

*d1:*angewandte

Universität für angewandte Kunst Wien  
*University of Applied Arts Vienna*

# MASTER THESIS

Titel der Master Thesis

Surface Pattern Design in Österreich:  
Eine Situationsanalyse

Verfasserin

Mag. rer.soc.oec. Eugénie Hadinoto

Angestrebter akademischer Grad

Master of Advanced Studies (MAS)

Wien, im September 2017

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

992, 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Universitätslehrgang Art & Economy

Betreuerin:

Dipl. Ing.<sup>in</sup> Hemma Bieser, MSc

Gekürzte Version



## **EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG**

Hiermit versichere ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Master Thesis ohne Hilfe angefertigt habe und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung stammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die vorliegende Master Thesis ist mit dem elektronisch übermittelten Textdokument identisch.

Wien, am 27.9.2017

HADINOTO EUGÉNIE

---



„I think the rules of the games change but we have possibilities.“<sup>1</sup>

---

1 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S199, Abschnitt #16:18#.

# INHALTSVERZEICHNIS

Abstract_deutsch .....	12
Abstract_english .....	13
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>14</b>
1.1 Problemstellung.....	14
1.2 Leitende Forschungsfragen.....	15
1.3 Methodische Vorgehensweise .....	16
1.4 Aufbau der Arbeit .....	16
1.5 Ziel und Erkenntnisinteresse .....	17
<b>2. Die Surface Pattern Design Branche.....</b>	<b>18</b>
2.1 Begriffsdefinitionen und -abgrenzungen .....	19
2.1.1 Surface Pattern Design.....	20
2.1.2 Musterdesign.....	21
2.1.3 Musterzeichnung .....	22
2.1.4 Textildesign.....	22
2.1.5 Dessinatur .....	22
2.1.6 Oberflächendesign .....	23
2.2. Das Produkt, der Musterentwurf.....	23
2.3. Die Designer.....	24
2.3.1 Tätigkeitsbereich .....	24
2.3.2 Beschäftigungsformen.....	25
2.3.2.1 Voll- oder Teilzeitbeschäftigung bei einem Unternehmen .....	25
2.3.2.2 Arbeit als Freelancer für ein Design Studio .....	25
2.3.2.3 Zusammenarbeit mit einem Agenten oder einer Agentur.....	25
2.3.2.4 Selbstständigkeit .....	26
2.4 Der Kunde .....	26
2.5 Der Markt.....	27
2.5.1 Bekleidung /Fashion .....	27
2.5.2 Accessoires .....	28
2.5.3 Elektronik.....	28
2.5.4 Interior .....	28
2.5.5 Verpackung .....	29
2.5.6 Papierwaren.....	29
2.6 Wichtige Lieferanten .....	29

2.6.1	Hard- und Softwareanbieter .....	29
2.6.2	Internetprovider .....	29
2.6.3	Künstlerbedarf-Anbieter.....	30
2.6.4	Trendbüros.....	30
2.6.5	Sonstige Dienstleistungen.....	31
2.7	Relevante Institutionen.....	31
2.7.1	Ausbildungsstätten .....	31
2.7.1.1	Schule.....	31
2.7.1.2	Hochschulen.....	32
2.7.1.3	Online Learning Plattformen.....	32
2.7.2	Fördereinrichtungen.....	33
2.7.3	Museen, Bibliotheken.....	33
2.8	Zentrale Netzwerke.....	33
2.8.1	Plattformen/Communities .....	33
2.8.2	Events .....	34
2.8.3	Wettbewerbe.....	34
2.9	Abgrenzungen zu anderen Sparten .....	35
2.9.1	Surface Pattern Design versus Textildesign .....	35
2.9.2	Surface Pattern Design versus Illustration.....	35
2.9.3	Surface Pattern Design versus Grafik Design .....	36
2.9.4	Surface Pattern Design versus Interior Design .....	36
2.9.5	Surface Pattern Design versus Architektur.....	37
2.9.6	Surface Pattern Design versus Handwerk .....	37
2.9.7	Surface Pattern Design versus Kunst.....	38
<b>3.</b>	<b>Die qualitative Untersuchung.....</b>	<b>39</b>
3.1	Forschungsperspektiven .....	39
3.2	Methodische Vorgehensweise .....	41
3.2.1	Grounded Theory.....	41
3.2.2	Struktur des Forschungsdesigns.....	43
3.2.3	Qualitative Interviews.....	44
3.3	Samplingverfahren und Zugang zum Feld .....	45
3.4	Fixierung der Daten und Transkription .....	47
3.5	Interpretation der Daten.....	48
3.5.1.	Identifizierung von Themenbereichen .....	50
3.5.2	Bildung von Kategorien und Bestimmung der entsprechenden Eigenschaften und Dimensionen .....	50
<b>4.</b>	<b>Analyse.....</b>	<b>52</b>

4.1 Kategorie 1: Der Begriff Surface Pattern Design .....	52
4.1.1 Bekanntheit .....	52
4.1.2 Assoziationen .....	53
4.1.3 Erklärung / Abgrenzungen .....	54
4.1.4 Berufsbezeichnung .....	60
4.2 Kategorie 2: Die Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene in Österreich .....	61
4.2.1 Sichtbarkeit .....	61
4.2.2 Vernetzung .....	64
4.2.3 Branchen .....	66
4.2.4 Vergangenheit .....	67
4.2.5 Namen .....	68
4.3 Kategorie 3: Die Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene im Ausland .....	71
4.3.1 Länder .....	72
4.3.2 Ausbildung .....	74
4.3.3 Messen .....	75
4.3.4 Produzenten / Industrie .....	76
4.3.5 Handel .....	78
4.3.6 Kreativwirtschaft .....	78
4.3.7 Museen / Institutionen .....	79
4.3.8 Internet .....	79
4.3.9 Persönlichkeit / Stil .....	80
4.4 Kategorie 4: Die Ausbildung für Surface Pattern Design in Österreich .....	81
4.4.1 Ausbildungsstätten .....	81
4.4.2 Qualität .....	86
4.4.3 Kritik .....	88
4.4.4 Trends / Entwicklungen .....	93
4.4.5 Verbesserungsvorschläge / Chancen .....	96
4.5 Kategorie 5: Der Einstieg in die Surface Pattern Design Branche .....	99
4.5.1 Motivation und Background .....	99
4.5.2 Herausforderungen .....	101
4.5.3 Die Wirtschaftskammer Österreich .....	104
4.6 Kategorie 6: Die Kunden von Surface Pattern Designern .....	107

4.6.1 Branchen .....	107
4.6.2 Entwicklung .....	111
4.6.3 Kundentyp .....	113
4.6.4 Kundenstandort .....	116
4.7 Kategorie 7: Trends & Entwicklungen.....	117
4.7.1 Megatrends .....	117
4.7.2 Surface Pattern Design Trends.....	123
4.7.3 Bestehendes Know How .....	134
4.7.4 Umgang mit Trends und Entwicklungen .....	142
4.8 Kategorie 8: Standort Österreich/Wien.....	143
4.8.1 Tradition.....	144
4.8.2 Made in Austria/Vienna .....	145
4.8.3 Wettbewerbsvorteile .....	147
4.9 Kategorie 9: Förderungen .....	148
4.9.1 Wirtschaftspolitische Überlegungen .....	148
4.9.2 In Anspruch genommene bzw. angefragte Förderungen	154
4.9.3 Maßnahmenvorschläge .....	157
<b>5. Untersuchungsergebnisse .....</b>	<b>167</b>
5.1 Der Begriff Surface Pattern Design .....	167
5.1.1 Bekanntheit in Institutionen der Kreativwirtschaft .....	167
5.1.2 Assoziationen von Befragten .....	167
5.1.3 Abgrenzungen zu anderen Designsparten.....	167
5.1.4 Berufsbezeichnung.....	168
5.2 Die Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene in Österreich .....	168
5.2.1 Definition der Surface Pattern Design Szene.....	168
5.2.2 Sichtbarkeit der Szene.....	169
5.2.3 Die Vernetzung der Szene .....	169
5.3 Die Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene im Ausland.....	169
5.3.1 Definition der Surface Pattern Design Szene.....	169
5.3.2 Sichtbarkeit der Szene .....	170
5.4 Die Ausbildung für Surface Pattern Design.....	170
5.4.1 Ausbildungsstätten .....	170
5.4.2 Kritik .....	172
5.4.3 Vorschläge für eine bessere Surface Pattern Design Ausbildung .....	172

5.5 Beruflicher Einstieg in die Surface Pattern Design Branche...	173
5.5.1 Background und Motivation .....	173
5.5.2 Herausforderungen und Hürden .....	173
5.5.3 Die Rolle der Wirtschaftskammer Österreich .....	173
5.6 Die Kunden von Surface Pattern Designern .....	174
5.6.1 Branchen und Produkte .....	174
5.6.2 Entwicklungen in der Zusammenarbeit .....	175
5.6.3 Verkaufsstandorte .....	175
5.6.4 Kundenstandorte .....	175
5.7 Trends & Entwicklungen.....	176
5.7.1 Der Einfluss allgemeiner Trends auf Surface Pattern Design.....	176
5.7.2 Beobachtete Trends im Surface Pattern Design .....	177
5.7.3 Der Umgang mit Trends .....	178
5.7.4 Der Umgang mit Archiven und altem Handwerkswissen .	178
5.8 Der Standort Österreich/Wien für Surface Pattern Design .....	179
5.8.1 Die Tradition als Wettbewerbsvorteil .....	179
5.8.2 Made in Austria/Vienna .....	179
5.8.3 Wahrgenommene Wettbewerbsvorteile .....	179
5.9 Förderungen.....	180
5.9.1 Wirtschaftspolitische Überlegungen .....	180
5.9.2 In Anspruch genommene oder angefragte Förderungen.....	180
5.9.3 Vorschläge für wirtschaftspolitische Maßnahmen zur Förderung des Surface Pattern Designs in Österreich .....	181
<b>6. Schlussfolgerungen .....</b>	<b>182</b>
<b>7. Anhang.....</b>	<b>193</b>
7.1 Interviewpartner.....	194
7.2 Leitfäden für die Interviews.....	195
7.2.1 Leitfaden für Mitarbeiter aus Institutionen der Kreativwirtschaft.....	195
7.2.2 Leitfaden für Personen, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit Muster entwerfen .....	196
7.2.3 Leitfaden für Lehrende .....	197



7.6 Lebenslauf.....484

**8. Quellenverzeichnis .....485**

**9. Abbildungsverzeichnis .....487**

## ABSTRACT\_DEUTSCH

In der vorliegenden Arbeit geht es um Surface Pattern Design in Österreich. Inwieweit läßt sich so etwas wie eine heimische Szene wahrnehmen und wie sieht sie aus? Die Autorin ist von der Annahme ausgegangen, dass es keine sichtbare Branche gibt, sich aus einer Untersuchung aber sehr wohl nähere Informationen zu dem Thema ableiten lassen, welche zu Vorschlägen von Maßnahmen führen können, die der Förderung dieses Designbereichs in Österreich dienen.

Als methodischer Untersuchungsansatz wurde die *Grounded Theory*, eine qualitative Methode, gewählt. In über 20 Probe- und halboffenen Leitfadenterviews wurden Akteure aus unterschiedlichen Bereichen der Kreativ- und Kunstbranche zu Themen wie Begriff, Wahrnehmung einer Surface Pattern Design Szene im In- und Ausland, Ausbildung, Brancheneinstieg, Kunden, Trends, Standort Österreich und Maßnahmenvorschläge zur Förderung befragt.

Ergebnis der Untersuchung ist, dass es in Österreich derzeit keine nennenswerte, sichtbare Surface Pattern Design Szene gibt. Nichtsdestotrotz wurden aufgrund von Trends und Entwicklungen der letzten Jahre zahlreiche Chancen und Möglichkeiten für Innovationen wahrgenommen, die in der Arbeit näher aufgelistet werden.

Ein wichtiger Punkt, der sich im Laufe der Untersuchungen gezeigt hat, ist die Notwendigkeit einer Begriffsabklärung und genauen Definition des Begriffs Surface Pattern Design. Die Autorin ist zu dem Schluss gekommen, dass zum besseren Verständnis eine Trennung des ursprünglichen Begriffs in Surface Design (Oberflächendesign) und Pattern Design (Musterdesign) unumgänglich ist.

In einer abschließenden Maßnahmenliste finden sich Vorschläge zur Förderung des Surface Pattern Designs in Österreich.

## ABSTRACT\_ENGLISH

The present study explores surface pattern design in Austria. Is there a local surface pattern design scene, how does it look like, and how do relevant stakeholders perceive this scene?

The analysis is based on the assumption that there is no visible sector, but that an investigation will very well lead to more detailed information on the topic. This information may then be used to develop proposals for promoting this design field in Austria.

The *Grounded Theory* was chosen as methodological approach for a qualitative analysis. In over 20 half-open interviews stakeholders from various parts of the creative and art sector were asked to discuss issues such as: the concept of surface pattern design; the perception of a respective scene at home and abroad; related training and education; entry points into industry; potential customers; trends; location Austria; as well as proposals for measures to promote this sector.

The analysis shows that there is currently no significant, visible surface pattern design scene in Austria. Nevertheless, due to trends and developments of the last few years, stakeholders observed numerous opportunities for innovations in the field, which have been compiled and assessed in the study.

An important point, which has emerged in the course of the investigations, is the need for clarification as well as for a precise definition of the term “surface pattern design”. The author has come to the conclusion that splitting this original concept into the terms “surface design” and “pattern design” is essential to avoid misunderstanding.

The study's conclusions include a list of proposals for promoting a surface pattern design scene in Austria.

# 1. EINLEITUNG

„Wir sind von Mustern umgeben, die deutlich machen, wie wir die Welt sehen.“<sup>1</sup>

„Als Muster (spätmittelhochdeutsch mustre, lat. monstrare für ›zeigen‹) werden zunächst Modelle bzw. Vorbilder und sichtbare Oberflächenstrukturen bezeichnet. Im weiteren Sinne kann es sich auch um räumliche oder zeitliche Strukturen handeln. Muster zu erkennen und daraus Schlüsse zu ziehen ist eine intellektuelle, kognitive und psychische Fähigkeit des Menschen, ohne die jede zivilisatorische Entwicklung, jeder kulturelle wie wissenschaftliche Fortschritt undenkbar wären.“<sup>2</sup>

Die Gestaltung von Oberflächen (engl. surfaces) und Mustern (engl. patterns), nachfolgend als Surface Pattern Design bezeichnet, lässt sich bis in die Vorgeschichte zurückverfolgen. Gab es früher eine „enge Verbindung von Mustern und ihrer Bedeutung mit den Formen, Materialien und Funktionen der Objekte, auf denen sie festgehalten wurden“<sup>3</sup>, so sind viele Muster heute vorwiegend von Trends und neuen Technologien beeinflusst. Die Möglichkeiten zur Gestaltung von Oberflächen scheinen schier endlos. Moderne Technologien wie beispielsweise der digitale Drucker oder 3D Drucker beeinflussen die Designprozesse in entscheidender Weise und vereinfachen die Realisierung von Musterentwürfen. Wo und wie spiegeln sich diese Umstände und Entwicklungen in Österreich wieder?

## 1.1 Problemstellung

Während Surface Pattern Design im englischen Sprachraum gleich nach Graphic Design, Web/Interactive Design, Illustration, Cartooning und Animation genannt wird<sup>4</sup>, kann hierzulande leicht der Eindruck entstehen, dass selbst in der Kreativbranche nur wenige etwas mit dem Begriff Sur-

---

1 Newall Diana/Christina Unwin. *Die Geschichte der Muster. Eine Zeitreise durch drei Jahrtausende*, Bern: Haupt 2012 (Orig. *The Chronology of Pattern*. London: The Ivy Press Ltd 2011), S12.

2 Cremer-Bermbach Susannah, *Schnittstelle | Muster 1–3*, Bonn: Gesellschaft für Kunst und Gestaltung e.V. 2013, S5; [http://www.norvin-leineweber.de/uploads/2/4/6/8/24687077/schnittstelle\\_-\\_muster\\_leseprobe.pdf](http://www.norvin-leineweber.de/uploads/2/4/6/8/24687077/schnittstelle_-_muster_leseprobe.pdf), Zugriff: 24.6.2017

3 Newall Diana/Christina Unwin. *Die Geschichte der Muster. Eine Zeitreise durch drei Jahrtausende*, Bern: Haupt 2012 (Orig. *The Chronology of Pattern*. London: The Ivy Press Ltd 2011), S16.

4 Vgl. Graphic Artists Guild, Inc., *Graphic Artists Guild Handbook. Pricing & Ethical Guidelines*, New York: Graphic Artists Guild<sup>14</sup> 2013, VIII.

face Pattern Design anfangen können. Eine Surface Pattern Design Branche scheint in Österreich auf den ersten Blick nicht existent zu sein. Das zeigt der *Sechste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht*<sup>5</sup>, in dem dieser Designbereich kein einziges Mal erwähnt wird. Auch eine Suche nach Surface Pattern Design im Branchenverzeichnis der *Wirtschaftskammer Österreich (WKO)* führt zu 0 Treffern<sup>6</sup>. Bei der Eingabe des Suchbegriffs Pattern Design erhält man den Namen eines einzigen Unternehmens. Im letzten *Statistischen Jahresbericht 2015 der Österreichischen Textilindustrie* sucht man vergeblich nach Textilmusterzeichner-Lehrlingen. Es hat seit 2004 keine gegeben.<sup>7</sup> Und auch bei *Designaustria* gibt es zu Surface Pattern Design keine Eintragungen in der Datenbank.<sup>8</sup>

## 1.2 Leitende Forschungsfragen

Die oben genannten Fakten geben der Autorin Grund zur Annahme, dass es in Österreich keine Surface Pattern Design Branche gibt. Da dieser Designzweig in anderen Ländern jedoch sehr wohl ein sichtbarer Teil der Kreativbranche ist, möchte die Autorin die eingangs getroffene Annahme noch einmal hinterfragen und genauer überprüfen. Sie geht davon aus, dass es unwahrscheinlich ist, in Österreich nichts zu diesem Thema vorzufinden und nimmt deshalb an, dass es so etwas wie eine Surface Pattern Design Szene gibt. Wie wird diese heimische Surface Pattern Design Szene von Akteuren der Kreativ- und Kunstbranche wahrgenommen und gelebt?

In Kapitel 3, dem empirischen Teil, wird auf die leitenden Fragestellungen und Annahmen noch näher eingegangen.

---

5 creativ wirtschaft austria, Wirtschaftskammer Österreich, *Sechster österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Kurzfassung Schwerpunkt Kreativwirtschaft und ihr Markt*. Wien: creativ wirtschaft austria, Wirtschaftskammer Österreich 2015.

6 WKO, „surface pattern design“, *WKO Firmen A-Z*, <https://firmen.wko.at/Web/Ergebnis.aspx?StandortID=0&Suchbegriff=Surface+pattern+design>, Zugriff: 21.6.2017.

7 WKO Fachverband der Textil, Bekleidungs-, Schuh- und Lederindustrie, *Die österreichische Textilindustrie, Statistischer Jahresbericht 2015. Lehrlinge der österreichischen Textilindustrie*, Wien: 2016, S7, [http://www.textilindustrie.at/p2/Homepage/Stat\\_Jahresbericht\\_2015.pdf](http://www.textilindustrie.at/p2/Homepage/Stat_Jahresbericht_2015.pdf), Zugriff: 25.6.2007.

8 Sermet Sibel. *Email 00*, Wien: 12.10.2016, S454.

### 1.3 Methodische Vorgehensweise

Angesichts des Mangels an Daten zum vorliegenden Thema wäre es der Autorin nicht möglich gewesen, ohne vorangehender, qualitativer Untersuchung, eine quantitative Studie durchzuführen. Es fehlen essentielle Basisinformationen, die man für das entsprechende Design einer quantitativen Studie benötigen würde.

Aus Ressourcengründen hat sich die Autorin dafür entschieden, den Fokus der Arbeit auf die Generierung dieser Basisinformationen für mögliche weiterführenden Studien zu legen. Als Ansatz der Untersuchung wurde die *Grounded Theory*<sup>9</sup> gewählt. Detaillierte Beschreibungen zum Forschungsdesign finden sich im empirischen Teil, im Kapitel 3.

Zugunsten einer einfacheren Lesbarkeit sind sämtliche personenbezogenen Bezeichnungen geschlechtsneutral zu verstehen.

### 1.4 Aufbau der Arbeit

Zum besseren Verständnis wird zu Beginn der Arbeit der Begriff Surface Pattern Design näher hinterfragt und von anderen ähnlichen Bezeichnungen abgegrenzt. In der Komplexität des Begriffs liegt zum Teil schon die Antwort für das Verständnis des eingangs erwähnten Problems.

Im Anschluss an die Begriffsdefinitionen werden in einem Einblick in die Surface Pattern Design Branche die wichtigsten Faktoren für das Funktionieren dieser Branche aufgezählt und kurz beschrieben. Diese Faktoren bilden auch die Basis für die Konzeption der Fragebögen des anschließenden empirischen Teils. In diesem finden sich die Forschungsperspektiven, eine detaillierte Beschreibung der methodischen Vorgehensweise und des Umgangs mit den gewonnenen Daten aus den Interviews. Ebenfalls im empirischen Teil gibt es weitere genaue Informationen zur Dateninterpretation. Durch die Angabe der zur Interpretation herangezogenen Textstellen aus den Transkripten lassen sich die gewonnenen Erkenntnisse für den Leser klar nachvollziehen. Die Erkenntnisse sind in den Untersuchungsergebnissen zusammengefasst.

---

9 Flick Uwe/Ernst v. Kardorff/Heiner Keupp/Lutz v. Rosentstiel/Stephan Wolff, *Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*, Weinheim: Psychologie Verlags Union<sup>3</sup> 1995, S150.

Das abschließende Kapitel beinhaltet Schlussfolgerungen der Autorin und Maßnahmvorschläge für eine Förderung des Surface Pattern Designs in Österreich.

Im Anhang befinden sich unter anderem die Liste der Interviewpartner, die Leitfäden für die Interviews, die Transkripte und die Emails, auf die in der Studie Bezug genommen wurde.

## **1.5 Ziel und Erkenntnisinteresse**

Ziel dieser Arbeit ist es, ein umfassendes Bild der Surface Pattern Design Szene in Österreich zu bekommen, auf dessen Basis sich ein konkreter Maßnahmenkatalog zur Förderung der Sparte entwickeln läßt. Es ist durchaus möglich, dass die heimische Surface Pattern Design Szene in weiterer Folge auch andere Designbereiche im Land wie beispielsweise den Textil-, Mode- oder Architekturbereich beleben oder die Maker Szene bereichern kann.

Die Arbeit ist als *diagnostische Studie*<sup>10</sup> konzipiert und soll Erkenntnisse liefern, die in weiterer Folge von Praktikern und Entscheidungsträgern zur Problemlösung genutzt werden können.

---

10 Legewie Heiner, 11. Vorlesung. *Qualitative Forschung und der Ansatz der Grounded Theorie*, o.J., S5, [http://www.ztg.tu-berlin.de/download/legewie/Dokumente/Vorlesung\\_11.pdf](http://www.ztg.tu-berlin.de/download/legewie/Dokumente/Vorlesung_11.pdf), Zugriff: 26.6.2017.

## 2. DIE SURFACE PATTERN DESIGN BRANCHE

Als Branche wird in der vorliegenden Arbeit eine Gruppe von Unternehmen verstanden, „die Produkte bzw. Dienstleistungen erzeugen, die sich – aus Kundensicht – nahezu gegenseitig ersetzen.“<sup>11</sup> Der Begriff wird nicht im Sinne eines Klassifikationssystems der Wirtschaftstätigkeiten wie beispielsweise die *Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne* (NACE)<sup>12</sup> verwendet.

Um ein Verständnis für die Surface Pattern Design Branche zu bekommen, ist es zunächst notwendig, verwandte Bezeichnungen für das Entwerfen von Mustern zu identifizieren und von einander abzugrenzen.

Danach werden in Anlehnung an das *Five Forces Modell* von Porter<sup>13</sup> die wichtigsten Merkmale der Surface Pattern Design Branche identifiziert und kurz beschrieben.

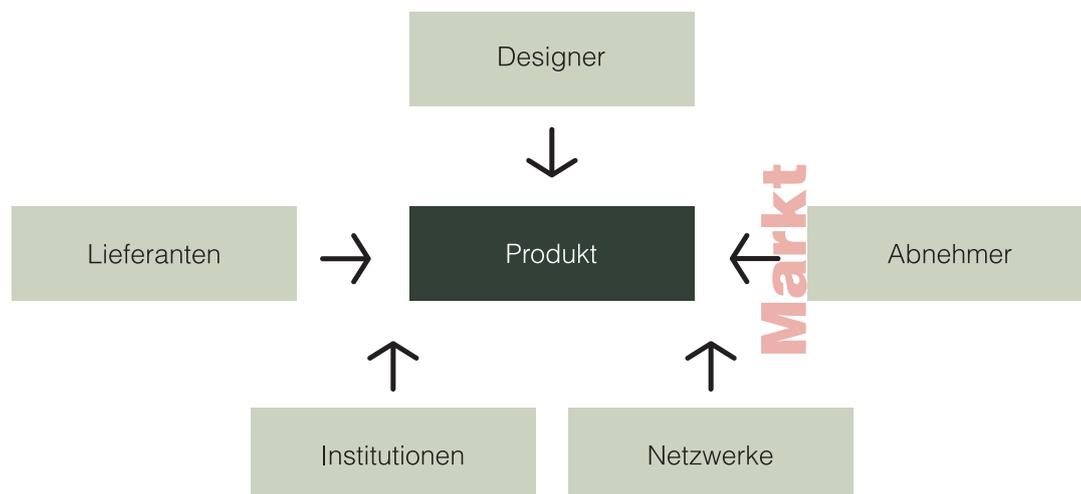


Abb. 1: Fünf Faktoren Modell – Einflussfaktoren in der Surface Pattern Design Branche<sup>14</sup>

11 Reisinger Sabine/Regina Gattringer/Franz Strehl, *Strategisches Management. Grundlagen für Studium und Praxis*, Hallbergmoos: Pearson Deutschland GmbH 2013, S58.

12 eurostat, „Metadata. Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft, Rev. 2 (2008)“, *euostat. RAMON - Reference And Management Of Nomenclatures*, [http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST\\_NOM\\_DTL&StrNom=NACE\\_REV2&StrLanguageCode=DE](http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=NACE_REV2&StrLanguageCode=DE), Zugriff: 14.6.2017.

13 Porter Michael E., *Wettbewerbsstrategien. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten*, Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH<sup>12</sup> 2013 (Orig. *Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York: The Free Press 1980), S38.

14 Eigene Darstellung

Während Porter in seinem Modell den Fokus auf fünf Wettbewerbskräfte zur Bestimmung der Branchenattraktivität legt, geht es in diesem Kapitel primär um eine Zusammenfassung der zentralen Elemente, welche auf die Surface Pattern Design Branche wirken. Im Mittelpunkt der vorangegangenen Grafik steht das Produkt Musterdesign, dessen Qualität von verschiedenen Faktoren beeinflusst wird. Die Aufzählung in diesem Kapitel erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern soll eine erste Übersicht über die Branche bieten.

Im Abschluss dieses Kapitels wird der Surface Pattern Design Bereich gegen andere nahe Designsparten abgegrenzt.

## **2.1 Begriffsdefinitionen und -abgrenzungen**

Der mittlerweile auch im deutschen Sprachraum verwendete Begriff Surface Pattern Design stammt aus dem englischen und bedeutet übersetzt Oberflächen- und Mustergestaltung. Nicht alle Designer, die Oberflächen- und Muster gestalten, würden sich jedoch als Surface Pattern Designer bezeichnen. Welche Erklärung gibt es dafür?

Zum einen liegt der Grund in der branchenunterschiedlichen Verwendung der Begriffe. Surface Design bedeutet beispielsweise für Textildesigner etwas anderes als für Wissenschaftler, die sich mit Oberflächengestaltung in der Nanotechnologie beschäftigen. Zum anderen wird das Entwerfen von Mustern in vielen Fällen nur als Teilaufgabe eines anderen Designbereichs gesehen. Beispiele dafür wären Textildesign, Interior Design, Grafik Design, Packaging Design, Produktdesign, Schmuckdesign, Animation, Architektur, Illustration etc. In diesen Fällen wird Surface Pattern Design selten als eigene Disziplin wahrgenommen.

Das Berufsbild von Designern, die Oberflächen und Muster entwerfen, hat sich in den letzten 100 Jahren stark verändert. Waren es Anfang des 20. Jahrhunderts Künstler, Handwerker, Architekten oder Dessinateure mit fundierter Ausbildung, die Muster entwarfen, so sind es heute Personen mit Backgrounds wie beispielsweise Textil Design, Grafik Design oder Illustration, die nicht unbedingt eine einschlägige fachspezifische Ausbildung haben müssen. Manche von ihnen eignen sich die Kenntnisse des Musterzeichnens autodidaktisch in Onlinekursen an. Surface Pattern Designer entwerfen heute nicht mehr unbedingt für eine einzige Sparte, sondern vergeben Lizenzen an unterschiedliche Branchen.

Für Gestalter, die Muster entwerfen, existieren im deutschen Sprachraum verschiedene Bezeichnungen, die im Folgenden näher beleuchtet werden. Dies ist notwendig, um die Komplexität der Branche erkennen und die Problematik des Themas besser verstehen zu können. Die Auswahl der Begriffe ist durch die Erfahrung der Autorin als Designerin und die Ergebnisse der Interviews im empirischen Teil bestimmt.

### 2.1.1 Surface Pattern Design

In einem US-amerikanischen Handbuch für Graphic Artists findet sich folgende Beschreibung für Surface Pattern Design:

„[...] decorative graphic designs/patterns created primarily for printed products that are mass manufactured. Once exclusively rendered by hand, some segments of the industry now use fully computer-generated designs. Although computer use has been integrated into the entire process—from design concept to retail sale—there remains a demand for the creative artistic skills or ‘hand’ of the traditional designer.“<sup>15</sup>

Surface Pattern Design wird in dieser Definition als individuelle Sparte gesehen und im *Graphic Artists Guild Handbook* in einem eigenen Kapitel abgehandelt. Es gibt in der Beschreibung keine Einschränkung für die Verwendung von Mustern, außer dem Hinweis, dass es sich vorwiegend um gedruckte Waren handelt, die in Massenfertigung hergestellt werden. Ob die Designs auf Textilien, Papier oder andere Materialien gedruckt werden, ist in diesem Fall nebensächlich. Der Fokus liegt auf der grafischen Gestaltung und der Begriff Surface Pattern wird hier sehr allgemein verwendet. Als Vergleich dazu zeigt eine Definition aus dem Textildesign deutlich, dass den Begriffen Surface und Pattern in anderen Sparten abweichende Bedeutungen beigemessen werden:

„Surface Design encompasses the coloring, patterning, and structuring of fiber and fabric. This involves creative exploration of processes such as dyeing, painting, printing, stitching, embellishing, quilting, weaving, knitting, felting, and papermaking.“<sup>16</sup>

---

15 Graphic Artists Guild, Inc., *Graphic Artists Guild Handbook. Pricing & Ethical Guidelines*, New York: Graphic Artists Guild<sup>14</sup> 2013, S285.

16 O.N., „What is Surface Design? It’s All Around You“, *Creativity in Action. Art league blog*, 2.4.2015, <https://www.theartleague.org/blog/2015/04/02/what-is-surface-design-its-all-around-you/>, Zugriff: 30.5.2017.

