

Trotz Krise – Gründungen im Designsektor nehmen zu

Gender Gap: Designer machen viermal höheren Umsatz als Designerinnen

Bereits zum dritten Mal gibt die von designaustria herausgegebene Broschüre „Design in Zahlen“ einen Überblick zur Lage der österreichischen Designbranche. Der durchschnittliche Umsatz heimischer DesignerInnen lag im Geschäftsjahr 2008 bei 187.000 Euro. Auffällig dabei: der Umsatz männlicher Designer ist viermal so hoch wie jener von Frauen.



Design in Zahlen

Wirtschaftskraft und Bedeutung von Design in Österreich

Hrsg.: designaustria

Softcover, 36 Seiten, 2010

ISBN: 978-3-900364-24-3

15 € , zzgl. Ust. und Versandkosten

Weiterführende Infos unter:

Erhältlich bei designaustria unter

service@designaustria.at

www.designaustria.at

Wie schon in den Jahren 2003 und 2006 wurden auch im Jahr 2009 wieder Zahlen und Fakten zum Wirtschaftsfaktor österreichweit abgefragt. designaustria gab die Erhebung mit Unterstützung der creativ wirtschaft austria im Rahmen der Initiative evolve des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend zur Förderung der Innovation in der Kreativwirtschaft in Auftrag, durchgeführt wurde sie von Marketagent.com. Sie gibt Aufschluss über die aktuelle Situation und kulturpolitische Bedeutung von Design, zeigt Entwicklungen auf und erlaubt es auch, Maßnahmen zur wirtschaftlichen und berufsrechtlichen Verbesserung der Designbranche zu setzen.

Untersuchung

Fragen zu folgenden Themenbereichen standen bei der Untersuchung im Mittelpunkt:

- Unternehmens- bzw. Personenangaben
- Geschäftszahlen
- Auftrags- und Auftraggeberstruktur
- Gesellschafts- und wirtschaftspolitische Wertung

Umsatz männlicher Designer viermal höher

Der durchschnittliche Umsatz der DesignerInnen ist im Vergleich zu den Vorjahren krisenbedingt rückläufig. Während 2005 ein/e DesignerIn bzw. ein Designstudio 230.000 Euro erwirtschaftete, beträgt der Erlös im Geschäftsjahr 2008 nur mehr 187.000 Euro. Auffallend dabei: die männlichen Befragten erzielten einen durchschnittlichen Jahresumsatz von rund 249.000 Euro, während ihre weiblichen Kolleginnen lediglich auf 66.000 Euro kamen. Somit haben Männer fast viermal höhere Umsatzerlöse als Frauen eingefahren. Betrachtet man den durchschnittlichen Jahresumsatz nach Berufsgruppen, so zeigt sich, dass der Bereich Produktdesign mit 323.000 Euro die höchsten Umsätze an der Spitze liegt, gefolgt von Grafikdesign mit rund 169.000 Euro.

Produktdesign, Industrial Design, Textil- und Modedesign im Aufschwung

Die Untersuchungen aus den vergangenen Jahren zeigen, dass sich unter den DesignerInnen mehr und mehr SpezialistInnen herausbilden. Während im Jahr 2006 noch 76 Prozent aller DesignerInnen interdisziplinär agierten, tun dies 2009 nur mehr knapp zwei Drittel aller Befragten (64 Prozent). Betrachtet man dabei die einzelnen Design-Disziplinen, zeigt sich, dass Produktdesign, Industrial Design sowie Textil- und Modedesign einen Aufschwung erleben und ihr Marktpotential in der Kooperation mit traditionellen Unternehmen gut entwickelt werden kann.

Weniger Selbstständige



79 Prozent der befragten DesignerInnen sind selbstständig, sechs Prozent angestellt, 15 Prozent sowohl angestellt als auch selbstständig tätig. Der Vergleich mit den Ergebnissen der letzten Umfrage (2006) zeigt einen Rückgang bei der Zahl der Selbstständigen um 14 Prozent.

Unter den Angestellten und jenen, die ihre Arbeitsverhältnisse kombinieren, ist hingegen ein leichter Zuwachs zu verzeichnen. Demnach hat das Bedürfnis nach mehr Sicherheit in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zugenommen.

Kleinstruktur dominiert

Mehr als die Hälfte aller DesignerInnen in Österreich agieren als Einzelpersonenunternehmen (EPU), ein Drittel beschäftigt Angestellte (32 Prozent). 20 Prozent davon haben maximal drei Angestellte, nur sechs Prozent mehr als zehn Angestellte. Damit hat sich die Unternehmensstruktur im Designsegment hinsichtlich der MitarbeiterInnenzahlen kaum verändert. Eine auffällig zunehmende Klein- und Kleinststrukturierung ist festzustellen.

