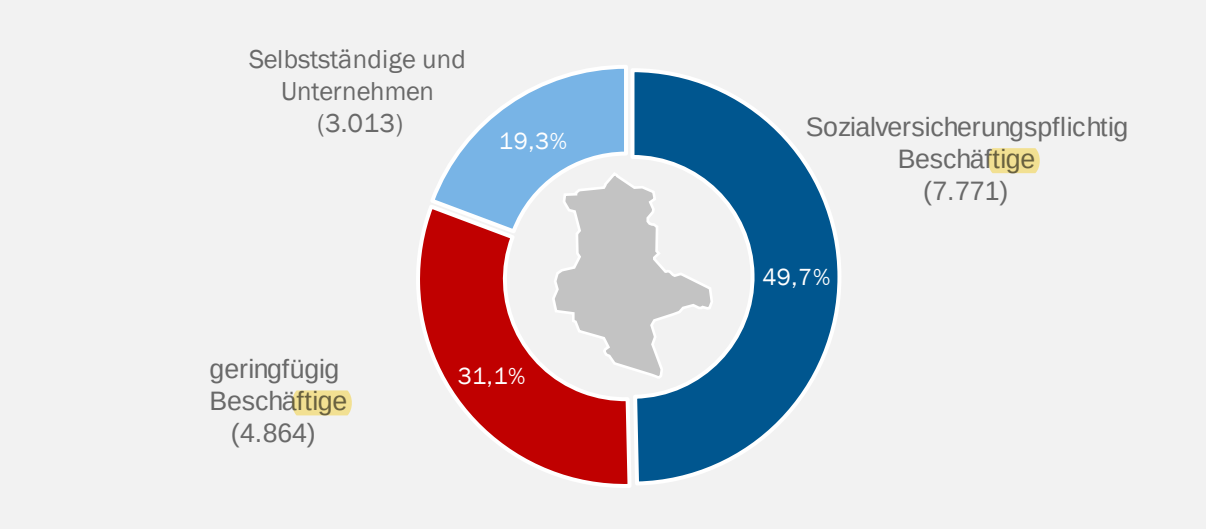
Im Jahr 2016 erwirtschafteten die rund 3.010 Selbstständigen und Unternehmen der KKW Sachsen-Anhalts einen Umsatz von rund 979 Mio. Euro (vgl. Tabelle 1). Damit werden 1,5 % des Gesamtumsatzes durch die KKW erwirtschaftet. Die KKW weist zudem eine dynamische Umsatzentwicklung auf. Zwischen 2011 und 2016 stieg der Umsatz jährlich um 2,8 % im Durchschnitt. Beim Umsatz je Unternehmen lässt sich im selben Zeitraum ebenfalls eine positive Entwicklung feststellen. So stieg das jährliche Umsatzwachstum je Unternehmen um 3,1 %. Folglich werden die Unternehmen immer produktiver. 2016 wurden so fast 325 Tsd. Euro je Unternehmen erwirtschaftet.

Die Zahl aller Erwerbstätigen belief sich im Jahr 2016 auf rund 15.650. Dies entspricht 1,6 % aller Erwerbstätigen in Sachsen-Anhalt. Die Erwerbstätigenentwicklung zeigt sich mit einem Wachstum von durchschnittlich 1,4 % pro Jahr ebenfalls dynamisch.

Die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stellen mit knapp 7.770 Beschäftigten die größte Erwerbstätigengruppe.

Die Erwerbstätigen lassen sich in folgende drei Gruppen unterteilen: Selbstständige und Unternehmen (mit einem Jahresumsatz von mehr als 17.500 Euro), sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und geringfügig Beschäftigte.

Abbildung 1: Struktur der Erwerbstätigen der KKW in Sachsen-Anhalt 2016



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

© Prognos AG, 2018

Die 7.770 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bildeten 2016 die größte Gruppe der Erwerbstätigen. Gemessen an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Gesamtwirtschaft Sachsen-Anhalts liegt der Anteil der KKW bei 1,0 %. Hinsichtlich der Entwicklung lässt sich im Zeitraum von 2011 bis 2016 ein leichtes Wachstum von 0,7 % jährlich feststellen.

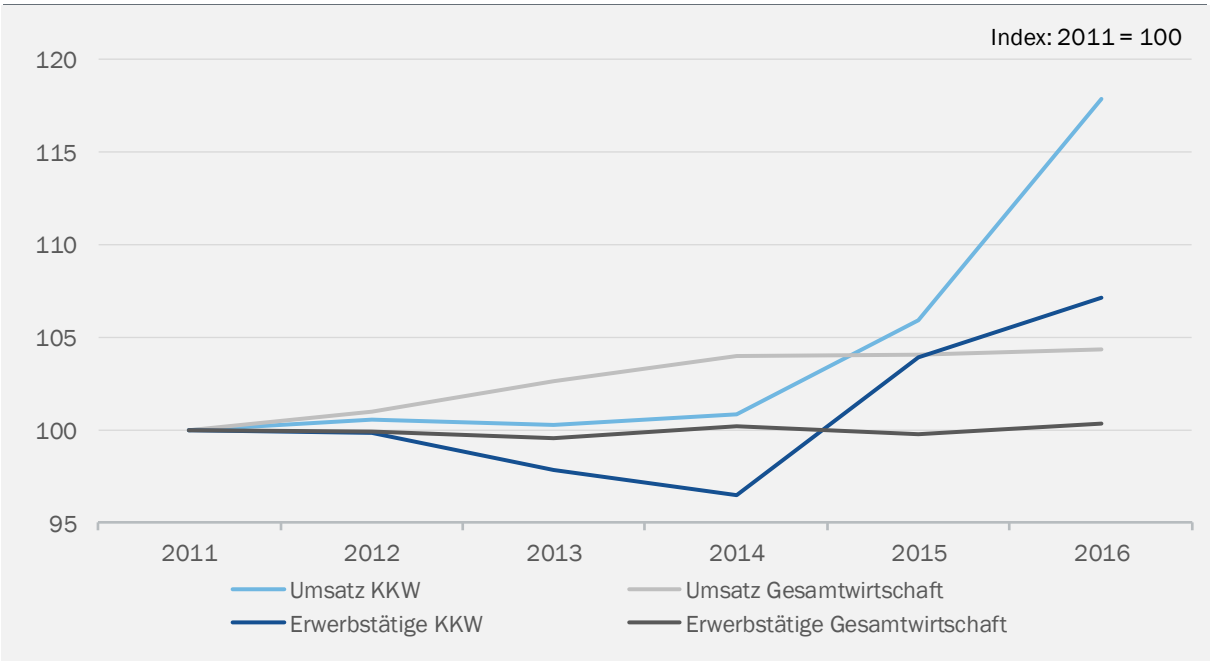
Die KKW in Sachsen-Anhalt zählte im Jahr 2016 zudem rund 4.860 geringfügig Beschäftige und stellt damit 4,4 % aller geringfügig Beschäftigten der Gesamtwirtschaft Sachsen-Anhalts. Als einzige Teilgruppe verzeichnet die Gruppe der geringfügig Beschäftigten trotz einem anfänglichen Rückgang in den Jahren 2011 bis 2014 in den Folgejahren einen deutlichen Anstieg und ist mit einer überproportionalen Wachstumsrate von 3,3 % jährlich die am stärksten wachsende Gruppe der Erwerbstätigen.

Die rund 3.010 Selbstständigen bzw. Unternehmen bilden im Jahr 2016 die kleinste Teilgruppe der Erwerbstätigen der KKW in Sachsen-Anhalt. Ihr Anteil an der Gesamtwirtschaft liegt bei 4,5 % und bewegt sich auf gleichem Niveau wie die geringfügig Beschäftigten. Dies spiegelt die besondere Struktur der KKW wider, die sehr stark von Solo-Selbstständigen und geringfügig Beschäftigten geprägt ist.

Die KKW stellt eine wichtige Beschäftigungsbranche für Frauen dar.

46,9 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der KKW Sachsen-Anhalts sind Frauen. Damit arbeiten in Sachsen-Anhalt mehr Frauen in der KKW als im Bundesdurchschnitt (42,1 %). Betrachtet man die KKW ohne den stark männerdominierten Teilmarkt Software-/Games-Industrie, steigt der Frauenanteil sogar auf rund 54 %. Im Vergleich dazu liegt der Frauenanteil der sachsen-anhaltischer Gesamtwirtschaft bei 49,6 %. Nimmt man die Gruppe der Selbstständigen und geringfügig Beschäftigten hinzu, ist davon auszugehen, dass der Beschäftigungsanteil der Frauen weiter steigt. Ursächlich dafür sind die für die KKW typischen flexiblen Arbeitsformen und mobilen Arbeitsplätze, die eine höhere Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermöglichen und damit auch eine Erwerbstätigkeit von Frauen erleichtern.

Abbildung 2: Vergleich der Umsatz- und Erwerbstätigenentwicklung 2011 – 2016



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

© Prognos AG, 2018

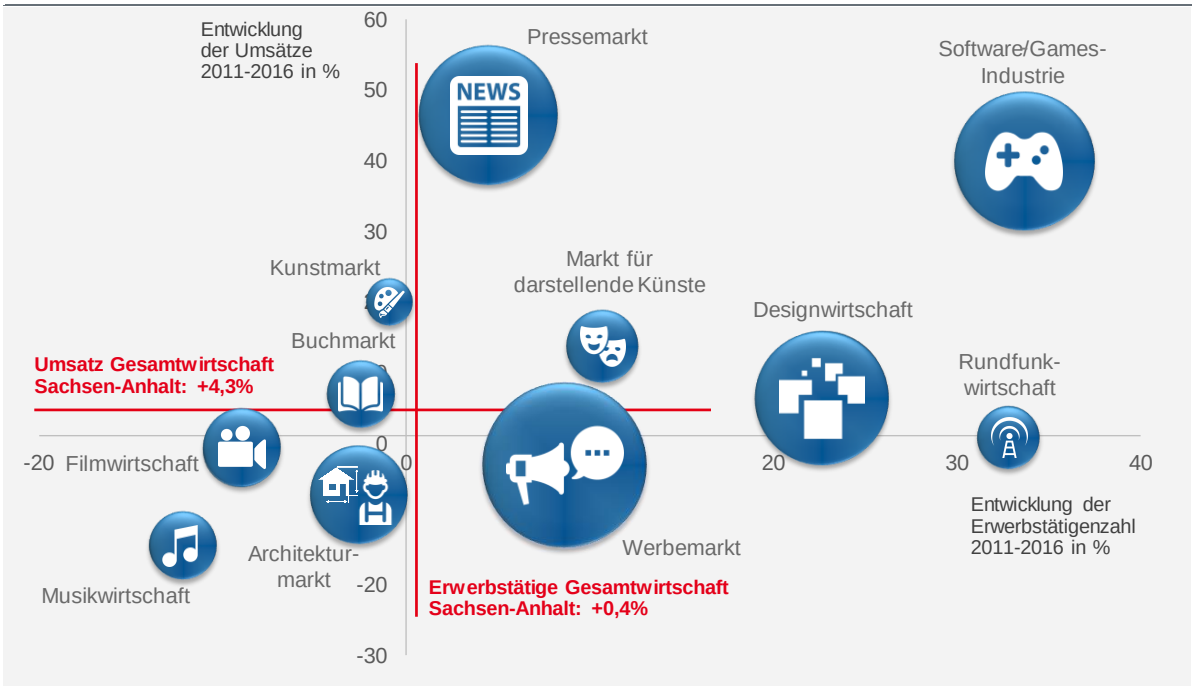
Die KKW Sachsen-Anhalts wächst deutlich dynamischer als die Gesamtwirtschaft des Landes und bildet damit einen Wachstumsmotor.

Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft Sachsen-Anhalts lässt sich für die KKW ein überdurchschnittliches Wachstum von Beschäftigung und Umsatz feststellen. So konnte zwischen 2011 und 2016 der Umsatz in der KKW um fast 18 % gesteigert werden, in der Gesamtwirtschaft hingegen nur um etwa 4 % (vgl. Abbildung 2). Die KKW verzeichnet somit eine steigende ökonomische Relevanz. Für die Erwerbstätigen lässt sich ebenfalls eine überdurchschnittliche Entwicklung feststellen. Während die Anzahl der Erwerbstätigen in der KKW, nach einem zeitweiligen Rückgang zwischen 2012 und 2014, um insgesamt knapp 7 % stieg, ist sie im selben Zeitraum in der Gesamtwirtschaft, abgesehen von kleinsten Schwingungen, annähernd konstant geblieben.

Heterogene Entwicklung der Teilmärkte der KKW Sachsen-Anhalts: Teilmärkte mit sehr hohen Wachstumsraten stehen Teilmärkten mit rückläufigen Entwicklungstendenzen gegenüber

Als Querschnittsbranche zeigt die KKW die typischen heterogenen Merkmale auf, die sich in unterschiedlichen Dynamiken sowie im Umfang des ökonomischen Gesamtbeitrags abzeichnen. Zur Beurteilung der Entwicklung der elf Teilmärkte der KKW sind im nachstehenden Branchenportfolio (vgl. Abbildung 3) die Entwicklung der Erwerbstätigen 2011 – 2016 (horizontale Achse), die Entwicklung der Umsätze 2011-2016 (vertikale Achse) sowie das Erwerbstätigenvolumen (Kreisgröße) abgebildet.

Abbildung 3: Portfolio der KKW in Sachsen-Anhalt



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

© Prognos AG, 2018

Hinsichtlich der Umsatzentwicklung und der Entwicklung der Erwerbstätigen stellt sich die Software-/Games-Industrie als besonders dynamischer Teilmarkt dar. Der Teilmarkt weist ein Umsatzplus von 40 % auf und eine Steigerung der Erwerbstätigenzahl um 33 %. Der Bedeutungsgewinn der Branche ist insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden digitalen Transformation aller Wirtschafts-, Arbeits- und Lebensbereiche erklärbar. Neben der Software-/Games-Industrie weisen zudem folgende Teilmärkte eine positive Entwicklung sowohl bei Umsatz als auch bei Beschäftigung auf: Designwirtschaft (Umsatz +7 %; ET +23 %), Pressemarkt (Umsatz +46 %; ET +5 %), darstellende Künste (Umsatz +14 %; ET +11 %) und Rundfunkwirtschaft (Umsatz +1 %; ET +33 %).

Der Werbemarkt setzt sich als beschäftigungsstärkster Teilmarkt der KKW Sachsen-Anhalts gegenüber den anderen elf Teilmärkten deutlich ab. Mit ca. 4.120 Erwerbstätigen ist rund jeder vierte Kreativschaffende in Sachsen-Anhalt im Werbemarkt tätig. Mit Blick auf die Erwerbstätigenentwicklung konnte der Teilmarkt mit 9 % wachsen. Im selben Zeitraum sind die Umsätze allerdings um 3 % zurückgegangen.

Bei den Teilmärkten Filmwirtschaft (Umsatz -1 %; ET -9 %), Musikwirtschaft (Umsatz -15 %; ET -12 %), und Architekturmarkt (Umsatz -7 %; ET -3 %) zeigt sich im Betrachtungszeitraum eine rückläufige Entwicklung von Umsatz und Beschäftigung. Eine rückläufige Entwicklung in mindestens einem Bereich ist beim Kunstmarkt (Umsatz: 20 %; ET -1 %) und Buchmarkt (Umsatz: 7 %; ET -3 %) festzustellen.

Zu den Teilmärkten mit weniger 1.000 Erwerbstätigen zählen die Teilmärkte Film (960 ET), Buch (660 ET), darstellende Künste (640 ET), Musik (560 ET), Rundfunk (550 ET) und Kunstmarkt (280 ET). Auch wenn der ökonomische Beitrag dieser kleinen Teilmärkte an der KKW Sachsen-Anhalts sinkt, leisten sie einen hohen kulturellen Beitrag, bspw. ist der Kunstmarkt ein wichtiges Bindeglied in der Gesellschaft und wirkt als Brückenbauer zur Kultur und dem Kulturtourismus.

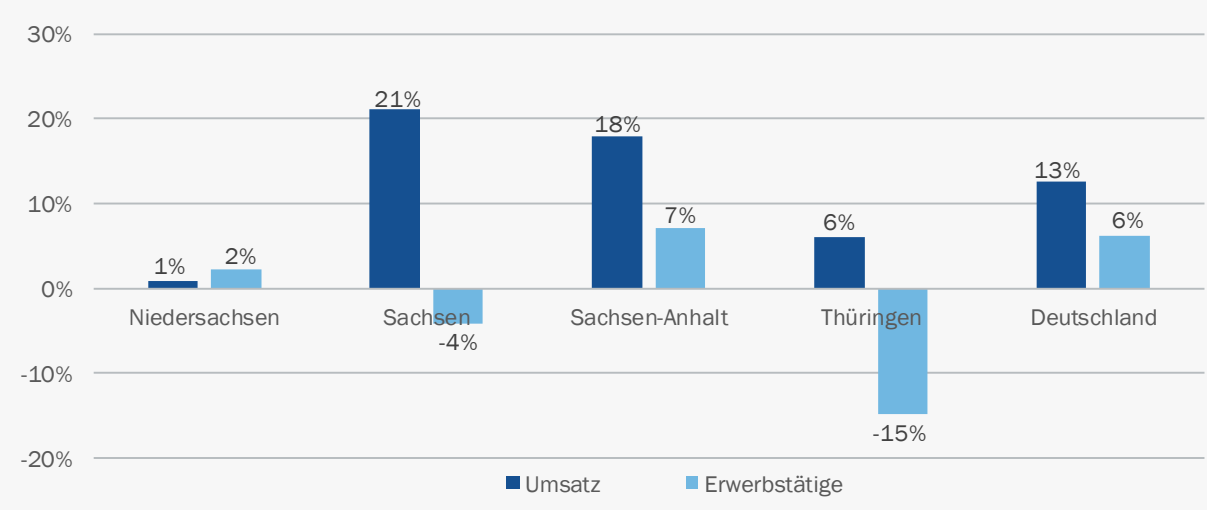
Zusammenfassend zeigt sich, dass die Teilmärkte der KKW in Sachsen-Anhalt im Bezugszeitraum 2011 bis 2016 mehrheitlich positive Entwicklungspfade genommen haben: Die Designbranche gehört zu den fünf der elf Teilmärkten, die positive Wachstumseffekte bei Umsatz und Beschäftigung verzeichnen.

2.3 Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt im Bundesvergleich

Die KKW in Sachsen-Anhalt wächst stetig und weist deutlich positive Wachstumsintensitäten im Vergleich zu anderen Ländern und dem Bund auf.

Eine differenzierte Betrachtung der Entwicklung von Umsatz und Erwerbstätigen am Standort zeigt eine deutlich positive Wachstumsintensität im Zeitraum 2011 bis 2016 mit einer Wachstumsrate des Umsatzes von 18 % beziehungsweise einer Wachstumsrate der Erwerbstätigen von 7 % (vgl. Abbildung 4). Demnach sind sowohl Umsatz als auch die Zahl der Erwerbstätigen der KKW Sachsen-Anhalts gestiegen. Die positive wirtschaftliche Entwicklung wird im bundesdeutschen Vergleich deutlich. So liegt Sachsen-Anhalt sowohl in Bezug auf Umsatzentwicklung als auch auf Erwerbstätigenentwicklung über dem Bundesdurchschnitt (Umsatz +13 %, ET +6%). Auch im Vergleich mit benachbarten Bundesländern schneidet Sachsen-Anhalt gut ab. Kein anderes der untersuchten Bundesländer kann eine vergleichbar gute Entwicklung der Wachstumszahlen aufweisen. So ist beispielweise in Sachsen (Entwicklung der Wachstumsrate der ET -4 %) und Thüringen (Entwicklung der Wachstumsrate der ET -15 %) eine rückläufige Entwicklung der Wachstumsrate der Erwerbstätigenzahlen in der KKW zu beobachten, während Niedersachsen nur sehr geringe Wachstumsintensitäten bezüglich Umsatz (+1 %) und Erwerbstätige (2 %) aufweist.

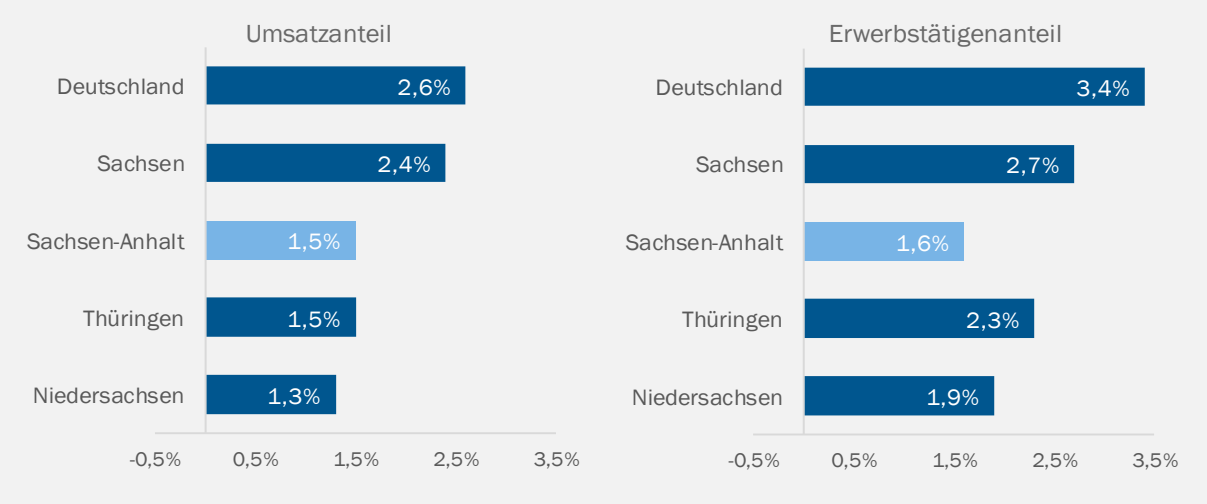
Abbildung 4: Entwicklung der Wachstumsraten bei Beschäftigung und Umsatz



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis © Prognos AG, 2018

Trotz hoher Entwicklungsdynamik (vgl. Abbildung 4), liegt der Anteil der KKW an der Gesamtwirtschaft bei Umsatz und Beschäftigung unter dem Bundesniveau (vgl. Abbildung 5, Tabelle 2).

Abbildung 5 : Umsatz- und Erwerbstätigenanteil der KKW an der Gesamtwirtschaft 2016



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis © Prognos AG, 2018

Trotz eines Anstiegs im Vergleich zu den Vorjahren liegt der Umsatzanteil der sachsen-anhaltischer KKW an der Gesamtwirtschaft bei nur 1,5 % und damit zwar höher als in Niedersachsen (1,3 %) und auf vergleichbarem Niveau von Thüringen, aber deutlich unter dem Anteil der KKW in Sachsen (2,4 %). Auch im Vergleich zu Deutschland (2,6 %) fällt die Umsatzgröße der KKW in Sachsen-Anhalt

geringer aus. Ebenso fällt der Umsatz je Unternehmen in Sachsen-Anhalt mit 324.925 Euro je Unternehmen im Vergleich zu Deutschland (626.816 Euro) stark unterdurchschnittlich aus.

Ähnlich verhält es sich bei den Erwerbstätigen (vgl. Abbildung 5, Tabelle 2). Mit 15.648 Erwerbstätigen der KKW und einem Anteil von 1,6 % an der Gesamtwirtschaft stellt die KKW einen kleinen Teil aller Erwerbstätigen in Sachsen-Anhalt dar. In Deutschland liegt der Anteil der KKW mit 3,4 % an der Gesamtwirtschaft mehr als doppelt so hoch wie in Sachsen-Anhalt.

Tabelle 2: Eckwerte der KKW in Sachsen-Anhalt 2016 im überregionalen Vergleich

KKW	Sachsen-Anhalt	Sachsen	Thüringen	Niedersachsen	Deutschland
Umsatz in Mio. Euro	979	3.217	889	7.373	158.814
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	1,5 %	2,4 %	1,5 %	1,3 %	2,6 %
Umsatz je Unternehmen in Euro	324.925	339.957	261.010	436.556	626.816
Erwerbstätige	15.648	52.305	22.702	97.287	1.427.378
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	1,6 %	2,7 %	2,3 %	2,5 %	3,4 %
davon: SVB	7.771	34.872	13.477	54.943	863.844
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	1,0 %	2,2 %	1,7 %	1,9 %	2,8 %
davon: Selbstständige/Unternehmen	3.013	9.464	3.406	16.889	253.368
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	4,5 %	6,3 %	4,6 %	6,1 %	7,8 %
davon: geringfügig Beschäftigte	4.864	7.969	5.819	25.455	310.166
Anteil KKW an Gesamtwirtschaft	4,4 %	3,4 %	4,8 %	3,2 %	4,0 %

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

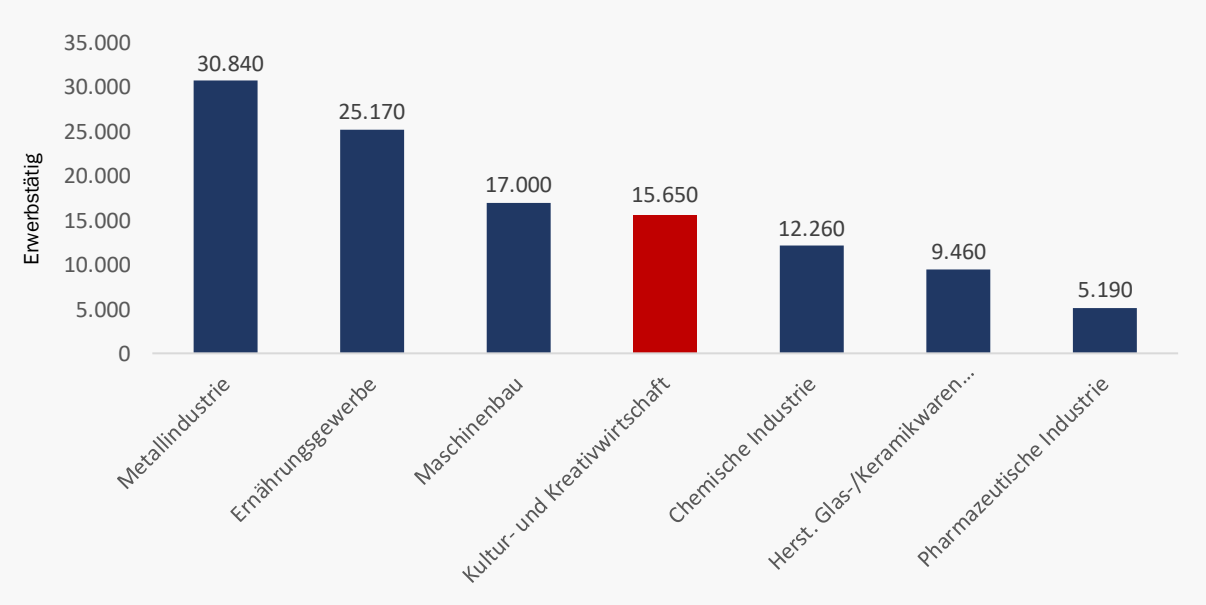
© Prognos AG, 2018

2.4 Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Branchenvergleich

Die KKW stellt innerhalb Sachsen-Anhalts eine wichtige Beschäftigungsbranche dar.

