

## Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>1 Problemstellung und Grundlagen der Untersuchung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung .....	1
1.2 Aufbau und Inhalt der Studie .....	3
1.3 Erfassungs- und Untersuchungsmethoden .....	4
<b>2 Begriffsabgrenzung .....</b>	<b>5</b>
<b>3 Ergebnisse der Umfrage .....</b>	<b>6</b>
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 Behinderung der Nachfrage nach Design .....	33
3.5.2 Behinderung 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
<b>4</b>	<b>Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse .....</b>	<b>71</b>
<b>Anhang A</b>	<b>- Fragebogen .....</b>	<b>75</b>
<b>Anhang B</b>	<b>- Tabellen .....</b>	<b>87</b>