In dieser Definition wird das Mustern von der Wichtigkeit her dem Färben und Bearbeiten von Fasern und Textilien gleichgesetzt und im übergeordneten Begriff Surface Design gar nicht erwähnt. Das reine Entwerfen von Mustern würde sich auf den Begriff Pattern Design reduzieren.

Eine allgemeine Erklärung für Surface Design findet *Neil Musson* vom *Somerset College* in einem Artikel auf der Website der *The Higher Education Academy*:

„No one definition would fit all courses but I find it helpful to distinguish this pathway as ‘image, colour, texture and pattern applied to surfaces within the man-made environment’. Notice I do not specify ‘interiors’ or ‘architecture’, [...] I have also omitted reference to material types as they are selected by research into the function of the design.“<sup>17</sup>

Zusammenfassend läßt sich sagen, dass der Begriff Surface Pattern Design, je nach Branche, unterschiedlich gebraucht wird. Grafik Designer, Textildesigner, Architekten, 3D-Designer, Wissenschaftler, Illustratoren etc. verwenden jeweils eigene Definitionen.

In der vorliegenden Arbeit wird der Ausdruck Surface Pattern Design im Sinne der ersten Definition (siehe Anfang dieses Kapitels) aus dem *Graphic Artists Guild Handbook* verwendet, bei der das Hauptaugenmerk auf der Gestaltung von Mustern liegt.

### **2.1.2 Musterdesign**

Musterdesign ist neben Mustergestaltung eine deutsche Übersetzung von Pattern Design (nicht zu verwechseln mit Pattern Making, deutsch Schnittzeichnen) und hat auch rein inhaltlich die gleiche Bedeutung. Es handelt sich hier um die Gestaltung von dekorativen Entwürfen, denen ein Motiv, das sich in einer bestimmten Art und Weise wiederholt, zugrunde liegt. Die Entwürfe können händisch oder digital gestaltet sein und sind auf Oberflächen aller Art anwendbar. Der strenge Musterbegriff von früher, welcher stets fixe Rapporte (Wiederholungen) voraussetzt, ist heute einer

---

17 Musson Neil, *Surface Design, what is it, how is it changing and what are the ingredients of a successful curriculum? A case study commissioned by the HEA Subject Centre for Art, Design and Media*, 2010, <http://www.adm.heacademy.ac.uk/resources/features/surface-design-what-is-it-how-is-it-changing-and-what-are-the-ingredients-of-a-successful-curriculum/index-18507.html>, Zugriff: 30.5.2017.

aufgelockerten Version gewichen. Es werden auch oft Designs als Muster bezeichnet, deren Motive sich einfach nur musterartig wiederholen.

### **2.1.3 Musterzeichnung**

Vor den 1990er Jahren, als es noch nicht selbstverständlich war, auf digitalen Rechnern zu entwerfen, wurde für die Gestaltung von Mustern, neben Dessinieren, auch der Begriff Musterzeichnen verwendet. Auch heute noch verbindet man Musterzeichnen eher mit händischem Entwurf als mit digitaler Gestaltung.

Surface Pattern Designer, die ihre Ausbildung noch vor den 1990er Jahren absolviert haben, bezeichnen sich teilweise noch als Musterzeichner, auch wenn sie mittlerweile digital entwerfen.

### **2.1.4 Textildesign**

Textildesign beschäftigt sich in erster Linie mit der Gestaltung von Textilien aus natürlichen oder chemischen Fasern. Der kreative Prozess kann von der Fasergewinnung und -bearbeitung, dem Entwurf, der Produktion bis hin zur Veredelung reichen. Zu den verwendeten Methoden zählen sowohl traditionelle Techniken wie beispielsweise Weben, Knüpfen, Stricken, Färben, Drucken, Sticken, Häkeln, Filzen als auch moderne Anwendungen wie Bionik, Formgedächtnismaterialien oder Nanotextilien.<sup>18</sup>

Der Entwurf von Mustern ist ein wichtiger Teilbereich des Textildesigns, muss aber nicht unbedingt im Vordergrund stehen. Wenn es beispielsweise um Stoffmanipulationen wie Plissieren oder Filzen geht, würde man nicht unbedingt primär von Musterdesign sprechen.

Da Musterdesigns jedoch vorwiegend für Textilien gebraucht werden, wird der Begriff Textildesign oftmals synonym für Musterdesign verwendet, ist aber streng genommen nicht dasselbe.

### **2.1.5 Dessinatur**

Dessinatur ist ein veralteter Begriff und leitet sich vom französischen Dessin ab, was auf Deutsch soviel wie Zeichnung, Zeichnen, Muster, Plan, Grafik bedeutet.<sup>19</sup>

Dessinateure waren früher primär in der Weberei tätig und besaßen eine

---

18 Vgl. Pellon Nathalie, *klein kariert. Wege zum Muster im Textildesign*, Bern: Haupt Verlag 2012, S51.

19 Vgl. Bab.la, „dessin“, *bab.la*, <http://de.bab.la/woerterbuch/franzoesisch-deutsch/dessin>, Zugriff: 20.6.2017.

umfassende Ausbildung in den Techniken des Zeichnens und Malens, in Entwurf, in der Rapportierung von Mustern, im Kolorieren, im Patronieren (dem Zeichnen von Bindungsmustern auf Millimeterpapier) sowie umfassende Material- und Technikenkenntnisse.

Viele der damaligen Ausbildungsinhalte sind obsolet geworden, da die meisten der oben erwähnten Arbeitsgänge heute digital erstellt werden können. War das Kolorieren von Mustern vor hundert Jahren beispielsweise eine hohe Kunst, die man erst nach vielen Praxisjahren beherrschte, können heute mit dem *Recolor Artwork*-Tool in *Adobe Illustrator* oder dem *Indexing*-Tool in *Adobe Photoshop* innerhalb von Minuten neue Farbstellungen realisiert werden.

Mittlerweile gibt es wahrscheinlich nicht mehr viele Musterdesigner, die sich als Dessinateure bezeichnen würden.

### **2.1.6 Oberflächendesign**

Oberflächendesign steht für die Gestaltung von Oberflächen und ist, sprachlich gesehen, die deutsche Übersetzung von Surface Design. Beim Oberflächendesign geht es vorrangig um Materialien, Farben, Texturen, Strukturen und Muster. Letztere haben eine untergeordnete Stellung. Inhaltlich kann der Begriff Oberflächendesign jedoch noch weitere Bedeutungen haben. Er wird beispielsweise auch im EDV-Bereich eingesetzt und bezeichnet die Konzeption und Gestaltung digitaler, benutzerfreundlicher Oberflächen.

## **2.2. Das Produkt, der Musterentwurf**

Das zentrale Produkt der Surface Pattern Design Industrie sind einzelne Musterentwürfe oder ganze Kollektionen, geordnet nach Stilen, Motiven, Themen oder Farben. Sie werden auf Papier, Stoff oder auch digital präsentiert und von Designern, Studios oder Agenturen angeboten. Mittlerweile verkaufen auch Bildagenturen wie *iStock* oder *Getty Images* Musterdesigns. In der Bekleidungsindustrie ist es verbreitet, die exklusiven Nutzungsrechte für Designs zu kaufen. Sobald der Kaufbetrag bezahlt wird, gehen die gesamten Nutzungsrechte auf den Käufer über. Er bekommt sowohl den Ausdruck des Entwurfs auf Papier oder Stoff, als auch die digitalen Daten und hat in der Folge auch das Bearbeitungsrecht. Die Exklusiv-

rechte für ein Muster kosten etwa \$350–\$700.<sup>20</sup> In anderen Branchen, wie Papier oder Home Decor, ist es üblicher, bestimmte Nutzungsrechte zu erwerben.

## 2.3. Die Designer

Die primären Akteure der Surface Pattern Design Industrie sind die Surface Pattern Designer, die für den Entwurf der Muster zuständig sind.

### 2.3.1 Tätigkeitsbereich

Je nach Beschäftigung und Funktion umfasst die Arbeit eines Surface Pattern Designers folgenden Aufgabengebiete:

- ▶ Trendresearch
- ▶ Research zu konkreten Themen
- ▶ Entwicklung eines Kollektionsthemas
- ▶ Erstellung von Mood-, Trend- und Styleboards
- ▶ Anfertigung von Skizzen, analog oder digital
- ▶ Reinzeichnung der Skizzen, analog oder digital
- ▶ Digitalisierung analoger Motive
- ▶ Rapportierung der Motive, meist digital
- ▶ Erstellung der Daten für die Produktion
- ▶ Aufbereitung der Muster für Online-Präsentationen
- ▶ Aufbereitung der Muster für Messe-Präsentationen
- ▶ Erstellung von Mock-Ups<sup>21</sup> mit Mustern für eine Visualisierung
- ▶ Zusammenstellung von Portfolios
- ▶ Präsentation aktueller Kollektionen auf Messen

Bei selbstständigen Designern können folgende Tätigkeiten hinzukommen:

- ▶ Kommunikation mit Kunden, Agenten, Produzenten etc.
- ▶ Verkauf bzw. Lizenzvergabe der Muster
- ▶ Marketing
- ▶ Kommunikation auf Social Media Kanälen

---

20 Vgl. Textile Design Lab, „The Sellable Sketch Home Group-Study“, *Textile Design Lab*, <https://textiledesignlab.com/course/the-sellable-sketch/>, Zugriff: 5.6.2017.

21 Im Surface Pattern Design sind Mock-Ups in der Regel digitale Anschauungsmaterialien, in denen der Musterentwurf in Anwendung gezeigt wird, beispielsweise auf einem Kleidungsstück, einem Notizblock, einem Gebäude etc.

- Eventuell Produktion einer kleinen Auflage von bemusterten Waren (z.B. Grußkarten, Notizbücher, Täschen etc.), die dann auf Messen oder im eigenen Online-Shop bzw. auf Verkaufsplattformen wie *Etsy* oder *Da-Wanda* verkauft werden

### **2.3.2 Beschäftigungsformen<sup>22</sup>**

Für einen Surface Pattern Designer gibt es mehrere Optionen, seine Tätigkeiten auszuführen. Da es im Rahmen dieser Arbeit nicht machbar ist, alle möglichen Beschäftigungsformen aufzuzählen, sind in der Folge nur jene aufgezählt, die der Autorin am wichtigsten erscheinen.

#### **2.3.2.1 Voll- oder Teilzeitbeschäftigung bei einem Unternehmen**

Diesem Verhältnis liegt ein Arbeitsvertrag zugrunde und der Designer hat idealerweise ein klar abgegrenztes Arbeitsfeld. Vor der Entwurfsphase bekommt der Kreative in der Regel ein Kundenbriefing, Trendvorgaben oder Moodboards, die von ihm interpretiert werden und den nachfolgenden Entwürfen zugrunde liegen. Dabei gibt es, je nach Vorgaben, unterschiedlich viel Freiraum für den Designer.

#### **2.3.2.2 Arbeit als Freelancer für ein Design Studio**

In diesem Fall konzentriert der Designer seine Tätigkeit in erster Linie auf das Entwerfen und überläßt die Abwicklung von Lizenzverträgen und Verkäufen der Designs dem Studio. Die Entwürfe werden in der Regel unter dem Namen des Studios verkauft. Beim Verkauf eines Musterdesigns behält sich das Studio im Allgemeinen eine Provision ein.

#### **2.3.2.3 Zusammenarbeit mit einem Agenten oder einer Agentur**

Wie Studios übernehmen Agenten ebenfalls die Abwicklung von Lizenzverträgen und Verkäufen der Entwürfe. Auch Agenten verlangen üblicherweise eine Provision für ihre Leistungen. Im Gegensatz zu den Studios vertritt der Agent die Designer und die Musterentwürfe werden unter den Namen der Designer verkauft. Agenturen besitzen von den Designern Portfolios, die deren Stil und Können präsentieren. In vielen Fällen haben

---

22 Vgl. Brown Claudia/Jessie Whipple Vickery, *Pattern Design and Beyond. An insider's guide to creating and managing your own surface design career*, o.J., S8, <https://patternpeople.com/product/ebook/>, Zugriff: 5.6.2017.

die Kreativen zusätzlich auch eine Online-Präsenz auf der Agentur-Website. Der Agent oder die Agentur übernimmt oft auch die Werbung für die Designer.

#### **2.3.2.4 Selbstständigkeit**

Selbstständige Surface Pattern Designer sind für alle Bereiche ihres Unternehmens wie Trendresearch, Design, Kundenaquise, Marketing und die Abwicklung von Verkäufen verantwortlich. Manche Designer produzieren eigene Kollektionen, die dem Kunden präsentiert werden. Andere arbeiten mit einem Portfolio, das eine Auswahl ihrer besten Arbeiten zeigt. In diesem Fall wählen Kunden die Designer anhand ihres Portfolios aus und entwickeln mit ihnen gemeinsam eigene Entwürfe. Bereits fertige Entwürfe verkaufen die Designer auf Messen oder über einen passwortgeschützten Bereich auf ihrer Website.

Die Gründung eines Studios zusammen mit anderen Designern oder die Aufnahme von weiteren Mitarbeitern ist ebenfalls eine Option. Studios bieten in der Regel eine Vielzahl an unterschiedlichen Musterkollektionen, Stilen und Themen an, um das konstante Bedürfnis an neuen Designs gewährleisten zu können. In vielen Fällen konzentrieren sie sich auf einen bestimmten Markt wie beispielsweise dem Activewear Markt oder dem Home Decor Bereich.

### **2.4 Der Kunde<sup>23</sup>**

Der typische Kunde von Surface Pattern Designern ist ein Creative Director oder Designer eines meist produzierenden Unternehmens. Er sucht Entwürfe, die zur Vision seiner Marke, zu seinen Produkten und den saisonalen Themenstellungen passen. Die Verkaufszahlen der letzten Jahre, die aktuellen Trends und Einschätzungen der Produktionskosten beeinflussen dabei seine Entscheidungen. Tradition und Kultur sind weitere Markteinflüsse, die selbst in Zeiten der Globalisierung beachtet werden sollten. So müssen beispielsweise Farbkombinationen, die am US-Markt funktionieren, nicht unbedingt auch in Europa populär sein. Stoffmotive, die sich in Nigeria gut verkaufen, sind nicht per se auch ein Renner in Japan. Die Designs eines Landes sind von bestimmten Stilen, Farben, Formen und

---

23 Vgl. ebenda, S9–11.

Motiven geprägt. Neben diesen Einflussfaktoren spielen immer auch persönliche Präferenzen des Kunden eine Rolle.

## **2.5 Der Markt<sup>24</sup>**

An dieser Stelle sei vorweggenommen, dass es durch die Komplexität des Surface Pattern Design Bereichs praktisch unmöglich ist von DEM EINEN Surface Pattern Design Markt zu sprechen. Da in diesem Zusammenhang unterschiedliche Märkte wie beispielsweise der Fashion-, Interior- oder Papiermarkt bedient werden, ist es im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich Umsatzzahlen oder Marktanteile zu präsentieren.

Am ehesten lassen sich die Verkäufe von Musterdesigns wahrscheinlich durch die Analyse diverser Messedaten, wie Anzahl der Aussteller, Anzahl der Besucher etc. einschätzen. Messen zählen zu den großen Plattformen für den Kauf und Verkauf von Entwürfen. Vor allem in Branchen wie beispielsweise der Textil-, Bekleidung/Fashion-, Accessoires-, Elektronik-, Interior-, Verpackungs- oder Papierwarenbranche ist es üblich die Muster für ihre Produkte auf Messen zu kaufen. Dort werden sowohl Designs auf Papier oder Stoff als auch gebundene Portfoliobücher präsentiert.

### **Beispiele für Surface Pattern Design Messen in Europa:**

*Heimtextil*, [heimtextil.messefrankfurt.com](http://heimtextil.messefrankfurt.com)

*Indigo*, [www.indigo-salon.com](http://www.indigo-salon.com)

*Interstoff*, [www.messefrankfurt.com/frankfurt/de/media/textiletechnologies/international/weltweit.html](http://www.messefrankfurt.com/frankfurt/de/media/textiletechnologies/international/weltweit.html)

*New Designers*, [www.newdesigners.com](http://www.newdesigners.com)

*Première Vision*, [www.premierevision.com](http://www.premierevision.com)

Im Folgenden sind die wichtigsten Märkte aufgezählt.

### **2.5.1 Bekleidung/Fashion**

Aufgrund der Menge an Produkten und der kurzen Lieferzyklen ist die Bekleidungs- bzw. Modeindustrie der größte Abnehmer von Musterdesigns, vor allem im Printbereich. Der Markt ist in zahlreiche Sparten mit weiteren Unterkategorien unterteilt.

---

24 Vgl. ebenda, S9–11.

#### ► Damenoberbekleidung

Damenoberbekleidung ist ein großer Industriebereich, in dem nicht nur Entwürfe für Prints, Webstoffe und Strickereien, sondern auch handbemalte Seiden, spezielle Stickereien oder perlenbestickte Applikationen gefragt sind.

#### ► Herrenoberbekleidung

Hier werden weniger Printdesigns als im Damenoberbekleidungsreich gebraucht.

#### ► Jugendbekleidung

In dieser Kategorie wird der Markt der 14- bis 24-Jährigen bedient. Diese Zielgruppe sucht vor allem nach trendigen und ausgefallenen Entwürfen, welche von der High-End Fashion, der Street Culture und der Musikszene beeinflusst werden.

#### ► Kinderbekleidung

Die Zielgruppe dieses Marktes reicht von Neugeborenen bis zu Teens. Neben typischen, klassischen Mustermotiven wie beispielsweise Herzen oder Dinosauriern unterliegt die Branche ebenso saisonalen Trends wie die anderen Branchen.

### **2.5.2 Accessoires**

Zum Accessoires-Markt zählen Artikel wie beispielsweise Taschen, Schuhe, Gürteln, die ebenfalls den Fashion Trends in Bezug auf Muster, Farben, Stil und Materialien folgen.

### **2.5.3 Elektronik**

Auf dem für Surface Pattern Designer relevanten Elektronikmarkt finden sich u.a. Mobiltelefone, Computer und die dazugehörigen Accessoires wie Handyhüllen oder Laptoptaschen.

### **2.5.4 Interior**

Die Interior Branche umfasst Produkte wie Haushaltswaren als auch Dekorationsartikel wie beispielsweise Pölster, Vorhänge oder Tapeten. Die Mustermotive in dieser Branche sind oftmals größer als in anderen Branchen angelegt und die Trends halten meistens länger an als im Fashion Bereich.

Botanische Motive, geometrische Muster und Streifen sind Klassiker.

### **2.5.5 Verpackung**

Die Designs der Verpackungsindustrie werden sowohl von den marktspezifischen Anforderungen, regionalen Vorlieben als auch von Trends bestimmt. Musterdesigns auf Verpackungen findet man beispielsweise bei Seifen, Schokoladen oder Parfums.

### **2.5.6 Papierwaren**

In der Papierwarenindustrie gibt es viele Artikel mit Musterdesigns, beispielsweise Geschenkpapiere, -schachteln und -taschen, Notizblöcke und viele andere Schreibwaren. Geometrische Entwürfe, Designs mit stark illustrativem Charakter und solche mit trendigen Elementen finden in dieser Branche bevorzugt Abnehmer.

## **2.6 Wichtige Lieferanten**

Der Begriff Lieferanten bezeichnet in der vorliegenden Arbeit Unternehmen, die Surface Pattern Designern Waren oder Dienstleistungen zur Verfügung stellen, welche die Qualität ihrer Arbeit erheblich beeinflussen können oder eine Teilnahme am Markt überhaupt erst ermöglichen.

### **2.6.1 Hard- und Softwareanbieter**

Auch Surface Pattern Designer, die hauptsächlich analog entwerfen, kommen heutzutage kaum an einer digitalen Bearbeitung ihrer Arbeiten vorbei. Spätestens für die Präsentation der Muster sollten sie eine digitale Variante ihrer Entwürfen haben, um sie potentiellen Kunden schicken oder sie einfach nur archivieren zu können. Daneben gibt es viele Designer, die ausschließlich digital entwerfen. Benutzt werden in der Regel Programme wie *Adobe Illustrator* oder *Adobe Photoshop*. Oft werden bereits die Skizzen digital erstellt, beispielsweise auf Grafiktablets wie dem *iPad Pro*. Schnelle Rechner, aktuelle Programmversionen und eine funktionierende Hardware wie Drucker mit hochwertiger Druckqualität sind essentiell, da sie sehr viel an Zeit ersparen und die Arbeitsgänge vereinfachen können.

### **2.6.2 Internetprovider**

Trendrecherche, Konkurrenzbeobachtung, Informationsgewinnung, Austausch mit anderen Designern, allgemeine Kommunikation, Präsentation,

Verkauf – Tätigkeiten, die früher über persönliche Treffen, Telefonate oder Briefe abgewickelt wurden, finden heute primär online statt. Ein fehlender Internetzugang bringt nicht nur einen Wettbewerbsnachteil, sondern kann, vor allem für selbständige Designer, eine Marktzutrittsbeschränkung bedeuten.

### **2.6.3 Künstlerbedarf-Anbieter**

Zum Künstlerbedarf zählen Materialien, wie Farben, Malgründe, Papiere, Pinsel, Zeichenstifte, Hilfsmaterialien oder Druckmaterialien. Diese Artikel sind vor allem für jene Designer wichtig, die analog entwerfen oder produzieren.

### **2.6.4 Trendbüros**

Für Surface Pattern Designer relevante Trends zeigen Themen, Muster, Farben, Stile oder Materialien, die für die kommenden Saisons relevant werden. Dabei gibt es für eine Saison stets mehrere größere Themen gleichzeitig. Daneben existieren auch zahlreiche kleinere Trends. Die Trends werden von Trendbeobachtern, sogenannten Trendscouts, zusammengetragen und auf diversen Websites oder gedruckt präsentiert. Es gibt sowohl kostenpflichtige als auch kostenlose Quellen.

In den meisten Fällen kopieren Designer die Trends nicht 1:1, sondern interpretieren sie auf ihre Art und Weise. Trends sind eine Orientierung für die Gestalter und dienen den Branchen u.a. dazu, sich untereinander optimal abzustimmen. Trendkenntnisse verschaffen dem Designer einen Wettbewerbsvorteil, da er dadurch nachfrageadäquater entwerfen kann als jemand ohne Trendwissen. Je nachdem, für wen ein Surface Pattern Designer arbeitet, muss er sich den Trends unterschiedlich stark unterwerfen. Ein selbständiger Designer könnte sich beispielsweise auch dafür entscheiden, keinem Trend zu folgen, er trägt allerdings dann auch das Absatzrisiko.

#### **Beispiele für Trendquellen:**

*Lidewij Edelkoort*, [www.edelkoort.com](http://www.edelkoort.com)

*Patternbank*, [patternbank.com](http://patternbank.com)

*Patternpeople*, [patternpeople.com](http://patternpeople.com)

*Pinterest*, [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

*Printsource*, [printsourcenewyork.blogspot.co.at](http://printsourcenewyork.blogspot.co.at)

*Trendland*, [trendland.com](http://trendland.com)

*Trendstop*, [www.trendstop.com](http://www.trendstop.com)

*Trendzoom*, [trendzoom.com](http://trendzoom.com)

*WGSN*, [www.wgsn.com](http://www.wgsn.com)

*Write on Trend*, [www.writeontrend.com](http://www.writeontrend.com)

### **2.6.5 Sonstige Dienstleistungen**

Hier sind Dienstleistungen gemeint, die Surface Pattern Designer bei ihrer Arbeit unterstützen. Dazu gehören beispielsweise Digitaldrucker, Reproanstalten für spezielle Scans, Plots oder Werkstätten, in denen man Entwürfe lasercutten oder schneideplotten kann. Ein Zugang zu diesen Dienstleistungen kann ebenfalls zu Wettbewerbsvorteilen führen, da durch eine intensive Zusammenarbeit anderen Branchen ein Know How Vorteil oder auch Innovationen entstehen können.

## **2.7 Relevante Institutionen**

Institutionen wie Ausbildungsstätten, Förderstellen und kulturelle Einrichtungen haben ebenfalls großen Einfluss auf die Branche.

### **2.7.1 Ausbildungsstätten**

Ohne entsprechende Ausbildungseinrichtungen vor Ort ist die Chance eher gering, qualifizierte Surface Pattern Designer hervorzubringen. Heutzutage gibt es verschiedene Wege, die für einen Surface Pattern Designer essentiellen Skills zu erlernen. Sie unterscheiden sich durch Kosten, Dauer, Ort und Ausbildungsinhalte.

#### **2.7.1.1 Schule**

In Österreich gab es noch bis vor ein einigen Jahren Schulen, an denen eine Ausbildung für Musterzeichner angeboten wurde. Beispiele dafür sind die *HTL Spengergasse* in Wien oder die *HTL Dornbirn* in Vorarlberg. Die Ausbildungsinhalte waren auf die Bedürfnisse der österreichischen Textilindustrie, die es noch bis in die späten 1980er Jahre gegeben hat, zugeschnitten. Sie deckten jedoch nur einen Teil der heutigen Lehrinhalte für Surface Pattern Design ab.

Mittlerweile gibt es nur mehr vereinzelt Textilbetriebe in Österreich, weswegen die Lehrpläne der Schulen neu ausgerichtet und den Anforderungen der heutigen Zeit angepasst wurden. Surface Pattern Design wird nur noch zu einem kleinen Teil unterrichtet, meist in Kombination mit anderen

Designbereichen wie Mode, Textil oder Interior. Eine teilweise Ausbildung für Surface Pattern Design gibt es nur mehr an der *HTL Spengergasse*, im Bereich Interior und Surface Design.

### **2.7.1.2 Hochschulen**

Vor allem in Großbritannien gibt es viele Studiengänge, die Surface Pattern Inhalte anbieten. In vielen Fällen sind diese Inhalte in ein Studium für Textildesign, Modedesign oder Interior Design eingebettet. Die Studenten bekommen oft schon während des Studiums die Möglichkeit, über diverse Projekte, Kontakte zur Industrie zu knüpfen. Qualität und Ausbildungsschwerpunkte hängen von der jeweiligen Institution ab. Für die Lehrgänge sind in der Regel Studiengebühren zu entrichten. In Österreich gibt es momentan keinen Studiengang, in dem Surface Pattern Design umfangreich unterrichtet wird.

#### **Beispiele aus Großbritannien:**

*Central Saint Martins*, Designing for Surface Decoration

*Leeds College of Art*, Printed Textiles & Surface Pattern Design

*Staffordshire University*, Surface Pattern Design

### **2.7.1.3 Online Learning Plattformen**

In den letzten Jahren haben sich vor allem im us-amerikanischen Raum private Online Plattformen gebildet, auf denen Tutorials und Informationen zum Thema Surface Pattern Design angeboten werden. Die Inhalte der E-Learning-Kurse sind sehr praxisnahe und decken in den meisten Fällen eine große Spannweite an relevanten Themen ab: Von Trendrecherche, Ideenfindung, Entwurfsprozess über Portfolio-Entwicklung bis zum Marketing.

Ein Vorteil dieser Plattformen ist die örtliche Unabhängigkeit. Studenten aus der ganzen Welt können die Kurse belegen. Primäre Voraussetzungen sind ein Zugang zum Internet, ein Computer und Kenntnisse der englischen Sprache. In manchen Fällen bezahlt der Student für die jeweiligen Kurse einen gewissen Betrag, in anderen Fällen zahlt er eine monatliche Mitgliedschaftsgebühr und kann dafür alle auf der Plattform zur Verfügung stehenden Kurse belegen und Informationen beziehen.

#### **Beispiele für Online Learning Plattformen:**

*Make Art That Sells*, [makeartthatsells.com](http://makeartthatsells.com)

*Make It In Design*, [makeitindesign.com](http://makeitindesign.com)

*Patternobserver*, [patternobserver.com](http://patternobserver.com)

*Patterncamp*, [www.patterncamp.com](http://www.patterncamp.com)

*Skillshare*, [www.skillshare.com](http://www.skillshare.com)

## **2.7.2 Fördereinrichtungen**

Förderungen wie finanzielle Unterstützungen für die Produktion von Werbemitteln oder Zuschüsse für Messeteilnahmen senken die Ausgaben eines Unternehmens und können somit Gründern den Markteinstieg oder die Realisierung von Projekten erleichtern. Zudem sind allgemeine Service- und Vernetzungsangebote eine wertvolle Ergänzung.

**Beispiele aus Österreich:**

*Austria Wirtschaftsservice*, [www.aws.at](http://www.aws.at)

*Kreativwirtschaft Austria*, [www.kreativwirtschaft.at](http://www.kreativwirtschaft.at)

*Wirtschaftsagentur Wien*, [wirtschaftsagentur.at](http://wirtschaftsagentur.at)

## **2.7.3 Museen, Bibliotheken**

Im Designbereich werden selten gänzlich neue Dinge entworfen. In der Regel kombinieren Gestalter bereits Bekanntes mit zeitgenössischen Elementen. Museen, Bibliotheken oder Archive sind für Designer nicht nur eine Inspirationsquelle, sondern auch eine Recherchequelle für konkrete Themen. In Wien ist das Museum für angewandte Kunst durch seine Ausstellungen und Archive eine ergiebige Inspirationsquelle für Musterdesigner. Durch Ausstellungen, die Musterdesigns zeigen, können Museen dieses Thema auch einem größeren Publikum zugänglich und es populärer machen.

## **2.8 Zentrale Netzwerke**

Netzwerke bieten Raum für Kommunikation, Austausch und Präsentation.

### **2.8.1 Plattformen/Communities**

Durch Erfahrungsaustausch oder Kooperationen können Designer ihre Fähigkeiten und ihr Geschäftsmodell weiterentwickeln, was wiederum zu einer höheren Qualität der Designs und einem größeren Absatz führen kann. Online-Plattformen können diesen Raum zur Kommunikation und Vernetzung bieten. Eine aktive Community auf einer sichtbaren Plattform macht ihre

Themen automatisch auch der Außenwelt zugänglich. Im Falle einer Surface Pattern Design Plattform würde dies bedeuten, dass beispielsweise Produzenten rascher einen Angebotsüberblick bekommen und einfacher mit den Designern in Kontakt treten können. Das würde sowohl einen Vorteil für die Designer mit sich bringen (z.B. Absatzsteigerung) als auch für die Produzenten (z.B. bessere Qualität ihrer Designs).

#### **Beispiele für Surface Pattern Design Communities:**

*Going Home to Roost*, [goinghometoroost.com](http://goinghometoroost.com)

*Make Art That Sells*, [makearthatsells.com](http://makearthatsells.com)

*Make It In Design*, [makeitindesign.com](http://makeitindesign.com)

*Patternobserver*, [patternobserver.com](http://patternobserver.com)

*Patterncamp*, [www.patterncamp.com](http://www.patterncamp.com)

*Print & Pattern*, [printpattern.blogspot.co.at](http://printpattern.blogspot.co.at)

### **2.8.2 Events**

Genauso wie Messen können Events wie beispielsweise Konferenzen oder Festivals ebenfalls Plattformen für Erfahrungs- und Informationsaustausch sein. Vortragende haben die Möglichkeit, sich selbst, ihr eigenes Unternehmen oder ihre Designs zu präsentieren. Zusätzlich kann der Event auch einem externen Publikum zugänglich und somit für potenzielle Kunden sichtbar gemacht werden.

In anderen Sparten wie beispielsweise Grafik Design oder Character Design gibt es großangelegte Konferenzen (z.B. *Typo*, *OFFF* oder *Pictoplasma*), im Surface Pattern Design Design ist der Autorin jedoch keine vergleichbare Konferenz bekannt. Der Punkt wurde der Vollständigkeit halber trotzdem in diesem Kapitel aufgenommen.

