

Die Bedeutung von Design für Köln

Design hat in Köln eine lange Tradition. Die Geschichte beginnt mit der Kölner Werkbundausstellung 1914, der ersten Leistungsschau des 1907 gegründeten Deutschen Werkbunds. Seit 1926 gibt es die Kölner Werkschulen, die führende Schule für Bildende Kunst, Architektur und Formgebung in Deutschland bis 1993. Der Möbelbau wurde in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts in Köln bedeutend, dabei stand vor allem die industrielle Produktion im Fokus.

Köln ist Marktplatz der Gegenwart, es finden eine Vielzahl von Messen statt, die von Design dominiert und geprägt sind, so zum Beispiel die Möbelmesse, die Photokina, die Orgatec, die Interzum, die Fine Art und die Bloom. Die Designwirtschaft zeigt sich in Köln mit 6.000 Erwerbstätigen und 1,2 Mrd. Euro Umsatz sehr dynamisch und wachstumsstark (Stand 2016). Viele große Unternehmen wie z. B. Ford, RTL und DLR tragen der Bedeutung von Design für die Wirtschaft Rechnung, in dem sie über eigene Entwicklungssegmente und Angestellte im Bereich Design verfügen. Quelle für die Auswahl an Fachkräften sind die große Vielfalt und Breite an Ausbildungsstätten (Hochschulen und Fachschulen) in Köln.

Das Museum für Angewandte Kunst Köln MAKK ist das einzige seiner Art in NRW. Vor allem die Verbindung von Kunst und Design ist in Europa einzigartig. Zahlreiche Design-Events beleben das Jahr über die Kölner Designszene so zum Beispiel le bloc, Passagen, Photoszene-Festival, demexco und ökorausch-Festival. Über Kölns Grenzen hinaus sind auch die subkulturellen Einflüsse wie urban art, street art, urban gardening und cityLeaks bekannt. Neben dem Kölner Design Preis, einem bedeutenden Nachwuchspreis in Deutschland, sind weitere Design-Wettbewerbe wie der Eyes & Ears Award und der interzum award bekannt.

Einzigartig ist in Köln der 1997 gegründete Interessensverband KölnDesign e. V. Sein Ziel ist es, die Akteure der verschiedenen Designbereiche zu verbinden. Nicht zuletzt ist auch die geographische Lage in der Mitte Europas eine Einflussgröße. Im Spannungsfeld der großen Design-Metropolen Europas Paris, London, Wien und anderer bildet Köln den geographischen Mittelpunkt.

Rahmenbedingungen für Design in Köln

Um der Bedeutung von Design für Köln gerecht zu werden bedarf es eines Marketings, auch eines Standortmarketings für Design. Durch gezielte Lobbyarbeit muss die Wertigkeit von Design, als eines zum Stadtraum gehörendes Kulturgut, wahrgenommen werden. Dazu wünschen sich die Akteure eine gemeinsame Plattform, die virtuellen und analogen Austausch möglich macht. Die nachhaltige Integration von Design in der Stadt(gesellschaft) wird auch durch die Einräumung von Zwischennutzungs- und Experimentiermöglichkeiten im Rahmen der Stadtentwicklung bewirkt.

Die Situation der Ausbildungsstätten

Um die Vielfalt der Ausbildungsmöglichkeiten im Bereich Design deutlich zu machen, müssen diese gebündelt und in Form eines Studien- und Ausbildungsatlas oder -Wegweisers dargestellt werden. Eine bedeutende Nachwuchsförderung wird bewirkt durch den Ausbau der Fördermittel-Situation der Ausbildungsstätten sowie die finanzielle Unterstützung von Studierenden. Internationale Aufmerksamkeit kann durch die Vereinfachung des Aufenthalts von ausländischen Studenten erreicht werden. Um Start-Ups kreatives Wirtschaften zu ermöglichen, bedarf es räumlicher Nischen, dazu

gehören, die schon erwähnten Möglichkeiten der Zwischenutzung, aber auch institutionelle Formen eines Design-House, von Coworking-Spaces und von kombinierten Wohn- und Arbeits-Angeboten für (Design-)Studenten.

Neue Form des Netzwerken: Cologne Design Conference

Auf Initiative der Industrie- und Handelskammer Köln hat sich 2016 die Cologne Design Conference gegründet. Eingeladen werden Institutionen, die Design vertreten, bewerben und verbreiten (Vereine, öffentliche Institutionen, Ausbildungsstätten).

Die Bedeutung von Köln als Designstadt soll mit allen Facetten erfasst werden. In der ersten Veranstaltung wurden offensichtliche Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet: die Bildungs-, Vermittlungs- und Wissenskompetenzen von Museum und Hochschule, das Industriedesign am Standort Köln und Kölns Vielfalt im Mediendesign.

Aus diesem Auftakt soll eine regelmäßige Veranstaltung werden, die die Design-Aktivitäten bündelt, die Akteure miteinander vernetzt und die Qualitäten bekannt macht. Die Schärfung des Standortmarketing-Profil „Designstadt Köln“ soll erreicht werden.

27.07.2017
Dr. Ulrich S. Soénus