Rund 15.650 Erwerbstätige sind in Sachsen-Anhalt in der KKW beschäftigt. Damit stellt die KKW in Sachsen-Anhalt eine wichtige Beschäftigungsbranche dar. Gemessen an der Erwerbstätigenzahl bewegt sich die KKW auf dem Niveau der strukturbestimmenden Industriebranchen in Sachsen-Anhalt, wie dem Maschinenbau (17.000 ET) oder der Chemischen Industrie (12.260 ET) (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Erwerbstätige ausgewählter Branchen in Sachsen-Anhalt 2016



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis © Prognos AG, 2018

Zu den beschäftigungsstärksten Teilmärkten der KKW in Sachsen-Anhalt gehören der Werbemarkt (4.120 ET), die Software-/Games-Industrie (3.050 ET), der Pressemarkt (2.890 ET) sowie die Designwirtschaft (2.770 ET) (vgl. Abbildung 3). Der Werbemarkt, als einzelner Teilmarkt der KKW, kann dabei mit 4.120 Erwerbstätigen annähernd so viele Erwerbstätige aufweisen wie die gesamte Pharmazeutische Industrie mit 5.190 Erwerbstätigen, was die Bedeutung der Branche für Sachsen-Anhalt verdeutlicht.

3 Volkswirtschaftliche Bedeutung der Designbranche in Sachsen-Anhalt

3.1 Definition und Charakteristika der Designbranche

Die Designwirtschaft ist ein Kernbereich der KKW und zählt deutschlandweit zu den wachstumsstärksten Bereichen der Branche. Zum Teilmarkt Designwirtschaft gehören das Industrie-, Produkt-, Mode-, Grafik- und Kommunikations- sowie Interior Design und Raumgestaltung. Zusammen mit dem Wirtschaftszweig der selbständigen Fotografen/-innen komplettieren die Büros für Innenarchitektur, die Werbegestaltung sowie die Herstellung von Schmuck, Gold und Silberschmiedewaren den Teilmarkt.

Charakteristisch für die Designwirtschaft ist, dass viele Leistungen nicht direkt für den Endkonsumenten im sogenannten Business-to-Consumer-Bereich, sondern als Business-to-Business-Leistungen für Unternehmen anderer Branchen erbracht werden. Kaum ein anderer Bereich ist mit so vielen anderen Teilmärkten innerhalb der KKW verbunden wie die Designwirtschaft. Dies zeigt sich beispielsweise in der Werbung sowie im Verlagswesen und in der Software-/Games-Industrie, in denen Grafik- und Kommunikationsdesigner/-innen eine zentrale Rolle in der Wertschöpfung einnehmen.

Das Berufsfeld der Designer/-innen verändert sich und wird komplexer: Von zunehmender Bedeutung ist die interdisziplinäre Zusammenarbeit von Designern/-innen mit Akteuren aus anderen kreativwirtschaftlichen Bereichen sowie die interdisziplinäre und fachübergreifende Zusammenarbeit mit Wissenschaft und Forschung. Zugleich verfügen vor allem jene Designer/-innen, die digitale Designleistungen anbieten, über besonders hohe Wachstumspotenziale.

Die Designwirtschaft treibt Veränderungsprozesse durch Kreativität, Innovationsfähigkeit, Kommunikation und Kooperation wesentlich an. Besonders deutlich wird dies an den Beispielen Game Design, Technisches Design, Design Thinking und Branding Design. Hierbei zeigt sich, dass die Vernetzungen mit anderen Disziplinen, wie z. B. der Informatik, dem Engineering oder Marketing, dazu führen, dass neue Designprofile entstehen. In den letzten Jahren ist Design zudem ein wichtiger Teil in den Innovationsprozessen vieler Unternehmen der klassischen Wirtschaft geworden. Unterschiedliche Studien konnten zeigen, dass designgetriebene Unternehmen innovativer und wettbewerbsfähiger sind als andere.[9] Damit wird Design zunehmend zum strategischen Werkzeug für benutzerzentrierte Innovation.

[9] Verfanti, R. and Dell'Era, C. (2009): Design-Driven Innovation. In: Didgson et al. (2009) (Hrsg.): The Oxford Handbook of Innovation Management. Oxford: Oxford University Press.

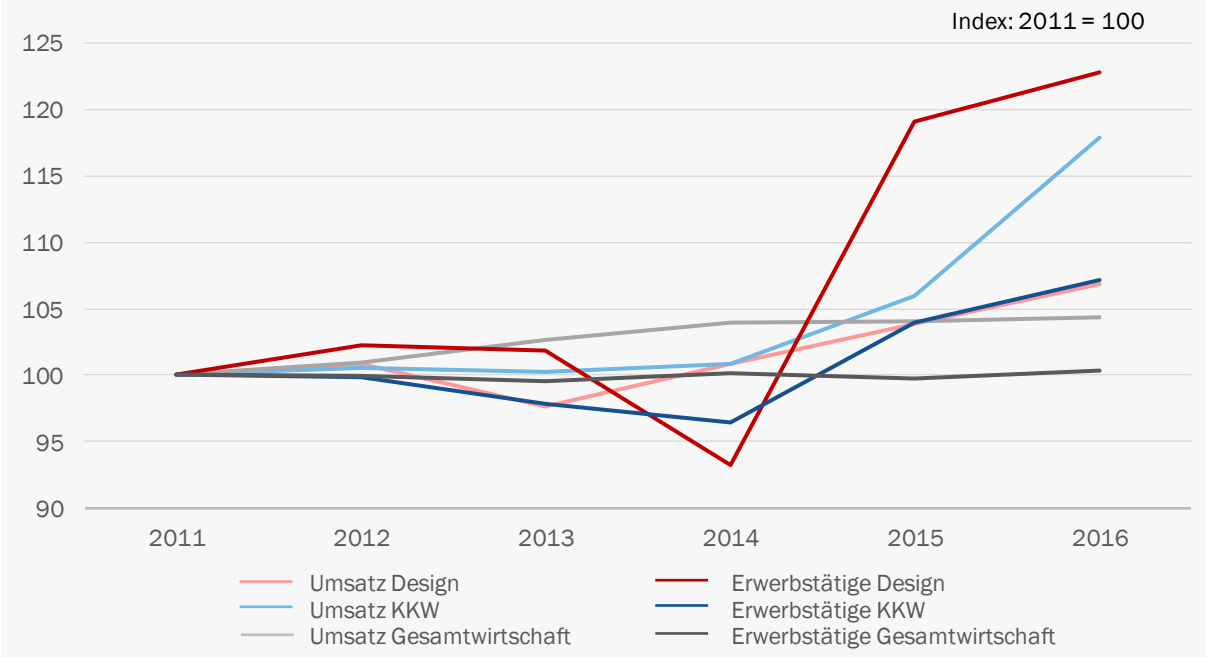
3.2 Eckdaten zur Designbranche in Sachsen-Anhalt

Die Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt zeichnet sich durch eine positive Entwicklung von Umsatz und Beschäftigung aus.

Rund 700 Selbstständige und Unternehmen der Designwirtschaft Sachsen-Anhalts erwirtschafteten im Jahr 2016 einen Gesamtumsatz von knapp 126 Mio. Euro. Dies entspricht knapp 13 % des Gesamtumsatzes der KKW im Land. Nach dem Pressemarkt und der Software-/Games-Industrie ist die Designwirtschaft der drittumsatzstärkste Teilmarkt der sachsen-anhaltischen KKW. Zwischen 2011 und 2016 ist der Umsatz überdies um 7 % bzw. um 8 Mio. Euro gestiegen (entspricht einem jährlichen Wachstum von 1,3 % (vgl. Tabelle 3, Abbildung 7). Im Vergleich dazu konnte der Umsatz der KKW im Land im selben Zeitraum mit 18 % dynamischer wachsen. Die Umsätze der Designbranche wachsen allerdings dynamischer als die der Gesamtwirtschaft in Sachsen-Anhalt mit einem Wachstum von 4 %. Die Umsätze je Unternehmen verzeichneten im Betrachtungszeitraum ebenfalls einen Anstieg von rund 175.000 Euro auf 177.400 Euro.

Auch die Zahl der Erwerbstätigen der Designwirtschaft Sachsen-Anhalts hat sich gegenüber 2011 erhöht und ist mit einem Plus von 23 % auf über 2.760 Erwerbstätige gestiegen (vgl. Tabelle 3, Abbildung 7). Betrachtet man die drei Gruppen der Erwerbstätigen, so zeigt sich eine stark heterogene Entwicklung. Während sich die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Zeitraum 2011 — 2016 um rund ein Drittel verringert hat, ist die Zahl der Selbstständigen und Unternehmen leicht gewachsen (ca. 5 %). Im selben Zeitraum hat sich die Zahl der geringfügig Beschäftigten mehr als verdoppelt. Diese Entwicklung verdeutlicht, dass es vor allem die geringfügige Beschäftigung ist, die die sehr dynamische Beschäftigungsentwicklung vorantreibt.

Abbildung 7 : Vergleich Umsatz- und Erwerbstätigenentwicklung 2011 – 2016



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

© Prognos AG, 2019

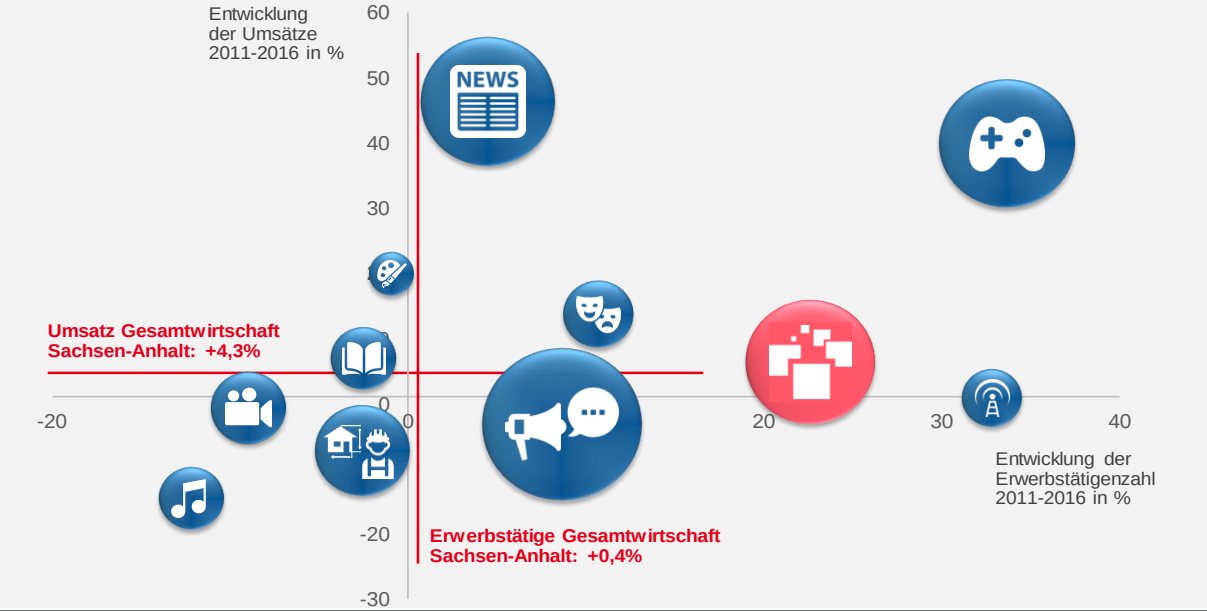
Tabelle 3: Kennzahlen der Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt 2016

Designbranche	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Anteil an der KKW 2016	Wachstum p.a. 2011 – 2016
Umsatz in Mio. Euro	**117,8**	**118,7**	**115,1**	**118,8**	**122,4**	**125,8**	**13 %**	**1,3 %**
Umsatz je Unternehmen	175.037	169.571	165.850	170.690	172.394	177.433	-	0,2 %
Erwerbstätige	**2.253**	**2.303**	**2.295**	**2.100**	**2.682**	**2.765**	**18 %**	**3,5 %**

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis © Prognos AG, 2018

Im Hinblick auf die Dynamik von Umsatz und Beschäftigung zeigt Abbildung 8, dass sich die Designbranche im oberen rechten Quadranten der Entwicklungsskala verordnet (positive Entwicklung von Umsatz und Beschäftigung) und somit zu den dynamischeren Teilmärkten der KKW zählt. Von 2011 bis 2016 erzielte die Designwirtschaft ein Umsatzwachstum von 7 % und ein Beschäftigungszuwachs von 23 %. Damit entwickelte sich die Designbranche mit Blick auf die Entwicklungsindikatoren sehr ausgewogen. Einzig die Software-/Games-Industrie erreicht mit einem Umsatzzuwachs von 40 % und einem Anstieg der Erwerbstätigenzahl um 33 % bei beiden Kennziffern ein stärkeres Wachstum als die Designbranche.

Abbildung 8: Portfolio der KKW in Sachsen-Anhalt

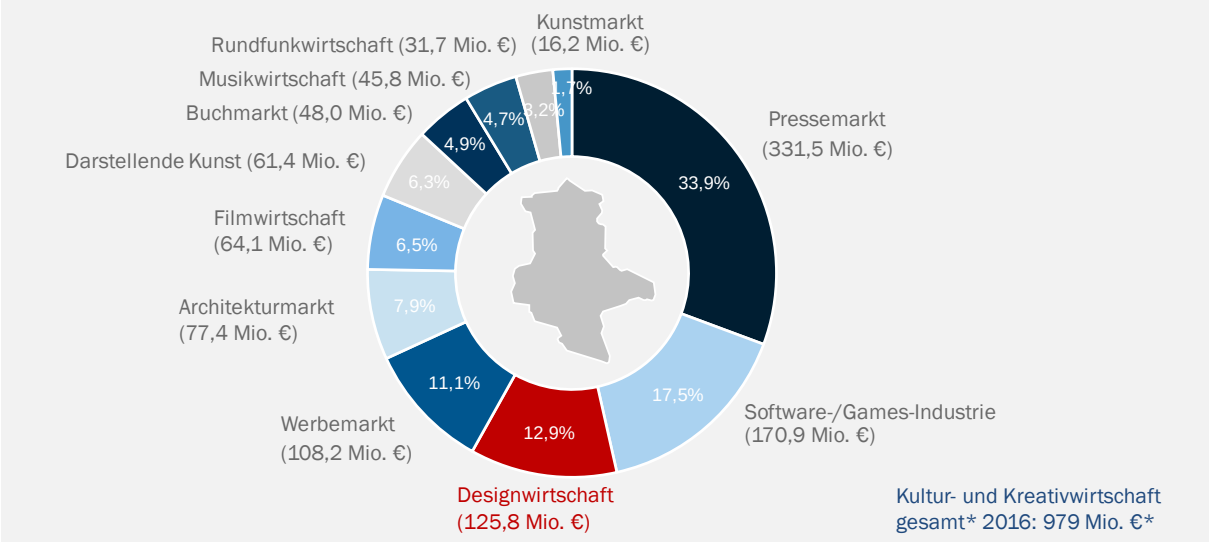


Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis © Prognos AG, 2018

Die Designbranche gehört zu den umsatz- und beschäftigungsstärksten Teilmärkten der KKW in Sachsen-Anhalt.

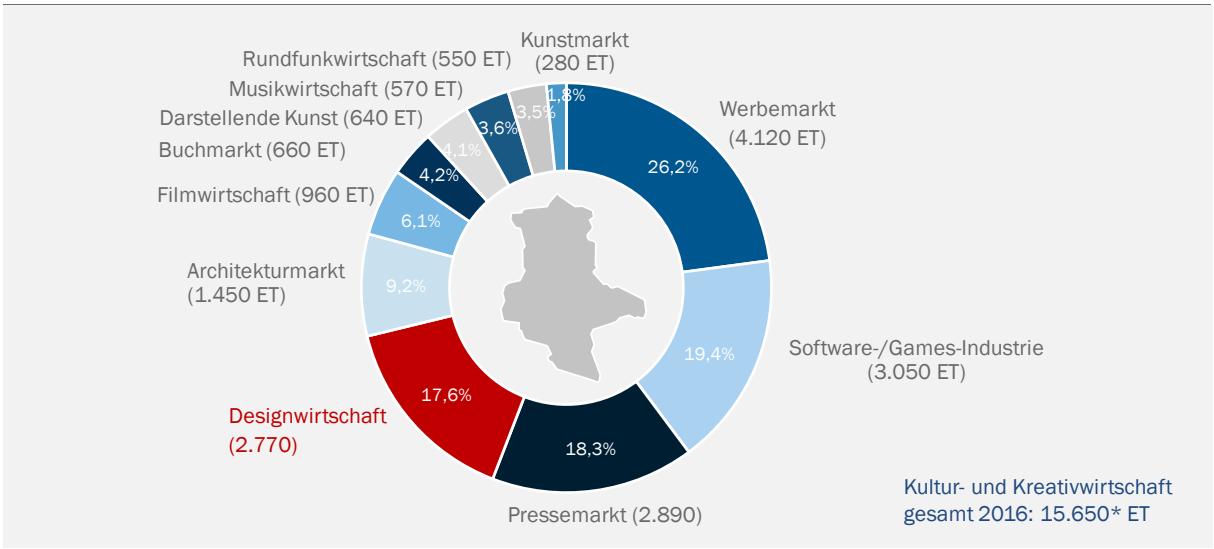
Die Selbstständigen und Unternehmen der Designbranche Sachsen-Anhalts erzielten im Jahr 2016 einen Umsatz von rund 126 Mio. Euro. Im Vergleich zu den anderen Teilmärkten der KKW stellt dies den dritthöchsten Umsatz dar (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Verteilung der Umsätze der KKW in Sachsen-Anhalt 2016



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis © Prognos AG, 2018

Abbildung 10: Verteilung der Erwerbstätigen der KKW in Sachsen-Anhalt 2016



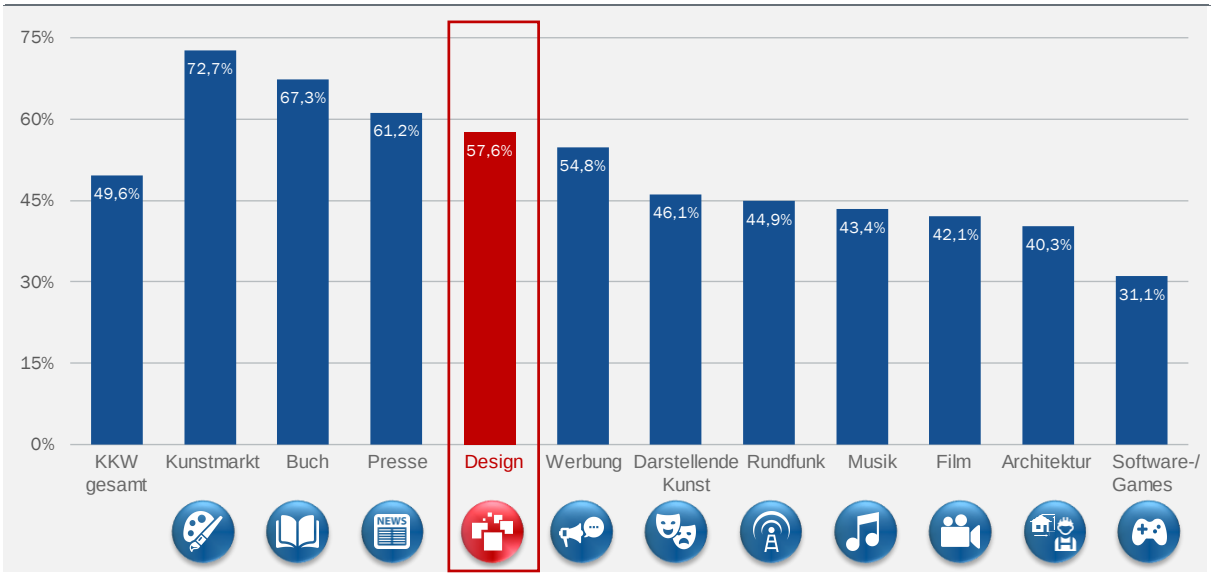
Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis © Prognos AG, 2018

Auch im Hinblick auf die Erwerbstätigenzahl zeigt sich, dass die Designbranche eine bedeutende Rolle für die wirtschaftliche Situation Sachsen-Anhalts einnimmt (vgl. Abbildung 10). Mit 2.770 Erwerbstätigen im Jahr 2016 stellt sie mit einem Anteil von rund 13 % die **viertgrößte Kreativbranche hinsichtlich der Beschäftigung** in Sachsen-Anhalt dar. Nur der Werbemarkt (4.120 ET), die Software-/Games-Industrie (3.050 ET) und der Pressemarkt (2.890 ET) weisen höhere Erwerbstätigenzahlen auf.

Die Designwirtschaft stellt eine wichtige Beschäftigungsbranche für Frauen dar.

In der Designwirtschaft sind 57,6 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten Frauen und damit deutlich mehr als in der KKW insgesamt (46,9 %, vgl. Abbildung 11). Die Designwirtschaft zählt damit ebenso wie der Kunstmarkt, der Buchmarkt, der Pressemarkt und der Werbemarkt zu den fünf Teilmärkten der KKW, in denen mehr Frauen als Männer arbeiten.

Abbildung 11 : Frauenanteil in den Teilmärkten der KKW in Sachsen-Anhalt 2016



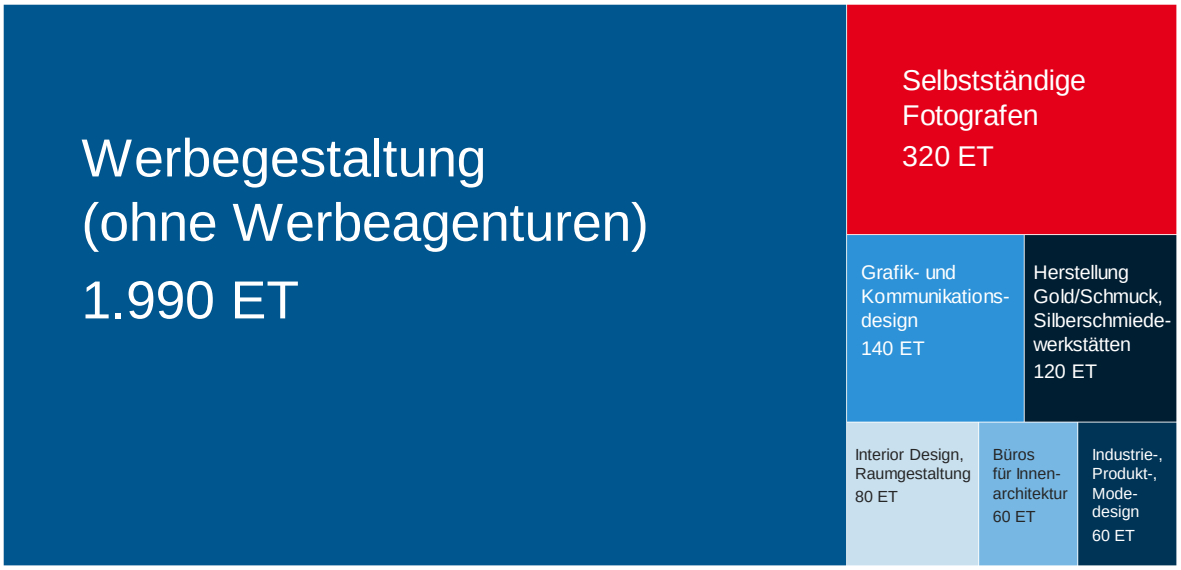
Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

© Prognos AG, 2019

Das Tätigkeitsspektrum der Designwirtschaft Sachsen-Anhalts wird von dem Bereich der Werbegestaltung dominiert.

Mehr als zwei Drittel der Erwerbstätigen der sachsen-anhaltischen Designwirtschaft arbeiten im Bereich der Werbegestaltung. Mit einem Erwerbstätigenanteil von knapp 12 % bilden die selbstständigen Fotografen/-innen das zweitstärkste Segment. Die anderen Segmente stellen mit Beschäftigungsanteilen zwischen 2 und 5 % eher Nischensegmente in der Designwirtschaft des Landes dar (vgl. Abbildung 12). Im Zuge der Digitalisierung ist jedoch zu erwarten, dass speziell der Bereich des Industrie-/Interfacedesigns an Bedeutung gewinnen wird, bspw. für intuitive Softwarelösungen. Für das Segment Grafik- und Kommunikationsdesign hingegen ist voraussichtlich von einem Rückgang der wirtschaftlichen Relevanz auszugehen, da hier Softwareanwendungen zu einer zunehmenden Automatisierung führen.

Abbildung 12: Verteilung der Erwerbstätigen (ET) der Designbranche in Sachsen-Anhalt 2016



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

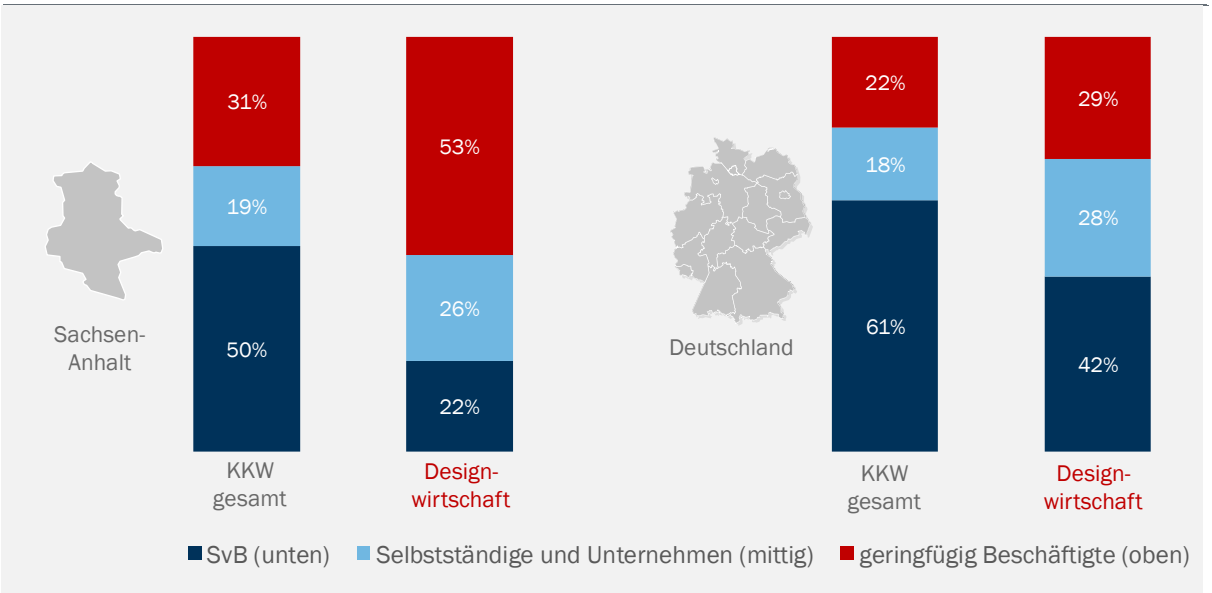
© Prognos AG, 2018

Der Anteil der geringfügig Beschäftigten in der Designwirtschaft Sachsen-Anhalts ist überdurchschnittlich hoch.