### **2.8.3 Wettbewerbe**

Wettbewerbe bieten Designern Möglichkeiten, ihre Arbeiten zu präsentieren, ihr Publikum zu vergrößern und Preise zu gewinnen. Diese können beispielsweise aus einem Agenturvertrag oder einem Job bestehen. Auf der anderen Seite sind Wettbewerbe in vielen Fällen für Unternehmen auch eine günstige Möglichkeit, ohne großen finanziellen Aufwand Ideen zu gewinnen.

#### **Beispiele:**

*Creative Invites*, [www.talenthouse.com](http://www.talenthouse.com)

*Design Challenge*, [www.spoonflower.com](http://www.spoonflower.com)

*Design Competition*, [www.bradfordtextilesociety.org.uk](http://www.bradfordtextilesociety.org.uk)

*Global Talent Search*, [makearthatsells.com](http://makearthatsells.com)

## **2.9 Abgrenzungen zu anderen Sparten**

Wie bereits im Kapitel 2.1. Begriffsdefinitionen und -bestimmungen erwähnt, gibt es zahlreiche Überschneidungen zwischen Surface Pattern Design und anderen Designsparten. Die Grenzen zwischen diesen Sparten sind oftmals verwischt. Sie sind deshalb so wichtig für die Branche, weil sie einerseits eine Chance für eine Bereicherung des Surface Pattern Designs bieten, auf der anderen Seite aber auch eine Gefahr darstellen. Designer anderer Branchen beanspruchen das Entwerfen von Mustern für sich, oftmals ohne dabei die Qualitätskriterien für eine gute Musterung zu beachten. Das Resultat sind mangelhaft rapportierte Muster am Markt<sup>25</sup>, was zur Folge haben könnte, dass sich traditionelle Qualitätskriterien auflösen und sich die Öffentlichkeit an Muster mit minderwertiger Rapportierung gewöhnt. Im Folgenden sind Beispiele für Überschneidungen mit anderen Branchen aufgezählt.

### **2.9.1 Surface Pattern Design versus Textildesign**

Auf dem ersten Blick scheint diese Abgrenzung fragwürdig, da Surface Pattern Design ohnehin oft dem Begriff Textildesign gleichgesetzt wird. Dort, wo Surface Pattern Designer Entwürfe für Textilien machen und Textildesigner Muster und Oberflächenstrukturen entwerfen, sind die beiden Begriffe austauschbar. Es gibt aber auch Surface Pattern Designer, die vorwiegend für Papier oder andere Materialien entwerfen und auf der anderen Seite Textildesigner, deren Fokus ausschließlich auf der Strukturgebung der Oberfläche liegt. Dann wird eine Unterscheidung der beiden Sparten relevant.

### **2.9.2 Surface Pattern Design versus Illustration**

Zwischen Illustration und Surface Pattern Design ist der Übergang oftmals sehr fließend. Auf der einen Seite kann eine Illustration Ausgangsmotiv für ein Musterdesign sein, auf der anderen Seite gibt es immer wieder

---

<sup>25</sup> Siehe auch Kapitel 4.7 Kategorie 7: Trends & Entwicklungen.

Illustratoren, die ihre Angebotspalette um Musterdesigns erweitern und ihre Illustrationen rapportieren und drucken lassen. Musterentwürfe von Illustratoren haben oftmals durch ihren einprägsamen Stil einen starken Wiedererkennungswert.

#### **Beispiele von Surface Pattern Designern/Illustratoren:**

*Catalina Estrada*, [catalinaestrada.com](http://catalinaestrada.com)

*Helen Dardik*, [lillarogers.com/artists/helen-dardik](http://lillarogers.com/artists/helen-dardik)

*Joanna Basford*, [www.johannabasford.com](http://www.johannabasford.com)

### **2.9.3 Surface Pattern Design versus Grafik Design**

Wiederholung ist ein Gestaltungselement im Grafik Design. So ist es nachvollziehbar, dass Grafik Designer in ihren Arbeiten auch mit Mustern konfrontiert werden und diese in ihre Gestaltung integrieren. Ein Beispiel für die Kombination von Grafik und Surface Pattern Design ist der Font *Geometric* des Studios *Kapitza* in London.<sup>26</sup> Hier sind die einzelnen Buchstaben des Alphabets mit jeweils unterschiedlichen geometrischen Formen belegt, die wiederum als Basis für Muster verwendet werden können. Auch Firmenlogos oder Elemente bzw. Abwandlungen davon werden gerne als Motive für Muster verwendet, wie man am Beispiel des Monogram-Musters von *Luis Vuitton* erkennen kann.<sup>27</sup> Muster im Grafik Design sind in der Regel geometrisch, klar und einfach gestaltet.

### **2.9.4 Surface Pattern Design versus Interior Design**

Muster sind ein wichtiger Bestandteil im Interior Design. Man findet sie beispielsweise auf Tapeten, Fliesen, Pölster, Lampenschirmen, Decken, Teppichen, Tischdecken oder Accessoires. Musterdesigner, die für den Interior Markt entwerfen, sollten ein Basiswissen über diese Branche haben. In ihren Entwürfen müssen sie sich an speziellen Marktanforderungen wie beispielsweise Motiv- und Rapportgrößen, Trends oder Farbkombinationen orientieren. Im Fashionbereich sind oftmals gewagte, bunte Farbpaletten zu

---

26 Kapitza, „Geometric Book“, <http://www.kapitza.com/#/geometric-book-2/>, Zugriff: 13.6.2017.

27 Google, „Louis+Vuitton+Muster“, *Google*; <https://www.google.at/search?q=louis+vuitton+pattern&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiP5oOO67rUAhWlcRQKHbOMC2kQsAQIKA&biw=1440&bih=776#tbm=isch&q=louis+vuitton+muster>, Zugriff: 13.6.2017.

finden, während im Interiorbereich zurückhaltendere Farben gefragt sind. Anfang des letzten Jahrhunderts gab es bekannte Gestalter, die sowohl Einrichtungen als auch die dazu passenden Muster entwarfen.

#### **Beispiele für Interior Designer/ Surface Pattern Designer:**

*Frank Lloyd Wright*

*Josef Frank*

*Josef Hoffmann*

### **2.9.5 Surface Pattern Design versus Architektur**

Seit jeher hat es eine Verwandtschaft zwischen Architektur und Mustern gegeben. Schon 3000 Jahre v. Chr. brachten die Menschen einfache, sich wiederholende Formen auf Steinkonstruktionen an wie beispielsweise auf den maltesischen *Ggantija* Tempeln.<sup>28</sup> Jede Zeit und Region hatte ihre eigenen Farben, Formen und Motive. Anfang des letzten Jahrhunderts begann in der Architektur, ausgehend von Europa, jedoch eine Gegenbewegung zur Dekorationsfreudigkeit der damaligen Gestalter. *Adolf Loos*, der als einer der ersten Architekten den „strengen, nicht dekorativen, minimalen Formen, Farben und Materialien“<sup>29</sup> den Vorzug zu üppigen, farbenfrohen Ornamenten gab, hielt seine Ansichten zum Thema Gestaltung in seinem Klassiker *Ornament und Verbrechen* fest.

Heute findet man in der modernen, zeitgenössischen Architektur wieder vermehrt gestaltete Oberflächen, allerdings weniger klassische Ornamente und Motive als vielmehr abstrakte, geometrische, computergenerierte Muster in einem Zusammenspiel von Materialien, Oberflächen, Farben, Texturen und Strukturen. Ein Beispiel für ein Designbüro, das seinen Gestaltungsschwerpunkt in der Verbindung von Architektur und Mustern hat, ist *Pattern*<sup>30</sup>.

### **2.9.6 Surface Pattern Design versus Handwerk**

In der Handwerkskunst sakraler und säkularer Bauten vergangener Jahrhunderte oder in Museen findet man viele Werke, in denen Musterdesigns

---

28 Vgl. Wikipedia, „Megalithic Temples of Malta“, *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Megalithic\\_Temples\\_of\\_Malta](https://en.wikipedia.org/wiki/Megalithic_Temples_of_Malta), Zugriff: 13.6.2017.

29 Vgl. Wikipedia, „Adolf Loos“, *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie*, [https://de.wikipedia.org/wiki/Adolf\\_Loos](https://de.wikipedia.org/wiki/Adolf_Loos), Zugriff: 13.6.2017.

30 *Pattern*, <http://www.pattern-architects.com/>, Zugriff: 13.6.2017.

oder Ornamente eine wichtige Rolle spielen. Es lässt sich annehmen, dass die Hersteller dieser Werke ebensoviel Ahnung von Musterdesign wie von ihrem Handwerk selbst hatten. Ein Beispiel für die Kombination von Handwerkskunst und Musterdesign ist das berühmteste, illustrierte Manuskript des 15. Jahrhunderts, das Stundenbuch des *Herzogs von Berry*.

Heute findet man unterschiedliche Anwendungen von Musterdesigns im Handwerk. Teilweise greifen Handwerker für ihre Arbeiten auf traditionelle Motive zurück wie beispielsweise in der Bauernmalerei. In anderen Fällen wie beispielsweise bei Lasercut-Produkten findet man vermehrt auch moderne Motive.

### **2.9.7 Surface Pattern Design versus Kunst**

Auch zur Kunst gibt es diverse Schnittstellen bzw. Überschneidungen, allerspätestens seit der Kunstrichtung *Pattern Painting*. Auf der einen Seite finden sich Musterdesigner, deren Entwürfe weniger kommerziell als künstlerisch sind und auf der anderen Seite Künstler, deren Werke von musterartigen Wiederholungen geprägt sind oder deren Motive für Anwendungen im Designbereich verwendet werden. Beispiele dafür sind Arbeiten von *Peter Kogler*, *Tsang Kin-Wah* oder *Yayoi Kusama*.

### 3. DIE QUALITATIVE UNTERSUCHUNG

„Die soziale Wirklichkeit ist komplex und chaotisch – Aufgabe des Forschers, aber auch des Diagnostikers in der Praxis, ist es, in diese Komplexität eine Ordnung zu bringen.d.h. ein Modell dieser Wirklichkeit zu konstruieren.“<sup>31</sup>

Da der Autorin der vorliegenden Arbeit eine gewisse Offenheit und Flexibilität im Forschungsprozess wichtig war und auch unbekanntem Phänomenen oder Sachverhalten Raum geschenkt werden sollte, wurde eine qualitative Methode für die Untersuchung gewählt.

#### 3.1 Forschungsperspektiven

Gibt es eine Surface Pattern Design Branche in Österreich? Diese Frage lässt sich relativ rasch mit „Nein“ beantworten. Wie eingangs beschrieben, finden sich im Online-Branchenbuch der Wirtschaftskammer Österreich keine Einträge unter Surface Pattern Design, ein einziger sinnvoller Eintrag zu Pattern Design<sup>32</sup> und unter dem Begriff Surface Design bekommt der Suchende lediglich einen Maler- und Anstreicher-Betrieb, zwei Unternehmensberatungen und zwei IT-Dienstleistungsunternehmen vorgeschlagen.

Möchte man differenziertere und tiefergehende Ergebnisse, ist es folglich notwendig, die Fragestellung zu modifizieren. Wie sieht eine Surface Pattern Design Szene in Österreich aus und wie wird sie gelebt? Als Szene sieht die Autorin im Kontext dieser Arbeit ein loses Netzwerk von Personen, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit Muster entwerfen, mit Musterdesign zu tun haben oder an diesem Thema interessiert sind. Ein Mindestmaß an Kommunikation oder Interaktion seitens der Akteure wird in diesem Zusammenhang vorausgesetzt. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, bis dato unbekannte Phänomene zu entdecken und neue Hypothesen zu entwickeln.

In der nachfolgenden qualitativen Untersuchung werden nicht im Voraus Hypothesen festgelegt, sondern es werden zu Beginn der Studie erste Annahmen formuliert, die auf dem fachlichen Vorwissen der Autorin über

---

31 Legewie, 11. Vorlesung, S10.

32 WKO, „pattern design“, *WKO Firmen A–Z*, <https://firmen.wko.at/Web/Ergebnis.aspx?StandortID=0&Suchbegriff=pattern+design>, Zugriff: 26.6.2017.

das Thema beruhen. Kritik an diesem Konzept ist, dass es fehlerhaft und der Forscher voreingenommen sein kann. Deswegen war es der Autorin wichtig, durch konstante Selbstreflexion während des Forschungsprozesses eine höchstmögliche Objektivität zu bewahren.

Bezüglich des Forschungsthemas werden folgende Vorannahmen getroffen bzw. Ergebnisse erwartet:

1. Es gibt heimische Designer, die im Rahmen ihrer beruflichen Aktivitäten Muster entwerfen.
2. Es gibt eine heimische Szene von Kreativen und Künstlern, die sich mit dem Erstellen von Mustern befassen.
3. Der Begriff Surface Pattern Design ist der österreichischen Kreativszene weitgehend unbekannt und kann keiner Branche eindeutig zugeordnet werden.
4. Die Akteure der Surface Pattern Design Szene sind bezüglich ihrer Branchenzugehörigkeit, der Arbeitsverhältnisse und Tätigkeitsfelder sehr heterogen.
5. Designer, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit Muster entwerfen oder mit dem Design von Mustern zu tun haben, sehen Innovationspotenzial und Entwicklungsmöglichkeiten für die Zukunft.
6. Basierend auf den Interviews lässt sich ein Maßnahmenkatalog entwickeln, der zur Etablierung einer Surface Pattern Design Szene eingesetzt werden kann.

In Bezug auf die oben genannten Vorannahmen wurde die ursprüngliche Fragestellung überarbeitet und konkretisiert: Wie nehmen ausgewählte Akteure der Kreativwirtschaft und Kunst die Surface Pattern Design Szene in Österreich wahr, welches Potenzial sehen sie für Innovationen und welche Maßnahmen erachten sie für die Förderung dieser Szene als notwendig?

## 3.2 Methodische Vorgehensweise

Für die vorliegende Arbeit wurde der Ansatz der *Grounded Theorie* von Glaser & Strauss<sup>33</sup> gewählt. Bei diesem Ansatz wird „die theoretische Strukturierung des Forschungsgegenstandes zurückgestellt [...], bis sich die Strukturierung des Forschungsgegenstandes durch die Forschungs-subjekte herausgebildet hat.“<sup>34</sup>

Die *Grounded Theorie* bietet genügend Raum, um die Methodologie an die Fragestellungen und die Randbedingungen anzupassen. Außerdem lässt dieser Ansatz eine *rollende Planung*<sup>35</sup> zu, welche der Autorin für den Untersuchungsprozess unumgänglich schien.

### 3.2.1 Grounded Theory

„Während beim Überprüfen von Theorien die logische Schlussweise der *Deduktion* im Mittelpunkt steht (Schließen vom Allgemeinen [Theorie] auf das Besondere [Hypothesen über Daten]), verlangt die *Grounded Theory* einen stetigen *Wechsel zwischen Induktion* (vom Besonderen [den Daten] zum Allgemeinen [den theoretischen Konzepten]) und *Deduktion* (Überprüfung der entwickelten Konzepte an neuen Daten).“<sup>36</sup>

Nach Legewie ist die *Grounded Theorie* von folgenden Charakteristika<sup>37</sup> gekennzeichnet:

#### ▮ Dialog und Prozesscharakter

„Der Forscher beginnt nicht mit theoretisch abgeleiteten Hypothesen über seinen Gegenstand, sondern er nutzt seine Annahmen und Vorkenntnisse in Form *sensibilisierender Konzepte*, die ihm helfen sollen, seine Wahrnehmung zu strukturieren.“

---

33 Glaser Barney G./Anselm L. Strauss, *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*, New Jersey: Transaction Publishers<sup>5</sup> 2009, (Orig. *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*, New Jersey: Aldine Publishing Company 1967)

34 Flick Uwe/Ernst v. Kardorff/Heiner Keupp/Lutz v. Rosentstiel/Stephan Wolff, *Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*, Weinheim: Psychologie Verlags Union<sup>3</sup> 1995, S150.

35 Legewie, 11. Vorlesung, S10.

36 Ebenda, S13.

37 Ebenda, S13f.

## ▮ Vielfalt der Erhebungsmethoden

„Im Forschungsprozess wird entschieden, welche Erhebungsmethoden der jeweiligen Fragestellung angemessen sind: Alltags- und Fachwissen der Forscher, schon vorliegende Dokumente, Statistiken Beobachtungsprotokolle, Interviews Gruppendiskussionen, Bildmaterial und Feldexperimente.“

## ▮ Theoriegeleitete Erhebung (*Theoretical Sampling*)

„Aus der sich entwickelnden Theorie werden Gesichtspunkte für die gezielte Erhebung weiterer Daten abgeleitet.“

## ▮ Sättigungsprinzip

„Datenerhebung und Interpretationsarbeit werden so lange fortgesetzt, bis keine neuen Gesichtspunkte mehr auftauchen.“

## ▮ Theoretisches Kodieren

„Kernstück der Methode bildet das theoretische Kodieren, eine zugleich systematische und kreative Methode der Interpretation durch Sinnverstehen.“

## ▮ Feinanalyse

„Die Feinanalyse ist eine besonders sorgfältige Form des theoretischen Kodierens.“

## ▮ Kodierschemata

„Während vor allem anfangs das Kodieren mehr induktiv erfolgt (von den Daten zu Konzepten), ist es beim Ordnen der gefundenen theoretischen Konzepte und ihrer Beziehungen zueinander oft sinnvoll, von einem Kodierschema oder -paradigma auszugehen (von einem übergeordneten Konzept zurück zu den Daten bzw. den datengenerierten Konzepten).“

## ▮ Theorie als Begriffsnetz

„Bei Fortschreiten der Theorieentwicklung werden nicht nur Codes (Konzepte) aus den Daten abgeleitet, sondern die Konzepte werden miteinander verknüpft und zu übergeordneten Kategorien zusammengefasst.“

### 3.2.2 Struktur des Forschungsdesigns

Im Rahmen dieser Studie wurde folgendes Design angewendet:

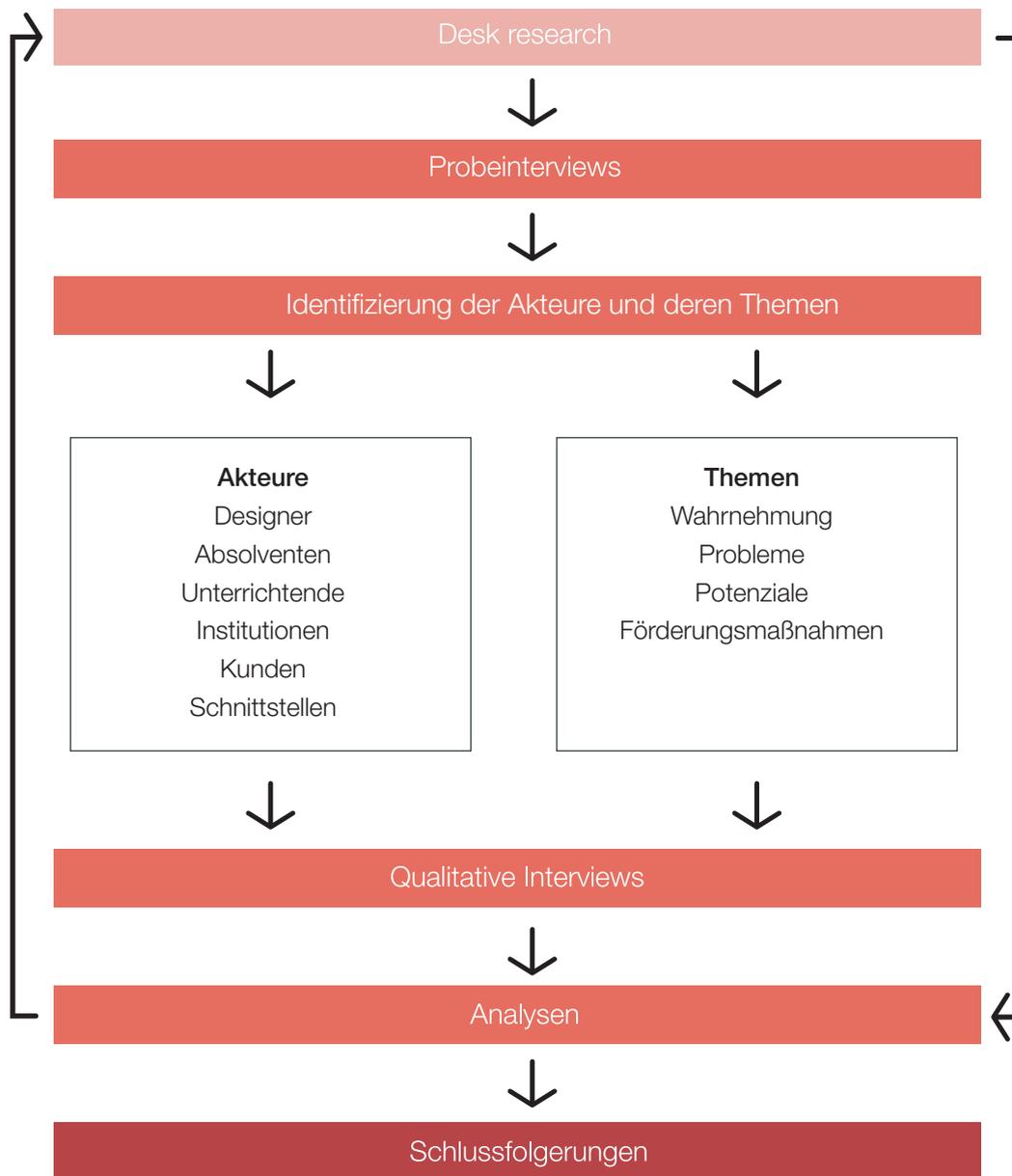


Abb. 2: Forschungsdesign<sup>38</sup>

In einem ersten Schritt war ein festgelegter Untersuchungsplan mit standardisierten Interviews vorgesehen. Da den Befragten der Begriff Surface Pattern Design jedoch weitgehend unbekannt war und der Begriff jeweils zu Beginn der Interviews erst definiert werden musste, fiel die zweite Wahl auf eine rollende Planung und halboffene bzw. halb/semistrukturierte In-

38 Eigene Darstellung

terviews. Diese wurden im Fortgang der Studie spezifiziert, um gezieltere Informationen zu den im Laufe des Untersuchungsprozesses generierten Hypothesen zu bekommen.

### 3.2.3 Qualitative Interviews

In der Untersuchung wurden halboffene Leitfadeninterviews<sup>39</sup> verwendet.

„Diese Interviews orientieren sich an einem Leitfaden, welcher die relevanten Themen und Fragestellungen vorgibt, nicht jedoch die Reihenfolge der Themen oder Antwortmöglichkeiten.“<sup>40</sup>

Die Interviews wurden – soweit sinnvoll – standardisiert und – soweit notwendig – individualisiert. Eine generelle Standardisierung war nicht geeignet, da Personen in Interview-Situationen zumeist unterschiedlich reagieren. Sie benötigen daher auch individuelle Impulse, um sich öffnen zu können. Um die Interviewsituationen für die Befragten so angenehm wie möglich zu gestalten, fanden die Interviews immer in Umgebungen statt, die den Personen bekannt waren und in denen sie sich wohl fühlten. Es wurden in der Regel offene Fragen gestellt. In den Interviewsituationen ergaben sich aber auch vereinzelt geschlossene Fragen, meist in Zusammenhang mit den zuvor getätigten Aussagen.

Ziel der Interviews war es, im Gespräch in die Tiefe zu gehen, Wissen hervorzuholen, Geschichten erzählen zu lassen, interessante Perspektiven zu hören und Neues zu erfahren. Dabei wurden bereits beim Interview interessante Aussagen in einem Forschungstagebuch festgehalten und erste Hypothesen aufgestellt. Oberstes Prinzip war es, Daten nicht zu verfälschen und Antworten so wenig wie möglich zu beeinflussen. Antworten auf beeinflussende Fragen wurden nicht in die Analyse aufgenommen.

Nach den ersten Probeinterviews zu Beginn der Arbeit mussten die Fragestellungen modifiziert werden, da die Fragen, in denen es hauptsächlich um Fakten wie beispielsweise die geschätzte Anzahl der Surface Pattern Designer in Österreich ging, nicht beantwortet werden konnten.

Die Fragen der finalen Fragebögen wurden zu folgenden Themenschwerpunkten gebildet:

---

39 Misoch Sabina, *Qualitative Interviews*, S13.

40 Ebenda, S13.

- ▶ Begriff Surface Pattern Design
- ▶ Ausbildung
- ▶ Arbeitsweise und -umfeld von Gestaltern, die im Rahmen ihrer Aktivitäten Muster entwerfen
- ▶ Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene im In- und Ausland
- ▶ Trends, Entwicklungen und Innovationspotenzial
- ▶ Maßnahmenvorschläge, Förderungen

Beispiele für die verwendeten Fragebögen befinden sich im Anhang.

### 3.3 Samplingverfahren und Zugang zum Feld

„Bei quantitativer Forschung ist es unabdinglich, dass die Stichprobe ein möglichst genaues Abbild der zu untersuchenden Grundgesamtheit im Hinblick auf bestimmte Phänomene darstellt, um statistisch kontrollierbare Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit zu ermöglichen. [...] In qualitativer Forschung muss die Auswahl der zu untersuchenden Fälle oft anders gezogen werden, da hier oft das Spezielle im Fokus des Interesses steht.“<sup>41</sup>

So wurde in dieser Arbeit mit einer bewussten Fallauswahl<sup>42</sup> und geringen Fallzahlen gearbeitet. Eine Kritik dieses Ansatzes ist die Anfälligkeit für Fehler und Verzerrungen im Verlauf des Erhebungs- und Auswertungsprozesses. Um diese in Grenzen zu halten und die Wahl der Interviewpartner trotzdem bewusst und inhaltlich systematisch zu gestalten, wählte die Autorin als Auswahltechnik das *Theoretische Sampling*<sup>43</sup>. Bei diesem Prozess ist die Sampleauswahl nicht vorab festgelegt, sondern erfolgt „jeweils schrittweise auf Basis der bereits erhobenen Daten und deren vorläufiger Auswertung.“<sup>44</sup>

Anfangs war geplant, allgemein Akteure aus der Kreativbranche für die Befragungen heranzuziehen. In einem ersten Schritt wurden Personen ausgewählt, von denen ausgegangen werden konnte, dass sie eine Übersicht über die österreichische Kreativbranche besitzen. Aufgrund der unbefriedigenden folgenden Interviewergebnisse mussten weitere Samples

---

41 Vgl. ebenda, S185.

42 Ebenda, S186.

43 Vgl. ebenda, S190.

44 Ebenda, S190.

mit Personen, die bereits mit der Gestaltung von Mustern zu tun hatten oder Musterdesigner kannten ausgewählt werden. In weiterer Folge wurde die Auswahl immer mehr auf Personen begrenzt, die neue Aspekte und weiteres Wissen zum Thema beitragen bzw. offene Fragen beantworten konnten. Dieser „zyklisch-iterative Erhebungs- und Auswahlprozess“<sup>45</sup> hat sich so lange wiederholt, bis für diese Studie eine „sogenannte theoretische Sättigung“<sup>46</sup> eingetreten ist und „keine zusätzlichen Daten mehr gefunden werden“<sup>47</sup> konnten, mit deren Hilfe man „weitere Eigenschaften der Kategorie entwickeln“<sup>48</sup> hätte können.

Bei der qualitativen Forschung ergibt sich beim Zugang zum Feld oftmals die Frage, wie es dem Forschenden gelingt, „mit seinem Forschungsfeld in Kontakt zu treten und sein Gegenüber zur Mitwirkung zu bewegen“<sup>49</sup>. Im Fall der vorliegenden Arbeit hat die Autorin durch ihre beruflichen Kontakte selbst die Rolle des *Gatekeepers* übernommen.

„Unter einem *Gatekeeper* wird eine Schlüsselperson verstanden, die dem Interviewenden Zugang zum Feld ermöglicht. Der *Gatekeeper* ist z.B. eine Person, die aufgrund ihrer (Berufs-)Position selbst Teil des Feldes ist und deswegen die Möglichkeit hat, anderen den Zugang hierzu zu gewähren sowie die Angehörigen des Feldes zur Mitarbeit am Forschungsprojekt direkt oder indirekt zu motivieren.“<sup>50</sup>

Durch diese Funktion war es für die Autorin relativ einfach, Personen für die Interviews zu gewinnen und angenehme Interviewsituationen herzustellen. Die Konstellation – die Forscherin selbst als *Gatekeeper* – birgt allerdings das Risiko, während der Interviews in Plaudersituationen abzudriften. Die Autorin hat grundsätzlich versucht, solche Situationen zu vermeiden, da die Aussagen nicht verfälscht oder zu stark beeinflusst werden sollten, wobei eine gänzliche Vermeidung von Verzerrungen im Rahmen qualitativer Interviews ohnehin fast unmöglich ist. Antworten auf

---

45 Ebenda, S191.

46 Legewie, 11. Vorlesung, S15.

47 Glaser Barney G./Anselm L. Strauss, *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*, Bern: Verlag Hans Huber<sup>3</sup> 2010, (Orig. *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*, New Jersey: Aldine Publishing Company 1967), S77.

48 Ebenda, S77.

49 Misoch, *Qualitative Interviews*, S187

50 Ebenda, S187.

Fragen, die als beeinflussend bezeichnet werden könnten, wurden nicht in die Auswertung aufgenommen oder zumindest genauer hinterfragt.

### 3.4 Fixierung der Daten und Transkription

Die Interviews wurden mit Hilfe der App *AudioMemos* auf einem Mobiltelefon aufgezeichnet und dann gespeichert und verschriftlicht. Einige Interviews wurden von der Autorin selbst, mit Hilfe des Programms *Easytranscript* bearbeitet. Da in diesem Fall die Transkriptionsrate 1:7 (1h Interview = 7h Transkribieren) betrug, wurde die Verschriftlichung der restlichen Aufnahmen aus Zeitgründen an Transkriptionsbüros ausgelagert.

Für die Verschriftlichung der Interviewdaten wurden überwiegend die Regeln für ein einfaches Transkriptionssystem angewandt:<sup>51</sup>

1. Es wird wörtlich transkribiert, also nicht lautsprachlich oder zusammenfassend. Vorhandene Dialekte werden möglichst wortgenau ins Hochdeutsche übersetzt. [...]
2. Wortverschleifungen werden bei den einfachen Transkriptionsregeln nicht transkribiert, sondern an das Schriftdeutsch angenähert. [...]
3. Wort- und Satzabbrüche sowie Stottern werden geglättet bzw. ausgelassen, Wortdoppelungen nur erfasst, wenn sie als Stilmittel zur Betonung genutzt werden: ‚Das ist mir sehr, sehr wichtig.‘ [...]
4. Interpunktion wird zu Gunsten der Lesbarkeit geglättet, das heißt bei kurzem Senken der Stimme oder uneindeutiger Betonung wird eher ein Punkt als ein Komma gesetzt. Dabei sollen Sinneinheiten beibehalten werden.
5. Pausen werden durch drei Auslassungspunkte in Klammern (...) markiert.
6. Verständnissignale des gerade nicht Sprechenden wie „mhm, aha, ja, genau, ähm“ etc. werden nicht transkribiert. [...]
7. Besonders betonte Wörter oder Äußerungen werden durch GROSSSCHREIBUNG gekennzeichnet.
8. Jeder Sprecherbeitrag erhält eigene Absätze. Zwischen den Sprechern gibt es eine freie, leere Zeile. Auch kurze Einwürfe werden in einem separaten Absatz transkribiert. Nach jedem Sprecherwechsel wird eine Zeitmarke gesetzt.
9. Emotionale nonverbale Äußerungen der befragten Person und des Interviewers, die die Aussage unterstützen oder verdeutlichen (etwa wie lachen oder seufzen), werden beim Einsatz in Klammern notiert [...].
10. Unverständliche Wörter werden mit (unv.) gekennzeichnet. Längere unverständliche Passagen sollen möglichst mit der Ursache versehen werden (unv., Handstörgeräusch) oder (unv., Mikrofon rauscht). [...]

