

IDZ DESIGN & COMPANY DOKUMENTATION 2012 – 2015





Impressum

Design & Company | unternehmerisch denken und gestalten
Dokumentation 2012–2015

© IDZ Internationales Design Zentrum Berlin e. V.
Vorstandsvorsitzender: Karsten Henze
Direktorin: Cornelia Horsch

Projektleitung: Cornelia Horsch
Projektmanagement: Esther Schaefer, Saskia Nagel,
Charlotte Wachsmuth, Katrin Heink
Projektverwaltung: Grit Fischer
Fotografien: Saskia Nagel (© IDZ Berlin)

Flughafen Tempelhof, Bauteil D2
Columbiadamm 10 | 12101 Berlin
www.idz.de

Stand: Juli 2015



Das Weiterbildungsprogramm Design & Company	3
Projektträger, -partner, -förderung	4
Arbeitsheft zur gezielten Positionierung.....	5
Umfrage 2012 und 2014	6
Pressemitteilung des IDZ	8

Veranstaltungsübersicht	9
Exkursionen 2012	14
Exkursionen 2013	15
Sprechstunden 2012	16
Sprechstunden 2013	18
Orientierungsberatungen 2014	19
Beratung 2015	20
Strategiekreise am Küchentisch 2012	21
Strategiekreise am Küchentisch 2013	22
Tagesworkshops 2012	23
Tagesworkshops 2013	27
Tagesworkshops 2014	30
Tagesworkshops 2015	34
Workshopreihe	37
Referentinnen und Referenten der Workshopreihe	38
Workshopreihe 2012	39
Workshopreihe 2013	40
Workshopreihe 2014	41
Vorträge 2012	42
Vorträge 2013	44
Vorträge 2014	46
Vorträge 2015	48

Liste der Referentinnen und Referenten	49
Programmverteiler	54
Fachpresse	55
Weiterbildungsangebote	67
Literaturliste	74

Design & Company unternehmerisch denken und gestalten

Kreativität allein ist nicht genug! Selbstständige Designerinnen und Designer sind auch Unternehmerinnen und Unternehmer, haben aber häufig das unternehmerische Denken nicht gelernt. So manches Projekt scheitert aus Mangel an Kompetenzen, die für eine erfolgreiche Behauptung am Markt notwendig sind. Unternehmerisches Handeln, eine klare Positionierung, der planvolle Umgang mit Finanzen, die Anmeldung von Schutzrechten, Marketing und Kommunikationsfähigkeiten sowie Kenntnisse im Management und in der Strategieentwicklung tragen zum erfolgreichen Gelingen einer guten Gestaltung bei. Hierzu bot das Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ) in Kooperation mit DESIGNERDOCK, dem Rat für Formgebung und der PLEXGROUP von 2012 bis 2014 das Weiterbildungsprogramm Design & Company an.

Design & Company richtete sich an selbstständige Designerinnen und Designer, kleine Designunternehmen, Agentur- und Unternehmens-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter sowie -Führungskräfte der Bereiche: Industriedesign, Produktdesign, Kommunikationsdesign, Fotodesign, Mode- und Textildesign sowie Werbung und Architektur. Basierend auf den Erfahrungen, die mit Design & Company 2010 und 2011 gesammelt wurden, wurde das Programm von 2012 bis 2014 weiterentwickelt, inhaltlich um den Bereich Designmanagement ergänzt und optimiert. Durch Veranstaltungsformate wie Workshops, Vorträge, Exkursionen, Strategiekreise und Sprechstunden wurden unterschiedlichste Aspekte der Themenfelder Finanzen, Recht, Marketing und Kommunikation, Positionierung und Persönlichkeit, Organisation und Management sowie Strategieentwicklung und Prozesssteuerung vermittelt.

Das Qualifizierungsangebot leistete einen Beitrag zur Professionalisierung der Berliner Designszene. Gerade in Berlin, als „City of Design“ mit einem hohen Anteil an kleinen selbstständig oder freiberuflich arbeitenden Designerinnen und Designern, gab es so gut wie keine spezifischen Angebote für professionelle Weiterbildung. Design & Company zeigte Lösungen auf, wie unternehmerisches Denken und Gestalten zu wirtschaftlichem Erfolg führen kann. Langfristig sollten dadurch Markt- und Erwerbschancen für Berliner Designschaffende nachhaltig gestärkt und verbessert werden.

In dieser Dokumentation werden die einzelnen Formate, deren Inhalte sowie die Referentinnen und Referenten des Weiterbildungsprogramms Design & Company von 2012 bis 2014 vorgestellt.



Projektträger

Das **Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ)** versteht sich seit seiner Gründung 1968 als Kommunikationsplattform zwischen Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur und widmet sich aktuellen Fragestellungen im Design. Als Kompetenzzentrum für Design präsentiert und diskutiert das IDZ Entwicklungen im Design, ermöglicht Vernetzung und Austausch der Akteure untereinander und unterstützt deren Professionalisierung. Soziale, ökonomische und ökologische sowie ästhetische Aspekte sind Teil der Auseinandersetzung mit dem Ziel, die Arbeit von Gestalterinnen und Gestaltern zu fördern und das Designbewusstsein bei Verbrauchern und in Unternehmen zu stärken.

www.idz.de

IDZ Internationales
Design Zentrum Berlin

Kooperationspartner

DESIGNERDOCK – Die Personalvermittler für Kommunikation und Marketing, ist mit über 29.000 persönlich interviewten Kandidaten, einem Stamm von ca. 2.400 Kunden sowie monatlich bis zu 600 Stellenangeboten für Festangestellte und Freelancer die größte und erfolgreichste Personalvermittlung für die Kommunikationsbranche in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Mit Büros in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt a.M., Hamburg, München, Stuttgart, Wien und Zürich ist DESIGNERDOCK mit seinen Beratern flächendeckend im deutschsprachigen Raum vertreten.

www.designerdock.de

DESIGNERDOCK

Der **Rat für Formgebung** ist eine unabhängige und international agierende Institution, die Unternehmen darin unterstützt, Designkompetenz effizient zu kommunizieren, und gleichzeitig darauf abzielt, das Designverständnis der breiten Öffentlichkeit zu stärken. 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages als Stiftung gegründet, setzt sich der Rat für Formgebung mit seinen Wettbewerben, Ausstellungen, Konferenzen, Seminaren und Publikationen für gutes Design ein. Dem Stifterkreis des Rat für Formgebung gehören aktuell über 200 in- und ausländische Unternehmen an, die mehr als 2 Millionen Mitarbeiter beschäftigen.

www.german-design-council.de



PLEXGROUP – since 1987. Eine unabhängige, inhabergeführte Agenturgruppe für Design, Branding und Architektur. Seit 25 Jahren arbeitet sie für mehr als 200 namhafte Kunden aus Industrie, Kultur und Dienstleistungen. Die PLEXGROUP, das sind die Unternehmen PLEX und aPLEX. PLEX entwickelt und realisiert für seine Kunden Strategien und Design zur Positionierung ihrer Unternehmen und Marken, aPLEX ist spezialisiert auf Architektur für die Inszenierung von Unternehmen, Marken und Produkten.

www.plexgroup.com

PLEX
GROUP

Projektförderung

Das Projekt wurde gefördert aus Mitteln des Förderprogramms „**Qualifizierung Kulturwirtschaft – KuWiQ**“. Das Programm ist eine Initiative der Berliner Kulturverwaltung zur Unterstützung nichtfachlicher Fortbildungsangebote in den Kreativberufen. Es wird aus Mitteln des **Europäischen Sozialfonds (ESF)** gespeist und hat eine Laufzeit bis 2015.



Strategische Partner

Das Projekt wurde empfohlen von **Allianz deutscher Designer e.V.**, **Verband Deutscher Industrie Designer e.V.**, **Create Berlin e.V.** und dem **Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V.**. Mitglieder von Create Berlin, AGD, VDID und BDG erhielten 10% Rabatt auf die Gästeteilnahmegebühr der Design & Company: Workshopreihe und Tagesworkshops.

www.agd.de

www.vdid.de

www.create-berlin.de

www.bdg-designer.de



»Ich bin ... Ich kann ... Ich biete ...« Arbeitsheft zur gezielten Positionierung am Markt für selbstständige Designer/-innen und Kreative

Gerade im kreativen Bereich ist es oft schwierig, klar zu beschreiben, was man eigentlich anbietet. Denn jeder Prozess ist anders und Kreativeleistungen leben davon, dass sie einmalig sind. Dennoch: Um als Gestalterin oder Gestalter auch wirtschaftlich erfolgreich zu sein, benötigt man ein klares Bild von den eigenen Fähigkeiten und Leistungen. Durch die gezielte Vermittlung des Bildes positioniert man sich auf dem Markt.

Das neue Arbeitsheft des Internationalen Design Zentrum Berlin (IDZ) »Ich bin ... Ich kann ... Ich biete ... « hilft Gestalterinnen und Gestaltern, eine Positionierung zu entwickeln, die zum eigenen Profil passt und potenzielle Auftraggeber überzeugt.

Wie ist das Arbeitsheft aufgebaut?

Das erste Kapitel unterstützt bei der Analyse der Fähigkeiten, Werte und Ziele. Im zweiten Kapitel wird der eigene Markt untersucht und genauer definiert, für wen und mit wem man arbeitet. Im dritten Kapitel geht es um das Herausarbeiten des konkreten Angebots. Also um die Frage, was leistet man, wem nützt das und welcher Wert entsteht dabei. Das letzte Kapitel bietet Hilfestellungen an, um klar zu kommunizieren, was man kann. Hier geht es um die Vermittlung der eigenen Positionierung.

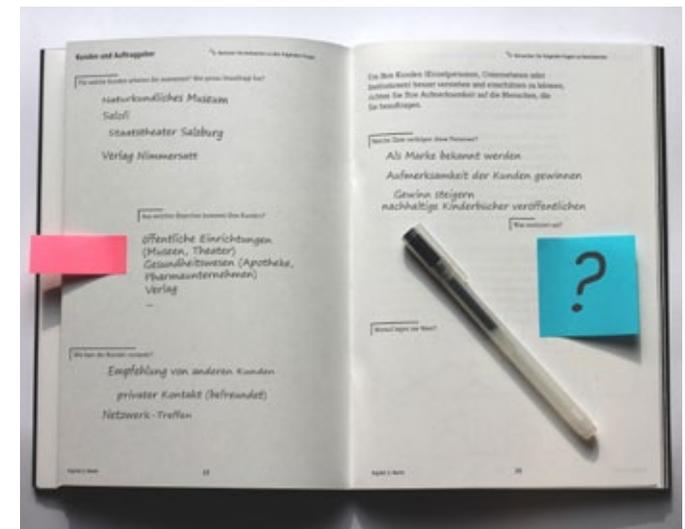
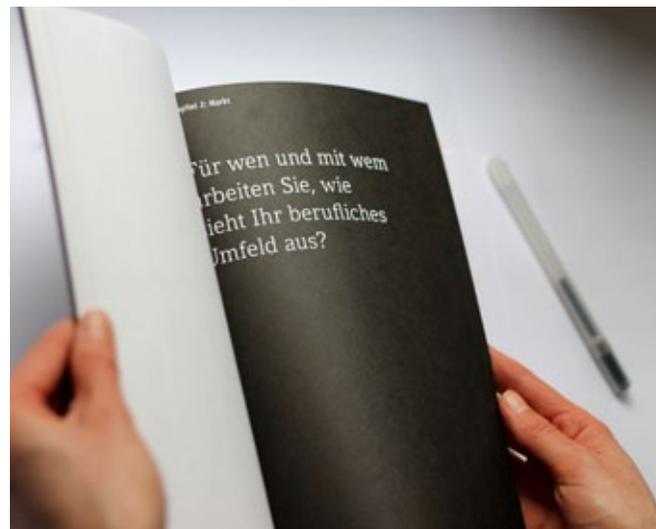
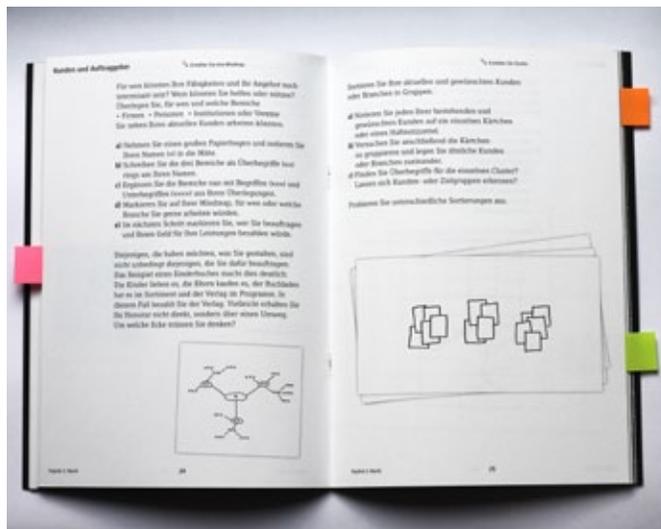
Wie kann man das Arbeitsheft nutzen?

Das Arbeitsheft kann alleine oder zu zweit, in kleinen Gruppen oder auch im Coaching eingesetzt werden.

Viele Antworten finden direkt im Heft Platz, für einige Aufgaben werden zusätzlich andere Materialien, größere Bögen Papier, unterschiedliche Stifte oder auch Haftnotizzettel benötigt.

Die Publikation entstand im Rahmen des Weiterbildungsprogramms »Design & Company – unternehmerisch denken und gestalten«.

Herausgeber: IDZ | Internationales Design Zentrum Berlin e.V.
Autorinnen: Cornelia Horsch, Esther Schaefer
Erscheinungsjahr: 2015 Berlin
48 Seiten; 165 mm x 230 cm; s/w; Heftbindung
ISBN 978-3-9811519-6-1



Um herauszufinden für welche Weiterbildungsthemen sich Selbstständige und Unternehmen der Designwirtschaft interessieren und um das Programm genauer auf die Bedürfnisse der Zielgruppen abstimmen zu können, wurde 2012 und 2014 jeweils eine Umfrage durchgeführt.

Nachfolgend werden die vier häufigsten Antworten zu einer Frage wiedergegeben.

Zusammenfassung der Umfrageergebnisse 2012

Teilnehmer/-innen: 134

Sind Sie derzeit:

- 33,58 % Einzelunternehmer/-in
- 29,85 % Freelancer/in
- 19,40 % Inhaber/-in/Geschäftsführer/-in eines Unternehmens, eines Designbüros/-agentur, einer Werbeagentur, einer Digitalagentur mit einem oder mehreren Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen
- 12,69 % Festangestellte/r eines Unternehmens, eines Designbüros/-agentur, einer Werbeagentur, einer Digitalagentur
- 4,48 % Andere

Sie sind weiblich/männlich:

- 61,94 % weiblich
- 38,06 % männlich

Wie alt sind Sie:

- 0% jünger als 20
- 0,75% 21 bis 25
- 9,70% 26 bis 30
- 24,63% 31 bis 35
- 21,64% 36 bis 40
- 18,66% 41 bis 45
- 11,94% 46 bis 50
- 9,70% 51 bis 55
- 2,99% älter als 56

In welchem Bereich der Kommunikationsbranche arbeiten Sie hauptsächlich?

- 16,56 % Grafik Design
- 14,19 % Corporate Design
- 9,25 % Strategie/Marke/Konzept
- 7,31 % Corporate Publishing / Editorial

Welche Themen sind für Sie interessant?

Strategie-, Markenentwicklung und Unternehmenskultur: von Employers Branding bis zur Methode des Design Thinking

- 15,73 % Das eigene Unternehmen als Marke
- 15,03 % Grundlagen des Designmanagements
- 14,34 % Grundlagen zur Methode des Design Thinking
- 13,99 % Kreativtechniken/Methoden der Ideenfindung

Entwicklung von Kommunikations-, Design- und Markenstrategien mit und für den Kunden: von der 360°-Kommunikation bis zur Corporate Architecture

- 21,27 % 360°-Kommunikation
- 18,10 % Online-Konzeption
- 17,65 % Kommunikation im Raum: Marke-Farbe-Raum
- 14,48 % Digital Media-Konzeption

Softskills für den Arbeitsalltag als Entscheider/-in in Führungspositionen und als Mitarbeiter/-in: von der Motivation bis zur Konfliktlösung

- 11,84 % Verhandlungen führen und Interessen durchsetzen
- 10,73 % Präsentieren allgemein: Auftreten und Rhetorik
- 10,17 % Selbstmotivation
- 8,47 % Briefing und Rebriefing

Andere: vom Service Design bis zur Sustainability

- 22,80 % Zukünftige Märkte und Arbeitsfelder für Designer
- 20,73 % Sustainability und Ecodesign
- 16,58 % Service Design und Prozessgestaltung
- 12,44 % Demografischer Wandel: zukünftiger Arbeitsalltag in der Kreativwirtschaft

Welche Formate der Workshops sind für Sie selbst interessant?

- 26,19 % ein ganztägiger Workshop
- 22,79 % eine Abendveranstaltung

Welche Formate der Workshops sind für Ihr Team oder Mitarbeiter/-innen interessant?

- 40,00 % ein ganztägiger Workshop
- 26,67 % eine Abendveranstaltung

Zusammenfassung der Umfrageergebnisse 2014

Teilnehmer/-innen: 40

Beruflicher Hintergrund

- 50,00 % Sie sind Freiberufler/-in
- 10,00 % Sie arbeiten angestellt in einem Designbüro/Agentur
- 13,00 % Sie arbeiten angestellt in einem Unternehmen
- 10,00 % Sie übernehmen Führungsaufgaben in einem Designbüro/Agentur
- 8,00 % Sie übernehmen Führungsaufgaben in einem Unternehmen
- 10,00 % Sonstiges

Geschlecht

- 73,00 % weiblich
- 27,00 % männlich

Sie interessieren sich für Strategie und (Design-)Management

- 48,00 % Corporate Design: Analyse, Prozessgestaltung, Implementierung, Bewertung
- 45,00 % Brand-Building: Markenentwicklung und Markenführung
- 45,00 % Die Kommunikation zwischen Designbüro und Unternehmen moderieren
- 42,00 % Design-Entwicklungsprozesse im Unternehmen begleiten und steuern
- 40,00 % Design als Innovations- und Wettbewerbsfaktor verstehen und nutzen

Sie interessieren sich für designbezogene Fachkenntnisse und Zukunftsthemen

- 42,00 % Social Media und Design
- 40,00 % Eco Design, Sustainable Design
- 40,00 % Design Thinking
- 40,00 % Trendforschung

Sie interessieren sich für Eigenmarketing und Selbstpräsentation

- 55,00 % Positionierung
- 55,00 % Marketing für das eigene (Design-)Unternehmen
- 60,00 % Akquisition, Kundengewinnung
- 48,00 % Selbst-Analyse, Profilerstellung

Sie interessieren sich für soziale Kompetenzen, Kommunikationsfähigkeiten und Schlüsselqualifikationen

- 58,00 % Verhandlungsführung
- 53,00 % Kommunikation und Zusammenarbeit mit Kunden oder Unternehmen
- 48,00 % Gesprächsführung, Moderation
- 45,00 % Auftreten und Präsentieren

Sie interessieren sich für Rechtsthemen

- 45,00 % Urheberrecht und Nutzungsrecht
- 38,00 % Kleines 1x1 des Rechts
- 38,00 % Vertragsgestaltung
- 30,00 % Lizenzen

Sie interessieren sich für Finanzthemen

- 50,00% Preisgestaltung, Preispolitik
- 40,00 % Kalkulation
- 25,00 % BWL Grundlagen für Designer
- 25,00 % Existenzgründung und Geschäftsmodelle

Design & Company: Umfrage – großer Bedarf an Weiterbildung unter Berliner Designerinnen und Designern

21.11.2012: Das IDZ führte im Rahmen des Weiterbildungsprogramms Design & Company | unternehmerisch denken und gestalten – gefördert vom Europäischen Sozialfonds – eine Umfrage zum Weiterbildungsbedarf von Berliner Designerinnen und Designern durch. Themen wie 360°-Kommunikation, Online-Konzeption und Designmanagement sind gefragt, neben Verhandlungsführung, Positionierung sowie zukünftigen Märkten und Arbeitsfeldern für Designer/-innen. Diese Themen greift das IDZ nun auf und lässt die Umfrageergebnisse unmittelbar in die Programmplanung mit einfließen.

Weiterbildung ist gefragt! Das erlernte Wissen und die Fähigkeiten der Berufsausbildung genügen nicht, um eine dreißig bis vierzig Jahre lange Berufslaufbahn durchlaufen zu können. Doch welche Themen sind besonders für Designer/-innen von Interesse? Durch welche Qualifikationen können sie sich mit ihren Leistungen am ständig wandelnden Markt behaupten? Welche technischen und fachlichen Fähigkeiten sind derzeit gefragt? So hat beispielsweise heutzutage jede/-r kreative Mittvierziger/-in die digitale Revolution im Printbereich am eigenen Arbeitsplatz erfahren und setzt sich momentan intensiv mit Social Media & Co. auseinander. Dennoch: auch heute stellen sich bei der Personalvermittlung DESIGNERDOCK noch Hochschulabsolventen mit auf Büttenpapier im Bleisatzverfahren gedruckten Kafkagedichten vor. „Und wir suchen händeringend nach App-Designern und konzeptstarken Mitarbeitern für User Experience.“, berichtet eine Personalvermittlerin von DESIGNERDOCK.

Schulungsbedarf bei strategischem Know-how und Fragen der Preisgestaltung

134 Designer/-innen und Kreative aller Designbereiche, wie Grafik-, Produkt- und Modedesign oder der PR- bzw. Werbebranche sowie den digitalen Medien beteiligten sich an der Design & Company Umfrage. Einzelunternehmer/-innen, Freelancer, Agenturinhaber/-innen und Angestellte gaben Auskunft über ihren Bedarf, ihre Interessen und Wünsche sich beruflich weiterzubilden. Das Ergebnis ist interessant. Es kristallisierten sich zwei Bereiche heraus: zum einen das Interesse an fachlich-strategischem KnowHow welches als Leistung dem Kunden angeboten werden kann. Zum anderen das Interesse daran, das eigene Designunternehmen gezielter zu positionieren, zu wachsen, Kunden zu gewinnen und Preise erfolgreich zu verhandeln. Der größte Weiterbildungsbedarf allerdings, das ist den bisherigen Teilnehmerzahlen nach nicht zu übersehen, liegt darin die eigene Designleistung nicht unter Wert zu verkaufen. So forderte ein Teilnehmer nach dem Tagesworkshop „*Designhonorare gestalten und verhandeln*“ die „*Einführung eines solchen Pflichtkurses an sämtlichen Kunsthochschulen der Welt!*“.

Breites Bildungsangebot speziell für die Designbranche

Das IDZ bietet das Weiterbildungsprogramm „Design & Company“ in Kooperation mit DESIGNERDOCK und dem Rat für Formgebung an. Workshops, Vorträge, Einzelberatungen, Exkursionen und ein Strategiekreis vermitteln unternehmerische Kompetenz zu Themenfeldern wie Finanzen, Recht, Marketing und Kommunikation, Positionierung und Persön-

lichkeit, Organisation und Management sowie Strategieentwicklung. Das Angebot ist in dieser Form nicht nur in Berlin, sondern deutschlandweit einzigartig. Im Gegensatz zu anderen Weiterbildungsmaßnahmen ist „Design & Company“ speziell auf die Designbranche zugeschnitten und überzeugt nicht zuletzt durch eine erschwingliche Preisgestaltung. Dies macht die Förderung aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) möglich. Die Mittel fließen im Rahmen der „Qualifizierung Kulturwirtschaft – KuWiQ“, einer Initiative der Berliner Kulturverwaltung zur Unterstützung nichtfachlicher Fortbildungsangebote in den Kreativberufen, in die Veranstaltungsreihe.

Format Jahr	Datum	Veranstaltung	Teilnehmer
Exkursionen 2012	02. März	Bombardier Transportation	7
	15. Juni	Creation Center der Telekom Innovation Laboratories	21
	31. August	De Gruyter Wissenschaftsverlag	19
Exkursionen 2013	22. Februar	Science Center Berlin	19
	22. März	Druckhaus Berlin-Mitte, nachhaltige Printproduktion	18
	23. August	Holz- und Kunststoffplatten, Erwin Krüger KG	7
	1. November	Maren Thomsen, Produkte aus Pappe und Papier	21
Sprechstunden 2012	04./07. Mai	Selbsteinschätzung und individuelle Zielsetzung im Beruf	8
	01./04. Juni	Selbsteinschätzung und Unternehmens-Positionierung	1
	21./24. Sept.	Coaching für Designer/-innen:	8
		Berufliche Orientierung, Work-Life-Balance	
	30. Nov./ 03. Dez.	Recht für Designer/-innen: Verträge, Ideenschutz und rechtspraktische Tipps	3
Sprechstunden 2013	06./07. Mai	Profilentwicklung und Potenzialentfaltung im Beruf	7
	06./09. Sept.	„Her mit dem Geld!“	6
		Kalkulieren, Verhandeln, Gründen und Wachsen für Designer/-innen	
	18./21. Oktober	Coaching für Designer/-innen: Berufliche Orientierung und Work-Life-Balance	8
Beratung 2015	14. Juli	Markttag: Kunden, Kontext, Konkurrenz	3
Strategiekreise am Küchentisch 2012	06. September	Die Balance von kreativem Input und finanziellem Output	13
	23. Oktober	Veränderungen konstruktiv nutzen: neue Arbeitsfelder für Designer/-innen	12
Strategiekreise am Küchentisch 2013	19. Februar	Schwerpunkte im Beruf: in unsicheren Zeiten fokussieren, Ziele setzen und erreichen	7
	21. März	Als Designer/-in aktiv und erfolgreich die eigene Berufssituation gestalten!	9
Tagesworkshops 2012	19. März	Designer/-innen als Unternehmer/-innen: Selbstverständnis und Wirkung	9

Format Jahr	Datum	Veranstaltung	Teilnehmer
Tagesworkshops 2012	20. März	Gemeinsam zum Ziel: Mitarbeiterführung und Teamaufbau in der Designwirtschaft	9
	11. Juni	Und was machst du so? Selbstvermarktung für Designer/-innen	10
	12. Juni	Das liebe Geld: Design-Honorare gestalten, verhandeln und Kunden binden	9
	10. August	Von der Selbstanalyse zur Positionierung	10
	29. Oktober	Social Media Strategien für Kunden gestalten	8
	30. Oktober	Die Facebook Fanpage für das Eigenmarketing nutzen	11
	26. November	Schnittstelle Analog & Digital Media: neue Konzepte und ihre wirksame Vermittlung	12
	Tagesworkshops 2013	11. März	Design als Business! Unternehmerische Potenziale durch betriebswirtschaftliches Wissen erkennen und aktiv gestalten
12. März		„Wir melden uns bei Ihnen ...“ Akquisition für Designer/-innen	12
13. Mai		Dynamic Storytelling und User Experience: Wie entwickle ich kreative Projekte im digitalen Raum?	12
16. September		Was kommunizierst du? Persönliche Wirkung im (Arbeits-)Alltag	10
17. September		Wer ist der Bestimmer? Konstruktives Arbeiten mit dem „Inneren Team“	5
11. November		„Wir melden uns bei Ihnen ...“ Akquisition für Designer/-innen	10
12. November		Marketing verstehen – welche Strategie verfolgt mein Kunde?	9
Tagesworkshops 2014	18. März	Führe dich selbst! Durch Selbstmanagement mehr Zeit und Raum für das Wesentliche im Arbeitsalltag	4
	25. März	Unverwechselbar dank Service Design	11
	31. März/ 01. April	Gut verhandeln – mehr erreichen!	12
	01. April	Erfolgreiche Verhandlungsführung für Designer/-innen	

Format Jahr	Datum	Veranstaltung	Teilnehmer
Tagesworkshops 2014	24. Juni	Design Thinking: interdisziplinär neue Lösungen entwickeln	12
	08. Juli	Präsentations-Probe	8
	06./07. Oktober	souverän präsentieren und überzeugend kommunizieren Die Kunst der Kommunikation	12
	10. November	Zusammenarbeit konstruktiv gestalten „Wir melden uns bei Ihnen ...“	12
	11. November	Akquisition für Designer/-innen Das liebe Geld:	12
	25. November	Honorare gestalten, verhandeln und Kunden binden Mein Karriereweg: Wo stehe ich, wo will ich hin, was kann ich dafür tun?	12
Tagesworkshops 2015	24. März	Geschäftsmodelle aufbauen und weiterentwickeln mit dem Business Model Canvas	5
	16. April	Gut verhandeln – mehr erreichen! Erfolgreiche Verhandlungsführung für Designer/-innen	10
	27. / 28. April	Design Thinking: interdisziplinär neue Lösungen entwickeln	12
	01. / 02. Juni	Auf den Punkt gebracht! Texten für Designer/-innen	8
	18. / 19. Juni	Marketing und Akquisition für Designer/-innen	10
	22. Juni	Finanzen im Griff – Preiskalkulation, Fördermöglichkeiten und finanzielle Absicherung	5
	25. / 26. Juni	Unverwechselbar dank Service Design	8
Workshopreihe 2012	26./27. April	Selbst-Analyse	14
	24./25. Mai	Positionierung und Persönlichkeit	14
	21./22. Juni	Finanzen	14
	16./17. August	Marketing und Kommunikation	14
	13./14. Sep.	Organisation und Management	14
	18./19. Oktober	Recht	14
Workshopreihe 2013	24./25. April	Selbst-Analyse	15
	30./31. Mai	Positionierung und Persönlichkeit	15
	20./21. Juni	Was ist meine Arbeit wert? Wie kalkuliere ich wirtschaftlich? Welches Geschäftsmodell verfolge ich?	15
	29./30. August	Marketing und Kommunikation	15

Format Jahr	Datum	Veranstaltung	Teilnehmer
Workshopreihe 2013	26./27. September	Organisation und Management	15
	24./25. Oktober	Recht	15
Workshopreihe 2014	08./09. Mai	Selbst-Analyse	12
	05./06. Juni	Positionierung und Persönlichkeit	12
	03./04. Juli	Was ist meine Arbeit wert? Wie kalkuliere ich wirtschaftlich? Welches Geschäftsmodell verfolge ich?	12
	01./02. September	Marketing und Kommunikation	14
	25./26. Sept.	Organisation und Management	14
	16./17. Oktober	Recht	14
Vorträge 2012	16. Februar	Facebook und XING: Ich bin dabei, und nun?	37
	06. März	Das Projekt im Blick: systematisch abgelegt statt verzettelt	20
	27. September	Fotos in der Unternehmenskommunikation: Urheberrecht, Nutzungsrecht, Persönlichkeitsrecht	24
	08. November	Vernetzte Kommunikation: Gestaltungsmöglichkeiten und Perspektiven für Designer/-innen	38
Vorträge 2013	28. Februar	Arm aber glücklich ist auch (k)eine Strategie! Überlegungen zu Wachstumsstrategien kleiner Unternehmen in der Kreativwirtschaft	36
	28. Mai	Nur ein kleiner Bildausschnitt und ein paar Takte Musik ... Urheber- und Verwertungsrechte im Internet	10
	10. September	Service Design: Dienstleistungen gestalten	21
Vorträge 2014	25. Februar	Alleinstellungsmerkmal „Design“? Positionierung für eine gelungene Selbstvermarktung	36
	20. Mai	Doppelt geschützt hält besser? Urheberrecht für Design und das neue „Designgesetz“	21
	12. Juni	Elevator-Pitch–sich überzeugend vorstellen in 60 Sekunden Kurz-Workshop	14
	14. Oktober	Transmedia Storytelling Geschichten über Produkte und Unternehmen neu erzählt	26

Format Jahr	Datum	Veranstaltung	Teilnehmer
Vorträge 2015	5. März	Ich bin ... Ich kann ... Ich biete ... Arbeitsheft zur gezielten Positionierung am Markt für selbstständige Designer/-innen und Kreative, Kurz-Workshop	20
	5. Mai	Von der Identität zur Marke Erfolgreiche Markenentwicklung für Designer und KMUs	26

Während der Design & Company: Exkursionen wurden Designunternehmen, Berliner Handwerksbetriebe und Technologie- und Innovationszentren besucht. Das Kennenlernen neuer Arbeitsstrukturen, Verarbeitungsmethoden und innovativer technischer Lösungen, diente der Anregung des eigenen unternehmerischen Handelns.

