

Rosenberger Thesen 2010

anlässlich der DHKT-Fachtagung „Zukunft Gestaltung im Handwerk“ vom 14. bis 16. Oktober 2010 in der Akademie für Handwerksdesign, Gut Rosenberg in Aachen.

Ausgangssituation

Die aktuelle Diskussion zeigt, dass die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft ein wesentlicher Schlüssel für mehr Wachstum sein wird. Bereits heute macht die Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa mit rd. 650 Mrd. Euro Umsatz 2,6% des Bruttoinlandsprodukts aus und ist einer der dynamischsten Wirtschaftssektoren.¹ In Deutschland ist sie die drittgrößte Branche hinter dem Maschinenbau und der Automobilindustrie mit einer jährlichen Bruttowertschöpfung von rd. 63. Mrd. Euro und einem Umsatz von etwa 132 Milliarden Euro.²

Schätzungen zufolge sind allein im Designbereich europaweit 410.000 Menschen beschäftigt, die einen Jahresumsatz von 36 Mrd. Euro erwirtschaften. Insbesondere für die zukünftige europäische Innovationspolitik wird diesem Sektor eine Schlüsselrolle zugeordnet. Im Mittelpunkt stehen Nachhaltigkeit, Umweltverträglichkeit, soziale Verantwortung und Anwenderbezogenheit. Design steigert die Wertschöpfung von Produkten und senkt Entwicklungskosten. Langfristig wirken sich Designprozesse günstig auf Innovationen und wirtschaftliches Wachstum aus, sie steigern die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und ermöglichen zusätzliche Beschäftigung.³

Schon immer besteht – als Ergänzung zum klassischen Industrie- und Produktdesign – ein Markt für kundenbezogenes, individuelles Design. Dieses Marktsegment wird erfolgreich von Handwerksdesignern bedient, die in Deutschland seit 25 Jahren an den Gestaltungsakademien des Handwerks fortgebildet werden. Handwerksdesigner sind Designspezialisten, die sich durch besondere Material- und Technikkompetenz auszeichnen.

Angesichts einer zunehmenden Virtualisierung ist der Bedarf nach individuellen Produkten mit unverwechselbarem, authentischem Charakter in den letzten Jahren stetig angewachsen. Dies eröffnet für das Handwerksdesign international neue Chancen. Um diese richtig einzuschätzen und das Handwerksdesign für die zukünftigen Aufgaben in Europa fit zu machen, haben Experten aus dem Handwerk, Gestaltungsakademien, Formgebungs- und Designberater und Designunternehmen zu einem dreitägigen, intensiven Austausch in der Designakademie Gut Rosenberg, Aachen zusammengefunden. Mit den Rosenberger Thesen beginnen wir mit der Entwicklung einer ganzheitlichen Strategie für das Handwerksdesign in Deutschland und Europa. Wir möchten Mittel und Wege erarbeiten, wie das Potential des Handwerksdesigns erschlossen und gefördert werden kann. Dabei geht es darum, die Erwerbchancen der kulturschaffenden Handwerksbetriebe und Manufakturen entscheidend zu verbessern. Wir verstehen die Diskussion als Prozess. Alle, die sich in Europa mit Design im Handwerk befassen – sei es in der Aus- und Fortbildung, sei es als wirtschaftliche Grundlage ihres Unternehmens – sind eingeladen, an diesem Prozess teilzunehmen.

¹ EU-Commission Staff Working Document SEC (2009) 501 final, Design as a Driver of User Centred Innovation, p. 25.

² BMWi Forschungsbericht Nr. 589, Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, p. 4

³ EU-Commission Staff Working Document SEC (2009) 501 final, Design as a Driver of User Centred Innovation, p. 11, 16, 31 et passim.

Rosenberger Thesen

These A

Das Handwerk fördert mit Weiterbildungsprogrammen, Beratung, Ausstellungen, Messepräsentationen und Förderpreisen die Designbildung in Deutschland. Diesen Bildungsauftrag setzt es in kontinuierlicher Zusammenarbeit mit allgemein- und berufsbildenden Schulen und weiteren Akteuren der Gesellschaft um. Dennoch besteht ein eklatanter Mangel an Bewusstsein für die Notwendigkeit der Designausbildung auf den verschiedenen Ebenen im Handwerk.

Forderung:

Gestaltung sollte auf allen Ebenen der Bildungssysteme etabliert werden. Als Baustein in den allgemeinbildenden Schulen, sowie in der Erstausbildung gilt es die Gestaltungskompetenz der Schüler und Auszubildenden zu steigern. Talente können so erkannt und gefördert werden. Diese Bildung erleichtert den Jugendlichen die Entscheidung für eine Spezialisierung in diesem Segment. Die Gestaltungsausbildung von Lehrern und Multiplikatoren in der beruflichen Bildung bedarf einer Umstrukturierung und Verbesserung, die den veränderten Bedingungen der Gesellschaft Rechnung trägt.

These B

Verschiedene Studien verdeutlichen, dass Handwerk in erster Linie mit Tradition und technischem Verständnis, kaum aber mit Designkompetenz verbunden wird. Wie lange möchte sich das Handwerk ein solches Image im Zeitalter des Designs und damit der wachsenden individuellen Kundenansprüche erlauben? Wie viele Marktanteile könnten hier hinzu gewonnen werden? Potentielle Kunden des Handwerks wissen nicht, dass es qualifizierte Handwerker gibt, die hochwertige Designlösungen verbunden mit einer kundenorientierten Beratung anbieten. Eine Kundschaft mit wachsenden Qualitätsansprüchen an Design erfordert gut ausgebildete Gestalter, die für den privaten, öffentlichen oder gewerblich genutzten Bereich intelligente, außergewöhnliche und adäquate Lösungen anbietet.