---

51 Vgl. Mein Transkript, *Einfache Transkriptionsregeln*; <http://meintranskript.de/einfache-regeln>, Zugriff: 30.6.2017.

11. Die interviewende Person wird durch ein ‚I:‘, die befragte Person durch ein ‚B:‘ gekennzeichnet. Bei mehreren Interviewpartnern (z.B. Gruppendiskussion) wird dem Kürzel ‚B‘ eine entsprechende Kennnummer oder Name zugeordnet (z.B. ‚B1:‘, ‚Peter:‘).

Die Kürzel der Zeitmarken, Pausen, Personen oder Unterbrechungen sind aufgrund der unterschiedlichen Bearbeiter nicht einheitlich. Zwei Interviews wurden vom Transkriptionsbüro ohne Zeitmarken transkribiert. Interviews wurden auch dort geglättet, wo eine wörtliche Transkription die Lesbarkeit stark behindert oder keinen Sinn ergibt.

Zu den Auswahlkriterien betreffend die Transkriptionsbüros zählten das Verständnis des Wiener Dialekts, eine möglichst fehlerfreie Bearbeitung und der Preis. Ungewohnte Begriffe wie Surface Pattern Design wurden schon bei der Auftragsvergabe angegeben.

Aus Kontrollgründen mussten manche Transkripte, die von Transkriptionsbüros aufbereitet wurden, noch einmal überarbeitet werden, da es auffallend viele Textstellen gab, die mit (*unv.*) oder (*Wort fehlt*) gekennzeichnet waren oder nicht korrekte Eigennamen beinhalteten.

### 3.5 Interpretation der Daten

Die Interpretation der Daten erfolgt auf Basis des Kodier-Verfahrens von *Strauss & Corbin*<sup>52</sup>.

„Kodieren stellt die Vorgehensweise dar, durch die die Daten aufgebrochen, konzeptualisiert und auf neue Art zusammengesetzt werden. Es ist der zentrale Prozess, durch den aus den Daten Theorien entwickelt werden.“<sup>53</sup>

Ausgesuchten Textstellen – den Indikatoren – wurden im ersten Schritt „ein oder mehrere Codes (Begriffe, Stichwörter, Konzepte) zugeordnet“<sup>54</sup>. Dabei wurden bereits während des Kodierens „Einfälle und Überlegungen zu den Codes und zur sich entwickelnden Theorie fortlaufend in *Me-*

---

52 Vgl. Strauss Anselm/Juliet Corbin, *Grundlagen qualitativer Forschung*, Weinheim: Psychologie Verlags Union 1996 (Orig. *Basics of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures and Techniques*, 1990), S43.

53 Ebenda, S39.

54 Legewie, 11. Vorlesung, S15.

mos“<sup>55</sup> festgehalten. Während das Kodieren anfangs offen erfolgte, wurde es im Laufe der Arbeit gezielter.

Konkret wurden folgende Auswertungsschritte vorgenommen:

- ▮ Identifizierung von Themenbereichen
- ▮ Zuordnung der Interviewstellen zu diesen Themenbereichen
- ▮ Entwicklung von Kategorien aus diesen Themenbereichen
- ▮ Herausarbeiten von Dimensionen zu den jeweiligen Kategorien
- ▮ Zuordnung der konkreten Textstellen zu den Dimensionen
- ▮ Identifizieren von Untergruppen der Dimensionen
- ▮ Ordnen der Untergruppen in den jeweiligen Dimensionen
- ▮ Zusammenfassen der Untersuchungsergebnisse
- ▮ Interpretation der Untersuchungsergebnisse
- ▮ Bildung von Konzepten und Hypothesen

Nachfolgend ist das *Phänomen-Indikator-Konzept-Modell*<sup>56</sup> abgebildet, auf dessen Basis die Auswertung erfolgt ist. In dieser Studie sind die Auswertungsschritte auf die Anforderungen des vorliegenden Themas angepasst.

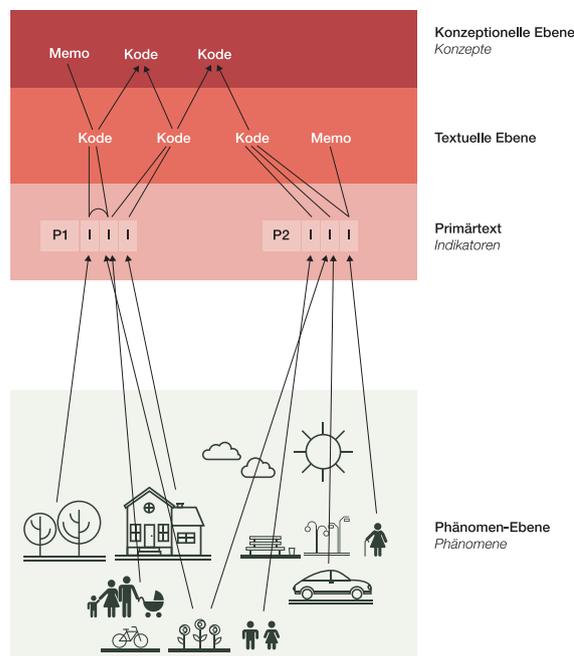


Abb. 3: *Phänomen-Indikator-Konzept-Modell*<sup>57</sup>

55 Ebenda, S15.

56 Ebenda, S13.

57 Ebenda, S13. Eigene Darstellung

### **3.5.1. Identifizierung von Themenbereichen**

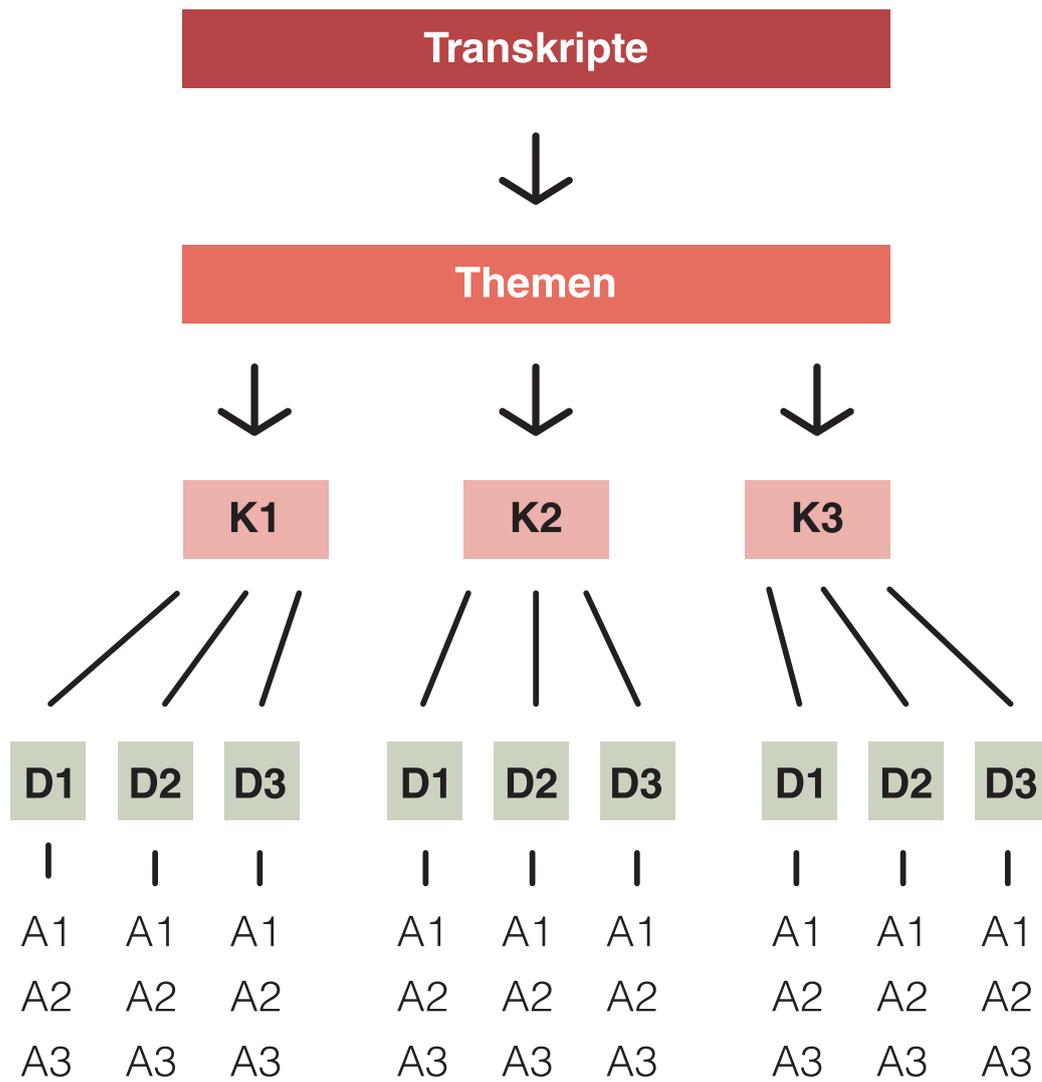
Die folgenden Themenbereiche haben sich durch die Fragen und Antworten aus den Transkripten der Interviews, die vorab gesichtet worden sind, ergeben. Bei dieser Sichtung wurden die ersten Textausschnitte mit Kodes und Kommentaren versehen. Nummerierung und Reihenfolge der Themenbereiche haben keine nähere Bedeutung. Sie dienen der nachfolgenden Textzuordnung.

- ▶ 01 Assoziationen
- ▶ 02 Alternative Begriffe
- ▶ 03, 09 Arbeitsfeld
- ▶ 04 Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene in Österreich
- ▶ 05 Wirtschaftskammer Österreich
- ▶ 06 Kunden
- ▶ 07 Wettbewerbsvorteile Österreich
- ▶ 08 Wiener Werkstätte bis heute
- ▶ 10 Ausbildung
- ▶ 11 Trends & Entwicklungen
- ▶ 12 Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene im Ausland
- ▶ 13 Surface Pattern Design – Förderungen
- ▶ 14 Einstieg in die Branche

Für die Auswertung wurde kein computergestütztes Textinterpretationsprogramm verwendet.

### **3.5.2 Bildung von Kategorien und Bestimmung der entsprechenden Eigenschaften und Dimensionen**

Aus den obigen Themenbereichen wurden im Anschluss Kategorien gebildet, denen in weiterer Folge Dimensionen, die sich aus den Textinhalten ergeben haben, zugeordnet wurden. Diese Dimensionen enthielten in vielen Fällen neue Aspekte, die in einem weiteren Schritt herausgearbeitet und geordnet wurden. Dieser Analyseprozess wird in der folgenden Grafik visualisiert und ist die Basis für die anschließende Analyse.



**K** ... Kategorien  
**D** ... Dimensionen  
**A** ... Aspekte

Abb. 4: Analyseprozess<sup>58</sup>

<sup>58</sup> Eigene Darstellung

## 4. ANALYSE

Aus den Themen, die im letzten Kapitel aufgezählt wurden, ließen sich die nachfolgend aufgelisteten Kategorien bilden. Diesen wurden Dimensionen zugeordnet, die wiederum in Aspekte unterteilt sind.

### 4.1 Kategorie 1: Der Begriff Surface Pattern Design

Dimensionen:

- ▶ Bekanntheit (bei Institutionen der Kreativwirtschaft)
- ▶ Assoziationen
- ▶ Erklärung / Abgrenzungen
- ▶ Berufsbezeichnung

#### 4.1.1 Bekanntheit (bei Institutionen der Kreativwirtschaft)

Der Bekanntheitsgrad des Begriffs Surface Pattern Design bei Institutionen ist insofern aussagekräftig, als er schon ein erster Indikator für die Existenz einer Surface Pattern Design Szene in Österreich sein kann. In der folgenden Grafik finden sich Informationen zu den kontaktierten Institutionen aus der österreichischen (Kreativ-)Wirtschaft, zur Art des Kontakts, zum Datum des Kontakts, zur Möglichkeit der Kontaktperson, den Begriff Surface Pattern Design vor dem Kontakt zu recherchieren, zur Bekanntheit des Begriffs und zum näheren Wissen der Kontaktperson, das über die Erklärung des Begriffs hinausgeht.

In der Auswertung gibt es zur Bekanntheit folgende Ausprägungen:

JA: Der Begriff Surface Pattern Design war der kontaktierten Person bekannt.

NEIN: Der Begriff Surface Pattern Design war der kontaktierten Person nicht bekannt und ist im Zuge der Gespräche erklärt worden.

In zwei Fällen war der Begriff bekannt, aber die Personen lieferten keine näheren Informationen dazu. Keinem der Befragten, der den Begriff vor dem Kontakt nicht recherchieren konnte, war der Begriff Surface Pattern Design bekannt.

Institution	Kontakt	Datum	Rech.*	Bekanntheit	Wissen
WK Wien	T	27.9.16	nein	nein	nein
WK Landesinnung Mode und Bekleidung	T	28.9.16	nein	nein	nein
WK Fachgruppe Wien für Werbung und Marktkommunikation	I	17.10.16	nein	nein	nein

Kreativwirtschaft 1	T	25.10.16	nein	nein	nein
Kreativwirtschaft 2	T/M	27.10.16	ja	ja	nein
Wirtschaftsagentur 1	I	4.11.16	ja	nein	nein
Wirtschaftsagentur 2	I	28.11.16	ja	ja	ja
Designaustria	M	12.10.16	ja	ja	nein

*Abkürzungen:*  
*WK ... Wirtschaftskammer*  
*T ... Telefon*  
*E ... Email*  
*I ... Interview*  
*\* Recherche: Möglichkeit, den Begriff Surface Pattern Design vor dem Kontakt zu recherchieren*

Abb.5: Bekanntheit des Begriffs Surface Pattern Design bei Institutionen<sup>59</sup>

#### 4.1.2 Assoziationen

Die folgenden Assoziationen sind Interviews oder Mails von Befragten entnommen, die im Zuge ihrer beruflichen Tätigkeit bis jetzt nicht näher mit Surface Pattern Design zu tun hatten.

- „[...] zunächst textiles Design [...]“<sup>60</sup>
- „Ich denke mal sehr stark an Illustration und an die Textilmusterzeichner [...]“<sup>61</sup>
- „Ich tu mir jetzt wirklich schwer, zu sagen, was ich damit assoziiere. [...] Ich weiß nicht, vor welchem Hintergrund du recherchierst. Ist das jetzt der industrielle/ Industriedesign Bereich, ist es die Kunst?“<sup>62</sup>
- „[...] einen relativ visuellen Eindruck oder eine visuelle Idee. Ich habe selbst Raumplanung studiert, daher habe ich auch irgendwie diese Kartenstartstrukturidee und danach kommt mir eher so dieses Haptische in den Kopf [...]“<sup>63</sup>
- „Zudem kann ich ihre Frage nicht wirklich beantworten, da ich die Surface Pattern Design Szene in Ö nicht kenne.“<sup>64</sup>

59 Eigene Darstellung

60 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S300.

61 Fauler Monika. *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S252, Abschnitt #00:53#.

62 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S286, Abschnitte #00:34#, #00:51#.

63 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S222, Abschnitt #00:48#.

64 Rothauer Doris. *Email 02*, Wien: 4.4.2017, S456.

In vier von den fünf aufgelisteten Assoziationen stellen die Befragten an erster Stelle einen Kontext zu ihrerem eigenen Background her.

Background d. Befragten	Assoziation
Förderung Modebranche	Textiles Design
Beruf Illustration, Ausbildung Mode	Illustration, Textilmusterzeichner
Ausbildung Raumplanung	Haptisches, Straßenoberfläche
Beruf Multimediakünstler	Kunst oder Design

Abb.6: Zusammenhang: Background und Assoziation<sup>65</sup>

Ein Schlüssel zur Begriffserklärung von Surface Pattern Design scheint der Autorin die Antwort des Multimediakünstlers *Peter Kogler* zu sein, der zuerst wissen wollte, vor welchem Hintergrund recherchiert werden würde, um die Frage nach der Assoziation beantworten zu können.

### 4.1.3 Erklärung/Abgrenzungen

In den Antworten kamen drei Themen vor, die Surface Pattern Design zu definieren scheinen.

1. Oberflächen
2. Materialität
3. Wiederholung

- „Ja, Muster entwerfen, die man auf Oberflächen applizieren kann, oder?“<sup>66</sup>
- „Surface Design ist für mich jetzt eigentlich der Begriff für Oberflächengestaltung, wobei das für mich alle Oberflächen beinhaltet, während Musterzeichner für mich aufs Textile hingehen würde. [...] komischerweise verbinde ich Papier mit Grafik [...]“<sup>67</sup>
- „Oder definiert sich ein Muster durch den Rapport? Wie siehst du das? Ich glaube, es ist sehr schwer herauszufinden. Was ist Illustration? Was ist Muster?“<sup>68</sup>
- „Ich kann dir nicht sagen, worauf das verweist, auf das Endlose/ Das sind Muster,

65 Eigene Darstellung

66 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S443, Abschnitt #22:01#.

67 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S216, Abschnitte #9:34#, #9:56#.

68 Fauler Monika. *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S252–253, Abschnitt #02:21#.

Muster wiederholen sich. [...] Wir leben ja auch in Mustern. Wir stehen auf, wir putzen uns die Zähne, wir trinken Kaffee. Das ist ein absolut optimales System.“<sup>69</sup>

Die Abgrenzung zu anderen Designsparten wurde nicht explizit abgefragt, kam aber immer wieder im Zuge der Erklärung des Begriffs auf. Dabei wurden Überschneidungen zu Textildesign, Grafik Design, Illustration, Architektur, Mode, Produkt- und Industriedesign erwähnt. Auch zur Kunst gibt es im Pattern Painting eine Überschneidung.

- „[...] die Gestaltung von Textilien, aber eben auch natürlich die Gestaltung von Fassaden, von Oberflächen, also viel weitreichender. Die Architektur, in den Produkt- und Industriedesignbereich hinein. Beispielsweise bei Automobildesign spielt es eine große Rolle. Sportdesignbereich.“<sup>70</sup>
- „Vorrangig Muster, interessant. Also ich glaube schon, dass sich das mit dem Grafikdesignbereich wahrscheinlich überschneiden wird.“<sup>71</sup>
- „Früher habe ich mir immer gedacht, dass Surface Designer vielleicht ein bisschen mehr Grafikdesigner sind, aber es schwimmt jetzt oft, finde ich. Grafikdesigner und Textildesigner bei Stellenausschreibungen – bei Textildesign steht halt dann Grafikstudium dabei oder umgekehrt steht bei Grafikjobs dabei, man muss gar keine Grafik machen, aber halt mit bestimmten Programmen umgehen können.“<sup>72</sup>
- „Pattern Design kenne ich eigentlich aus der Bildenden Kunst, wo das einmal eine zeitlang in der Malerei aktuell war [...] es war ganz eine kurze Phase, in der Pattern Malerei ein Thema war – oder Pattern Painting hat das dann wahrscheinlich geheißen.“<sup>73</sup>
- „Einer, an den ich jetzt gerade denken muss, ist Grafiker, hat so sein kleines T-Shirt Label, wo er so lustige Sachen macht. Da ist zum Beispiel ein Muster mit sauren Gurkerln drauf. [...] das ist ein super Allover Print. [...] der würde sich deswegen nie als Surface Pattern Designer bezeichnen.“<sup>74</sup>

---

69 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S299, Abschnitte #33:23#, #33:56#.

70 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S300.

71 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S300.

72 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S401–402, Abschnitt #14:46#.

73 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S216, Abschnitte #8:48#, #9:01#.

74 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S389, Abschnitte #49:24#, #49:28#, #49:34#.

- „Ich weiß nicht, ob jetzt Architekten selber auch Muster machen. [...] Kann ich nicht sagen. Die werden wahrscheinlich immer einen Grafikdesigner oder Illustrator beauftragen, wenn sie an irgendeiner Wand irgendwo oder am Glas irgendein Muster haben wollen. Oder vielleicht machen die das auch selber oder verwenden Stockmaterial. Ist auch eine Qualitätsfrage.“<sup>75</sup>
- „Wir haben in den bald 30 Jahren, die wir das machen, natürlich auch Designs für andere Oberflächen gemacht, nicht nur für Textilien, da waren die absurdesten Oberflächen dazwischen, für die man gar nicht glaubt, dass da auch Muster gebraucht werden.“<sup>76</sup>
- „Ich vermute, dass es dann spartenspezifisch ist.“<sup>77</sup>
- „Man kann im Grunde damit rechnen, dass, wenn ich in Österreich mit jemandem rede und sage, ich mache Textildesign, dann wird einmal gefragt: Nähst mir was? [...] Also, es wird im Endeffekt mit Modedesign gleichgesetzt [...]“<sup>78</sup>

Dass es durch die Überschneidungen der Designdisziplinen im Surface Pattern Bereich auch zu Problemen kommen kann, läßt sich an folgender Aussage erkennen. In diesem Fall wurde die Gestaltung von Musterdesigns von einer Grafik Designerin angeboten, die aber keinen Background in Surface Pattern Bereich hatte. Aus diesem Grund war ihr nicht bewusst, welches Know How sie für den Job gebraucht hätte.

- „[...] eine Kooperation, die ich eingegangen bin und die wir eingehen wollten, ist wieder beendet. [...] Auf einer Fashionmesse, auf dem Take Festival, da war so ein Shop-Speed-Dating und da haben wir uns kennen gelernt. Sie war an und für sich ganz interessiert, sie ist Grafikdesignerin und wir haben gesagt, dass wir da gemeinsam etwas machen, aber das hat sich wieder zerschlagen. [...] Irgendwie war ihr das anscheinend nicht bewusst, was das bedeutet, also, an Arbeitsaufwand und auch an persönlichem Engagement und sie hat gesagt, das ist ihr dann doch alles zu viel. [...] Ja, das machen können ist auch so ein Punkt. Es hat sich halt herausgestellt, dass das vielleicht doch nicht so einfach ist, wie sie sich das vorgestellt hat – und dass sie es auch nicht konnte.“<sup>79</sup>

---

75 Fauler Monika. *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S254, Abschnitt #07:27#.

76 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S419, Abschnitt #4:19#.

77 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S286, Abschnitt #01:46#.

78 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S375, Abschnitte #06:39# bis # 06:58#.

79 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S408–409, Abschnitte #3:23# bis #4:45#.

Welche Eigenschaften einen Surface Pattern Designer von anderen Designern abgrenzen, ist in den folgenden Antworten zu finden. Auffallend ist, dass es in der Studie zwar um Surface Pattern Designer geht, die Befragten in ihren Antworten aber automatisch andere Bezeichnungen verwendet haben: Musterzeichner, Textildesigner, Stoffdesign. Es wird angenommen, dass sie sich trotzdem auf Surface Pattern Designer beziehen. Zusammengefasst lassen sich auf Basis der Antworten folgende Eigenschaften für Surface Pattern Designer finden, die sie von anderen Designern abgrenzen:

1. Beherrschung des Rapportierens von Motiven
2. Kenntnisse von Materialien und Techniken

Diese Eigenschaften decken sich mit den wichtigsten Aspekten, die zum Thema Musterdesign erwähnt wurden.

Zwei weitere Punkte scheinen der Autorin für eine Analyse erwähnenswert:

1. Wie können Surface Pattern Designer zeigen, dass sie mehr Wissen und Können im Bereich Musterdesign haben? Haben sie das momentan überhaupt?
2. Musterdesigns lassen wahrscheinlich erkennen, vor welchem Hintergrund sie entstanden sind.

- „[...] weil du ja als Musterzeichner endlos mit Rapport, mit Wiederholungen, mit Richtungslosigkeit sekkierst wirst. Ich kenne jetzt die grafische Ausbildung nicht, aber ich glaube, dass das dort nicht vorkommt. Dort stehen wahrscheinlich die Idee und die Formulierung, also die formale Umsetzung – schön, schwungvoll oder sonst etwas – im Vordergrund und nicht, wie sich das jetzt wiederholt oder ob das auf eine Fläche bezogen ist. So würde ich das sehen.“<sup>80</sup>

- „Weil von einem Textildesigner erwarte ich, dass er ein Muster entwirft mit einer in das Material vordringenden technischen Lösung im Kopf. Also, der muss das jetzt nicht patronieren, aber er muss eine Vorstellung haben.“<sup>81</sup>

- „Ich glaube, das ist ein ganz großes Problem, eine Herausforderung von Textil-

---

80 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S217, Abschnitt #11:06#.

81 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S383, Abschnitt #30:04#.

designern und Textildesignerinnen, sich abzugrenzen mit ihren Skills von jedem Grafik Designer, der auch ein Muster entwerfen kann und auch das Muster an eine Digitaldruckerei schicken kann und einen Stoff erzeugen kann. Wie zeigst du Leuten, dass du noch einen Schritt weitergehen kannst? Kannst du überhaupt einen Schritt weitergehen? Das ist, glaube ich, ist in vielen Fällen nicht unbedingt leicht. Das müssen sich die Leute, das muss sich jeder selber fragen: Kann ich eigentlich mehr als ein Grafiker? Viele können weniger.“<sup>82</sup>

- „Also es gibt jetzt einiges an Möbel-Entwürfen, die klassisch vom Designer gemacht werden. Und dann gibt es auch Beispiele, die von Künstlern gemacht werden und von Architekten. Und wahrscheinlich kann man an den Dingen erkennen, vor welchem Hintergrund die entstanden sind. [...] Selbst wenn ich mich mit Stoffen oder Möbel oder Architektur bezogenen Dingen beschäftige, sind die Ergebnisse wahrscheinlich anders, wie von jemandem, der eine Architekturausbildung hat oder jemand, der jetzt aus dem Stoffdesign kommt.“<sup>83</sup>

Zusätzlich zu den Abgrenzungen anderen Sparten gegenüber, wurden auch Sichtweisen zu den Feinabstimmungen zwischen den Begriffen Pattern Designer, Muster Designer und Dessinateur abgefragt. Die Begriffe Musterzeichner und Dessinateur wurden dabei von den Befragten in Bezug zu Technik, Wirken, Stricken und Weben gesetzt und der Vergangenheit zugeordnet.

- „Pattern Design [...] Das Surface ist bei mir eigentlich nie dabei gewesen.“<sup>84</sup>
- „Dessinateur wäre bei mir der reine Techniker, der Patroneur, der die Ideen umsetzt [...]“<sup>85</sup>
- „Ich persönlich wüsste nicht, ob es einen Unterschied gibt. Ich persönlich sehe keinen. Mit der Ausnahme, dass, wenn jemand sagt, er ist Musterzeichner [...], dass er weiß, wie eine Webmaschine funktioniert und wenn er sagt, er ist Textildesigner, es nicht mehr so gut weiß.“<sup>86</sup>
- „Früher hat es Musterdesigner geheißen, dann Dessinateur und jetzt heißt es Surface Pattern Design. [...] Dessinateur kommt mir vor, ist eher mit ein bisschen

---

82 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S383–384, Abschnitt #31:51#.

83 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S296, Abschnitt #26:26#.

84 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S444, Abschnitte #22:38# bis #22:46#.

85 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S216, Abschnitt #8:48#.

86 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S347, Abschnitt #10:17#.

mehr Technikbezug. Wirken, Stricken und Weben.“<sup>87</sup>

In den folgenden Antworten lässt sich erkennen, dass jedoch für viele der Befragten eine feinere Unterscheidung der Begriffe Surface Pattern Designer, Musterdesigner und Dessinateur nicht wichtig ist. Der Ausdruck Textildesigner wurde hier wieder stellvertretend für die oberen Begriffe gebraucht.

- „[...] im Grunde sind das alles Designer. Das ist ja nur arbeitsplatzabhängig, ob ich sage, ich arbeite gerade als Illustrator oder als Freelancer oder ich arbeite gerade in der Typografie, also ich glaube, ich bin heute kein typischer Typograf mehr, nur weil ich da in der Typografie arbeite. Im Prinzip sind das alles Designer.“<sup>88</sup>
- „[...] diese Trennungen sind sicher nicht mehr so wichtig. Im ganzen Kunstbereich ist es ja so, dass wir diese klaren Grenzen nicht mehr haben [...]“<sup>89</sup>
- „Textildesigner müssen sich einfach von der Vorstellung verabschieden, dass sie die einzigen sind, die Muster entwerfen können.“<sup>90</sup>
- „Es sind ja auch überall Muster. Es sind ja an allen Ecken und Enden Muster und die sind nicht alle von Textildesignern gemacht. Das ist auch nicht nötig.“<sup>91</sup>
- „Nein, im Grunde genommen ist alles Musterdesign. Nein, da ist kein Unterschied.“<sup>92</sup>
- „im Großen und Ganzen würde ich sagen, nein. Ja, weiß ich nicht, da habe ich mir noch keine Gedanken darüber gemacht.“<sup>93</sup>
- „Ich glaube, dass ist alles irgendwie nicht mehr relevant, seit dem elektronische Möglichkeiten des Entwurfs und der Link zwischen elektronischem Entwurf und elektronischer Produktion jeder, der grafische Datenverarbeitung machen kann, die Möglichkeiten hat, ein Muster herzustellen. Nicht nur ein Muster, ein Grafiker konnte immer ein Muster malen, zeichnen, was auch immer, aber der kann es

---

87 Pichler Heide. *Transkript 17*, Wien: 12.1.2017, S337, Abschnitte #18:29# bis #18:49#.

88 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S362, Abschnitt #8:52#.

89 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S217, Abschnitt #11:23#.

90 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S384, Abschnitt #34:08#.

91 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S384, Abschnitt #34:34#.

92 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S211, Abschnitt #26:25#.

93 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S243, Abschnitt #15:28#.

jetzt auch als physisches Objekt umsetzen. Digitaldruck auf Textil, Lasercutting etc. etc. etc. Das gibt einfach jedem jetzt die Möglichkeit, eine Oberfläche zu gestalten. Deswegen gibt es jetzt einfach nur noch den Unterschied zwischen Leuten, die ein Muster entwerfen und Leuten, die ein Muster entwerfen und ein Verständnis des Materials haben. Das ist für mich der Unterschied zwischen jemandem, der ein Dessinateur ist, Musterzeichner oder was war das Dritte? Surface Pattern Designer.“<sup>94</sup>

#### 4.1.4 Berufsbezeichnung

Designer, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit Muster entwerfen, wurden nach ihrer Berufsbezeichnung gefragt. Man kann hier einen Zusammenhang zwischen der Anwendung der Musterentwürfe und der Bezeichnung erkennen: Jene Designer, die ihre Designs vorwiegend auf Stoff drucken, nennen sich Textildesigner, während die Bezeichnung Ornamental Designer von jemandem genannt wurde, der vorwiegend für Architektur und Industrieprodukte entwirft.

- „Da steht keine Berufsbezeichnung [...] Ornamental Designer.“<sup>95</sup>
- „Weiß ich nicht (lacht). Berufsbezeichnung? [...] Textildruckmanufaktur, Surface Design and Screen Print.“<sup>96</sup>
- „Gar keine. (lacht) , Zugriff: ... Textildesigner.“<sup>97</sup>
- „Gar nichts [...] wir sind nicht selbstständig. [...] Textildesigner.“<sup>98</sup>
- „Werkstatt für Textildesign. Wobei ich eigentlich immer, wo es geht, Textildesign und Textildruck schreibe, eben beides.“<sup>99</sup>
- „Da steht Textildesign“<sup>100</sup>

---

94 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S383, Abschnitt #30:04#.

95 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S440, Abschnitt #11:42#.

96 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S279, Abschnitte #10:48# bis #10:59#.