Die Struktur der Erwerbstätigen, also die Unterteilung nach Selbstständigen und Unternehmen, sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und geringfügig Beschäftigten weist eine besondere Spezifik auf. So ist mehr als die Hälfte der Erwerbstätigen (53 %) in der Designwirtschaft Sachsen-Anhalts geringfügig beschäftigt und damit deutlich mehr als in der KKW insgesamt (31 %, vgl. Abbildung 13). Auch gegenüber dem Bundesdurchschnitt (29 %) fällt der Anteil der geringfügig Beschäftigten in der sachsen-anhaltischen Designwirtschaft überdurchschnittlich hoch aus.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Betrachtung der elf Teilmärkte: Nur in der Designwirtschaft und im Werbemarkt steigt der Anteil der geringfügig Beschäftigten auf über 50 % (vgl. Abbildung 14). Der hohe Anteil der geringfügig Beschäftigten stellt eine zentrale Herausforderung der Designwirtschaft dar. Demgegenüber weisen die Teilmärkte Software-/Games-Industrie, der Rundfunkmarkt und der Architekturmarkt sehr wenige Arbeitsplätze im Segment der geringfügigen Beschäftigung auf.

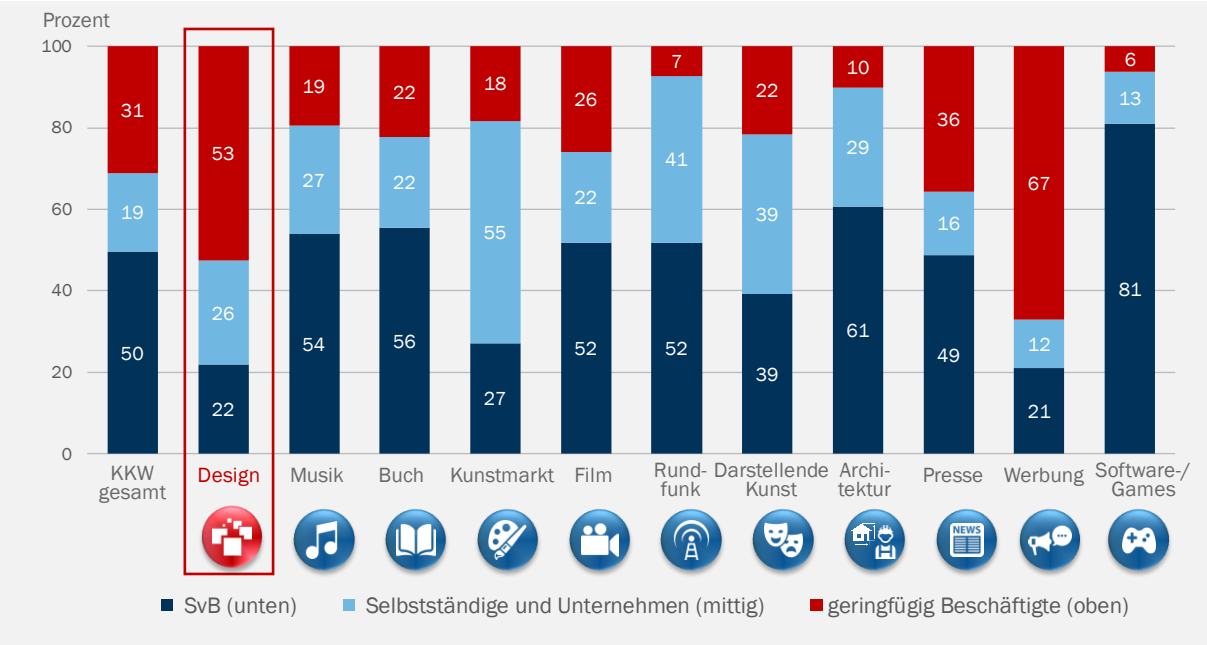
Abbildung 13: Struktur der Erwerbstätigen der Designbranche und KKW in Sachsen-Anhalt und Deutschland 2016



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

Prognos AG, 2018

Abbildung 14: Struktur der Erwerbstätigen der elf Teilmärkte der KKW in Sachsen-Anhalt 2016



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

© Prognos AG, 2018

3.3 Die Designbranche in Sachsen-Anhalt im Bundesländervergleich

Auch wenn sich die Designbranche in Sachsen-Anhalt in den letzten Jahren positiv entwickeln konnte, zeigt der Vergleich mit den benachbarten Bundesländern Sachsen, Thüringen und Niedersachsen sowie der Vergleich zu Deutschland, dass die Branche noch relativ klein ist. Tabelle 4 zeigt, dass die Designer/-innen aus Sachsen-Anhalt im Jahr 2016 mit rund 126 Mio. Euro den niedrigsten Umsatz erwirtschaften konnten. Dieser liegt leicht unter dem Umsatz Thüringens mit etwa 127 Mio. Euro und erreicht nur ein Drittel vom sächsischen Umsatz mit 380 Mio. Euro. Der höchste Wert konnte von der niedersächsischen Designbranche erzielen werden – hier liegt der Umsatz bei 813 Mio. Euro. Im Vergleich dazu liegt der Umsatz auf Bundesebene bei 19,7 Mrd. Euro. Den niedrigen Umsätzen in Sachsen-Anhalt stehen allerdings auch niedrigere Erwerbstätigenzahlen gegenüber. Sachsen-Anhalt und Thüringen weisen hierbei die niedrigsten Werte mit jeweils 2.765 und 2.809 Erwerbstätigen auf. Mit großem Abstand folgen Sachsen mit 10.643 und fast viermal so vielen Erwerbstätigen und Niedersachsen mit 14.928 Erwerbstätigen.

Mit Blick auf die Erwerbstätigenstruktur zeigen sich die Schwierigkeiten der Branche. Zum einen sind mit einer Anzahl von 604 die wenigsten Designer/-innen sozialversicherungspflichtig beschäftigt; hier liegt der Anteil bei lediglich 22 %. Im Vergleich hierzu liegen in allen anderen Bundesländern die Anteile um das Doppelte höher. Zum anderen sind in Sachsen-Anhalt mit einem Anteil von 53 % die meisten geringfügig Beschäftigten tätig. Auch dieser Wert ist im Bundesländervergleich sowie im Vergleich zu Deutschland doppelt so hoch. Gemessen am Umsatz je Erwerbstätigen liegt die Designbranche Sachsen-Anhalts allerdings mit durchschnittlich 45.497 Euro noch vor Thüringen mit 45.141 Euro und Sachsen mit 35.732 Euro. Auch hinsichtlich des Umsatzes je Unternehmen liegt Sachsen-Anhalt mit durchschnittlich 177.433 Euro vor Thüringen mit 170.659.

Tabelle 4: Eckwerte der Designbranche in Sachsen-Anhalt 2016 im überregionalen Vergleich

Designbranche	Sachsen-Anhalt	Sachsen	Thüringen	Niedersachsen	Deutschland
Umsatz in Mio. Euro	**125,8**	**380,3**	**126,8**	**812,9**	**19.764**
Anteil Designbranche an KKW	13 %	12 %	14 %	11 %	12 %
Umsatz je Erwerbstätigen in Euro	45.497	35.732	45.141	54.455	96.060
Umsatz je Unternehmen in Euro	177.433	185.784	170.659	240.716	338.245
Erwerbstätige	**2.765**	**10.643**	**2.809**	**14.928**	**205.747**

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis von Daten der Bundesagentur für Arbeit und Destatis

© Prognos AG, 2018

4 Status quo, Herausforderungen und Bedarfe der Designbranche in Sachsen-Anhalt

Kleine Firmen, Büros, Agenturen, aber auch Freiberufler und Selbstständige prägen die Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt. Die Branche weist folglich eine hohe Kleinteiligkeit auf. Ihre Besonderheit zeigt sich in der Vielzahl der vorhandenen Ideen, Konzepte und Anwendungsfelder. Als Schnittstelle zwischen Kunst, Wirtschaft und Technologie kann die Designwirtschaft eine Schlüsselposition einnehmen und zu einer Leitbranche für die gesamte KKW in Sachsen-Anhalt werden. Sie bietet Ansätze und Methoden zum transdisziplinären Arbeiten und kann als Transmissionsriemen für Innovationen, Wachstum und Beschäftigung in klassische Wirtschaftsbranchen dienen. Um dieses Potenzial der Designbranche in Sachsen-Anhalt auszuschöpfen, gilt es die Stärken optimal zu nutzen und auszubauen, bestehende Schwächen zu identifizieren und strategische Maßnahmen zur Gestaltung von Chancen und Risiken in den Fokus zu nehmen. Sachsen-Anhalt hat hierbei entscheidende Standortvorteile und Alleinstellungsmerkmale aufzuweisen, die es von anderen Metropolen abhebt und für Designer/-innen attraktiv macht. Gleichzeitig bestehen strukturelle Herausforderungen, die die Dynamik der Branchenentwicklung hemmen. Angesichts dieser und zukünftiger Herausforderungen gilt es klare Linien zu definieren, wie bestehende Chancen gestaltet und Risiken gehandhabt werden können, um die Zukunftsfähigkeit der Designbranche in Sachsen-Anhalt zu sichern. Vor diesem Hintergrund gilt es zentrale Ergebnisse auf Grundlage einer Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SWOT-Analyse) zusammen zu tragen, um Ansätze und Optionen für die Begründung von Handlungsfeldern zu definieren, in denen sich Potenziale der Designbranche in Sachsen-Anhalt ergeben.

Zur Ableitung der SWOT-Analyse zur Designbranche in Sachsen-Anhalt wurde folgendes empirisches Konzept angewendet:

1. Arbeitsschritt 1 umfasst die Ermittlung von Stärken und Schwächen sowie der potenziellen Chancen und Risiken mittels einer **standardisierten Online-Befragung**. Der Fragebogen wurde gezielt dazu erstellt, die Themenschwerpunkte Standortfaktoren, Qualifizierung, Gründungen, Förderstrukturen sowie Innovations- und Kooperationspartnerschaften zu identifizieren. Adressiert wurden sachsen-anhaltische Unternehmen, Angestellte, Selbstständige und freiberuflich Tätige der verschiedenen Bereiche der Designbranche. Um eine effektive Reichweite zu gewährleisten, wurden zentrale Multiplikatoren der Branche kontaktiert. Zu nennen sind hierbei regionale und überregionale Netzwerke und Anlaufstellen für Designer/-innen, Kammern sowie städtische Vertreter in Sachsen-Anhalt. Diese wurden gebeten, die Einladung zur Online-Befragung über eigene Kanäle und Kontaktmöglichkeiten, wie Homepage, Newsletter, Social Media oder direkten E-Mail-Versand zu streuen. Des Weiteren wurde bei der Adressierung von Designern/-innen aus Sachsen-Anhalt auf die *Kreativsuchmaschine*[10] der Branchenseite Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt zurückgegriffen, auf der sich Kreativunternehmen der verschiedenen Teilmärkte registrieren können. Diese Liste an Kontakten wurde mit der Dafne-Unternehmensdatenbank[11] komplementiert, zu der die Prognos AG exklusiven Zugang hat. Die Online-Befragung fand vom 30. Oktober bis zum 20. November 2018 statt. **Insgesamt haben 102 Designer/-innen teilgenommen.**

[10] Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt (2019): Kreativsuchmaschine. Online unter: https://www.kreativ-sachsen-anhalt.de/kreativ-suchmaschine

[11] Dafne (2019): Dafne. Online unter: https://www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/data/national/dafne

2. In Ergänzung zur Online-Befragung wurden im **Arbeitsschritt 2** zur Vertiefung und Validierung der Befragungsergebnisse **10 Experteninterviews** mit diversen Vertretern der Branche geführt. Auf diese Weise konnten Hintergründe zu einzelnen Schwerpunkten und Teilfragen durch Expertenwissen spezifiziert und für die Analyse nutzbar gemacht werden.

4.1 Stärken und Schwächen der Designbranche in Sachsen-Anhalt

4.1.1 (Kreativ-)Wirtschaftsstandort Sachsen-Anhalt

Wie in Kapitel 3 ersichtlich wurde, konnte die Designbranche in Sachsen-Anhalt im Zeitraum 2011 – 2016 eine **positive Umsatzentwicklung** und eine **stabile Beschäftigungssituation** verzeichnen. Darüber hinaus zählt die Designbranche zu den beschäftigungs- und umsatzstärksten Teilmärkten der KKW in Sachsen-Anhalt (vgl. Kapitel 2). Als Teilmarkt der Kreativwirtschaft kommt der Designbranche in Sachsen-Anhalt somit eine bedeutende Rolle zu. Gleichwohl ist festzuhalten, dass die Hälfte der erwerbstätigen Designer/-innen zur Gruppe der geringfügig Beschäftigten zugeordnet werden muss. Folglich leidet die Designbranche unter einem nur **durchschnittlichen bis niedrigen Einkommensniveau**. Dies spiegeln auch die Ergebnisse der Online-Umfrage wider: Rund 65 % aller Befragten bewerten die Verdienstmöglichkeiten in Sachsen-Anhalt als eher schlecht bis schlecht (vgl. Abbildung 15).

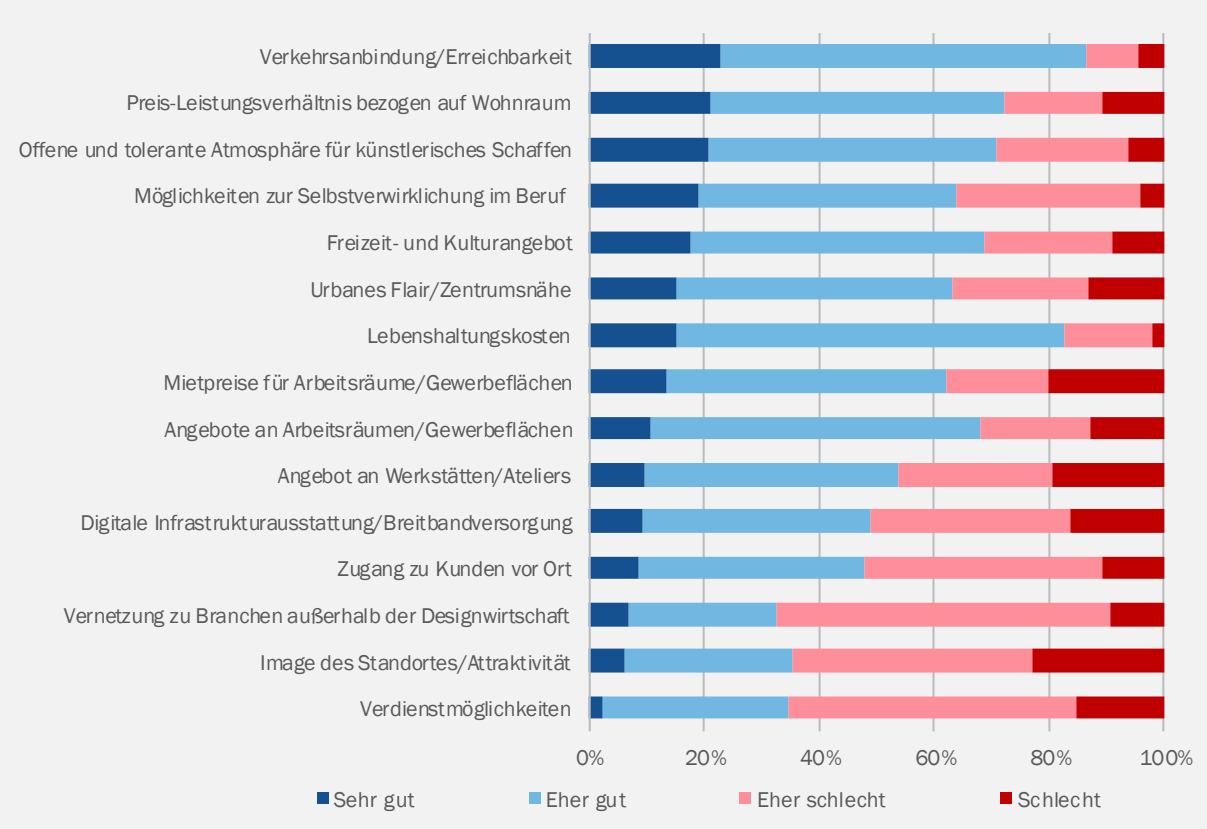
Das niedrige Einkommensniveau kann u. a. auf die geringe regionale Nachfragekraft des produzierenden Gewerbes zurückgeführt werden[12]. Die Strukturschwäche der Wirtschaftsregion hat zur Folge, dass Designer/-innen nur schwer am regionalen Markt Kunden oder Kooperationspartner finden. Den **Zugang zu Kunden vor Ort** sowie die **Vernetzung mit anderen Wirtschaftszweigen außerhalb der Designbranche** bewerten mehr als 60 % der Umfrageteilnehmer/-innen als eher schlecht bis schlecht.

Designer/-innen aus Sachsen-Anhalt sind somit auf die Erschließung überregionaler Märkte und Kunden angewiesen. Hierbei wirkt sich die gute bis sehr gute **Verkehrsanbindung bzw. Erreichbarkeit** wichtiger Märkte und Ballungsräume mit einer Dichte an Großunternehmen positiv auf die wirtschaftliche Situation von Designern/-innen aus. Über 80 % der Befragten empfinden die Verkehrsanbindung Sachsen-Anhalts als eher gut bis sehr gut. Demgegenüber stehen eine noch zu ungenügende digitale Infrastruktur und **Breitbandversorgung**, die den Zugang zu **internationalen Märkten** behindert. Rund die Hälfte der Befragten empfindet diese als eher schlecht bis schlecht. Entsprechend stellt für 50 % aller Befragten die Erschließung internationaler Märkte eine Herausforderung dar.

In der **Erschließung internationaler und überregionaler Märkte** sprechen Branchenexperten darüber hinaus häufig von **Image-Problemen** des Kreativstandortes Sachsen-Anhalt, der oft zu Unrecht mit „provinziellen“ Vorstellungen verbunden ist. Überregionalen Kunden fehle häufig das Vertrauen in das Design aus Sachsen-Anhalt. Dies erschwere es Designern/-innen zusätzlich, sich im starken Wettbewerb der Anbieter durchzusetzen. Auch aufseiten der Designer/-innen wird das Image als eher schlecht bis schlecht empfunden (vgl. Abbildung 15), gleichwohl die Attraktivität des Standorts für Designer/-innen sowohl generell als auch in Sachsen-Anhalt und im Bundesvergleich in den letzten fünf Jahren leicht steigen konnte.

[12] Eine Ausnahme bildet die traditionell starke Investitionsgüterindustrie, die speziell für den Bereich Industriedesign relevant ist.

Abbildung 15: Bewertung der Standortfaktoren in Sachsen-Anhalt



Quelle: Online-Befragung der Designbranchen Sachsen-Anhalt 2018 © Prognos AG, 2018

Laut Gesprächen mit Branchenexperten geht das empfundene Standort-Image einher mit einer **fehlenden Standortidentifikation** der Designer/-innen, welche sich u. a. an den hohen Abwanderungsquoten junger Absolvent/-innen und dem Fehlen einer ausgeprägten und verwurzelten Designszene abseits der Hochschullandschaft bemerkbar mache. Das Fehlen einer öffentlich sichtbaren Designszene münde schließlich in eine nur unzureichende Sichtbarkeit des Designstandortes und folglich in einer relativen Unbekanntheit der Marke „Design aus Sachsen-Anhalt“.

Durch hohe Abwanderungsquoten junger Designer/-innen und Absolventen/-innen entsteht am Standort Sachsen-Anhalt ein **Fachkräftemangel**. Dieser fällt jedoch nicht allerorts gleich stark ins Gewicht. Während in der Region Halle der Fachkräftemangel in der Designwirtschaft im Vergleich zur gesamten KKW relativ gering ist und unterhalb des Branchendurchschnitts liegt, stellt er in Magdeburg ein schwerwiegendes Problem dar. Dort war es beispielsweise im Jahr 2012 kaum möglich, die für ein weiteres wirtschaftliches Wachstum nötigen Mitarbeiter/-innen zu rekrutieren, insbesondere in den Bereichen Interface- und Webdesigns sowie Webentwicklung. Hochschulabsolventen/-innen konnten den Bedarf nach Arbeitskräften in Magdeburg nicht decken. Grund dafür war unter anderem die hohe Abwanderungsquote. Im bundesweiten Vergleich berichtet knapp über die Hälfte der Unternehmen in der Designwirtschaft, die im Jahr 2017 eine offene Stelle zu vergeben hatten, von Problemen bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter.[13]

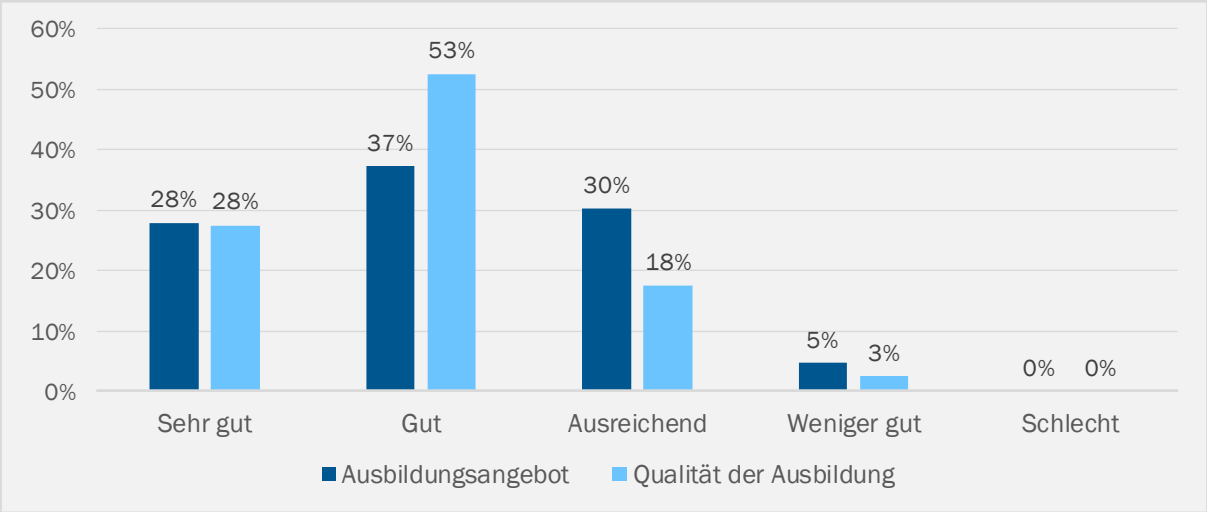
[13] BMWi (2017): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017

Gleichzeitig kann Sachsen-Anhalt gegenüber Designmetropolen wie Berlin, Hamburg oder Düsseldorf mit diversen Standortvorteilen punkten, welche das Potenzial haben, junge Designer/-innen dauerhaft an den Standort zu binden. Die Region besticht durch einen **attraktiven Lebens- und Arbeitsraum**. So bietet Sachsen-Anhalt ein weitaus attraktiveres Preis-Leistungs-Verhältnis mit Blick auf Wohn- und Arbeitsräume als vergleichbare Bundesländer. Die Lebenshaltungskosten werden demnach von über 80 % der Befragten als „gut“ bis „sehr gut“ bezeichnet. Fast 70 % aller Befragten bewerten auch die Atmosphäre in den Städten als sehr offen und tolerant, was beste Voraussetzungen für künstlerisches Schaffen liefert. Darüber hinaus bieten Magdeburg, Dessau oder Halle ein weitaus familiäreres Umfeld als beispielswiese Berlin. Zahlreiche Naherholungs- und Freizeitmöglichkeiten sowie ein breites kulturelles Angebot tragen positiv zur Lebensqualität bei: Knapp 70 % empfinden diese als „gut“ bis „sehr gut“. Im Ergebnis bewerten über 60 % der Umfrageteilnehmer, dass die **Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung im Beruf** in Sachsen-Anhalt „gut“ bis „sehr gut“ seien. Auch was die Zukunft der Designbranche am Standort betrifft, herrscht Optimismus: 70 % bewerten die Zukunftsfähigkeit der Designbranche in Sachsen-Anhalt als „eher gut“ bis „sehr gut“.

4.1.2 Ausbildungsstandort Sachsen-Anhalt

Zu den maßgeblichen Stärken Sachsen-Anhalts gehören die international renommierten Hochschulen. Die dort ausgebildeten Fachkräfte tragen mit ihren Designs international und vor Ort bedeutend zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Unter den Designern/-innen herrscht insgesamt eine hohe Zufriedenheit mit dem Angebot und insbesondere auch der Qualität der Ausbildungsmöglichkeiten im Land. Wie aus Abbildung 16 ersichtlich ist, bewerten über 50 % der befragten Designer/-innen die Qualität der Ausbildung als gut und fast 30 % als sehr gut. Mehr als zwei Drittel der Befragten bewerten auch das Ausbildungsangebot als „gut“ bzw. „sehr gut“.

Abbildung 16: Zufriedenheit mit dem Angebot und der Qualität der Ausbildungsmöglichkeiten in Sachsen-Anhalt



Quelle: Online-Befragung der Designbranchen Sachsen-Anhalt 2018

© Prognos AG, 2018

Im Wintersemester 2016/17 waren knapp 3.800 Studierende in kreativwirtschaftlich geprägten Studiengängen an einer Kunsthochschule, zwei Universitäten und vier Fachhochschulen des Landes Sachsen-Anhalt eingeschrieben. Diese Zahl ist zum Wintersemester 2018/19 auf rund 3.900 gestiegen und verdeutlicht einmal mehr den Erfolg und Beliebtheit der sachsen-anhaltischen Hochschullandschaft.[14] **Ausbildungsstandorte** der Designwirtschaft sind vor allem **Halle (Saale), Magdeburg und Dessau-Roßlau**. In Halle steht an der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle das künstlerisch-gestalterische Design im Fokus. Den Schwerpunkt am Ausbildungsstandort Magdeburg-Stendal bildet das Industriedesign, welches eine anwendungs- und technologieorientierte Forschung in eine berufsbezogene Ausbildung überführt. An der Hochschule Anhalt in Dessau wird mit dem Studiengang Integriertes Design ein Ausbildungsansatz verfolgt, der eine breite Grundlagenausbildung mit einer individuell gestaltbaren Profilspezialisierung verbindet. Dieses Ausbildungskonzept erlangte als „Dessauer Modell" Bekanntheit und genießt seitdem über die eigenen Landesgrenzen hinaus einen guten Ruf.[15] An den Ausbildungsstandorten in Sachsen-Anhalt werden folglich zukunftsorientierte, praxisbezogene Ausbildungswege in verschiedenen Bereichen des Designs geboten und hochqualifizierte Fachleute ausgebildet.