Forderung:

Das Handwerk und seine Organisationen müssen die gestalterischen Potentiale und Möglichkeiten ihrer Betriebe und den daraus resultierenden wirtschaftliche Mehrwert erkennen und entwickeln. In einem zweiten Schritt wird sich dann auch in der Bevölkerung ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass im Handwerk gestalterische Wertschöpfungsprozesse stattfinden.

These C

Auch in den Handwerksbetrieben fehlt vielfach noch das Bewusstsein für den wachsenden Designmarkt. Für viele Handwerksbetriebe steht Gestaltungskompetenz nicht im Vordergrund

und sie sehen deswegen nicht die Notwendigkeit einer fachlichen Bildung im Designbereich.⁴ Dabei könnten durch Einstellung von Gestaltern neue Marktsegmente hinzu gewonnen werden. Der Wettbewerbsvorteil des Handwerkers, durch den persönlichen Kontakt zum Kunden individuelles Design zu entwickeln, ist in Zeiten, in denen die Individualität der Güter aus Sicht der Kunden im Vordergrund steht, eine Grundlage für Wachstum. Nur wenige Handwerksbetriebe haben dies bisher erkannt, viele könnten sich durch eine designorientierte Ausrichtung ökonomisch verbessern.

Forderung:

Es muss mittel- bis langfristig eine Sensibilisierung der Betriebe für Design als Wettbewerbsvorteil erreicht werden. Erkennen die Betriebe erst einmal die Chancen, die dieses Thema ihnen bietet, werden Sie Unterstützung durch Beratung und Weiterbildung auch vermehrt in Anspruch nehmen und zusätzliche Qualifikation anstreben.

These D

In der Zukunft werden die Betriebe -in der Regel regional agierende Kleine und mittlere Unternehmen- sich über die Trends und Bedürfnisse eines immer anspruchsvoller werdenden Marktes informieren und weiterbilden wollen. Neue Felder wirtschaftlicher Betätigung müssen identifiziert und erschlossen werden. Hier bedürfen die Handwerksbetriebe einer adäquaten Unterstützung.

Forderung:

Innerhalb der Handwerksorganisation bedarf es auf den verschiedenen Ebenen, vor allem in den einzelnen Handwerkskammern mehr qualifizierter Designberatung, Berater und Coaches. Im Sinne der Qualitätssicherung sollten Beratungsstandards entwickelt und das Netz der Beratungsstellen für Formgebung verdichtet werden.

These E

Seit drei Jahrzehnten bieten die Gestaltungsakademien an diversen Standorten ein attraktives Weiterbildungsangebot, das die Bedürfnisse des Marktes und der jungen Handwerker mit abgeschlossener Berufsausbildung berücksichtigt und eine sinnvolle Alternative zum Angebot der Fachhochschulen im Bereich der produzierenden Designer darstellt.⁵ Wegen ihrer praktischen Orientierung, ihrer individuellen Betreuung und internationalen Vernetzung sind die Gestaltungsakademien des Handwerks heute die Trendsetter im Bereich des Handwerksdesigns und der berufsübergreifenden Kooperation.

Forderung:

⁴ Gestaltungsinitiative Handwerk Aufbau eines Informations- und Beratungsnetzes; Westdeuter Handwerkskammertag in Zusammenarbeit mit Akademie für Handwerksdesign Aachen und Akademie Gestaltung im Handwerk Münster von 1997 - 2001

⁵ „Weiterbildung in Gestaltung“ – Münchener Studie zu 20 Jahren Akademie für Gestaltung von Prof. Dr. Stephan Zinser, Helge Borchert und Tobias Wetz (München 2006)

Die bestehenden Bildungsstrukturen für Handwerksdesign müssen langfristig stabilisiert werden, in dem das Thema Design in die Nachwuchsförderung und Nachwuchswerbung des Handwerks einbezogen wird. Die Vielfalt der Ausbildung im gestaltenden Handwerk soll erhalten bleiben. Gleichzeitig muss Kompatibilität und Vergleichbarkeit hergestellt werden! So können neue Modelle erprobt werden. Die Finanzierung muss unter Nutzung existierender Fördermöglichkeiten und die Erschließung neuer Möglichkeiten langfristig vom Gesamthandwerk getragen werden.

Berufsübergreifende Kooperationen müssen unter besonderer Berücksichtigung handwerklicher Potenziale gefördert und gestärkt werden!

These F

In einer globalisierten und sich stetig verändernden Welt ist der Austausch von Bildungsinhalten zwischen Institutionen und die Zusammenarbeit mit Institutionen auf allen Ebenen im In- und Ausland selbstverständlich und unabdingbar.

Forderung:

Handwerksdesign muss in internationale Entwicklungsprozesse eingebunden werden. Sowohl die Akademien als auch deren Studierende sollten von diesem Austausch profitieren. Durch die Einbindung der Akademien wird die Öffnung des europäischen Designs für handwerkliche Aspekte vorangetrieben. Was wir brauchen sind langfristig angelegte, lebendige, internationale Kooperationen mit dem Austausch von Studenten, Dozenten, Unternehmern und Experten. Das Handwerk hat bereits jetzt weltweit exzellente Verbindungen was Technik und Unternehmensführung betrifft.

Diese vorhandenen Strukturen des Handwerks sollten genutzt werden, um das Thema Gestaltung als Schwerpunktthema dauerhaft zu etablieren.