97 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S418–419, Abschnitte #3:21# bis #3:42#.

98 Jahrmann Verena, Alina Kiesewetter. *Transkript 07*, Wien: 10.1.2017, S263–264.

99 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S241, Abschnitt #11:20#.

100 Persché Veronika. *Transkript 07*, Wien: 24.1.2017, S308, Abschnitt #07:57#.

## 4.2 Kategorie 2: Die Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene in Österreich

Obwohl der Begriff Szene bei der Abfrage der Surface Pattern Design Szene (bewusst) nicht genau definiert wurde, gab es keine Aufforderung der Befragten, ihn näher zu erklären. Jeder Interviewpartner hatte anscheinend ein Bild dazu. Es sei an dieser Stelle noch einmal erwähnt, dass in der finalen Zusammenstellung der Befragten vorwiegend Personen ausgewählt wurden, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit mit dem Entwurf von Mustern zu tun hatten. Aus den Antworten haben sich nachstehende Dimensionen herauskristallisiert, die in der Folge näher analysiert werden.

Dimensionen:

- ▶ Sichtbarkeit
- ▶ Vernetzung
- ▶ Branchen
- ▶ Namen
- ▶ Vergangenheit

### 4.2.1 Sichtbarkeit

Fünf der Befragten gaben an, die Surface Pattern Design Szene nicht so gut oder nicht zu kennen bzw. sagten, dass es sie nicht gäbe. Erwähnenswert dabei ist, dass auch *Stefan Thierry*, Gründungsmitglied von *Affabre*, des größten Surface Pattern Design Studios in Österreich, angab, die Szene nicht zu kennen.

- „Es ist mir noch nie ein Unternehmen untergekommen, das sich exklusiv damit beschäftigt, also, das sich jetzt ausschließlich darüber definiert.“<sup>101</sup>

- „Ganz ehrlich? Ich kenne sie nicht, die Szene.“<sup>102</sup>

- „Gar nicht. [...] und sonst habe ich überhaupt keinen Zugang dazu. Ich wüsste nichts zu nennen oder zu sagen.“<sup>103</sup>

---

101 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S222–223, Abschnitt #2:06#.

102 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S427, Abschnitt #31:31#.

103 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S217, Abschnitt #11:45#.

- „Ich kenne sie nicht so gut.“<sup>104</sup>
- „Eine Szene gibt es, glaube ich, nicht. Also, ich würde es jetzt nicht als Szene bezeichnen.“<sup>105</sup>
- „Bei so vielem kommt mir vor, das ist in Österreich im Anfangsstadium, eben so Loose Ends, da ist ein bisschen was und dort ist ein bisschen was. Es gibt nicht wirklich eine Szene und nicht wirklich etwas, auf das man zurückgreifen kann. Es kommt mir auch vieles sehr isoliert vor.“<sup>106</sup>
- „Ja, oder es wäre schön, wenn da schon mehr da wäre und nicht alles noch so in den Kinderschuhen wäre, so – jeder macht ein bisschen was und beginnt gerade erst zu arbeiten. [...] aber trotzdem alle mit ein bisschen einem anderen Bereich, ein bisschen einem anderen Fokus.“<sup>107</sup>

Für eine weitere Gruppe gab es so etwas Ähnliches wie eine Surface Pattern Design Szene.

- „Im Grunde genommen, ja, wenn auch jetzt nicht dezidiert Surface Pattern Design.“<sup>108</sup>
- „Sehr durchwachsen. Ich würde sagen es gibt den einen Teil, der aus dem Textilbereich kommt und noch sehr viel analog macht. Dann gibt es den anderen Teil, der aus dem Grafik & Mediendesign Bereich kommt und digital gut bewandert ist, aber denen z.T. das Spezialwissen für das Design von Oberflächen fehlt.“<sup>109</sup>

Drei der befragten Personen meinten, eine kleine Szene zu kennen.

- „Es gibt eine Szene, aber ich glaube, dass sie sehr klein ist [...]“<sup>110</sup>
- „Ja, die ist halt mini, mini, mini [...]“<sup>111</sup>
- „Es gibt schon eine, aber eine kleine. Es ist aber, glaube ich, weniger das Problem,

---

104 Jahrmann Verena. *Transkript 07*, Wien: 10.1.2017, S267.

105 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S337, Abschnitt #19:55#.

106 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S413, Abschnitt #16:20#.

107 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S413, Abschnitt #16:44#, #17:02#.

108 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S363, Abschnitt #11:44#.

109 Gadermeier Martin. *Email E01*, Wien: 7.3.2017, S455.

110 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S402, Abschnitt #15:35#.

111 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S315, Abschnitt #22:35#.

dass es zu wenig gibt, sondern einfach das Problem, dass keine Aufklärung in der Hinsicht besteht, von den Konsumenten her und deswegen zu wenig Nachfrage herrscht.“<sup>112</sup>

Widersprüchlich waren die Aussagen zu den Absolventinnen von Schulen, an denen Musterdesign unterrichtet wird. Auf der einen Seite würde durch sie die Szene zunehmend bereichert werden, auf der anderen Seite wurden sie als nicht für die Szene relevant wahrgenommen, weil es ohnehin kaum mehr einen Arbeitsmarkt im Textilbereich gäbe.

- „Also, ich sage mal, ja gibt es. Durchaus auch bedingt durch unsere Absolventinnen und Absolventen [...] Und es gibt sie. Die Musterzeichnerinnen und Musterzeichner, die einfach das als ihre Passion sehen. Und es nimmt auch zu [...]“<sup>113</sup>

- „[...] ich denke, es gibt sehr viele, die die Ausbildung haben, Modeschulabsolventen, aber wer das dann tatsächlich macht ... Also ich glaube, das wird gar nicht mehr gemacht. Es gibt kaum mehr Firmen, die Textilien herstellen.“<sup>114</sup>

Die fehlende Sichtbarkeit der Szene wurde mit dem Mangel an Angebot und Nachfrage begründet.

- „Aber es gibt keine Möglichkeit, zu arbeiten. Es gibt keine Firmen. [...] Weil die Industrie nicht da ist, die es braucht. Ich glaube nicht, dass wir das nicht könnten. Die Fähigkeiten und die Leute, die das könnten, wären da. [...] Aber es gibt niemanden, der das braucht, das ist das Problem. Ich sage nicht, dass nicht Leute da wären.“<sup>115</sup>

- „Weil es weniger Angebot gibt und auch weniger Nachfrage.“<sup>116</sup>

- „Ich glaube, dass sich da in den letzten Jahren nichts getan hat. Das ist halt immer weniger geworden. [...] Das alles hat sich verlagert, woanders [...] dieses Kunsthandwerk, diese Musterzeichnerei.“<sup>117</sup>

---

112 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S243, Abschnitt #16:56#.

113 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S348, Abschnitt #14:21#.

114 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S253, Abschnitt #04:32#.

115 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S434, Abschnitte #50:37# bis #51:59#.

116 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S375–376, Abschnitt #07:27#.

117 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S209–210, Abschnitte #21:17#, #21:50#.

Zu den Akteuren der Szene hatten die Befragten unterschiedliche Assoziationen. Anbei finden sich ein paar Aussagen: Es wurden beispielsweise ein Studio genannt, zwei Textildruckerinnen und -designerinnen und ein Sommersymposium. Im Abschnitt Namen und Branchen gibt es dazu noch konkretere Angaben.

- „Aber sonst, die meisten, die dann wirklich auch davon leben können, arbeiten in Wien für das Atelier Affabre.“<sup>118</sup>
- „Fabricfabrik [...] Und, also ich muss ehrlich sagen, das ist auch eines der ersten Projekte, die wir hier sozusagen aus diesem Bereich kennengelernt haben [...]“<sup>119</sup>
- „Es hat gerade eine Absolventin [...] die für ihren Eigenbedarf – also mit Eigenbedarf meine ich, die in Einzelunternehmen arbeiten und für ihren eigenen Druck, die, und das wissen wir, im gesamten Kreativwirtschaftsbereich einen immensen Anteil auch im Gesamtmarkt haben [...]“<sup>120</sup>
- „Aber natürlich, die Leiterinnen sind Professionelle und die haben alle, so ähnlich wie ich, einen Bereich gefunden, wo man mit dem Textil einfach selbständig arbeiten kann und viele sind Textilkünstlerinnen, viele sind handwerklich unterwegs und viele sind, so wie ich, so zwischendrin.“<sup>121</sup>

Erwähnenswert scheint der Autorin noch die folgende Aussage von *Alina Kiesewetter*, Designerin bei *Flemmich*, in der festgestellt wurde, dass es heutzutage mehr weibliche Surface Pattern Designer als männliche gibt. Dieses Verhältnis spiegelt sich nach Ansicht der Autorin auch in der Ausbildung und der Auswahl der Designer, die in Pattern Design Büchern wie beispielsweise *Print & Pattern* präsentiert werden, wider.

- „in diesen Berufen, in denen man viele Blümchen und so zeichnen muss, sind heute mehr die Damen vertreten. Es ist nun mal so.“<sup>122</sup>

## 4.2.2 Vernetzung

Die Frage, ob sie andere Surface Pattern Designer persönlich kennen,

---

118 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S349, Abschnitt #16:43#.

119 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S301.

120 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S349, Abschnitt #17:34#.

121 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S318, Abschnitt #28:17#.

122 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.2017, S269.

verneinte die Mehrzahl der Befragten. Vier der Befragten, die folgende Aussagen tätigten, gaben auch an, keine Surface Pattern Design Szene zu kennen. Daraus ließe sich ableiten, dass eine persönliche Vernetzung mit dem Kennen der Szene zusammenhängt.

- „[...] aber sonst auch nicht wirklich, nein.“<sup>123</sup>

- „Sonst fällt mir überhaupt niemand ein. Nein, ich kenne niemanden.“<sup>124</sup>

„Es sind schon immer wieder Designer herangetreten, die mit uns gemeinsam eine Kollektion machen wollten. [...] Es ist dann nie zu einer Kooperation gekommen, muss ich sagen.“<sup>125</sup>

- „Nein, persönlich ich nicht mehr.“<sup>126</sup>

- „Persönlich – würde ich auch nicht sagen KENNEN, aber vielleicht eine Bekanntschaft durch das Praktikum bei Backhausen.“<sup>127</sup>

- „Puh, der nur das macht, alleine? Also, ich persönlich kenne keinen, [...]“<sup>128</sup>

- „Die auch in dem Bereich arbeiten? [...] Nein. [...] ich bewege mich vom freundschaftlichen Umfeld her nicht in der Szene. Nicht wirklich.“<sup>129</sup>

Eine Minderheit gab an, weitere Leute aus der Surface Pattern Design Szene zu kennen.

- „[...] es hat lange gedauert, aber ich kenne jetzt ein paar Leute [...]“<sup>130</sup>

- „Ja. Erstens kenne ich meine Kollegen da. Und dann kenne ich schon noch ein paar, ich kenne eine, die hat jetzt zehn Jahre bei Lutz in Wels als Designerin gearbeitet, eben Surface Design, also von Bettwäsche bis Eigenprodukte [...]“<sup>131</sup>

---

123 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S282, Abschnitt #19:19#.

124 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S217, Abschnitt #11:45# .

125 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S208, Abschnitt #17:52#.

126 Jahrmann Verena. *Transkript 07*, Wien: 10.1.2017, S268.

127 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.2017, S268.

128 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S253, Abschnitt #04:32#.

129 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S244,  
Abschnitte #17:19#, #17:21#, #18:21#.

130 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S375–376, Abschnitt #07:27#.

131 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S402, Abschnitt #16:26#.

- „Da waren sehr viele Musterzeichnerinnen aus Deutschland. Dort ist das noch ein Studienlehrgang und da hab ich auch einmal eine privat kennengelernt [...]“<sup>132</sup>

Kenner der Surface Pattern Design Szene fanden, dass die Leute untereinander nicht sehr gut vernetzt seien.

- „[...] und halt nicht gut connected.“<sup>133</sup>
- „[...] man weiß auch nicht, es gibt da jetzt keine Vernetzung wirklich. Ich meine, ist die Frage auch, ob es das bei irgendwie einer Handvoll Leuten genau braucht, aber ich fände das schon gar nicht so blöd [...]“<sup>134</sup>
- „Die einzelnen Designer sind untereinander nicht gut vernetzt – viele ‚Einzelkämpfer‘.“<sup>135</sup>
- „Und da ist es halt unterschiedlich. Es gibt Leute, die offener sind und mit denen man sich dann vernetzt.“<sup>136</sup>
- „[...] es gibt ja dieses European Textile Network, diesen Verein. Und da hat jetzt Österreich, die Christina Leitner den Vorsitz übernommen. Das war früher in Hannover, in Deutschland und ist jetzt eigentlich in Haslach.“<sup>137</sup>

### 4.2.3 Branchen

Auf die Frage nach der Surface Pattern Design Szene wurden unterschiedliche Branchen genannt: Architektur, Mode, 3D und Textil.

- „Jetzige Architekten – es gibt so ein Haus, das jetzt auf dem Cover eines Jahrbuchs steht und das ist komplett von Holzpanelen, die man öffnen kann, umgeben. [...] Aber er hat, glaube ich, historische Motive aus der Bauernkultur ein bisschen transformiert. Es ist jetzt nicht das tollste Muster, aber [...]“<sup>138</sup>
- „Vielleicht Modedesigner, die das halt in einem machen, die aber hauptsächlich

---

132 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.2017, S268.

133 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S402, Abschnitt #15:35#.

134 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S315, Abschnitt #22:35#.

135 Gadermeier Martin. *Email E01*, Wien: 7.3.2017, S455.

136 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S318, Abschnitt #28:17#.

137 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S317, Abschnitt #26:22#.

138 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S446,

Abschnitte #29:25# bis #30:16#.

Modedesigner sind und ihre eigenen Textilien entwerfen.“<sup>139</sup>

- „Es gibt auch eine Vielzahl von unseren Schülern, die wirklich in dieser Branche tätig sind, die aus dem Surface Pattern Design herausgegangen sind und sich sehr wohl auf dem Arbeitsmarkt in berufsverwandten Branchen behaupten. Ob das jetzt der (unv.) ist, der halt dann 3D-Aufkleber gestaltet, ob das jetzt irgendwelche anderen Schüler sind, die irgendwo in einer zeichnerischen Branche untergekommen sind oder an der Angewandten weiterstudieren und sich hier dann spezialisieren – also, die Szene ist schon noch sehr lebendig.“<sup>140</sup>
- „[...] dann hat sie ganz spannende Erlebnisse gehabt mit Baumann, wo es dann irgendwie geheißen hat: Ah, wir bauen jetzt wieder irgendwas auf. [...] Da gab es irgendeinen Inder oder so, der da gekommen ist. Die waren aber dann so eigenartig, [...]“<sup>141</sup>
- „Und sie hat gemeint, ja, besser als die in Ost-Österreich, weil in Ost-Österreich versuchen sie, dich immer in den Handel-Kollektivvertrag reinzunehmen und in Vorarlberg gibt es irgendwie dieses Selbstverständnis, dass es (unv.) Industriekollektivvertrag.“<sup>142</sup>

#### 4.2.4 Vergangenheit

Interessanterweise kamen die interviewten Personen bei der Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene auch auf die Vergangenheit zu sprechen, ohne dass diese in dem Teil der Interviews aktiv abgefragt wurde. Man könnte draus ableiten, dass es in diesem Punkt eine Verbindung zwischen Vergangenheit und Gegenwart gibt.

- „Na ja, es gibt eine große Tradition, würde ich sagen. [...] Ja, wenn man sich ein Unternehmen wie Backhausen anschaut oder man schaut sich die Wiener Werkstätte an. Aber auch früher, die Patterns die im Biedermeierstil entstanden sind. [...] Ja, Kaiserzeit. 19. und 20. Jahrhundert, da gibt es schon eine große, große Tradition. Aber du meinst, jetzt, oder?“<sup>143</sup>
- „When I started 40 years ago, I had a lot of costumers in Vienna also. Fashion company that buy the design. That give the print to Fusenegger. But today is completely

---

139 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S282, Abschnitt #19:19#.

140 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S363, Abschnitt #11:44#.

141 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S376, Abschnitt #08:47#, #09:03#.

142 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S377, Abschnitt #11:09#.

143 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S444, Abschnitte #23:17# bis #23:49#.

different. It is not so easy in one way and there are not enough companies. Not only in Österreich but generally in Europe. It is necessary to go to work in other place. Turkey, China, India because I think it is not enough to grow.“<sup>144</sup>

- „Es war die Textilindustrie auch noch ein bisschen lebendiger. [...] Also, das hat mehr Querverbindungen produziert, also, Designer, die dort kommen und gehen und zwischen Betrieben wechseln [...]“<sup>145</sup>
- „Naja, ich kann mich zum Beispiel erinnern, dass, wie ich mit der Ausbildung fertig geworden bin, das war schon so ungefähr die Zeit, wo dann gerade auch in Vorarlberg wirklich viele Unternehmen eigentlich geschlossen haben. [...] Ich glaube, dass sich da in den letzten Jahren nichts getan hat. Das ist halt immer weniger geworden.“<sup>146</sup>
- „Ganz früher war das ja eigentlich so, dass diese Firmen selber Musterkollektionen angeboten haben und Textilmusterzeichner haben diese entworfen und das ist dann eingekauft worden. Aber das hat sich dann irgendwann geändert [...]. Und eben diese Firmen hier eigentlich überhaupt nicht mehr bestehen können und das alles nach Asien verlagert wird (unv.), ist, glaube ich, ein kapitalistisches Problem (lacht) [...]“<sup>147</sup>

#### 4.2.5 Namen

Die folgenden Nennungen, sind aus den Textstellen extrahiert, die dem Thema Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene in Österreich zugeordnet wurden. Es kann sein, dass es weitere Nennungen in Textstellen gibt, die anderen Themen zugeordnet und an dieser Stelle nicht aufgenommen wurden. Die Liste hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder strukturelle Abbildung der Realität. Die Nennungen der Künstler kommen beispielsweise zum Großteil von einer einzigen Person.

Interessant ist die Tatsache, dass der Surface Pattern Design Szene unterschiedlichste Bereiche zugeordnet wurden. Eine strikte Abgrenzung ist in den Zuordnungen nicht erkennbar. *Gilbert Bretterbauer*, Leiter der Abteilung *textil.kunst.design* an der *Kunstuniversität Linz*, wird beispielsweise von einem Befragten, der ihn nicht persönlich kennt, genannt und von einer Kollegin, die ihn persönlich kennt, nicht genannt. Es gab auch

---

144 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S199, Abschnitt #11:36#.

145 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S428, Abschnitte #31:10#, #32:28#.

146 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S209, Abschnitt #21:17#.

147 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S253, Abschnitt #04:32#.

Fälle, bei denen die Befragten ihnen bekannte Namen, die eindeutig der Szene zugeordnet werden können, wie beispielsweise Affabre, nicht aktiv genannt haben.<sup>148</sup>

### Textilbetriebe

- „Backhausen“<sup>149 150 151 152</sup>
- „Baumann“<sup>153 154</sup>
- „Getzner“<sup>155 156 157</sup>
- „Leitner“<sup>158</sup>
- „Wolford“<sup>159</sup>

### Musterdesign Studio

- „Affabre“<sup>160 161 162 163 164 165 166</sup>
- „Fluxus“<sup>167</sup>

### Textildesigner

- „Leni Schübl“<sup>168</sup>
- „Loretta Cosima“<sup>169</sup>

- 
- 148 Vgl. Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S402, Abschnitte #16:28#, #16:35#.
- 149 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S444, Abschnitt #23:35#.
- 150 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S209, Abschnitt #21:17#.
- 151 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S267.
- 152 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S339, Abschnitt #26:03#.
- 153 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S376, Abschnitt #07:44#.
- 154 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S339, Abschnitt #26:03#.
- 155 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S376, Abschnitt #07:44#.
- 156 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S267.
- 157 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S339, Abschnitt #26:10#.
- 158 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S340, Abschnitt #28:38#.
- 159 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S267.
- 160 Vgl. Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S444, Abschnitt #24:18#.
- 161 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S282, Abschnitt #19:19#.
- 162 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S217, Abschnitt #11:45# .
- 163 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S376, Abschnitt #08:47#.
- 164 Jahrman Verena. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S267.
- 165 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S337, Abschnitt #19:55#.
- 166 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S349, Abschnitt #16:43#.
- 167 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S337, Abschnitt #19:55.
- 168 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S375–376, Abschnitt #07:27#.
- 169 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S349, Abschnitt #17:40#.

- „Stephanie Klaura“<sup>170</sup>

### Ornamental Designer

- „Werner van Van Hoeydonck“<sup>171</sup>

### Textil-, Siebdruckwerkstätte

- „Fabricfabrik“<sup>172</sup>

### Fliesenhersteller

- „Karak“<sup>173 174</sup>

### Emailschmuckproduzent

- Freywille<sup>175</sup>

### Ausbildungsstätte

- Haslacher Textilfachschule<sup>176 177</sup>

### Verein

- Textile Kultur Haslach<sup>178</sup>

### Fashiondesigner

- „Arthur Arbesser“<sup>179</sup>

- „Okki Zykan“<sup>180</sup>

- „Susa Kreuzberger“<sup>181</sup>

### Illustrator

- „Paolo Tosold“<sup>182</sup>

---

170 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S304.

171 Sermet Sibel. *Email 00*, Wien: 12.10.2016, S454.

172 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S301.

173 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S444, Abschnitt #24:18#.

174 Sermet Sibel. *Email 00*, Wien: 12.10.2016, S454.

175 Vgl. Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S446, Abschnitt #30:16#.

176 Vgl. Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S268.

177 Vgl. Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S340, Abschnitt #28:13#.

178 Vgl. Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1., S316, Abschnitt #25:46#.

179 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S304.

180 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S301.

181 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S304.

182 Sermet Sibel. *Email 00*, Wien: 12.10.2016, S454.

## Künstler

- „Adriana Czernin“<sup>183</sup>
- „Franz Graf“<sup>184</sup>
- „Gilbert Bretterbauer“<sup>185</sup>
- „Heimo Zobernig“<sup>186</sup>
- „Kurt Hofstetter“<sup>187</sup>
- „Nina Levett“<sup>188</sup>
- „Peter Kogler“<sup>189</sup>

### 4.3 Kategorie 3: Die Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene im Ausland

Im Rahmen der Abfrage nach der Surface Pattern Design Szene im Ausland wurden Aspekte genannt, die bei der Abfrage der heimischen Szene nicht erwähnt wurden. Im Ausland wurden im Gegensatz dazu durchaus Aktivitäten im Surface Pattern Bereich wahrgenommen.

- „Auf jeden Fall mehr als bei uns.“<sup>190</sup>

- „[...] durch Gespräche mit, zum Beispiel Print Unlimited oder einer Designerin, einer Modedesignerin in dem Fall, die in Tokio sitzt, da habe ich schon das Gefühl bekommen, dass es woanders einfach viel mehr gibt [...]“<sup>191</sup>

„[Interviewer: Das heißt, im Ausland wäre mehr gewesen, als in Österreich?] Ja. Leider Gottes, ja. [...] Auch von der Verständigung oder von den Treffen her ist es halt viel angenehmer, wenn das nicht über Skype oder Zoom oder sonstige Videokonferenzen irgendwie ausgedeutet werden muss und auch sprachlich ist es natürlich angenehmer, wenn man die gleiche Sprache spricht.“<sup>192</sup>

---

183 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S446, Abschnitt #32:48#.

184 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S445, Abschnitt #26:20#.

185 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S445, Abschnitt #27:47#.

186 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S445, Abschnitt #27:14#.

187 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S445, Abschnitt #26:55#.

188 Sermet Sibel. *Email 00*, Wien: 12.10.2016, S454.

189 Vgl. Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S445, Abschnitt #27:20#.

190 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S283, Abschnitt #19:30#.

191 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S410, Abschnitt #8:40#.

192 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S410,

Abschnitte #8:48# bis #9:17#.

Aus den genannten Dimensionen lässt sich schließen, dass einige der folgenden Faktoren essentiell für eine funktionierende Szene sind.

**Dimensionen:**

- ▶ Länder
- ▶ Ausbildung
- ▶ Messen
- ▶ Produzenten/Industrie
- ▶ Handel
- ▶ Kreativwirtschaft
- ▶ Museen/Institutionen
- ▶ Internet
- ▶ Persönlichkeit/Stil

### **4.3.1 Länder**

Eine starke Präsenz im Surface Pattern Design Bereich wurde von den Befragten in folgenden Ländern wahrgenommen:

England, Italien, Frankreich

- „Da ist natürlich England ein sehr starkes Thema, die Engländer sind sehr präsent.“<sup>193</sup>
- „Also, die drei starken sind ganz sicher England, Italien, Frankreich.“<sup>194</sup>
- „[...] in Italy we have an association, Italian Textil Design Association, and I am the president of this association. So we have quite 100 studios from people, who work alone and companies with lot of employers. But we have really 20 companies that work worldwide and the biggest is quite 45 employers, so it is a big company and at the minimum they have 5 people or something.“<sup>195</sup>
- „Ich glaube, dass die Engländer – ich glaube, muss ich wirklich betonen – da einfach einen größeren Bereich haben, wo sie arbeiten können.“<sup>196</sup>
- „Oder Italien [...] die dürften auch einen größeren Markt haben, zumindest in

---

193 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S428, Abschnitt #33:58#.

194 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S428, Abschnitt #33:58#.

195 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S201, Abschnitt #29:11#.

196 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S217, Abschnitt #13:11#.

Norditalien, in Como, dürfte dort mehr existieren als bei uns.“<sup>197</sup>

- „Da ist es besser. Wenn man dort sagt, man studiert Textildesign ist es so, wie wenn man sagt, man studiert Physik oder so. Und da wissen die Leute eben meistens, was das ist. In Österreich wurde ich oft gefragt: Aha, Textildesign, Mode, bist du Schneiderin?“<sup>198</sup>
- „[...] zum Beispiel in Mailand, die ganzen Textilmessen [...]“<sup>199</sup>
- „[...] in Großbritannien [...] eigentlich wahnsinnig stark [...]“<sup>200</sup>
- „Ja, also jetzt in Großbritannien. Da kann ich bestens beurteilen [...] Okay, wahrscheinlich in Frankreich wird es besser ausschauen (...) dass die auch noch viel und in Italien natürlich, aber da kann ich wenig dazu sagen [...]“<sup>201</sup>
- „Hausnummer, jemand fragt mich, was ich mache und ich sage Surface Pattern Design, haben die keine Ahnung, was das ist. Was, glaube ich, in Australien oder England auf jeden Fall anders ist, da kennen sie sich aus.“<sup>202</sup>

## Japan, Korea

- „Die Asiaten sind sicher die nächstgrößere Gruppe. Ein bisschen Korea, auf jeden Fall Japan, China ist nicht vorhanden. [...] Innerhalb von China gibt es das schon, es gibt in Shanghai so [...] Nicht international vertreten. Aber in Japan gibt es auf jeden Fall sehr beachtliche Studios. [...] Die haben auch heute ganz tolle Sachen, ganz beeindruckende Geschichten.“<sup>203</sup>

Im Strickbereich wurden auch skandinavische Länder erwähnt.

- „[...] in Skandinavien, also in Schweden – Finnland, Norwegen kann ich nicht so sagen – Niederlande und ja, das sind die Länder, die eigentlich wahnsinnig stark sind. Belgien natürlich auch, die machen wahnsinnig viel.“<sup>204</sup>

---

197 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S217, Abschnitt #13:11#.

198 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S403, Abschnitt #19:00#.

199 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S245, Abschnitt #21:20#.

200 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S319, Abschnitt #31:05#.

201 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S319–320, Abschnitt #33:31#.

202 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S282, Abschnitt #18:03#.

203 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S429,  
Abschnitte #34:51# bis #35:17#.

204 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S319, Abschnitt #31:05#.

Im Zuge der Befragungen wurden auch immer wieder deutsche Designer, genannt, die in Österreich arbeiten.

- „Wenn du rausfährst nach Vorarlberg, hast du lauter Krefelder dort sitzen, die haben aber Dornbirn vor der Nase, die haben unsere Schule vor der Nase, aber die haben lauter Krefelder dort sitzen, weil die sind ja so toll.“<sup>205</sup>
- „Österreich ist da abgekapselt, ich glaube schon, dass die Konkurrenz aus Deutschland uns überdeckt. Auch das ist nur ein Glaube oder ein Gefühl – dass es in Deutschland diesen Bereich Pattern Design schon noch gibt.“<sup>206</sup>
- „Auch in München, oder nicht in München, die Heimtextil? Auf jeden Fall in Deutschland.“<sup>207</sup>

Aus den USA werden zwar keine starken Konkurrenten auf Messen wahrgenommen, aber eine Offenheit der Designer digitaler Medien gegenüber.

- „Die Amerikaner eigentlich gar nicht. [...] Es gibt praktisch kaum bis überhaupt keine Studios.“<sup>208</sup>
- „Grundsätzlich sind die Designer in den USA offener gegenüber digitalen Medien [...]“<sup>209</sup>

### 4.3.2 Ausbildung

Ausbildungsstätten wurden bei den Befragten vorwiegend in Großbritannien verortet.

- „Wenn jemand zu mir kommen würde, würde ich sagen, geht nach England.“<sup>210</sup>
- „Jede Universität, die ein Design Department hat, bietet Textildesign an. Das ist einfach komplett normal. Das hat dort einen anderen Stellenwert.“<sup>211</sup>

---

205 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S365–366, Abschnitt #16:37#.

206 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S217, Abschnitt #13:11#.

207 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S245, Abschnitt #21:20#.

208 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S428–429, Abschnitte #33:58#, #34:22#.

209 Gadermeier Martin. *Email E01*, Wien: 7.3.2017, S455.

210 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S78, Abschnitt #6:34#.

211 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S375, Abschnitt #06:39#.

- „Da gibt es Ausbildungsstätten, aber das sind, glaube ich, Kombinationen aus Technik und Muster.“<sup>212</sup>
- „Oder Italien – da hast du eh wahrscheinlich mit Heidi geredet, was es dort für Ausbildungsstätten gibt.“<sup>213</sup>
- „Wenn man dort sagt, man studiert Textildesign, ist es so, wie wenn man sagt, man studiert Physik oder so. Und da wissen die Leute eben meistens, was das ist.“<sup>214</sup>
- „[...]das waren in Großbritannien 44 Ausbildungsstätten, Unis und Schulen. Ja, nur für Textildesign.“<sup>215</sup>
- „Und insofern war das wohl auch ein sehr beliebtes Studium.“<sup>216</sup>
- „In der Schweiz weiß ich, dass es auch noch ziemlich gut ist, was Schulen betrifft [...]“<sup>217</sup>
- „Das stimmt, das stimmt. In Deutschland gibt es einige ganz gute Ausbildungsstätten noch.“<sup>218</sup>
- „[...] wenn ich im Ausland studiert habe und aus England komme, wo ich vielleicht auch noch zehn Jahre gearbeitet habe und dann nach Wien zurückkomme, nach Österreich, knien alle vor mir und sagen: Was für ein Designer!“<sup>219</sup>
- „Meine Ausbildung habe ich über die ‘*makeitindesign*’ online Schule gemacht die von einer Engländerin gegründet wurde.“<sup>220</sup>

### 4.3.3 Messen

In der Befragung wurden hauptsächlich Messen in Deutschland, Frankreich und Italien erwähnt.

---

212 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S218, Abschnitt #13:40#.

213 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S218, Abschnitt #13:57#.

214 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S403, Abschnitt #19:00#.

215 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S319, Abschnitt #31:05#.

216 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S319, Abschnitt #31:58#.

217 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S319–320, Abschnitt #33:31#.