Freitag, 2. März 2012

Bombardier Transportation

Die Exkursion führte zu Bombardier Transportation in Hennigsdorf. Der Fokus von Bombardier Deutschland liegt dort auf der Entwicklung und Fertigung von Bahntechnik. Als einer der führenden Hersteller von Schienenverkehrstechnologie entwickelt und produziert Bombardier in Hennigsdorf Hochgeschwindigkeits-, Nahverkehrs- und Regionalzüge, U-Bahnen sowie Straßen- und Stadtbahnen. Gefertigt wurde hier u.a. die U- und S-Bahn für Berlin. Während der Exkursion wurden die Unternehmensstruktur, die Technik und das Design bei Bombardier Transportation thematisiert. Anhand von Beispielen wurde veranschaulicht, wie Fahrzeuge entstehen. Es wurde ein Einblick in den Produktionsablauf ermöglicht. Die Designateliers und die Endmontage wurden besichtigt und die Zusammenarbeit mit Designerinnen und Designern wurde erläutert.

Freitag, 15. Juni 2012

Creation Center der Telekom Innovation Laboratories

Diese Exkursion führte zum Creation Center der Telekom Innovation Laboratories. Das Creation Center entwickelt neue Produktideen für die Telekom. Unter Einbeziehung der Kunden selbst, Alltagsbeobachtungen, Recherchen und unterschiedlicher Kreativmethoden wie bspw. „Design Thinking“ entstehen hier Konzeptszenarien zukünftiger Service- und Produktideen für den Telekommunikationsbereich. Seit seiner Gründung 2008 fungiert das Creation Center als Plattform, auf der verschiedene Akteure mit einem interdisziplinären Team aus Forschung und Industrie im Innovationsprozess zusammenkommen, gemeinsam arbeiten und dabei voneinander lernen.

Während der Exkursion wurden die Forschungs- und Entwicklungsprozesse des Creation Center veranschaulicht. Anhand von Beispielen wurde gezeigt, wie Konzeptszenarien entstehen. Es wurde ein Einblick in die Räumlichkeiten und Organisationsabläufe gegeben sowie die Zusammenarbeit mit Designer/-innen thematisiert.

Freitag, 31. August 2012

De Gruyter Wissenschaftsverlag

Die Exkursion führte zum akademischen Fachverlag De Gruyter. Der Verlag, mit Hauptsitz in Berlin, publiziert seit über 260 Jahren Standardwerke für alle Bereiche der Geistes- und Naturwissenschaften: Fachzeitschriften, Datenbanken und zahlreiche Neuerscheinungen pro Jahr. Während der Exkursion wurde anhand von Beispielen gezeigt, wie Publikationen entstehen und diese auf den Markt kommen. Die Besonderheiten im Wissenschaftsbereich, Spezifisches zum Thema Buchgestaltung sowie die Zusammenarbeit mit Designer/-innen wurden thematisiert. Ein Beispiel ist hier das Erscheinungsbild des Traditionsverlages, welches kürzlich neu gestaltet wurde sowie die derzeit überarbeitete Innentypografie der Bücher. Die Zukunft des Buches, des elektronischen Publizierens und die Online-Entwicklung wurden ebenfalls angesprochen.

Freitag, 22. Februar 2013

Science Center Berlin

Die Exkursion führte ins Science Center Berlin. Unter dem Motto „Begreifen was uns bewegt“ präsentiert das Medizintechnik-Unternehmen Otto Bock eine interaktive Dauerausstellung zu den Themen Anatomie, Medizintechnik und Bionik. Bei alltäglichen Bewegungen wie Laufen oder Greifen geschehen im Körper komplexe und faszinierende Abläufe. Multimediale Installationen erklären diese spielerisch und laden dazu ein, Erfindungen zu verstehen, die eingeschränkte Mobilität wiederherstellen. Inszeniert wurde die Ausstellung von ART+COM. Während der Führung durch die Ausstellung ging es neben der Wissensvermittlung und dem Ausprobieren der Exponate auch um Themen wie die Entstehung der Ausstellung und Aspekte des Universal Designs.

Freitag, 22. März 2013

Druckhaus Berlin-Mitte, nachhaltige Printproduktion

Die Exkursion führte ins DBM Druckhaus Berlin-Mitte. Vor fast 130 Jahren mitten im Berliner Zeitungsviertel gegründet, bietet das Druckhaus heute den kompletten Service rund um den Digital- und Offset-Druck in umweltfreundlicher Herstellung an. Das Druckhaus ist FSC-zertifiziert und produziert nach den strengen Umweltmanagementrichtlinien der EU. 2010 wurde das Informationszentrum für nachhaltige Printproduktion (InaP) als branchenübergreifende Plattform für den Austausch verschiedener Interessengruppen der grafischen Industrie geschaffen. Nach einem Rundgang durch das Druckhaus wurde der Prozess der nachhaltigen Printproduktion erklärt. Im Anschluss wurden Druckbeispiele gezeigt und Kosten sowie Veredelungsmög-

lichkeiten erläutert. Auch wurden gute Argumente für den umweltfreundlichen Druck zur Beratung des Kunden und das Zusammenspiel zwischen Designer/-innen und Druckerei thematisiert.

Freitag, 23. August 2013

Holz- und Kunststoffplatten, Erwin Krüger KG

Die Exkursion führte zur Erwin Krüger KG. Das alteingesessene Berliner Großhandelsunternehmen für Holz- und Kunststoffplatten vertreibt Span-, Tischler- und MDF-Platten sowie sonstige Holzwerkstoff-Platten mit und ohne Dekor u.a. von Herstellern wie Abet Laminati oder Egger. Die Vielseitigkeit des Materials Holz regt Möbel-, Messe-, Ausstellungs-, Bühnen- und Innenraumgestalter/-innen zu neuen Ideen an. Nach einem Rundgang durch das in Teilbereichen vollautomatisierte Lager wurden das Sortiment zum Anfassen sowie Materialmuster, ein Design-Guide und das Abet Laminati-Workbook vorgestellt. Anschließend wurden Verarbeitungsmöglichkeiten und Produktbeispiele gezeigt. Außerdem wurden kurz die Weiterverarbeitung der Dekorplatten zu Möbelfertigteilen bei der Tochterfirma Horatec und die Berliner Niederlassung von Kula-Holz für massive Stammware und Furniere vorgestellt.

Freitag, 1. November 2013

Maren Thomsen, Produkte aus Pappe und Papier

Unsere letzte Exkursion führte zu Maren Thomsen. Seit 25 Jahren werden hier Pappe und Papier verarbeitet: durch Rillen, Stauchen, Stanzen und zahlreiche Veredelungstechniken entstehen Schachteln, Mappen, Bücher und Speisekarten. Die Produkte werden individuell und oft in kleinen Auflagen für Agenturen, Druckereien, die Industrie und

Gastronomie gefertigt. Nach einem Rundgang durch die Werkstätten wurden Muster, Materialien, Mechaniken und Verarbeitungsmöglichkeiten vorgestellt sowie Produkte zum Anfassen, Anwendungsbeispiele und Gestaltungsmöglichkeiten gezeigt.



Die Design & Company: Sprechstunde war das Angebot für eine individuelle Einzelberatung innerhalb eines bestimmten Themenfeldes. Im Einzelgespräch mit einem Coach oder einem/einer Berater/-in konnten eigene Stärken, Schwächen und Handlungsfelder identifiziert werden. Kompetenzen und Kompetenzdefizite wurden gemeinsam herausgearbeitet und Ziele bzw. Handlungsempfehlungen erstellt.

Freitag, 04. Mai und Montag, 07. Mai 2012

Selbsteinschätzung und individuelle Zielsetzung im Beruf

Wo stehe ich im Beruf? Wo will ich hin? Was hindert mich? Diese und weitere Fragen zur Entwicklung des eigenen Profils und Potenzials als Designer/-in waren Ausgangspunkte eines individuellen Coachings mit Klemens Wannemacher von Kreativ Coaching Berlin.

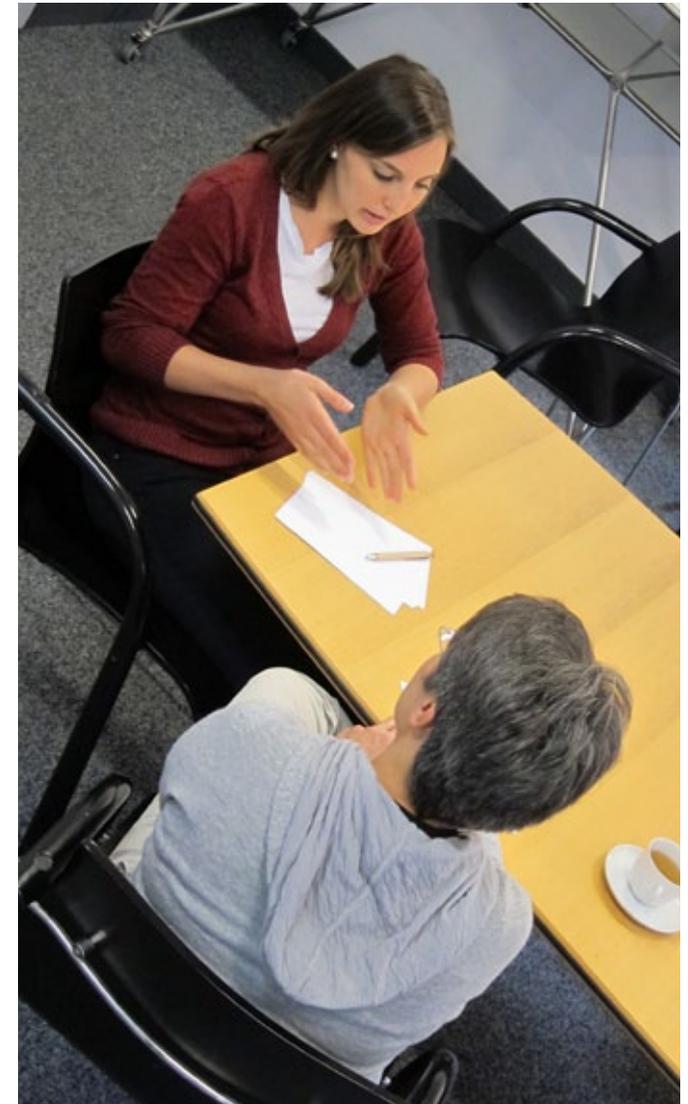
Klemens Wannemacher ist in Utrecht und Berlin ausgebildeter Coach, diplomierter Theaterregisseur und Sozialpädagoge. Er war in der künstlerischen Leitung der Kampnagel Kulturfabrik in Hamburg tätig und Programmmanager für die europäische Kulturhauptstadt Rotterdam.

Freitag, 01. Juni und Montag, 04. Juni 2012

Selbsteinschätzung und Unternehmens-Positionierung

Wie schätze ich mich und mein Design-Unternehmen ein? Wie positioniere ich mich? Was kommuniziere ich? Erst wenn ich weiß wer ich bin und was mein Unternehmen ausmacht, kann ich souverän handeln und überzeugend nach außen kommunizieren. Coach und Organisationsberaterin Andrea Bosch bot ein Einstiegscoaching zur Selbsteinschätzung und Unternehmens-Positionierung an. Ziel der Beratung war es, den Teilnehmer/-innen neue Handlungsspielräume zu eröffnen.

Andrea Bosch ist als ausgebildete Organisationsberaterin und Coach freischaffend tätig. Sie ist studierte Architektin und gelernte Kauffrau. Als Projektmanagerin und Teamleiterin hat sie viele Jahre an der Schnittstelle zwischen Management und Design für Markenarchitektur in Design-Agenturen gearbeitet.



Freitag, 21. September und Montag, 24. September 2012
Coaching für Designer/-innen: Berufliche Orientierung, Work-Life-Balance

Ich möchte oder muss mich beruflich verändern, wie gelingt mir der Neuanfang? Der Job frisst mich auf, wie bekomme ich meinen Arbeitsalltag besser in den Griff? Fragen zur beruflichen Orientierung und zum Selbstmanagement waren Ausgangspunkte einer individuellen Einzelberatung durch Indra Sarkar. Das gründliche und ehrliche Reflektieren der eigenen beruflichen Situation ermöglicht erste Schritte hin zu einer positiven Veränderung.

Indra Sarkar ist seit 2005 Personalberaterin bei DESIGNER-DOCK und seit 2008 freiberuflicher Coach. Sie studierte BWL, Organisations- und Wirtschaftspsychologie und Marketing. Sie war in und für Unternehmen als Beraterin, Projektmanagerin und Geschäftsführerin tätig.

Freitag, 30. November und Montag, 03. Dezember 2012
Recht für Designer/-innen: Verträge, Ideenschutz und rechtspraktische Tipps

Wie schütze ich meine Ideen? Was sind meine Geschäftsbedingungen und welche Risiken gehe ich ein? Diese und weitere Fragen zu den Themen Verträge, Lizenzen, Kooperationsvereinbarungen, Gewährleistung und rechtspraktische Tipps für den Designbereich waren mögliche Aspekte einer individuellen Rechtsberatung durch Dr. Christian Volkmann und Raphael Gaßmann, Rechtsanwälte bei Merleker Mielke. Die Rechtsanwälte **Dr. Christian Volkmann** und **Raphael Gaßmann** beraten Agenturen, Designer/-innen und Unternehmen in allen Fragen des Schutzes geistigen Eigentums, bei der Vertragsgestaltung sowie bei der Klärung und Wahrnehmung ihrer Rechte. Dr. Christian Volkmann ist zugleich Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz.



Montag, 06. Mai und Dienstag, 07. Mai 2013

Profilentwicklung und Potenzialentfaltung im Beruf

Wo stehe ich im Beruf? Wo will ich hin? Was hindert mich? Wie komme ich ins Handeln? Diese und weitere Fragen zur Entwicklung des eigenen Profils und Potenzials als Designer/-in waren Ausgangspunkte eines individuellen Coachings mit Klemens Wannemacher von Kreativ Coaching Berlin.

Klemens Wannemacher ist ausgebildeter Coach und Trainer mit einem ganzheitlich lösungsorientierten Coachingansatz. Der diplomierte Theaterregisseur und Sozialpädagoge arbeitete 16 Jahre lang international als Kulturmanager in künstlerischen Führungspositionen und kreativen Teams. Seit fünf Jahren begleitet er Akteure der Berliner Kreativwirtschaft bei der Profilentwicklung und berät in Karrierefragen.

Freitag, 07. Juni und Montag, 10. Juni 2013

Zeig was du kannst!

Individuelle Portfolioberatung

Wie zeige ich am besten, was ich kann? Wie vermittele ich potenziellen Kunden meine Leistung? Welche Projekte machen auf meiner Website Sinn? Was nehme ich mit zum Kunden und was fliegt heraus aus der Mappe? Anke Krey und Torsten Haase, langjährige Berater der Personalvermittlung DESIGNERDOCK, wissen genau was für welche Kunden wichtig ist. Während der individuellen Beratung wurde das Portfolio (z.B. Website, analoge/digitale Mappe, etc.) analysiert und konstruktives Feedback zur Projektauswahl und Präsentationsform gegeben.

Anke Krey ist bei DESIGNERDOCK als Personalberaterin u.a. für die Kommunikationsdesigner/-innen zuständig. Als studierte Kommunikationsdesignerin war sie für Agenturen

wie Milton Glaser Inc., Lintas sowie Leonhardt und Kern aktiv. **Torsten Haase** ist bei DESIGNERDOCK als Personalberater für den Bereich Interactive Design zuständig. Er hat Visuelle Kommunikation an der UdK Berlin studiert und arbeitete als Art Direktor bei Pixelpark. Anschließend sammelte er Erfahrungen als Netzwerkgründer und freier Online Art Direktor.

Freitag, 06. September und Montag, 09. September 2013

„Her mit dem Geld!“ Kalkulieren, Verhandeln, Gründen und Wachsen für Designer/-innen

Wie kalkuliere ich den Stundensatz lukrativ und wie verhandle ich erfolgreich mit dem Kunden? Wie plane ich die Unternehmensfinanzen wachstumsorientiert? Wie sichere ich mich sozial ab oder wie bereite ich einen Businessplan vor? Fragen wie diese waren Ausgangspunkt einer individuellen Einzelberatung durch den Berater und Coach Thorsten Harms. Aspekte, die das Finanzamt oder die Künstlersozialkasse betreffen, konnten hier ebenfalls thematisiert werden. Außerdem konnte die Sprechstunde als Einstiegsgespräch zur Existenzgründung dienen und Fragen zur Begleitung und Finanzierung klären.

Thorsten Harms ist studierter Kulturwissenschaftler und Betriebswirt. Als ausgebildeter Berater und Coach berät er

seit über zehn Jahren in den Bereichen Kommunikation und Karriereplanung. Er unterstützt Unternehmen der Kreativwirtschaft bei der Gründung und in ihrer Wachstumsphase. U. a. war er Dozent an der design akademie berlin, ist momentan als Coach für das Kreativ Coaching Center tätig und für die KfW-Bankengruppe gelistet.

Freitag, 18. Oktober und Montag, 21. Oktober 2013

Coaching für Designer/-innen:

Berufliche Orientierung und Work-Life-Balance

Ich möchte oder muss mich beruflich verändern, wie gelingt mir der Neuanfang? Der Job frisst mich auf, wie bekomme ich meinen Arbeitsalltag besser in den Griff? Fragen zur beruflichen Orientierung und zum Selbstmanagement waren Ausgangspunkte einer individuellen Einzelberatung durch Indra Sarkar. Das gründliche und ehrliche Reflektieren der eigenen beruflichen Situation ermöglicht erste Schritte hin zu einer positiven Veränderung.

Indra Sarkar ist seit 2005 Personalberaterin bei DESIGNERDOCK und seit 2008 freiberuflicher Coach. Sie studierte BWL, Organisations- und Wirtschaftspsychologie und Marketing. Sie war in und für Unternehmen als Beraterin, Projektmanagerin und Geschäftsführerin tätig.

„Sehr gute Atmosphäre und sehr professionelle Fachleute mit Kompetenz und Einfühlungsvermögen.“

Die Design & Company: Orientierungsberatung ersetzt als Angebot für eine individuelle Einzelberatung die Design & Company: Sprechstunde. Die Design & Company: Orientierungsberatung bot individuelle lösungsorientierte Einzelgespräche zu Fragen der beruflichen Orientierung und zu unternehmerischen Themen.

Im Einzelgespräch mit der Beraterin Esther Schaefer wurden Zielvorgaben definiert, Lösungsansätze durchgespielt und erste Schritte geplant. Die Teilnehmer/-innen erhielten Fachinformationen sowie Hinweise auf weiterführende Angebote, Methoden und Beratungsstellen.

Esther Schaefer ist Kommunikationsdesignerin und Autorin der Publikation »Ich bin ... Ich kann ... Ich biete ... – Arbeitsheft zur gezielten Positionierung am Markt für selbstständige Designer/innen«. Seit 2012 berät sie zu beruflichen Fragen rund um das Eigenmarketing, das Selbst- und das Projektmanagement. Zuletzt war sie fünf Jahre für die inhaltliche Gestaltung des Weiterbildungsprogramms »Design & Company« am IDZ verantwortlich. Nun bietet sie Unternehmen und Organisationen Workshop-Moderation für Teams und Arbeitsgruppen zur Entwicklung kreativer Lösungen und neuer Ideen an.



„Interessante Anregungen bekommen. Ich muss weiter daran arbeiten. Bin sehr zufrieden.“

Wie lassen sich neue berufliche Herausforderungen für Designer/-innen meistern und wo lässt es sich besser austauschen und diskutieren als am Küchentisch?
Das IDZ brachte sechzehn Designerinnen und Designer zu unterschiedlichen berufspraktischen Themen als Experten in eigener Sache zum „Strategiekreis am Küchentisch“ zusammen. An vier Abenden wurden durch kollegialen Austausch untereinander neue unternehmerische Strategien ausgelotet. Moderiert wurde der Strategiekreis von Lucas Verweij und Klemens Wannemacher.

Mit dem Ziel, voneinander zu lernen und sich gegenseitig weiter zu helfen, kamen fachliche Erfahrungen und Methoden auf den Küchentisch. Anschließend fand in Dreiergruppen ein Austausch zu unternehmerischen Strategien statt. Mit der kompakten Variante der – in einigen Berufsgruppen schon praktizierten – Strategiekreise und der kollegialen Fallberatung gaben die Abende Gelegenheit zu Selbstreflexion und Vernetzung. Die Teilnehmer/-innen beteiligten sich aktiv, es gab keine Zuschauer am Rande.

Lucas Verweij ist Journalist und Designer, als Moderator, Projektinitiator und Ausstellungsmacher ist er international tätig. Klemens Wannemacher ist ausgebildeter Coach, Trainer, diplomierter Theaterregisseur und Sozialpädagoge.

Donnerstag, 06. September 2012

Die Balance von kreativem Input und finanziellem Output

Moderierter Austausch, Diskussion und kollegiale Fallberatung zu folgendem Thema: die Balance von kreativem Input und finanziellem Output. Wann ist (m)ein Geschäft rentabel, welche Wertschätzung erfährt es und was ist (mir) dabei besonders wichtig? Durch den kollegialen Austausch, moderiert von Lucas Verweij und Klemens Wannemacher, wurden neue unternehmerische Strategien ausgelotet.

Dienstag, 23. Oktober 2012

Veränderungen konstruktiv nutzen: neue Arbeitsfelder für Designer/-innen

Moderierter Austausch, Diskussion und kollegiale Fallberatung zu Fragen wie: Durch welche äußeren und inneren Einflüsse verändert sich mein Berufsleben? Wie kann ich Veränderungen konstruktiv nutzen? Welche Arbeitsfelder kann ich mir als Designer/-in neu oder anders erschließen? Durch den kollegialen Austausch, moderiert von Lucas Verweij und Klemens Wannemacher, wurden neue unternehmerische Strategien ausgelotet.



Dienstag, 19. Februar 2013

Schwerpunkte im Beruf:

in unsicheren Zeiten fokussieren, Ziele setzen und erreichen

Moderierter Austausch, Diskussion und kollegiale Fallberatung zu Fragen wie: Worauf fokussiere ich mich beruflich und welche Prioritäten will ich setzen? Wo liegt zukünftig der Schwerpunkt meiner Positionierung und welche Strategien helfen mir dabei? Ist es an der Zeit, ein „Gemischtwarenangebot“ zu bereinigen und/oder unrentable Geschäftsfelder abzustoßen? Besetze ich stattdessen eine Spezialisierungsnische und konzentriere meine Kraft auf den wirkungsvollsten Punkt? Wage ich das in einer Zeit der sich verändernden Märkte und wirtschaftlicher Unsicherheit? Durch den kollegialen Austausch, moderiert von Lucas Verweij und Klemens Wannenmacher, wurden neue unternehmerische Strategien ausgelotet.

„Ich sehe mehr beziehungsweise andere Perspektiven und kann planvoller agieren.“

Donnerstag, 21. März 2013

Als Designer/-in aktiv und erfolgreich die eigene Berufssituation gestalten!

Moderierter Austausch, Diskussion und kollegiale Fallberatung zu Fragen wie: Welche Strategien gibt es, um als Designer/-in (wirtschaftlich) erfolgreich zu sein? Was kann ich tun, um selbst aktive/-r Gestalter/-in meines Unternehmens zu sein? Was setze ich einer abwartenden oder passiven Haltung entgegen? Wodurch ändere ich meine Situation, meine Wahrnehmung oder andere Faktoren, um meinen Platz im Markt einzunehmen? Gibt es alternative Modelle und Möglichkeiten, um meine Einkünfte zu generieren?

Während der ein- oder zweitägigen Design & Company: Einzelworkshops wurden in einer Gruppe mit 12 Teilnehmer/-innen gezielt Themen und Aspekte vertieft. Anhand von Übungen, praktischen Beispielen und Kurzvorträgen wurden neue Strategien, Kriterien und Methoden erlernt.

Montag, 19. März 2012

Designer/-innen als Unternehmer/-innen: Selbstverständnis und Wirkung

Selbstständige Designer/-innen sind immer auch Unternehmer/-innen, haben aber meist ein völlig anderes Selbstverständnis und Auftreten. Daraus resultiert nicht selten, dass für eine gelungene gestalterische Arbeit der erwartete Erfolg ausbleibt. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Unternehmerpersönlichkeit führt zu einer überzeugenderen Wirkung und verbessert die Positionierung am Markt. Was unternehmerisches Handeln vom einfachen Machen unterscheidet und unter welchen persönlichen Voraussetzungen Designer/-innen eigentlich erfolgreich sind, zeigte der Coach und Karriereberater **Thorsten Harms**. Der Tagesworkshop öffnete den Blick auf die wichtigsten Grundvoraussetzungen einer Selbstständigkeit. Den zwölf Teilnehmer/-innen wurden durch theoretischen Input, praktische Übungen, Rollenspiele und Eigeneinschätzungen eine Analyse der eigenen Stärken ermöglicht und Entwicklungsmöglichkeiten im unternehmerischen Handeln aufgezeigt.

Dienstag, 20. März 2012

Gemeinsam zum Ziel: Mitarbeiterführung und Teamaufbau in der Designwirtschaft

Projekte werden größer, Agenturen wachsen, Ansprüche verändern sich. Rollenwechsel finden statt: aus Designer/-innen werden Führungskräfte. Neben der inhaltlich-gestalterischen Arbeit als Designer/-in sind nun weitere Fähigkeiten gefordert. Es gilt ein Team aufzubauen und erfolgreich zu führen. Während vorher meist Fachkompetenz zählte, stehen jetzt Themen wie Autorität, Teamaufbau und Motivationsfähigkeit im Mittelpunkt. Viele Führungskräfte wissen

sehr genau, wie ihr Ziel aussieht. Jedoch müssen sie ihre Vorstellungen dem Team vermitteln können, so dass sich ein gemeinsames Ziel entwickelt. Wie das funktioniert, zeigte der Coach und Karriereberater **Thorsten Harms**. Der Tagesworkshop unterstützte angehende oder bereits leitende Führungspersönlichkeiten dabei, ein Team aufzubauen, gezielt zu motivieren und Konflikte konstruktiv beizulegen. Den zwölf Teilnehmer/-innen wurde durch theoretischen Input, praktische Übungen, Rollenspiele und Eigeneinschätzungen der Weg zu einer gelungenen Teamführung aufgezeigt.

Thorsten Harms ist studierter Kulturwissenschaftler und Betriebswirt. Als ausgebildeter Trainer und Coach berät er seit über zehn Jahren in den Bereichen Kommunikation und Karriereplanung und ist auf die Existenzgründung von Designerinnen und Designern spezialisiert. U. a. war er Dozent an der Design Akademie Berlin, ist momentan an der Internationalen Berufsakademie für Betriebswirtschaft tätig und ist als Coach für die KfW-Bankengruppe gelistet. Mehr über ihn unter www.th-coaching.info.

„Ich kann mich nun besser positionieren.“

Montag, 11. Juni 2012

Und was machst du so?

Selbstvermarktung für Designer/-innen

Zur erfolgreichen Vermarktung von Design-Leistungen und Auftragsakquisition gehört auch die Vermarktung der Designerin/des Designers selbst. Das ist nicht einfach und für viele unangenehm. „...Und was machst du so?“ ist gar nicht so einfach zu beantworten, wenn das Gegenüber tatsächlich verstehen soll, was ich biete und warum ich die/der Richtige für einen Auftrag bin. Kommunikationstrainerin und Unternehmensberaterin **Ida Storm Jansen** zeigte, was vom Lebenslauf wichtig ist und welche Informationen über die eigene Person relevante Verkaufsargumente sind. Sie gab praktische Tipps, sich gekonnt auf dem schmalen Grad zwischen souveränem Auftritt und übertriebener Selbstdarstellung zu bewegen. Die zwölf Teilnehmer/-innen erhielten durch Übungen, Austausch und Fachwissen praxisorientierte Anregungen zur erfolgreichen Selbstvermarktung.

Dienstag, 12. Juni 2012

Das liebe Geld: Design-Honorare gestalten, verhandeln und Kunden binden

„Beim Geld hört die Freundschaft auf“, sagt der Volksmund, und das ist schade. Besonders in der Kreativwirtschaft duzen wir uns freundlich mit unseren Kunden, genießen ein entspanntes Arbeitsverhältnis–bis es ums Geld geht und es kracht. Doch zu jedem Streit gehören bekanntlich immer zwei, auch wir Designer/-innen tragen dazu bei. Wir können beispielsweise lernen, unsere Kalkulation besser zu kommunizieren und damit Streitigkeiten vorzubeugen. Kommunikationstrainerin und Unternehmensberaterin **Ida Storm Jansen** vermittelte einen konstruktiven Umgang mit Geld ohne die

Freude am Auftrag zu verlieren. Durch Übungen, Vermittlung von Fachwissen und Erfahrungen aus der Praxis lernten die zwölf Teilnehmer/-innen, wie man als Designer/-in Honorare kalkuliert, diese verhandelt und Konflikte mit dem Kunden vorbeugt bzw. professionell meistert.

Ida Storm Jansen ist Unternehmensberaterin und auf Vermarktung und Kommunikation spezialisiert. Von 2002 bis 2009 war sie an beiden Seiten des Marketingtisches tätig, sowohl auf Agentur- als auch auf Auftraggeberseite. Seit 1996 unterrichtet sie Kommunikation an Universitäten und Hochschulen. Seit 2009 begleitet sie als Unternehmensberaterin Berliner Kreative auf dem Weg in die Selbständigkeit.

Freitag, 10. August 2012

Von der Selbst-Analyse zur Positionierung

„Wo stehe ich momentan und wie kann ich mich positionieren?“, „Was fehlt mir noch, um mich zu positionieren?“, diese Fragen und Aspekte wie ‚ich und die Anderen‘, Persönlichkeit und das Selbstverständnis als Unternehmer/-in waren Themenschwerpunkte des Tagesworkshops. Die Teilnehmer/-innen erarbeiteten vorab einen Fragen-/Themenüberblick. Hiervon ausgehend erhielten sie durch moderierten Austausch und Diskussion Anregungen zur Positionierung ihres Unternehmens.

Klemens Wannemacher ist ausgebildeter Coach und Trainer mit einem ganzheitlich lösungsorientierten Coachingansatz. Der diplomierte Theaterregisseur und Sozialpädagoge arbeitete 16 Jahre lang international als Kulturmanager in künstlerischen Führungspositionen und kreativen Teams. Seit vier Jahren begleitet er Akteure der Berliner Kreativwirtschaft bei der Profilentwicklung und berät in Karrierefragen.