Ausbildungsstandort Halle

- Insgesamt waren an der **Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle** im Wintersemester 2016/17 rund 1.000 Studierende eingeschrieben. Zum Wintersemester 2018/19 ist die Zahl auf 1.100 gestiegen. Mit ihrem ausgeprägten Schwerpunkt im Fachbereich Design spielt die **überregional angesehene Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle** eine bedeutende Rolle. Die angebotenen sechs Bachelorstudiengänge sowie 11 Masterstudiengänge decken ein breites Spektrum der Designwirtschaft und wichtige Zukunftsfelder ab. Diese reichen von Studiengängen im Bereich **Industriedesign** (Industriedesign, Spiel- und Lerndesign, Produktdesign/Keramik- und Glasdesign) über Studiengänge im **Modedesign** (Conceptual Fashion Design, Conceptual Textil Design), **Kommunikationsdesign** (Editorial Design), **Multimedia/VR-Design**, der **Innenarchitektur** (Interior Architecture, Furniture and Interior Design) bis hin zum Bereich **Designwissenschaften** (Design Studies).

- Auch an der **Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU)** werden kreativwirtschaftliche Studiengänge angeboten. In diesen waren im Wintersemester 2016/17 sowie 2018/19 rund 500 Studierende eingeschrieben. An der Universität liegt der Schwerpunkt allerdings nicht auf Design, sondern auf Musik, Sprache, Literatur sowie auf Medien. Nicht nur die Kunsthochschule, sondern auch die Universität trägt somit wesentlich zur Vielfältigkeit und Innovativität der lokalen Kultur- und Kreativszene bei.

Ausbildungsstandort Magdeburg

Der Ausbildungsstandort Magdeburg hat in puncto Design viel zu bieten. Dort haben sich Schwerpunkte im Bereich des Industrie- und Produktdesigns sowie im Integrated Design gebildet. Von Magdeburg aus kristallisiert sich das Industriedesign immer mehr als wirtschaftliches Leitthema für die gesamte Region Mitteldeutschland heraus.

- Insgesamt waren an der **Hochschule Magdeburg-Stendal** im Wintersemester 2016/17 und 2018/19 rund 300 Studierende eingeschrieben. Am Institut für Industrial Design der **Hochschule** werden neben dem Bachelorstudium **Industrial Design** auch Masterstudiengänge

[14] Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (2019): Studierende in ausgewählten Studienbereichen und Studienfächern

[15] Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt (2019): Kreative Studiengänge in Sachsen-Anhalt. Online unter: https://www.kreativ-sachsen-anhalt.de/maerkte/designwirtschaft/aus-weiterbildung.

im Bereich **Engineering Design**, **Interaction Design** sowie **Cross Media** angeboten. Während das Bachelorstudium gestalterische Grundlagenqualifikationen zur Entwicklung komplexer Industrieprodukte vermittelt, werden in den jeweiligen Masterstudiengängen z. B. das technisch orientierte Industriedesign, die Schnittstellengestaltung zu Informations- und Kommunikationstechnologien sowie das Design crossmedialer Inhalte vermittelt.

- An der **Otto-von-Guericke-Universität (OvGU)** waren im Wintersemester 2016/17 sowie 2018/19 rund 200 Studierende eingeschrieben. Die Universität bietet neben zahlreichen anderen auch einige kreativwirtschaftliche Studiengänge an. Im Bereich Design liegt der Schwerpunkt auf **Integrated Design**. Ein Beispiel hierfür ist der **Masterstudiengang Integrated Design Engineering**, dessen Fokus u. a. auf der Produktentwicklung liegt. Relevant für den Bereich Design ist zudem die **Informatik und Computervisualistik** (BA/MA). Zusammen mit der Hochschule Koblenz bietet die OvGU deutschlandweit den einzigen interdisziplinären Studiengang dieser Art an. Anwendung finden die in den Studiengängen erlernten Fähigkeiten zudem in innovativen und zukunftsorientierten Bereichen wie Simulation oder Virtual Reality, etwa im Fahrzeugbau oder in der Medizintechnik.

Ausbildungsstandort Dessau-Roßlau

- An der **Hochschule Anhalt** studierten im Wintersemester 2016/17 rund 1.000 eingeschrieben. Diese Zahl ist im Wintersemester 2018/19 unverändert geblieben. Am Standort Dessau-Roßlau wird als Bachelorstudiengang **Integriertes Design** und **Architektur** sowie im Master **Design Research, Intermediales Design, Integrated Design und Interaktive Medien** angeboten. Besonders der Masterstudiengang Intermediales Design profitiert von der Nähe zum ansässigen Umweltbundesamt und der Stiftung Bauhaus Dessau. Zudem wird die Möglichkeit geboten, interdisziplinär zu studieren und sich zu spezialisieren. Die Schwerpunkte sind dabei zukunftsweisend und reichen von Marken- und Produktentwicklung über Social Design und Social Marketing bis hin zu Investitionsgüterdesign. Auch Experimentelles Design oder Design Thinking können vertiefend studiert werden. Insbesondere im Master soll eine visionäre Denkweise gefördert werden, die zur Erprobung innovativer Lösungsansätze für die unmittelbaren sozialen, ökologischen und ökonomischen Herausforderungen anregen und ermutigen soll. Das Profil der Studierenden ist dabei zumeist „intermedial, interkulturell und ethisch-sozial verantwortungsvoll“.[16]

Fazit zum Ausbildungsstandort Sachsen-Anhalt

Die Hochschulen und Universitäten Sachsen-Anhalts üben folglich einen positiven Einfluss auf Entwicklung, Image und Ausrichtung der Designwirtschaft an den jeweiligen Standorten aus. So leistet der Ausbildungsstandort Dessau-Roßlau mit seinen zukunftsorientierten Studienschwerpunkten einen wichtigen Beitrag dazu, Design mit gesellschaftsrelevanten Herausforderungen sowie einer pro-blemlösenden Denkart zu verbinden. In Halle fördert die angesiedelte Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle das kreative Image des Standortes und trägt damit zur Stärkung der lokalen Designwirtschaft bei. Als quasi Design-Zentrum der Region hat die Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle zudem eine besondere Strahlkraft, die die internationale Aufmerksamkeit auf den Standort Sachsen- Anhalt lenkt. In Magdeburg wird Design an den Schnittstellen zu den Ingenieurswissenschaften vermittelt, womit wichtige Wirtschaftskompetenzen der Region aufgegriffen werden.

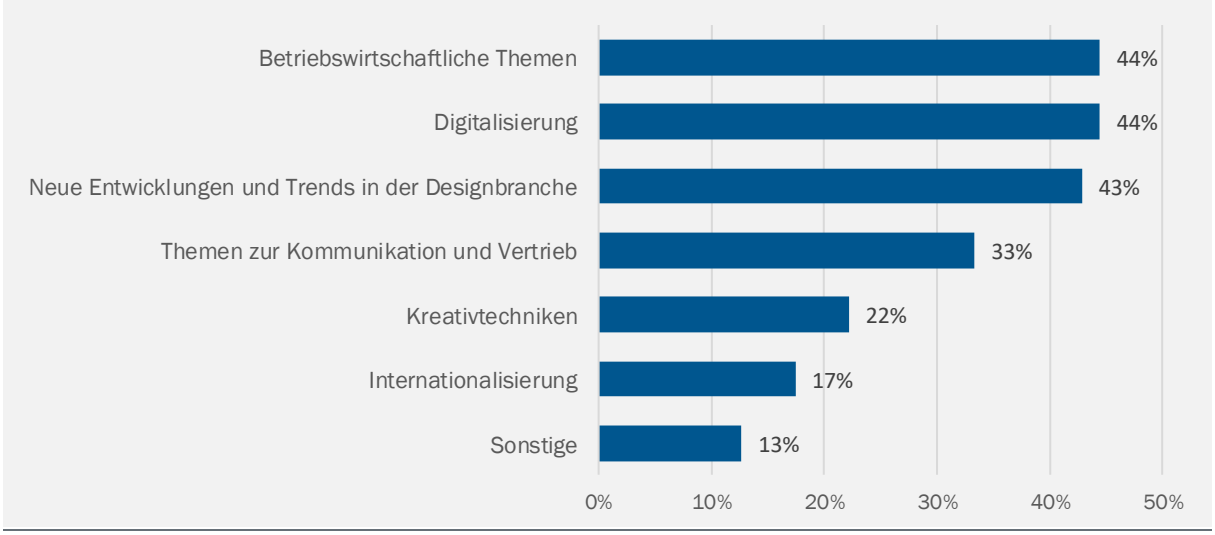
[16] Hochschule Anhalt (2019): Intermediales Design. Online unter: https://www.hs-anhalt.de/nc/studieren/orientierung/studienangebot/detail/intermediales-design-master-of-arts.html#overview

Weiterbildungsbedarf der Designer/-innen in Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt ist mit seinen überregional anerkannten und renommierten Hochschulen wichtige Ausbildungsstätte für Fachkräfte aus dem Bereich Design. Um nach der Berufsausbildung als Freiberufler, Selbstständiger oder Unternehmen langfristig erfolgreich zu sein, kristallisiert sich das Thema Weiterbildung als ein wichtiger Erfolgsfaktor heraus. Dies bestätigen auch die Ergebnisse der Online-Befragung. So gaben 82 % der antwortenden Designer/-innen an, einen Weiterbildungsbedarf zu haben.

Hinsichtlich der thematischen Ausrichtung besteht bei den Designern/-innen ein sehr hoher Weiterbildungsbedarf bezüglich **betriebswirtschaftlicher Themen** (vgl. Abbildung 17). 44 % der Designer-/-innen gaben an, in diesem Bereich einen Weiterbildungsbedarf zu haben. Genannt wurden in diesem Zusammenhang vor allem die Bereiche Preisgestaltung, Werbung und Akquise oder die Entwicklung eines Businessplans. Gleichauf mit betriebswirtschaftlichen Themen kristallisiert sich bei den Befragungsergebnissen ein Weiterbildungsbedarf zum Thema **Digitalisierung** heraus. Die Bedarfe fokussieren dabei auf Themen wie die Programmierung, die Arbeit mit BIM-Anwendungen (Building Information Modelling) oder das Thema Industrie 4.0. An dritter Stelle stehen für Designer/-innen Themen zu **neuen Entwicklungen und Trends** in der Designbranche in den Bereichen innovativer Materialien, 3D-Druck, Webtechniken, Augmented Reality sowie Social Design.

Abbildung 17: Weiterbildungsbedarf der Designer/-innen in Sachsen-Anhalt



Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt © Prognos AG, 2018

Nach Aussage eines/r Branchenexperten/-in sind existierende Angebote allerdings oftmals nicht an den Bedürfnissen der Designbranche orientiert. Effektive Weiterbildungsmöglichkeiten sollten den speziellen Charakter der Designwirtschaft im Blick haben. In Sachsen-Anhalt sind spezifische Weiterbildungsmöglichkeiten für die Designwirtschaft teilweise gegeben. Speziell auf die Designwirtschaft zugeschnittene Weiterbildungsprogramme werden an den Universitäten und Hochschulen des Landes angeboten. Diese sind sowohl fachhandwerklich als auch unternehmerisch orientiert.

Die Universitäten und Hochschulen in Sachsen-Anhalt bieten für Studierende, Alumni und Externe verschiedene Weiterbildungen an. In Halle bietet das Projekt **„Burg gründet!“** als Existenzgründungsförderung an der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle, Weiterbildung speziell für Designer/-innen an. Dabei geht es um fachliche Qualifizierung und die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen im Bereich Selbstständigkeit. Es werden Workshops, Seminare und Vorträge zu designwirtschaftlich relevanten Themen gehalten, wie beispielsweise der im November 2018 veranstaltete Workshop zum Thema Preisfindung für künstlerische Produkte/Dienstleistungen.[17] Im Bereich der Existenzgründung bietet auch die MLU Halle Weiterbildungsangebote an, die allerdings nicht speziell auf die Designwirtschaft zugeschnitten sind. An der OvGU Magdeburg gibt es am Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung Weiterbildungsangebote in Form von berufsbegleitenden Studiengängen und Zertifikatskursen.[18] Themenbereiche sind u. a. Business Development, Smart Engineering, integrierte Produktentwicklung oder Werkstoffe. Im berufsbegleitenden Masterstudiengang „Integrated Design Engineering for Business“ können sich Unternehmen zum Thema Produktentwicklung in Anbetracht der sich durch Digitalisierung, Industrie 4.0 und den demografischen Wandel stellenden Herausforderungen weiterbilden.[19] Des Weiteren gibt es an der Hochschule Anhalt diverse Weiterbildungsangebote, beispielsweise in Form von berufsbegleitenden Modulen und Tagesveranstaltungen, die auch für externe Unternehmen geeignet sind, unter anderem in den Bereichen Business und Management. Diese werden teils im Rahmen des Programmes *„Sachsen-Anhalt WEITERBILDUNG BETRIEB“* durch öffentliche Gelder gefördert.

Weiterbildungsmöglichkeiten hinsichtlich Existenzgründung und betriebswirtschaftlichen Themen, wie sie an den Universitäten und Hochschulen angeboten werden, finden sich auch an der **Industrie und Handelskammer (IHK)** oder dem **Bundesverband deutscher Innovationszentren (BVIZ)**. Darüber hinaus sind auch privatwirtschaftliche Anbieter von Weiterbildungsangeboten zu Themen der Existenzgründung am Markt präsent. Folglich bestehen in Sachsen-Anhalt einige generelle Angebote zum Thema Selbstständigkeit und Gründung, die von Schaffenden der Designwirtschaft in Anspruch genommen werden können.

4.1.3 Gründungen in Sachsen-Anhalt

Ergebnisse aus der Online-Befragung zeigen, dass Sachsen-Anhalt gute Rahmenbedingungen für Gründungswillige aus dem Designbereich bietet. Für die Entscheidung einer Gründung in der Region gaben viele befragte Designer/-innen das im Vergleich zu anderen Kreativstandorten **kostengünstige Umfeld zum Leben und Arbeiten** an. Insbesondere das **Angebot und Preis-Leistungs-Verhältnis von Immobilien** für junge Designunternehmen als auch das gute Angebot an **Kitaplätzen** und **Schulmöglichkeiten** für Designer/-innen mit Kindern stellen wichtige Entscheidungsfaktoren für Sachsen-Anhalt dar. Verbunden mit einer **zentralen Lage in Mitteldeutschland** und einer **guten Anbindung** zu wirtschaftlich stärkeren Regionen, wie Berlin, Leipzig, Hannover oder Braunschweig, finden Gründer-/innen gute Voraussetzungen, um auch im überregionalen Designmarkt Fuß zu fassen. Schließlich nennen Umfrageteilnehmer auch den **Heimatbezug** und die **familiäre Bindung** als wichtige Gründe für ihre Standortwahl.

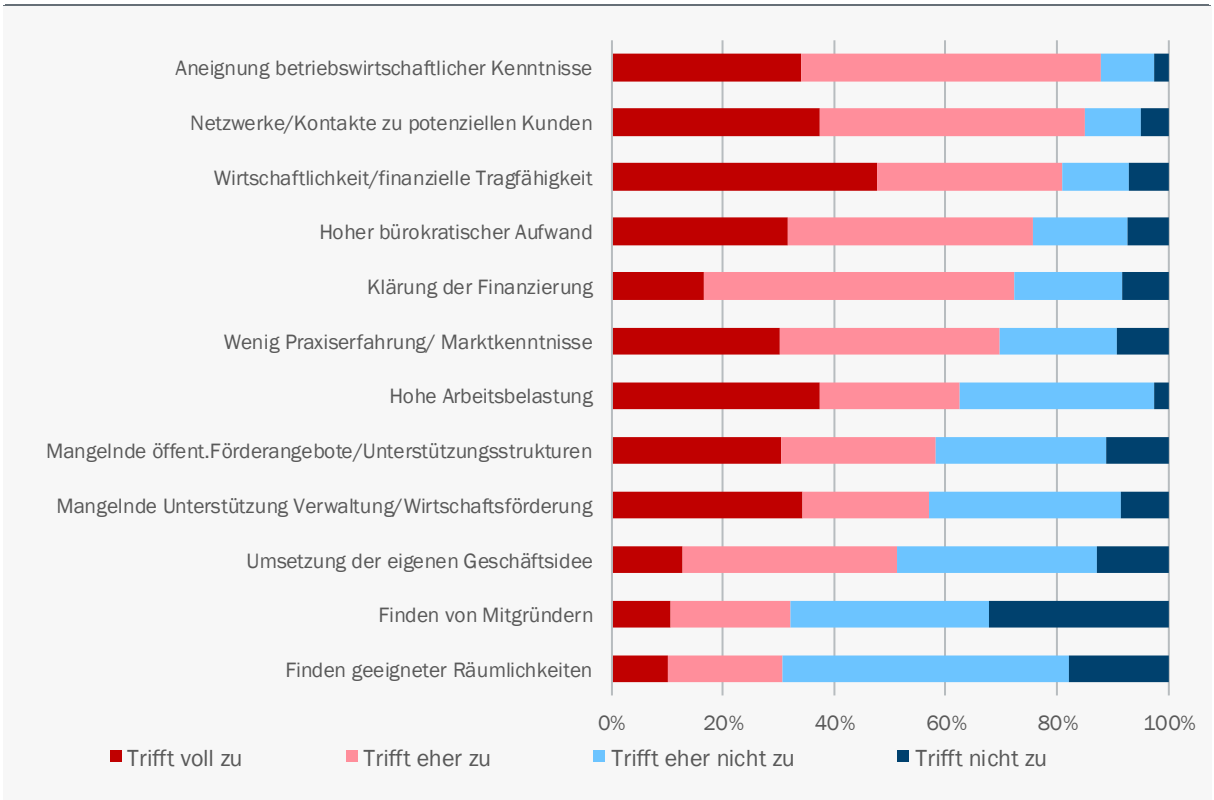
[17] Burg gründet (2018): Honorare kennen und kalkulieren. Online unter: http://www.burg-halle.de/designhaushalle/cpt-events/honorare-kennen-und-kalkulieren/

[18] Otto von Guericke Universität Magdeburg (2019): Weiterbildungsangebote. Online unter: https://www.ovgu.de/Weiterbildung/Weiterbildungsangebote.html

[19] Otto von Guericke Universität Magdeburg (2017): Weiterbilden. Berufsbegleitender Zertifikatskurs Business Development. Online unter: https://www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Weiterbildung+_+Career+Service/Weiterbildung/Studieng%C3%A4nge/IDE+Brosch%C3%BCre+ZK+BD.pdf

Allerdings bestehen auch Faktoren, die die Gründungsbereitschaft und den Gründungsprozess am Standort hemmen (vgl. Abbildung 18). Zentrale Herausforderungen im Gründungsprozess stellen für jeweils über 80 % der befragten Designer/-innen fehlende betriebswirtschaftliche Kenntnisse, mangelhafte Netzwerke/Kontakte zu potenziellen Kunden sowie die Wirtschaftlichkeit und finanzielle Tragfähigkeit des eigenen Unternehmens/ der Selbstständigkeit dar. Dieses Ergebnis deckt sich mit vorangegangenen Analysen, die einen hohen Weiterbildungsbedarf von Designer/-innen in betriebswirtschaftlichen Themen, ein niedriges Einkommensniveau sowie eine schwach ausgeprägte regionale Wirtschaftsstruktur feststellen. Auch ein scheinbar mangelndes öffentliches Förderangebot sowie mangelnde Unterstützungsstrukturen werden von mehr als der Hälfte der Befragten als Hemmnis betrachtet. Dieses Ergebnis überrascht gerade vor dem Hintergrund der vielfältigen Fördermöglichkeiten für Gründungswillige in Sachsen-Anhalt und lässt die Vermutung zu, dass es bestehenden Förderangeboten potenziell an Sichtbarkeit mangelt.

Abbildung 18: Größte Herausforderungen im Gründungsprozess



Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt 2018 © Prognos AG, 2018

Nicht nur die Universitäten und Hochschulen, sondern auch das Land sowie private Institutionen bieten Anlaufstellen und Förderung für Gründer und jene, die gerne gründen würden. Teilweise gibt oder gab es speziell auf die Designbranche zugeschnittene Existenzgründungsberatung und -förderung.

Als wichtige Anlaufstelle für Spin-offs aus der Hochschule und Start-ups aus der Kreativwirtschaft ist vor allem das **Designhaus, das Existenzgründerzentrum der Kunsthochschule Halle**, zu nennen.

Wie weiter oben angemerkt, unterstützt der Gründerservice „Burg gründet!“ der Kunsthochschule mit Sitz im Design Haus Halle Studierende und Absolvent/-innen der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle auf dem Weg in die Selbständigkeit. Mit Weiterbildungsangeboten, Beratung und Mentoring werden Teilnehmer im Rahmen des Projektes auf die spezifischen Anforderungen des Designmarktes vorbereitet, indem unternehmerische Fähigkeiten gestärkt werden und der Zugang zu Netzwerken ermöglicht wird. Das Projekt „Burg gründet!“ wird aus dem Programm ego.-KONZEPT mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) und Landesmitteln gefördert.

Auch an der Martin-Luther-Universität Halle Wittenberg (MLU) in Halle existierte ehemals mit dem **KreativMotor** (durchgeführt von der Univations GmbH) ein speziell auf die KKW zugeschnittenes Programm für die Förderung von Existenzgründungen. Das Programm lief zwar 2015 aus, dennoch können Designer/-innen auch weiterhin von dem breiten Angebot für Gründer/-innen und Gründungswillige der MLU profitieren.

An der Uni bietet der **Transfer- und Gründerservice der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg** neben diversen Beratungs- und Fortbildungsangeboten auch Workshops, Veranstaltungen und den Ideen-Inkubator Scidea an, in dem innovative Ansätze weiterentwickelt und Prototypen erstellt werden können. Ähnliche Angebote rund um die Existenzgründung bestehen auch an den anderen Universitäten und Hochschulen im Land.

Am Transfer- und Gründerzentrum, **TUGZ**, **der OvGU Magdeburg** können Studierende und wissenschaftliche Mitarbeiter/-innen bzw. Gleichgestellte in verschiedenen Werkstätten, den sogenannten MakerLabs, ihre Vorstellungen umsetzen und nötige Kenntnisse für das erfolgreiche Umsetzen von Geschäftsideen erlangen. Daneben bestehen, ähnlich wie auch an der MLU, Beratungsangebote und Netzwerkveranstaltungen. Darüber hinaus wird Hilfestellung bezüglich des Patentierens und Vermarktens von Forschungsergebnissen und Ideen geleistet.

Wie an den beiden zuvor genannten Unis verfügt auch die **Hochschule Magdeburg-Stendal** über öffentlich geförderte ego.-Inkubatoren, durch die Gründungsvorhaben unterstützt werden. Zudem wird auch hier Beratung, beispielswiese zu existierenden Förderprogrammen und Vernetzung, betrieben, es werden Räumlichkeiten bzw. Infrastruktur bereitgestellt und allgemein darauf abgezielt, die Gründerkultur an der Hochschule zu stärken.

Genau dieses Ziel verfolgt auch FOUND IT!, das Gründerzentrum der Hochschule Anhalt. Found IT! bietet gleichwohl über ego.-INKUBATOREN Beratungsangebote und Veranstaltungen, wie beispielsweise ein Businessplanseminar, sowie Räumlichkeiten und Infrastruktur, die Gründungswillige benötigen, um ihre Ideen in die Praxis umzusetzen.

Diese Form der Gründungsunterstützung existiert an allen Hoch- und Fachhochschulen sowie Universitäten des Landes für alle Studienrichtungen. Zumeist richten sich diese Gründerzentren an Studierende und wissenschaftliche Mitarbeiter/-innen. Wie bereits erwähnt, können einige Angebote allerdings auch von externen Interessierten wahrgenommen werden bzw. richten sich zum Teil u. a. auch direkt an Unternehmen, wie etwa im Falle von Matching-Veranstaltungen (z. B. Investforum der Univations GmbH). Folglich besteht seitens der Universitäten und Hochschulen im Land Sachsen-Anhalt ein mehr als umfangreiches Angebot im Bereich Existenzgründungen.

Neben einigen spezifischen, zumeist aber allgemeinen Gründungsangeboten der Universitäten und Hochschulen bestehen im Land diverse Möglichkeiten für Kreative, also auch gründungsinteressierte Designer/-innen, zum Mieten von Räumlichkeiten und zur Vernetzung. Ähnlich wie das **Design Haus Halle** günstige Mieten für Büros/Ateliers sowie den Zugang zu den Werkstätten ermöglicht, bietet auch das **Künstlerhaus 188** Atelierräume und Werkstätten in den Bereichen Druck,

Keramik, Schmuck und Holz für Designer/-innen in Halle. Als Begegnungsstätte für Künstler/-innen und Kunstinteressierte besteht zudem die Möglichkeit, eigene Produkte zu präsentieren und an verschiedenen Events (Musik, Theater, Vorträge usw.) teilzunehmen und Netzwerke zu pflegen.

Der **KreativSalon Magdeburg,** eine Initiative der Stadt Magdeburg in Zusammenarbeit mit Wirtschaft, Kultur, Politik und Wissenschaft, bietet die Möglichkeit, Ideen und Produkte zu präsentieren und branchenübergreifend Kontakte zu knüpfen. Räume zu günstigen Konditionen stellt Magdeburg in seinem Kreativwirtschaftszentrum bereit, welches gut ausgebucht ist. Auch in Dessau stellt das **VorOrt-Haus (Träger** VorOrt e. V)., einem Projekt, das aus einer studentischen Initiative heraus gegründet wurde, Arbeitsräume für Studierende, Büros für Start-ups und Ateliers für Künstler/-innen zur Verfügung.

Seitens des Landes und administriert durch die Investitionsbank Sachsen-Anhalt existieren verschiedene Förderinstrumente für Gründer/-innen sowohl in der Vor- als auch in der Nachgründungsphase. In diesem Rahmen werden Beratung und Qualifizierungsmaßnahmen angeboten. Durch regionale Maßnahmeträger werden Qualifizierungsmaßnahmen zur Vermittlung von Kenntnissen zur Gründung und Führung eines Unternehmens organisiert sowie fachliche Unterstützung rund um das Thema Selbstständigkeit sowie zu Fragen der Wirtschaftlichkeit, Finanzierung oder Organisation angeboten (ego.-Wissen). Kostenlose Beratungsangebote zum Thema bestehen zudem durch die Handwerkskammern (HWK) und Industrie- und Handelskammern (IHK) in Sachsen-Anhalt.