218 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S320, Abschnitt #33:57#.

219 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S364–365, Abschnitt #14:45#.

220 Kammerlander Alice. *Email E03*, Wien: 11.4.2017, S457.

- „And this group has a consortium that we call Como Crea, that organises two shows only for the designers for the fashion in march and in october. And with this consortium we participated to a lot of other shows in the world and we continue to support the companies. Our customers have a design center style studio inside but they need to have continuous input and new ideas. So that is a small reacting in our economy district of Como.“<sup>221</sup>
- „[...] zum Beispiel in Mailand, die ganzen Textilmessen, ich meine, das sind halt auch wieder große Firmen, ob die dann an Kleinen Interesse haben und mit denen zusammenarbeiten, das weiß ich jetzt leider nicht, da habe ich mich zu wenig damit beschäftigt. [...] Auch in München, oder nicht in München, die Heimtextil? Auf jeden Fall in Deutschland.“<sup>222</sup>
- „In Österreich ist man noch nicht so offen für Sourcing über das Internet. Die größeren produzierenden Unternehmen haben oft interne Designer oder kaufen direkt bei Designern. Z.B. auf Messen in Deutschland, Frankreich oder Italien.“<sup>223</sup>

Die nachfolgend genannte Messe in England ist eine von vielen Graduate Shows im Land, die im Sommer von den Universitäten angeboten werden und die Arbeiten der besten Absolventen zeigen.

- „Ja, es ist viel mehr Nachfrage, auch von den Firmen her. Also, die großen Firmen, wenn ich allein denke an die Messe, die *New Designers*, da haben schon einmal alle Unis – nicht alle, aber viele – Unis und Schulen die Möglichkeit, ein paar Absolventen zu präsentieren und dann sind natürlich auch Firmen dort vertreten, die dann Leute anwerben, die herumgehen und sagen: Deine Kollektion gefällt mir, wir kaufen sie. Und das ist schon einmal auf jeden Fall eine Chance [...]“<sup>224</sup>

#### 4.3.4 Produzenten/Industrie

Eine Verbindung zur Industrie scheint für die Surface Pattern Design Branche wichtig zu sein, da Produzenten eine wesentliche Absatzquelle für Musterdesigns sind. Wie den Interviews zu entnehmen ist, dürfte mittlerweile auch Europa (nicht nur Österreich) von einer Abwanderung der Textilindustrie nach Asien betroffen sein.

---

221 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S201, Abschnitt #29:11#.

222 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S245, Abschnitt #21:20#.

223 Gadermeier Martin. *Email E01*, Wien: 7.3.2017, S455.

224 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S245, Abschnitt #20:30#.

- „Weil die Industrie nicht da ist, die es braucht. Ich glaube nicht, dass wir das nicht könnten. Die Fähigkeiten und die Leute, die das könnten, wären da.“<sup>225</sup>
  
- „Wir sind früher ins Auto eingestiegen und sind 40 oder 50 000 Kilometer im Jahr mit dem Auto in Europa spazieren gefahren. Der Wolfgang kriegt im Jahr keine 40 bis 50 000 Kilometer zusammen, weil er überall herumfliegt und auch nach Shanghai und Istanbul fliegt, weil dort unsere Kunden sind. [...] Die große Industrie ist einfach gekillt worden, in Europa. [...] Das ist vorbei, das muss man einfach akzeptieren.“<sup>226</sup>
  
- „Sie bedienen ja nicht nur England, sondern diese Verbindungen mit diesen Commonwealth Staaten, das hängt ja alles noch zusammen und ich glaube, da gibt es eine viel größere Möglichkeit, sich zu etablieren oder etwas zu tun, als bei uns. Österreich ist da abgekapselt, ich glaube schon, dass die Konkurrenz aus Deutschland uns überdeckt. [...] Die haben einfach noch einen größeren Markt. Wir haben keinen Markt mehr.“<sup>227</sup>
  
- „Ja, es ist viel mehr Nachfrage, auch von den Firmen her.“
  
- „Und man hat natürlich dort auch ganz viele Firmen. Mittlerweile auch nicht mehr so viele, aber früher.“<sup>228</sup>
  
- „[...] die sind auch noch viel mit der Industrie verknüpft, auch wenn die Industrie in Übersee ist. Die machen da wirklich noch viel.“<sup>229</sup>
  
- „Wenn man mit Musterzeichen, ganz vereinfacht ausgedrückt, heute in Europa Geld verdienen will, muss man sich einfach ein Segment suchen, wo das noch gebraucht wird. Und wenn man das einmal auf Österreich reduziert, ist das mit Sicherheit nicht Textil. Das muss irgendwas anderes sein. Das sind offensichtlich auch nicht mehr die Autobezugsstoffe, wie man hört. Die gehen ja auch alle krachen jetzt.“<sup>230</sup>
  
- „Weil es weniger Angebot gibt und auch weniger Nachfrage. Es gibt in England, glaube

---

225 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S434, Abschnitt #51:39#.

226 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S434–435, Abschnitte #52:19#, #52:51#, #53:55#, #54:02#.

227 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S217–218, Abschnitte #13:11#, #13:57#.

228 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S403, Abschnitt #19:19#.

229 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S319, Abschnitt #31:58#.

230 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S435, Abschnitt #54:44#.

ich, schon vermehrt die Möglichkeit, in Studios und bei Unternehmen zu arbeiten.“<sup>231</sup>

### 4.3.5 Handel

In Großbritannien, einem Land, dem in den Interviews viele Ausbildungsstätten im Bereich Surface Pattern Design und eine gute Anbindung an die Industrie zugeordnet wurden, verorteten die Befragten auch zahlreiche kleinere Läden und Marktstände, in denen Textilstücke angeboten werden. Erwähnenswert ist hier die von den Befragten als selbstverständlich wahrgenommene Verbindung von Musterdesign und Textilstücken.

- „Zum Beispiel in jeder großen Stadt kannst du Textildesignstücke kaufen – London, Manchester, Derby. Das ist halt irgendwie lokal. Dann verteilt sich das halt irgendwie übers Land.“<sup>232</sup>
- „Und solche Läden – das hat in London oder in England generell – aber in London hat das schon seit Jahren, wenn nicht Jahrzehnten eine Tradition, dass es solche Läden gibt.“<sup>233</sup>
- „[...] da merkt man jetzt in London oder so auch, dass wahnsinnig viele auf so Märkten sind und versuchen, eigene Produkte an die Frau zu bringen. Es ist vielleicht auch ein bisschen zuviel, auch für das, wie die dort ihr Leben bestreiten.“<sup>234</sup>
- „Ein kleiner Goldschmied kann, glaube ich, noch eher seine Nische finden und sie behalten. Auch ein kleines Modelabel oder ein kleiner Schneider kann es vielleicht auch noch schaffen, aber er wird es sicher auch nicht leicht haben, neben H&M und Co.“<sup>235</sup>

### 4.3.6 Kreativwirtschaft

Das Konzept der Creative Industries wurde 1997 von der englischen Regierung unter Toni Blair eingeführt<sup>236</sup>, während der erste österreichische

---

231 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S375–376, Abschnitt #07:27#.

232 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S403, Abschnitt #19:54#.

233 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S350, Abschnitt #17:56#.

234 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S319, Abschnitt #31:58#.

235 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S435, Abschnitt #53:49#.

236 Flew Terry, *Creative Industries. Culture and Policy*, London: Sage Publications Ltd 2012, S1; [https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/42872\\_Flew.pdf](https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/42872_Flew.pdf), Zugriff: 20.7.2017.

Kreativwirtschaftsbericht<sup>237</sup> aus dem Jahr 2003 stammt. Interessanterweise wurde in einem Interview eine viel längere Zeitspanne zwischen der erstmaligen Vorstellung des Begriffs in Großbritannien und der Thematisierung in Österreich wahrgenommen. Zusammen mit der Kreativwirtschaft wurde auch die unterschiedliche steuerliche Situation zwischen den Ländern erwähnt. In einem weiteren Interview wurde angegeben, dass das Thema Surface Pattern Design in der Kreativwirtschaft der USA besser als bei uns vertreten sei.

- „Einer der primären Faktoren ist die steuerliche Situation. Toni Blair hat eine Begrifflichkeit, wie Kreativwirtschaft eingeführt. Das hat bei uns – einmal nur, bis die Begrifflichkeit zu uns kam – hat es schon mal 15 Jahre gedauert. Teilweise haben wir in der Kreativwirtschaft – und das ist nicht nur in den neuen Medien, was immer das heißen mag – Relevanz und generell auch durch klassische Techniken ein unglaubliches Wirtschaftswachstum. Noch immer nimmt man es aber nicht ernst genug.“<sup>238</sup>

- „[...] in den USA [...] Es wird auch das Thema Surface Design besser in der Kreativ-Wirtschaft vertreten.“<sup>239</sup>

#### **4.3.7 Museen/Institutionen**

Museen und Institutionen als Impulsgeber, aber auch Spiegel für eine Surface Pattern Design Szene wurden in den Interviews nur einmal von *Veronika Persché*, Strickdesignerin, erwähnt, scheinen der Autorin aber ein wichtiger Bestandteil einer Szene zu sein.

- „In der Schweiz [...] da gibt es viele Museen und Institutionen, die sich damit noch auseinandersetzen, habe ich den Eindruck.“<sup>240</sup>

#### **4.3.8 Internet**

Auch Aktivitäten im Internet wurden in den Interviews im Zusammenhang mit der Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene nur von einem Befragten, *Martin Gadermeier* von *patterndesigns*, erwähnt, scheinen der Autorin aber ebenfalls ein wichtiger Faktor für die Szene zu sein.

---

237 KMU Forschung Austria, *Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht Wien 2003*, Wien: 2003.

238 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S350, Abschnitt #18:55#.

239 Gadermeier Martin. *Email E01*, Wien: 7.3.2017, S455.

240 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S319–320, Abschnitt #33:31#.

- „In Österreich ist man noch nicht so offen für Sourcing über das Internet. Die größeren produzierenden Unternehmen haben oft interne Designer oder kaufen direkt bei Designern. [...] manche wären sogar offen, über das Internet Muster zu kaufen, kennen uns aber noch nicht. Die kleineren Labels und Durchstarter sind da eher offen und recherchieren einfach mal im Internet ob sie Quellen finden. [...] Grundsätzlich sind die Designer in den USA offener gegenüber digitalen Medien und nutzen das Internet um sich auf die Suche nach Gleichgesinnten zu machen. Es gibt von Designern organisierte LinkedIn oder Facebook Gruppen auf denen Fragen, Bedenken, Probleme aber auch Erfolge und Neuigkeiten ausgetauscht werden.“<sup>241</sup>

#### 4.3.9 Persönlichkeit/Stil

Vier der folgenden Kommentare stammen aus einem einzigen Interview mit *Gerhard Prikoszovits*, Unterrichtender an der *HTL Spengergasse*, bilden aber verschiedene Aspekte ab, die zum Erfolg eines Surface Pattern Designers beitragen können und offensichtlich bei ausländischen (Surface Pattern) Designern besser ausgeprägt scheinen als hierzulande: Selbstbewusstsein, Eloquenz, Innovation, Kommunikation, Mut. Dem Stil der ausländischen Designer wurden folgende Ausprägungen zugeschrieben: Pepp haben, modisch, cool.

- „Es ist ganz einfach so, dass die Designer im Ausland oder in einigen Ländern wesentlich selbstbewusster auftreten und wesentlich eloquenter wirken. Wenn ich mir die Italiener manchmal anhöre [...] aber trotzdem hat es einen gewissen Pepp. Die Österreicher sind immer noch ein bisschen in dieser altmodischen Schiene drinnen, wo man sagt, die Blumen sind immer gegangen, die werden auch weiterhin gehen und die braune Krawatte mit den roten Streifen ist noch immer aktuell. Ich denke doch, dass das Ausland hier wesentlich innovativer wirkt.“<sup>242</sup>
- „Das ist ganz einfach eine Charaktersache. [...] Im Grunde genommen war das immer schon ein bisschen so diese österreichische Mentalität, so dieses – Österreicher im eigenen Land, das zählt nicht wirklich viel. [...] dieses Nörglerische, ein bisschen das Runtermachen des eigenen Landes.“<sup>243</sup>
- „Man muss es ja auch so betrachten: Schau dir einmal an, wie sich ein Deutscher

241 Gadermeier Martin. *Email E01*, Wien: 7.3.2017, S455.

242 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S364, Abschnitt #14:13#.

243 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S364–365, Abschnitte #14:45#, #15:02#, #15:30#.

verkauft und wie sich ein österreichischer Designer verkauft. Der Deutsche sagt: Na, was wollen Sie von mir? Was zahlen Sie? Ich kann das! Das mache ich! Der Österreicher sagt: Würden Sie mich aufnehmen? Wäre das möglich? Vielleicht doch? Das ist so, das Auftreten ist ganz anders.“<sup>244</sup>

- „Eloquenten sind sie sowieso als wir, in der Uni, bei den Seminaren, die Deutschen haben immer geredet und wir sind so still. [...] trauen sich, ich weiß nicht, warum das so ist. [...] Ich würde sagen, bei mir selber – wir brauchen viel länger, es ist dann schon irgendwann, aber es dauert viel länger! Da sind die anderen aber schon ein paar Meter weiter vorne. Schon wieder weg. [...] Ja, ist so. Leider.“<sup>245</sup>
- „Ja. Und sie haben halt auch einen coolen Style irgendwie.“<sup>246</sup>
- „Anderer Zugang, andere Persönlichkeit, andere Charakteristika – das ist, finde ich, immer spannend. [...] Ja, auch eine andere Art zu denken, eine andere Art zu arbeiten.“<sup>247</sup>

## 4.4 Kategorie 4: Die Ausbildung für Surface Pattern Design in Österreich

Im Rahmen der Auswertung ließen sich zum Thema Ausbildung anschließende Dimensionen herausarbeiten.

Dimensionen:

- ▶ Ausbildungsstätten
- ▶ Qualität
- ▶ Kritik
- ▶ Trends/Entwicklungen
- ▶ Verbesserungsvorschläge/Chancen

### 4.4.1 Ausbildungsstätten

- „Beim derzeitigen Stand bräuchte man eine Ausbildungsstätte, zumindest eine Ausbildungsstätte, die diese Kompetenz auch wieder anbietet, also das Erlernen dieser Kompetenz. De facto, in klaren Worten ausgedrückt heißt das, ich brauche einen

---

244 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S366, Abschnitt #17:11#.

245 Prikoszovits Gerhard, Eugénie Hadinoto, Heide Pichler. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S367, Abschnitte #19:06# bis #19:36#.

246 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S403, Abschnitt #20:07#.

247 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S421, Abschnitte #9:37#, #10:43#.

Standort und das kann durchaus im universitären Bereich sein. Ich würde mir zum Beispiel wünschen, dass eine Angewandte auch wirklich, sagen wir mal, up to date ist mit den Maschinen.“<sup>248</sup>

In den Interviews wurden folgende Ausbildungsstätten im Zusammenhang mit Surface Pattern Design genannt:

→ ***HTL Spengergasse***

Die *HTL Spengergasse* ist derzeit die einzige Ausbildungsstätte in Österreich, in der Surface Pattern Design eine sichtbare Rolle im Lehrplan spielt. Der Ausbildungszweig nennt sich *Interior und Surface Design*.

- „[...] weil es uns ein Anliegen war, dass wir die Muster – die Kompetenz der Musterzeichnung – erhalten. Das ist Teil – mehr oder weniger – des Surface von Interior und Surface, dass das erhält.“<sup>249</sup>
- „Und ja, auch deine Schule, auf der Spengergasse – die habe ich jetzt eigentlich erst entdeckt.“<sup>250</sup>
- „[...] sonst kenne ich jetzt eigentlich auch nur die Spengergasse, die das explizit anbietet.“<sup>251</sup>
- „Ich würde sagen, die Spengergasse. Das war eigentlich die einzige Schule, HTL, die das angeboten hat. Ich glaube, Ausbildung zum Textiltechniker oder?“<sup>252</sup>

Im tertiären Bildungsbereich wurden folgende Institutionen genannt:

→ ***Die Angewandte, Universität für Angewandte Kunst Wien***

- „[...] auf der Angewandten haben sie es schon eingestellt, vor Jahren, da gab es nur Mode oder Textil auf Lehramt.“<sup>253</sup>
- „An der Angewandten gibt es das nicht richtig als Ausbildung, es ist ein Teilbe-

---

248 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S354, Abschnitt #33:10#.

249 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S344, Abschnitte #03:23#, #03:31#.

250 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S447, Abschnitt #2:54#.

251 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S302.

252 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S255, Abschnitt #10:16#.

253 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S306, Abschnitt #02:41#.

reich der Kunsterzieher, die sich eventuell damit beschäftigen oder der Modestudenten, die im Rahmen einer Kollektion auch bestimmte Musterungen entwerfen – aber es gibt das nicht mehr als Schwerpunktausbildung.“<sup>254</sup>

- „[...] auf der Mode, auf der Angewandten gibt es schon noch Strick. [...] man muss schon froh sein, dass sie den Herrn Brenn [...] haben, auf der Angewandten für Strick. Weil, der ist super und der kennt sich aus und der kann das wenigstens. Wenn das Equipment schon nix hergibt.“<sup>255</sup>

- „An der Angewandten gibt es Erwin Bauer der jetzt ein Semesterprojekt über Ornamente und Muster gemacht hat.“<sup>256</sup>

- „Die Kunsthochschulen oder in Wien, die Angewandte [...]“<sup>257</sup>

## → Kunstuniversität Linz, Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz

- „Es gab es damals andererseits als Universitätsausbildung in Linz schon, nur vom Schwerpunkt her war das auch nicht auf Mustergestaltung, sondern auf Textilkunst.“<sup>258</sup>

- „Es gibt ja angeblich schon was in Linz oder so irgendwas, ich weiß nicht, dort geht es eher in die künstlerische Richtung.“<sup>259</sup>

- „Es ist künstlerischer [...] es ist nicht der Versatz im Vordergrund, sondern die künstlerische, experimentelle, innovative Komponente. [...] Na ja, ich glaube, Linz kann man dazu rechnen, nachdem dieser Designschwerpunkt auch vorhanden ist.“<sup>260</sup>

- „[...] die Uni in Linz – ich weiß nicht, wie weit die Surface Pattern Design machen als Teilbereich [...]“<sup>261</sup>

---

254 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S214, Abschnitt #4:11#.

255 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S314, Abschnitte #20:23#, #21:07#.

256 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S447, Abschnitt #1:54#.

257 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S255, Abschnitt #11:36#.

258 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S306, Abschnitt #02:41#.

259 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016 #42:28#.

260 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S331–332, Abschnitte #2:42#, #2:52#, #5:21#.

261 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S214, Abschnitt #4:11#.

→ *TU Wien, Technische Universität Wien*

- „Auf der TU gibt es ein Center für Geometrie und Design, [...] so ein Symposium [...] da sieht man schon tolle Sachen – weil natürlich auch in der Natur viel Muster anwesend ist, diese Strukturen oder platonischen Körper und Formen.“<sup>262</sup>

Auffallend ist, dass unter Nennungen auch einige Modeschulen waren.

→ *Die Herbststraße, Die Mode- und Kunstschule Wien*

- „[...] vielleicht macht auch die Herbststraße etwas, die hat einen Textilzweig, aber ich weiß nicht, was die machen.“<sup>263</sup>
- „Ich spüre null von den Modeschulen – Herbststraße zum Beispiel [...]“<sup>264</sup>

→ *Modeschule der Stadt Wien Schloss Hetzendorf*

- „Jetzt gibt es Hetzendorf, beschränkt auf Druck [...]“<sup>265</sup>
- „Hetzendorf, glaube ich, macht ein bisschen was mit Surface Design [...]“<sup>266</sup>

→ *HLMW9 Michelbeuern*

- „Ich glaube, Michelbeuern hat das auch so ein bisschen verstärkter im Angebot [...]“<sup>267</sup>

→ *Mode und Elementarpädagogik Wiener Neustadt*

- „[...] es gibt die Wiener Neustädter, die sich mit dem beschäftigen [...]“

Ansonsten wurden auch Institutionen genannt, die früher einen Ausbildungsschwerpunkt im textilen Bereich hatten, aber mittlerweile einen neuen Lehrplan haben.

---

262 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S447, Abschnitt #2:54#.

263 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S332, Abschnitt #5:21#.

264 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S447, Abschnitt #1:54#.

265 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S214, Abschnitt #4:11#.

266 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S332, Abschnitt #5:21#.

267 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S302.

### → *Technische Fachschule Haslach*

- „Na ja, die Haslacher haben ja damit aufgehört, die machen das ja nicht mehr.“<sup>268</sup>

### → *HTBLV Dornbirn*

- „[...] die machen das ja nicht mehr. Dornbirn – das war ja eine supertolle Schule, die aber auch aus Schülermangel oder vielleicht auch wegen der etwas Abseitslage, das war nie ganz verständlich, warum man das in Dornbirn gemacht hat, weil sich die Textilwirtschaft generell die Leute selbst ausgebildet hat.“<sup>269</sup>
- „Und in Dornbirn gibt es eben noch diese HTL, die aber eben für Schüler ist und nicht für MaturantInnen und die halt den Schwerpunkt mit der Stickerei hat. Da kann ich nicht genug sagen, was da ist.“<sup>270</sup>

### → *HTBLuVA Salzburg*

- „Als Ausbildungsstätte gab es für drei Jahre lang noch Salzburg, wurde aber mit 2015/16 eingestellt. Was sehr schade ist, weil die angeschlossen sind an die Bautechnik und dort Innenraumgestaltung. Das wäre eine sehr homogene Ausbildung. War eine Entscheidung des Salzburger Landesschulinspektors. Dass das einzustellen ist.“<sup>271</sup>
- „[...] in Salzburg hat es etwas gegeben, aber da bin ich nicht sicher [...] Mit denen haben wir nämlich damals verhandelt, als es darum gegangen ist, wie die Neugestaltung bei uns sein soll und da wollten wir unbedingt, dass wir eine Einheit bilden, also, dass unsere Lehrpläne gleich sind. Die wollten wir sozusagen zu uns holen, aber während wir da noch gesessen sind und diskutiert haben, kam von der höheren Institution dort: Nein, das ist überhaupt gestorben, wir kommen jetzt in diesen Ausbildungszweig Design und da gibt es verschiedene Fachbereiche. [...] Da waren die Salzburger dann drinnen – aber vielleicht haben die in der Zwischenzeit auch wieder einen anderen Lehrplan.“<sup>272</sup>
- „Also, in Österreich gibt es noch Salzburg, die sich entsprechend mit diesem Design beschäftigen [...]“<sup>273</sup>

---

268 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S360, Abschnitt #3:34#.

269 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S360, Abschnitt #3:34#.

270 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S307, Abschnitt #05:09#.

271 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S344, Abschnitt #02:27#.

272 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S214,  
Abschnitte #4:11#, #4:47#, #4:54#.

273 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S360, Abschnitt #3:34#.

### → *Ortweinschule, Bautechnik\_Kunst & Design*

- „Ortweinschule, weiß ich nicht. Da gab es früher zumindest einen Textilbereich, aber ob es das jetzt noch [...]“<sup>274</sup>

Interessant sind die Nennungen der *Graphischen* als Ausbildungsstätte, die bis heute nie einen Textil- oder Musterdesignschwerpunkt hatte.

### → *Die Graphische, Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt*

- „Sonst ist es halt, wenn man jetzt nicht vom textilen Bereich spricht, die Graphische in Wien? Oder diverse andere grafische Ausbildungsmöglichkeiten.“<sup>275</sup>
- „Ich spüre null von den Modeschulen [...] wo sie auch sagen, dass sie da keine gute Ausbildung bekommen, auch an der Graphischen nicht.“<sup>276</sup>

Erwähnenswert sind die Nennungen des Betriebes als Ausbildungsstätte und einer Internetplattform, auf der man eine Pattern Design Ausbildung von Österreich aus machen kann.

### → **Betrieb**

- „[...] ich finde das meiste lernt man wirklich in einem Betrieb. Also, wenn es um Muster geht, man wird einfach wirtschaftlicher.“<sup>277</sup>

### → *Make it in Design*

- „Meine Ausbildung habe ich über die „makeitindesign“ online Schule gemacht die von einer Engländerin gegründet wurde.“<sup>278</sup>

## **4.4.2 Qualität**

Die Qualität der Ausbildungsmöglichkeiten für Surface Pattern Design in Österreich wurde als trauriges Kapitel, mittelmäßig bzw. ausreichend gut für einen Start, magere Ausbeute und schlechter als früher bezeichnet.

---

274 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S332, Abschnitt #5:47#.

275 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S255, Abschnitt #11:36#.

276 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S447, Abschnitt #1:54#.

277 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S262.

278 Kammerlander Alice. *Email E03*, Wien: 11.4.2017, S457.

Auf der tertiären Ebene wurde eine zufriedenstellende Ausbildungsmöglichkeit für Surface Pattern Design vermißt.

- „Ist ein trauriges Kapitel, würde ich sagen [...] wäre natürlich ein Studium schön gewesen.“<sup>279</sup>
- „Mittelmäßig, würde ich einmal sagen. [...] Ich würde einmal sagen ausreichend – aber ausreichend in durchaus positivem Sinne. Nicht ausreichend schlecht, sondern ausreichend gut, den Teil, den man braucht, um es zumindest in unserem Bereich befriedigend betreiben zu können, für einen Start, der ist vorhanden. Der Rest, den man mitbringen muss, ist Talent und vor allem Wille und Begeisterung. Und das restliche Fachwissen muss man sich aneignen beziehungsweise muss man sich dann sowieso noch weiterbilden.“<sup>280</sup>
- „Wobei Österreich eine ziemlich magere Ausbeute hat, was das anbelangt. [...] Wenn jemand zu mir kommen würde, würde ich sagen, geht nach England.“<sup>281</sup>
- „Natürlich ist die Ausbildungsqualität, was Musterzeichnen betrifft, wesentlich schlechter geworden. Liegt aber in erster Linie – das ist ganz, ganz leicht erklärt – am Stundenausmaß, das man für Musterzeichnen-relevante Stunden aufwenden kann.“<sup>282</sup>
- „Aber, wenn jemand Textildesign studieren möchte in Österreich, muss ich ihn eigentlich ins Ausland schicken [...]“<sup>283</sup>
- „[...] ich habe viel gelernt, aber es hätte alles besser sein können. Aber ich glaube, das ist halt sehr oft so in Ausbildungsstätten.“<sup>284</sup>
- „[...] kann ich damit wirklich ernstzunehmende Musterzeichnerinnen oder Textildesigner oder Muster ..., wie auch immer sie heißen mögen, ausbilden? Ich sag jetzt mal, 100% geht da nicht mehr. Weil da entsteht dann natürlich schon, wenn ich die Haptik, wie sich das Material in welchem Gewebe in der Musterung einbettet (...) Allein das ist ja schon eine irrsinnig hohe Kompetenz.“<sup>285</sup>
- „Beim derzeitigen Stand bräuchte man eine Ausbildungsstätte, zumindest eine

---

279 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S306, Abschnitt #02:41#.

280 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S418, Abschnitt #3:00#.

281 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, #6:17#, #6:34#.

282 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S346, Abschnitt #08:47#.

283 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S307, Abschnitt #05:09#.

284 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S398, Abschnitt #1:48#.

285 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S347–348, Abschnitt #13:02#.

Ausbildungsstätte, die diese Kompetenz auch wieder anbietet, also das Erlernen dieser Kompetenz. De facto, in klaren Worten ausgedrückt heißt das, ich brauche einen Standort und das kann durchaus im universitären Bereich sein. Ich würde mir zum Beispiel wünschen, dass eine Angewandte auch wirklich, sagen wir mal, up to date ist mit den Maschinen.“<sup>286</sup>

Erwähnenswert ist, dass in drei der unten stehenden Kommentare eine Verbindung von Surface Pattern Design Ausbildung zur Modeausbildung zu finden ist.

- „Also zunächst, glaube ich, ist es eher vernachlässigt worden. Für mich ist es eher so, dass es quasi aus dem Designbereich, sehr angewandte, jetzt auf Wien bezogen, sozusagen einige Leute spezialisiert auf diesen Bereich oder aus dem Modedesignbereich kommen [...]“<sup>287</sup>
- „Was mir aber durchaus bewusst ist, ist, dass es Ausbildungen in Richtung Textil gibt und dass das dort sehr viel mitschwingt – auf den Modeschulen, auf der Uni.“<sup>288</sup>
- „Das weiß ich nicht. Ich glaube, das kannst du besser beurteilen als ich. Ich spüre null von den Modeschulen – Herbststraße zum Beispiel [...]“<sup>289</sup>

#### 4.4.3 Kritik

Die folgende Kritik war hauptsächlich auf die *HTL Spengergasse* bezogen, da ein Großteil der Befragten entweder diese Schule absolviert hat oder dort unterrichtet. Die Bewertungen sind deswegen in die Studie aufgenommen worden, weil sich die einzelnen Kritikpunkte eventuell auch auf eine größere Gesamtheit übertragen lassen und damit relevant für einen umfassenden Überblick sein können.

Die nachstehenden Kommentare stammen von Unterrichtenden und umfassen folgende Aspekte:

→ **Effizienz einer Kombi-Ausbildung von Surface Pattern Design mit einer anderen Disziplin bei einem begrenzten Zeitrahmen**

---

286 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S354, Abschnitt #33:10#.

287 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S302.

288 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S278, Abschnitte #6:17#, #6:34#.

289 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S447, Abschnitt #1:54#.

- „Na ja, ich habe schon manchmal den Eindruck, dass es hinter den Raum zurücktreten muss, weil es für die Schüler und auch für die Kollegen, die unterrichten, so aussieht, als wäre der Raum viel umfangreicher, komplizierter und mehr zum Lernen als dieses Pattern oder Surface Design. Es scheint, als könnte man Surface Design einfacher abhandeln, aber da betone ich dieses scheint, weil das nicht so ist.“<sup>290</sup>

- „Im Kolleg-Lehrplan finde ich diese Zweigleisigkeit schon ein bisschen problematisch. Architektur ist ein wahnsinnig großer Bereich und nimmt eigentlich viel von der Zeit für das Surface Design weg. Für die SchülerInnen ist es oft so, dass die gar nicht verstehen, denen reicht das oft, aber da ist man dann wieder da, dass die Vertiefung fehlt, dass sie überhaupt die Qualität erkennen. [...] Es ist keine Berufsausbildung. Man kann sich einen Grundstock erwerben, um etwas noch weiterzumachen. Aber allein mit dieser Ausbildung kann man nur etwas erreichen, wenn man so eine toughe Persönlichkeit ist [...]“<sup>291</sup>

#### → Breite einer Ausbildung zulasten der Tiefe

- „Weil, wenn man wirklich in die Tiefe geht und sich mit dem auseinandersetzt, braucht es sehr viel Zeit. Zeit ist einfach ein Problem, das ist nicht nur in dem Gegenstand so, das ist ein prinzipielles Problem. Es gibt einfach zu viel und man will die Schüler natürlich auf eine breite Basis stellen, das verstehe ich auch, damit die dann viele Möglichkeiten haben, aber dadurch leidet natürlich das in die Tiefe gehen bei einzelnen Gebieten.“<sup>292</sup>

#### → Sinnhaftigkeit einer breitgefächerten Ausbildung in einem Berufskolleg, das zwar noch zur Sekundarstufe gezählt wird, aber von den Studierenden oftmals nicht so gesehen wird (Siehe nächster Abschnitt)

- „Na ja, ich hätte die Ausbildung überhaupt nicht verändert, aber das ist wahrscheinlich auch irgendwie eine politische Profilierung oder sonst etwas. Ich rede jetzt wieder vom Kolleg, das ist immer ein bisschen anders als die Langform, denn nach der Langform kannst du nachher alles studieren, was du willst. Ich hätte mich im Kolleg darauf konzentriert, dass man wirklich Pattern Design macht und das intensiv, als einzige Ausbildungsstätte weit und breit. Das hätte ich gescheit gefunden – mit wirklicher Qualität und einem wirklichen guten Ruf (den ja die Spengergasse einmal gehabt hat). Nur, da ist wahrscheinlich noch eine ganz andere Art von Engagement nötig, denn dann müsste man wahrscheinlich mit Designbüros

---

290 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S215, Abschnitt #5:44#.