Montag, 29. Oktober 2012

Social Media Strategien für Kunden gestalten

Kein Kunde mehr ohne Social Media Strategie! Wer sich in sozialen Netzwerken bewegt, muss im Vorfeld genau wissen, was er dort will. Ehrliches Nutzer-Feedback in Echtzeit und unklare Zuständigkeiten im Unternehmen, lassen viele Entscheider auf Kundenseite vor Social Media Kommunikation zurückschrecken. Hier ein strategisches Fundament für die Social Media Kommunikation als Teil des Brandings sowie der Innen- und Außenwahrnehmung zu schaffen, bietet Kreativagenturen eine große Chance, sich gewinnbringend zu positionieren.

Anhand von Beispielen aus der Produktkommunikation, dem Gesundheitswesen sowie von Verbänden und Stiftungen veranschaulichte Juliane Zielonka Hintergründe von Social Media Strategien. Sie verdeutlichte, wodurch Kunden für Produkte oder Dienstleistungen gewonnen werden, wie Zielgruppen finden, was sie suchen und wie ein Dialog entfacht wird. Die zwölf Teilnehmer/-innen erhielten durch Übungen, Austausch und Fachwissen praxisorientierte Anregungen, um Social Media Strategien gemeinsam mit ihren Kunden erfolgreich zu gestalten und zu nutzen. Ziel des Workshops war es, einen Fragenkatalog zur Optimierung des Briefingprozesses mit dem Kunden zu erarbeiten.

Juliane Zielonka ist Dipl. Marketing-Kommunikationswirtin und ausgebildete Grafikdesignerin. Seit 18 Jahren bewegt sie sich souverän durch den digitalen Raum. Mit ihrem Verlag für Publishing & Corporate Media Services publiziert sie Content für den Health 2.0 Sektor und entwickelt Social Media Strategien für Marken wie z.B. PFAFF.

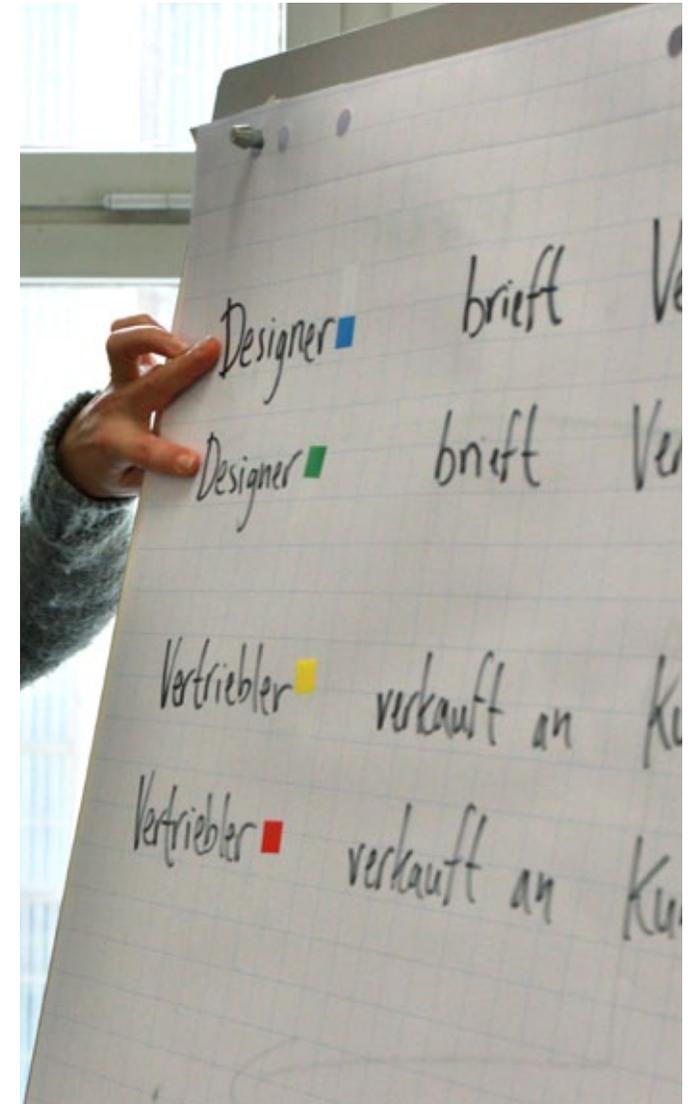
Dienstag, 30. Oktober 2012

Die Facebook Fanpage für das Eigenmarketing nutzen

Welche Möglichkeiten bietet mir die Facebook Fanpage, um mein Designunternehmen und meine Projekte zu vermitteln? Wie nutze ich die Fanpage zur Kommunikation mit meinen Zielgruppen und meinen Kunden? Was ist technisch und gestalterisch überhaupt möglich und was macht redaktionell Sinn? Anhand der konkreten Einrichtung oder Überarbeitung und Auseinandersetzung mit der eigenen Fanpage wird deutlich, wie sich diese als sinnvolle Ergänzung zur Homepage für das Eigenmarketing nutzen lässt.

Andreas Naurath zeigte den zwölf Teilnehmer/-innen Optionen und Tools zur Gestaltung und Pflege der Fanpage. Ziel des Workshops war es, die Fanpage unter fachlicher Anleitung soweit einzurichten, dass im Anschluss an den Workshop mit dem erlernten Wissen eigenständig weiter daran gearbeitet werden kann.

Andreas Naurath ist Fotograf und diplomierter Kommunikationswirt. Er nutzt das Internet seit 1988. Als Projektleiter war er schon in den Pionierzeiten des Lernens am Computer involviert und entwickelte interaktive Lernprogramme u. a. für die Hypovereinsbank. Heute lehrt er Online Marketing und Social Media an Hochschulen, in Unternehmen und Verbänden.



Montag, 26. November 2012

Schnittstelle Analog & Digital Media: neue Konzepte und ihre wirksame Vermittlung

Die analoge und die digitale Welt überlagert sich zunehmend, es entstehen neue Schnittstellen, an welchen Kreative sich einen Spielraum für innovative und intelligente Konzepte erobern können. So springen bspw. bei J.K. Rowlings Harry-Potter-Adaption für das Wonderbook Figuren aus dem Buch und Szenarien werden durch dreidimensionale Inhalte lebendiger. Welche Anwendungen machen wofür Sinn? Wie werden diese wahrnehmbar und für wen? Wie entsteht User Experience (Erfahrung, Erleben und Umgang der Nutzer mit

der Anwendung)? Welche User Experience dient welchem Zweck? User Experience ist viel mehr als nur ansprechendes Design oder eine gut gemachte Bedienung—sie basiert auf positiven Emotionen und dahinter stehenden Benutzerbedürfnissen. **Sylke Holtz** vermittelte Methoden zur gezielten Gestaltung der User Experience. Im Workshop wurden Konzeption, Interaktion, Design und Nutzererlebnis (UX) anhand von Beispielen vorgestellt, untersucht und analysiert. Die zwölf Teilnehmer/-innen wandten die Vorgehensweise zur Entwicklung von User Experience für ihre Projektidee selbst im Workshop an. Ziel des Workshops war es, Methoden (User Centered Design Prozesse, User Experience,

Personas, User Szenarien) an die Hand zu bekommen, um User Experience für Projektideen an der Schnittstelle von Analog & Digital Media zu entwickeln.

Sylke Holtz ist Designerin und Expertin für die Konzeption digitaler Medien und User Experience Design von interaktiven Anwendungen. Sie entwickelte als selbständige Berliner Designerin u.a. Anwendungen für Cornelsen bspw. im Forschungsprojekt „Evolving Books“ (Schnittstelle von physischem und virtuellem Raum mit dem Buch). Seit 2002 ist sie in der universitären Lehre tätig.

„Viele Anregungen. Sehr gut.“



Montag, 11. März 2013

Design als Business!

Unternehmerische Potenziale durch betriebswirtschaftliches Wissen erkennen und aktiv gestalten

Die Kreativwirtschaft boomt, doch warum entwickelt sich mein/unser Design-Unternehmen eher bescheiden? Im Tagesgeschehen kommt der betriebswirtschaftliche Blick auf das eigene Unternehmen häufig zu kurz. Doch gerade klassische Instrumente der Betriebswirtschaft ermöglichen es Kreativunternehmen, gewünschte zukünftige Entwicklungen aktiv mit zu gestalten. Der Coach und Karriereberater Thorsten Harms zeigte anschaulich, was sich hinter Begriffen wie Marktpotenzial, Positionierung und Portfolioanalyse verbirgt und wie sich das eigene Unternehmen durch einfache Mittel besser einschätzen lässt.

Der Tagesworkshop hatte das Ziel, nicht nur eine Vorstellung von der eigenen Marktstellung zu bekommen, sondern Potenziale zu erkennen und die Zukunft besser planen zu können. Die zwölf Teilnehmer/-innen lernten durch theoretischen Input, Analysen und Austausch ihr Design-Unternehmen aus betriebswirtschaftlicher Perspektive besser kennen, um nötige Veränderungen voran zu bringen und Ziele einfacher zu erreichen.

Thorsten Harms ist studierter Kulturwissenschaftler und Betriebswirt. Als ausgebildeter Trainer und Coach berät er seit über zehn Jahren in den Bereichen Kommunikation und Karriereplanung. Er unterstützt Unternehmen der Kreativwirtschaft bei der Gründung und in ihrer Wachstumsphase. U. a. war er Dozent an der Design Akademie Berlin, ist momentan als Coach für das Kreativ Coaching Center tätig und für die KfW-Bankengruppe gelistet.

Dienstag, 12. März 2013

„Wir melden uns bei Ihnen ...“–

Akquisition für Designer/-innen

Wer selbstständig ist, muss sich selbst ständig verkaufen. Das ist anstrengend und fällt vielen Designer/-innen nicht leicht. Oft ist auch schon ein erster Schritt getan, doch dann rührt sich keiner mehr. Wann und wie habe ich nach, wenn mir versichert wurde „Wir melden uns bei Ihnen...“? Sind Vertriebsunsitten wie Aufdringlichkeit, Schmeichelei und Selbstbeweihräucherung wirklich unangenehm, aber nötig? Wie man bei der Akquisition man selbst bleiben kann und sich trotzdem besser verkauft, zeigte die Kommunikations-trainerin und Vermarktungsberaterin Ida Storm Jansen. Sie vermittelte, wie Akquisearbeit leicht und vergnüglich sein kann. Wenn das gelingt, lässt sich die Akquisition einfacher in den beruflichen Alltag integrieren. Die zwölf Teilnehmer/-innen erhielten durch Übungen, Austausch und Wissen praxisorientierte Anregungen zur erfolgreichen Gewinnung neuer Kunden.

Ida Storm Jansen ist Unternehmensberaterin und auf Vermarktung und Kommunikation spezialisiert. Sie war 5 Jahre als Kontakterin für eine Berliner Agentur tätig, hat danach 2 Jahre lang als Marketing Managerin Verkaufsanrufe empfangen und unterrichtet seit 1996 Kommunikation an Universitäten und Hochschulen.



Montag, 13. Mai 2013

Dynamic Storytelling und User Experience:

Wie entwickle ich kreative Projekte im digitalen Raum?

Der Mensch denkt in Geschichten und Erlebnissen. Im digitalen Zeitalter können diese Geschichten und Erlebnisse an verschiedenen Orten und durch unterschiedliche Formate entstehen. Beispielsweise messen Passanten vor einer interaktiven Schaufensterinstallation eines Sportbekleidungs-Herstellers ihre Hochsprungkraft mit anderen oder leihen in der U-Bahn per Smartphone über Werbebanner virtuell Bücher aus einer Bibliothek aus. Doch wie führt man für seine Themen die einzelnen Bausteine aus Formaten und Medien zu einer „Erlebnis-Geschichte“ im digitalen Raum zusammen? Im Mittelpunkt des Tagesworkshops mit Sylke Holtz und Heike Albig standen Work-Sessions mit Kreativ-Methoden und Skizzen. Aus diesem Zusammenspiel wurden schlüssige Handlungsszenarien und eindrucksvolle User Experience benutzerfreundlich in ersten Konzeptansätzen entwickelt. Der Tagesworkshop zeigte wie mit entsprechenden Methoden Zusammenhänge, Botschaften und Erlebnisse klar und unterhaltsam vermittelt werden können. Es wurden Projektbeispiele vorgestellt, untersucht und analysiert. Gearbeitet wurde mit Tools für die erfolgreiche Entwicklung von User Experience u. a. Storytelling, Personas, User Szenarien, Wireframes und Storyboarding. Die zwölf Teilnehmer/-innen wandten diese Tools für ihre Projektidee selbst im Workshop an. **Sylke Holtz** ist Expertin für die Konzeption digitaler Medien und User Experience Design. Sie berät und entwickelt für Unternehmen digitale Strategien und konzipiert zukunftsweisende interaktive Projekte u.a. für den Cornelissen Verlag. Seit 2002 ist sie in der universitären Lehre tätig und unterrichtet User Centered Design. Davor wirkte sie in

Agenturen wie Frog Design an internationalen Digital Media Projekten mit. **Heike Albig** ist Expertin für die kreative Entwicklung und Konzeption von Design- und Kommunikationsprozessen sowie für die Moderation von Workshops und für Impulsvorträge. Seit Januar 2012 ist sie mit Albig + With selbständig und berät Kunden in marken- und kommunikationsstrategischen Fragen. Zuvor war sie u.a. als Creative Director bei MetaDesign für die Entwicklung und Umsetzung von internationalen Branding Prozessen zuständig.

Montag, 16. September 2013

Was kommunizierst du?

Persönliche Wirkung im (Arbeits-)Alltag

Wie erscheine ich bei einem Meeting? Wen schaue ich bei der Entwurfspräsentation an? Wie trete ich eigentlich auf? Wie wirke ich auf andere und was bewirke ich dadurch? Ob bei der ersten Begegnung oder während der Zusammenarbeit, die nonverbale Kommunikation wirkt ständig und beeinflusst den Arbeitsprozess. Die Trainerin **Andrea Naurath** zeigte, wie und was wir durch unsere innere und äußere Haltung vermitteln. Der Tagesworkshop gab Gelegenheit, sich in der 12-köpfigen Teilnehmergruppe auszuprobieren und bewusst eigene nonverbale Erfahrungen zu machen. Durch kurzweilige, praktische Übungen und etwas theoretischen Input wurden Impulse für ein gelungenes Auftreten gegeben, dem eigenen Stil entsprechend.

Dienstag, 17. September 2013

Wer ist der Bestimmer?

Konstruktives Arbeiten mit dem „Inneren Team“

Wer ist der Entscheider in mir und wer zögert? Wer ist kreativ und wer verhandelt den Preis? Wer erhebt höchste

Ansprüche an Qualität und Leistung und wer sehnt sich nach einer Pause? Mehr als zwei Seelen befinden sich in unserer Brust: ein ganzes „Inneres Team“ scheint oftmals dort zu diskutieren. Bei der Komplexität der Anforderungen, die Arbeit und Alltag an uns stellen, ist das nicht verwunderlich. Der innere Widerstreit wird als das „Innere Team“ beschrieben und birgt ungeahnte Reserven. Die Trainerin **Andrea Naurath** zeigte, wie durch den bewussten Umgang mit unseren inneren Widersprüchen Kräfte entstehen, die uns im (Arbeits-)Alltag unterstützen und bereichern. Durch theoretischen Input und praktische Übungen erfuhren die 12 Teilnehmer/-innen des Tagesworkshops, wie sie ihre persönlichen Fähigkeiten und Möglichkeiten mittels des „Inneren Teams“ besser nutzen können.

Andrea Naurath ist studierte Schauspielerin, Trainerin und Coach mit den Schwerpunkten Präsentation, Sprechen vor Menschen und Persönlichkeitsentwicklung. Seit über 15 Jahren trainiert sie Berufstätige unterschiedlicher Branchen, Studierende an Universitäten und Fachhochschulen und verfügt mittlerweile über zehn Jahre Erfahrung in der Einzelberatung.

Montag, 11. November 2013

„Wir melden uns bei Ihnen ...“

Akquisition für Designer/-innen

Wer selbstständig ist, muss sich selbst ständig verkaufen. Das ist anstrengend und fällt vielen nicht leicht. Oft ist ein erster Schritt getan, doch dann meldet sich der potenzielle Kunde nicht mehr. Wann und wie habe ich nach, wenn mir versichert wurde „Wir melden uns bei Ihnen...“? Sind Vertriebsunsitten wie Aufdringlichkeit und Selbstbeweihräucherung wirklich nötig? Wie man bei der Akquisition sich selbst treu bleiben kann und sich trotzdem besser verkauft, zeigte die Kommunikationstrainerin und Vermarktungsberaterin Ida Storm Jansen. Sie vermittelte, wie Akquisearbeit leicht und vergnüglich sein kann. Wenn das gelingt, lässt sich die Akquisition einfacher in den beruflichen Alltag integrieren. Die zwölf Teilnehmer/-innen erhielten durch Übungen, Austausch und Wissen praxisorientierte Anregungen zur erfolgreichen Gewinnung neuer Kunden.

Ida Storm Jansen ist Unternehmensberaterin und auf Vermarktung und Kommunikation spezialisiert. Sie war 5 Jahre als Kontakterin für eine Berliner Agentur tätig, hat danach 2 Jahre lang als Marketing Managerin Verkaufsanrufe empfangen und unterrichtet seit 1996 Kommunikation an Universitäten und Hochschulen.

Dienstag, 12. November 2013

Marketing verstehen – welche Strategie verfolgt mein Kunde?

Welche Marketingstrategie verfolgt mein Auftraggeber? Und wie beeinflusst seine Strategie mein Produkt-, Corporate oder Service Design? Um als Designer/-in Kunden bestmöglich verstehen und beraten zu können, sind grundlegende

Marketing-Kenntnisse unerlässlich. Wer ein Verständnis für marketingstrategische Zusammenhänge hat, begegnet Auftraggebern auf Augenhöhe. Bedürfnisse und Zielstellungen der Unternehmensseite werden aktiv in den Briefingprozess aufgenommen und fließen optimal in die gestalterische Arbeit ein. Der Strategieberater und Kommunikationswirt Bernd Kolb zeigte, welche Kenntnisse hilfreich sind, um die Perspektive der Marketingverantwortlichen besser zu verstehen, mit dem Ziel, die Zusammenarbeit an der Schnittstelle Design und Marketing zu verbessern. Der Workshop vermittelte die einzelnen Phasen und Instrumente des Mar-

ketingmanagementprozesses anhand von Fachwissen und Übungen sowie Einblicken in den Agentur-Alltag. **Bernd Kolb** ist studierter Kommunikationswirt und Strategieberater. Als Berater und Projektleiter der PLEXGROUP entwickelt er seit mehr als zehn Jahren Marken- und Kommunikationskonzepte für nationale und internationale Kunden. Er unterrichtet als Lehrbeauftragter zum Thema „Design und Marketing“ an der Hochschule für Künste Bremen und der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim.



Dienstag, 18. März 2014

Führe dich selbst!

Durch Selbstmanagement mehr Zeit und Raum für das Wesentliche im Arbeitsalltag

Das Telefon klingelt, der Mail-Eingang ist prall gefüllt, der Kunde wartet auf den Entwurf und eine private SMS kommt auch noch dazu – wo bleibt hier noch Zeit und Raum für das Wesentliche? Wie gelingt es mir, mich selbst bewusster durch den Arbeitsalltag zu führen? In welchen Situationen gehe ich auf und in welchen eher unter? Die Beraterin Madlen Sanchiño Martínez vermittelt Strategien zur Selbstorganisation und Führung der eigenen Person durch den beruflichen Alltag. Neben Methoden zum Zeitmanagement behält sie dabei die Fragen nach Persönlichkeit, Zielen, Motivation und spezifischen Rollenanforderungen mit im Blick. Die zwölf Teilnehmer/-innen entwickelten anhand eigener Beispiele, durch Übungen, Austausch und Fachwissen, individuell Wege, die täglichen Herausforderungen ihres Berufslebens erfolgreich zu meistern.

Madlen Sanchiño Martínez ist Medien- und Sprachwissenschaftlerin, zertifizierte Trainerin und Psychodramatikerin mit dem Schwerpunkt Organisations- und Personalentwicklung. Als Moderatorin, Beraterin und Coach ist sie u.a. in den Bereichen Kommunikation, Führung und Gesundheit, Organisations- und Führungskultur sowie Schlüsselqualifikationen tätig.

Dienstag, 25. März 2014

Unverwechselbar dank Service Design

Wir leben in einer Service-Gesellschaft. Kunden werden nicht mehr mit „einfachen Produkten“ gewonnen, sondern mit nutzerfreundlichen Erlebnissen und Dienstleistungen. Egal ob Carsharing, Smartphone oder Bürgeramt – dahinter stecken mehr oder weniger gut gestaltete Systeme und Prozesse, die entscheidend sein können, wenn es um Kundengewinnung und Wettbewerbsvorteile geht. Hier können Designer/-innen aller Fachrichtungen zu wertvollen Beratern für ihre Kunden werden, indem sie nicht mehr „nur“ ein einzelnes Produkt, sondern ein ganzes System gestalten. Manuel Großmann und Olga Scupin von Service Design Berlin veranschaulichten den komplexen Ablauf des Service Design-Prozesses und das Zusammenspiel der unterschiedlichen (Gestaltungs-)Disziplinen. Sie zeigten anhand von Beispielen die einzelnen Arbeitsschritte und wichtigsten Methoden auf. Den zwölf Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurden durch konkrete Übungen und Fachwissen die einzelnen Phasen hin zu einem nutzerorientierten und innovativen Service vermittelt.

Manuel Großmann ist Mitgründer von Service Design Berlin und Experte im Bereich mobiler Interfaces und digitaler Ökosysteme. Zuvor arbeitete er mehrere Jahre für die internationale Designagentur Fjord. Olga Scupin ist Absolventin der HPI School of Design Thinking in Potsdam und Mitgründerin von Service Design Berlin. Sie ist als Beraterin für Start-Ups tätig, arbeitete selbst u.a. bei dem Start-Up stylemarks und war Teil des Telekom hub:raums. Service Design Berlin wurde als „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2013“ ausgezeichnet.

Montag, 31. März und Dienstag, 01. April 2014

Gut verhandeln – mehr erreichen!

Erfolgreiche Verhandlungsführung für Designer/-innen

Ob mit Kunden, einem Kollegen, der Vorgesetzten oder Dienstleistern – wir verhandeln in einer Tour. Mal geht es um Honorare, mal um Qualitätsansprüche oder Arbeitsweisen. Immer aber geht es darum, die Interessen auf beiden Seiten zu wahren, mit dem Ziel einer bestmöglichen gemeinsamen Lösung. Das ist nicht einfach und wird – kommen Emotionen und Macht mit ins Spiel – zu einer komplexen Herausforderung. Die Trainerin und Mediatorin BM® Tamara Trautner vermittelte an zwei Workshoptagen schnell umsetzbare Verhandlungstechniken: Wer klar und gleichzeitig fair kommuniziert, führt seinen Gesprächspartner mit Leichtigkeit zu konstruktiven Ergebnissen. Die zwölf Teilnehmer/-innen erlernten und übten anhand eigener Beispiele, wie sie ihr Verhandlungsgeschick im Berufsalltag verbessern und ziel führend einsetzen können.

Tamara Trautner studierte Romanistik und Amerikanistik und arbeitete viele Jahre in Verlagen, zuletzt als Cheflektorin beim Aufbau Verlag. Seit über 10 Jahren ist sie selbständig als Trainerin, Mediatorin BM® und Coach, mit den Schwerpunkten Kommunikation, Konfliktmanagement und -prävention sowie Teamentwicklung.

Dienstag, 24. Juni 2014

Design Thinking: interdisziplinär neue Lösungen entwickeln

Was ist eigentlich Design Thinking und wie funktioniert es genau? Wofür lässt sich Design Thinking im Designprozess konkret anwenden? Ursprünglich als Arbeitsmethode zur Innovationsentwicklung für interdisziplinäre Teams entwickelt, wird es heute in unterschiedlichsten Zusammenhängen zur Problemlösung eingesetzt. Wie sich Design Thinking ganz praktisch in Form einer Arbeitskultur einsetzen lässt, vermittelte die Designerin Julia Leihener. Sie zeigte die einzelnen Phasen der Methode, durchlief mit den zwölf Workshop-Teilnehmerinnen und -Teilnehmern einen interaktiven Design Thinking-Zyklus, reflektierte und diskutierte diesen mit der Gruppe.

Julia Leihener ist seit 2008 als Service Designerin und inzwischen auch Teamleiterin im Creation Center der Telekom Innovation Laboratories in Berlin aktiv. Seit 2010 unterrichtet sie u.a. an der School of Design Thinking am Hasso Plattner Institut in Potsdam. Schon seit ihrem Studium an der UdK Berlin und dem Royal College of Art beschäftigt sie sich mit den Auswirkungen neuer Technologien auf die Gesellschaft. Dabei sind Design Research Methoden, die Ideengeneration von innovativen Service- und Produktkonzepten und Workshop-Moderation Teil ihrer täglichen Arbeit.

Dienstag, 8. Juli 2014

Präsentations-Probe

souverän präsentieren und überzeugend kommunizieren

Die nächste Präsentation liegt an und der Inhalt steht. Doch wie präsentiert und spricht man souverän und überzeugend in der Öffentlichkeit? Die Trainerin Andrea Naurath unterstützt die Präsentationsvorbereitung indem sie, wie eine Theater-Regisseurin, während des Probens Verbesserungen vorschlägt. Formulierungen, Körpersprache oder Sprechgeschwindigkeit werden reflektiert und optimiert. Die Präsentationsregie greift unmittelbar in das Geschehen ein und steigert so den Lerneffekt sowie die Qualität der Präsentation. Die zwölf Workshopteilnehmer/-innen präsentierten reihum und schlüpfen abwechselnd in die Vortrags-Rolle und die Zuschauer-/Kunden-Rolle. Ziel war es, durch das eigene Handeln und das Beobachten der Anderen mehr Sicherheit bei Präsentationen zu gewinnen.

Andrea Naurath ist studierte Schauspielerin, Trainerin und Coach mit den Schwerpunkten Präsentation, Sprechen vor Menschen und Persönlichkeitsentwicklung. Seit über 15 Jahren trainiert sie Berufstätige unterschiedlicher Branchen, Studierende an Universitäten und Fachhochschulen und verfügt mittlerweile über zehn Jahre Erfahrung in der Einzelberatung.



Montag, 06. und Dienstag 07. Oktober 2014

Die Kunst der Kommunikation

Zusammenarbeit konstruktiv gestalten

Selten arbeitet man ganz alleine. Man kommuniziert persönlich, telefonisch und per E-Mail, in Teams oder mit Auftraggebern. Wenn die Kommunikation gelingt, bemerkt man ihre Komplexität gar nicht. Kommt es zu Missverständnissen oder gar zu Konflikten, kann es herausfordernd werden. Die Trainerin und Mediatorin Tamara Trautner vermittelte an zwei Workshoptagen was genau passiert, wenn Menschen sich zu einem Sachverhalt austauschen – und warum Botschaften nicht unbedingt so ankommen, wie sie gemeint waren. Die zwölf Teilnehmer/-innen erlernten und übten, wie sie Auseinandersetzungen vorbeugen können – und welche Handlungsmöglichkeiten es gibt, wenn es trotzdem einmal kracht.

Tamara Trautner studierte Romanistik und Amerikanistik und arbeitete viele Jahre in Verlagen, zuletzt als Cheflektorin beim Aufbau Verlag. Seit über 10 Jahren ist sie selbstständig als Trainerin, Mediatorin BM® und Coach, mit den Schwerpunkten Kommunikation, Konfliktmanagement und -prävention sowie Teamentwicklung.

Montag, 10. November 2014

„Wir melden uns bei Ihnen ...“

Akquisition für Designer/-innen

Wer selbstständig ist, muss sich ständig selbst vermarkten. Das ist anstrengend und fällt vielen nicht leicht. Wie gewinnt man neue Kunden und akquiriert interessante Aufträge? Oft ist ein erster Schritt getan, doch dann meldet sich der potenzielle Kunde nicht mehr. Wie man seinen eigenen Akquistil entwickelt und sich selbst besser verkauft, zeigte die

Kommunikationstrainerin und Vermarktungsberaterin Ida Storm Jansen. Sie vermittelte, wie sich die Akquise in den beruflichen Alltag integrieren lässt. Die zwölf Teilnehmer/-innen erhielten durch Übungen, Austausch und Wissen praxisorientierte Anregungen zur erfolgreichen Gewinnung neuer Kunden.

Dienstag, 01. November 2014

Das liebe Geld:

Honorare gestalten, verhandeln und Kunden binden

Wann und wie spricht man mit dem Kunden übers Geld? Wie kalkuliert man gewinnbringend und vermittelt den Wert einer kreativen Leistung? Mit welcher Haltung und Preispolitik geht man in die Verhandlung hinein? Honorare fallen nicht selten zu niedrig aus. Wie sich das verhindern lässt und wie man den Umgang mit Geld und Kunden aktiv gestaltet, zeigte die Kommunikationstrainerin und Unternehmensberaterin Ida Storm Jansen. Durch Übungen, Fachwissen und Austausch zu Erfahrungen aus der Praxis, vermittelte sie den zwölf Teilnehmer/-innen, wie man Honorarverhandlungen konstruktiv führt und Kunden bindet.

Ida Storm Jansen ist Unternehmensberaterin und auf Vermarktung und Kommunikation spezialisiert. Von 2002 bis 2009 war sie an beiden Seiten des Marketingtisches tätig, sowohl auf Agentur- als auch auf Auftraggeberseite. Seit 1996 unterrichtet sie Kommunikation an Universitäten und Hochschulen. Seit 2009 begleitet sie als Unternehmensberaterin Berliner Kreative auf dem Weg in die Selbständigkeit.



Dienstag, 25. November 2014

Mein Karriereweg:

Wo stehe ich, wo will ich hin, was kann ich dafür tun?

Nach zahlreichen Projekten und mit vielerlei Berufserfahrung fragt man sich „Und was kommt jetzt?“. Welche Wünsche sind noch offen, welche Motivation und welche beruflichen Ziele stehen dahinter? Wie schafft man es, den eigenen Berufsweg kontinuierlich aktiv zu gestalten? Neu-Positionieren oder Neu-Gründen, sich vergrößern oder verkleinern, neue Arbeitsfelder entdecken oder die Branche wechseln: Optionen gibt es viele, doch wie den richtigen Weg finden für sich selbst? Der Karrierecoach Klemens Wannemacher ermunterte die 12 Teilnehmer/-innen, ihre berufliche Laufbahn einen Tag lang genauer unter die Lupe zu nehmen und sich Klarheit darüber zu verschaffen, was wichtig ist. Er vermittelte Methoden, um aus Wünschen Ziele zu formulieren, Prioritäten zu setzen und erste Handlungsschritte für die konkrete Gestaltung der eigenen Karriere vorzunehmen.

Klemens Wannemacher ist Coach und Trainer bei Kreativ Coaching Berlin, diplomierter Theaterregisseur und Sozialpädagoge. Als Kulturmanager arbeitete er international in künstlerischen Führungspositionen und kreativen Teams. Seit 6 Jahren begleitet er Akteure der Berliner Kreativwirtschaft bei der Profilentwicklung und berät in Karrierefragen.

„Habe neue Erkenntnisse gewonnen, aber das Ergebnis ist vor allem eine Haltungsänderung.“

Montag, 27. und Dienstag, 28. April 2015

Design Thinking: interdisziplinär neue Lösungen entwickeln

Wie funktioniert Design Thinking eigentlich genau? Wofür lässt sich Design Thinking im Designprozess konkret anwenden? Ursprünglich als Arbeitsmethode zur Innovationsentwicklung für interdisziplinäre Teams entwickelt, wird es heute in unterschiedlichsten Zusammenhängen zur Problemlösung eingesetzt. Wie sich Design Thinking ganz praktisch in Form einer Arbeitskultur einsetzen lässt, vermittelte die Designerin Julia Leihener. Sie zeigte die einzelnen Phasen der Methode, durchlief mit den zwölf Workshop-Teilnehmerinnen und -Teilnehmern einen iterativen Design Thinking-Zyklus, reflektierte und diskutierte diesen mit der Gruppe.

