

Was Sie schon immer über die Praxis wissen wollten  
(aber in Ihrem Studium nie zu fragen wagten...)

# „Existenzangst kann man nicht lernen“

Designern wird gerne unterstellt, dass sie schlechte Kaufleute wären, weil sie künstlerisch veranlagt seien und diese beiden Welten nunmal miteinander auf Kriegsfuß stünden. Dieser Zusammenhang wird meiner Beobachtung nach aber meist von Menschen hergestellt, die von aussen auf das Berufsfeld Design schauen und ist deshalb ein Vorurteil, dessen Beweis bislang ausgeblieben ist.

So habe ich vor einem halben Jahr bei einer Podiumsdiskussion in Berlin zum Thema „Kreativwirtschaft“ von einem Berater der Dresdner Bank gelernt, dass die meisten Designer keine ordentlichen Business-Pläne aufstellen könnten und deshalb nur eingeschränkt kreditwürdig seien. Zufällig hat an dem selben Tag wenige Meter von unserem Tagungsort entfernt der Bundestag sein denkwürdiges 500-Milliarden-Euro-Rettungspaket verabschiedet, mit dem die Finanzwirtschaft in Deutschland vor dem Zusammenbruch gerettet werden sollte. Und so blieb an diesem Tag die Frage nach der Tragfähigkeit der Business-Pläne der Dresdner Bank ebenso unbeantwortet wie die Frage, ob die vielen Milliarden, die in Form von strukturierten Wertpapieren verbrannt wurden bei weniger strukturierten Unternehmens-Gründern im Design-Bereich nicht besser angelegt gewesen wären.

**Mir ist keine Statistik bekannt, die belegen würde, dass die Anzahl von Insolvenzen im Bereich der Kreativwirtschaft signifikant grösser wäre als in anderen Wirtschaftsbereichen.** Wir sollten deshalb aufhören, den falschen Eindruck einer mangelnden wirtschaftlichen Begabung durch eigenes Lamento noch zu verstärken.

Andererseits ist die Frage berechtigt, welchen Beitrag Hochschulen dazu leisten, dass ihre Absolventen in dem Haifischbecken des echten Lebens eine reale Chance haben.

„Existenzangst kann man nicht lernen“, hat Erik Spiekermann einmal gesagt und damit das Dilemma der Ausbildung im Hinblick auf das berufswirtschaftliche Wissen in einem Satz zusammengefasst. Die Frage, die sich Hochschulen stellt ist, welches Wissen denn genau gemeint ist, wenn es um die Berufspraxis geht?

Geht es darum, eine Bilanz lesen zu können? Das braucht man nicht, wenn man wie viele Start-Ups mit zwei Kommilitonen zusammen eine GbR gründet. Oder geht es darum zu wissen, wie man einen Auftrag kalkuliert? Es ist allgemein bekannt, dass eine Dienstleistung genau so viel Wert ist, wie ein anderer Mensch dafür zu zahlen bereit ist. Überzeugungskraft und Erfahrung zählt bei der Durchsetzung eines Honorars mehr als eine sachlich richtige Kalkulation. Ein Praktikum bei einer Drückerkolonne könnte hier hilfreicher sein als ein Hochschul-Seminar im Trockenschwimmen mit fiktiven Kunden und fiktiven Aufträgen.

Ich möchte deshalb gerne Designbüros und Agenturen einladen, im Rahmen von Praktika Studenten stärker in betriebswirtschaftliche Abläufe einzubinden. **Warum nicht mal die Bücher aufmachen und am lebenden Patienten über Gewinnmargen, Controlling, Projektmanagement und Kalkulationen reden?**

Jenseits dieser Fragen gibt es allerdings etwas, das ich in der Design-Praxis und in der Lehre sehr vermisste: Unternehmertum. Wir brauchen mehr Wagemut und mehr Ideenreichtum. Wir müssen uns für mehr zuständig erklären und neue Betätigungsfelder erobern. Wir müssen Pläne schmieden und diese in die Tat umsetzen. Wir müssen an uns selber glauben und den Wert von Gestaltung für andere Menschen erfahrbar machen. Dafür muss sich Design stärker öffnen und Antworten auf die Fragen bieten, die in unserer Gesellschaft aktuell brennen.

Eine solche Haltung muss in jedem Projekt und an jedem Tag an einer Hochschule vermittelt werden. Das gilt umso mehr, als wir dabei sind, durch verkürzte Studienzeiten in den neuen Bachelor-Studiengängen, die Befähigung zur Ausübung des Berufs des Designers auf ein sehr eindimensionales Beherrschen von Layoutwerkzeugen zu reduzieren.

 Prof. Florian Pfeffer



**Prof. Florian Pfeffer**

Jahrgang 1970: Hat in Würzburg, Mailand und Bremen Kommunikationsdesign studiert. Betreibt mit drei Partnern das interdisziplinäre Designstudio „one/one“ mit Büros in Amsterdam, Bremen und Berlin. Direktor der Stiftung :output in Amsterdam, einer internationalen Plattform für Studenten und Hochschulen aus Design und Architektur. Hat an Hochschulen im Libanon, Deutschland und den USA unterrichtet und lehrt seit 2006 als Professor für Kommunikationsdesign an der Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe.

#### **Kontakt**

Hochschule für Gestaltung  
Karlsruhe  
Lorenzstraße 15  
76135 Karlsruhe  
+49-(0)721-8203-2200  
fpfeffer@hfg-karlsruhe.de  
http://kommunikationsdesign  
hfg-karlsruhe.de  
www.oneone-studio.com  
www.inputoutput.de