291 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S334, Abschnitt #10:53#.

292 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S215, Abschnitt #6:23#.

in China, Japan oder Amerika Kontakte knüpfen, damit man ihnen überhaupt diesen Schritt hinaus aus Österreich zeigt. Das müsste man dann aber ganz anders angehen.“<sup>293</sup>

Die folgenden Kommentare kamen vorwiegend von Absolventen des Kollegs an der *Spengergasse*. Auch hier beziehen sich die Antworten auf die Ausbildung an der *Spengergasse*. Die angeschnittenen Aspekte können aber eventuell, wie beim Abschnitt davor, auch als stellvertretend für eine größere Gesamtheit gesehen werden.

Aspekte, die sich aus den Antworten der Interviewfragen zur Ausbildung ergeben haben:

#### → Kommunikation der Ausbildungsinhalte

- „Spengergassen Kolleg für Kunst und Design [...] niemand, wage ich sogar zu behaupten, der sich für dieses Kolleg angemeldet hat, hat genau gewusst [...] was da genau Lehrinhalt sein würde, was Textildesign eigentlich ist.“<sup>294</sup>
- „Nein, also für mich war das damals bei diesem Tag der offenen Tür nicht so konkret, dass das jetzt auf Muster spezialisiert ist und vor allem nicht dieser technische Hintergrund, dass man sagt ok, das ist Strickerei, Weberei und Druckerei, dass das auch dabei war.“<sup>295</sup>
- „Das ist komplett untergegangen.“<sup>296</sup>
- „Nein, sie sind nicht erfüllt worden. Es wurde von Anfang an etwas anderes versprochen, als dann gemacht wurde. Es wurde ja schon mit dem neuen Lehrplan geworben, der aber noch nicht einmal durch war und das war eben dann generell das Problem, bei der ganzen Klasse, wo sich eh jeder darüber aufgeregt hat.“<sup>297</sup>

#### → Selbstständiges Arbeiten versus schulisches Arbeiten in einem Kolleg

- „[...] das ist eine Schule [...] von der Struktur her allein schon ist eine tiefere Aus-

---

293 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S335, Abschnitt #13:34#.

294 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S373, Abschnitt #01:04#.

295 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S261–262.

296 Jahrman Verena. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S262.

297 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S237–238, Abschnitt #2:49#.

einandersetzung oder ein selbständiges Arbeiten unwahrscheinlich.“<sup>298</sup>

- „[...] viel zu kurz ist eigentlich und wahnsinnig schulisch, aber es war insofern gut (...) und es war wahnsinnig trocken und theorielastig und sehr auf die Industrie fixiert, die damals schon am absterben war.“<sup>299</sup>
- „Ja, nicht diese Hierarchie. [...] Das muss halt nach der Schule nicht mehr sein.“<sup>300</sup>

## → Praktisches Arbeiten in der Werkstätte

- „[...] da hätte man mehr rausholen können, speziell dann mit der englischen Perspektive, was dort möglich ist in der Werkstatt, wäre in der der Spengergasse theoretisch auch möglich, aber da war halt wenig.“<sup>301</sup>
- „Dann ist sozusagen überhaupt die Situation, dass du außerhalb der Unterrichtseinheit nicht in die Werkstätte hineinkommst. Du kannst nicht sagen, ich habe jetzt mein persönliches, privates Projekt, das will ich umsetzen, das ging nicht.“<sup>302</sup>
- „[...] auch einfach das prinzipielle Mindset von den Leuten, wo ein absolutes Disconnect da war, zwischen dem gestalterischen Unterricht und der Werkstättenausbildung [...] Das hat einfach nicht funktioniert. Die hatten keine gemeinsame Sprache.“<sup>303</sup>
- „Im Kolleg habe ich es vermisst, mehr praktisch zu arbeiten, denn es war sehr theoretisch. Ich habe auch gefunden, dass das sehr veraltet war, zum Beispiel den Zodi in Siebdruck, das war sehr militärisch.“<sup>304</sup>
- „Oder generell, diese technischen Sachen, dass man schaut, dass Schüler sie mehr anwenden können. Weil beim Praktikum lernt man ja auch nicht viel [...]“<sup>305</sup>
- „[...] wie in anderen Ausbildungsstätten in Europa das alles ausgespart worden ist, was ich an technischem Know How damals mitbekommen habe und meiner Meinung nach ist das dann nach dieser Reform, die in der Spengergasse pas-

---

298 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S374, Abschnitt #03:37#.

299 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S306–307, Abschnitt #04:28#.

300 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S398, Abschnitt #3:33#.

301 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S273–274, Abschnitt #01:42#.

302 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S374, Abschnitt #03:37#.

303 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S374, Abschnitt #03:37#.

304 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S398, Abschnitt #2:38#.

305 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S275.

siert ist, zu 75% flöten gegangen. Ist wahrscheinlich sogar optimistisch ausgedrückt, weil eben das Equipment radikal verkleinert worden ist und das Personal gekürzt worden ist, die Stunden gekürzt worden sind und die Lehrpläne komplett auf den Kopf gestellt.“<sup>306</sup>

- „[...] diese Leute, die auf der Schule ausgebildet wurden, waren eigentlich nur ausgebildet für einen Bürojob. Dass die in diesen Entwurfsbüros sitzen, irgendwo in ihren Zimmern über der Fabrik und dann ein Muster zeichnen, dass dann erzeugt wird.“<sup>307</sup>

### → Kontakt zu Unternehmen/ zur Industrie

- „Vielleicht wirtschaftlicher hätte es ruhig sein dürfen. Ich weiß, es waren Übungen und alles. Das ist auch wieder etwas anderes. Aber ich finde, gewisse Sachen waren einfach zu realitätsfremd, wenn es ums Muster gestalten geht. Das war für mich oft nur Kindergartenarbeit, einfach etwas nur mit Stempeln und Dings [...]“<sup>308</sup>
- „Es hätte auch ein bisschen berufsbezogener sein können, wir haben zwar sehr viel Theorie bekommen, sehr ausführlich, aber wir waren kaum in anderen Unternehmen – zum Beispiel auch von Absolventen, die sich selbstständig gemacht haben, das wäre irrsinnig interessant gewesen, zu schauen, was haben die für Sachen gemacht und erlebt, wie ist es denen nach der Ausbildung gegangen? Oder auch einfach irgendwelche Stellen: Wohin kann ich mich wenden? Auch bei der Praktikumsfrage war das oft so, da haben wir dann oft gefragt: Was gilt jetzt eigentlich als Praktikum?“<sup>309</sup>

### → Können und Leistung der Unterrichtenden

- „Es war halt dann teilweise auch das Problem mit den Lehrern, weil viele nicht bereit waren, sich ein bisschen weiterzubilden, in modernere Richtungen zu gehen, nicht einfach nur die veralteten Lehrmethoden oder auch die veralteten Techniken von Schriftdruck, Weberei, was auch immer, zu lehren – die überhaupt nicht mehr eingesetzt werden. Das ist zwar interessant, aber bringt im Endeffekt nichts mehr.“<sup>310</sup>

---

306 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S306–307, Abschnitt #04:28#.

307 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S387, Abschnitt #41:53#.

308 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S274.

309 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S237–238, Abschnitt #2:49#.

310 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S237–238, Abschnitt #2:49#.

- „[...] gab es einfach Leute, die standen halt am Abstellgleis. Die waren wie vereinzelt in ihrer persönlichen Situation auch und in ihrer pädagogischen Situation [...] wenn du so jemanden hast, dann ist da einfach keine Perspektive.“<sup>311</sup>

#### → Vermitteln von Perspektiven und Visionen

- „Da wurde einfach niemandem vermittelt, dass es eine wertvolle Sache ist [...] wenn sich so eine Dynamik ergibt, auch sehr unwahrscheinlich, dass aus dem Schülerverband oder Schülerinnenverband eine Dynamik entsteht.“<sup>312</sup>
- „[...] diese gesamte Konstellation, wie das kommuniziert wurde, hat dafür gesorgt, dass einfach niemand irgendeine Initiative ergriffen hat. Niemand hat versucht, niemand hat nach einem Job gesucht.“<sup>313</sup>
- „Ich glaube, dass sie wissen, dass das ein Beruf ist, aber ich glaube nicht, dass sie die Chance sehen, das in Österreich zu machen. Und es gibt ja auch keine, oder?“<sup>314</sup>

#### → Gesellschaftsbezogene Themen

- „[...] Trends in einer geistesgeschichtlichen Entwicklung (...) auch ein Denken über die Zukunft [...] das ist irrsinnig spannend eigentlich. Wer macht das? Das passiert nicht! [...] Ja, hat die Spengergasse einen WGSN Zugang? [...] Ja, in Derby jeder, jeder kann rein. [...] Trend. Es gibt schlechte Assoziationen, aber deswegen, weil sich halt niemand damit auseinandersetzt. [...] da geht es halt: Wie reagiere ich auf gesellschaftliche Entwicklungen in einer gestalterischen Art und Weise.“<sup>315</sup>

### 4.4.4 Trends/Entwicklungen

Wie hat sich die Qualität der Ausbildung in den letzten Jahren verändert?

#### → Breite versus Tiefe

Hier spiegelt sich ein allgemeiner Trend in der Ausbildung für Surface Pattern Design wieder. Mehr Wissen muss in derselben Zeit wie früher vermittelt werden.

---

311 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S374, Abschnitt #04:10#.

312 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S374, Abschnitt #04:41#.

313 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S377–378, Abschnitt #13:02#.

314 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S338, Abschnitt #21:21#.

315 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S395–396, Abschnitte #1:08:23# bis #1:09:28#.

- „Weniger Tiefe, mehr Breite, aber dadurch auch bessere Berufsaussichten für die Absolventen in der Branche selbst.“<sup>316</sup>
- „Musterzeichnen [...] Wenn es, so wie jetzt halt, Beiwerk ist, dann ist es nur noch Beiwerk dafür, dass man jemandem Lust auf mehr macht, aber nicht mehr zu einer hochwertigen Musterzeichnerin ausbildet. Das kann man nicht erreichen. Also, ich bin niemand, der sagt: ‚Früher war alles besser.‘ Aber tatsächlich hatte man früher mehr Zeit dafür und man hat sich mehr Zeit genommen, um diese Fähigkeiten zu entwickeln. Und jetzt, unsere SchülerInnen sind sicher nicht schlechter geworden, aber sie haben weniger Zeit, es zu erlernen. Das heißt, man muss die Lust wecken, dass sie dann selber mehr machen.“<sup>317</sup>
- „Ich würde gar nicht sagen, dass sich an der Qualität etwas geändert hat, es ist ganz einfach der Umfang ein anderer geworden und damit auch die Präzision, mit der gewisse Teilbereiche ausgeübt werden.“<sup>318</sup>
- „Also, bei uns hat sich gravierend verändert, dass sich die Richtung erweitert hat. Es ist ja nicht mehr nur Musterzeichnen, sondern es ist die Raumgestaltung dazugekommen und jetzt nennt sich das Surface Design. Dafür ist das Textile, also, der textile Hintergrund, die Technik, total verschwunden.“<sup>319</sup>
- „Der Designbereich hat sich ja insofern geändert, als man ja heute nicht mehr so gezielt auf einen bestimmten Designzweig hin ausbildet, sondern, dass hier ja auch so eine gewisse Globalisierung eingesetzt hat, dass man sagt – wenn er das kann, kann er den Rest auch. Also, dass hier diese weit gestreute Designausbildung auf dem Vormarsch ist, was ich auch absolut richtig finde.“<sup>320</sup>
- „Natürlich, man muss Prioritäten setzen, aber das kommt mir immer so vor wie die Schüler, die sagen, sie finden keinen Job und man fragt nach den Grundvoraussetzungen – ich hätte ihn gern im zwölften Bezirk, weil ich wohne im zehnten Bezirk und ich gehe mittags gern nach Hause essen. Das funktioniert heute nicht mehr.“<sup>321</sup>
- „[...] wie bei fast allen Designsparten, bekommt man zum einen die Grundkompetenzen, die für viele Anwendungsbereiche gültig sind, zum anderen wäre es nicht ausreichend, dass wir ausschließlich 30 Surface DesignerInnen oder Mus-

---

316 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S361, Abschnitt #6:51#.

317 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S346, Abschnitt #08:47#.

318 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S361, Abschnitt #6:39#.

319 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S213, Abschnitt #2:38#.

320 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S360, Abschnitt #3:34#.

321 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S363, Abschnitt #10:35#.

terzeichnerInnen, wie es anno dazumal hieß, das wäre nicht gscheit.“<sup>322</sup>

- „Der Markt ist sehr selektiv und fordert hier sehr viele Grundkenntnisse, die ganz einfach mitgebracht werden müssen und nicht erst ausgebildet werden.“<sup>323</sup>

## → Veränderung der Qualität von Musterdesigns durch Einsatz von Computern

- „Es ist heute auch generell die Qualität des Entwurfs schlechter geworden, wobei ich jetzt nicht keppeln will, über die Qualität des Entwurfs. Aber ich denke halt immer wieder, das sind Dinge, die man uns damals so eingepägt hat – bitte, auf das ist zu achten und auf das ist zu achten, passt auf, dass keine Streifen entstehen und keine Lücken entstehen – heute wird das nicht mehr so eingebläut und es wird auch nicht mehr so übernommen. Es wird einfach nicht mehr so tragisch gesehen.“<sup>324</sup>
- „[...] schon durch den Einsatz der Computer wesentlich leichter ist, für einen, ich sage einmal weniger erfahrenen Designer, hier sein Designgebiet zu finden. Wenn ich Illustrator hernehme und ich habe da einen Musterentwurf drinnen, dann kann ich den Musterentwurf auch umsetzen. Da muss ich keine bestimmten Vorkenntnisse haben oder wissen, was ist ein Halbversatz oder was auch immer, das ist heute unwesentlich. [...] wenn ich mit Illustrator umgehen kann, dann muss ich über Mustererstellung nichts mehr wissen. Das ist nicht mehr so wie früher, wo man dann nachgeschwärzt hat und geschaut hat, wo sind im Entwurf die Straßen.“<sup>325</sup>
- „Na ja, sicher. Über Computer auf alle Fälle. Auch ich, ich unterrichte seit Ende der 1990er, ich glaube, seit 1999 hier an der Schule und das hat sich massiv verändert. Und überhaupt mit dem neuen Lehrplan dann noch einmal und ich glaube, da haben wir schon oft darüber geredet, dass sich das Design über die Computer sehr stark verändert, weil es eigentlich auch ganz wenig Leute gibt, die dieses Handwerk noch kennen und können.“<sup>326</sup>
- „Früher hast du Schablonen und Siebe machen müssen, das war natürlich alles eine finanzielle Frage auch, ob du das von Haus aus bereits vermarktbar

---

322 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S345, Abschnitt #07:16#.

323 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, #10:48#.

324 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S361, Abschnitt #5:09#.

325 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S360–361, Abschnitt #4:15#, #5:09#.

326 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S333, Abschnitt #6:55#.

rüberbringst oder ob ich das einmal ausprobieren, auf 20 Metern, und sage: Das ist nichts geworden, das schaut grausam aus, weg damit. Oder, wir ändern die Farbstellung oder wir machen dieses oder jenes – das ist ja heute kein Problem mehr. [...] Früher ist man auch teilweise eine Woche über so einer Arbeit gesessen und das kostet natürlich Geld und Arbeitskraft, und da kann ich mir diese Ausschussrate dann im Prinzip auch nicht leisten.“<sup>327</sup>

- „Ja, beim Versatz merkt man es irrsinnig. Wenn man den beherrscht, dann schaut man sich (...) bei Kinderstoffen merkt man es ganz besonders. Da schaut man sich – der Versatz ist so grauenhaft, der streift und das sieht man einfach sofort. Da schlägt man die Hände über dem Kopf zusammen. [...] Was ja auch nicht so schlimm ist, aber es fällt halt einfach auf, weil dann hat man Querstreifen in der Kleidung. Bei den Kindern ist das egal, aber viele machen so Mutter-Tochter-Kleider, das habe ich jetzt schon so oft gesehen, bei so Bloggern und ja, es schmeichelt nicht, sag ich mal, so Querstreifen.“<sup>328</sup>

- „Das leidet auf alle Fälle im Analogen, aber umgekehrt, ich glaube, dass das sowieso alles Hand in Hand geht, mit dieser neuen Generation, die viel mit Computer, viel mit Facebook arbeitet, ich glaube, dass da sowieso eine Oberflächlichkeit vorhanden ist. Ich versuche, es nicht negativ zu sehen, dann ist es nicht oberflächlich, aber breit gefächert und nicht mehr konzentriert und so eine gute Qualität. Ich leide darunter, ja, ich glaube, viele meiner KollegInnen leiden auch darunter, aber das ist vielleicht wirklich so das Zeichen der Zeit. Man kann das eh nicht aufhalten.“<sup>329</sup>

#### 4.4.5 Verbesserungsvorschläge/Chancen

Zur Kategorie Ausbildung im Bereich Surface Pattern Design kamen einige Verbesserungsvorschläge zu folgenden Aspekten:

##### → Inhalte eines Lehrplans

*Werner Pramel*, Abteilungsvorstand für den Bereich Design an der HTL Spengergasse und *Heide Pichler*, Unterrichtende, an derselben Schule nannten essentielle Ausbildungsschwerpunkte für Surface Pattern Design: Naturstudien, Motiventwicklung, Abstraktion, Stilisierung, Programmkenntnisse (*Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop*), Design allgemein, Kommunikation, Ästhetik, Darstellungsmethoden (Mapping etc.). Die Erstel-

---

327 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S361, Abschnitte #5:51#, #6:05#.

328 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S264.

329 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S333, Abschnitt #8:32#.

lung von Skizzenbüchern und analoges Arbeiten wurde ebenfalls im Zusammenhang mit einer guten Ausbildung erwähnt.

- „Wenn ich jetzt sage: ‚Wie entstehen Muster?‘ Ich muss zuerst einmal gute Naturstudien machen, ich brauche viel Zeit, um von einer guten Naturstudie zu einer Abstrahierung und einer Abstraktion zu kommen und dann brauche ich auch noch die technischen Kompetenzen. Das alleine wäre absolut ausbildungsfördernd.“<sup>330</sup>
- „Ich glaube, dass da ein gewisser Teil auch klassisch konservativ wäre mit Naturstudium, Motiventwicklung, Abstraktion, Stilisierung, also ein Repertoire, woraus man einfach Motive schöpfen kann – wobei ich auch nicht weiß, ob es noch notwendig ist. Wenn man das kann und eine Grundlage hat, kann man sich aus jedem Bild, das halbwegs gut ist oder von einer Blume im Internet ein schönes Motiv machen. Aber ich glaube schon, dass diese klassische, analoge Studie und danach die Weiterentwicklung der Studie, einmal etwas ganz Wichtiges wäre. Danach natürlich schon Computerprogramme auch.“<sup>331</sup>
- „Ich würde eben dieses Naturstudium und dieses Analoge fördern, bevor ich mit dem Computer beginne. Du weißt eh, die Designs werden mit Illustrator gemacht und mittlerweile sind wir auch schon draufgekommen, dass es mit Photoshop gar nicht so schwer ist und eigentlich auch ganz schöne Sachen herauskommen.“<sup>332</sup>
- „Dass dieser Teil nicht so abbricht, das Malerische – also, dass nicht nur das Grafische überbleibt. Die ganzen Bücher sind voller hübscher grafischer Musterchen. [...] Design, Kommunikation. [...] Ja, aber auch ästhetische Kommunikation. [...] man könnte Darstellungsmethoden anbieten. So, wie wir jetzt dieses Mapping machen – Darstellungsmethoden für Bekleidung.“<sup>333</sup>
- „Ja, ich glaube, dass man Qualität unbedingt zeigen sollte, um auch ästhetische Bildung [...]“<sup>334</sup>
- „Der große Unterschied zur Spengergasse (...) das technische Wissen und das EDV-Wissen. Wir können mit den Programmen umgehen, sei es Illustrator, Photoshop, was auch immer, das geht dort sehr unter, das war sehr eingeschränkt. Dafür war es vielmehr darauf ausgelegt, dass sie Skizzenbücher haben, en masse,

---

330 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S346, Abschnitt #08:47#.

331 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S335, Abschnitt #14:47#.

332 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S335, Abschnitt #15:10#.

333 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S335–336, Abschnitte #15:23# bis #16:22#.

334 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S333, Abschnitt #9:14#.

und halt alles mit der Hand gemacht haben.“<sup>335</sup>

### → Freies, fächerübergreifendes Gestalten

- „Es hätte eine Atmosphäre entstehen müssen, wo die Projekte nicht vorgegeben werden, sondern aus den Schülern heraus [...] der Wunsch entsteht, etwas ET-WAS zu machen.“<sup>336</sup>
- „Also, einfach, das freie Denken dort, du bist nicht eingeschränkt worden. [...] Aber sonst hattest du eigentlich so gut wie alle Freiheiten. Du konntest fächerübergreifend arbeiten mit Professoren, die dich gar nichts angehen, eigentlich, mit Papierdruck, mit dem Lasercutter konnte man frei arbeiten.“<sup>337</sup>
- „Aber vielleicht muss man sich einfach eine handwerkliche Ausbildung überlegen. Handwerk bedeutet jetzt nicht, dass man alle Computer wegwirft [...]“<sup>338</sup>

### → Praxisbezug

- „Ich würde jetzt so sagen, für die Basissachen, so wirklich den Grundstein, sag ich JA, aber ich finde, das meiste lernt man wirklich in einem Betrieb. Also, wenn es um Muster geht, man wird einfach wirtschaftlicher. [...] Oder ob man jetzt bei einem Betrieb ist, sagt man, hat gewisse Vorgaben, ist zwar auch wie in der Schule, aber trotzdem ein bisschen anders. Aber, dass man weiß, was mit der Zeit gut geht und was überhaupt nicht geht [...]“<sup>339</sup>
- „Sicher, die Theorie war gut und ich habe es halt dann in England ausgelebt, das Praktische. Sicher, so war es gut, aber ich glaube, zum Lernen wäre es besser, wenn man zuerst die Theorie lernt und das dann gleich irgendwie anwendet.“<sup>340</sup>

### → Etablierung einer Surface Pattern Design Ausbildung im tertiären Bildungsbereich

- „Da war ich echt am Überlegen, ob ich abbrechen soll und das Einzige, was die Spengergasse gerettet hat, war dieser Deal mit England. [...] das macht sich gut im Lebenslauf, Erfahrung, was auch immer, das kann einem irrsinnig viel bringen

---

335 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S240, Abschnitt #9:37#.

336 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S378, Abschnitt #14:16#.

337 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S240, Abschnitt #8:02#.

338 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S387, Abschnitt #42:51#.

339 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S262.

340 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S398, Abschnitt #2:38#.

und das hat es ja auch getan, sonst wäre ich heute auch nicht dort, wo ich jetzt bin.“<sup>341</sup>

- „Ja und die Professoren waren alle [...] freundlich und haben sofort gesagt: „Ja, ich helfe dir! Coole Idee!“ [...] man hat ganz andere Sachen kennengelernt, ich habe dann zum Beispiel auf Glas gedruckt, das hätte ich noch nie vorher irgendwie gemacht oder gesehen oder hätte mir jemand erzählt, dass das geht.“<sup>342</sup>

### → Vermittlung von Begeisterung

- „Die Begeisterung kommt mit der Begeisterung.“<sup>343</sup>
- „[...] weil ich muss zwei, eigentlich gegensätzliche Dinge mitbringen: Auf der einen Seite die Lust zu gestalten und zur Kreativität auf der anderen Seite aber auch schon die Tendenz zur Eingliederung in Schemen. Es bedarf einer gewissen Genauigkeit, ich muss mit Rapporten umgehen können, was ja wieder gegenläufig ist, zu freiem, kreativen Arbeiten, wie es viele verstehen.“<sup>344</sup>

## 4.5 Kategorie 5: Der Einstieg in die Surface Pattern Design Branche

Wie kann der berufliche Einstieg in die Surface Pattern Design Branche aussehen? Im folgenden finden sich die Antworten von Personen, die im Rahmen ihrer Arbeit Muster oder musterartige Elemente entwerfen.

Dimensionen:

- ▶ Motivation und Background
- ▶ Herausforderungen
- ▶ Die Wirtschaftskammer Österreich

### 4.5.1 Motivation und Background

In den folgenden Antworten lässt sich erkennen, dass es keinen einheitlichen Weg für den Einstieg in die Welt der Muster geben dürfte.

- „Muster? Das ist zu mir gekommen und nicht ich zu den Mustern. Ich habe ja Malerei studiert, ich komme aus der Malerei und ich habe sehr viel versucht, auch

---

341 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S239, Abschnitt #6:03#.

342 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S240, Abschnitt #8:43#

343 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S346, Abschnitt #07:23#.

344 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S345, Abschnitt #07:16#.

während des Studiums. [...] Dann bin ich etwas tiefer gegangen, in die Thematik von fraktalen Strukturen, das Fraktale hat ja auch die Wiederholung in sich und dann habe ich gedacht, okay, was mache ich jetzt? [...] Dann wäre der Siebdruck logisch, denn ich brauche eine Druckgrafik, wo die Wiederholung möglich ist, eine Serigrafie. Siebdruck ist die schnellste Variante und so bin ich dann zum Siebdruck gekommen.“<sup>345</sup>

- „Und nach England habe ich gesagt, ich mache mich selbstständig.“<sup>346</sup>
- „Wir waren bei der Firma Otten zu Besuch, wir waren 30 oder 40 Schüler und da war ein Vortrag. Die haben von der großen weiten Welt erzählt, wie das halt alles funktioniert, dass sie nach Mailand und Paris auf die Messen fahren und Designs auch einkaufen, viel in Como, in Köln und im Ruhrgebiet und dort halt die großen Studios sind. Ich bin damals schon in der letzten Reihe gesessen und bin auch damals schon vorlaut gewesen und habe gefragt: Warum kauft ihr nicht in Österreich Designs ein? Dann hat der gesagt: Würden wir eh, wenn es jemanden gäbe. Und dann habe ich gesagt: Gut, wenn das so ist. Und das war dann quasi die geistige Geburtsstunde von unserem Studio.“<sup>347</sup>
- „Ich habe, während ich den Master gemacht habe, in England eine andere Spengergasslerin kennengelernt, die die 5-Jährige gemacht hat, dann dort den Bachelor gemacht hat. Wir haben halt dann projektemäßig zusammengearbeitet und sind dann irgendwie darin geendet, dass wir eine Produktentwicklung gemeinsam gemacht haben. Sind beide zurück nach Wien und haben dann dort ein Jahr lange Vorbereitungsphase gehabt und haben dann ein Unternehmen gegründet, das kleine Lederaccessoires oder Accessoires auf verschiedenen Materialien, inzwischen hauptsächlich Leder, stark auch Recycling und Verwertung von Resten aufbaut.“<sup>348</sup>
- „[...] ich habe dann wirklich gleich begonnen, bei Frey Wille. Im Grunde genommen ist das nicht viel anders: In der Schule haben wir gelernt, Muster für Stoffe – und da waren es auch Muster, aber halt auf Email.“<sup>349</sup>
- „Ich habe davor noch etwas anderes studiert und ich wollte halt sehr viel gestalten, mit meinen Händen oder auch neue Programme lernen. Ich wollte halt am Ende des Tages ein Produkt in der Hand haben oder ein Musterdesign für ein Produkt. (...) Ich weiß aber gar nicht mehr, wie ich auf die Spengergasse gekom-

---

345 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S276–277, Abschnitt #4:25#.

346 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, #6:10#.

347 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S417–418, Abschnitt #1:45#.

348 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S378, Abschnitt #15:18#.

349 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S203, Abschnitt #01:29#.

men bin, wahrscheinlich durch so eine, wie heiß so etwas, Messe oder so.“<sup>350</sup>

- „Man war einfach immer kreativ als Kind und hat gemalt, und dann hat man sich entschlossen, das beruflich weiterzumachen.“<sup>351</sup>
- „Bei mir war es auch so, immer schon als Kind immer gerne gezeichnet, gebastelt, gestaltet, die Schulhefte vollgeschmiert, im Unterricht vor allem, solche Sachen, immer schon.“<sup>352</sup>
- „Ich habe schon früh herumgezeichnet und herumgekritzelt und es war immer schon so eine Leidenschaft von mir. Das hat sich in meiner Jugend, Schulzeit entwickelt. [...] Das waren immer Muster, immer schon Muster. Ich habe meistens Karopapier gehabt und habe da mit den Karos mich gespielt oder halt in den Schulbüchern zwischen den Zeilen herum und so. [Interviewer: Und dann war die Spengergasse eine logische Folge?] Ja, eigentlich schon. Vor allem, weil ich ja vorher in der anderen Textilschule, in der Herbststraße war. Und da bin ich schon am Textilpfad gewesen.“<sup>353</sup>
- „Ich arbeite meistens in Serien. Also ich mache selten Einzelwerke, sondern meistens sind es Serien, meistens sind es größere Stückzahlen. Das heißt, es gibt auch in der Arbeitsweise etwas sehr Serielles und deswegen ist vielleicht das Muster etwas, was mir da gut entspricht.“<sup>354</sup>

## 4.5.2 Herausforderungen

Auf dem Weg in die Selbständigkeit kam es bei einigen der befragten Personen zu folgenden Herausforderungen.

### → Keine Bekanntheit des Berufsbildes

- „Es ist kein eigenes Feld.[...] Es wird nicht als eigenständiger Beruf gesehen. Der Grafiker möchte das tatsächlich nebenbei machen. [...] Ich sehe es als einen Beruf, der wirklich sehr umfassend ist. Die Einsatzmöglichkeiten sind riesig und man kann ruhig sagen, dafür braucht man genug Wissen, um damit einen Fulltimejob zu haben.“<sup>355</sup>

---

350 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S397, Abschnitte #00:50#, #1:21#.

351 Jahrmann Verena. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S261.

352 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S261.

353 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S305, Abschnitte: #00:46# bis #01:05#.

354 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S299, Abschnitt #34:41#.

355 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S450, Abschnitte #10:48# bis #12:16#.

- „Es ist alles noch auf einem ganz niedrigen Level, eigentlich – was eh auch ein Vorteil ist, in Österreich, dass es nicht so ist wie in London oder Tokio oder Mailand, wo es extrem viel gibt und die alle extrem untereinander konkurrenzieren und es extrem hohe Eintrittsbarrieren gibt, das ist dann eben wieder der Nachteil.“<sup>356</sup>
- „Ich meine überhaupt die Modebranche, es gibt so wenig und die Leute machen auch wenig, aber natürlich ist es dann leichter, irgendwo einzutreten, auch wenn ich an Schnittproben denke, daran habe ich jetzt gerade denken müssen, an den Gürtelbogen, man kommt dazu und das sind die Einzigen, die so Prototypen machen, in Wien. Man kann da jederzeit teilnehmen, aber es ist halt auch das Knowhow begrenzt, es ist eine Person, die das Ganze führt und die kann halt auch nur – nur sage ich jetzt einmal – konventionelle Prototypen machen, hat zum Beispiel noch nie Sportswear gemacht. Und wenn man das mit Tokio und London vergleicht – also, offenbar ist es so, da braucht man nur einmal um die Ecke gehen und habe gleich drei, die so was machen. Und deswegen meine ich, auf einem niedrigen Level. Es ist halt nicht viel da.“<sup>357</sup>

#### → Informationsaustausch

Die Befragten gaben an, beim Einstieg in die Branche keinen einfachen Zugang zu Informationen gehabt zu haben.