Julia Leihener ist seit 2008 als Service Designerin und inzwischen auch Teamleiterin im Creation Center der Telekom Innovation Laboratories in Berlin aktiv. Seit 2010 unterrichtet sie u.a. an der School of Design Thinking am Hasso Plattner Institut in Potsdam. Schon seit ihrem Studium an der UdK Berlin und dem Royal College of Art beschäftigt sie sich mit den Auswirkungen neuer Technologien auf die Gesellschaft. Dabei sind Design Research Methoden, die Ideengeneration von innovativen Service- und Produktkonzepten und Workshop-Moderation Teil ihrer täglichen Arbeit.

Montag, 01. und Dienstag, 02. Juni 2015

Auf den Punkt gebracht! Texten für Designer/-innen

Wo fängt man an? Wie schreibt man eine Produktbeschreibung, die sich so spannend liest wie eine Geschichte? Wie taucht man in der Rankingliste der Suchmaschinen weit oben auf? Designer/-innen sind gewohnt auf visueller Ebene zu kommunizieren. Sie verleihen Sachverhalten und Emotionen eine Gestalt, um sie so für andere greifbar zu machen. Texte haben das gleiche Ziel, folgen dabei aber eigenen Regeln. Die „Copy-Paste-Methode“ führt selten zum Erfolg. Ein Text muss für verschiedene Adressaten unterschiedlich formuliert sein. Dabei soll der Text auch suchmaschinenfreundlich und trotzdem noch lesbar sein. Der Werbetexter Dr. Albert Heiser vermittelte Strategien und Kriterien, wie gutes und verständliches Schreiben in unterschiedlichen Genres und Stilen gelingt. Die Teilnehmer/-innen erlernten durch praktische Übungen den spielerischen Umgang mit Sprache und bekamen so das nötige Werkzeug zum Ausbau ihrer Schreibkompetenz an die Hand.

Dr. phil. Albert Heiser studierte Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste Berlin. Er arbeitete als Werbetexter und Kreativ Direktor bei den Agenturen Ogilvy & Mather, Saatchi & Saatchi, Dorland/Grey. Für seine kreativen Leistungen wurde er vielfach ausgezeichnet. 2001 gründete er das Creative Game Institut.

Albert Heiser berät bei der Konzeption von Werbekampagnen, dem Management kreativer Prozesse und trainiert Unternehmen in den Bereichen Text, Grafikdesign und Werbefilm.

Donnerstag, 18. und Freitag, 19. Juni 2015

Marketing und Akquisition für Designer/-innen

Was biete ich an? Warum soll ich ausgerechnet den Auftrag erhalten? Wie gewinnt man neue Kunden und akquiriert interessante Aufträge? Wer selbständig ist, muss sich ständig selbst vermarkten und neue Aufträge an Land ziehen. Wie man seinen eigenen Akquisestil entwickelt und sich selbst besser verkauft, zeigte die Kommunikationstrainerin und Vermarktungsberaterin Ida Storm Jansen an zwei Tagen. Die Teilnehmer/-innen erhielten durch Übungen, Austausch und Fachwissen praxisorientierte Anregungen zur erfolgreichen Selbstvermarktung und Gewinnung neuer Kunden.

Ida Storm Jansen ist Unternehmensberaterin und auf Vermarktung und Kommunikation spezialisiert. Von 2002 bis 2009 war sie an beiden Seiten des Marketingtisches tätig, sowohl auf Agentur- als auch auf Auftraggeberseite. Seit 1996 unterrichtet sie Kommunikation an Universitäten und Hochschulen. Seit 2009 begleitet sie als Unternehmensberaterin Berliner Kreative auf dem Weg in die Selbständigkeit.

Montag, 22. Juni 2015

Finanzen im Griff – Preiskalkulation, Fördermöglichkeiten und finanzielle Absicherung

Wie bekomme ich das nötige Kapital für meine Idee oder mein Geschäftsmodell? Wie kalkuliere ich Preise und Honorare? Welche Möglichkeiten habe ich für die Altersvorsorge? Um den Überblick über die Finanzen zu behalten, sollte man seinen jetzigen Lebensstandard im Blick haben und sich auch über die zukünftige Berufs- und Lebenssituation Gedanken machen. Denn mit diesem Wissen können Preise und Honorare bedarfsgerecht und gewinnbringend kalkuliert werden. Die Teilnehmer/-innen erstellten im Workshop ihre eigene Preiskalkulation bzw. optimierten ihre derzeitige. Der Coach und Karriereberater Thorsten Harms gab Tipps, welche Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten sich lohnen, erläuterte Alternativen zur Absicherung sowie Sinn und Unsinn von Versicherungen. Die verschiedenen Optionen wurden praxisnah an Beispielen erklärt und durchgespielt.

Thorsten Harms ist studierter Kulturwissenschaftler und Betriebswirt. Seit über zehn Jahren arbeitet er als Coach und Berater in den Bereichen Kommunikation und Karriereplanung. Er berät Unternehmen der Kreativwirtschaft bei der Gründung und in ihrer Wachstumsphase. U. a. war er Dozent an der Design Akademie Berlin, ist momentan als Coach für das Kreativ Coaching Center tätig und für die KfW-Bankengruppe gelistet.

Donnerstag, 25. und Freitag, 26. Juni 2015

Unverwechselbar dank Service Design

Wir leben in einer Service-Gesellschaft. Kunden werden nicht mehr mit „einfachen Produkten“ gewonnen, sondern mit nutzerfreundlichen Erlebnissen und Dienstleistungen. Egal ob Carsharing, Smartphone oder Bürgeramt – dahinter stecken mehr oder weniger gut gestaltete Systeme und Prozesse, die entscheidend sein können, wenn es um Kundengewinnung und Wettbewerbsvorteile geht. Hier können Designer/-innen aller Fachrichtungen zu wertvollen Beratern für ihre Kunden werden, indem sie nicht mehr „nur“ ein einzelnes Produkt, sondern ein ganzes System gestalten. Manuel Großmann von Fuxblau veranschaulichte den komplexen Ablauf des Service Design-Prozesses und das Zusammenspiel der unterschiedlichen (Gestaltungs-)Disziplinen. Mittels Beispielen zeigte er die einzelnen Arbeitsschritte und wichtigsten Methoden auf. Die Teilnehmer/-innen wandten die wichtigsten Methoden exemplarisch an einem beispielhaften Service Design-Projekt selbst an.

Manuel Großmann ist Service Designer bei Fuxblau. Dabei berät er Kunden im Dienstleistungsbereich und führt Trainings im Bereich Service Design durch. Außerdem ist er Mitgründer von Service Design Berlin, einem Netzwerk das Methoden weiterentwickelt, Wissensaustausch fördert und Formate zum Knüpfen professioneller Kontakte entwickelt.

**Mein Design-Unternehmen:
klar positioniert, gezielt kommuniziert und gut organisiert**

Welche (Unternehmens-)Ziele habe ich? Wie und wo positioniere ich meine Design-Leistung? Was kann ich tun, um Kunden zu gewinnen? Wichtige unternehmerische Kompetenzen, wie die Entwicklung einer passenden Kommunikationsstrategie, eine rentable Finanzkalkulation oder das wirkungsvolle Schützen eigener Ideen, kommen bei Designprojekten häufig zu kurz. Um diese zu optimieren, bot das Internationale Design Zentrum Berlin die Design & Company: Workshopreihe an.

Eine feste Gruppe mit 15 Teilnehmerinnen und Teilnehmern (Gestalter/-innen der Bereiche Grafik, Produkt, Kommunikation und Mode) traf sich hierbei zu insgesamt sechs zweitägigen Workshop-Modulen. Jedes Modul widmete sich einem Themenfeld, z.B. Selbst-Analyse, Marketing, Finanzen oder Recht.

Die Workshop-Referentinnen und -Referenten vermittelten ihre Themen durch fachliche Hintergründe und berufspraktische Übungen. Einzelne Aspekte wurden im kollegialen Austausch untereinander vertieft. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Module wurden gezielt auf die Bedürfnisse der Gruppe abgestimmt. Ziel der Workshopreihe war es, das eigene Profil zu schärfen, Fachkenntnisse zu erlangen, Netzwerke aufzubauen und zukünftig durch unternehmerisches Denken wirtschaftlich erfolgreicher zu gestalten.



„Die Workshopreihe ist für mich ein wertvoller Werkzeugkasten für die Zukunft.“

Andrea Bosch ist als ausgebildete Organisationsberaterin und Coach freischaffend tätig. Sie ist studierte Architektin und gelernte Kauffrau. Als Projektmanagerin und Teamleiterin hat sie viele Jahre an der Schnittstelle zwischen Management und Design für Markenarchitektur in Design-Agenturen gearbeitet.

www.andreabosch.de

Die Rechtsanwälte **Dr. Christian Volkmann** und **Raphael**

Gaßmann beraten Agenturen, Designer/-innen und Unternehmen in allen Fragen des Schutzes geistigen Eigentums, bei der Vertragsgestaltung sowie bei der Klärung und Wahrnehmung ihrer Rechte. Dr. Christian Volkmann ist zugleich Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz.

www.advokat.de

Thorsten Harms ist gelernter Bankkaufmann, studierter Kulturwissenschaftler und Betriebswirt. Als ausgebildeter Trainer und Coach berät er seit zehn Jahren in den Bereichen Kommunikation und Karriereplanung und ist auf die Existenzgründung von Designerinnen und Designern spezialisiert.

www.th-coaching.info

Ida Storm Jansen ist Unternehmensberaterin und auf Vermarktung und Kommunikation spezialisiert. Von 2002 bis 2009 war sie an beiden Seiten des Marketingtisches tätig, sowohl auf Agentur- als auch auf Auftraggeberseite. Seit 1996 unterrichtet sie Kommunikation an Universitäten und Hochschulen. Seit 2009 begleitet sie Berliner Kreative auf dem Weg in die Selbständigkeit.

www.stormjansen.com

Dorothea Pflug ist studierte Psychologin, gelernte Organisationsberaterin und Projektleiterin. Sie hat langjährige Erfahrungen in Veränderungs- und IT-Projekten. Ihre Tätigkeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen Organisationsentwicklung, Projektmanagement, Veränderungsmanagement, Prozessberatung, Qualitätsmanagement sowie Moderation, Training und Konfliktmanagement.

www.con-network.de

Tanja Ries ist ausgebildet als Coach und Trainerin. Ihre langjährige Bühnenerfahrung als Moderatorin und Sängerin bringt sie in ihre Schwerpunktthemen Flow/ Kreativität, der persönliche USP (Kernwirkung, Ziele, Mythos) und Präsentation mit ein.

www.tanjaries.de

Indra Sarkar ist seit 2005 Personalberaterin bei DESIGNER-DOCK und seit 2008 freiberuflicher Coach. Sie studierte BWL, Organisations- und Wirtschaftspsychologie und Marketing. Sie war in und für Unternehmen als Beraterin, Projektmanagerin und Geschäftsführerin tätig.

www.sarkar.de

Klemens Wannenmacher ist in Utrecht und Berlin ausgebildeter Coach/Trainer, diplomierter Theaterregisseur und Sozialpädagoge. Als Kulturmanager arbeitete er 16 Jahre international in künstlerischen Führungspositionen und kreativen Teams. Seit 5 Jahren begleitet er Akteure der Berliner Kreativwirtschaft bei der Profilentwicklung und berät in Karrierefragen.

www.kreativcoachingberlin.de

Juliane Zielonka ist Marketing-Kommunikationswirtin und ausgebildete Grafikdesignerin. Seit 18 Jahren bewegt sie sich souverän durch den digitalen Raum. Mit ihrem Verlag für Publishing & Corporate Media Services publiziert sie Content für den Health2.0 Sektor und entwickelt Social Media Strategien für Marken wie z.B. PFAFF.

www.julianezielonka.de

Dienstag, 17. April 2012

Vorrunde

Kennenlernen und Bedürfnisanalyse

Donnerstag, 26. und Freitag, 27. April 2012

Selbst-Analyse

Wer bin ich? Was kann ich? Was will ich?

Von der Selbsteinschätzung zur Profilentwicklung!

mit **Klemens Wannemacher**, Kreativ Coaching Berlin

Donnerstag, 24. und Freitag, 25. Mai 2012

Positionierung und Persönlichkeit

Im Spannungsfeld zwischen Kreativität und Unternehmen, Präsentation und Repräsentation. Werte, Identität und wirk-same Vermittlung: persönliche Kommunikationsstrategien mit **Andrea Bosch**, Mehrdimensionale Beratung

Donnerstag, 21. und Freitag, 22. Juni 2012

Finanzen

Finanzplanung, Kalkulation, Existenzgründung, Steuern, soziale Absicherung

mit **Thorsten Harms**, Gründungsberatung und Coaching für Designer

Donnerstag, 16. und Freitag, 17. August 2012

Marketing und Kommunikation

Marketing-Grundlagen, allgemeine Kommunikations-strategien, Öffentlichkeitsarbeit, Akquisition, mit **Juliane Zielonka**, Marketing-Kommunikationswirtin

Donnerstag, 13. und Freitag, 14. September 2012

Organisation und Management

Projekt-, Zeit- und Qualitätsmanagement, Arbeitsmethoden, Beziehung zum Kunden mit **Indra Sarkar**, Business Coaching

Donnerstag, 18. und Freitag, 19. Oktober 2012

Recht

Verträge, Geschäftsbedingungen, Lizenzen, Ideenschutz, Verhandlungsführung, mit **Dr. Christian Volkmann** und **Raphael Gaßmann**, Merleker Mielke/Rechtsanwälte und Notare

Donnerstag, 15. November 2012

Nachrunde

Wo stehe ich? Wie geht es weiter?

Rückblick, Vorschau und Feedback

mit **Klemens Wannemacher** und **Esther Schaefer (IDZ)**



Donnerstag, 11. April 2013

Vorrunde

Kennenlernen und Bedürfnisanalyse

Mittwoch, 24. und Donnerstag, 25. April 2013

Selbst-Analyse

Wer bin ich? Was kann ich? Was will ich?

Von der Selbsteinschätzung zur Profilentwicklung
mit **Klemens Wannemacher**, Kreativ Coaching Berlin

Donnerstag, 30. und Freitag, 31. Mai 2013

Positionierung und Persönlichkeit

Ich und die Anderen: Wie wirke ich und in welchem Umfeld?
Auftreten, Vermittlung meiner Fähigkeiten und Kenntnisse,
persönliche Kommunikationsstrategien
mit **Tanja Ries**, Coach und Trainerin

Donnerstag, 20. und Freitag, 21. Juni 2013

Finanzen

Was ist meine Arbeit wert? Wie kalkuliere ich wirtschaftlich?
Welches Geschäftsmodell verfolge ich?
Finanzplanung, Kalkulation, Geschäftsmodellcheck, Steuern
und soziale Absicherung
mit **Thorsten Harms**, Gründungsberatung und
Coaching für Designer

Donnerstag, 29. und Freitag, 30. August 2013

Marketing und Kommunikation

Wo liegen meine Märkte? Wie erreiche ich meine Kunden?

Welche Marketingstrategie passt zu mir?

Marketing-Preispolitik, allgemeine Kommunikationsstrategien,
PR und Akquisition

mit **Juliane Zielonka**, Marketing-Kommunikationswirtin und
Geschäftsführerin der Artverwandten GmbH

Donnerstag, 26. und Freitag, 27. September 2013

Organisation und Management

Wie gelingt das alltägliche Zusammenspiel von Projekt- und
Büroarbeit, Kundenbetreuung und Kreativität?

Arbeitsmethoden, Projekt- und Zeitmanagement, Dokumentation
und die Beziehung zum Kunden

mit **Dorothea Pflug**, Organisationsberaterin-CONnetwork

Donnerstag, 24. und Freitag, 25. Oktober 2013

Recht

Wie schütze ich meine Ideen? Was sind meine Geschäftsbedingungen?
Welche Risiken gehe ich ein?

Rechtspraktische Grundlagen, Verträge, Geschäftsbedingungen,
der Schutz von Ideen und Lizenzen

mit **Dr. Christian Volkmann** und **Raphael Gaßmann**,
Merleker Mielke/Rechtsanwälte und Notare

Donnerstag, 28. November 2013

Nachrunde

Wo stehe ich jetzt? Wie geht es weiter?

Rückblick, Vorschau und Feedback

mit **Klemens Wannemacher** und **Esther Schaefer (IDZ)**

„Ich habe bereits Preise erhöht.“

Dienstag, 29. April 2014

Vorrunde

Kennenlernen und Bedürfnisanalyse

Donnerstag, 08. und Freitag, 09. Mai 2014

Selbst-Analyse

Wer bin ich? Was kann ich? Was will ich?

Von der Selbsteinschätzung zur Profilentwicklung
mit **Klemens Wannemacher**, Kreativ Coaching Berlin

Donnerstag, 05. und Freitag, 06. Juni 2014

Positionierung und Persönlichkeit

Ich und die Anderen: Wie wirke ich und in welchem Umfeld?
Auftreten, Vermittlung meiner Fähigkeiten und Kenntnisse,
persönliche Kommunikationsstrategien
mit **Tanja Ries**, Coach und Trainerin

Donnerstag, 03. und Freitag, 04. Juli 2014

Finanzen

Was ist meine Arbeit wert? Wie kalkuliere ich wirtschaftlich?
Welches Geschäftsmodell verfolge ich?
Finanzplanung, Kalkulation, Geschäftsmodellcheck, Steuern
und soziale Absicherung
mit **Thorsten Harms**, Gründungsberatung und Coaching

Montag, 01. und Dienstag, 02. September 2014

Marketing und Kommunikation

Wo liegen meine Märkte? Wie erreiche ich meine Kunden?
Welche Marketingstrategie passt zu mir?
Marketing-Grundlagen, allgemeine Kommunikationsstrategien,
Öffentlichkeitsarbeit und Akquisition
mit **Ida Storm Jansen**, marketing & sales

Donnerstag, 25. und Freitag, 26. September 2014

Organisation und Management

Wie gelingt das alltägliche Zusammenspiel von Projekt- und
Büroarbeit, Kundenbetreuung und Kreativität?
Arbeitsmethoden, Projekt- und Zeitmanagement, Dokumen-
tation und die Beziehung zum Kunden
mit **Dorothea Pflug**, Organisationsberaterin-CONnetwork

Donnerstag, 16. und Freitag, 17. Oktober 2014,

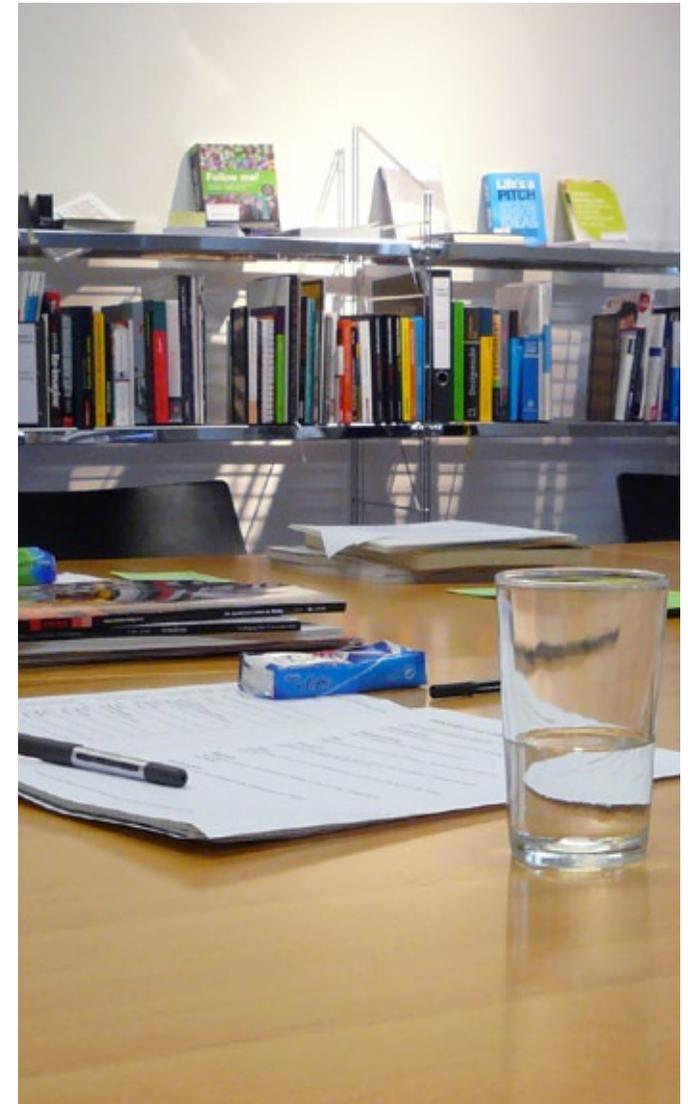
Recht

Wie schütze ich meine Ideen? Was sind meine Geschäftsbe-
dingungen? Welche Risiken gehe ich ein?
Rechtspraktische Grundlagen, Verträge, Geschäftsbedin-
gungen, der Schutz von Ideen und Lizenzen
mit **Dr. Christian Volkmann** und **Raphael Gaßmann**,
Merleker Mielke/Rechtsanwälte und Notare

Donnerstag, 04. Dezember 2014

Nachrunde

Wo stehe ich jetzt? Wie geht es weiter?
Rückblick, Vorschau und Feedback
mit **Klemens Wannemacher** und **Esther Schaefer (IDZ)**



Einen schnellen Einstieg in einzelne unternehmerische Themen ermöglichten die Design & Company: Vorträge. Die wichtigsten Aspekte wurden zur Einführung von den Referentinnen und Referenten praxisnah erläutert.

Donnerstag, 16. Februar 2012

Facebook und XING: Ich bin dabei, und nun?

Fast jede/-r ist schon drin oder erwägt gerade, bei Facebook oder XING einzusteigen. Was aber können selbstständige Designer/-innen außer dem bloßen „Drinsein“ mit diesen sozialen Netzwerken eigentlich anfangen? Welche Optionen, Handlungen und Inhalte machen hier im Hinblick auf Selbstmarketing, Netzwerken und Akquisition überhaupt Sinn? Wie sich Facebook und XING in ihrer Fülle an Möglichkeiten zielführend und mit Freude in den Arbeitsalltag integrieren lassen, zeigte Andreas Naurath anhand von praxisbezogenen Beispielen, Tipps und Tools.

Andreas Naurath ist Fotograf und diplomierter Kommunikationswirt. Er nutzt das Internet seit 1988. Als Projektleiter war er schon in den Pionierzeiten des Lernens am Computer involviert und entwickelte interaktive Lernprogramme u. a. für die Hypovereinsbank. Heute lehrt er Online Marketing und Social Media an Hochschulen, in Unternehmen und Verbänden.

Dienstag, 06. März 2012

Das Projekt im Blick: systematisch abgelegt statt verzettelt

Auf dem Schreibtisch stapelt sich das Papier, auf dem Desktop ein Durcheinander von Dateien und von der Mailbox ganz zu schweigen. Hier Ordnung zu schaffen ist lästig. Und wenn alles aufgeräumt ist, findet man erst recht nichts mehr. Durch die Flut von Aufgaben und Informationen, die wir im Job täglich bearbeiten müssen, verlieren wir ohne ein gutes System leicht den Überblick. Bei vielen Designer/-innen wird dieser Bereich gerne vernachlässigt, obwohl schon hier die Weichen für einen erfolgreichen Projektverlauf gestellt werden. Mit einem effizienten Ablagesystem und einer

guten Arbeitsorganisation wird Zeit gewonnen und Kopf und Schreibtisch bleiben für die wichtigen Dinge frei. Die Organisationsberaterin Christine Widmayer zeigte Beispiele und gab Anregungen zur Arbeitsplatzorganisation, zu Ablagesystemen für Papier und Daten sowie zur Organisation von Aufgaben, Notizen und E-Mails.

Als Diplom-Bibliothekarin ist **Christine Widmayer** Spezialistin für Ordnungssysteme und für die Verwaltung von Informationen. Seit 2005 berät und ordnet sie größere Firmen und Selbstständige mit ihrem Büro-Sortierdienst „absolut sortiert“.

Donnerstag, 27. September 2012

Fotos in der Unternehmenskommunikation: Urheberrecht, Nutzungsrecht, Persönlichkeitsrecht

Fotografien nutzen wir im Job ständig und in unterschiedlichsten Medien, sowohl für das eigene Designunternehmen wie auch für unsere Kunden. Welche Rechte sind hierbei zu beachten? Wem gehört überhaupt das jeweilige Bild? Darf ich Fotos von Menschengruppen einfach ins Netz stellen oder ohne deren Erlaubnis in einer Broschüre abdrucken? Was ist privat, was öffentlich? Welche vertraglichen Regelungen sind hier sinnvoll? Die Rechtsanwältinnen Oliver Heinz und Michael von Rothkirch erläuterten praxisnah was sich über Bild-Lizenzvereinbarungen, -Nutzungsverträge und Fotografien mit darauf abgebildeten Personen zu wissen lohnt. **Oliver Heinz** und **Michael von Rothkirch** sind Fachanwältinnen für Urheber- und Medienrecht. Sie beraten eine nationale und internationale Mandantschaft aus allen Sparten der Entertainment- und Medienwirtschaft (Musik, Film, TV, Veranstaltungswirtschaft, Print- und Onlinemedien). Auch sind sie als Dozenten für Bildungsträger und als Fachbuchautoren tätig.

Donnerstag, 08. November 2012

Vernetzte Kommunikation: Gestaltungsmöglichkeiten und Perspektiven für Designer/-innen

Vernetzte Kommunikation, Integrierte Kommunikation oder auch 360° Kommunikation – was genau verbirgt sich hinter diesen Begriffen? Welche Perspektiven zur beruflichen Positionierung bieten sie für Kreative? Kommunikation wird heutzutage über unterschiedliche Medien inszeniert und Rezipienten werden zu aktiven Teilnehmern. Dadurch haben sich die Gestaltungsmöglichkeiten enorm erweitert und verlangen ein Umdenken von einer linearen Erzählweise hin zu interaktiven Mechanismen.

Ina Krüger und **Maria Grotenhoff** erläuterten anhand von Beispielen die Hintergründe der Vernetzten Kommunikation und zeigten auf, welche Arbeitsfelder sich in diesem sich schnell wandelnden Bereich eröffnen. Maria Grotenhoff ist seit mehr als 15 Jahren in der Konzeption tätig, u.a. für Pixelpark und BBDO. Ina Krüger war Kreativdirektorin bei Pixelpark und arbeitet seit 2003 frei für namhafte Agenturen und Unternehmen. Gemeinsam verfassten sie als Autorinnen das Buch „Konzeptentwicklung, Basiswissen für vernetzte Kommunikation und Medien“.



*„Selten so einen spannenden Vortrag gehört.
Schön, wenn Menschen so begeistert von ihrem Fachgebiet sind
und das auch rüberbringen.“*

Donnerstag, 28. Februar 2013

**Arm aber glücklich ist auch (k)eine Strategie!
Überlegungen zu Wachstumsstrategien kleiner
Unternehmen in der Kreativwirtschaft**

Die Kreativwirtschaft ist erfolgreich, die Quote der Selbstständigen hoch und gegründet wird vergleichsweise schnell. Doch was geschieht nach der Gründung? Warum entwickeln sich junge Unternehmen wirtschaftlich oft nicht weiter? Und warum sind ihre Gründer/-innen trotz schmaler ökonomischer Basis zufrieden? Prof. Dr. Herbert Grüner zeigte auf, wie der wirtschaftliche Erfolg junger Unternehmen in der Wettbewerbsarena der Creative Industries dauerhaft gesichert werden kann. Neben innovativen Ideen und der Bereitschaft, Neues auszuprobieren geht es hier um das Verständnis von marktwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Managementwissen. Das Betriebswirtschaftskonzept für ein Kreativunternehmen muss spezifisch gestaltet werden und die Eigenheiten der Branche und ihrer Akteure berücksichtigen, um den Anforderungen der Kreativwirtschaft gerecht zu werden.

Prof. Dr. Herbert Grüner ist Rektor der Hochschule für Künste Bremen und Professor für Wirtschaftswissenschaften an der Kunsthochschule Berlin-Weißensee. Sein wissenschaftlicher Arbeitsschwerpunkt liegt im Bereich von

Unternehmensgründung und beruflicher Selbstständigkeit in der Kreativwirtschaft. U.a. ist er Herausgeber der „Edition Kreativwirtschaft“, die bei Kohlhammer, Stuttgart, erscheint. 2012 erschien sein jüngstes Buch „Management für Kreativunternehmen“.

Dienstag, 28. Mai 2013

**Nur ein kleiner Bildausschnitt und ein paar Takte Musik ...
Urheber- und Verwertungsrechte im Internet**

Bilder, Filme und Musik präsentieren sich im Netz zu jeder Zeit, an jedem Ort und sind für jeden zugänglich. Darf ich hier zugreifen und fremde Werke und Leistungen nutzen? Was muss ich selbst beachten, wenn ich meine Werke allen zugänglich mache und was ist zu tun, wenn Andere diese nutzen? Die Rechtsanwälte Oliver Heinz und Michael von Rothkirch erläuterten praxisnah, was sich über die Nutzung von Werken wie Bildern (Fotos, Grafiken, Illustrationen), Filmen und Musik im Internet zu wissen lohnt und welche und wessen Rechte hier zu beachten sind.

Oliver Heinz und **Michael von Rothkirch** sind Fachanwälte für Urheber- und Medienrecht. Sie beraten nationale und internationale Mandanten aus allen Sparten der Entertainment- und Medienwirtschaft. Als Dozenten sind sie für Bildungsträger und als Fachbuchautoren tätig.

„Sehr interaktiv mit viel Praxisbezug.“

Dienstag, 10. September 2013

Service Design: Dienstleistungen gestalten

Was steckt dahinter, wenn Dienstleistungen seitens der Stadt oder der freien Wirtschaft reibungslos funktionieren? Wie werden die Schnittstellen der verschiedenen an einer Dienstleistung beteiligten Systeme gestaltet? Wie sorgen Service Design Gestalter/-innen zunehmend für Nutzerfreundlichkeit im Rathaus oder beim Telefonanbieter? Manuel Großmann und Olga Scupin von Service Design Berlin gaben eine Einführung in das Thema und zeigten internationale und regionale Beispiele für erfolgreiches Service Design. Sie veranschaulichten die wichtigsten Service Design Methoden und vermittelten, welche Fähigkeiten Designer/-innen benötigen, um Dienstleistungen zu gestalten. Auch thematisierten sie, wie sich Design-Qualifikationen im Service Design Kontext vermarkten lassen, welche Weiterbildungsangebote bestehen und welche potentiellen Kunden und Arbeitgeber es in Berlin gibt.

Manuel Großmann ist freiberuflicher Service Designer. Zuvor arbeitete er mehrere Jahre im Bereich Service Design und User Experience in der internationalen Designagentur Fjord. Er ist Experte im Bereich mobiler Interfaces und digitaler Ökosysteme. Manuel Großmann lehrte kürzlich als Gastdozent an der Kunsthochschule Berlin Weißensee und ist Mitgründer von Service Design Berlin. **Olga Scupin** ist als Beraterin für Start-Ups tätig. Sie hat unter anderem bei dem Start-Up stylemarks als Community Managerin gearbeitet und war Teil des Telekom hubraums. Sie hat ihren Bachelor in International Business in Berlin und New York absolviert und war anschließend bei der Senator Filmproduktion als Produktionsassistentin tätig. Olga **Scupin** ist Absolventin der HPI School of Design Thinking in Potsdam und Mitgründe-

rin von Service Design Berlin. Service Design Berlin wurden als „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2013“ ausgezeichnet.