Speziell für Frauen hat zudem die BPC - DIE UNTERNEHMERinnen AKADEMIE GmbH als das Servicezentrum für Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen in Sachsen-Anhalt geschaffen. Auch für die Nachgründungsphase bieten das Land als auch die unterschiedlichen Kammern Qualifizierungs- und Beratungsangebote an.

4.1.4 Förderstrukturen in Sachsen-Anhalt[20]

Zentrale Förderprogramme der Designbranche in Sachsen-Anhalt

Hinsichtlich der Förderstrukturen für die Kreativwirtschaft ist Sachsen-Anhalt gut aufgestellt. Neben unterschiedlichen Förder- und Finanzierungsangeboten und Auszeichnungen finden sich wichtige Plattformen und Initiativen, die Designer/-innen in ihrem Schaffen unterstützen. Mit Blick auf die landesspezifischen Förderprogramme sind für die Designbranche hierbei besonders hervorzuheben die Förderprogramme *Cross Innovation*, *Digital Creative* und *Digital Innovation*. So zielt das Förderprogramm ***Cross Innovation*** auf die Förderung von Netzwerken aus kreativwirtschaftlichen Unternehmen und Handwerksbetrieben sowie Unternehmen klassischer Wirtschaftsbranchen ab, um innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Bis 2020 stehen dafür insgesamt rund 3 Mio. Euro aus dem EFRE zur Verfügung. Die Vergabe der Förderung findet im Rahmen von Ideenwettbewerben statt. Das Programm ***Digital Creativity*** fördert sachsen-anhaltische KMU sowie Selbstständige und Freiberufler bei der Entwicklung und dem Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien in der audiovisuellen Medienproduktion. Insbesondere interaktive Inhalte, wie Games, Softwareanwendungen, crossmediale Projekte, visuelle Effekte und VR sowie Medienproduktionen zu wissenschaftlichen Inhalten für Forschung und Lehre können mit bis zu 90

[20] Für eine umfangreiche Darstellung der relevanten Förder- und Finanzierungsangebote auf der Landes- und Bundesebene, siehe Anhang.

% der förderfähigen Ausgaben bzw. bis max. 130.000 Euro gefördert werden.[21] Mit ***Digital Innovation*** sollen KMU und künftig auch Freiberufler/-innen und Selbstständige bei der Konzeption und Umsetzung von Digitalisierungsprojekten unterstützt werden. Förderfähig sind innovative und digitale Geschäftsmodelle, digitale Produkte bzw. Produktionsprozesse sowie Marketing- und Vertriebsstrategien. Je Projekt können bis zu 70 % der förderfähigen Ausgaben bzw. max. 70.000 Euro bezuschusst werden.[22]

Zentrale Preise und Auszeichnungen der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt

Auch durch die zahlreichen Preise und Auszeichnungen bietet Sachsen-Anhalt hervorragende Formate an, um öffentliche Aufmerksamkeit für die Produkte und Dienstleistungen der Designbranche des Landes zu generieren. Zu den wichtigsten Auszeichnungen für den Bereich Design zählen *BESTFORM* und der *Designpreis Halle*. **Der BESTFORM-Wettbewerb** wird im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung durch die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH regelmäßig durchgeführt und zeichnet cross-sektorale Entwicklungen von Kreativen und Akteuren der klassischen Wirtschaft aus – mit dem Ziel, den Fokus der Aufmerksamkeit auf das Potenzial der Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalts zu legen und Partnerschaften zwischen Kreativen und Unternehmen anderer Wirtschaftszweige zu fördern und zu stärken. Das Format wurde seitens der Jury inhaltlich weiterentwickelt und legte beim letzten Wettbewerb den Fokus auf die kreative Idee. Der Wettbewerb findet alle zwei Jahre statt und umfasst ein Preisgeld in Höhe von insgesamt 35.000 Euro.[23]

Der **Designpreis Halle** würdigt seit dem Jahr 2007 junge Gestalter aller Designdisziplinen bis zum 40. Lebensjahr. Der Preis wird durch den Verein Designpreis Halle (Salle) e. V. getragen, bestehend aus Vertretern der regionalen Wirtschaft, der städtischen Politik sowie der Burg Giebichstein Kunsthochschule Halle. Neben einem Preisgeld von 5.000 Euro werden die Arbeiten der Preisträger/-innen im Rahmen einer Ausstellung präsentiert. Ziel der Preisverleihung ist die Sichtbarmachung junger Designer/-innen aus Sachsen-Anhalt, Deutschland und aller Welt. [24]

Wichtige Netzwerke, Foren und Initiativen der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt

Neben Finanzierungsangeboten und Förderpreisen bilden Netzwerke, Foren und Initiativen wichtige Formate, um Designer/-innen zu unterstützten.

Das *Designhaus* in Halle bietet als Existenzgründungszentrum der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle jungen Designer/-innen vielfältige Möglichkeiten zum Kontaktaufbau und zur Vernetzung. Neben Branchentreffen und Round-Tables sind auch Workshops und Coachings Teil des Angebots. Das **Branchentreffen Kommunikationsdesign** bringt regionale Akteure der Szene in einen gemeinsamen Austausch und behandelt unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit sowie Trends und Veränderungen der Branche. In **Round-Tables** kommen Designer/-innen zu spezifischen Themen ins Gesprächen (z. B. atypische Arbeitsverhältnissen oder die regionale Designwirtschaft). **Workshops** und Vorträge dienen neben dem Austausch auch dem gemeinsamen Lernen – die Themen reichen dabei von Strategien im Umgang mit Social Media, über Marketing bis hin zu

[21] IB-Sachsen-Anhalt (2019): Sachsen-Anhalt DIGITAL CREATIVITY. Online unter: https://www.ib-sachsen-anhalt.de/firmenkunden/investieren/sachsen-anhalt-digital-creativity.html

[22] IB-Sachsen-Anhalt (2019): Sachsen-Anhalt DIGITAL INNOVATION. Online unter: https://www.ib-sachsen-anhalt.de/firmenkunden/investieren/sachsen-anhalt-digital-innovation.html

[23] Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt (2019): BESTFORM MEHR // WERT // AWARD 2019. Online unter: Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft Sachsen-Anhalt, die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt und die Investitionsbank Sachsen-Anhalt regelmäßig

[24] Burg Halle (2017): Designpreis Halle. Online unter: http://www.burg-halle.de/hochschule/information/aktuelles/designpreis-halle-2017/

Akquise. In **Coachings** werden weiterhin wichtige Aspekte und Themenfelder des unternehmerischen Denkens und Handelns behandelt. Designer/-innen können sich hierbei zu Fördermitteln, betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Themen sowie dem eigenen Gründungsvorhaben beraten lassen. Im Rahmen des „BurgAlumni"-Treffens findet außerdem ein Austausch zwischen früheren und neuen Absolventen/-innen der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle statt, der der Vernetzung zu karriere- und branchenrelevanten Themen dient. Neben dem Vernetzungsangebot bietet das Designhaus weiterhin die Möglichkeit Büroräume und Ateliers zu günstigen Mietkonditionen anzumieten. Damit haben Designer/-innen auch Zugang zu den hochschuleigenen Werkstätten, um eigene Projekte zu realisieren. Ein ähnliches Konzept wird in Dessau mit dem *VorOrt-Haus* und in Magdeburg mit dem *Schauwerk* (ein Ort der HS Magdeburg-Stendal für Design, Ausstellungen, Coworking, Veranstaltungen) angestrebt und bereits in Teilen realisiert. Zur Anmietung von Büro- und Seminarräumen steht auch das *Forum Gestaltung* in Magdeburg Kreativschaffenden zur Verfügung.[25] Weitere Formate zur Vernetzung von Kreativen wie z. B. auch von Designern/-innen sind Branchentreffs in Sachsen-Anhalt, wie z. B. der *KreativSalon* Magdeburg, der *Webmontag* sowie *Rauminhalte* in Halle und das *Format Offene Ateliers* in Sachsen-Anhalt. Der *KreativSalon Magdeburg* ist eine Veranstaltungsreihe, die als Initiative der Wirtschaft, Kultur, Politik und Wissenschaft Magdeburgs entstanden ist und Kreativschaffenden der Stadt eine Plattform bietet, um sich und ihre Werke in kurzen Präsentationen vorzustellen. Das Format ermöglicht den Austausch in die Kreativbranche wie auch den Kontakt zu potenziellen Kunden und Geschäftspartnern.[26]

Der *Kreativwirtschaft-Sachsen-Anhalt e. V. (KWSA)* ist als Interessenvertretung und Branchenverband der Kultur- und Kreativschaffenden in Sachsen-Anhalt ein zentraler Akteur, der die Netzwerkarbeit der Kreativwirtschaft nach innen und außen wahrnimmt. Der *KWSA* zielt auf eine Vernetzung der einzelnen Teilmärkte der KKW Sachsen-Anhalts untereinander ab und stärkt die Außenwahrnehmung der Kreativschaffenden auf regionaler und überregionaler Ebene. Teil der Netzwerkarbeit besteht in der Durchführung diverser Informations- und Kontaktveranstaltungen sowie von Seminaren, Symposien oder Barcamps. Des Weiteren fördert der Verein durch zielgerichtete Maßnahmen die Zusammenarbeit zwischen regionalen, überregionalen und internationalen Unternehmensnetzwerken.[27]

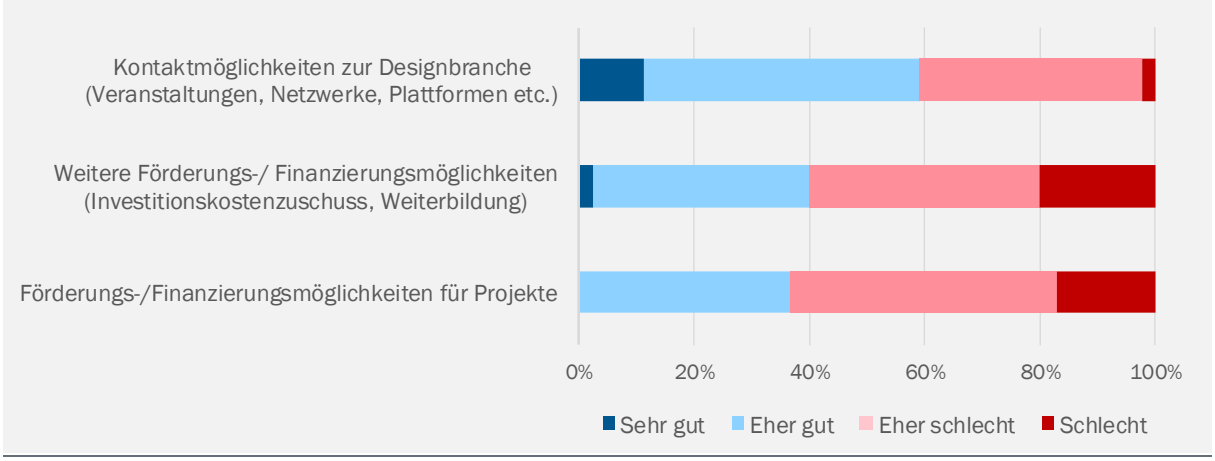
Vor dem Hintergrund der breiten Förderangebote und Netzwerkstrukturen in Sachsen-Anhalt hat der Austausch mit Fachexperten und Vertretern verschiedener (über-)regionaler Designverbände gezeigt, dass die Designer/-innen im Land eher unterdurchschnittlich stark vernetzt sind. Dabei kann die schwache Vernetzung der Designszene nicht auf einen Mangel an Netzwerkmöglichkeiten zurückgeführt werden. Hier zeigen die Ergebnisse der Online-Umfrage, dass die Designer/-innen das Angebot an Kontaktmöglichkeiten zur Vernetzung untereinander (z. B. Veranstaltungen, Netzwerke und Plattformen) mit rund 60 % als eher gut bis sehr gut bewerten (vgl. Abbildung 19). Die Bewertung der Förder- und Finanzierungsprogramme fällt hingegen mangelhaft aus. Demnach empfinden Designer-/innen mit über 60 % die bestehenden Förder- und Finanzierungsangebote bzw. weitere Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten mit 60 % als eher schlecht bis schlecht. Bemängelt werden u. a. „problematische Antragsverfahren bzw. Förderbedingungen", ein hoher „Bürokratieaufwand" oder „Hürden bei Fördermittelanträgen". Gleichzeitig wird darauf hingewiesen, dass bestehende „Fördermöglichkeiten publik gemacht und einfacher gestalten" werden sollten.

[25] KWSA (2019): Forum Gestaltung – Zentrum für Kultur- und Kreativschaffende Magdeburg. Online unter: https://kwsa.de/projects/forum-gestaltung-zentrum-fuer-kultur-und-kreativwirtschaft/

[26] Kreativsalon Magdeburg (2019): Kreativsalon—Raum für Inspiration. Online unter: https://www.kreativsalon-magdeburg.de/front_content.php?idcat=1980

[27] KWSA (2019): KWSA. Online unter: https://kwsa.de/kwsa/

Abbildung 19: Wie bewerten Sie nachfolgende Kriterien in der Region?



Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt

© Prognos AG, 2018

Auch im Rahmen der Experteninterviews wurden die Förder- und Finanzierungsangebote sowie die Handhabung dieser Angebote als ein zentrales Hemmnis für Designer/-innen herausgestellt. Prinzipielles Problem bei den angebotenen Förderprogrammen sei ein hoher bürokratischer Aufwand während der Antragstellung (insbesondere bei EFRE-Fördermitteln), der in einem schlechten Verhältnis zu der Zeit- und Ressourcenausstattung einzelner Designer/-innen stünde. So sei allein ein Drittel der Arbeitszeit für die Antragsstellung aufzuwenden und ein Zurückgreifen auf Verwaltungsmitarbeiter, wie bei KMU, nicht möglich. Dies stelle eine strukturell signifikante Benachteiligung von Designern/-innen dar, die überwiegend selbstständig oder freiberuflich tätig sind.

Weitere Kritik wurde hinsichtlich der neuen Förderrichtlinien *Digital Creative* und *Digital Innovation* des Landes Sachsen-Anhalt geäußert, die zwar thematische Anknüpfungspunkte zur Designbranche böten, allerdings eine Förderung zum Programmstart ausschließlich für KMU vorsähen und somit einen großen Teil der typischerweise freiberuflichen und selbstständigen Designer/-innen von der Förderung ausschlössen. Allerdings ist hier hervorzuheben, dass das Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt kurze Zeit später hierzu ein neues, deutschlandweit wohl einmaliges Instrument des Unternehmerlohnes eingeführt hat, das sich zum Programmstart noch in der Verhandlungsphase befand.

Schließlich stelle die Kreditvergabe bei Investitionsbanken ein erhebliches Problem dar. Demnach fehle es Förderbanken an Sensibilität für die Bedarfe und Potenziale der Designbranche sowie ihrer wirtschaftlichen Realität. Bearbeitungszeiten von Anträgen sind verhältnismäßig lang und stellen vor allem für einzelne Designer/-innen mit dringlichen Finanzierungsbedarfen ein enormes unternehmerisches Risiko dar (etwa bei Lohnkostenvorstreckung).

Auf die vielfältigen Kritikpunkte an den Förderprogrammen haben zuständige Stellen reagiert und die jeweiligen Instrumente dahingehend punktuell korrigiert: Um die strukturelle Benachteiligung von Selbstständigen und Freiberuflern/-innen durch Bürokratie zu reduzieren, wurde bspw. bereits bei dem Entwurf des ersten speziell für die KKW in Sachsen-Anhalt konzipierten Förderprogrammes *Cross Innovation* die Förderfähigkeit von Personalausgaben zur Abwicklung und Abrechnung von Projekten durch fachkundiges Personal mit Projektmitteln vorgesehen. Weiterhin wurden beim Programm Cross Innovation und im Anschluss bei Digital Creativity und Digital Innovation Richtlinien dahingehend weiterentwickelt, dass eine Förderung auch von Selbstständigen und Freiberuflern/-

innen gewährleistet wird, um die charakteristische Beschäftigungsstruktur der unterschiedlichen Kreativbranchen zu würdigen. Dies ist deutschlandweit wohl einmalig.

Bezüglich des Bewusstseins für die Bedarfe und Potenziale der Kreativwirtschaft aufseiten von Förderbanken hat die Investitionsbank Sachsen-Anhalt Ansprechpartner/-innen speziell für Kreativschaffende eingeführt. Insbesondere die Berater/-innen aus dem Programm *Cross Innovation* wurden auf die wirtschaftliche Realität von Kreativen, ihrer Bedürfnisse und Herausforderung sensibilisiert, um so das unternehmerische Risiko für diese zu minimieren. Sie beraten und begleiten die Projekte sensibel und zeitintensiv.

Im Ergebnis zeigt sich jedoch, dass mit Blick auf Förderprogramme und Finanzierungsangebote eine gewisse Intransparenz herrscht. Trotz vielfältiger und zweckmäßiger Förderangebote ist das Bewusstsein für neue Programme und die Verbesserungen bestehender Förderprogramme bei Kreativen noch zu gering ausgeprägt. Eine Schwäche liegt somit in der geringen Sichtbarkeit von im Grunde produktiven Förderangeboten. Hier gilt es, die Fortschritte und Verbesserungen der Förderinstrumente deutlicher an Kreativschaffende zu kommunizieren.

4.1.5 Innovation und Kooperation

Wirtschaftliche Bedeutung von designorientierten Innovationen

Die **Innovationsfähigkeit** von Unternehmen und Regionen ist zum zentralen Faktor im internationalen Wettbewerb geworden. Die Bedeutung von Design in diesem Kontext ist in den letzten Jahren im europäischen Raum gestiegen. Die britische Innovationsstiftung Nesta hat ermittelt, dass Design eine vergleichbare Wichtigkeit für die Entwicklung von Innovationen einnimmt wie etwa Forschung und Entwicklung. Innovationen seien demnach für zwei Drittel der Arbeitsproduktivität des britischen Privatsektors verantwortlich, wovon 12,5 % auf Forschung und Entwicklung und 10,2 % auf Design zurückzuführen seien.[28] Ferner zeigen internationale Studien, dass Unternehmen, die einen umfassenden Designansatz verfolgen, sich wirtschaftlich besser entwickeln als Unternehmen ohne vergleichbare Ansätze. [29] Design verbessert die Ergebnisse zahlreicher Innovationsaktivitäten und bringt Vorteile wie eine höhere Qualität von Waren und Dienstleistungen, verbesserte Produktionsflexibilität und reduzierte Materialkosten.[30] Aus diesen Gründen wird Design zunehmend zu einer immer wichtigeren strategischen Geschäftsressource.[31] Vor diesem Hintergrund ist das Modell der *Danish Design Ladder*[32] in der Designforschung zum wichtigen Referenzrahmen geworden, um die Anwendung von Design durch Unternehmen zu bewerten. Anhand der jeweiligen Designstufe eines Unternehmens lassen sich relativ genau ihre Innovationsfähigkeit und folglich der wirtschaftliche Unternehmenserfolg bestimmen. Je höher ein Unternehmen auf der Design Ladder platziert ist, desto größer ist die strategische Bedeutung von Design und desto höher die Rendite.

[28] Nesta (2014) 'UK Innovation Index 2014', Nesta Working Paper No. 14/07

[29] Danish Enterprise and Construction Authority (2003): *Economic Impacts of Design*
Design Council (2006): The Impact of Design in Stock Market Performance
British Design Council (2004): *Design in Britain 2005-2006*
Norwegian Design Council (2006): *Business Sector Attitudes to Design*

[30] Cox, (2005): *The Cox review of creativity in business: Building on the UK's Strategy. SME's in manufacturing*. London: SME's in Manufacturing

[31] Dell'Era, Marchesi, & Verganti, (2010): Mastering technologies in design-driven innovation. *Research Technology Management, 53*, 12–23

[32] Unternehmen werden in vier Phasen der Designreife eingeteilt, je nachdem, wie sie Design verwenden: 1) kein oder wenig Design, 2) Design als Styling, 3) Design als Prozess und 4) Design als Strategie. Je höher ein Unternehmen auf der Danish Design Ladder platziert ist, desto größer ist die strategische Bedeutung von Design und desto höher die Rendite.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass die Designbranche nicht nur für sich selbst ein starkes Wertschöpfungs- und Innovationspotenzial besitzt, sondern als wichtiger Katalysator für Innovationen und Wachstum in Unternehmen zahlreichen anderen Wirtschaftsfeldern fungiert.

Strategieinitiativen zum Design in Europa

Politische Entscheidungsträger messen der Designbranche folglich eine zunehmend wichtigere Rolle als Impulsgeber für Innovationen bei. Seit 2010 ist Design zum ersten Mal in die europäische Innovationspolitik eingezogen und prägt seitdem die entwicklungspolitische Landschaft. Insbesondere in Dänemark hat die Designforschung einen entscheidenden Beitrag zum politischen Entscheidungsprozess geleistet, der zur nationalen Designpolitik *Design Denmark 2009* sowie zur *DesignVision 2020* im Jahr 2010 geführt hat. Dänemark stand in den letzten Jahren vor großen Herausforderungen, die das Wachstum, die Produktivität und die Innovationsfähigkeit der Wirtschaft betrafen. Mit der Design Vision 2020 verfolgt Dänemark das Ziel, gerade in diesen Bereichen Fortschritte zu erzielen, indem aus der dänischen Designbranche heraus erste Stimuli gesetzt werden sollen. Hierfür sollen umfassende Maßnahmen und Initiativen in den Bereichen designgetriebene Innovationen, Designkompetenzen, Designforschung sowie der Wissensaustausch und das Branding von Design aus Dänemark dazu beitragen, die traditionsreiche Designwirtschaft aus Dänemark zu stärken.[33]

Strategieinitiativen zum Design in Sachsen-Anhalt

Auch in Sachsen-Anhalt nimmt die Kreativwirtschaft eine strategische zentrale Bedeutung im Rahmen der RIS-3 ein. Erklärtes Ziel Sachsen-Anhalts ist es, Wachstumsimpulse der Kreativwirtschaft zu nutzen, Kreative stärker und frühzeitig in Innovationsprozesse von Unternehmen einzubeziehen und deren Lösungsräume zu erweitern. So wird z. B. empfohlen, die Industriedesignbranche zu einer Leitbranche der KKW in Sachsen-Anhalt auszubauen, innovative und vernetzte Arbeitsweisen der Kreativwirtschaft auf traditionelle Wirtschaftsbranchen zu übertragen sowie Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen im Rahmen von Medienausbildungsgängen zu intensivieren und mit praxisgerechten Ausbildungsangeboten zu begleiten.[34]

Um die strategischen Ziele zu erreichen, wurden bereits vielfältige Maßnahmen vom Land Sachsen-Anhalt ergriffen: So wird landesseitig daran gearbeitet, der Kreativbranche ein Gesicht zu geben und imagebildend zu wirken. Die Designwirtschaft ist ein wesentlicher Teil der Branche. Die Thematik wird u. a. im Bestform Wettbewerb und in verschiedenen Veranstaltungen, Workshops aufgegriffen. Auch das Portal www.kreativ-sachsen-anhalt.de ist hier hervorzuheben. Einzelne Projekte wie der *Kreativmotor*[35] wirkten ebenso unterstützend. Nicht zuletzt soll noch einmal auf die spezifischen Förderprogramme *Cross Innovation*, *Digital Creative* und *Digital Innovation* hingewiesen werden.

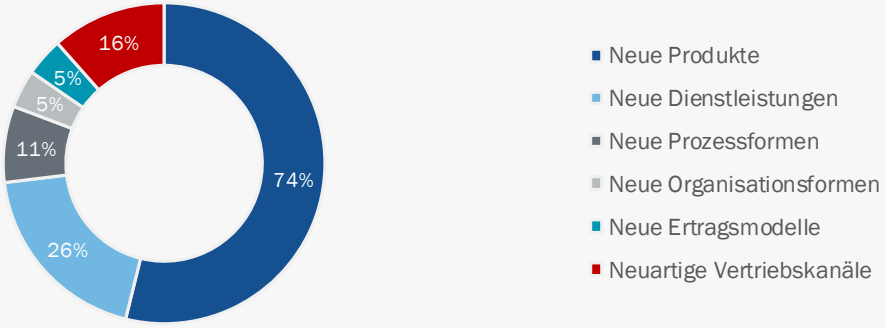
Design und Innovationen aus Sachsen-Anhalt

Innovationen aus Sachsen-Anhalt sind so vielfältig wie die Designbranche selbst. Mit Blick auf die Umfrageergebnisse gaben rund 40 % der Befragten an, in den letzten zwei Jahren eine Innovation auf den Markt gebracht zu haben. Abbildung 20 zeigt, dass es gerade neue Produkte und Dienstleistungen sind, die in Sachsen-Anhalt entstehen. Diese reichen von Neuheiten in Form akustisch

[33] The Vision of the Design2020 Committee (2011).
[34] MWSA (2014): Regionale Innovationsstrategie Sachsen-Anhalt 2014-2020
[35] Das Projekt Kreativmotor wurde im Rahmen der ego.-Existenzgründungsoffensive des Landes Sachsen-Anhalt angeboten und ist seit 28.02.2015 ausgelaufen.

wirksamer Möbel im Bereich Möbeldesign über die Entwicklung sonderangefertigter Beleuchtungssysteme bis hin zur Entwicklung innovativer Aufbereitungsanlagen für Trinkwasser im Produktdesign. Im Bereich des Interface-Designs finden sich neuartige VR-basierte Methoden zur Vollvisualisierung von Medienexponaten sowie innovative Interaktionskonzepte unter Einbindung von Ausstellungsexponaten in Museen. Im Bereich Games-Design werden neuartige Spiel- und Lernprodukte bzw. -installationen vermarktet. Gleichermaßen finden sich innovative Ansätze im Bereich Nachhaltigkeit und Modedesign mit Hightech-Textilien, die ohne den Zusatz von schädlichen Chemikalien auskommen. Auch **cross-sektorale Innovationen** im Bereich Health Care sind mit innovativen digitalen Lösungen zur frühen Erkennung von Demenzerkrankungen vertreten.

Abbildung 20: Welche Innovation haben Sie in den letzten zwei Jahren auf den Markt gebracht?