Zahl an Aufträgen und Neugründungen steigt

Trotz der Krisenjahre seit 2008 beurteilt fast die Hälfte aller Befragten (47 Prozent) ihre Auftragslage als gut, jeder Fünfte spricht sogar von einer merklichen Steigerung. Im Vergleich zu 2006 ist die schlechtere wirtschaftliche Situation trotzdem spürbar: Damals gaben noch rund zwei Drittel der Kreativen an, eine Steigerung ihrer Auftragsentwicklung beobachten zu können.

In den vergangenen Jahren kam es zu einem merkbaren Anstieg an Neugründungen im Designsektor. Mit acht Prozent innerhalb des letzten Jahres ist sie noch höher als 2006, als sie nur fünf Prozent betrug.

Erstmals überwiegt auch die Anzahl der Neugründungen von Frauen. Damit zählt die Kreativwirtschaft nach wie vor zu jenen wenigen Bereichen mit ständig wachsenden Neugründungszahlen. Die Untersuchungen zu den Unternehmens- und Personenzahlen verdeutlichen aber auch, dass die zunehmende Kleinststrukturierung die volle Entfaltung des kreativen Dienstleistungspotenzials hemmt. Was die Anzahl der MitarbeiterInnen betrifft, gilt es auch hier, beide Seiten der Medaille zu betrachten. Die Anzahl der Beschäftigten pro Designstudio sinkt zwar, aber immer mehr Studios beschäftigen zumindest einen /e MitarbeiterIn.

Chancen

Aus dem Arbeitspapier der EU »Design als treibende Kraft hinter benutzerorientierter Innovation« vom 7. April 2009 geht hervor, dass vor allem bei Klein-, Mittel- und Low-Tech-Unternehmen sowie im Dienstleistungssektor, wo die Einbindung von Design nach wie vor gering ist, noch ungenützte Potenziale für den verstärkten Einsatz von Design vorhanden sind. **Severin Filek**, Geschäftsführer von designaustria, hält eine gezielte Designpolitik mit einem Fokus auf KMUs für dringend notwendig. Ein EU-weit abgestimmtes Vorgehen verspreche dabei die größten Erfolgschancen: „Erst ein internationales Benchmarking liefert aussagekräftige Informationen hinsichtlich des Einflusses von Design auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Wir brauchen messbare Kriterien, um eine Bewertung des Rückflusses von Designinvestitionen möglich zu machen“, so Severin Filek.

Entwicklung

Die Ergebnisse der Studie verdeutlichen zwar, dass sich die Designbranche trotz Krisenjahr wieder im Aufwind befindet. Entgegengesteuert werden muss aber den großen Umsatzunterschieden zwischen den Geschlechtern sowie der zunehmenden Kleinstrukturierung des Sektors. Severin Filek appelliert dabei auch an die Verantwortung der PolitikerInnen. „Um die Wirtschaftskraft von Design im Feld der Creative Industries präziser beurteilen zu können, sollten einheitliche berufsrechtliche und qualitative Standards erstellt, Weiterbildungsmaßnahmen initiiert und zielgerichtet geforscht werden. Auszeichnungen und Gütesiegel müssen ins Leben gerufen und Design in den öffentlichen Ausschreibungen einbezogen werden“, fordert Severin Filek. Langfristiges Ziel ist es, zu sozial verantwortlichem und ökologisch nachhaltigem Design beizutragen sowie die Wettbewerbs- und Wirtschaftskraft zu stärken.

Über designaustria

designaustria ist die Organisation, die Österreich gestaltet (to design austria) und die österreichische Designgemeinschaft vertritt (design of austria). designaustria fungiert als Nahtstelle zwischen Design, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft. Sie bündelt die designrelevanten Interessen ihrer Mitglieder und vertritt diese auf nationaler, europäischer und weltweiter Ebene. designaustria fördert den Diskurs zu Designthemen und ist Österreichs Designinformations-, Designforschungs- und Designwissenszentrum.

**designaustria – Service- und Interessenvertretung
Informations- und Wissenszentrum**

Pressekontakt: die jungs kommunikation: Martin Lengauer, Lisa Natmessnig, Tel: 01-2164844-22, presse@designaustria.at
Geschäftsstelle: designforum Wien, Quartier 21, MQ, Museumsplatz 1, 1070 Wien