Dienstag, 05. November 2013

Mach mal Pause!

Anregungen zur Achtsamkeit im Arbeitsalltag

Man arbeitet intensiv an spannenden Projekten und hat rund um die Uhr zu tun. Doch wie schafft man das auf Dauer? Wie reduziert man Stress und Überstunden und macht zur Abwechslung mal pünktlich Feierabend? Unsere Kreativität leidet unter Überarbeitung, Druck und der Angst davor, dass die Ideen nicht mehr sprudeln könnten. Dr. Frank Berzbach gab Anregungen zur Achtsamkeit im Arbeitsalltag und sprach über die Kunst, ein kreatives Leben zu führen. Er thematisierte die inneren und äußeren Rahmenbedingungen nachhaltiger Ideenfindung sowie Aspekte einer neuen Pausenkultur.

Dr. Frank Berzbach ist Autor von „Die Kunst, ein kreatives Leben zu führen“ und „Kreativität aushalten/Psychologie für Designer“. In Köln unterrichtet er Psychologie und Philosophie an der ecosign Akademie für Gestaltung und an der Fachhochschule Köln.



Dienstag, 25. Februar 2014

Alleinstellungsmerkmal „Design“?

Positionierung für eine gelungene Selbstvermarktung

Wie positioniere ich mich als Designer/-in unter den Heerscharen von Kreativen in Berlin? Reagiere ich mit einem breiten Leistungsangebot oder spezialisiere ich mich auf eine Marktnische? Wie schärfe ich mein Profil? Ida Storm Jansen gab Anregungen zur Analyse der eigenen Kernkompetenzen und Stärken sowie möglicher Märkte und Zielgruppen. Sie erläuterte, welche Schritte hin zu einem klaren Produkt-/Leistungsportfolio nötig sind, um dieses potentiellen Kunden gegenüber zielgerichtet, verständlich und prägnant zu kommunizieren.

Ida Storm Jansen ist Unternehmensberaterin und auf Vermarktung und Kommunikation spezialisiert. Von 2002 bis 2009 war sie an beiden Seiten des Marketingtisches tätig, sowohl auf Agentur- als auch auf Auftraggeberseite. Seit 1996 unterrichtet sie Kommunikation an Universitäten und Hochschulen. Sie begleitet seit 2009 Berliner Kreative auf dem Weg in die Selbständigkeit und unterstützt Arbeitsgruppen bzw. Erfolgsteams für Einzelunternehmen durch die WIR-AG.

Dienstag, 20. Mai 2014

Doppelt geschützt hält besser?

Urheberrecht für Design und das neue „Designgesetz“

Signets oder Stuhlentwürfe fielen bisher häufig nicht unter das Urheberrecht, da sie als Werke der angewandten Kunst einem Gebrauchszweck dienten. Nach einem wegweisenden BGH-Urteil zum „Geburtstagszug“ ist der Weg nun geebnet für eine juristisch einheitliche Bewertung freier und angewandter künstlerischer Arbeiten. Darüber hinaus ersetzt das neue Designgesetz seit Jahresbeginn das bisherige Geschmacksmustergesetz, mit dem Ziel die geltende Rechtslage transparenter und verständlicher zu machen. Sowohl das BGH-Urteil als auch die Modernisierung des Geschmacksmusterrechts bringen weitreichende Veränderungen mit sich. Dr. Thomas Beyer zeigte anhand von Beispielen, was sich geändert hat, was Designer/-innen beachten sollten und wie sich die neue Gesetzeslage auf die monetäre Beteiligung an Entwürfen auswirken kann.

Dr. Thomas Beyer vertritt als Rechtsanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz Mandanten im In- und Ausland in den Tätigkeitsfeldern Markenrecht, Designrecht, Urheberrecht, Wettbewerbsrecht, Medienrecht und Prozessführung. Dr. Thomas Beyer ist seit 2001 im Berliner Büro von Preu Bohlig & Partner tätig.



Donnerstag, 12. Juni 2014

Elevator-Pitch – sich überzeugend vorstellen in 60 Sekunden, Kurz-Workshop

„Was machen Sie genau?“, „Was ist das Besondere daran?“, „Was habe ich als Kunde davon, wenn ich Sie beauftrage?“. Fragen wie diese werden in unterschiedlichsten Situationen gestellt: beim Small-Talk, auf der Messe, beim Kundenbesuch oder bei der Akquise. Aufmerksamkeit erhält, wer sich dabei in kurzer Zeit prägnant in Szene setzen kann. Die Trainerin Marianne Lotz gab praktische Anregungen dazu, wie man sich überzeugend darstellt und seine Leistungen einprägsam auf den Punkt bringt.

Marianne Lotz ist Akquise-Expertin und Business-Coach für Freiberufler/-innen aus den Bereichen Design, Medien und Kommunikation. Sie hat viele Jahre für Werbe- und PR-Agenturen gearbeitet. Seit 12 Jahren gibt sie Seminare und Coachings zu den Themen Neukundengewinnung und Angebotsmanagement sowie Honorarverhandlungen. Sie ist für das Förderprogramm „Gründercoaching Deutschland“ zugelassen und beim BAFA für Förderzuschüsse (Beratung und Coaching) gelistet.

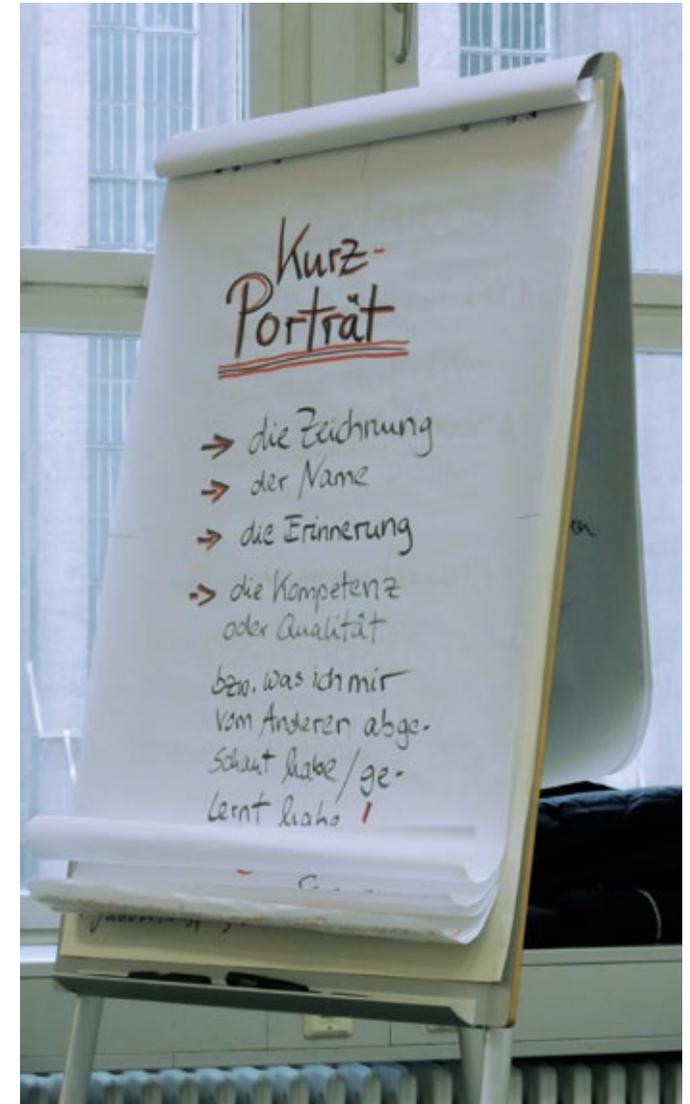
Dienstag, 14. Oktober 2014

**Transmedia Storytelling
Geschichten über Produkte und Unternehmen neu erzählt**

Was ist der Unterschied zwischen transmedialem Storytelling und klassischem Geschichtenerzählen? Welche neuen Möglichkeiten bieten interaktive und mehrmediale Erzählformen? Ob Produkt oder Marketing, große oder kleine Geschichte, fragmentiertes Erzählen findet in unterschiedlichsten Kontexten und Dimensionen statt. Maria Grotenhoff und Ina Krüger zeigten Grundlagen, Tools und gelungene Beispiele für Transmedia Storytelling. Sie vermittelten, welche Rolle Design dabei spielt und wie sich die neuen Erzählformen auch für das Eigenmarketing anwenden lassen.

Maria Grotenhoff ist seit mehr als 15 Jahren in der Konzeption tätig, u.a. für Pixelpark und BBDO. **Ina Krüger** war Kreativdirektorin bei Pixelpark und arbeitet seit 2003 frei für namhafte Agenturen und Unternehmen. Gemeinsam verfassten sie als Autorinnen das Buch „Konzeptentwicklung, Basiswissen für vernetzte Kommunikation und Medien“.

„Das Programm ist vom Umfang genau richtig – nicht zuviel – nicht zu wenig.“



Donnerstag, 05. März 2015

Ich bin ... Ich kann ... Ich biete ...

Arbeitsheft zur gezielten Positionierung am Markt für selbstständige Designer/-innen und Kreative, Kurz-Workshop

Gerade im kreativen Bereich ist es oft schwierig, klar zu beschreiben, was man eigentlich anbietet. Denn jeder Prozess ist anders und Kreativleistungen leben davon, dass sie einmalig sind. Dennoch: Um als Gestalterin oder Gestalter auch wirtschaftlich erfolgreich zu sein, benötigt man ein klares Bild von den eigenen Fähigkeiten und Leistungen. Durch die gezielte Vermittlung des Bildes positioniert man sich auf dem Markt. Esther Schaefer zeigte im Kurz-Workshop, wie das neue Arbeitsheft des IDZ hilft, eine Positionierung zu entwickeln, die zu einem passt und potenzielle Auftraggeber überzeugt.

Esther Schaefer war während der letzten fünf Jahre für die inhaltliche Gestaltung des Weiterbildungsprogramms »Design & Company« am IDZ verantwortlich. Sie ist seit 1999 als Kommunikationsdesignerin und Projektmanagerin in Design- und Kommunikationsprojekten tätig. Seit 2012 bietet sie Prozessmoderation, Workshops und Beratung für Selbstständige, Studierende, Institutionen und Agenturen an. Ihre inhaltlichen Schwerpunkte sind das Selbst- und Projektmanagement sowie die Positionierung für das Eigenmarketing.

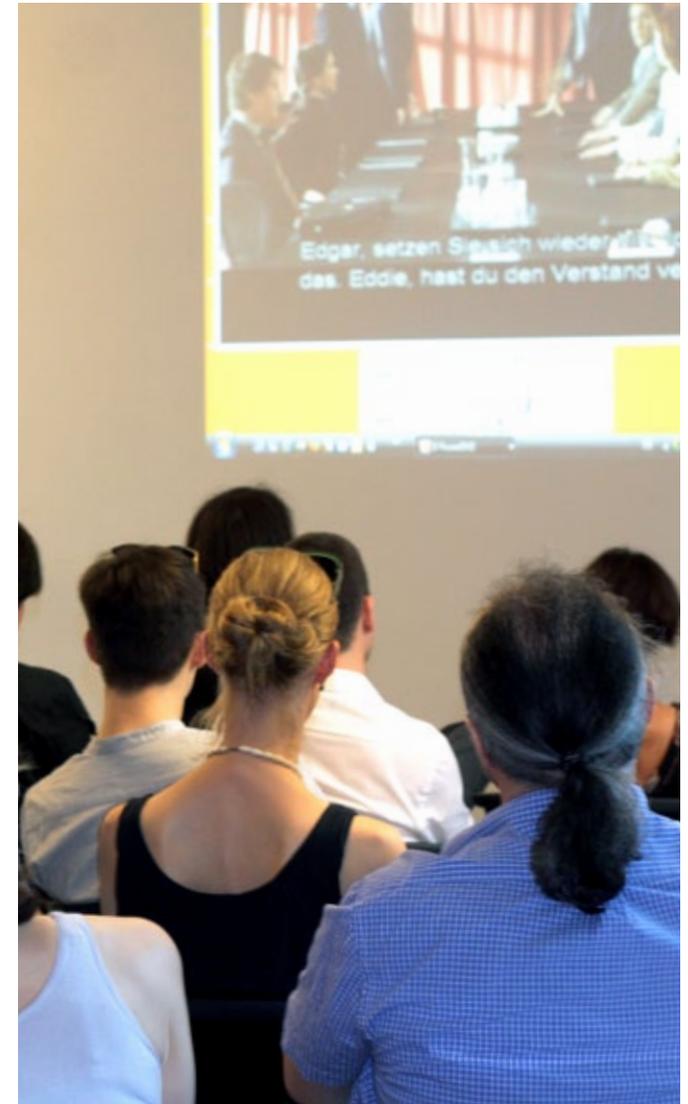
Dienstag, 05. Mai 2015

Von der Identität zur Marke

Erfolgreiche Markenentwicklung für Designer und KMUs

Wie begleiten Designer ihre Kunden erfolgreich auf dem Weg der Markenentwicklung? Andreas Viedt von wirDesign communications AG zeigte im Vortrag anhand von Beispielen, dass ein professioneller Markenaufbau keine Frage des Budgets oder der Unternehmensgröße ist: Entscheidend ist die Methodik und Konsequenz in der Umsetzung. Sein Vortrag führte die Mechanismen einer intelligenten und effizienten Markenentwicklung und -führung in kleinen und mittelständischen Unternehmen vor. Dabei erklärte er praxisnah, wie Markenprozesse zielführend organisiert werden können, welche Ressourcen gebraucht werden und welche Fallstricke lauern.

Andreas Viedt ist Mitbegründer der wirDesign communications AG. Das Unternehmen gehört zu den führenden deutschen Marken- und Corporate-Design-Agenturen und hat sich auf die Entwicklung und Inszenierung von Unternehmensmarken spezialisiert. Andreas Viedt leitet als Vorstandsmitglied den Bereich Strategie und Markenberatung sowie das interne Ideenmanagement. Darüber hinaus ist er Metaplan Professional. Als kreativer Kopf und Berater hat er Marken- und Kommunikationsprojekte für unterschiedlichste Unternehmen und Organisationen betreut.



Liste der Referentinnen und Referenten

Referent/-in	Unternehmen	Format	Datum	Titel der Veranstaltung
Heike Albig	Albig + With	Tagesworkshop	Mai 2013	Dynamic Storytelling und User Experience:
Frank Berzbach		Vortrag	November 2013	Mach mal Pause! Anregungen zur Achtsamkeit im Arbeitsalltag
Dr. Thomas Beyer	Preu Bohlig & Partner	Vortrag	Mai 2014	Doppelt geschützt hält besser? Urheberrecht für Design und das neue Designgesetz
Andrea Bosch	Mehrdimensionale Beratung	Workshopreihe Sprechstunde	Mai 2012 Juni 2012	Positionierung und Persönlichkeit Positionierung und Persönlichkeit
Raphael Gaßmann und Christian Volkman	Merleker und Mielke - Rechtsanwälte und Notare	Sprechstunde Workshopreihe Workshopreihe Workshopreihe	November und Dezember 2012 Oktober 2012 Oktober 2013 Oktober 2014	Recht Recht Recht Recht
Manuel Großmann	Service Design Berlin	Vortrag Tagesworkshop Tagesworkshop	September 2013 März 2014 Juni 2015	Service Design: Dienstleitungen gestalten Unverwechselbar dank Service Design Unverwechselbar dank Service Design
Maria Grothenhoff & Ina Krüger	Digital Concept Development & Strategy	Vortrag Vortrag	November 2012 Oktober 2014	Vernetzte Kommunikation, Arbeitsfelder und Strategien Transmedia Storytelling Geschichten über Produkte und Unternehmen neu erzählt
Herbert Grüner	Hochschule der Künste Bremen	Vortrag	Februar 2013	Wachstumsstrategien für kleine Unternehmen in der Kreativwirtschaft
Torsten Haase und Anke Krey	DESIGNERDOCK	Sprechstunde	Juni 2013	Portfolioberatung zur Selbstdarstellung von Designerinnen und Designern Digitaler- und Print-Medien
Thorsten Harms	Gründungsberatung und Coaching für Designer	Tagesworkshop Tagesworkshop Tagesworkshop	März 2012 März 2012 März 2013	Designer/-innen als Unternehmer/-innen: Selbstverständnis und Wirkung Gemeinsam zum Ziel: Mitarbeiterführung und Teamaufbau in der Designwirtschaft Analyse des eigenen Designunternehmens unter betriebs- wirtschaftlichen Aspekten

Liste der Referentinnen und Referenten

Referent/-in	Unternehmen	Format	Datum	Titel der Veranstaltung
Thorsten Harms	Gründungsberatung und Coaching für Designer	Sprechstunde	September 2013	Kalkulieren, Verhandeln, Gründen und Wachsen für Designer/-innen
		Workshopreihe	Juni 2012	Finanzen
		Workshopreihe	Juni 2013	Finanzen
		Workshopreihe	Juli 2014	Finanzen
		Tagesworkshop	März 2015	Geschäftsmodelle aufbauen und weiterentwickeln mit dem Business Model Canvas
		Tagesworkshop	Juni 2015	Finanzen im Griff – Preiskalkulation, Fördermöglichkeiten und finanzielle Absicherung
Oliver Heinz und Michael v. Rothkirch	Heinz v. Rothkirch Nachtwey Rechtsanwälte	Vortrag	September 2012	Bildrechte in der Unternehmenskommunikation
		Vortrag	Mai 2013	Nutzung von Werken wie Fotografien/Grafiken/Illustrationen, Filmen und Musik im Internet – welche Urheber- und Verwertungsrechte sind hier zu beachten?
Dr. Albert Heiser	Creative Game Institut	Tagesworkshop	Juni 2015	Auf den Punkt gebracht! Texten für Designer/-innen
Sylke Holtz	Sytz - Die Zukunft finden	Tagesworkshop	November 2012	Strategien für die Verknüpfung von Analog- und Digital-Media
		Tagesworkshop	Mai 2013	Dynamic Storytelling und User Experience: Wie entwickle ich kreative Projekte im digitalen Raum?
Bernd Kolb	PLEXGROUP	Tagesworkshop	November 2013	Marketing verstehen – welche Strategie verfolgt mein Kunde?
Julia Leihener	DEUTSCHE TELEKOM AG, Creation Center T-Labs	Tagesworkshop	Juni 2014	Design Thinking: interdisziplinär neue Lösungen entwickeln
		Tagesworkshop	April 2015	Design Thinking: interdisziplinär neue Lösungen entwickeln
Marianne Lotz	Seminare, Coaching, Akquise	Vortrag	Juni 2014	Elevator-Pitch – sich überzeugend vorstellen in 60 Sekunden
Andrea Naurath	Schauspielerin, Trainerin, Coach	Tagesworkshop	September 2013	Persönliche Wirkung im Arbeitsalltag
		Tagesworkshop	September 2013	Wer ist der Bestimmer? Konstruktives Arbeiten mit dem „Inneren Team“

Liste der Referentinnen und Referenten

Referent/-in	Unternehmen	Format	Datum	Titel der Veranstaltung
Andrea Naurath	SchauspielerIn, TrainerIn, Coach	Tagesworkshop	Juli 2014	Präsentations-Probe souverän präsentieren und überzeugend kommunizieren
Andreas Naurath	Dipl. Kommunikationswirt und Fotograf	Vortrag Tagesworkshop	Februar 2012 Oktober 2012	Facebook und XING: Ich bin dabei, und nun? Facebook Fanpage für das Eigenmarketing nutzen
Dorothea Pflug	CONnetwork Organisationsberatung	Workshopreihe Workshopreihe	September 2013 September 2014	Organisation und Management Organisation und Management
Tanja Ries	TrainerIn, ModeratorIn und SängerIn	Workshopreihe Workshopreihe	Mai 2013 Juni 2014	Positionierung und Persönlichkeit Positionierung und Persönlichkeit
Madlen Sanchiño Martínez	SpreeTrain® Personal- und Organisationsentwicklung	Tagesworkshop	März 2014	Führe dich selbst! Selbstmanagement für den Arbeitsalltag
Indra Sarkar	Erlebnis Business Coaching	Workshopreihe Strategiekreis Sprechstunde Sprechstunde	September 2012 Oktober 2012 September 2012 Oktober 2013	Organisation und Management Veränderungen des Arbeitsbereiches, neue Arbeitsbereiche für Designer/-innen Coaching für Designer/-innen Berufliche Orientierung und Work-Life-Balance
Esther Schaefer	Workshop-Moderation und Beratung	Orientierungsberatung Beratung Vortrag	2014 Juli 2015 März 2015	fortlaufendes Angebot für individuelle Orientierungsberatung, max. drei Beratungen im Monat Markttag: Kunden, Kontext, Konkurrenz Ich bin ... Ich kann ... Ich biete ... Arbeitsheft zur gezielten Positionierung am Markt für selbstständige Designer/-innen und Kreative
Olga Scupin	Service Design Berlin	Vortrag Tagesworkshop	September 2013 März 2014	Service Design: Dienstleitungen gestalten Unverwechselbar dank Service Design
Ida Storm Jansen	integrated Marketing & Sales	Tagesworkshop Tagesworkshop Tagesworkshop Tagesworkshop	Juni 2012 Juni 2012 März 2013 November 2013	Selbstvermarktung für Selbstständige Kohle, Kalkulation und Konflikte Akquisition/Kundengewinnung „Wir melden uns bei Ihnen ...“ Akquisition für Designer/-innen

Liste der Referentinnen und Referenten

Referent/-in	Unternehmen	Format	Datum	Titel der Veranstaltung
Ida Storm Jansen	integrated Marketing & Sales	Tagesworkshop	November 2014	„Wir melden uns bei Ihnen ...“ Akquisition für Designer/-innen
		Tagesworkshop	November 2014	Das liebe Geld: Honorare gestalten, verhandeln und Kunden binden
		Tagesworkshop	Juni 2015	Marketing und Akquisition für Designer/-innen
		Vortrag	Februar 2014	Alleinstellungsmerkmal „Design“? Positionierung für eine gelungene Selbstvermarktung
		Workshopreihe	September 2014	Marketing und Kommunikation
Tamara Trautner	Trainerin, Mediatorin und Coach	Tagesworkshop	März und April 2014	Gut verhandeln–mehr erreichen! Erfolgreiche Verhandlungsführung für Designer/-innen
		Tagesworkshop	Oktober 2014	Kommunikation und Konflikte Zusammenarbeit konstruktiv gestalten
		Tagesworkshop	April 2015	Gut verhandeln–mehr erreichen! Erfolgreiche Verhandlungsführung für Designer/-innen
Lucas Verweij	Journalist, Designer, Moderator, Projektinitiator und Ausstellungsmacher	Strategiekreis	September 2012	Kreativer Input-finanzieller Output
		Strategiekreis	Februar 2013	Schwerpunkte im Beruf: in unsicheren Zeiten fokussieren, Ziele setzen und erreichen
		Strategiekreis	März 2013	Als Designer/-in aktiv und erfolgreich die eigene Berufssituation gestalten!
Andreas Viedt	wirDesign communications AG	Vortrag	Mai 2015	Von der Identität zur Marke Erfolgreiche Markenentwicklung für Designer und KMUs
Klemens Wannenmacher	Kreativ Coaching Berlin	Workshopreihe	April 2012	Selbst-Analyse
		Tagesworkshop	August 2012	Von der Selbst-Analyse zur Positionierung
		Strategiekreis	September 2012	Kreativer Input-finanzieller Output
		Strategiekreis	Oktober 2012	Veränderungen des Arbeitsbereiches, neue Arbeitsbereiche für Designer/-innen
		Strategiekreis	Februar 2013	Schwerpunkte im Beruf: in unsicheren Zeiten fokussieren, Ziele setzen und erreichen
		Strategiekreis	März 2013	Als Designer/-in aktiv und erfolgreich die eigene Berufssituation gestalten!

Liste der Referentinnen und Referenten

Referent/-in	Unternehmen	Format	Datum	Titel der Veranstaltung
Klemens Wannenmacher	Kreativ Coaching Berlin	Sprechstunde	Mai 2013	Selbst-Analyse
		Workshopreihe	April 2013	Selbst-Analyse
		Workshopreihe	November 2013	Nachrunde
		Workshopreihe	Mai 2014	Selbst-Analyse
		Workshopreihe	Dezember 2014	Nachrunde
Christiane Widmayer	absolut sortiert	Vortrag	März 2012	Das Projekt im Blick: systematisch abgelegt statt verzettelt
Juliane Zielonka	Marketing-Kommunikationswirtin	Tagesworkshop	Oktober 2012	Social-Media-Strategie
		Workshopreihe	August 2012	Marketing und Kommunikation
		Workshopreihe	August und September 2013	Marketing und Kommunikation

Liste der Multiplikatoren, die Design & Company-Veranstaltungen ankündigten, beispielsweise über ihre Newsletter-Verteiler, soziale Netzwerke wie Facebook, Webseiten, Portale und Presseverteiler.

AGD | Allianz deutscher Designer
Architektenkammer Berlin
Artwert Berlin
BTK | Berliner Technische Kunsthochschule
BDG | Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner
Betahaus, Berlin
Beuth Hochschule, Berlin
CTC | Career and Transfer Service Center, Berlin
Create Berlin
Creative City Berlin
CSC | Creative Service Center Pankow, Berlin
Design Akademie Berlin
DESIGNERDOCK, Berlin
designerinnen forum e.V.
designszene Berlin
Fachhochschule Potsdam
Fontblog

Gründerinnenzentrale, Berlin
HTW | Hochschule für Technik und Wirtschaft, Berlin
IHK | Investitions- und Handelskammer, Berlin
Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, Regionalbüro Berlin/Brandenburg
Kunsthochschule Berlin Weißensee
Lette Verein, Berlin
Mediadesign Hochschule, Berlin
Medianet Berlin-Brandenburg
nemona | KreativNetzNeuKöln, Berlin
netzwerk mode textil, Berlin
Neue Schule für Fotografie Berlin
PLEX GmbH
Rat für Formgebung
UdK | Universität der Künste Berlin
VDID | Verband Deutscher Industrie Designer, Berlin
Xinnovations, Berlin



TITEL



Richtig aufgestellt

Ob Führungskraft, Agenturmitarbeiter oder Freelancer – in der Kreativbranche stehen die Themen Weiterbildung und persönliche Entwicklung hoch im Kurs. Wir stellen interessante Angebote und Strategien vor

■ **Stillstand war gestern**, Weiterbildung ist en vogue. Egal, ob technische Skills oder persönliche Kompetenzen – Kommunikationsdesigner buchen Coaches, besuchen Seminare und Workshops oder entscheiden sich für ein berufs begleitendes Studium. Eine Fortbildung ist nicht nur wichtig für den Lebenslauf, sie zwingt auch, die lieb gewonnenen Routinen zu verlassen und sich sowohl mit neuen Themen als auch neuen Menschen auseinanderzusetzen. Das motiviert für den Arbeitsalltag und regt darüber hinaus zu frischen Ideen an.

Wer sich fortbilden möchte, steht vor einigen Herausforderungen. Erst muss er überlegen, welche Kenntnisse oder Fähigkeiten er vertiefen möchte, welches Format passend ist und wie er die – oftmals recht teure – Veranstaltung finanziert. In vielen Fällen beteiligt sich der Arbeitgeber an den Kosten für die Weiterbildung. Darüber hinaus lassen sich staatliche Fördermöglichkeiten beantragen. Wir stellen Workshop- und Seminarangebote vor, die Kreativen helfen, ihr Profil zeitgemäß zu erweitern (siehe Seite 30ff), und geben einen Überblick über Finanzierungsmöglichkeiten (siehe Seite 31).

Neben der fachlichen hat die persönliche Weiterentwicklung im Beruf stark an Bedeutung gewonnen. Dazu zählen nicht nur Soft Skills wie Team- und Konfliktfähigkeit, sondern zunehmend auch Führungskompetenz, Selbstdefinition und Karriereplanung. Hier kommt das Coaching ins Spiel – ein Buzzword, das auch im Kreativalltag immer häufiger zu hören ist. Wir klären, wann sich ein solches Training für Agenturmitarbeiter oder Freelancer lohnt, welche Arten es gibt, wie es abläuft und wie man den richtigen Coach findet (siehe Seite 24ff).

► PAGE Online
Alle Links zu
diesem Artikel
finden Sie unter
www.page-online.de/weiterbildung2012

nk/nk



Probleme und Erwartungen und der Coach seine Vorgehensweise. »Im ersten Treffen werden Sympathien ausgetestet, man guckt, ob die Chemie stimmt. Das ist neben der fachlichen Kompetenz des Coaches die Basis für eine vertrauensvolle und erfolgreiche Zusammenarbeit«, so Gianna Posselt, Gründerin von basic° business coaching & consulting in Hamburg. Der Ratsuchende muss Vertrauen zum Coach fassen und überlegen, ob er ihm vertraut, zur Lösung des Problems beizutragen.

In dem nächsten Schritt definieren Coach und Klient die konkreten Ziele des Coachings und schätzen einen Zeitrahmen ab, der vertraglich festgehalten wird. Außerdem hat der Klient die Möglichkeit, Spielregeln aufzustellen, beispielsweise Themen oder Methoden auszuschließen, die er nicht besprechen oder anwenden möchte. Am Ende findet immer ein Abschlussgespräch statt, um das Ergebnis zu evaluieren – auch wenn der Klient das Coaching abbrechen sollte.

Ein Coaching dauert durchschnittlich zehn Sitzungen à zwei Stunden. Die Treffen finden meist wöchentlich oder vierzehntägig statt. Kleinere Themen lassen sich auch in zwei bis drei Sitzungen bearbeiten. Zudem gibt es Speedcoachings, beispielsweise zur Vorbereitung eines Jahresgesprächs oder von Gehaltsverhandlungen. Viele Coaches bieten auch kurzfristige Pitch- oder Präsentationstrainings an, mit denen sie Teams vorm Kundenentwurf machen. Den Ort kann der Klient meistens selbst wählen, etwa das eigene Studio, die Räume des Coaches oder ein Seminarraum in einem Hotel. Das Honorar bewegt sich zwischen 150 und 350 Euro pro Zeitstunde, Agenturseminare werden meistens nach Tagesätzen berechnet.

Vorrangige Methode beim Coaching ist der Dialog. Mithilfe von systemischen Gesprächstechniken oder Moderation leitet der Coach seine Klienten an. Dazu kommen psychologische oder kommunikative Interventionen, zum Beispiel der sogenannte Antreiber-Test zur Definition persönlicher Motivato-

»Vor allem haben wir uns Zeit genommen, um in Ruhe – ohne Handy, Mails und Meetings – über uns, unsere Visionen und Ziele zu sprechen«

■ *Anlässlich des Wechsels in die Geschäftsführung von Serviceplan Campaign Hamburg ließen sich Bettina Prange, Christoph Nann und Maik Kähler 2011 von Gianna Posselt coachen. In ihrer neuen Position als Personalleiterin baut Prange ein Weiterentwicklungsprogramm für die Führungskräfte der Werbeagentur auf.*

Was war das Ziel bei Ihrem Coaching?

BETTINA PRANGE: Das Ziel war, eine neue operative Beratungs- und Kreativführung aus Christoph, Maik und mir zu etablieren. Geprägt durch unsere eigene berufliche Entwicklung wollten wir unseren Mitarbeiter das Beste mögliche bieten, um sie langfristig zu fördern und nachhaltig entwickeln zu können.