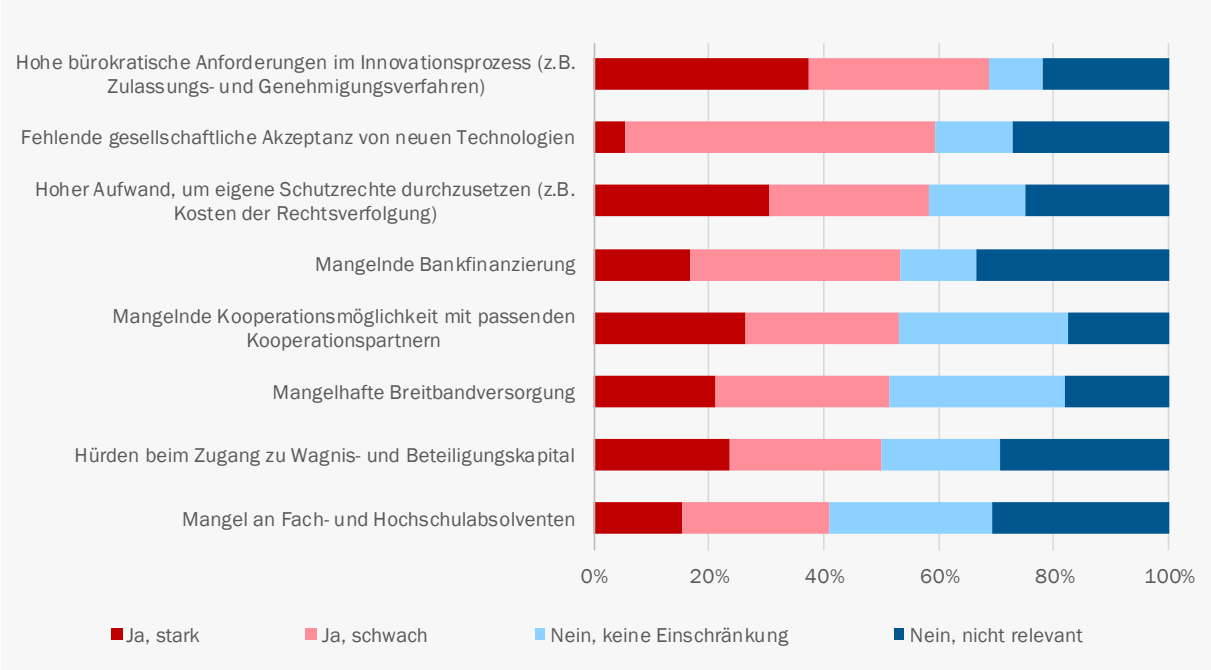


Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt

© Prognos AG, 2018

Gleichwohl sehen sich viele Designer/-innen mit Hemmnisfaktoren konfrontiert, die die Innovationsaktivität in der sachsen-anhaltischen Region beeinträchtigen. In der Online-Umfrage wurden neben bürokratischen, rechtlichen und finanziellen Hemmnissen auch strukturelle Probleme angeführt (vgl. Abbildung 21). Neben bürokratischen Hürden im Innovationsprozess (z. B. im Zulassungs- und Genehmigungsverfahren) oder einem hohen Aufwand in der Durchsetzung eigener Schutzrechte entfalten ein erschwerter Zugang zu Wagnis- und Beteiligungskapital sowie eine mangelnde Bankenfinanzierung eine starke Barrierewirkung in der Umsetzung von Innovationsvorhaben. Einschränkend sei zumal die mangelhafte Bereitbandversorgung, die insbesondere ein Hindernis für digitale Innovationen darstelle. Des Weiteren sei der Mangel an in der Region verbleibenden Fach- und Hochschulabsolventen hemmend für die Innovationsaktivität in Sachsen-Anhalt. Schließlich sei der Mangel an Kooperationsmöglichkeiten mit passenden Kooperationspartnern mit über 50 % ein zentrales Hindernis, das nicht nur die Innovationsaktivität von Designer/-innen, sondern auch das der Kooperationspartner einschränke.

Abbildung 21: Schränken folgende Faktoren Ihre Innovationsaktivitäten ein?



Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt

© Prognos AG, 2018

Cross-sektorale Innovationen und Kooperationen

Gerade im cross-sektoralen Innovationsbereich liegen wichtige Wachstumspotenziale für die Designbranche sowie für die Gesamtwirtschaft Sachsen-Anhalts. Diese werden derzeit allerdings noch nicht optimal genutzt. Branchenübergreifende Kooperationen mit der Designbranche sind kurzfristig und an konkrete Projekte gebunden (lt. Befragungsergebnissen rund 50 % aller branchenübergreifenden Kooperationen). Strategische Allianzen können somit nur bedingt geknüpft und in eine kontinuierliche Zusammenarbeit überführt werden. Wichtige Innovationimpulse bleiben somit aus und treiben die Nachfrage nach Designleistungen nicht weiter an.

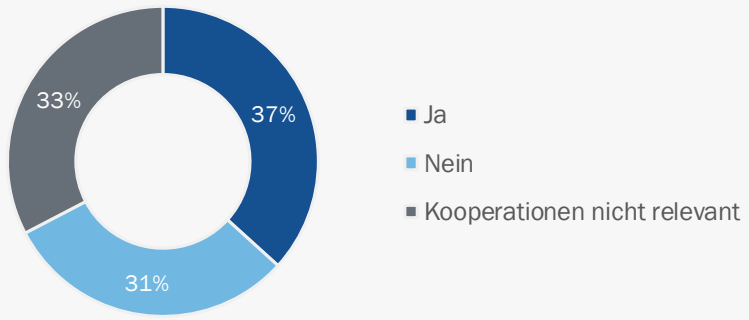
Die Gründe dafür sind vielfältig. Die Umfrageergebnisse zur Studie zeigen, dass es einer Sensibilisierung für die branchenspezifischen Leistungen und Bedarfe auf beiden Seiten fehle. So geben Designer/-innen an, dass das Innovationspotenzial von KMU zwar punktuell wahrgenommen wird, die Unternehmen allerdings nicht dazu bewegt, Design als Innovationsfaktor für das eigene Unternehmen zu nutzen. Häufig würde Design als reine „Kosmetik“ oder zusätzlicher Kostenfaktor verstanden, wobei pragmatische Aspekte und der „Funktionalitätsgedanke“ dem Ingenieurbereich zugeordnet werden. Den Aussagen der Designer/-innen zufolge sei diese Auffassung charakteristisch für die Unternehmen.

Weiterhin würde die Wahrnehmung des Leistungsspektrums der Branche auf die typischen Designbereiche reduziert (etwa Webdesign, Corporate Design, Werbegestaltung). Es fehle den KMU an positiven Anwendungsbeispielen, die den Mehrwert in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen aufzeigen könnten, etwa bei der Integration von Design entlang unterschiedlicher Wertschöpfungsebenen, Kreativmethoden und -techniken zur Problemlösung im Unternehmen (z. B. Design Thinking) sowie Designkompetenzen im Sinne einer unternehmensberatenden Tätigkeit.

Gleichwohl heben Branchenexperten/-innen hervor, dass auch aufseiten der Designer/-innen Probleme und Hemmnisse bestehen. Zum einen liege der Fokus vieler Designer/-innen in erster Linie auf der Kundensuche – eine konkrete Perspektive, in einer Branche Fuß zu fassen, würde nicht verfolgt. So „freue man sich über jeden Kunden, egal aus welcher Branche dieser kommt“ (vgl. Interview Branchenexperte). Damit verbunden fehle es vielen Designer/-innen an einer verstärkt anwenderorientierten Sichtweise. Folglich würden die jeweiligen Branchenbedarfe nicht erkannt und neue Märkte und Zielgruppen nicht erschlossen. Teilweise sei auch die künstlerisch orientierte Denkweise einiger Designer/-innen hinderlich, denn sie sei nur schwer zu vereinbaren mit einer unternehmerischen Denkweise, die Voraussetzung für branchenübergreifende Kooperationspartnerschaften sei.

Es bestehen allerdings auch **strukturelle Schwierigkeiten** bei der Anbahnung von branchenübergreifenden Innovationen. Problematisch sei, dass es in der Region kaum Berührungspunkte mit den Entscheidern der klassischen Branchen gebe. Diese haben ihren Unternehmenssitz oftmals in anderen Regionen und Bundesländern. Des Weiteren erschwere die Beschäftigungsstruktur der Designbranche das Anbahnen von Kooperationen. Zum einen sei es für einzelne Freiberufler/-innen und Selbstständige grundsätzlich schwieriger, branchenübergreifende Kooperationen einzuleiten. Zum anderen sei man als „Einzelkämpfer“ kein gefragter Kooperationspartner für KMU. Gemessen an der Nachfrage erschwere eine hohe Anzahl an Mitbewerbern zusätzlich die Situation, sich am Markt für Kooperationspartner zu bewegen. Dieses Bild spiegelt die Zahlen der Befragung: Rund ein Drittel aller Befragten kooperiert nicht mit Unternehmen aus klassischen Wirtschaftsbranchen. Für ein weiteres Drittel haben Kooperationen mit der klassischen Wirtschaft keine Relevanz (vgl. Abbildung 22).

Abbildung 22: Kooperieren Sie mit Unternehmen der klassischen Wirtschaft?



Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt

© Prognos AG, 2018

Positiv hervorzuheben ist, dass die Problemlage bekannt ist und effektive Initiativen zur Förderung branchenübergreifender Innovationsvorhaben gestartet wurden. Beispielhaft sei hier das Projekt **Translationsregion digitalisierte Gesundheitsversorgung** (TDG)[36] aufgeführt, welches kreative Akteure mit der Pflege- und Gesundheitswirtschaft zusammenbringt. In den nächsten fünf Jahren sollen zentrale Zukunftsthemen des demografischen Wandels in direkten Arbeitsbereichen erarbeitet werden und zu einer Belebung von Innovationsaktivitäten in der Region führen. Hohes Kooperationspotenzial erschließt gezielt das Programm Cross Innovation. Es zielt auf die Nutzung des gemeinsamen, verschiedenartigen Potenzials von kleinen Kreativunternehmen durch gemeinsame Arbeit in Netzwerkprojekten. In einem Projekt z. B. sollen unter der Marke **Typisch Harz** in Zusammenarbeit mit Akteuren der Kreativwirtschaft und der Ernährungswirtschaft neue Produkte und Dienstleistungen für Tourismus, Gastronomie sowie Land- und Ernährungswirtschaft entstehen und über innovative Vertriebswege vermarktet werden.[37] Die positiven Erfahrungen gilt es künftig auf weitere wichtige Branchen und Industrien der Region zu überführen und in ein nachhaltiges Kooperationsnetzwerk zu tragen.

4.2 Chancen und Risiken der Designbranche in Sachsen-Anhalt

Neben endogenen Stärken und Schwächen beeinflussen exogene Faktoren die Entwicklungspotenziale der Designbranche in Sachsen-Anhalt. Die folgenden Faktoren sind begrenzt beeinflussbar und wirken begünstigend oder hemmend auf die regionale Entwicklung (Chancen/Risiken).

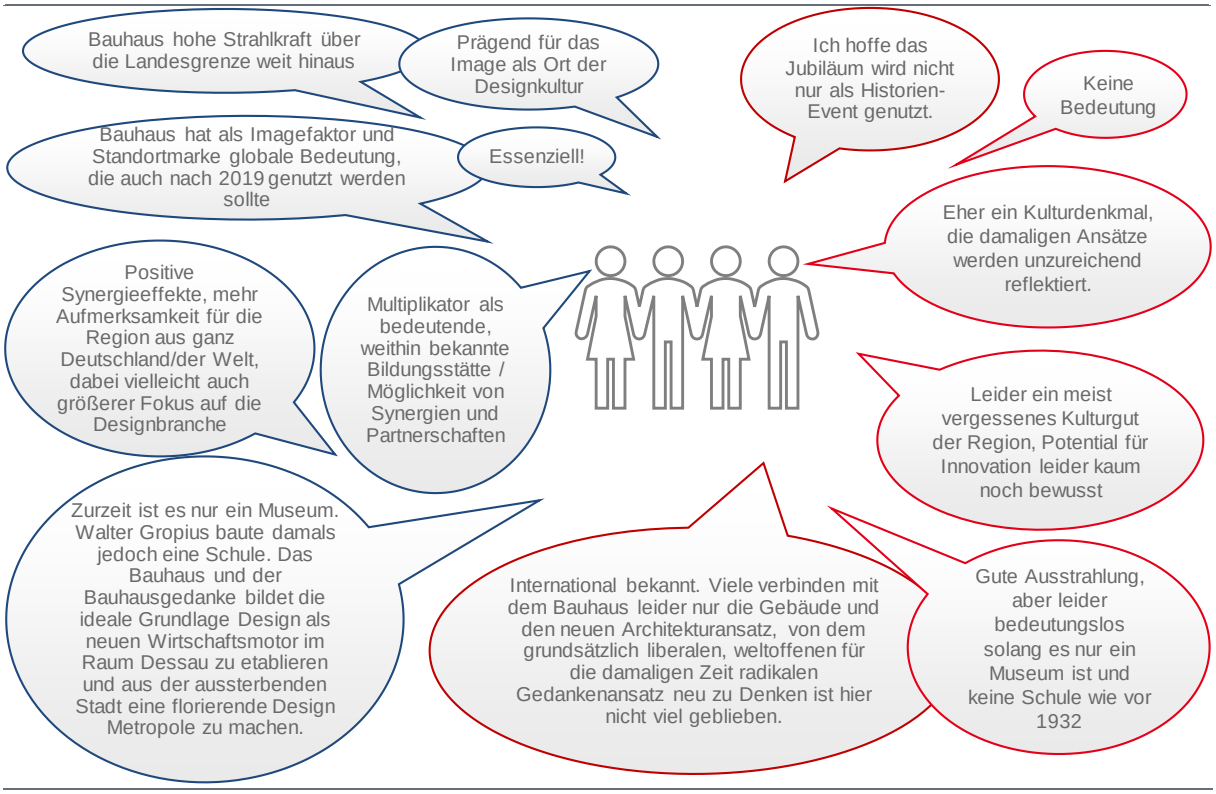
4.2.1 Die Marke Bauhaus

Eine große, standortspezifische Marketingchance bietet die Anknüpfung der Designwirtschaft an die Tradition des Bauhauses sowie an das **100-jährige Bauhausjubiläum** mit dem Slogan „#moderndenken“. Dabei kann die Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt auf eine bedeutende „Tradition der Innovation“ zurückblicken. Dies gilt insbesondere für den Bereich der Designausbildung, etwa mit der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle oder den verschiedenen Kunstschulen in Magdeburg, die Anfang des letzten Jahrhunderts als besonders modern und wegweisend galten. Nicht zuletzt war das Leben und Wirken renommierter Persönlichkeiten (z. B. Paul Klee, Wassily Kandinsky, Mies van der Rohe, Walther Gropius) prägend für den Designstandort Sachsen-Anhalt. Diese trugen nachhaltig zum Profil und zur Wahrnehmung des Standortes bei, was insbesondere Touristen/-innen und junge Nachwuchstalente in Stadt und Region zieht.

[36] Ziel des Projekts ist es, strukturelle Voraussetzungen für die Entstehung einer nachhaltigen Innovationskultur im Pflege- und Gesundheitsbereich auf Grundlage eines umfassenden Innovationsprozesses (von der Entstehung der Idee bis zu Pilotierung und Überführung in Geschäftsmodelle) zu schaffen.

[37] Typisch Harz – Ausgezeichnet regional! Online unter: https://www.harzinfo.de/erlebnisse/regionalmarke-typisch-harz.html

Abbildung 23: Tradition der Innovation -- Bedeutung des Bauhauses und des Bauhausjubiläums für Sachsen-Anhalt und die Designbranche



Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt

© Prognos AG, 2018

Hinsichtlich der Bedeutung des Bauhauses sowie des 100-jährigen Bauhausjubiläum im Jahr 2019 gehen die Meinungen der Designer/-innen auseinander. Für einen Teil der Befragten hat das Bauhaus sowie das Jubiläumsevent „keine Bedeutung“ für die Designbranche. Demnach habe das Bauhaus zwar eine „gute Ausstrahlung“ und sei „prägend für das Image als Ort der Designkultur“. Allerdings sei es bedeutungslos, solange es nur auf den Museumscharakter reduziert oder als „Kulturdenkmal“ verstanden werde. Ein anderer Teil der Befragten empfindet das Bauhaus als „essenziell“ und sieht damit verbunden ein wirtschaftliches Potenzial für die Region als „Multiplikator“ und „Bildungsstätte“. So bilde das Bauhaus „die ideale Grundlage [,] Design als Wirtschaftsmotor im Raum Dessau zu etablieren und aus der aussterbenden Stadt eine florierende Design-Metropole zu machen“. In Anlehnung hieran wurde in den Expertengesprächen darauf verwiesen, dass das 100-jährige Jubiläum des Bauhauses als Markenkern der Region dienen und als Chance zur engeren Vernetzung von Designwirtschaft, Tourismus, öffentlichem Kultursektor und Industriekultur genutzt werden sollte. Die Geschichte und Tradition des Bauhauses könnten folglich genutzt werden, um die Identifikation mit dem Standort zu stärken und somit dessen Sichtbarkeit zu steigern.

4.2.2 Strukturwandel im ländlichen Raum

Hohes Potenzial lässt sich ebenfalls im ländlichen und vom Strukturwandel erfassten Raum in Sachsen-Anhalt erkennen. Obwohl vielschichtige Herausforderungen mit dem Strukturwandel in

der Region verbunden sind, können aus diesem gleichermaßen Chancen für die Design- und Kreativwirtschaft entstehen. Durch den Strukturwandel ist das Land reich an ungenutzten Flächen und Freiräumen, die von Kreativen mit Projekten und Ideen bespielt werden können, für die anderswo kein Platz ist. Der starke Digitalisierungscharakter der Designbranche erlaubt es Designern/-innen, ortsungebundene Unternehmensstrukturen aufzubauen. Mithilfe des Internets kann jederzeit und von jedem Ort Kontakt zu Kunden aufgenommen werden. Die durch die Digitalisierung geschaffene Flexibilität macht es Unternehmen möglich, sich auch in ländlichen Gegenden niederzulassen und dort ihre Geschäftsideen zu entwickeln und umzusetzen. Das Potenzial des ländlichen Raums in Sachsen-Anhalt liegt folglich in den *„Open Spaces“* und *„Experimentierräumen“*, aus denen neue kreative Dienstleistungen und Produkte entstehen können.

Darüber hinaus schaffen offene, experimentelle Räume eine multidisziplinäre Umgebung. Auch hier eröffnen sich Chancen für die Designwirtschaft. Eine solche Umgebung ist Treiber von Cross-Innovationen, Projekten zwischen der Designwirtschaft und anderen Branchen. Branchenübergreifende Innovationsprozesse werden somit angeregt und die Entwicklung gemeinsamer Strategien und neuer Produkte gefördert. Neben experimentellen und kollaborativen Räumen tragen auch andere multidisziplinäre Umgebungen wie kreative Zentren, Labore oder Vernetzungsprogramme dazu bei, branchenübergreifende Zusammenarbeit und Kooperation zu stärken und dadurch beispielsweise den Marktzugang für Designunternehmen zu verbessern.

Voraussetzung für die Ausschöpfung des Potenzials im ländlichen Raum bleibt allerdings ein verstärktes Engagement im Ausbau der Breitbandversorgung in Sachsen-Anhalt.

4.2.3 Zukunftsthema Nachhaltigkeit

Nicht nur regionale, sondern auch globale Entwicklungen bieten der Designbranche Möglichkeiten zur Entfaltung und Umsetzung von vielfältigen Potenzialen. Chancen für die Designwirtschaft liegen insbesondere in Zukunftsthemen wie Nachhaltigkeit, welche neue Märkte und Beschäftigungsfelder für Kreative eröffnen. Im Kontext des sozioökonomischen Transformationsprozesses hin zu ökologischen Wirtschaftsformen gewinnt Design eine zunehmend wichtige Rolle. Sie ist ein zentraler Baustein einer langlebigen, ressourceneffizienten und schadstoffarmen Art der Formgebung. Design kann maßgeblich zum Gelingen dieser Transformation beitragen, denn bereits in einer frühen Phase der Produktentwicklung entscheidet das Design über das Ausmaß des ökologischen Fußabdrucks. Auch in der oftmals stark umweltbelastenden Bekleidungsindustrie wird Nachhaltigkeit immer wichtiger. In diesem Sinne eröffnen sich hier zahlreiche Möglichkeiten, neue Geschäftsmodelle zu etablieren.

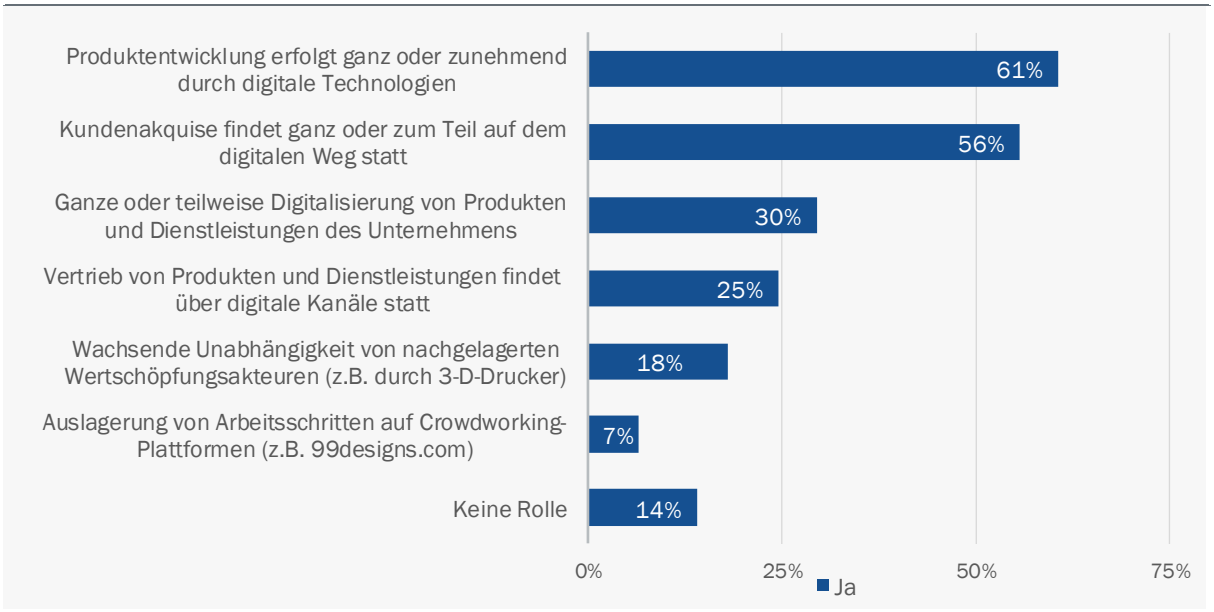
4.2.4 Digitalisierung

Gleiches gilt für die Digitalisierung. Die vermehrte Nutzung von digitalen Technologien führt zu neuen Wertschöpfungszusammenhängen, Prozessen und Arbeitsweisen und somit zu neuen Geschäftsfeldern. Neue digitale Technologien steigern die Nachfrage nach digitalen Designleistungen wie Interface-Design, Virtual und Augmented Reality oder Webdesign. Als Querschnittstechnologie können Informations- und Kommunikationstechnologien als Wachstumstreiber und Impulsgeber für Innovationen agieren, insbesondere in Bezug auf neue Designanwendungen.

Bereits jetzt setzen viele Designer/-innen aus Sachsen-Anhalt in der Geschäftspraxis **zunehmend auf digitale Anwendungen und Tools**. Ergebnisse der Online-Befragung zeigen, dass über 60 % aller

Designer/-innen ihre Produktentwicklung gänzlich oder zunehmend über digitale Technologien realisieren (vgl. Abbildung 24). Ähnliches gilt für die Kundenakquise: rund 55 % setzen hierbei ganz oder zum Teil auf digitale Kanäle. Etwa ein Viertel nutzt das Internet, um eigene Produkte und Dienstleistungen zu vertreiben. Die Auslagerung von Arbeitsschritten auf Crowdworking-Plattformen (z. B. 99designs.com) hat für Designunternehmen allerdings nur marginale Bedeutung. Hervorzuheben bleibt, dass für die überwiegende Mehrheit aller Designer/-innen das Thema Digitalisierung eine Rolle spielt; lediglich 14 % der Befragten geben an, dass die Digitalisierung keine Relevanz für die eigene Tätigkeit als Designer/-in hat.

Abbildung 24: Inwiefern spielt Digitalisierung eine Rolle für Ihre Designtätigkeit?



Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt

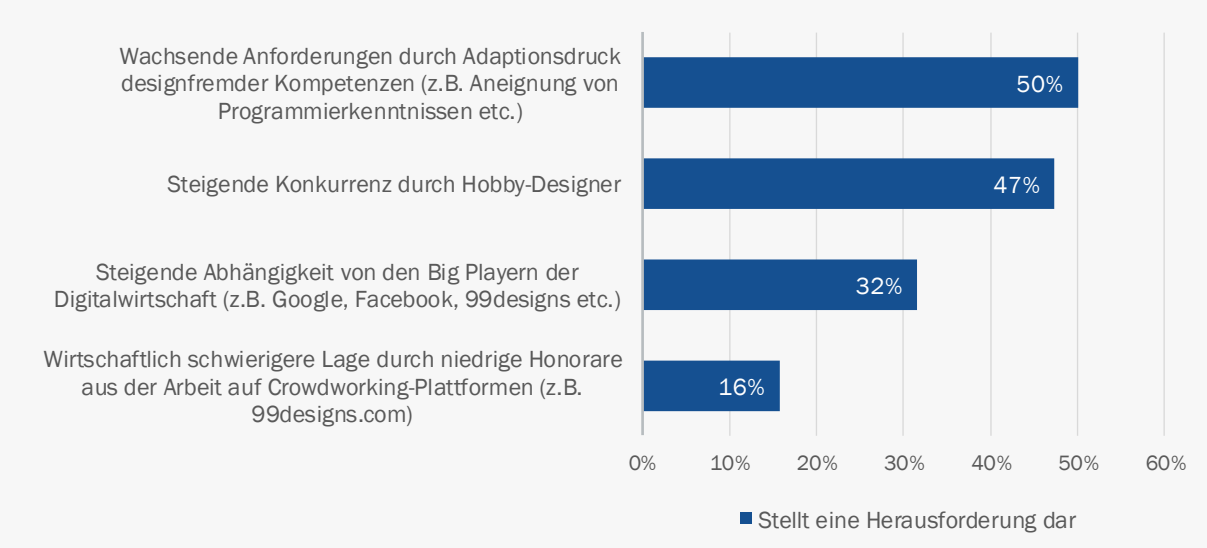
© Prognos AG, 2018

Hinsichtlich der Frage, ob die Digitalisierung als Bedrohung oder Chance zu verstehen ist, zeigt sich, dass eine breite Mehrheit von 80 % dem digitalen Wandel optimistisch entgegenschaut. Rund 35 % der Umfrageteilnehmer gaben an, die Digitalisierung sei „eindeutig eine Chance“ und 45 % verstehen Digitalisierung „eher als eine Chance“. Der digitale Wandel und neue Technologien erlauben Designern/-innen eine **größere Gestaltungsautonomie und Loslösung vorgelagerter Intermediäre in der Wertschöpfung.** So ermöglicht es der 3D-Druck Designern/-innen, die Wertschöpfungskette zu verlängern, indem sie die Produktion von Prototypen und Unikaten selbst anbieten. Nachgelagerte Schritte der traditionellen Wertschöpfung würden folglich immer redundanter.

