

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Problemstellung und Grundlagen der Untersuchung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Aufbau und Inhalt der Studie	3
1.3 Erfassungs- und Untersuchungsmethoden.....	4
2 Begriffsabgrenzung.....	5
3 Ergebnisse der Umfrage	6
3.1 Die Teilnehmer an der Umfrage.....	6
3.2 Charakteristika der Umfrageteilnehmer	7
3.2.1 Charakteristika der Unternehmen	7
3.2.2 Charakteristika der Designbüros	7
3.3 Marktsituation.....	9
3.3.1 Geschäftslage der Designer.....	10
3.3.2 Hauptmärkte und Hauptkonkurrenten	12
3.3.2.1 Hauptmärkte und Hauptkonkurrenten der Unternehmen	12
3.3.2.2 Hauptmärkte und Hauptkonkurrenten der Designer	15
3.4 Designaktivitäten.....	18
3.4.1 Designaktivitäten der Unternehmen	18
3.4.2 Anknüpfungspunkte der Nachfrage der Unternehmen nach Designleistungen	22
3.4.3 Aktivitäten der Designer	25
3.4.4 Zusätzliche Leistungen der Designbüros	28
3.4.5 Kooperationspartner der Designbüros	30
3.4.6 Innovationen der Designer	31

	Inhaltsverzeichnis	Seite
3.5	Designhemmnisse	33
3.5.1	Behindern der Nachfrage nach Design	33
3.5.2	Behindern der Geschäftstätigkeit der Designer.....	35
3.6	Stärken und Schwächen des Designstandortes Deutschland/ Berlin-Brandenburg.....	36
3.6.1	Die rechtlichen Rahmenbedingungen	37
3.6.2	Fachkräfteangebot und Ausbildung	39
3.6.3	Die Zusammenarbeit mit Nachfragern nach Designleistungen.....	41
3.7	Bedeutung von Designleistungen für den Wettbewerbserfolg von Unternehmen und Ansatzpunkte der Designförderung	44
3.7.1	Die Bedeutung einzelner Designleistungen und verwandter Aktivitäten aus der Sicht der Unternehmen	44
3.7.2	Die Bedeutung einzelner Designleistungen und verwandter Aktivitäten aus der Sicht der Designer	46
3.7.3	Wichtige Aktivitätsfelder bei Designleistungen aus der Sicht der Unternehmen	47
3.7.4	Wichtige Aktivitätsfelder bei Designleistungen aus der Sicht der Designer	48
3.8	Die Aktivitäten der Designinitiative Brandenburg-Berlin und des Internationalen Designzentrums Berlin	51
3.8.1	Die Aktivitäten der DI und der IDZ im Urteil der Unternehmen	52
3.8.1.1	Bekanntheit und Nutzung des Angebots	52
3.8.1.2	Bedeutung der Aktivitäten für die Wettbe- werbsfähigkeit und Verbesserungs- wünsche der Unternehmen.....	54
3.8.2	Die Aktivitäten im Urteil der Designer.....	58

Inhaltsverzeichnis

	Seite
3.8.2.1 Bekanntheit und Nutzung des Angebots	58
3.8.2.2 Bedeutung der Aktivitäten für die Wettbe- werbsfähigkeit und Verbesserungs- wünsche der Designer	60
3.8.3 Ergebnisse der Interviews.....	64
3.8.3.1 Aussagen der Designer.....	64
3.8.3.2 Aussagen der Unternehmen	69
4 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	71
Anhang A - Fragebogen	75
Anhang B - Tabellen	87