Welche Themen haben Sie bearbeitet?

Zunächst die persönliche Philosophie, Werte, Selbstwertschätzung und Standortbestimmung des Einzelnen sowie das Verständnis von Führung. Dazu kamen Führungstools und Techniken sowie Teamentwicklung und Selfmanagement, Kommunikations- und Wahrnehmungstraining – eine Mischung aus Theorie und Praxis. Vor allem haben wir uns Zeit genommen, um in Ruhe – ohne Handy, Mails und Meetings – über uns, unsere Visionen und Ziele zu sprechen.

Was hat das Coaching bewirkt?

Ein einheitliches Verständnis von Führung und eine gemeinsame Unternehmensvision. Vor allem haben wir viel über uns selbst erfahren und wie wir in Beziehung zu den anderen stehen. Maik Kähler und Christoph Nann arbeiten seit zwölf Jahren zusammen, ich komme aus der Unternehmensberatung. Diese unterschiedlichen Historien und Erfahrungen haben wir auf den bestmöglichen Nenner gebracht. Syner-

gien entwickelt und Aufgaben verteilt, um unsere Stärken optimal zu nutzen.

Seit Mai bietet Serviceplan ihren Mitarbeitern Coaching an. Warum?

Der Arbeitsmarkt befindet sich in einem enormen Wandel. Hochqualifizierte Mitarbeiter sind schwer zu bekommen. Wir Agenturen müssen reagieren und unseren Mitarbeitern mehr bieten als einen Laptop und einen Arbeitsplatz in entspannter Umgebung. Themen wie Teilzeitarbeit, Elternzeit, Work-Life-Balance und vor allem die (Karriere-) Entwicklung jedes Einzelnen werden immer wichtiger.

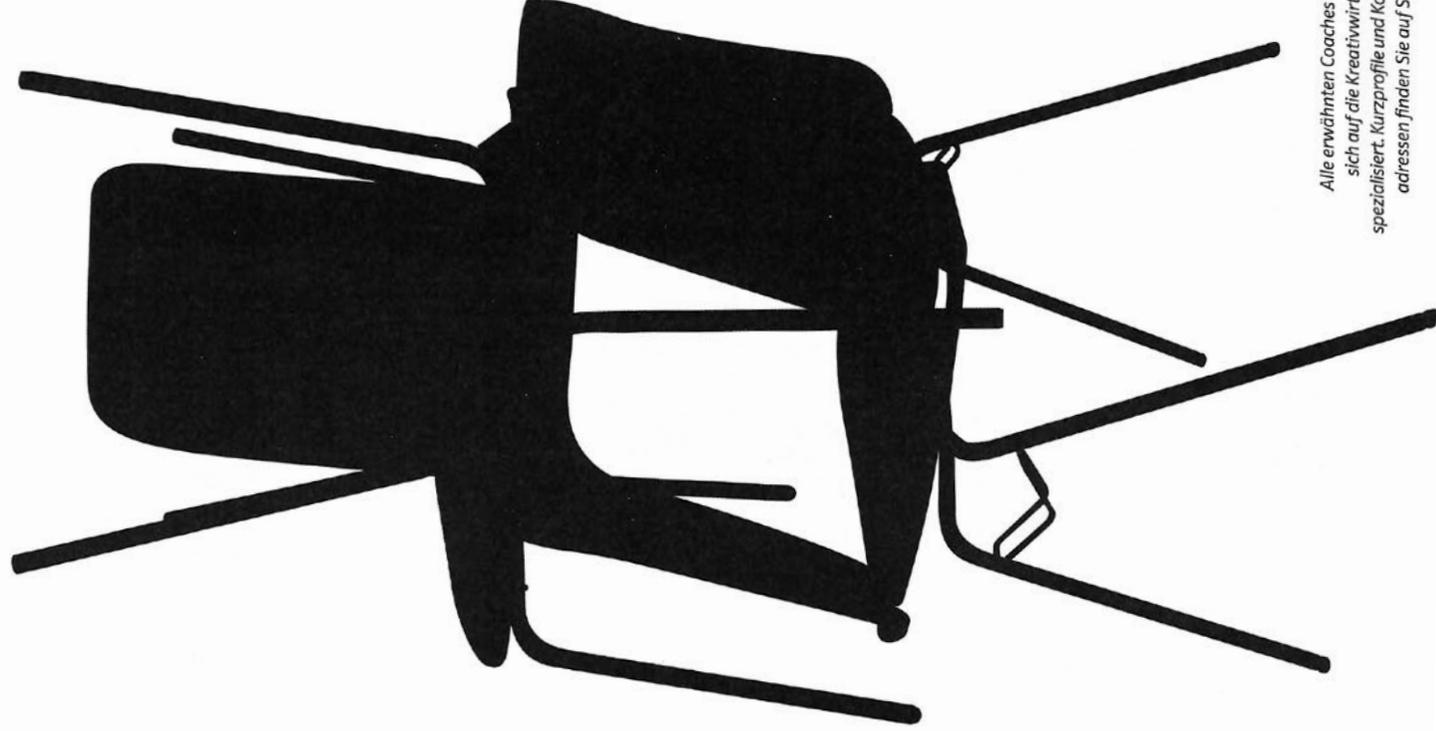
Wie sieht das Angebot genau aus?

Es handelt sich um ein Führungskräfte-Programm für unsere Mitarbeiter aus Beratung und Kreativität. Im ersten Schritt erfolgt ein Basisseminar, um die wichtigsten Grundkenntnisse zu vermitteln wie etwa Führungsverständnis, Selbstorganisation, konstruktives Feedback und Gesprächsführung. Anschließend werden unsere High Potentials hinsichtlich Mitarbeiterförderung, Teamentwicklung, Gruppendynamik et cetera vertieft ausgebildet.

Nach welchen Kriterien wählen Sie die Coaches aus?
Nach ihrer Erfahrung, Schwerpunkten in der Ausbildung und Kenntnis der Werbebranche. Letztlich ist es auch ein Typ-Frage. Man muss sich fragen: Stimmt die Chemie? Auch Empfehlungen spielen eine große Rolle.

Sparringspartner gesucht

Manchmal kommt man allein einfach nicht weiter. Coachings helfen Kreativen bei ihrer beruflichen Weiterentwicklung



■ **Das eigene Designbüro** wächst viel schneller als gedacht. Aus einer Handvoll Kunden ist plötzlich eine zweistellige Anzahl geworden, das Geschäft brummt. Was zunächst gut klingt, wirft auch Fragen auf: Wie groß soll das Büro werden? Muss ich Mitarbeiter einstellen, eine andere Unternehmensform wählen? Oder will ich doch lieber klein bleiben? Wie verhalte ich mich als Chef, welche Aufgaben kann ich an wen delegieren? Bei diesen individuellen Fragen kann ein Coaching weiterhelfen. Ob berufliche Neuorientierung oder betriebswirtschaftliches Wissen – hin und wieder ist es ratsam, sich nicht nur auf sich selbst zu verlassen und sich kompetente Unterstützung zu suchen.

»Ein Coach bietet keine fertigen Lösungen an, sondern Hilfe zur Selbsthilfe«, erläutert Thorsten Harms, der seit über zehn Jahren Designer coacht und bei der Existenzgründung berät. Aktive Mitarbeit des Klienten, Kritikfähigkeit und die Anerkennung eigener Schwächen sind Bedingungen für ein erfolgreiches Coaching. Der Coach hilft mit Fragetechniken und anderen Methoden bei der Selbstreflexion und eigenständigen Problemlösung. Er tritt als Sparringspartner auf, der auch mal provoziert, sowie als Spiegel, der ein ehrliches und offenes Feedback gibt – das man von Kollegen, Mitarbeitern oder Freunden nicht unbedingt bekommt.

Im Rahmen eines Coachings kann man innehalten und bewusst über sich selbst und seine berufliche Entwicklung nachdenken. Mit Psychotherapie hat das nichts zu tun, wohl aber mit Selbsterkenntnis. Das Coaching bietet einen Schutzraum und vollkommene Diskretion – und damit eine Atmosphäre für neue Gedanken und Lösungsideen. »Der Coach tritt dabei häufig als Motivator auf, der die inneren Ressourcen seines Klienten aufdeckt und aktiviert«, erklärt Anne Brit Maier aus Hamburg, die ihre Karrierecoachings für Klienten aus Werbeagenturen und Kommunikationsberufen unter anderem über Designerdock anbietet.

Alle erwähnten Coaches haben sich auf die Kreativwirtschaft spezialisiert. Kurzprofile und Kontaktadressen finden Sie auf Seite 29

Am Anfang jedes Coachings steht ein Kennenlerngespräch, das meist kostenlos ist. Hier erläutert der Klient seine

»Es gibt viele, die sich Kreativ-coach nennen, aber nicht aus der Perspektive eines Kreativen denken können. Daher mein Rat: Ruhig mehrere ausprobieren!«

■ *Boris Bandypodhyay ist auf der Suche nach Investoren für seine Geschäftsidee Alvari: ein nachhaltiges Designsystem, bei dem Kunden Möbel und Architekturelemente auf einer Onlineplattform erwerben können, die dann lokal hergestellt werden. Er holte sich Gründungscoach Thorsten Harms zur Seite.*

Warum haben Sie einen Coach gesucht?

BORIS BANDYPODHYAY: Als Designer brauchte ich jemanden, der zwischen mir und den Geldgebern, die ich für die Gründung von Alvari ansprechen musste, vermitteln kann. Ich war auf der Suche nach jemandem, der mir diese betriebswirtschaftliche Welt aus Tabellen und Zahlen erklärt.

Wie haben Sie Ihren Coach Thorsten Harms gefunden?

Zunächst habe ich ein Gründerzentrum für Kreative besucht. Trotz des Namens hatten die aber wenig Ahnung von der Branche. Als ich dann das Coachingprogramm des IDZ Berlin gesehen habe, bin ich die Liste der Coaches durchgegangen und habe Thorsten Harms kontaktiert. Er ist Gründungscoach und hat sich auf Designer spezialisiert.

Und wie sah das Coaching aus?

Ich hatte einige Vorurteile gegenüber Coaching und Beratung. Was mich allerdings positiv überrascht hat: Statt selbst viel zu erklären, hat mir Thorsten Harms durch seine Fragen mögliche Richtungen aufgezeigt. Dabei stand die Suche nach den Förderungsmöglichkeiten immer im Mittelpunkt.

Haben Sie ein Förderungsprogramm gefunden?

Interessanterweise hat mich Thorsten Harms darin bestärkt, mich für das Existo-Programm zu bewerben, das ich selbst schon für mich ausgeschlos-

sen hatte. Das hat mir gezeigt, dass man auch immer einen zweiten Weg probieren sollte. Ich habe im Coaching das Vertrauen gewonnen, meine Idee in einem solchen Kontext vorzustellen.

Inwiefern?

Ich hatte noch nie einen Finanzplan mit Liquiditäts- und Rentabilitätsplanung erstellt. Erst mithilfe von Thorsten Harms habe ich gelernt, selbstständig ein solches Konzept zu entwickeln. Wir sind das Papier zusammen durchgegangen und ich konnte alles erfragen. Gerade haben wir die Bewerbung für Existo eingereicht.

Gab es für Sie einen Aha-Moment?

Nachdem ich beinahe 50 Seiten Businessplan geschrieben habe, fragte ich mich, was das Ganze eigentlich soll. Die Zahlen müssen zwar plausibel sein, aber alle wissen doch, dass es lediglich Prognosen sind. Thorsten Harms erklärte mir, dass Investoren wissen wollen, ob man betriebswirtschaftlich denken kann und in der Lage ist, ein Unternehmenskonzept über die Jahre zu strukturieren.

Was raten Sie denjenigen, die einen Coach für sich suchen?

Ich würde mich immer für jemanden entscheiden, der zu mir passt, und diesbezüglich auch nicht aufgeben. Es gibt viele, die sich Kreativcoach nennen, aber nicht aus unserer Perspektive denken können. Mein Rat: Ruhig mehrere ausprobieren!

→ ortbestimmung oder Übungen wie aktives Zuhören und konstruktives Feedback. »Projektive Techniken und imaginative Rollenspiele tragen dazu bei, dass sich die Gedanken freier bewegen. Das ist ein ähnliches Vorgehen wie bei der »Kreation«, erklärt Heike Köttig, Karrierecoach aus Oberursel, die früher selbst in Agenturen, unter anderem in der Strategie von Young & Rubicam, tätig war.

Hauptthemen für Coachings sind der Ausbau von Führungskompetenzen und Teamentwicklung. Wird etwa ein Kreativdirektor in einer Agentur dank seiner guten Arbeit zum Geschäftsführer ernannt, ändert sich sein Tätigkeitsfeld grundlegend. Er muss lernen, zu delegieren und seine Mitarbeiter, die gerade noch ebenbürtige Kollegen waren, anzuleiten. Hier kann eine unbeteiligte Person helfen, Themen zu sortieren und das eigene Verständnis von guter Führung zu definieren und umzusetzen.

Auch das Zusammenspiel mehrerer Geschäftsführer kann Bestandteil eines Coachings werden. So absolvierten Christoph Nann, Malik Kähler und Bettina Prange 2011 anlässlich ihres Wechsels in die Geschäftsführung von Serviceplan Hamburg ein Coaching bei Gianna Possehl. »Es geht

drei verschiedene Charaktere mit individueller beruflicher Historie auf den bestmöglichen Nenner zu bringen und ein gemeinsames Verständnis von Führung zu schaffen«, so Bettina Prange. Dafür analysierte Gianna Possehl zusammen mit den dreien deren persönliche Werte und Selbsteinschätzungen, trainierte mit ihnen Führungstools und Kommunikationstechniken. Die Erfahrung war so positiv, dass Bettina Prange, seit 1. Mai Personalleiterin am Hamburger Serviceplan-Standort, Coaching zum festen Angebot für die Mitarbeiter der Agentur ausbaut (siehe Seite 25).

Michael Trautmann, Geschäftsführender-Gesellschafter von kempetrautmann in Hamburg, ist ebenfalls vom Coaching-Konzept überzeugt: »Für viele Führungskräfte scheint es ein Einverständnis von Schwäche zu sein, sich auf ein Coaching einzulassen. Für mich persönlich hat er sich sehr gelohnt. Mein Coach hat mir meine aktuelle Situation aufgezeigt, mir ein besseres Gefühl für meine Stärken und Schwächen gegeben und mit geholfen, meine beruflichen und privaten Ziele zu formulieren und zu verfolgen.« Gianna Possehl coachte Trautmann sowie weitere Führungskräfte der Agentur für rund einhalb Jahre.

PAGE

Ausgabe 06/2012

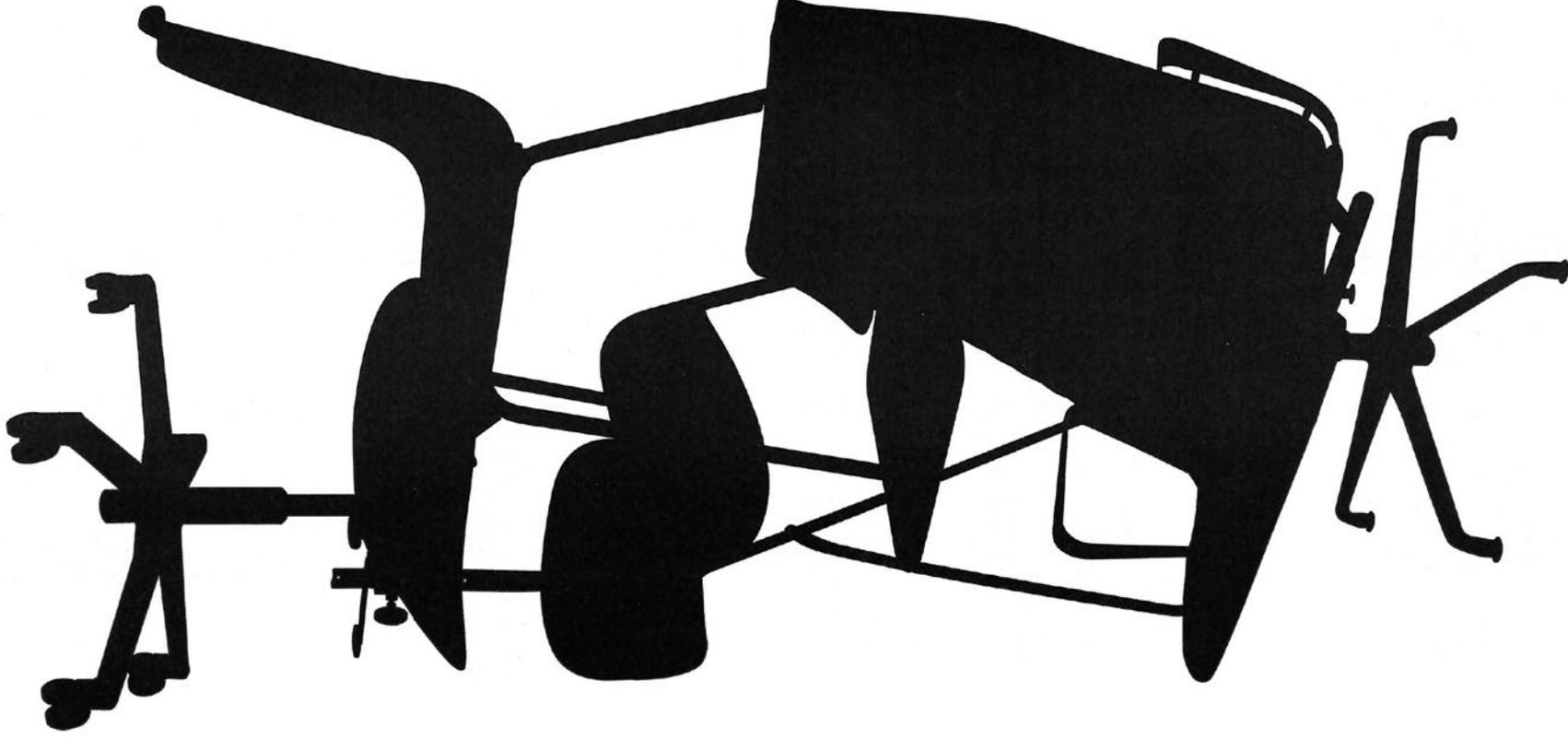
PAGE 06.12 027

Teamcoachings finden nicht nur auf Chefebene statt. Sie können auch helfen, wenn Wechsel in der Geschäftsführung oder der Unternehmensstrategie anstehen, wenn es Konflikte in einer Gruppe oder organisatorische Probleme gibt. Behandelt werden dann Punkte wie die Zusammenarbeit untereinander, Motivation, Identifikation oder Kommunikation. Shaïda Wiese, Karrierecoach aus Hamburg, bezieht dabei die Teamleiter mit ein und bereitet die jeweiligen Maßnahmen mit ihnen vor. Thorsten Harms bevorzugt dagegen Gruppencoachings ohne Vorgesetzte: »Nur dann können die Teilnehmer frei reden.« Oder er fasst mehrere Teamleiter in einer Gruppe zusammen und bearbeitet mit ihnen Fragen wie Mitarbeiterführung und das Delegieren von Aufgaben. Ein Vorteil sei dabei, dass sich die Teilnehmer auch untereinander austauschen können.

Auch Selbstständige und solche, die es werden wollen, können von einem Coaching profitieren. Will sich jemand beruflich weiterentwickeln, weiß aber noch nicht in welche Richtung, kann ein Coach helfen, indem er die richtigen Fragen stellt. »Coaching hat viel mit Zielfindung zu tun«, so Thorsten Harms. Für Grafik-Designer gilt es, sich im großen Pool der Freelancer zu profilieren. Harms gibt zu den Themen Selbstverständnis und Wirkung von Designern auch Workshops am Internationalen Design Zentrum in Berlin. »Im Gegensatz zum Coaching, wo ich mich selbst zurücknehme und meinen Klienten reden lasse, gebe ich bei der Beratung konkrete Tipps, etwa zu Rechtsformen und Businessplänen«, so Harms. »Klar trennen lassen sich die Bereiche nicht, ein Coach sollte beides beherrschen.«

Eine Mischform bietet auch .garage an, ein Zusammenschluss von Coaches mit Hauptsitz in Hamburg, der Existenzgründer in unternehmerischen und finanziellen Belangen berät. In einem zwölfwöchigen Programm können sich kreative berufsbegeleitend Know-how zur Selbstständigkeit aneignen. Kernthemen sind Akquise, Zeitmanagement und Geld. Vermittelt wird dies durch Workshops, individuelles Coaching und Fachberatung. Dazu kommt das Networking mit anderen Teilnehmern und die Option, an einem Mikrocreditprogramm teilzunehmen. Ein ähnliches Angebot gibt es vom IDZ (siehe Seite 30).

Für allgemeine Themen bieten sich auch offene Seminare oder Vorträge an, etwa zu Zeitmanagement oder Rhetorik. Hier kommen jedoch verschiedene berufliche Hintergründe, Ent- →



»Ein Unternehmen trägt die Verantwortung dafür, dass sich seine Mitarbeiter entwickeln und wachsen können«

■ Bei der *Mediaagentur Aegis Media Deutschland mit Hauptstandort in Wiesbaden sind Weiterbildung und -entwicklung mit kreativem Anspruch fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Susanne Haselhorst, Teamleiterin Human Resources, erklärt das Konzept.*

Was ist die Aegis Media Academy?
SUSANNE HASELHORST: Hierbei handelt es sich um das interne Trainingsprogramm für unsere Mitarbeiter. Es ist fest in unserer Organisation verankert und wird seit zirka zehn Jahren kontinuierlich ausgebaut. Selbst in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten steht die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter unverändert im strategischen Fokus mit einem entsprechend hohem Gesamtbudget.

Worin besteht das Angebot?
Pro Jahr bieten wir rund 150 unterschiedliche Trainings an und bilden unsere Mitarbeiter in den für sie fachlich relevanten Bereichen weiter. Das Angebot ist generell unterteilt in Fachkompetenzen wie Digital-Media-Trainings und Projektmanagement, Beratungskompetenzen wie beispielsweise Strategie und Taktik der Verhandlungsführung, Leadership-Kompetenzen wie Teamführung und Leistungsbeurteilung sowie unsere Unternehmenswerte oder Trainee-Kompetenzen. Unsere Führungskräfte durchlaufen darüber hinaus ein 15-monatiges Training, das sich aus unterschiedlichen Modulen zusammensetzt.

Wer sind die Trainer?
Zum einen arbeiten wir mit internen Trainern, die in ihrem Fachbereich bestens ausgebildet sind und ihr Wissen und ihre Erfahrung hervorragend in der Academy einbringen können.

Zum anderen engagieren wir renommierte Coaches von außen – zum Beispiel für wichtige Ereignisse wie Pitchvorbereitungen oder spezielle Strategie-Workshops.

Wann bekommen Mitarbeiter ein Training?

Ausgangspunkt sind strukturierte Leistungs- und Entwicklungsgespräche, die zweimal im Jahr zwischen Mitarbeiter und Vorgesetzten stattfinden und als Ergebnis einen individuellen Entwicklungsplan beinhalten. Jeder Mitarbeiter geht die Verpflichtung ein, pro Jahr an mindestens zwei Maßnahmen *on the job* teilzunehmen und erhält darüber hinaus fünf Tage für seine persönliche Weiterbildung über das Academy-Angebot.

Wie ist das Feedback der Mitarbeiter?
Training und Weiterbildung sind zunehmend entscheidende Faktoren für die Mitarbeiter und die Bindung an ein Unternehmen. Die Academy spielt insofern eine entscheidende Rolle in der internen und externen Positionierung und im Recruiting-Prozess. In unserer Branche mit stark umkämpften Talenten ist eine lernende Organisation mit einer maßgeschneiderten Academy ein wichtiger Beitrag für die Zufriedenheit der Mitarbeiter. Wir sehen uns in der Verantwortung, dass sich unsere Mitarbeiter kontinuierlich entwickeln und an Herausforderungen wachsen können. *nik*

→ wicklungsstufen und Ziele zusammen. »Offene Trainings funktionieren nach dem Gießkannenprinzip und promulgieren eine Lösung für alle. Sie ändern meist nichts am Verhalten der Teilnehmer«, sagt Heike Köttling. »Ein Coaching wirkt wesentlich nachhaltiger.« Statt ihre Mitarbeiter zu offenen Seminaren zu schicken, können Agenturen sich für einen internen Workshop entscheiden, der auf ihre Belange zugeschnitten ist. »Hier kann ich auf die spezifische Unternehmenskultur eingehen und Lösungen für bestimmte Probleme anbieten, die ich in einem Vorgespräch definiere«, erklärt Shaida Wiese, die zum Beispiel interne Kreativworkshops anbietet.

Im Coaching fließen immer auch persönliche Angelegenheiten mit ein. »Oft lassen sich berufliche und private Themen nicht trennen«, so Anne Brit Maier. Umso wichtiger ist es, dass der Klient seinem Coach vertrauen kann. Die steigende Anzahl an Coaches – derzeit gibt es rund 8000 in Deutschland – und das Fehlen einer offiziellen Zertifizierung erschweren die Auswahl. Am besten ist es, Empfehlungen einzuziehen und sich die Referenzen genau anzusehen. Viele Coaches haben Schwerpunkte in ihrer Ausbildung, etwa als Moderator oder Change-Manager. Hilfreich ist es zudem, wenn sie Branchenkenntnis mitbringen, ihnen also die Agenturwelt oder Freelancerexistenz bekannt sind.

In größeren Agenturen kann auch die Personalabteilung bei der Auswahl eines Coaches helfen. Immer mehr Arbeitgeber entdecken entsprechende Angebote als Möglichkeit, ihre Attraktivität zu steigern. Denn Coaching wird zunehmend als Ausdruck von Wertschätzung und als Chance zur beruflichen Weiterbildung verstanden. »Für Mitarbeiter mit Führungsverantwortung und solche, die welche übernehmen wollen, ist ein Coaching ein klares Signal. Bei kempetrautmann kann und darf ich mich entwickeln und erhalte hierbei professionelle Unterstützung. Davon profitiert der Einzelne ebenso wie die Agentur und schlussendlich die Kunden«, erklärt Michael Trautmann.

Noch ist Coaching in Agenturen nicht so selbstverständlich wie in anderen Unternehmen. Doch sowohl das Interesse als auch der offene Umgang mit dem Thema nehmen zu. Zu Recht, wie Heike Köttling meint: »Im Coaching steckt viel Potenzial. Man kann mit geringem Aufwand viel bewirken. Ab und zu stehen sich Menschen einfach selbst im Weg. Da hilft eine neutrale Person, die wohlwollend korrigiert.« *nik/nk*

Business-Coaches

Die kreative Agentur- und Freelancerwelt tickt anders als andere Branchen. Deshalb ist es wichtig, dass ein Coach sich da auskennt. Hier eine Auswahl von Trainern, die sich auf die Design- und Werbebranche spezialisiert haben

Thorsten Harms, Berlin

Der Berliner Coach und Berater hat sich auf die Kreativwirtschaft spezialisiert und berät bereits seit mehr als zehn Jahren vornehmlich Selbstständige und Unternehmen zu Themen wie Existenzgründung, Karriereplanung, interkulturelle Kommunikation und Rheintork. Thorsten Harms hat Kulturwissenschaften und Betriebswirtschaft an der Humboldt-Universität zu Berlin studiert und eine Ausbildung zum systemischen Trainer und Coach an der Freien Universität Berlin absolviert. Am Internationalen Design Zentrum, im Betahaus und bei Artwert Berlin bietet Thorstens Harms Workshops zu Themen wie Preisverhandlung, Existenzgründung und Teamführung (siehe Seite 31) an.

➔ www.thorsten-harms.de

Heike Kötting, Oberursel

Heike Kötting bietet Karriereberatung und Coaching für Fach- und Führungskräfte, die sich in beruflichen Veränderungsprozessen befinden. Sie sammelte selbst Management- und Führungserfahrung als Markenberaterin bei BBDO und Young & Rubicam. Kötting ist Mitglied im Deutschen Verband für Coaching und Training.

➔ www.koetting-coaching.de

Cordula Nussbaum, München

Zu den prominentesten Coaches gehört die Expertin für kreativ-chaotisches Selbstmanagement. Sie vermittelt ihr Wissen nicht nur im Coaching und in Seminaren, sondern auch mittels Publikationen sowie E-Learning-Programmen. Ihr Anspruch ist es, ähnlich strukturierten Menschen zu helfen, ihr Zeitmanagement ihrer Persönlichkeit gemäß zu optimieren.

➔ www.kreative-chaooten.com

Anne Brit Maier, Hamburg

Die Markenstrategin hat sich als Businesscoach auf die Kommunikationsbranche spezialisiert. Neben Karriere-

training und Gründerecoaching bietet sie Speedcoachings an, etwa zur Vorbereitung auf ein Vorstellungsgespräch, sowie die Moderation von Gesprächsrunden oder Konfliktsituationen. Anne Brit Maier arbeitete unter anderem als strategische Planerin für Saatchi & Saatchi und Lowe and Partners.

➔ www.strategien-kontor.de

Gianna Possehl, Hamburg

Die Beraterin und Trainerin bietet seit 1997 systemisches Business-Coaching für Fach- und Führungskräfte an. Davor arbeitete sie unter anderem bei Universal Music als PR-Leiterin und Senior Product Manager. Zu ihren Kunden gehören Google, Xing, Kemperttrautmann, Jung von Matt, Serviceplan, Aegis und OTTO. Außerdem hat sie bereits Fachbücher zum Thema Durchsetzungsstärke veröffentlicht.

➔ www.xing.com/profile/Gianna_Possehl

Indra Sarkar, Berlin

Die studierte Betriebswirtin bietet in Zusammenarbeit mit Designerdock Coachings und Workshops insbesondere im Bereich Business an. So hilft sie zum Beispiel bei Existenzgründung und Karriereplanung. In ihren Company Coachings berät sie Unternehmen und Organisationen hinsichtlich Social Media und Web 2.0 oder plant mit ihnen Maßnahmen für die Personalentwicklung. Indra Sarkar hat unter anderem für MetaDesign als Project Director gearbeitet.

➔ www.sarkar.de

Shaida Wiese, Hamburg

Shaida Wiese bietet Training, Beratung, Moderation und Coaching in Einzel- und Gruppenterminen an. Auch Kreativworkshops und Pitchbegleitung sind Teil ihres Portfolios. Wiese arbeitete zuvor als Kundenberaterin unter anderem bei Springer & Jacoby.

➔ www.xing.com/profile/Shaida_Wiese

Anzeige

PrintStars 2012
Der Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie

Zeigen Sie Ihre besten Druckprodukte!

JETZT MIT 12 NEUEN KATEGORIEN!