Auch wenn die Digitalisierung „Prozesse verbessert und vereinfacht“ und „mehr Entfaltungspotenziale“ und neue „kreative Schaffensfreiräume ermöglicht“ (Zitat: Online-Befragung), sind mit der Digitalisierung auch Herausforderungen verbunden. Die größte Herausforderung sieht die Hälfte aller Befragten in den wachsenden Anforderungen aufgrund eines entstehenden **Adaptionsdrucks designfremder Kompetenzen** (vgl. Abbildung 25). Diese Anforderungen steigen in dem Maße, in dem sich neue Technologien und damit verbundene neue Designfelder, wie das Interface Design, zunehmend im Alltag etablieren. Für Designer/-innen steigen damit neben kreativen

Ansprüchen auch die technischen Anforderungen mit der Folge, dass eine Trennung zwischen Design und Programmierung zukünftig immer unschärfer wird.

Abbildung 25: Herausforderung der Digitalisierung für Designer/-innen



Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt

© Prognos AG, 2018

Des Weiteren benennen über 47 % der Designer/-innen die durch Digitalisierung ansteigende Konkurrenz durch Hobby-Designer/-innen als Herausforderung. Sinkende Preise für digitale Produktions- und Vertriebsmittel verringern die Markteintrittsbarrieren für (Hobby-)Designer/-innen mit der Folge, dass sich der **Wettbewerb zwischen den Marktteilnehmern verschärft** und zu einer Entwertung der Preise für Designleistungen führt.

Bereits heute ist der Entwertungsprozess durch digitalisierte Arbeitsformen in der Crowd aktiv im Gange. Die Etablierung von Crowdworking und ihre Kompatibilität mit einzelnen Wertschöpfungsprozessen entlang des Designs bedingen, dass sich ein potenziell höherer Anteil an Designer/-innen auf neue Rahmenbedingungen am Markt einstellen muss. Diese Rahmenbedingungen werden künftig von digitalen Plattformbetreibern bestimmt. Entsprechend sehen 32 % eine Herausforderung durch die **steigende Abhängigkeit von den Big Playern der Digitalwirtschaft**. In der Arbeit auf Crowdworking-Plattformen und damit verbundener niedriger Einkommen sieht ein geringer Anteil von 16 % aller befragten Designer/-innen eine Herausforderung, was damit begründet werden könnte, dass Crowdworking in der breiten Masse der Designer/-innen noch nicht angekommen ist.

Ein weiterer Entwertungsfaktor von Designleistungen liegt in der Entwicklung und Etablierung von automatisierten Designgestaltungstechniken durch Softwareanwendungen und Künstliche Intelligenz (KI) im Bereich Kommunikations-, Grafik- und Produktdesign.

Hervorzuheben ist, dass die derzeitige Ausgangslage der digitalen Infrastruktur in Sachsen-Anhalt ein erhebliches Risiko hinsichtlich der Ergreifung der beschriebenen Chancen darstellt. Eine **unzureichende infrastrukturelle Versorgung hemmt die mit der Digitalisierung verbundenen positiven Wirtschaftsentwicklungen der Branche.**

4.3 SWOT-Übersicht

Aus den soeben analysierten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken ergibt sich ein mehrdeutiges Bild der Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt. Abbildung 26 zeigte eine zusammenfassende Übersicht der wesentlichen Ergebnisse.

Abbildung 26: SWOT-Matrix Designwirtschaft Sachsen-Anhalt

Stärken

- Positive Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung
- Gute Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit wichtiger Märkte und wirtschaftlicher Ballungsräume
- Attraktivität von Arbeits- und Lebensverhältnissen sowie von Möglichkeiten der beruflichen Selbstverwirklichung
- Renommierte und starke Hochschullandschaft für Design
- Attraktivität begleitender Förderstrukturen zur Umsetzung eigener Ideen und Vorhaben
- Cross-sektorale Innovationsvorhaben, z.B. an der Schnittstelle zu Gesundheit und Ernährung
- Cross-sektorale Förderung

Schwächen

- Durchschnittliches bis niedriges Einkommensniveau und z.T. angespannte Nachfragesituation
- Unzureichende Sichtbarkeit des Designstandorts und der Marke Design aus Sachsen-Anhalt
- Geringe Standortidentifikation der Designer/-innen und geringes Verständnis für Lobbyarbeit
- Unzureichende Wahrnehmung der vorhandenen Förderinstrumente durch die Kreativen
- Fachkräftemangel und Abwanderung junger Talente
- Strukturelle Schwieirigkeiten bei der Anbahnung branchenübergreifender Kooperationen
- Unzureichende Breitbandversorgung

Chancen

- Potenzial der Marke Bauhaus
- Strukturwandel und Digitalisierung eröffnet Möglichkeit für Open Spaces und Experimentierräumen im ländlichen Raum
- Steigende Nachfrage und neue Angebote durch Digitalisierung und Nachhaltigkeitsthemen

Risiken

- Ausgangslage der digitalen Infrastruktur
- Entwertungsprozess bei klassischen Designleistungen durch Digitalisierung
- Wachsende Anforderungen durch Adaptionsdruck in designfremden Kompetenzen (z.B. Programmierkenntnisse)

Quelle: Online-Befragung der Designbranche in Sachsen-Anhalt

© Prognos AG, 2018

5 Zukunft der Designbranche in Sachsen-Anhalt - Handlungsbedarfe und mögliche Förderansätze

Die Designwirtschaft ist eine bedeutende und wachsende Branche in Sachsen-Anhalt mit Zukunftspotenzial. Trotz vieler Herausforderungen blickt die Mehrheit der Designer/-innen positiv gestimmt in die Zukunft.

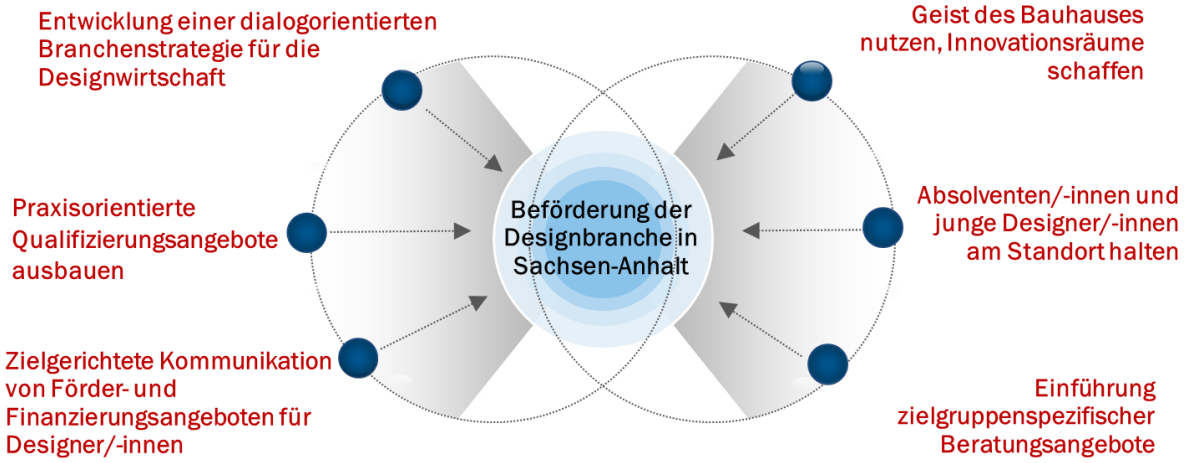
Abbildung 27: Wünsche für die Zukunft der Designwirtschaft in Sachsen-Anhalt aus Sicht der Designer

Quelle: Online-Befragung und Expertenbefragung der Designbranche 2018 © Prognos AG, 2018

Was sich Designer/-innen besonders für die Zukunft wünschen, ist, wie aus Abbildung 27 ersichtlich wird, neben einer höheren Wertschätzung vor allem (und damit verbunden) eine verbesserte überregionale Wahrnehmung der Branche sowie mehr formelle und informelle Möglichkeiten, sich untereinander sowie auch branchenübergreifend, etwa in kreativen Hubs, Coworking Spaces oder Gründerzentren, zu vernetzen. Mut, Geschlossenheit und Innovationskraft der Branche sind in diesem Zusammenhang von Bedeutung. Die Designer/-innen betonen jedoch auch, dass es dabei externer Unterstützung bedarf. So fordern sie für die Zukunft den Abbau von bürokratischen Hürden sowie einen leichteren Zugang zu bedarfsgerechten Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten, wie beispielsweise Unterstützung bei der Gewinnung oder Weiterbildung von Mitarbeitern/-innen

(Standortbindung, digitale und praxisnahe Bildungsangebote u. a.). Ziel ist es daher, durch geeignete Förderansätze die Entwicklung der Designwirtschaft am Standort Sachsen-Anhalt in eine positive Richtung zu steuern. Auf den Studienergebnissen aufbauend kristallisieren sich sechs Förderansätze als zentrale Handlungsfelder heraus (Abbildung 28). Für die erfolgreiche Umsetzung dieser Förderansätze ist die Zusammenarbeit vieler unterschiedlicher Akteure entscheidend, an die entsprechende Handlungsempfehlungen gleichermaßen gerichtet sind. Insbesondere die Hochschulen in Sachsen-Anhalt stellen wichtige Partner dar. Deren aktives Mitwirken und ihre Unterstützung gilt es vor dem Hintergrund der Hochschulautonomie zu gewinnen.

Abbildung 28 : Handlungsfelder zur Beförderung der Designbranche in Sachsen-Anhalt



Quelle: Eigene Darstellung

© Prognos AG, 2018

5.1 Entwicklung einer dialogorientierten Branchenstrategie für die Designwirtschaft

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die Identifikation der Designer/-innen mit dem Standort Sachsen-Anhalt und das Bewusstsein für die eigene Branche in Sachsen-Anhalt noch zu gering ausgeprägt sind. Häufig liegt zwar ein Zugehörigkeitsempfinden zur eigenen Hochschule oder der Hochschul-Community vor (z. B. Studierender der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle). Allerdings lässt sich dieses Zugehörigkeitsempfinden nicht auf die nächsthöhere Ebene transportieren und die regionale Designbranche als Ganzes einschließen. Diese Einschätzung geht einher mit einem z. T. nur geringen Interesse und Verständnis für die Notwendigkeit von Lobbyarbeit. Der geringe Grad an Selbstorganisation der Branche lässt sich zumal an der mangelhaft ausgeprägten Institutionalisierung von Netzwerken, Interessenvertretungen sowie Berufs- und Branchenverbänden erkennen. Das fehlende Engagement trägt in der Folge dazu bei, dass sich die Bedingungen am Standort nicht zielgerichtet entwickeln und Bedürfnisse und Wünsche der Branche nicht adressiert bleiben. Abwanderung kreativer Ressourcen und Potenziale aus Sachsen-Anhalt werden dadurch zusätzlich befördert. Ziel sollte es somit sein, das Engagement und die Selbstorganisation der Designbranche von innen heraus zu stärken, Eigeninitiative zu wecken und somit zu einer Identifikation der regionalen Designbranche in Sachsen-Anhalt beizutragen.

Vor diesem Hintergrund wird die Entwicklung einer **Branchenstrategie angeregt, die von allen relevanten Akteursgruppen[38] mitgetragen wird und die Zielrichtung der Branche vorgibt.**

Als Referenzrahmen für die Ausrichtung der Strategieentwicklung könnte das Bauhaus und die damit verbundene Tradition der designorientierten Innovation dienen. Hergeleitet wird diese Branchenstrategie aus einem offenen, transparenten und partizipativen Prozess, der auf Grundlage einer Bewertung von Bedarfen, Potenzialen und Herausforderungen wichtige Handlungsfelder und Maßnahmen definiert und damit den zukünftigen Aktionsraum der Designbranche in Sachsen-Anhalt auslegt. Die Ausarbeitungen dieser Studie könnte hierbei als Diskussionsgrundlage herangezogen werden. Eine zentrale Herausforderung wird darin liegen, die unterschiedlichen Meinungsströme und Interessen der heterogenen Branchengruppen zu bündeln und in ein gemeinsames Verständnis zu überführen, welche Maßnahmen für die Stärkung der Designbranche zentral sind und wie diese erreicht werden sollen. Um ein robustes und tragfähiges Konzept zu erarbeiten, bedarf es lösungsorientierter Formate, die den partizipativen Ansatz adäquat adressieren. Hierzu bieten sich Workshops und Zukunftswerkstätten an, die an mehreren separaten Terminen zentrale Themen und Fragestellungen abhandeln könnten. Mögliche Zielrichtungen hierbei könnten z. B. sein: Was kann die regionale Designbranche leisten? Was sind Kompetenzfelder und wie lassen sich diese ausbauen? Welche strategischen Partnerschaften geben Wachstumsimpulse? Wie lässt sich mit den strukturellen Bedingungen der Region arbeiten? Wie soll die Zukunft im Sinne einer wettbewerbsfähigen Designbranche gestaltet werden? Welche Lösungsansätze können zur Durchsetzung einer besseren Preiskultur entwickelt werden etc.? Eine Mediationsstelle könnte den Abstimmungsprozess entlang der gesamten Strategiefindung unterstützen. Die Zusammenarbeit der Designer/-innen an einer Branchenstrategie bietet darüber hinaus eine Plattform, auf der sich Akteure kennenlernen, informieren und in einen gemeinsamen Diskurs eintreten können. Dies bietet einen weiteren Ansatzpunkt, um den Community-Gedanken der Branche zu befördern.

In einem weiteren Schritt wäre zu prüfen, inwieweit eine Branchenstrategie auch Ausgangspunkt für interkommunale Partnerschaften bzw. Städtepartnerschaften sein kann. Vor dem Hintergrund des hohen Wettbewerbs zwischen Regionen und Standorten um Fachkräfte sowie der damit verbundenen Abwanderungsproblematik in Sachsen-Anhalt wären Kooperationsmodelle mit Nachbarstädten, wie etwa zwischen Halle und Leipzig, ein denkbarer Grundstein, um gemeinsame Synergieeffekte anzustoßen. Dies bedeutet, dass bei der Festlegung der Branchenstrategie Entwicklungsperspektiven immer im breiteren Rahmen und unter Einbeziehung benachbarter Regionen und Akteure gedacht werden müssen. Länderübergreifende Kompetenzen und Leitmärkte sollten gebündelt und in konkrete Initiativen und langfristige Kooperationsmodelle übersetzt werden, die durch die Politik unterstützt und gefördert werden. Erste Ansätze hierzu wurden bereits mit dem Verein der Games und XR-Branche Mitteldeutschland gesetzt, die es nun gilt, verstärkt zu bewerben.

5.2 Geist des Bauhauses nutzen, Innovationsorte schaffen

Das Bauhaus ist prägend für das Image Dessaus und Sachsen-Anhalts als Ort einer traditionsreichen Designkultur. Als Standortmarke hat sie globale Bedeutung erlangt und gilt als eine der zentralen Institution des Designs. Hinsichtlich des 100-jährigen Jubiläums des Bauhauses mit dem Slogan #moderndenken wurden seitens Politik und Tourismusbranche große Erwartungen an das historische Event geknüpft. Unter den Designer/-innen gehen in der Befragung die Meinungen allerdings deutlich auseinander. Während einige Designer/innen keine Bedeutung bzw. keine impulsgebende Wirkung für die Designbranche sehen, betont ein großer Teil der Designer/-innen das

[38] Freiberufler/-innen und Unternehmen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Verwaltung und Netzwerke

ungenutzte Potenzial des Bauhauses, welches in der derzeitigen Nutzungsform als Kulturdenkmal brach läge. Hervorgehoben wird die Bedeutung des Bauhauses als möglicher „Multiplikator“, „Bildungsstätte“ oder „Wirtschaftsmotor“, von dem Synergieeffekte für den Raum Dessau ausgingen, welche die strukturschwache Stadt zu einer „florierenden Designmetropole“ machen könnten.

Vor diesem Hintergrund wird die Entwicklung eines Konzepts angeregt, das den Geist des Bauhauses nutzt und diesen in neue Innovationsorte übersetzt. Ziel des Konzepts soll sein, der Tradition des Bauhauses folgend, Orte zu schaffen, welche als cross-sektorale Schnittstellen zwischen Industrie, Wissenschaft und Designbranche wirken und die Grundlage für die Entstehung innovativer Impulse für die regionale Wirtschaft setzen sollen. Innerhalb dieser Innovationsorte soll die Vernetzung von Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Kreativschaffenden angestoßen werden, der Austausch von Know-how und Expertise befördert und neuer Raum entstehen, in dem die Entwicklung und Umsetzung gemeinsamer zukunftsrelevanter Ideen und Projekte ermöglicht werden. Insbesondere mit Blick auf die Designbranche sind Innovationsvorhaben aus nicht-technischen Bereichen nicht geringer zu bewerten als die technisch-orientierten Vorhaben. Besonders hervorzuheben ist, dass solche Innovationsräume auch als Chance verstanden werden können, mehr Forschungs- und Entwicklungsvorhaben in die Region anzuziehen und das regionale produzierende Gewerbe zu beleben. Hierbei kann auf das traditionsreiche Leitbild des Bauhauses und seines Markenkerns einer liberalen, weltoffenen und radikal neuen Denkschule aufgesetzt werden, welche ansiedelnden Unternehmen ein attraktives und innovatives Image verleihen kann.

5.3 Absolventen und junge Designer am Standort halten

Ein besonderes Merkmal Sachsen-Anhalts ist die praxisbezogene und zukunftsorientierte Hochschullandschaft mit den Standorten Magdeburg, Dessau und Halle. Sie stellt die zentrale Ressource für das wirtschaftliche Wachstum der Designbranche dar, denn Design aus Sachsen-Anhalt wächst nicht aus einer Produzenteninfrastruktur oder aus der Dichte von Unternehmen und Märkten in der Region heraus, sondern aus dem Pool an talentierten Köpfen und Kreativen der Designhochschulen des Landes.

Ein wesentliches Problem besteht in den hohen Abwanderungsquoten von Absolventen/-innen, die in benachbarte und als attraktiver empfundene Regionen und Metropolen abwandern. Kreative Ressourcen aus Sachsen-Anhalt können somit nicht abgerufen und verwertet werden. Ein zentrales Problem dabei – das haben Analysen aus Online-Befragung und Experteninterviews verdeutlicht – ist das Fehlen einer öffentlich sichtbaren Designszene in Sachsen-Anhalt. Designabsolventen/-innen fühlen sich nicht dem Standort der Hochschulen verbunden, sondern in erster Linie mit den Hochschulen selbst (z. B. Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle). Trotz der vorhandenen Initiativen und Veranstaltungen zum Design fehlt es dem Standort Sachsen-Anhalt an einem gemeinsamen kreativen Image. So empfinden rund 65 % aller Befragten das Image und die Attraktivität ihres Standortes als „eher schlecht“ bis „schlecht“. Zudem erschweren der demografische Wandel und die Überalterung der Region zusätzlich eine Identifikation mit dem Standort.

Daher gilt es, die Rahmenbedingungen gerade für junge Designer-/innen und Absolvent-/innen zu verbessern. Denkbare Maßnahmen hierfür könnten sein:

Maßnahmenpaket „Standortperspektiven für Absolventen“ Die Organisation und Bezuschussung von **international ausgerichteten Veranstaltungen,** wie Messen oder Festivals zu designbezogenen Themen, können einen nennenswerten Beitrag zur Belebung, Aufwertung und Sichtbarmachung des Designstandorts Sachsen-Anhalt darstellen, der sowohl nach innen als auch nach außen wirkt. Zum einen können Messen und Festivals dazu beitragen, dass sich Absolventen/-innen und junge

Designer/-innen aus Sachsen-Anhalt am Markt besser etablieren und neue (internationale) Kontakte knüpfen können. Dem würde der positive Effekt eines verbesserten Auftragsgeschäfts innewohnen, der die regionale Nachfrageschwäche nach Designleistungen teilweise auffangen könnte. Zum anderen können international ausgerichtete Veranstaltungen dazu beitragen, die sachsen-anhaltische Designbranche in die Welt zu tragen und einen Beitrag zum Branding des Standortes leisten, der zu einer verbesserten Selbstwahrnehmung und Aufwertung im Empfinden des eigenen Standortes führen kann.

Des Weiteren kann die Einführung von **neuen Akademieformaten** mit überregionalen bzw. internationalen **Koryphäen** der Designszene einen weiteren zentralen Förderansatz darstellen. Ziel sollte es sein, zentrale Figuren und Persönlichkeiten dafür zu gewinnen, in nachhaltigen Projekten oder mehrtägigen Workshops in Zusammenarbeit mit Studenten an Themen zu arbeiten, die ortsgebunden sind und im Nachgang von den Studierenden und Designern/-innen selbst getragen und weiterentwickelt werden können.

Ein **nachbetreutes Stipendienprogramm für Absolventen** kann einen weiteren Anreiz bieten, sich nach dem Studium in Sachsen-Anhalt anzusiedeln. Stipendien können für einen begrenzten Zeitraum die finanziellen Rahmenbedingungen insbesondere für freiberufliche und selbstständige Designer/-innen verbessern, so dass sich diese besser auf ihre Arbeit konzentrieren, eigene Ideen fortentwickeln und neue Projekte initiieren können. Nach Ablauf der Stipendien mangelt es den Stipendiaten allerdings häufig an Kenntnissen und Gelegenheiten, die Vermarktung ihrer Arbeit professionell voranzutreiben. Hier könnten Einzel-Coachings für Stipendiaten/-innen, basierend auf einem zweistufigen Verfahren, den erforderlichen Mehrwert leisten. Über einen zusätzlichen Wettbewerb könnten Stipendiaten/-innen, die Interesse an der Vermarktung haben und deren Werke/Projekte das notwendige Marktpotenzial mitbringen, für ergänzende Einzel-Coachings ausgelobt werden. Die Vermittlung von praxisorientiertem Wirtschaftswissen und Kenntnissen zur Eigenvermarktung sollten die Kerninhalte des Coachings bilden. Die enge Zusammenarbeit mit erfahrenen Experten/-innen der Szene und das Zusammenbringen mit Entscheidern aus Wirtschaft und öffentlicher Hand, kann die Vermarktung von Designleistungen national und international befördern. Über das Wettbewerbsverfahren werden die besten Stipendiaten/-innen in ihrer Vermarktung professionalisiert.

Die **Förderung von Drittmittelprojekten in den Semesterferien** bietet die Möglichkeit für Studierende, bereits frühzeitig mit Unternehmen der Region in professionellen Kontakt zu treten, sich ein regionales Netzwerk aufzubauen und erste Arbeitserfahrungen zu sammeln. In Ansätzen werden solche Drittmittelprojekte von einigen Hochschulen umgesetzt (z. B. Burg Giebichenstein Halle). Um solche Drittmittelprojekte zu verstetigen, gilt es, Drittmittelregelungen an Hochschulen zu entbürokratisieren und zusätzliche Anreize für Unternehmen zu schaffen.

Förderung von Strukturen zur Etablierung einer Designszene Strukturbedingt ist Design eine kleinteilige und in Szenen organisierte Branche. Designszenen entwickeln und organisieren sich um spezifische Orte, wie Stadtteile und Straßenzüge, oder um Personen, die eine Multiplikatorrolle einnehmen.[39]

Die in unseren Interviews konsultierten Experten/-innen bemängeln, dass es in Sachsen-Anhalt keine öffentlich sichtbare Designszene gibt. Die dafür notwendigen selbstorganisierten Initiativen, Experimentierräume und kreativen Werkstätten sind, wenn auch punktuell vorhanden, in der Summe zu gering ausgeprägt. Hier gilt es, die Eigeninitiative zu unterstützen. Sachsen-Anhalt kann dabei auf ein großes Potenzial zurückgreifen. Die Raumsituation in den größeren Städten und den

[39] Lange (2007): Die Räume der Kreativszene. Culturepreneuers und ihre Orte in Berlin.

ländlich geprägten Regionen bietet Flächen für „Open Spaces“ und „Experimentierräume“, in denen Studierende sich ausprobieren und Pionierarbeit leisten können. Die preislich erschwinglichen Flächen ermöglichen die Gestaltung und Entwicklung von designspezifischen Räumlichkeiten, die von einzelnen Kreativen nach eigenen Bedürfnissen bespielt werden können. Diese Experimentierräume können zu Orten werden, an denen sich die Designbranche dauerhaft niederlässt. Erste Ansätze sind hier bereits vorhanden: In Dessau ist mit dem VorOrt-Haus eine studentische Initiative von Designstudierenden, Absolventen/-innen und Bewohnern/-innen der Stadt umgesetzt worden, die ein ehemaliges Lazarettgebäude in Arbeitsräume, Büros für Start-ups und Ateliers umgestalten.[40] Ein ähnliches Konzept wird in Magdeburg mit dem Schauwerk angestrebt, welches in Teilen bereits realisiert werden konnte. [41] Ein weiteres Beispiel ist das Designhaus Halle, welches Kreativen zu günstigen Mietpreisen Büroflächen, Atelierräume und Zugang zu Werkstätten bietet. Neben eines Beratungsangebots zu betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Fragen der Existenzgründung dient das Designhaus als Ort, in dem Kreative netzwerken, sich austauschen und organisieren können.[42] Diese und ähnliche szenebildenden Initiativen gilt es zukünftig auszuweiten und zu fördern.

5.4 Einführung eines Branchencoachs für die Designwirtschaft

Trotz ihrer ökonomischen Bedeutung ist die Designbranche als relevanter Wirtschaftsfaktor und Innovationstreiber im Bewusstsein von Unternehmen und öffentlichen Institutionen, die als potenzielle Kunden oder Kooperationspartner der Designer/-innen auftreten, noch nicht ausreichend präsent. Damit bleiben wichtige Marktpotenziale ungenutzt. Um dieses Gap zu beseitigen, wird die Einführung eines Branchencoachs empfohlen. Dieser könnte als neutraler Ansprechpartner für die Belange der Designer/-innen fungieren. Als Coach spricht er die Sprache der Designer/-innen, ist mit den branchentypischen Themen und Problemen vertraut und gut mit wichtigen regionalen und überregionalen Akteuren vernetzt. Aufgabe des Branchencoachs ist es zudem, auf Basis einer intensiven Vernetzung Designer/-innen bei der Kundenakquise und dem Finden von Kooperationspartnern behilflich zu sein. Weiterhin gilt es Schnittstellen zur Wissenschaft und Forschung zu bespielen und Projektpartnerschaften anzustoßen, die den Mehrwert von Designleistungen in der Produkt- und Prozessentwicklung bedürfen. Darüber hinaus übernimmt der Coach die wirksame Kommunikation und Vertretung der Eigeninteressen von Designer/-innen vor Politik und Verwaltung.