Bewerben Sie sich bis 31. Mai 2012
www.innovationspreis2012.de

PAGE
Ausgabe 06 / 2012

030 PAGE 06.12 TITEL Weiterbildung und Coaching

Auf zu neuen Ufern

Die Seminarbank zu drücken, ist gut für die Karriere und macht Spaß. PAGE stellt ausgewählte Seminare und Workshops vor

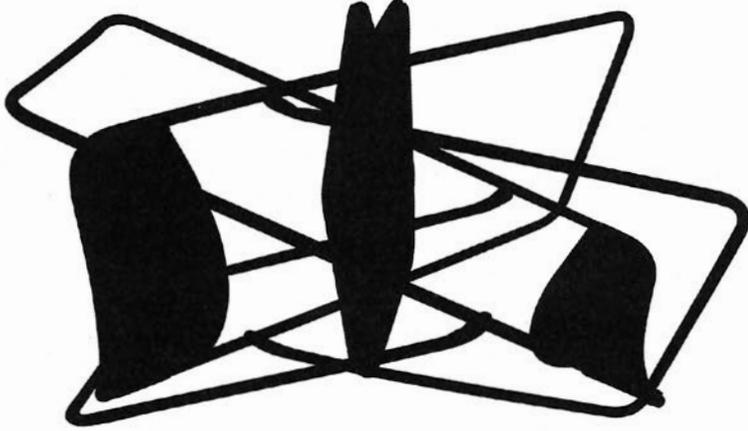
■ **Das Interesse an Weiterbildung** ist im Markt angekommen. Seminarveranstalter stocken ihr Angebot auf, Akademien und Universitäten bauen ihre Fortbildungsmöglichkeiten aus, und die E-Learning-Institute launchen ein neues Programm nach dem anderen. So schön eine große Auswahl auch ist, wer die Wahl hat, hat die Qual. Es lohnt sich also, für die Suche etwas Zeit einzuplanen und vorab einige Fragen zu klären: Was will ich vertiefen? Soft Skills wie Preisverhandlungen und Präsentationen? Oder Hard Skills wie Programmierung und Techniken? Wie viel Zeit kann, darf und will ich investieren? Steht mir Bildungsurlaub zu? In zwölf Bundesländern sind alle zwei Jahre zehn Tage Bildungsurlaub erlaubt, wenn der Arbeitnehmer vollbeschäftigt ist und der Kurs berufsnah weiterbildet. Eine wichtige Rolle spielt natürlich die Finanzierung. Arbeitgeber unterstützen ihre Beschäftigten zum Teil, Staat und Bundesländer bieten Förderungen an – teils als Zuschuss, teils als Kredit (siehe unten). Sind Zeitrahmen, Themenschwerpunkt

und finanzieller Spielraum einmal gesetzt, ist es leichter, eine Wahl zwischen Seminar, Workshop oder berufsbegleitenden Studiengang zu treffen.

Bei Gestaltern hoch im Kurs sind nach wie vor Weiterbildungen zu den klassischen Business-Themen wie Existenzgründung und Kalkulation. Wer hier sein Wissen vertiefen will, findet leicht ein auf Kreativität zugeschnittenes Angebot bei den einschlägigen Verbänden, ob Allianz deutscher Designer, Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner oder Art Directors Club für Deutschland. Auch bei ortsansässigen (Fach-)Hochschulen und Instituten lohnt es sich nachzufragen. Gleiches gilt für Business-Netzwerke wie Designrock, Kreativzentren wie das IDZ Berlin und Fachmedien wie PAGE. Das Angebot dieser Veranstalter umfasst auch Seminare, bei denen Team- und Kommunikationsfähigkeiten geschult sowie aktuelle Themen wie Social Media und Nachhaltigkeit diskutiert werden. Bei Letzteren reagieren vor allem Verbände schnell (siehe Seite 31).

Schwieriger sieht es mit Fortbildungen aus, die technisches Know-how und praktische Skills vermitteln. Hier muss man das Angebot diverser Bildungsträger, die sich nicht auf Design spezialisiert haben, in die Recherche einbeziehen. Wie bei jedem Kurs sollte hier genau geprüft werden, ob der Lehrplan durchdacht wirkt und welche Kompetenz der Dozent mitbringt. Wer sicher gehen will, kann nach Seminarkooperationen mit den Herstellern suchen oder einen Anbieter wählen, der auf Softwareworkshops spezialisiert ist.

Generell gilt: Augen auf! Vermehrt bieten auch bekannte Kreative wie die »Nea Machina«-Autoren Thomas und Martin Poschauko, Studio onformative oder Interactive-Spezialist Jens Franke Seminare und Inhouse-Workshops an. Im Folgenden haben wir eine Auswahl an Weiterbildungsangeboten zusammengestellt, die demnächst starten. Diese Liste soll einen Überblick über mögliche Themen und interessante Seminaranbieter geben und anregen, selbst in die Suche einzusteigen. nk



Erfolgreicher im Business Existenzgründung, Tagesgeschäft, Wirtschaftswissen

■ Chef-Sein steht auf keinem Semesterplan. Um mit seinem frisch gegründeten Büro auch wirtschaftlich erfolgreich zu sein, gehört ein gewisses Maß an Unternehmertum dazu. Damit der Einstieg leichter fällt, lohnt es sich, eines der zahlreichen Existenzgründungsseminare zu besuchen. Dort lernen nicht nur Jungunternehmer, wie man erfolgreich mit Kunden verhandelt, seine Preise festsetzt und Präsentationen optimiert, auch Berufserfahrene können hier noch einmal ihre Kenntnisse auffrischen.

»**Design & Company**«, Berlin
Das IDZ Berlin bietet mit der Workshop-Reihe »Design & Company« einen Rundumschlag in Sachen Business, Recht, Finanzen und Marketing. Eine feste Gruppe von 15 Teilnehmern trifft sich zu sechs zweitägigen Modulen. Jedes widmet sich einem Themenfeld. Zu den Referenten gehört unter

anderem Thorsten Harms (siehe Seite 29). Die Kosten betragen insgesamt rund 714 Euro für Mitglieder von IDZ und Rat für Formgebung, für alle anderen circa 1310 Euro.
➔ www.idz.de

»Business Know-how für kreative Köpfe«, Hamburg

Mit diesem Programm will das Hamburger Gründerzentrum »garage Kreative« auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit unterstützen. Dazu gehören Akquise- und Vertriebsstraining sowie Seminare zu kaufmännischen Grundlagen. Darauf aufbauend gibt es Coaching und Fachberatung zu Themen wie etwa Portfolio, Selbstdarstellung und Urheberrechte. Das Netzwerk ist nicht nur in Hamburg präsent, sondern auch in Braunschweig, Dortmund, Essen und Helmstedt.

➔ http://wasistgarage.de/hamburg_kreativ_garage_beta

PAGE Ausgabe 06 / 2012

PAGE 06.12 031

»Gründung und Finanzen in der Kreativwirtschaft«, Berlin

In dem zweitägigen Workshop bereitet Thorsten Harms die Teilnehmer auf die freiberufliche Tätigkeit vor. Dabei geht es um Fragen wie »Was macht eine Unternehmerpersönlichkeit aus?« und »Wie erstelle ich einen Businessplan?«, aber auch um steuerliche Aspekte und die soziale Absicherung. Der Kurs startet am 31. Juni.

➔ www.artwert.de/fortbildung-seminare.html

»Gekauft wie gesehen – die Präsentation gestalterischer Leistungen«, Hamburg

Die Allianz deutscher Designer (AGD) lädt zum zweitägigen Präsentationsseminar ein. Neben Körpersprache, Stimm- und Atemtechniken für Präsentationen will Designer und Dozent Andreas Maxbauer Gestaltern auch die Kundensicht vermitteln. Der Kurs findet am 12. und 13. Oktober statt. Die Gebühr für Mitglieder der IDD-Verbände beträgt rund 400 Euro, sonst 880 Euro.

➔ www.agd.de

»Exzellente Gespräche führen«, Berlin

Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen veranstaltet ein zweitägiges Seminar über Kundenkommunikation. Hier sollen Führungskräfte und Mitarbeiter lernen, wie sie in Gesprächen mit Auftraggebern erfolgreich Ideen vermitteln, verhandeln und Diskussionen lenken. Das Seminar findet am 21. und 22. Juni statt und kostet rund 1370 Euro.

➔ www.gwa.de/job-karriere/gwa-seminare

»Ideenschutz, Ideenschutz – über den Schutz von Design«

Die AGD führt Tagesseminare zu Urheber- und Nutzungsrecht durch. Die Teilnehmer erfahren hier, wie sie – angefangen von der Recherche bis zur Präsentation – Verletzungen des Nutzungsrechts vermeiden und gleichzeitig ihre Ideen schützen. Der nächste Seminartermin steht noch nicht fest.

➔ www.agd.de

»Kunde droht mit Auftrag – Kundenkommunikation für Designer«, München

Bei dem eintägigen AGD-Seminar sollen folgende Fragen geklärt werden: Wie geht man mit dem Kunden um? Welches Vokabular verwendet man in welcher Position, und wie pflegt man die Beziehung zu seinem Kunden? Der nächste Termin ist der 5. Juni; die Teilnahmegebühr beträgt rund 260 Euro für Mitglieder in IDD-Verbänden, sonst etwa 550 Euro.

➔ www.agd.de

PAGE Praxis

»Gutes Design gut verkaufen«, Hamburg

In diesem PAGE-Seminar mit Strichpunkt-Geschäftsführer Jochen Rädeler geht es um Kalkulation, Präsentation und Wettbewerbe. Die Teilnehmer/lerse für Designleistungen kalkulieren und in welchen Fällen eine Wettbewerbs-einreichung sinnvoll ist. Das nächste Seminar findet am 6. Oktober statt; die Teilnahmegebühr beträgt circa 770 Euro (siehe Seite 49).

➔ www.page-online.de/seminar

Erfolgreicher im Team

Kommunikation, Führung, Selbstmanagement

■ Egal, ob Teamleiter oder -mitglied – der Erfolg eines Projekts hängt ganz wesentlich davon ab, wie die einzelnen bei der Zusammenarbeit harmonieren, sich bestenfalls gegenseitig beflügeln und dabei ihre individuellen Aufgaben in der vorgegebenen Zeit erledigen. In Workshops lassen sich Zeitmanagement, Teamfähigkeit und Führungsstil optimieren.

»Der Kapitän verlässt als ... – wie führen Sie«, Berlin

In einem dreistündigen »Mini-Workshop« vertieft Kreativcoach Indra Sarkar am 13. Juni das Thema Führungsstil. An diesem von Designerdock angebotenen Coaching-Abend können maxi-

Wer bezahlt?

■ Wer sich fortbilden möchte, muss etwas Geld in die Hand nehmen. Neben den Kursgebühren können etwa auch Reisekosten, Prüfungsgebühren oder Geld für die Anschaffung von Büchern et cetera anfallen. Um Weiterbildungen zu fördern, haben Bund und Länder in den vergangenen Jahren diverse Förderprogramme aufgesetzt und alte reformiert: von Bildungsprämie und -scheck über Aufstiegs- und Weiterbildungsstipendium bis hin zu Meister-BAföG sowie KiW-Bildungskredit. Zielgruppe dieser Programme sind vor allem Arbeitssuchende, Jüngere, Ältere, Bezahler von kleinen und mittleren Einkommen sowie Aufstiegsorientierte.

Je nach Programm werden die Kosten partiell oder ganz übernommen. In der Regel muss der Teilnehmer aber einen Teil an den Kosten selbst tragen. Viele Seminaranbieter weisen darauf hin, welche Förderung es für den Kurs gibt. Doch sollte man sich bei der entsprechenden Beratungsstelle des Ministeriums für Bildung und Forschung noch einmal vernachlässigen, dort muss man auch später die Unterstützung beantragen. Und nicht zu vergessen: Fortbildungen wie auch Coaching lassen sich oft zusätzlich von der Steuer absetzen.

Bildungsprämie. Beruflich qualifizierende Fortbildungen fördert der Staat mit der Bildungsprämie; die zwei Finanzierungsmöglichkeiten umfassen: den Prämienzuschuss und das Weiterbildungssparen. Beim Prämienzuschuss wird die Hälfte der Kurskosten (maximal 500 Euro) übernommen. Beantragen können ihn Arbeitnehmer und Selbstständige mit einem zu versteuernden Jahreseinkommen bis 25.600 Euro. Das Weiterbildungssparen ist ein Modell für Erwerbstätige, die mit dem Vermögensbildungsgesetz Gut haben ansparen. Sie können daraus vorzeitig Geld entnehmen; die Arbeitnehmersparzulage geht dabei nicht verloren.

➔ www.bildungspraemie.info

Meister-BAföG. Diese Förderung kann beantragen, wer eine Berufsausbildung wie beispielsweise zum Medizinstudier abgeschlossenen hat und einen Vollzeitkurs mit mindestens 400 Unterrichtsstunden belegen will. Dabei werden Lehrgangs- und Prüfungsgebühren bis zu einer Grenze von 10.226 Euro bezuschusst. Der Staat übernimmt 30,5 Prozent der Kosten; der Rest lässt sich über ein zinsgünstiges Darlehen finanzieren.

➔ www.meister-bafog.info

Aufstiegsstipendium. Berufserfahrene, die erstmals ein berufs begleitendes oder Vollzeitstudium aufnehmen, können ein Aufstiegsstipendium beantragen. Voraussetzung sind eine Abschlussnote der Berufsausbildung von mindestens 1,9 und eine mindestens zweijährige Berufserfahrung. Im Vollzeitstudium erhalten Studierende 670 Euro monatlich plus 80 Euro Büchergeld. Eltern können zusätzlich eine Betreuungspauschale beantragen. Wer berufs begleitend studiert, erhält jährlich 1700 Euro.

➔ www.aufstieg-durch-bildung.info

→ schafft studieren, liegen bei ungefähr 290 Euro. Der nächste Workshop wird am 22. Mai stattfinden.
 ↗ <http://weiterbildung.htw-berlin.de>

Konfliktmanagement, München

Die Eyes & Ears Academy veranstaltet einen Workshop zum Thema Konfliktmanagement für Kreative. Wie man mit Streitpunkten in Teams umgeht, Konflikte löst beziehungsweise auch verhindern kann, sollen die Teilnehmer an zwei Tagen lernen. Die Anmeldung ist bis zum 18. Mai möglich. Eyes- &

Ears-Mitglieder zahlen circa 297 Euro für den Kurs, für Nichtmitglieder kostet er rund 1190 Euro.
 ↗ www.eeofe.de

Zeitmanagement, München

Cordula Nussbaum, auf die Kreativbranche spezialisierter Coach (siehe PAGE 01.11, Seite 28), bietet offene Seminare zum Thema Selbst- und Zeitmanagement an. Sie analysiert »Zeitdiebe« und zeigt auf, wie man der »Dringlichkeitsfalle« entkommen kann, um zu einem besseren Umgang mit sich und seiner Zeit zu gelangen. Der

nächste Kurs findet am 26. und 27. November statt. Die Teilnahmegebühr beträgt rund 1800 Euro.
 ↗ www.kreative-chaoten.com

»Mehr Zeit durch Ordnung«, Koblenz

Die Allianz deutscher Designer bietet ein einträgliches Zeitmanagement-Seminar an. Es hilft Kreativen, ihren Arbeitsalltag besser zu organisieren. Das Seminar findet am 16. Juni statt und kostet circa 285 Euro für AGD-Mitglieder und rund 550 Euro für Externe.
 ↗ www.agd.de

Erfolgreicher gestalten

Design Thinking, Software-Skills, Nachhaltigkeit

■ Die Anforderungen an Designer ändern sich ebenso rasant wie heiß diskutierte Branchenthemen und Gestaltungstechniken. Jedem Hype hinterherzurrennen, macht keinen Sinn, wenn aber eine Technik oder ein Thema geschäftsrelevant werden oder das eigene Profil gut ergänzen, kann eine Fortbildung hilfreich sein. Aktuell sind Seminare zu 3-D-Software, Digital Design und Designmanagement angesagt.

»Executive Education«, Potsdam

Unter dem Titel »Executive Education« bietet das Hasso-Plattner-Institut ein- bis dreitägige Methodenworkshops in Design Thinking für Führungskräfte an. Der nächste dreitägige Open Course in Englisch startet Ende Mai, Mitte September folgt einer in deutscher Sprache. Ziel ist es, das Konzept des Design Thinking praktisch zu vermitteln, so dass die Teilnehmer diese Methode in ihre Arbeit integrieren können. Die Kosten belaufen sich auf rund 3270 Euro für den englischsprachigen Kurs, circa 2980 Euro für den deutschsprachigen.
 ↗ www.hpi.uni-potsdam.de/studium/executive_education.html

»Leadership in Digitaler Kommunikation«, Berlin

Das Zentralinstitut für Weiterbildung an der Universität der Künste Berlin bietet zusammen mit dem Institut für Medien und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen den Master »Leadership in Digitaler Kommunikation«. Dozenten wie Udk-Professorin Kora Kimpel und Uli Mayer-Johannsen, Gründerin von MetaDesignplus, vermitteln Wissen und Gestaltungstechniken in digitaler Kommunikation, Innovations-techniken, aber auch Strategien zur Mit-

arbeiterführung. Damit die Teilnehmer den Master flexibel absolvieren können, setzt er sich aus drei Modultypen zusammen: Präsenz-, Wochenend- und Projektmodule, die auch einzeln belegt werden können. Die Gebühr liegt bei rund 21.420 Euro. Die Bewerbungsrunde startet Anfang Juni.
 ↗ <http://idk-campus.de>

PAGE PRAXIS »Designmanagement«, Hamburg

Christine Hesse, Mitinhaberin von Hesse Design, gibt einen PAGE-Workshop zum Thema Design Thinking. Die Teilnehmer lernen, wie sie durch Design Unternehmensaufgaben neue Richtungen geben können und die Corporate Culture weiterentwickeln. Der nächste Termin ist der 10. September; der Kurs kostet circa 770 Euro (siehe Seite 66f.).
 ↗ www.page-online.de/seminar

Online Marketing Management, Hamburg

Die Hamburg Media School hat den berufs begleitenden Studiengang Online Marketing Management neu im Programm. Die Teilnehmer lernen in zehn Modulen die Online-Marketingkanäle, -maßnahmen und -technologien kennen, vertiefen Themen wie Recht oder Projektmanagement. Geleitet werden die freitags und samstags stattfindenden Seminare von Philipp Westermeyer, der unter anderem adyard.de, ein Netzwerke für performanceorientierte Online-Kampagnen entwickelt hat. Die Teilnahme kostet rund 6780 Euro.
 ↗ www.hamburgmediaschool.com

Green Marketing, Berlin

Der ADC bietet ein Seminar für Führungskräfte zur kreativen strategischen Nachhaltigkeitskommunikation an. Re-

ferenten wie Carsten Buck, Cradle-to-Cradle-zertifizierter Designer, und Michael Volkmer, Geschäftsführer von Scholz & Volkmer, reden darüber, wie Unternehmen und Agenturen nachhaltiges Handeln glaubwürdig kommunizieren können und welche Prozesse im Vorfeld zu überdenken sind. Das Seminar findet am 11. und 12. Juni statt und kostet rund 1490 Euro.
 ↗ www.adc.de

PAGE Praxis

»Visual Thinking«, Hamburg

PAGE und Good School veranstalten gemeinsam einen Workshop zum Thema Visual Thinking. Eine Gruppe von 18 Teilnehmern lernt, wie sie komplexe Inhalte grafisch festhalten können. Den Kurs leitet Visualisierungsexpertin Anna Lena Schiller, die auch als Coach arbeitet. Nächster Termin ist der 27. August; die Seminargebühr liegt bei circa 1090 Euro (siehe Seite 57).
 ↗ www.page-online.de/seminar;
 ↗ www.good-school.de

MasterClass ArtDirection, München

Die renommierte MasterClass ArtDirection soll Texter und Grafiker auf die Arbeit in Agenturen vorbereiten und beim Start ihrer Karriere unterstützen. Eine Gruppe lernt, worauf es im Berufsalltag ankommt. Zu den Lehrenden gehören Kreative aus Agenturen, Designer, Fotografen und Kundenberater. Die MCAD findet berufs begleitend statt und dauert zwei Monate. Es gibt Abend- und Wochenendtermine. Das nächste Seminar startet im Oktober. Die Gebühr beträgt etwa 1490 Euro. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Beschäftigung in einer Agentur.
 ↗ www.masterclass-artdirection.de

PUNKT

Ausgabe 03/04 2012



ESF-PROJEKT IN BERLIN



Weiterbildung für die Berliner Designszene

DESIGN & COMPANY: GROSSER WEITERBILDUNGSBEDARF ZU NEUEN MEDIEN UND UNTERNEHMERISCHEM KNOWHOW BEI BERLINER DESIGNERINNEN UND DESIGNERN

Weiterbildung ist gefragt! Das erlernte Wissen der Berufsausbildung genügt nicht für die gesamte Berufslaufbahn. Doch welche Themen sind besonders für Designer/-innen von Interesse? Durch welche Qualifikationen können sie sich mit ihren Leistungen am ständig wandelnden Markt behaupten? Welche technischen und fachlichen Fähigkeiten sind derzeit gefragt? So hat beispielsweise heutzutage jede/-r kreative Mittvierziger/-in die digitale Revolution im Printbereich am eigenen Arbeitsplatz erfahren und setzt sich mit Social Media & Co. auseinander. Dennoch: auch heute stellen sich bei der Personalvermittlung DESIGNERDOCK noch Hochschulabsolventen/-innen mit auf Büttelpapier im Bleisatzverfahren gedruckten Karfagedichten vor. „Und wir suchen händeringend nach App-Designern und konzeptstarken Mitarbeitern für User Experience“, berichtet eine Personalvermittlerin von DESIGNERDOCK.

Weitere Informationen:
Weitere Informationen zu Design & Company:
www.idz.de/de/sites/2095.html



Schnittstelle Analog & Digital Media: neue Konzepte und ihre wirksame Vermittlung.

sind hier Themen wie 360°-Kommunikation, Online-Konzeption und User Experience. Zum anderen das Interesse, das eigene Designunternehmen gezielter zu positionieren, zu wachsen, Kunden zu gewinnen und Preise erfolgreich zu verhandeln. Auch zukünftige Märkte und Arbeitsfelder für Designer/-innen stehen hier im Fokus. Der größte Weiterbildungsbedarf allerdings liegt darin, die eigene Designleistung nicht unter Wert zu verkaufen. So forderte ein Teilnehmer nach dem Tagesworkshop „Designhonoreare gestalten und verhandeln“ die „Einführung eines solchen Pflichtkurses an sämtlichen Kunsthochschulen der Welt“.

Das IDZ bietet das Weiterbildungsprogramm „Design & Company“ in Kooperation mit DESIGNERDOCK, dem Rat für Formgebung und der PLEXGROUP an. Workshops, Vorträge, Einzelberatungen, Exkursionen und ein Strategiekreis vermitteln unternehmerische Kompetenz zu Themenfeldern wie Finanzen, Recht, Marketing und Kommunikation, Positionierung und Persönlichkeit, Organisation und Management sowie Strategieentwicklung. Das Angebot ist in dieser Form nicht nur in Berlin, sondern deutschlandweit einzigartig. Im Gegensatz zu anderen Weiterbildungsmaßnahmenist „Design&Company“ speziell auf die Designbranche zugeschnitten und überzeugt nicht zuletzt durch eine erschwingliche Preisgestaltung. Dies macht die Förderung aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) möglich. Die Mittel fließen im Rahmen des Instruments „Qualifizierung Kulturwirtschaft – KuWiQ“, einer Initiative der Berliner Kulturverwaltung zur Unterstützung nichtfachlicher Fortbildungsangebote in den Kreativberufen, in das Projekt.

Die Facebook-Fanpage für das Eigenmarketing nutzen.



Das Ergebnis ist interessant. Es kristallisierten sich zwei Bereiche heraus: zum einen der Bedarf an fachlich-strategischem KnowHow welches als Leistung dem Kunden angeboten werden kann. Gefragt

Wirtschaft

Design zum Dumpingpreis

Folge des übersättigten Marktes in Berlin. Eine stärkere Professionalisierung der Branche soll Abhilfe schaffen

VON JUTTA MAIER

Sabine Boder (Name von der Redaktion geändert) gestaltet in ihrem Büro in Prenzlauer Berg Flyer, Bücher und Visitenkarten, außerdem macht sie Filme. Leben kann die Freiberuflerin davon nicht. Deswegen ist sie nebenher als Dozentin an einer Hochschule tätig. Damit ihre Einkünfte etwas vorhersehbarer werden, wie die 47-Jährige sagt, arbeitet sie noch für ein Sozialprojekt in einer Holzwerkstatt. Trotzdem kann sich Sabine Boder kaum an Zeiten erinnern, in denen sie keine Geldsorgen hatte. Sie und ihr Mann, der eine Festanstellung hat, müssen schließlich auch ihre Kinder finanzieren.

Alter von Unternehmen in der Designbranche Berlin und Brandenburg 2011, in Prozent



REUTERS/PHILIP HERR

Sabine Boder ist mit dieser Situation nicht allein. Das Internationale Designzentrum Berlin (IDZ) mit Sitz im Tempelhofer Flughafen hat sich auf die Professionalisierung von Freiberuflern spezialisiert. Gut die Hälfte aller Designer in der Region Berlin-Brandenburg ist freiberuflich tätig. Ein Blick auf den Veranstaltungskalender zeigt, wo die Probleme in der „City of Design“ liegen: „Arm, aber glücklich ist auch (kleine Strategie)“ lautete der Titel eines Vortrags. „Design als Business! Unternehmerische Potenziale durch betriebswirtschaftliches Wissen erkennen und aktiv gestalten“ hieß ein Workshop.

„Der Berliner Markt für Grafik- und Kommunikationsdesigner ist völlig übersättigt“, bestätigt Esther Schaefer vom IDZ. Die breite Masse der Designer verdienen unbedeutend

schnittlich, ein Teil lebe prekär. Das belegen auch die Zahlen der jüngsten Erhebung des IDZ, die sich auf Daten des Kultur- und Kreativwirtschaftsindex stützt. Von den befragten Designern in Berlin und Brandenburg (der Großteil sind Klein- und Kleinstbetriebe mit maximal zwei Personen) gaben rund 30 Prozent an, von ihrem Einkommen gerade so den Lebensunterhalt bestreiten zu können. 26 Prozent erwirtschafteten nicht genug, um ihre Existenz zu sichern. Und vier Prozent erzielten so gut wie gar kein Einkommen.

Große Berührungslänge

„In Berlin wollen immer mehr Designer ein Stück vom Kuchen abbauen“, sagt Schaefer. Viele glaubten, ihre Leistungen zu niedrigen Preisen anbieten zu müssen – eine verbindliche Honorarordnung gibt es nicht. Das führt mitunter zu Dumpingpreisen. Aus Schaefers Sicht müsste das nicht so sein: „Viele Designer verkaufen sich schlecht und jammern, dass man in Berlin nicht viel nehmen kann. Dabei lassen sich Kunden auch beraten oder erziehen.“ Erschwerend komme hinzu, dass viele Designer ihre Kunden nur im Bekanntenkreis und auch nicht über Berlin hinaus akquirierten. Ein Großteil sei zudem nicht bereit, den Traum vom Arbeiten innerhalb der Kulturszene aufzugeben. „Die Berührungslänge sind groß, wenn es darum geht, andere Branchen anzusprechen.“ Dabei könne es durchaus lukrativ sein, beispielsweise die Homepage eines mittelständischen Bauunternehmens zu gestalten.

Ein Grund für die Designerschwemme in Berlin ist die Vielzahl an staatlichen und privaten Design-Hochschulen in Berlin und Umland: die Universität der Künste, die Kunsthochschule Berlin Weissenhof oder die Fachhochschule in Potsdam mit dem Studiengang Kommunikationsdesign; hinzu kommen zwei Modehochschulen. Außerdem steht Berlin mit seinem kreativem Milieu bei Designern hoch im Kurs. Viele Absolventen wollen die Stadt nach dem Studium nicht verlassen, etwa, um in einer etablierten Agen-



Die Kunst der Form: Spezialisierung statt Bauchladenmentalität.

tur in einem anderen Bundesland erste Erfahrungen zu sammeln. „Damit vergibt man sich echte Chancen“, sagt Esther Schaefer.

Das IDZ vermittelt den Teilnehmern betriebswirtschaftliche Kenntnisse, hilft dabei, sich mit anderen Designern zu vernetzen und mehr Selbstbewusstsein für die eigene Arbeit zu entwickeln. Wichtig sei, sich darauf zu konzentrieren, was man wirklich gut kann, sagt Schaefer: „Wir raten zu Spezialisierung statt Bauchladenmentalität.“

Rund 1 100 Designer hat das IDZ in den vergangenen beiden Jahren weitervermittelt. Die überwiegende Zahl der Teilnehmer war zwischen 31 und 50 Jahren alt, mehr als 60 Prozent davon Frauen. Das IDZ vermutet, dass der Bedarf nach Professionalisierung erst im Laufe der Berufserfahrung wächst, nach dem Studium herrsche noch die „Try-and-Error-Mentalität“. So ging es auch Sabine Boder: Sie merkte im Laufe der Jahre, dass sie lernen muss sich besser zu vermarkten und machte zahlreiche Coachings. Die Designerin überlegt nun, über eine Personalvermittlungsagentur an neue Jobs zu kommen. Ihre Bewerbungen bei Agenturen waren bislang nicht von Erfolg gekrönt – mitunter bekam sie gar keine Reaktion, berichtet sie.

Anke Krey ist Personalberaterin bei Designerdock, einer 1996 in Berlin gegründeten Vermittlungsagentur für die Kommunikations- und Kreativbranche. Krey spricht von einer großen Diskrepanz von Angebot und Nachfrage in Berlin. So kämen viele Grafikdesigner mit reinen Print-Mappen von den Hochschulen, ohne auf die digitale Realität in den Agenturen eingestrichelt zu sein. Gerade die schnell wachsenden Internet-Start-ups hätten einen hohen Bedarf an Digital-Designern und noch mehr an Programmierern. „Designer, die vielseitig aufgestellt sind und sowohl online als auch offline gestalten können, sind klar im Vorteil“, sagt Krey. Bewerber aus dem Ausland, auf dem Berlin eine große Anziehungskraft habe, seien in dieser Hinsicht häufig fitter.

Mehr Geld für Eisenbahner

Gewerkschaft EVG stimmt Tarifangebot zu

VON PETER KIRNICH

Die Drei vom Komma sollte es schon sein, wenn man mit einer Sechs davor in die Tarifrunde geht. Vergangene Woche hatte die Deutsche Bahn der Eisenbahn- und Verkehrsgewerkschaft EVG nach längerem Poker und einem Warnstreik endlich diese Zahl geboten – am Montag stimmten der EVG-Vorstand und die Tarifkommissionen dem Angebot zu.

Der neue Abschluss für die rund 130 000 Beschäftigten sieht Einkommenserhöhungen um jeweils 3,0 Prozent zum 1. Mai 2013 sowie zum 1. April 2014 vor. Für die Monate Januar bis April gibt's darüber hinaus in diesem Jahr eine Einmalzahlung von 500 Euro. Hinzu kommt ein einprozentiger Zuschlag für die Altersvorsorge.

Die Bahnbeschäftigten werden damit in den nächsten beiden Jahren voraussichtlich auch real mehr Geld in der Tasche haben. Zudem hat die EVG mit dem Ergebnis ihr Gesicht gewahrt. Wollte sie doch nicht hinter dem Abschluss der Konkurrenzgewerkschaft GDL zurück bleiben. Die hatte für die 20 000 Lokführer im Sommer 2012 Tarifserhöhungen in zwei Stufen von 3,8 und 2,4 Prozent durchgesetzt – zusätzlich eines Aufschlags für die Altersvorsorge. Für die EVG war es auch deshalb wichtig, sich von der GDL nicht abhängen zu lassen, weil 2014 das Abkommen endet, mit dem sich die Gewerkschaften verpflichtet haben, sich nicht gegenseitig Mitglieder abzuwerben.

Die Bahn kann sich den Abschluss allemal leisten. Im Vorjahr hatte der Konzern mit einem Nettogewinn von 1,5 Milliarden Euro ein Rekordergebnis vorgelegt. In diesem Jahr wird ein ähnlich gutes Ergebnis erwartet. Von dem Kuchen wollen die Gewerkschaften mehr abbauen. Von dem Abschluss profitieren aber auch 7 000 Mitarbeiter von sechs DB-Konkurrenten.

Weitere Fortbildungs- und Beratungsangebote für Designer/-innen. Die Linkliste steht auf der IDZ-Webseite zur Verfügung und enthält eine Auswahl von Institutionen, Netzwerken und Beratungsstellen.

Anbieter	Internet	Angebot
ADC Art Directors Club	www.adc.de	Vorträge, Seminare
AGD Allianz Deutscher Designer	www.agd.de	Betreuung selbstständiger Designer, zahlreiche Seminare deutschlandweit
ARTWert	www.artwert.de	organisiert Foren, Weiterbildungen, Seminare und Workshops
BBW Bildungswerk der Wirtschaft in Berlin und Brandenburg	www bbw-berlin.de	beraten, begleiten, weiterbilden – Qualifizierungsangebote
BDG Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V.	www.bdg-designer.de	kostenlose Kurzberatung, Vortrag: Einführung für selbstständige Designer/-innen, Kalkulation, Nutzungsrechte, Arbeitszeit
BDG-Honorar-Kalkulator	www.bdg-kalkulator.de	hilft, das Stundenhonorar selbstständiger Designer/-innen belastbar und existenzsichernd zu kalkulieren
Berliner Journalistenschule	www.berliner-journalisten-schule.de	Seminare zu Themen wie Schreiben, PR on- und offline, Social Media, Auftreten, Kommunikation etc.
Berliner Beratungsdienst e.V.	www.bbdev.de	Fach- und Führungskräfte im Ruhestand bieten branchenübergreifenden Rat zur Selbsthilfe für Existenzgründer, Jungunternehmer und etablierte Unternehmen
Berliner Volkshochschule	www.berlin.de/vhs	Seminare, Kurse und Veranstaltungen
BITCOM Bundesverband Informationswirtschaft Telekommunikation und neue Medien e.V.	www.bitkom.org	Vortragsreihen, Diskussionen

Anbieter	Internet	Angebot
Bundesverband der Freien Berufe	www.freie-berufe.de	Förderprogramme für Existenzgründer, Steuertipps, Versicherungspflicht, KSK, Gründungszuschuss
BMWi-Existenzgründungsportal	www.existenzgruender.de	Beratung, Finanzierung
BPW Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg	www.b-p-w.de	Coaching in der Geschäftskonzeption, branchenübergreifend
Career & Transfer Service Center der Universität der Künste Berlin	www.careercenter.udk-berlin.de	Beratung, Seminare, Vorträge für Absolvent/-innen der UdK, Kunsthochschule Weißensee
Common Works Modeproduktion	www.common-works.org	Beratung und Workshops rund um Mode und Produktion, auch Green Fashion
Coworking News	www.coworking-news.de	Sammlung von Bürogemeinschaften im deutschsprachigen Raum und Antworten auf Fragen zur Arbeitsplatzgestaltung
Creative City Berlin	www.creative-city-berlin.de	Berlins Portal für Kulturschaffende und die Kreativwirtschaft, Veranstaltungen, Kurse, Jobs
Creative Commons	http://de.creativecommons.org/	Informationen zum geregelten Teilen von Wissen und Design, Hilfestellung für Urheber zur Freigabe rechtlich geschützter Inhalte
Creative Service Center Pankow	www.csc-pankow.de	branchenspezifisches Angebot, individuelle Beratung und Coachingveranstaltungen für den Bezirk
DESIGNERDOCK	www.designerdock.de	Kurse und Beratung, Weiterbildungsangebote über Newsletter

Anbieter	Internet	Angebot
Designers Business	www.designersbusiness.de	Großes Weiterbildungsangebot design- und businessrelevanter Themen – Berlin
design-produkte.de	www.design-produkte.de	bringen Design, Produktion und Markt zusammen
design pool berlin e.V.	www.designpool-berlin.de	Workshops, Beratung und Informationen mit Schwerpunkt Modedesign
Deutsches Patentamt	www.dpma.de	Beratung, Formulare, Veröffentlichung
eBusiness Lotse Berlin	www.ebusiness-lotse-berlin.de	neutraler Wegweiser und Anlaufstelle für kleinere Unternehmen, mit Informationen zu Themen wie E-Business, Internet und Digitale Medien – von Website-Erstellung über Online-Marketing bis zu Cloud Computing und Big Data
Entrepreneurship Campus	www.entrepreneurship.de	The virtual Entrepreneurship University, Informationen rund um die „Lust ein Entrepreneur zu sein“, viele anschauliche Beispiele
EXIST	www.exist.de	Gründungskultur, Gründungsstipendium, Forschungstransfer, Existenzgründungen aus der Wissenschaft
existenzgründerinnen	www.existenzgruenderinnen.de	Informationen und Empfehlungen für gründungsinteressierte Frauen, E-Training-Kurse für angehende Gründerinnen
Erfinderhaus	www.erfinderhaus.de	Patentvermarktung, Erfinderladen, Tipps, Checklisten und Links rund um die Verwertung von Ideen

Anbieter	Internet	Angebot
Fashion Patrons GmbH	www.fashionpatrons.com	Informationen, Workshops für Modedesigner/-innen
Frau und Beruf e.V.	www.frauundberuf-berlin.de	Beratungs-, Kurs- und Trainingsprogramm für Frauen, die eine Aus- oder Weiterbildung planen oder die einen beruflichen Erst- oder Wiedereinstieg suchen.
Förderland	www.foerderland.de	Wissen für Gründer und Unternehmer
Gründerinnenzentrale	www.gruenderinnenzentrale.de	Beratung zum Thema Existenzgründung für Frauen
Gruendungszuschuss	www.gruendungszuschuss.de	Geförderte Beratung, Workshops
Lutz Hackenberg, Designer AGD	www.lutzhackenberg.de	berufsbezogene Veröffentlichungen des langjährigen Vorsitzenden der Allianz deutscher Designer
Handwerkskammer Berlin – StarterCenter Berlin	www.startercenter-berlin.de	Alles für Gründer: Information, Beratung, Anmeldung
HTW Berlin Hochschule für Technik und Wirtschaft	www.htw-berlin.de	Seminare zur allgemeinen Weiterbildung
IHK Berlin	www.ihk-berlin24.de	Lehrgangs- und Seminarangebot, Aus- und Weiterbildung, Starthilfe und Unternehmensförderung
Initiative der Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung	www.kultur-kreativ-wirtschaft.de	Information und Beratung, Kurse und Schulungen, Finanzierung und Förderung
Investitionsbank Berlin	www.ibt.de	Unterstützung kreativer Unternehmen bei Aufbau und Sicherung innovativer Geschäftsexistenzen, Förderung, Coaching, Finanzierung,

Anbieter	Internet	Angebot
Innovationen brauchen Mut	www.innovationen-brauchen-mut.de	Beratung für Brandenburger Unternehmen in der Vorgründungs- und Gründungsphase, speziell auch für die Kreativwirtschaft
KCC Kreative Coaching Center des Technologie Coaching Centers (IBB)	www.tcc-berlin.de/kcc.phtml	Vermittlung von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen, Coaching
Künstlersozialkasse	www.kuenstlersozialkasse.de	
Kultur- und Kreativpiloten Deutschland	www.kultur-kreativpiloten.de	Wettbewerb und Förderung für Menschen, die mit einer besonderen kreativen oder kulturellen Idee unternehmerisch durchstarten möchten
MEDIA EXIST	www.mediaexist.com	Existenzgründungszentrum für Medienschaffende
media.net berlinbrandenburg e.V.	www.medianet-bb.de	Mentoring, Networking und Qualifizierung
mediafon	www.mediafon.net	Informationen und Ratgeber der Gewerkschaft ver.di zu allen Fragen des Selbstständigen-Daseins, vom Einstieg über Steuerfragen bis zur sozialen Absicherung
nemona	www.nemona.de	Netzwerk Mode & Nähen in Neukölln
Noack Training und Coaching Berlin	www.noack-training.de	Kommunikation, Selbstmanagement und Balance
Patentwert GmbH	www.patentwert.de	Agentur für Erfinder, Rundumservice zur Patentanmeldung

Anbieter	Internet	Angebot
TSB Innovationsagentur der Technologiestiftung Berlin	www.innovationsagentur-berlin.de	Beratungsangebot von der ersten Gründungsidee bis zur Marktstudie für kleine und mittlere technologieorientierte Unternehmen und Gründer
SIGNO Unternehmen	www.signo-deutschland.de	Förderung und Beratung zum Schutz von Ideen für die gewerbliche Nutzung
Stiftung Warentest	www.test.de/bildung-beruf/ www.test.de/suche/?q=weiterbildung+kompakt	Tipps zur Recherche, Auswahl und Finanzierung von Weiterbildungen
useletter	www.useletter.de	nützliche Tools zur konstruktiven Gestaltung von Arbeitsabläufen, Kundenkontakten etc.
VDID Verband Deutscher Industrie Designer e.V.	www.vdid.de	Kostenlose Kurzberatungen für Mitglieder
VDMD Verband Deutscher Mode- und Textildesigner e.V.	www.vdmd.de	berät und unterstützt Mode- und Textil-Designer bei Rechts-, Steuer-, Honorar- und Vertragsfragen
Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst	www.bildkunst.de	Urheberrechtsorganisation u.a. der deutschen Designer/-innen; ähnlich wie die GEMA, nur für visuellen Bereich
WIR-AG	www.wir-ag.co	Arbeitsgruppen für Einzelunternehmen, moderierter fachlicher Austausch zu Themen wie Positionierung, Selbstvermarktung, Gewinn und Kundenbindung
Zeitblüten	www.zeitblueten.com	Informationen rund um Zeit- und Zielmanagement sowie Arbeitsmethodik

Datenbank	Link	Angebot
Gründen in Berlin	www.gruenden-in-berlin.de	Das Portal für Gründer/-innen in Berlin, unterstützt bei der Suche nach Informationen, Beratungen, Veranstaltungen
KURSNET	kursnet-finden.arbeitsagentur.de	größte deutsche Datenbank für berufliche Aus- und Weiterbildung, bietet kostenlose Angebote zu Ausbildung und Studium
Springest.de	www.springest.de	Weiterbildungsportal aus den Niederlanden mit umfangreichem Angebot auch in Deutschland, mit Bewertungen früherer Teilnehmer/-innen
Semigator.de	www.semigator.de	Weiterbildungssuche-Datenbank für Seminare
Weiterbildungsdatenbank	www.wdb-berlin.de	Bietet umfassende Recherchemöglichkeiten nach Angeboten und Anbietern beruflicher Weiterbildung in Berlin

Auswahl von Literatur aus dem Design & Company: Handapparat. Während der Öffnungszeiten des IDZ standen die Publikationen zur freien Ansicht zur Verfügung. Während der Veranstaltungen wurden jeweils thematisch passende Publikationen ausgelegt.

Gründung/Selbstständigkeit

Allianz deutscher Designer [Hrsg.]: **Erfolgsverbindungen im Design**, In: AGD | viertel–Das Magazin der Allianz deutscher Designer, AGD, Braunschweig: 2010

Allianz Deutscher Designer [Hrsg.]: **Design Zukunft Visionen**, In: AGD | dreiviertel–Das Magazin der Allianz deutscher Designer, AGD, Braunschweig: 2011

Allianz Deutscher Designer [Hrsg.]: **AGD-Studie 2012–Freiberufliche Designer in der AGD**, In: AGD | viertel–Das Magazin der Allianz deutscher Designer, AGD, Braunschweig: Dezember 2012

Amely, Tobias; Krickhahn, Thomas: **BWL für Dummies**, Wiley-VCH Verlag, Weinheim: 2009

Ballerstaedt, Kristina: **Mythos Designer sein–ausführliche Arbeitsplatzporträts aller Disziplinen. Interviews, Praxistipps, Adressen und Termine. Neue Trends vom Arbeitsmarkt**, Verlag Hellblau, Essen: 2008

Birkner, Monika: **Wachstumsstrategien für Solo- und Kleinunternehmer**, Walhalla Fachverlag, Regensburg: 2008

Bonnemeier, Sandra: **Praxisratgeber Existenzgründung**, dtv Verlag, München: 2008

Buchholz, Götz: **Der Ratgeber Selbstständige**, mediafon Selbstständigenberatung GmbH, Berlin: 2011

Büning, Christian: **Die BDG-Gründerfibel**, Werkstoff Verlag, Münster: 2012

Clark, Tim; u. a.: **Business Model you**, campus, Frankfurt a. M.: 2012

Faltin, Günter: **Kopf schlägt Kapital. Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen. Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein**, Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH & Co. KG, 3. Auflage, München: 2013

Fishel, Cathy: **Das Freelance Design Handbuch**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2010

Grüner, Herbert; u. a. [Hrsg.]: **Kreative gründen anders!**, transcript Verlag, Bielefeld: 2009

Haas, Peter; Holzinger, Silvia: **Kann man denn davon leben? Erfolgreiche Eigenvermarktung und Internetökonomie**, IL MARE FILM Edition/Eigenverlag, Berlin: 2011

Internationales Design Zentrum Berlin e.V.[Hrsg.]: **Ich bin ... Ich kann ... Ich biete ... Arbeitsheft zur gezielten Positionierung am Markt für selbstständige Designer/-innen und Kreative**, Berlin: 2015

Kobuss, Joachim: **Erfolgreich als Designer: Business gründen und entwickeln**, Birkhäuser, Basel: 2008

McKinsey&Company: **Planen, gründen, wachsen. Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg**, Redline Verlag, Zürich: 2007

Meadows, Toby: **Wie gründe ich ein Modelabel?**, avedition, Ludwigsburg: 2013

Recht

Muckle, Sophia: **Parcours: Existenzgründung für Designer**, Verlag Hermann Schmidt, Mainz: 2009

Nebel, Marcus; Friedrich, Saskia: **Psychogramm des Selbstständigen**, Niggli Verlag, Sulgen: 2013

Pritzkow, Angela [Hrsg.]: **Ich allein?! Mehr als Ich!: selbstständige Frauen in der Kreativwirtschaft**, F3 Marketing, Berlin: 2009

Rohrberg, Andrea; Schug, Alexander: **Die Ideenmacher**, transcript Verlag, Bielefeld: 2010

Shaughnessy, Adrian: **So finden Sie Ihren Weg als Grafikdesigner**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2011

Berndorff, Barbara; Berndorff, Gunnar; Eigler, Knut: **Designrecht. Die häufigsten Fragen aus Grafik-, Multimedia- und Produktdesign. Die Antworten**, PPVMedien, Bergkirchen: 2006

Braitmayer, Sven-Erik: **Leitfaden nationales Geschmacksmuster**, Carl Heymanns Verlag KG, Köln: 2004

Eichmann, Helmut; Kur, Annette [Hrsg.]: **Designrecht. Praxishandbuch**, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 2009

Eisenführ, Günther; Schennen, Detlef: **Gemeinschaftsmarkenverordnung**, Carl Heymanns Verlag KG, Köln: 2007

Endell, Christoph; Deus, Paula: **Kreative Leistungen schützen. Geistiges Eigentum in der Kreativwirtschaft**, Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH, Hamburg: 2012

Evers, Lucas; u. a.: **Open Design Now. Why design cannot remain exclusive**, BIS Publishers, Amsterdam: 2011

Kobuss, Joachim: **Erfolgreich als Designer: Designrechte international schützen und managen**, Birkhäuser, Basel: 2009

Maaßen, Wolfgang: **Designers' Contract**, Pyramide Verlag, Essen: 2005

Maaßen, Wolfgang [Hrsg.]: **Designers' Manual. Basiswissen für selbstständige Designer**, Pyramide Verlag, Düsseldorf: 2010

Pohl, Siegmund; Wegenek, Robert: **Verträge in der Werbebranche**, Cornelsen Verlag Scriptor GmbH & Co. KG, Berlin: 2007

Siebecke, Friedrich W.: **Designers' Alphabet. Handlexikon des Designrechts**, Pyramide Verlag, Essen: 2006

Sprenger, Dominik: **PITCH: Mustervereinbarung für den Auftragswettbewerb beim Kunden**, SDSt Selbstständige Design-Studios e.V., Braunschweig: 2010

Zentek, Sabine: **Ein Handbuch für Recht in Kunst und Design**, Avedition, Stuttgart: 1998

Marketing/Öffentlichkeitsarbeit

- Birkenbihl, Vera F.: **Rhetorik - Redetraining für jeden Anlass. Besser reden, verhandeln, diskutieren**, Ariston, 16. Auflage, München: 2002/2010
- Birnkraut, Gesa; Diwan, Rotraut: **Die Marke in der Kreativwirtschaft**, Kohlhammer, Stuttgart: 2013
- Buttgereit, Michael; Gute Botschafter GmbH [Hrsg.]: **Leuchttürme bauen. Positionierungsdesign für Unternehmenspioniere**, schlaue Bücher verlag e. k., Recklinghausen: 2015
- Damian, Gerbaulet: **Kommunikationsdesign als Marke**, Norman Beckmann Verlag & Design, Hamburg: 2011
- Märting, Doris: **Erfolgreich texten**, Bramann Verlag, Frankfurt a. M.: 2010
- Eisenmann, Sara: **Design Portfolios. Von der klassischen Mappe zur interaktiven Präsentation**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2008 und 2010
- Falkenberg, Viola: **Pressemitteilungen Schreiben**, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.: 2008
- Friedrich, Kerstin: **Erfolgreich durch Spezialisierung**, Redline Wirtschaft, Heidelberg: 2007
- Garth, Arnd Joachim: **Medien-Management**, Cornelsen, Berlin: 2009
- Grabs, Ann; Bannour, Karim-Patrick: **Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co.**, Galileo Press, Bonn: 2012
- Handlos, Oliver; Spaetgens Matthias: **Alle meine Freunde. Über den Umgang mit Facebook und Co.**, Verlag Hermann Schmidt, Mainz: 2012
- Hausladen, Anni; Laufenberg, Gerda: **Die Kunst des Klüngelns. Erfolgsstrategien für Frauen**, Rowohlt Taschenbuch Verlag, 4. Auflage, Reinbek bei Hamburg: 2008
- Heiser, Albert: **Bullshit Bingo. Storytelling für Werbetexte**, Creative Game Verlag, Berlin: 2009
- Hoffmann, Kerstin: **Prinzip Kostenlos. Wissen verschenken – Aufmerksamkeit steigern – Kunden gewinnen**, Wiley-VCH, Weinheim: 2012
- Höfssass, Michael; Engel, Dirk: **Mediaplanung**, Cornelsen, Berlin: 2003
- Kegel, Jens: **Selbstvermarktung freihändig**, Business Village, Göttingen: 2009
- Knieß, Katharina: **Kunst in die Öffentlichkeit. PR-Handbuch für Künstler, Galerien, Museen und Hochschulen**, Viola Falkenberg Verlag, Bremen: 2010
- Maser, Jakob: **Das Bestiarium. Unternehmenstypen im Kommunikationsdesign**, Werkstoff Verlag, Münster: 2014
- Michelis, Daniel; Schildhauer, Thomas (Hrsg.): **Social Media Handbuch**, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden: 2010
- Reins, Armin; Classen, Veronika; Czopf, Géza: **Text Sells. Wie Sie Texte schreiben, die wirken. Wie Sie Unternehmen und Marken durch Sprache Profil geben**, verlag hermann schmidt, Mainz: 2015
- Russell, Edward: **Grundlagen des Marketings**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2010
- Sawtschenko, Peter: **Positionierung – das erfolgreichste Marketing auf unserem Planeten. Das Praxisbuch für ungewöhnliche Markterfolge**, Gabal Verlag, 5. Auflage, Offenbach: 2012
- Sawtschenko, Peter; Herden, Peter: **Rasierte Stachelbeeren. So werden Sie die Nr.1 im Kopf Ihrer Zielgruppe**, Gabal Verlag, Offenbach: 2000
- Serrano, Alexander; M. O.: **Storytelling in der Unternehmenskommunikation**, Cornelsen, Berlin: 2012
- Schnettler, Josef; Wendt, Gero: **Werbung planen – Konzeption, Media und Kreation**, Cornelsen, Berlin: 2007
- Schulz-Bruhdoel, Norbert; Fürstenau, Katja: **Die PR- und Pressefibel**, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.: 2010
- Skambraks, Joachim: **Elevator Pitch (Kartenset)**, Heragion, Freiburg: 2012

Finanzen/Akquisition

Thiele, Albert: **Präsentieren Sie einfach (mit CD-ROM). Mit und ohne Medien**, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.: 2007

Weinberg, Tamar: **Social Media Marketing: Strategien für Twitter, Facebook & Co**, O'Reilly Verlag, Köln: 2010

Zollondz, Hans-Dieter: **Marketing Mix: Die sieben P des Marketing**, Cornelsen Verlag Scriptor, 3. Auflage, Berlin: 2008

Allianz deutscher Designer [Hrsg.]: **Das Geld**, In: AGD | viertel-Das Magazin der Allianz deutscher Designer AGD, Braunschweig: 2010

Allianz Deutscher Designer AGD; Andreas Jacobs; Hackenberg, Lutz: **AGD Vergütungstarifvertrag Design (AGD/SDSt)**, Fassung vom 26. April 2011, Braunschweig: 2011

Bayley, Stephen; Mavity, Roger: **Life's a Pitch**, Corgi Edition, London: 2008

Berzbach, Frank: Kreativität aushalten: **Psychologie für Designer**, Herrmann Schmidt, Mainz: 2010

Boress, Allan S.: **Jetzt brauche ich Aufträge!**, Redline Verlag, Heidelberg: 2005

Gloszeit, Holger; Natusch, Cordula: **Kundenakquise**, Rudolf Haufe Verlag, München: 2009

Linke, Marco W.: **Design kalkulieren – Stundensatz berechnen. Kosten kalkulieren. Nutzung vereinbaren. Verträge verhandeln: Kleiner Praxis-Leitfaden für selbstständige Webdesigner und Grafik-Designer**, Books on Demand, Norderstedt: 2012

Maaßen, Wolfgang: **Designers' Calculator. Kalkulationshilfen zur Berechnung von Designhonoraren**, Pyramide Verlag, Essen: 2006

Magnus, Stephan; Vialon, Hans: **Tapfere Helden in der Akquise**, Wiley Verlag, Weinheim: 2007

Page: **Auftrags-Akquise. Tipps für Agenturen und Freelancer**, August 2011

Remy, Volker: **Wie man Aufträge angelt und mit Fischen spricht**, Graco Verlag, Berlin: 2007

Organisation/Management

- Allen, David: **Wie ich die Dinge geregelt kriege. Selbstmanagement für den Alltag**, Piper Verlag, München: 2008
- Back, Louis: **Handbuch Briefing. Effiziente Kommunikation zwischen Auftraggeber und Dienstleister**, Schäffer-Poeschel, Stuttgart: 2006
- Berzbach, Frank: **Die Kunst ein kreatives Leben zu führen**, Herrmann Schmidt, Mainz: 2013
- chrismon – das evangelische Magazin: **Ich bin hier die Chefin. Effiziente Kommunikation zwischen Auftraggeber und Dienstleister**, Frankfurt a. M.: 2011
- Creation Center Telekom Laboratories (Hrsg.): **eTIQUETTE – 101 Leitlinien für die Digitale Welt**, Nicolaische Verlagsbuchhandlung GmbH, Berlin: 2011
- Fisher, Roger; u. a.: **Das Harvard-Konzept. Der Klassiker der Verhandlungstechnik**, Campus Verlag, 23. Auflage, Frankfurt a. M.: 2009
- Förster, Anja; Kreuz, Peter: **Alles, außer gewöhnlich**, Verlag Econ/KNO VA, Berlin: 2007
- Grüner, Herbert: **Management für Kreativunternehmen**, Kohlhammer, Stuttgart: 2012
- Gürtler, Jochen; Meyer, Johannes: **30 Minuten Design Thinking**, Gabal Verlag, Offenbach: 2013
- Han, Byung-Chul: **Müdigkeitsgesellschaft**, Matthes & Seitz, Berlin: 2011
- Janson, Simone: **Selbstorganisation und Zeitmanagement**, Redline Wirtschaft, Heidelberg: 2007
- Krichel-Leiendecker, Vera: **Projektmanagement – Arbeitstechniken: Crashkurs!**, Cornelsen Verlag, Berlin: 2010
- Koenig, Detlef; u. a.: **30 Minuten für optimale Selbstorganisation**, Gabal Verlag, 4. Auflage, Offenbach: 2001
- Krengel, Martin: **Golden Rules. Erfolgreich lernen und arbeiten: Alles, was man braucht. Selbstcoaching | Motivation | Zeitmanagement | Konzentration | Organisation**, Midas Management Verlag AG, 4. Auflage, Zürich: 2013
- Lauster, Peter: **Wege zur Gelassenheit & Lassen Sie sich nichts gefallen**, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg: 2005
- Lessel, Wolfgang: **Projektmanagement. Projekte effizient planen und umsetzen**, Cornelsen Verlag, Berlin: 2008
- Mair, Judith: **Schluss mit Lustig!**, Eichborn AG, Frankfurt am Main: 2002
- Oakland, John; Morris, Peter: **Qualitätsmanagement: Schnellkurs Profi- Wissen**, Metropolitan Verlag, Düsseldorf: 1998
- Peters, Tom: **Re-imagine! Spitzenleistungen in chaotischen Zeiten**, GABAL-Verlag GmbH, Offenbach: 2007
- Pfeffer, Florian: **To Do: Die Rolle der Gestaltung in einer veränderten Welt**, Herrmann Schmidt, Mainz: 2014
- Ruf, Thomas: **Projektmanagement - Grundlagen: Crashkurs!**, Cornelsen Verlag, Berlin: 2010
- Topf, Cornelia: **Erfolgreich verhandeln für Frauen. Souverän, kompetent, überzeugend**, Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München: 2009
- Verband Deutscher Industrie Designer [Hrsg.]: **Management – Das Projekt im Griff**, VDID und Zollverein School of Management and Design, Essen: 2006
- Weinhold, Kathrein: **Selbstmanagement im Kunstbetrieb: Handbuch für Kunstschaffende**, Transcript Verlag, Bielefeld: 2005

Weiterbildung/Coaching/Methoden

Beermann S.; Schubach M.: **Workshops vorbereiten, durchführen, nachbereiten**, Haufe-Lexware, Freiburg: 2010

Birkenbihl, Michael: **Train the Trainer. Arbeitshandbuch für Ausbilder und Dozenten**, verlag moderne industrie, Landsberg/Lech: 1998

Fischer, Florian: **Der nächste Schritt. Schau mal! Es geht**, Berlin: 2011

Fischer, Florian: **Es gibt Lösungen/Begleitung**, KWF Kärntner Wirtschaftsförderungs Fonds, 9020 Klagenfurt, Heuplatz 2, Austria: 2005

Kuntz, Bernhard: **Fette Beute für Trainer und Berater**, managerSeminare Verlags GmbH, Bonn: 2006

Lüttmann, Dorothee U.; Schwarzkopf, Patrick: **Pimp up your Coffee Break. Networkingformate für Veranstaltungen, Konferenzen, Businesssevents**, Gabal Verlag, Offenbach: 2011

Müller, Klaus-Dieter; Flieger, Wolfgang; Krug, Jörn: **Beratung und Coaching in der Kreativwirtschaft**, W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart: 2011

Owen, Harrison: **Open Space Technology: A User's Guide**, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco: 2008

Röhrig, Peter [Hrsg.]: **Solution Tools**, managerSeminare, Bonn: 2009

von Richthofen, Carolin; u. a.: **Handbuch Karriereberatung**, BELTZ, Weinheim und Basel: 2013

von Staden, Sven: **30 Minuten für den souveränen Umgang mit Veränderungen**, Gabal Verlag, Offenbach: 2006

Zumkeller, Volker: **Coaching. Grundsätze, Prozessphasen und Techniken**, Cornelsen Verlag, Berlin: 2010

Designmanagement

Brauer, Gernot: **Erfolgsfaktor Design-Management : ein Leitfaden für Unternehmer und Designer**, Birkhäuser, Basel: 2007

Hase, Holger; Hinz, Katrin; Schnackenberg, Hanna [Hrsg.]: **Design Management**. Teil 1, Teil 2, Teil 3, FHTW Berlin; IDZ Berlin, Berlin: 2006/07

Kern, Ulrich: **Designplanung: Prozesse und Projekte des wissenschaftlich-gestalterischen Arbeitens**, Pro Business, Berlin: 2009

Schmolze, Raimund: **Unternehmen Idee. Wie kundenorientierte Produktentwicklung zum Erfolg führt**, Campus Verlag GmbH, Frankfurt a. M.: 2011

Sommerlatte, Tom: **Praxis des Designmanagements**, Symposion Publishing, Düsseldorf: 2009

Stone, Terry Lee: **Designmanagement. So realisieren Sie Ihre Projekte**, Stiebner Verlag GmbH, München: 2011

VDID Verband Deutscher Industrie Designer e.V. [Hrsg.]: **1 Professionell die Zukunft gestalten | Designkompetenz. 2 Maßgeschneidert für den Markt | Design-Marketing. 3 Design, Funktion und Sinnbild | Marke. 4 Designprojekte präzise steuern | Management**, Bayern: 2010

Wirtschaftsministerium Baden Württemberg, Stuttgart [Hrsg.]: **Innovationsfaktor Design**, VDID Verband Deutscher Industrie Designer e.V., Stuttgart

Normwesen

Deutsches Institut für Normung e.V.; Deutscher Industrie- und Handelskammertag; Zentralverband des deutschen Handwerks: **Kleines 1x1 der Normung. Ein praxisorientierter Leitfaden für KMU – Broschüre**, Berlin: 2010

Deutsches Institut für Normung e.V.: **Normenwerk. Eine Ausstellung des DIN Deutsches Institut für Normung e.V. – Katalog**, Berlin

ECO-Design

Braungart, Michael; McDonough, William: **Einfach intelligent produzieren: Cradle to cradle: Die Natur zeigt, wie wir die Dinge besser machen können. Gebrauchsanweisungen für das 21. Jahrhundert**, Berlin Verlag Taschenbuch, Berlin: 2005

Braungart, Michael; McDonough, William: **Die nächste industrielle Revolution, Die Cradle to Cradle-Community, Europäische Verlagsanstalt**, Hamburg: 2008

Diekamp, Kirsten; Koch, Werner: Eco Fashion: Top-Labels entdecken die Grüne Mode, München: 2010

Huber, Susanne: **Die Ökodesign-Richtlinie**, Grin Verlag, Norderstedt: 2010

Plöger, Jessica: **Nachhaltigkeit und Unternehmensidentität: Führt die Integration von Nachhaltigkeit in die Corporate Identity zu mehr Umweltschutz in Unternehmen?**, Hauptseminararbeit, Norderstedt: 2006

Proctor, Rebecca: **DVA Öko Design Guide: 1000 Produkte, Designer, Websites**, München: 2009

Reis, Dalcacio: **Product Design in the sustainable era: Produktdesign im Zeitalter der Nachhaltigkeit**, Köln: 2010

Scholl, Gerd: **Marketing nachhaltiger Dienstleistungen**, Metropolis, 1. Auflage, Marburg: 2009

Tischner, Ursula; u.a.: **Was ist EcoDesign? Ein Handbuch für ökologische und ökonomische Gestaltung**, Berlin: 2000

Triebel, Daniela: **Ökologisches Industriedesign. Rahmenfaktoren – Möglichkeiten – Grenzen**, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden: 1998

Welzer, Harald; Rammler, Stephan: **Der Futurzwei Zukunftsalmanach 2013**, Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt a. M.: 2012

Wenzel, Eike; u. a.: Greenomics: **Wie der grüne Lifestyle Märkte und Konsumenten verändert**, München: 2008