5.5 Zielgerichtete Kommunikation von Förder- und Finanzierungsangeboten für Designer/-innen

Ein zentrales Entwicklungshemmnis sehen die Designer-/innen in der Ausrichtung und Handhabung existierender Förder- und Finanzierungsangebote. Gleichzeitig hat sich gezeigt, dass verantwortliche Stellen auf diese Probleme reagiert haben und mittels zweckmäßiger Gestaltung und Anpassungen von Förderrichtlinien und Vergabeverfahren sowie durch Ausbau von Beratungsmaßnahmen kritische Förder- und Finanzierungsbarrieren reduzieren konnten. Daran wird zukünftig weiter gearbeitet.

Vor diesem Hintergrund zeigen die Reaktionen aus den Experteninterviews und der Online-Befragung, dass das Verständnis um die Prozessabläufe von Förderanträgen sowie das Bewusstsein für die Verbesserungen von Förderprogrammen bei Kreativen noch zu gering ausgeprägt sind. Hier gilt

[40] VorOrt (2019). VorOrt-Haus. http://www.dessau-vorort.de/vorort-haus/
[41] Werkschau.Design (2019): Schauwerk. Online unter: https://werkschau.design/schauwerk/
[42] Das Designhaus. Mehr als Existenzgründerzentrum (2019): http://www.burg-halle.de/designhaushalle/home/das-designhaus/ (Abgerufen am 24.01.2019).

es, die Fortschritte und Verbesserungen der Förderinstrumente deutlicher an Kreativschaffende zu kommunizieren. Ansatzpunkte zur Optimierung könnten in der Einführung von Tutorial-Formaten liegen, die den Antragsprozess und die kreativwirtschaftlichen Besonderheiten des Förderprogramms transparent und handhabbar kommunizieren, im Rahmen von Förderfallbeispielen durchexerzieren und somit den Ressourcen- und Zeitaufwand für Kreative minimieren könnten. Positiv sticht das Programm Cross Innovation heraus, das einen hohen Beratungsstandard bietet und die Kreativprojekte im Vorfeld der Antragsstellung und im Projektprozess immer wieder individuell berät, um den hohen bürokratischen Aufwand bei der Umsetzung von mit öffentlichen Geldern finanzierten Förderungen überschaubarer zu halten. Eine zielgerichtete Aufklärung über die spezifischen Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten könnte damit einen nennenswerten Beitrag dazu leisten, das Wirkungspotenzial bereits vorhandener Förderinstrumente für die sachsen-anhaltische Designwirtschaft effektiver auszuschöpfen.

5.6 Praxisorientierte Qualifizierungsangebote ausbauen

Das hohe Tempo des technischen Fortschritts und der steigende Digitalisierungsgrad von Geschäftsprozessen setzten eine kontinuierliche Aus- und Weiterbildung von Designern/-innen voraus. Rund 80 % aller befragten Designer/-innen aus Sachsen-Anhalt sehen in daran anschließenden Themenfeldern einen persönlichen Weiterbildungsbedarf.

Branchenexperten/-innen bemängeln allerdings, dass bestehende Weiterbildungsprogramme des Landes nur punktuell verfügbar und nicht auf die Bedarfe von Designern/-innen ausgelegt wären. Um die fach- und branchenspezifischen Bedarfe von Designern/-innen zu bedienen, sollten konkrete Weiterbildungsangebote aus der Branche selbst kommen. Dies beinhaltet, dass erfahrene Kolleginnen und Kollegen aus der Designbranche ihre langjährigen theoretischen und praktischen Erfahrungen im Rahmen von formellen sowie informellen Weiterbildungsformaten (z. B. Vorträge, Seminare, Hackatons etc.) teilen und zu spezifischen Trends, Entwicklungen und Problemen schulen. Berufsspezifische Themen und Inhalte der Programme könnten seitens der „Designszene“ mit Hochschulen abgestimmt und durch die Politik gefördert werden.

6 Schlusswort

Die vorliegende Studie stellt die besondere Bedeutung der Designbranche für das Land Sachsen-Anhalt dar. Sie zählt zu den umsatz- und beschäftigungsstärksten Teilmärkten der sachsen-anhaltischen KKW und nimmt innerhalb dieser eine Vorreiterrolle ein. Als zukunftsorientierte Branche ist die Designbranche **Transmissionsriemen für die Übersetzung digitaler Lösungen in wirtschaftliche und soziale Wirkungsbereiche**. Als treibende Kraft für Innovationen setzt sie Wachstums- und Beschäftigungsimpulse für die eigene sowie andere Branchen frei.

Die Ergebnisse haben verdeutlicht, dass Sachsen-Anhalt ein hohes Potenzial hat, seine Position als Designstandort im bundesweiten Vergleich zu festigen und weiter auszubauen. Insbesondere

- die renommierte Hochschullandschaft,
- begleitende Förderstrukturen sowie
- die günstigen Lebenserhaltungskosten und Mietpreise

bieten einen idealen Nährboden für innovative Ideen und Vorhaben.

Die **Fortsetzung der Bauhausgeschichte durch strategische Initiativen** ist als wertvolles Alleinstellungsmerkmal für Sachsen-Anhalt als Standort und Marke zu verstehen, mit dem Forschungs- und Entwicklungsvorhaben angezogen, das regional produzierende Gewerbe belebt, regionale Nachfragestrukturen gefördert und die Sichtbarkeit der Designer/-innen Sachsen-Anhalts im überregionalen und internationalen Wettbewerb gestärkt werden können.

Des Weiteren gilt es, **Anreize zu schaffen, um junge Talente und Köpfe aus Sachsen-Anhalt am Standort zu halten.**

Die **Entwicklung einer dialogorientierten Branchenstrategie mit Designer/-innen und wichtigen Vertretern aus Wirtschaft und Politik** sollte Anstoß sein, adäquate Lösungsansätze in diesen und anderen relevanten Fragen aufzuzeigen.

Anhang

Tabelle 5: Förder- und Finanzierungsangebote

Auf Landesebene

ego.-START	Ego.-START fördert Existenzgründer/-innen und Unternehmensnachfolger/-innen durch Bezuschussung von Coachingleistungen und Machbarkeitsstudien. Weiterhin bietet das Programm die Möglichkeit eines Gründerstipendiums.	https://www.ib-sachsen-anhalt.de/gruender/neue-existenz-gruenden/ego-start-der-zuschuss-fuer-existenzgruender
IB-Gründungsdarlehen	Das IB-Gründungsdarlehen fördert Investitionen, Auftragsfinanzierung sowie Betriebsmittel/-ausgaben von Existenzgründer/-innen, KMUs sowie Freiberufler/-innen bis 5 Jahre nach Gründung	https://www.ib-sachsen-anhalt.de/gruender/neue-existenz-gruenden/ib-gruendungsdarlehen
Cross Innovation	Das Förderprogramm Cross Innovation zielt auf die Förderung von Netzwerken aus kreativwirtschaftlichen Unternehmen und Handwerksbetrieben sowie Unternehmen klassischer Wirtschaftsbranchen ab, um innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Die Vergabe der Förderung findet im Rahmen der Ideenwettbewerbe statt.	https://www.ib-sachsen-anhalt.de/firmenkunden/kooperieren/cross-innovation.html
DIGITAL CREATIVITY	Das Programm DIGITAL CREATIVITY fördert sachsen-anhaltische KMU sowie Selbstständige und Freiberufler/-innen bei der Entwicklung und dem Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien in der audiovisuellen Medienproduktion. Insbesondere interaktive Inhalte, wie Games, Softwareanwendungen, crossmediale Projekte, visuelle Effekte und VR sowie Medienproduktionen zu wissenschaftlichen Inhalten für Forschung und Lehre können mit bis zu 90 % der förderfähigen Ausgaben bzw. bis max. 130.000 Euro gefördert werden.	https://www.ib-sachsen-anhalt.de/firmenkunden/investieren/sachsen-anhalt-digital-creativity.html
DIGITAL INNOVATION	Mit DIGITAL INNOVATION sollen KMU und künftig auch Freiberufler/-innen und Selbstständige bei der Konzeption und Umsetzung von Digitalisierungsprojekten unterstützt werden. Förderfähig sind innovative und digitale Geschäftsmodelle, digitale Produkte bzw. Produktionsprozesse sowie Marketing- und Vertriebsstrategien. Je Projekt können bis zu 70 % der förderfähigen Ausgaben bzw. max. 70.000 Euro bezuschusst werden.	https://www.ib-sachsen-anhalt.de/firmenkunden/investieren/sachsen-anhalt-digital-innovation.html
Investfourm Startup-Service	Der Investforum Startup-Service unterstützt bei der Ausgestaltung von Geschäftsmodellen und vor allem des Finanzierungskonzeptes. Hierzu werden durch Workshops und Coachings individuelle Beratung und Betreuung auf dem Weg von der Idee	https://investforum.de/startups/

	zum finanzierten Unternehmen angeboten. Der Investforum Startup-Service ist ein Angebot der **Univations GmbH** – Institut für Wissens- und Technologietransfer an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.und wird mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds des Landes Sachsen-Anhalt gefördert. Die Leistungen sind für alle Start-ups kostenfrei.	
Innovationsassistenten	Mit dem Förderprogramm Innovationsassistenten können sachsen-anhaltische KMU Personalausgaben für die Umsetzung von Innovationsprozessen im Unternehmen bezuschussen. Förderfähig ist die Einstellung und Beschäftigung von (Fach-)Hochschul-Absolventen/-innen, u. a. aus dem Bereich Kreativwirtschaft. Zum Zeitpunkt der Berichtslegung ist die Bewilligung des Förderprogramms aufgrund von Änderungen der EU-Verordnung eingeschränkt.	https://www.ib-sachsen-anhalt.de/firmenkunden/forschen-entwickeln/innovationsassistent.html
Kunststiftung Sachsen-Anhalt	Die Kunststiftung Sachsen-Anhalt bietet u. a. für die Designbereiche Malerei, Grafik, Bildhauerei und Architektur diverse Fördermöglichkeiten an, wie z. B. Projektförderung, (internationale) Arbeitsstipendien, Aufenthaltsstipendien, Sonderförderprogramme und Wettbewerbe.	https://www.kunststiftung-sachsen-anhalt.de/foerderung/

Auf Bundesebene

ERP-Innovationsprogramm	Das ERP-Innovationsprogramm der KfW Bankengruppe trägt mittels Fremd- und Nachrangkapital zur langfristigen und zinsgünstigen Finanzierung marktnaher Forschungs- und der Entwicklungsvorhaben von Produkten, Verfahren und Dienstleistungen und derer Weiterentwicklung bei.	https://www.kfw.de/Download-Center/F%C3%B6rderprogramme-(Inlandsf%C3%B6rderung)/PDF-Dokumente/6000001631-M-Innovationsprogramm-180-185-und-190-195.pdf
Kulturstiftung des Bundes	Die Kulturstiftung des Bundes bietet neben allgemeinen Projektförderung auch eigene Programmförderung an, die sich an Kultur- und Kreativschaffende aus den Bereichen bildende Kunst, Fotografie, neue Medien sowie branchenübergreifende Projektideen richtet.	https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de/foerderung.html
Crowdfunding-Plattformen	Des Weiteren ist eine Finanzierung über Crowdfunding-Plattformen eine Möglichkeit, Projektideen zu realisieren. Zu nennen sind für die Designbranche beispielsweise Kickstarter, Seedmatch, Indiegogo oder Startnext.	https://www.kickstarter.com/?lang=de https://www.seedmatch.de/ https://www.indiegogo.com/ https://www.startnext.com/

Tabelle 6: Preise und Auszeichnungen

Auf Landesebene		
Hugo Junkers Preis	Mit dem jährlich stattfindenden Hugo-Junkers-Preis für Forschung und Innovation aus Sachsen-Anhalt werden innovative und kreative Produktideen, Verfahren und Dienstleistungen aus Sachsen-Anhalt gewürdigt. Mit einem Preisgeld von 80.000 Euro richtet sich die Auszeichnung an Einzelpersonen, Unternehmer/-innen und Wissenschaftler/-innen.	https://www.hugo-junkers-preis.de/startseite/
BESTFORM-Wettbewerb	Der BESTFORM-Wettbewerb wird im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt durch die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH regelmäßig durchgeführt und zeichnet cross-sektorale Entwicklungen von Kreativen und Akteuren der klassischen Wirtschaft aus, mit dem Ziel, den Fokus der Aufmerksamkeit auf das Potenzial der Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalts zu legen und Partnerschaften zwischen Kreativen, kreativem Handwerk und Unternehmen anderer Wirtschaftszweige zu fördern und zu stärken. Der kreative Mehrwert steht im Fokus. Der Wettbewerb findet alle zwei Jahre statt und umfasst ein Preisgeld in Höhe von insgesamt 35.000 Euro.	https://www.kreativ-sachsen-anhalt.de/Bestform-2019
Designpreis Halle	Der Designpreis Halle würdigt seit dem Jahr 2007 junge Gestalter/-innen aller Designdisziplinen bis zum 40. Lebensjahr. Der Preis wird durch den Verein Designpreis Halle (Saale) e. V. getragen, bestehend aus Vertretern der regionalen Wirtschaft, der städtischen Politik sowie der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle. Neben einem Preisgeld von 5.000 Euro werden die Arbeiten der Preisträger/-innen im Rahmen einer Ausstellung präsentiert. Ziel der Preisverleihung ist die Sichtbarmachung junger Designer/-innen aus Sachsen-Anhalt und ihrer Arbeiten.	http://www.burg-halle.de/hochschule/information/aktuelles/design-preis-halle-2017/
Auf Bundesebene		
German Design Award	Der German Design Award zeichnet seit 2011 innovative Produkte und Projekte nationaler sowie internationaler Designer/-innen aus und wird vom Rat für Formgebung jährlich verliehen. Die Auszeichnung setzt sich zum Ziel, Trends aus der Gestaltung öffentlich zu präsentieren und somit einen Beitrag zur Förderung der designorientierten Branche beizutragen.	https://www.german-design-award.com/
Ecodesign	Der Bundespreis Ecodesign wird vom Bundesumweltministerium und durch das Umweltbundesamt seit 2012 verliehen. Das Anliegen der Verleihung richtet sich danach, das Potenzial und die Bedeutung von Design als eine Form der langlebigen, ressourceneffizienten und schadstoffarmen Formgebung für den Umweltschutz öffentlich erkennbar zu machen. Innovationen an den	https://bundespreis-ecodesign.de/de/wettbewerb.html

	Schnittstellen zwischen der Designbranche und einer ökologischen Wirtschaftsform sollen somit gefördert werden und durch eine öffentlichkeitswirksame Auszeichnung unterstützt werden.	
Kultur- und Kreativpiloten	Im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft findet die jährliche Auszeichnung der Kultur- und Kreativpiloten statt. Damit werden Unternehmen, Selbstständige und Gründer/-innen aus den kreativwirtschaftlichen Bereichen und daran anliegenden Schnittstellenbranchen bei der unternehmerischen Umsetzung einer innovativen Idee durch ein Mentoring-Programm, Workshops sowie Möglichkeiten des Netzwerkens unterstützt.	https://kultur-kreativpiloten.de/about
IQ Innovationspreis	Des Weiteren ist auf regionaler Ebene der IQ Innovationspreis zu nennen, welcher sich als Innovationswettbewerb an Clustern der Metropolregion Mitteldeutschland und an denen der Standorte Magdeburg, Halle und Leipzig orientiert und Innovationen der traditionsreichen Wirtschafts-, Wissenschafts-, und Kulturregion mit einem Preisgeld von 5.000 Euro auszeichnet als auch ein Gesamtpreis für die beste Innovation Mitteldeutschlands verleiht.	http://www.iq-mitteldeutschland.de/iqmitteldeutschland/wettbewerb/

Tabelle 7: Designaffinen Netzwerke und Verbände, Foren, Initiativen

Auf Landesebene

Designhaus Schauwerk VorOrt-Haus Forum Gestaltung	Das *Designhaus* in Halle bietet als Existenzgründungszentrum der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle jungen Designer/-innen diverse Möglichkeiten zum Kontaktaufbau und Vernetzung. Neben Netzwerktreffen, Kontaktbörsen sind auch Alumni-Veranstaltungen Teil des Angebots. Des Weiteren werden Beratungsangebote zur Existenzgründung sowie Büroräume und Ateliers zu günstigen Mietkonditionen geboten. Gleichermaßen haben Designer/-innen Zugang zu den hochschuleigenen Werkstätten, um eigene Projekte zu realisieren. Ein ähnliches Konzept wird in Dessau mit dem *VorOrt-Haus* und in Magdeburg mit dem *Schauwerk* angestrebt und bereits in Teilen realisiert. Zur Anmietung von Büro- und Seminarräumen steht auch das *Forum Gestaltung* in Magdeburg Kreativschaffenden zur Verfügung.	https://kwsa.de/projects/forum-gestaltung-zentrum-fuer-kultur-und-kreativwirtschaft/
KreativSalon Magdeburg	Der *KreativSalon Magdeburg* ist eine Veranstaltungsreihe, die als Initiative der Wirtschaft, Kultur, Politik und Wissenschaft Magdeburgs entstanden ist und Kreativschaffenden der Stadt eine Plattform bietet, um sich und ihre Werke in kurzen Präsentationen vorzustellen. Das Format ermöglicht den Austausch in die Kreativbranche wie auch den Kontakt zu potenziellen Kunden und Geschäftspartnern.	https://www.kreativsalon-magdeburg.de/front_content.php?idcat=1980
Webmontag	Der *Webmontag* in Halle ist ein Format, in dessen Rahmen aktuelle Fragen der Digitalisierung für Wirtschaft und Gesellschaft diskutiert werden. Das Angebot findet regelmäßig am letzten Montag des Monats statt und richtet sich an Interessierte aus allen Bereichen.	https://webwirtschaft.net/webmontag/
Rauminhalt	Rauminhalt ist ein Kulturraum im Zentrum Halles für Ausstellungen von Künstlern/-innen, Gestaltern/-innen und Handwerkern/-innen sowie für musikalische und literarische Veranstaltungen. Gleichzeitig bietet es eine Plattform zur Vernetzung von Kreativen.	https://kwsa.de/projects/rauminhalt-halle/
Offene Ateliers in Sachsen-Anhalt	Das Format *Offene Ateliers in Sachsen-Anhalt* bietet Künstlern/-innen und Gestaltern/-innen die Möglichkeit, ihre Ideen und Arbeiten in ihren eigenen Ateliers und Arbeitsräumen zu präsentieren und mit Interessierten in Kontakt zu treten. Neue Kundenbeziehungen und Netzwerke können so entstehen. Der Berufsverband Bildender Künstler Sachsen-Anhalt e. V. (BBK) organisiert die Veranstaltung, die regelmäßig im September stattfindet	https://www.bbk-sachsenanhalt.de/atelier
Kreativwirtschaft-Sachsen-Anhalt e.V. (KWSA)	Der KWSA zielt auf eine Vernetzung der einzelnen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft untereinander ab und stärkt die Außenwahrnehmung der Kreativschaffenden auf regionaler und überregionaler Ebene. Teil der Netzwerkarbeit besteht in der Durchführung diverser Informations- und Kontaktveranstaltungen	https://kwsa.de/kwsa

sowie Seminaren, Symposien oder Barcamps. Des Weiteren fördert der Verein durch zielgerichtete Maßnahmen die Zusammenarbeit zwischen regionalen, überregionalen und internationalen Unternehmensnetzwerken.

Auf Bundesebene

Zu den überregionalen Netzwerken der Designbranche zählen bspw. die Allianz deutscher Designer e. V. (AGD), der Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e. V. (BDG), das Designerinnen Forum e. V., der Deutsche Designer Club e. V. (DDC), die Illustratoren Organisation e. V., die Initiative Deutscher Designverbände e. V. (IDD), das Internationale Design Zentrum Berlin e. V. (IDZ), der Rat für Formgebung, der Verband Deutscher Industrie Designer e. V. (VIDI) sowie der Verband Deutscher Mode- und Textildesigner e. V. (VDMD).

Literatur- und Quellenverzeichnis

British Design Council (2004): Design in Britain 2005-2006.

Burg gründet (2018): Honorare kennen und kalkulieren. Online unter: http://www.burg-halle.de/designhaushalle/cpt-events/honorare-kennen-und-kalkulieren/ (Abruf am 20.02.2019).

Burg Halle (2017): Designpreis Halle. Online unter: http://www.burg-halle.de/hochschule/information/aktuelles/designpreis-halle-2017/ (Abruf am 20.02.2019).

BMWi (2017): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2017.

Cox, (2005): The Cox review of creativity in business: Building on the UK's Strategy. SME's in manufacturing. London: SME's in Manufacturing.

Dafne (2019): Dafne. Online unter https://www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/data/national/dafne (Abruf am 20.02.2019).

Danish Enterprise and Construction Authority (2003): Economic Impacts of Design.

Dell'Era, Marchesi, & Verganti, (2010): Mastering technologies in design-driven innovation. Research Technology Management, 53, 12–23.

Design Council (2006): The Impact of Design in Stock Market Performance.

Designhaus Halle (2019): Das Designhaus. Mehr als Existenzgründerzentrum (2019): http://www.burg-halle.de/designhaushalle/home/das-designhaus/ (Abruf am 20.02.2019).

Hans Junker Preis (2019): Forschungsgeist? Wie innovative ist Sachsen-Anhalt? Online unter: https://www.hugo-junkers-preis.de/startseite/ (Abruf am 20.02.2019).

Hochschule Anhalt (2019): Intermediales Design. Online unter: https://www.hs-anhalt.de/nc/studieren/orientierung/studienangebot/detail/intermediales-design-master-of-arts.html#overview (Abruf am 20.02.2019).

IB-Sachsen-Anhalt (2019): Cross Innovation. Online unter: https://www.ib-sachsen-anhalt.de/firmenkunden/kooperieren/cross-innovation.html (Abruf am 20.02.2019).

IB-Sachsen-Anhalt (2019): Sachsen-Anhalt DIGITAL CREATIVITY. Online unter: https://www.ib-sachsen-anhalt.de/firmenkunden/investieren/sachsen-anhalt-digital-creativity.html (Abruf am 20.02.2019).

IB-Sachsen-Anhalt (2019): Sachsen-Anhalt DIGITAL INNOVATION. Online unter: https://www.ib-sachsen-anhalt.de/firmenkunden/investieren/sachsen-anhalt-digital-innovation.html

IB-Sachsen-Anhalt (2019): Sachsen-Anhalt IDEE. Das IB Innovationsdarlehn: Online unter: https://www.ib-sachsen-anhalt.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/pdf/wirtschaft/idee_vergabegrundsaetze.pdf (Abruf am 20.02.2019).

Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt (2019): BESTFORM MEHR // WERT // AWARD 2019. Online unter: https://www.kreativ-sachsen-anhalt.de/Bestform-2019 (Abruf am 20.02.2019).

Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt (2019): Kreativsuchmaschine. Online unter: https://www.kreativ-sachsen-anhalt.de/kreativsuchmaschine (Abruf am 20.02.2019).

Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt (2019): Kreative Studiengänge in Sachsen-Anhalt. Online unter: https://www.kreativ-sachsen-anhalt.de/maerkte/designwirtschaft/aus-weiterbildung (Abruf am 20.02.2019).

Kreativsalon Magdeburg (2019): Kreativsalon—Raum für Inspiration. Online unter: https://www.kreativsalon-magdeburg.de/front_content.php?idcat=1980 (Abruf am 20.02.2019).

KWSA (2019): Forum Gestaltung – Zentrum für Kultur- und Kreativschaffende Magdeburg. Online unter: https://kwsa.de/projects/forum-gestaltung-zentrum-fuer-kultur-und-kreativwirtschaft/ (Abruf am 20.02.2019).

KWSA (2019): KWSA. Online unter: https://kwsa.de/kwsa/ (Abruf am 20.02.2019).

Lange (2007): Die Räume der Kreativszene. Culturepreneuers und ihre Orte in Berlin.

MWSA (2014): Regionale Innovationsstrategie Sachsen-Anhalt 2014-2020

Nesta (2014): UK Innovation Index 2014 Nesta Working Paper No. 14/07.

Norwegian Design Council (2006): Business Sector Attitudes to Design.

Otto von Guericke Universität Magdeburg (2019): Weiterbildungsangebote. Online unter: https://www.ovgu.de/Weiterbildung/Weiterbildungsangebote.html (Abruf am 20.02.2019).

Otto von Guericke Universität Magdeburg (2017): Weiterbilden. Berufsbegleitender Zertifikatskurs Business Development. Online unter: https://www.ovgu.de/unimagdeburg_media/Weiterbildung+_+Career+Service/Weiterbildung/Studieng%C3%A4nge/IDE+Brosch%C3%BCre+ZK+BD.pdf (Abruf am 20.02.2019).

The Vision of the Design2020 Committee (2011).

Univations (o.J.): Monitoring kreativwirtschaftlicher Studiengänge in Sachsen-Anhalt -- Bedeutung und Perspektiven von Netzwerken zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Institut für Wissens- und Technologietransfer an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.

Verfanti, R. and Dell'Era, C. (2009): Design-Driven Innovation. In. Didgson et al. (2009) (Hrsg.) The Oxford Handbook of Innovation Management. Oxford: Oxford University Press.

VorOrt (2019). VorOrt-Haus. http://www.dessau-vorort.de/vorort-haus/ (Abruf am 20.02.2019).

Impressum

Designbranche in Sachsen-Anhalt

Herausgeber

Prognos AG
Goethestraße 85
10623 Berlin
Telefon: +49 30 52 00 59-210
Fax: +49 30 52 00 59-201
E-Mail: info@prognos.com
www.prognos.com
twitter.com/prognos_aG

Autoren

Dr. Olaf Arndt
Roman Bartuli
Kathleen Freitag
Maleen Lomberg

Kontakt

Dr. Olaf Arndt (Projektleitung)
Telefon: +49 421 51 70 46 – 523
E-Mail: olaf.arndt@prognos.com

Satz und Layout: Prognos AG
Grafikdesign: Prognos AG
Stand: Dezember 2019

Copyright: 2019, Prognos AG

Alle Inhalte dieses Werkes, insbesondere Texte, Abbildungen und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Prognos AG. Jede Art der Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung oder andere Nutzung bedarf der ausdrücklichen, schriftlichen Zustimmung der Prognos AG.

Zitate im Sinne von § 51 UrhG sollen mit folgender Quellenangabe versehen sein: Prognos AG (2019): Designbranche in Sachsen-Anhalt.