- „Ja, da kann dir keiner helfen. Du stehst wirklich komplett allein da [...] Ich habe halt dann Glück gehabt und immer wieder zufälligerweise jemanden gefunden, durch hin- und hertelefonieren, der ein bisschen Ahnung hatte. Ja, man muss sich einfach irrsinnig viel informieren, hartnäckig sein, nervig sein und trauen, ja.“<sup>358</sup>
- „Da wird viel zu sehr darauf geachtet, dass keine Informationen fließen und geistiges Eigentum gewahrt bleibt, was schade ist, weil man sich gegenseitig helfen würde. [...] Es würde jedem einzelnen was bringen und Österreich insgesamt auch. Das ist ja genau der Sinn von Clustern, dass man dort Informationen bündelt [...]“<sup>359</sup>
- „[...] ich fände das voll gut, wenn man Absolventen treffen könnte, die sich selbstständig gemacht haben und wo das halt auch wirklich funktioniert. Wenn es halt auch geht, das Geschäft, das finde ich schon sehr interessant.“<sup>360</sup>

---

356 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S414, Abschnitt #17:45#.

357 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S414, Abschnitt #18:55#.

358 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S242, #13:12#.

359 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S415, Abschnitte #00:49#, #1:25#.

360 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S401, Abschnitt #13:51#.

## → Betriebswirtschaftliches Wissen

Fehlendes betriebswirtschaftliches Verständnis wurde von *Gabriel Roland* im Rahmen der Gründung seines Labels als Einstiegshürde genannt.

- „[...] da komme ich jetzt zur großen Hürde [...] dass wirkliches betriebswirtschaftliches Verständnis nicht da ist.“<sup>361</sup>

## → Finanzen

Zum Thema Finanzen gab es Kommentare aus unterschiedlichen Perspektiven, wobei *Fulvio Alvisi* vom Surface Pattern Design Studio *Alvisi e Alvisi* und Präsident der *Associazione Italiana Disegnatori*, eines der großen Probleme von angehenden Surface Pattern Designern auf den Punkt gebracht hat: Zu wenig Cash Flow.

- „If you start. If you are a young designer. If you want to start this is the big problem. If you do not arrive to have enough cash flow, it is difficult to try a solution that can give profit, because the price of the design is not so much. Because the offer is really a lot.“<sup>362</sup>
- „Wir haben nie nennenswerte Beträge ins Unternehmen hinein investiert, weil ich bewusst gesagt habe, dass dieser Start Up Dream – da kommt jemand mit den hunderttausend Euro und innerhalb von drei Jahren hast ein profitables Unternehmen – das ist sozusagen diese Idee, die halt Leute, die heutzutage Start Up Gründer haben. Oder so irgendwie, weiß ich auch nicht genau. Aber bei uns war das halt irgendwie klar, dass wir das nicht so machen, sondern irgendwie ein organisches Wachstum hinlegen und wir fangen mit dem an, was wir haben. Schauen, dass wir da jetzt nicht Hals über Kopf hineinvestieren, sondern alles, dass wir, was wir ausgeben, relativ zeitnahe wieder reinkriegen.“<sup>363</sup>
- „[Interviewer: Jahresumsatz – magst du da etwas sagen?] Ich wüsste nicht einmal was. Keine Ahnung. Wahrscheinlich bin ich eine schlechte Unternehmerin, weil ich da jetzt keine Zahl im Kopf habe, aber ich glaube, ich will es nicht wissen. Nicht aus diesem Grund, weil es vielleicht wenig ist, sondern, weil es viel ist und ich stolz darauf sein kann, was wir schon erwirtschaftet haben, aber – weil halt nichts übrig bleibt. Die Fixkosten sind einfach extrem hoch. Ich habe mir vor kurzem schon ausgerechnet, was ich im letzten Jahr wirklich erwirtschaftet habe, den Umsatz, nicht den Gewinn, sondern wirklich den Umsatz und habe ich mir

---

361 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S381, Abschnitt #24:22#.

362 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S198, Abschnitt #09:44#.

363 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S382, Abschnitt #00:26:04#

gedacht, dieses Geld müsste ich einmal wirklich haben.“<sup>364</sup>

- „Ja, bevor ich mich da jetzt reinsteigere und das Risiko in Kauf nehme, nur davon zu leben, es ist halt schon riskant, vor allem in unserer Generation. Bei mir im Freundeskreis sind halt eher so biedere Leute, die wollen alle einen sicheren Job haben, zumindest, dass jeder die Miete bezahlen kann – weil wir können uns eh keinen Grund oder keine Wohnung zum Kaufen leisten. Meine Eltern waren halt irgendwie freier, die haben sich irgendwie befreit von Familienmustern und ich glaube, es war viel einfacher, sich selbstständig zu machen. [...] Ich habe mir halt für mich gedacht, ich will halt leben und reisen und nicht nur arbeiten, um irgendwie zu leben.“<sup>365</sup>

#### → Kooperationen

In einer Gruppe sei es einfacher zu arbeiten, als alleine.

- „And the thing is to create a little group, because work alone is very difficult. In Vienna there is only one studio.“<sup>366</sup>

#### → Lieferanten und Produzenten

*Leni Schübl*, Designerin bei *Getzner*, gab an, dass es für Designer, die nachhaltig produzieren wollen, notwendig wäre, diverse Lieferanten und Produzenten vor Ort zu haben.

- „Ich finde es schwierig, weil es wenig Kollegen gibt, was einerseits gut sein kann, weil man weniger Konkurrenz hat, aber man bräuchte zum Beispiel Firmen. Wenn man alles made in Austria machen möchte, dann bräuchte man Firmen, wo man den Stoff herbekommt oder die es einem produzieren.“<sup>367</sup>

### 4.5.3 Die Wirtschaftskammer Österreich

Interessen vertreten, beraten und unterstützen, netzwerken, informieren, aus- und weiterbilden, Branchen stärken – das sind die Angebote der Wirtschaftskammer Österreich für ihre Mitglieder.<sup>368</sup> Gilt dieses Angebot auch für die Surface Pattern Designer?

---

364 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S281, Abschnitt #16:19#.

365 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S399, Abschnitte #6:11#, #6:38#.

366 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S198, Abschnitt #10:19#.

367 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S401, Abschnitt #12:44#.

368 Vgl. WKO, „Die Organisation“, *WKO Österreich*, <https://www.wko.at/service/oe/wirtschaftskammer.html>, Zugriff: 24.7.2017.

Nur zwei der Befragten besitzen den gleichen Gewerbeschein, ansonsten gibt es anscheinend viele Möglichkeiten, Surface Pattern Design im Rahmen eines Gewerbes auszuüben.

- „Entwurf der äußeren Form von Produkten nach rein optischen und geschmacklichen Gesichtspunkten ohne konstruktive Planungstätigkeit unter Ausschluss jeder einem regelementierten Gewerbe, insbesondere den Ingenieurbüros (Beratende Ingenieure) vorbehaltenen Tätigkeit (Design).“<sup>369</sup>
- „Kunstgewerbliche Herstellung von Schmuck und Ziergegenständen oder so etwas. Das ist ein sehr offener Gewerbeschein, wo man eben aus den verschiedensten unedlen Materialien, also man darf jetzt – das ist halt die Abgrenzung zum Goldschmied. Das machen viele Leute, die halt so Schmuck fädeln und so, [...] es ist halt irgendwie gegenüber den Handwerkern abgegrenzt, dass man keine wirkliche Holzverarbeitung machen kann, aber man kann Holzteile auf eine Kette fädeln. [...] Mit Leder, natürlich – man darf keinen Schuh machen, aber man kann Leder verarbeiten und das ist das, was wir machen. Das ist eigentlich für viele Surface Designer, die eigene Produkte herstellen, ist das eigentlich ein zielführender Gewerbeschein.“<sup>370</sup>
- „Das ist ein langer Name, aber die Kurzform ist – Bedrucken von Web-, Strick- und Wirkwaren und dann geht es halt noch weiter, Folien und das und das ist ausgenommen, Papier und Holz und das ist wieder ausgenommen, drei Zeilen lang, aber im Grunde ist das das Gewerbe.“<sup>371</sup>
- „Drucken auf Stoff- und Wirkwaren.“<sup>372</sup>
- „Wie ich begonnen habe, habe ich ein Gewerbe angemeldet als Maschinenstrickerin, also als reines Handwerk [...]“<sup>373</sup>

Unter den Befragten gab es auch Personen, die keine Mitglieder der Wirtschaftskammer waren.

- „[...] dann bin ich vor, ich glaube drei Jahren oder so, ausgetreten aus der Wirtschaftskammer, weil ich jetzt freischaffende Künstlerin bin. Für mich passend.“<sup>374</sup>

---

369 Vgl. Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S441, Abschnitt #15:00#.

370 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S380, Abschnitte #19:26#, #19:44#.

371 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S242, Abschnitt #12:08#

372 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S279, Abschnitt #11:31#.

373 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S308, Abschnitt #08:33#.

374 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S308, Abschnitt #08:33#.

- „Ich bin selber auch als Künstler tätig und nicht bei der Wirtschaftskammer, weil ich mich selber auch mit keiner identifizieren kann (lacht). Leider, ja. Leider ist das so. [...] Es gibt Illustratoren, die dann bei dieser Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation sich anmelden, andere sind dann beim Informatikbereich, gibt es da eine andere Fachgruppe oder es gibt auch so eine Fachgruppe für Textil, glaube ich.“<sup>375</sup>

Mitglieder der Wirtschaftskammer Österreich unter den Befragten gaben an, dass sie ihre Interessen nicht gezielt vertreten sahen.

- „Ja, da kann dir keiner helfen. Du stehst wirklich komplett allein da, egal ob das jetzt ist, in der Wirtschaftskammer – Wirtschaftskammer ist überhaupt ganz schwierig, weil da selber keiner eine Ahnung hat.“<sup>376</sup>
- „Sicher kann man zur Arbeiterkammer gehen und fragen, wie man sich selbstständig macht, man kriegt ja eigentlich voll viel Hilfe – aber man braucht halt dieses eine Ding.“<sup>377</sup>
- „Aber ich bekomme jetzt halt jedes Mal diese Zeitschriften in Richtung Druckgrafik, das betrifft mich aber trotzdem überhaupt nicht, weil es eben nichts Vergleichbares gibt.“<sup>378</sup>
- „Genau. In meinem Fall, für mein Gewerbe, gibt es keinen Ansprechpartner bei der Wirtschaftskammer, wirklich gar keinen. Also, ich falle genau zwischen zwei Sparten und zwar zwischen den Druck, den aber zum Beispiel ein Copy Shop hat, und zwischen den Modebereich. Die schicken mich dann von A nach B und wieder zurück, weil mir keiner eine Antwort geben kann. Aber es ist lustig, weil sie sagen immer, sie wollen es für alle vereinfachen und es passiert genau das Gegenteil und man wird immer mehr gebremst. Also, es wird immer alles genauer und viel kontrollierter, anstatt dass es einfach offener wird. [...] zum Beispiel, ich dürfte ja gar nicht nähen. Also, ich habe zwar die Modeschule gemacht, habe auch in dem Bereich maturiert und habe fünf Jahre lang diese Ausbildung gemacht, dafür, dass ich jetzt eine Hose abändern darf, die Länge, oder so. Aber ich dürfte nicht einmal eine Unterhose selber nähen oder was auch immer, den einfachsten Rock – ohne Meisterprüfung. Das verstehe ich nicht. Ich verstehe es, wenn ich sage, okay, ich mache Kostüme, gut, dass man da eine Meisterprüfung braucht, okay, da kann man mehr Geld verlangen, das ist etwas ganz anderes

---

375 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S254–255, Abschnitt #09:34#.

376 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S242, Abschnitt #13:12#.

377 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S401, Abschnitt #13:51#.

378 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S280, Abschnitte #11:59#, #12:06#.

als wenn ich jetzt 0815-Rockerl mache.“<sup>379</sup>

- „[...] bevor ich dann das Unternehmen gegründet habe. Da muss man halt angeben, was für eine Ausbildung man hat und welchen Job man suchen will. Textildesign, also, die Kategorie war da. Man konnte auswählen in so einem System, aber da hab ich noch nie was reingekriegt. Das wundert mich jetzt nicht, aber diese Jobs gibt es, man muss sie sich halt irgendwie selber machen oder suchen.“<sup>380</sup>

## 4.6 Kategorie 6: Die Kunden von Surface Pattern Designern

*Fulvio Alvisi* hat die wahre Herausforderung der heutigen Musterdesigner treffend zusammengefasst:

- „[...] the big problem today for us is not to make the design. But the big part of our challenge is to sell the design.“<sup>381</sup>

Die Antworten zum Thema Kunden im Surface Pattern Design werden im Folgenden in vier Dimensionen gegliedert.

Dimensionen:

- ▶ Branchen
- ▶ Entwicklung
- ▶ Kundentyp
- ▶ Kundenstandort

### 4.6.1 Branchen

Für welche Branchen ist das Produkt Musterdesign interessant? Überall dort, wo Oberflächen gestaltet werden, waren sich viele der Befragten einig.

- „Ich gehe mal davon aus, dass es universell verwendbar ist. [...] Überall, wo Oberflächen sind. [...] Die ganze Tattoo Branche. (lacht)“<sup>382</sup>

---

379 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S250, Abschnitte #36:27#, #37:22#.

380 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S377–378, Abschnitt #13:02#.

381 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S198, Abschnitt #09:44#.

382 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S293–294, Abschnitte #15:28#, #15:34#, #17:01#.

- „Pattern Designer – das sind ja jene, die diese Oberflächen gestalten. Die Branche ist relativ groß, es gibt halt nur sehr viele Sparten, an die man nicht denkt. Wenn man von Pattern Designern spricht, denkt sich jeder, da sitzt einer, der Blümchen zeichnet, irgendwelche Stoffmuster oder Dirndl zeichnet [...]“<sup>383</sup>
- „[...] Musterdesign [...] eine Methode oder eine Spezialisierung, die auf unterschiedlichste Bereiche anwendbar ist.“<sup>384</sup>
- „Ich glaube, wenn man selbstständig ist, sollte man entweder eine Produktlinie haben, die man dann hundertprozentig durchzieht und als Surface Pattern Designer solltest du so viele unterschiedliche Muster haben, dass du sie halt auf viele Produkte anwenden kannst – Handyhülle, Bleistift, kleine Notizbüchlein. Also, so gut sein, dass dein Muster so besonders ist oder so eine große Auswahl haben, dass es halt so viele Leute anspricht.“<sup>385</sup>

Als konkrete Branchen wurden folgende genannt: Activewear, Beleuchtung, Fairtrade, Kreativ, Kunst, Luxus, Mode, Papier, Schmuck, Textil und Trachten

- „[...] Mode und Beleuchtung [...] Kontakt mit Thonet [...] Juweliere [...]“<sup>386</sup>
- „[...] Trachtenbranche [...] 98 Prozent, ab und zu mal was Modisches, aber das sind meistens Sonderanfertigungen. [...] man ist da traditionsbewusster und sagt, da kaufe ich einfach die Sachen, die auch in dem Land hergestellt werden, das ich repräsentiere. Was ein Vorteil ist, man geht immer mehr – das hört sich so altbacken an – zurück zu den Wurzeln.“<sup>387</sup>
- „Modebranche, Produktdesignbereich, aber auch der Industriedesignbereich, Architektur. Ganz interessant eben, darum ist mir die Stefanie Klaura eingefallen, die versucht gerade, Druck auf Beton, auf Estrich. Also Innenarchitekturbereich.“<sup>388</sup>
- „Es geht schon sehr in diese Luxusbranche, auf jeden Fall. Für den Email-Schmuck waren wir oder sind wir noch immer eigentlich die Einzigen. [...] Mit der Zeit haben sich natürlich einige Accessoires dazu (...) wir haben da angefangen,

---

383 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S364, Abschnitt #13:08#.

384 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S224, Abschnitt #7:00#.

385 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S404, Abschnitt #23:49#.

386 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S437–438, Abschnitt #4:00#.

387 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S265.

388 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S301.

diese Tücher, Seidentücher, zu machen, die wir in Italien haben produzieren lassen, aber der Entwurf, Design noch immer von uns gekommen ist. Zeitgleich haben wir begonnen dann auch Handtaschen zu machen, auch in Italien. Also da wurde dann diese Produktpalette etwas erweitert.“<sup>389</sup>

- „[...] die Mode, die wir machen, bio und fair sein soll und gerade da gibt es eigentlich ziemlich wenig Muster. Also, da gibt es sehr viel Basic, sehr wenig Muster und andererseits, in der konventionellen Sportbranche – Fitness, Activewear und Laufen – da gibt es schon Muster, um das ein bisschen zu verbinden und ein neues Angebot zu schaffen.“<sup>390</sup>

- „[...] die warb damals mit dem Slogan Design for every Surface und da hat man auch versucht, eine breitere Zielgruppe anzusprechen und nicht nur die Textiler. Das war damals auch dieser ganze Papierbereich, was wir dann auch viel gemacht haben und was eine große Branche war. Auch hier in Europa haben wir – mit Geschenkpapier – viele Jahre Kollektionen gemacht. Aber wann das war? Das ist fünfzehn Jahre mindestens her.“<sup>391</sup>

*Stephanie Klaura* zählte in ihrer Antwort weitere Branchen auf, die gleichzeitig auch verschiedene Designsparten bezeichnen: Architektur, Industriedesign, Interior Design, Produktdesign

- „Es ist sehr schwierig, zu sagen, für welche Branche. Die Modebranche ist es definitiv nicht, wobei, es wäre zwar schön, aber da bin ich zu teuer, denn da geht es wirklich um andere Kalkulationen. Unternehmen, von Business zu Business, das kann auch Merchandising sein, dann Architekten und Interieur Designer, das vermehrt, wo es zum Beispiel um einen bestimmten Vorhang geht oder einen Stoff für Dekopölster, was weiß ich, so spezielle Nischensachen. Dann aber auch im künstlerischen Bereich, mit Künstlern zusammen – also, dass ich für Künstler etwas umsetze.“<sup>392</sup>

Teilweise fielen die Informationen zu den Einsatzbereichen von Mustern so detailliert aus, dass sie auf Produktebene heruntergebrochen werden konnten, wie man am Beitrag von *Werner Van Hoeydonck*, Ornamental Designer, erkennen kann.

- „Ich glaube, dass es sehr viele Einsatzbereiche für Muster- und Ornamente gibt.

---

389 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S206, Abschnitt #10:58#.

390 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S408, Abschnitt #2:32#.

391 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S420, Abschnitt #7:00#.

392 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S231, Abschnitt #15:24#.

Ich habe am Anfang einmal eine Liste gemacht und es ist sowohl im Interieur Design, als auch in Verpackungsdesign, Mode und Schmuck – eigentlich überall, wo es Flächen gibt, die man gestalten kann, in der Grafik oder Websites. Zum Beispiel in einem Schlafzimmer der Teppich, ein Wandteppich, die Kissen, der ganze Bettbezug, die Vorhänge, im Badezimmer die Dusche, die Duschvorhänge, die Kacheln, Mosaik in der Dusche, alles was Möbel betrifft, auch die Sesselbezüge. Also, das ist eigentlich der Bereich Innenarchitektur, wo es schon einmal sehr viele Möglichkeiten gibt. Es gibt auch viele Kunstwerke, die ein ornamentales Motiv haben, die an der Wand hängen. Dann in der Mode und in der Kleidung, in der Lingerie natürlich, Wolford, Palmers und es gibt auch ein paar kleine Labels. Dann Seidentücher, zum Beispiel Kimonos, Seidenröcke, Krawattenmuster, T-Shirts, Mützen, Schals, Hemden und Handtaschen, Juwelen. Im Besteckbereich, also vielleicht nicht Besteck, aber zum Beispiel auf Tellern, auf Porzellan und Glas. In der Beleuchtung sieht man noch fast keine Muster oder sehr wenig, ein bisschen, so organische Formen sieht man schon. Ja, dann auf Schirmen, Regenschirmen, Surfbretter, Frisbees, überall, wo es Flächen gibt, die man Gestalten kann.“<sup>393</sup>

Im folgenden finden sich Produkte, für die die befragten Designer tatsächlich bereits Muster entworfen haben: Bettwäsche, Estrich, Beton, Geschenkpapier, Handtaschen, Kacheln, Fliesen, Luftmatratzen, Möbelstoffe, Plastiktschdecken, Seidentücher, Spanplatten für Küchen, Tapeten

- „Luftmatratzen, fallen mir gerade spontan ein, zum Beispiel. Oder Kacheln, Fliesen, alles Mögliche, oder Spanplatten für Küchen, wirklich ganz komische Firmen, die da plötzlich an uns herangetreten sind und gefragt haben: Macht ihr so etwas auch? Und wir haben natürlich selbstverständlich auf alles immer ja gesagt, aber das sind ja alles kleine Dinge gewesen. Oder auch so Kunststoff, Plastik, wie wir sagen, Plastiktschdecken für einen Outdoor Bereich, also wirklich kleine Produktgruppen. Aber natürlich auch große Sachen wie Tapeten, die heute ein großes Thema sind.“<sup>394</sup>

- „Heute sind es hauptsächlich Möbelstoffe, Bettwäsche und Tapete, das sind die drei größten Bereiche, würde ich sagen.“<sup>395</sup>

*Stephanie Klaura*, Gründerin der Siebdruckwerkstatt *Fabricfabrik* und *Veronika Persché*, Betreiberin der Strickwerkstatt *Veronika Persché Strick-*

---

393 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S437–438, Abschnitt #4:00#.

394 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S419, Abschnitt #5:04#.

395 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S424, Abschnitt #19:41#.

*design* gaben an, neben ihren Arbeiten für Kunden auch Workshops oder eigene Produkte anzubieten: Meterware, Ready Mades (Produkte aus dem selbstproduzierten Stoff), Workshops

- „Ich sage einmal, das Unternehmen Fabricfabrik steht auf mehreren Standbeinen, das eine ist wirklich das eigene Design, das Textildesign, Muster entwerfen, das Kreieren und Verkaufen des Produkts. Weiters ist dann das Ready Made, das erschaffene Produkt da, das man halt aus Textil machen kann, ein Polster oder eine Tasche, wobei, am Rande – das ist eben entstanden, damit die Leute sehen, was man daraus machen kann. Dann gibt es eben die Workshopschiene, die ein bisschen als Wissenstransfer und als Vermittlung agiert, denn natürlich ist es wichtig, dass man den Leuten zeigt, dass es ein Handwerk ist und somit wieder diese Wertschätzung des Handwerks an sich und des textilen Produktes zeigt, weil das Textil an sich sowieso einen sehr schlechten Stellenwert hat. Und dann durchaus noch meine künstlerischen Arbeiten, also, ich bin nach wie vor künstlerisch tätig und versuche das weiterhin zu sein.“<sup>396</sup>

- „[...] meine Arbeit ist aufgeteilt in mehrere Bereiche und der Teil, in dem ich selbständig eigene Muster entwerfe und daraus auch Meterware in Strickstoffen erzeuge, den mache ich, wenn ich zwischen meinen Aufträgen dazukomme, quasi. Also das ist das, was ich, wenn ich aus meinem eigenen Antrieb, wenn ich Muster entwerfe, mache. Und das geht sich nicht in dem Rhythmus aus, in dem ich es mir damals gedacht habe, dass ich jedes Jahr sowas machen kann, eine Kollektion. [...] der größere Teil von meiner Arbeit, der größere Bereich ist der, dass ich Aufträge übernehme für andere Leuten, andere Kreative, die quasi (...) teilweise bringen sie Entwürfe, teilweise bringen sie aber nur sehr vage Ideen und dann muss ich schon sehr wohl, also aus diesen Ideen einen Entwurf erarbeiten.“<sup>397</sup>

- „Aber es hängt dann immer von Auftrag zu Auftrag ab, weil manche wollen eher (...) zum Beispiel, dass ein Muster jetzt nachgearbeitet wird. [...] da habe ich ein historisches Vorbild gehabt und dann ist mein Anspruch halt auch, dass ich das 1:1 nachmache, damit das irgendwie möglichst getreu wird. Oder sie kommen halt und wollen spezielle Effekte, wo ich nicht weiß, ob man das noch Muster nennen kann.“<sup>398</sup>

## 4.6.2 Entwicklung

Die Befragten gaben an, dass sich die Zusammenarbeit mit den Kunden

---

396 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S278, Abschnitt #8:11#.

397 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S307, Abschnitt #06:50#.

398 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S307, Abschnitt #07:30#.

und deren Strukturen im Laufe der letzten Jahre geändert hätte:

→ **Mehr Spezialisierung auf Seiten der Designer**

- „[...] du musst heute fast ein bisschen spezialisiert sein, weil du mit einer All-weltskollektion nicht mehr glaubwürdig bist. Du musst für irgendetwas stehen und du musst ja auch eine Aussage haben. Insbesondere am Anfang.“<sup>399</sup>

→ **Früher wären Designs inspirativ eingekauft worden, heute würden nur mehr Designs gekauft werden, die 100% paßten und auch sicher Ver-wendung fänden.**

- „[...] es gab früher viel mehr Designer. Die Zeit ist eine andere. Die Leute kaufen heute aufgrund der Zeit, in der wir uns befinden, ganz anders Designs ein. Das Verständnis von Design und der Investitionswille ist ein anderer. Heute wird nicht mehr inspirativ eingekauft, dass ich sage: Ah, coole Idee, bunte Farben, das könnte eine gute Idee für die Saison was auch immer sein. [...] Ich brauche für den und den Kunden ein Nachfolgedesign, das war ein Renner, passt das hun-dertprozentig oder passt das nicht, danke, es passen achtzig Prozent, brauche ich nicht. Nächstes Studio. Also, wenn das nicht hundertprozentig passt, wenn du nicht hundertprozentig am Punkt zum richtigen Zeitpunkt bist, ist es uninter-essant.“<sup>400</sup>

- „Damals waren das nicht einmal zwanzig Prozent von dem, was wir heute an Ser-vice leisten und trotzdem war es ein viel kreativeres Einkaufen als heute. Früher wurden absurdere Designs gekauft und es wurde viel kreativer gedacht. Und es wurde viel mehr Mist gekauft, dadurch, weil das Zeug dann irgendwo gelegen ist und man gedacht hat: Das war ein Blödsinn, was ich da gekauft habe.“<sup>401</sup>

→ **Möchte man heute Muster verkaufen, sollten diese strukturiert sein, eine Story haben, schön verarbeitet sein, sehr gut durchdacht und rap-portiert sein.**

- „Wir haben früher Designs verkauft, die alle unterschiedlich groß waren. Sie hat-ten keine Rapporte, waren nicht einmal gescheit in Serien, alles war durchein-ander und wir haben sie nicht geordnet. Heute ist das alles strukturiert, hat eine

---

399 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S424, Abschnitt #20:22#.

400 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S424–425, Abschnitte #21:02#, #22:37#.

401 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S425, Abschnitt #22:37#.

Story, es ist schön verarbeitet, super durchgedacht, wir liefern Daten, alles ist rapportiert – bis zum Hintern durchgedacht.“<sup>402</sup>

→ In den Firmen der Kunden gäbe es heute oft keine Designer mehr, die die gekauften Entwürfe weiter bearbeiten würden. Die Entwürfe sollten, so wie sie eingekauft werden, passen.

- „[...] in den Firmen sitzen keine Leute mehr, die eine Ahnung von Design oder Kreation haben. [...] Früher hat man gesagt: Aha, das ist ein bisschen schief, macht aber nichts, das macht der Fritz im Atelier, der dreht da noch herum. Und dann machen wir etwas mit Farben, da können wir noch eine Struktur darüberlegen und machen etwas Eigenes daraus. [...] Da gibt es niemanden, der dann an dem noch herumdrehen kann. Das allein ist schon der Grund, warum da nicht mehr nachgearbeitet werden kann. [...] Das war ein viel kreativeres Arbeiten an den eigenen Dingen und es ist noch etwas Eigenes daraus entstanden. Dieser Prozess ist fast auch null.“<sup>403</sup>

→ Wären die Kunden für Surface Pattern Designer aus Österreich oder Italien früher oftmals im eigenen Land oder zumindest in Europa ansässig gewesen, so sei es heute notwendig, beispielsweise nach China, Indien oder in die Türkei zu reisen, um seine Musterdesigns abzusetzen.

- „When I started 40 years ago, I had a lot of costumers in Vienna also. Fashion company that buy the design. That give the print to Fusenegger. But today is completely different. It is not so easy in one way and there are not enough companies. Not only in Österreich but generally in Europe. It is necessary to go to work in other place. Turkey, China, India because I think it is not enough to grow.“<sup>404</sup>

### 4.6.3 Kundentyp

Als Kunden wurden von *Stephan Thierry*, Gründungsmitglied des Textildesign Studios *Affabre*, Kreative, Consulter von Produktionsunternehmen oder Brands genannt. Daneben wurden weiters Verleger und der Endkonsument direkt erwähnt. Als Marktplatz wurden große Textildesign Messen wie die *Heimtextil*, *MoOD* oder *Proposte* oder auch heimische Maker Messen angegeben.

---

402 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S425, Abschnitt #22:37#.

403 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S425, Abschnitt #23:59#.

404 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S199, Abschnitt #11:36#.

- „Früher gab es Ateliers. Alle Firmen haben ein eigenes Atelier gehabt, mit Studios und Angestellten und Designern, das ist alles weg. Kaum Firmen leisten sich so etwas noch, das heißt, in den Firmen sitzen keine Leute mehr, die eine Ahnung von Design oder Kreation haben. Es sitzen nur noch ganz wenige dort, die das drauf haben.“<sup>405</sup>
  
- „Es gibt halt dann einen oder zwei Kreative oder das Ganze ist überhaupt ausgelagert und es gibt dann Consulter, die das betreiben. Das heißt, alles was sie kaufen, muss ready made, es muss fertig sein.“<sup>406</sup>
  
- „Wir machen nicht sehr viele Messen. Wir haben sehr viele Messen gemacht und auch immer wieder probiert. Die größten Messen sind die *Heimtextil* in Frankfurt und die *MoOD* in Brüssel, die leider auch eher am Schrumpfen ist, und die *Proposte* in Como.“<sup>407</sup>
  
- „Unsere Erfahrung ist die, dass die Leute meistens den einfachsten Weg gehen. [...] Sondern sie gehen gleich zu einem Verleger, beispielsweise zum Englisch Dekor in Strebersdorf, in Österreich, und fragen den. Jetzt ist es unsere Idee, mit dem müssen wir zusammenarbeiten und unsere Aufgabe ist es, zu sagen, lieber Englisch Dekor, wenn du so jemanden hast, nütze doch bitte unsere Ressourcen, wenn du einen Kunden hast, komm mit deinem Kunden her, wenn du nicht schon ein Produkt hast, das du ihm verkaufen kannst [...] Im Prinzip ist das ideal, es gibt keine Lagerkosten, es gibt kein Risiko, kein gar nichts.“<sup>408</sup>
  
- „Oder umgekehrt, der eigentliche Weg ist ja der, dass ich das Design dem Verleger verkaufe und der hofft dann, dass er dieses Design diesem Kunden verkauft. In den meisten Fällen verkauft er es eben nicht, dann hat er das halt für nichts investiert.“<sup>409</sup>
  
- „Deswegen meine ich, die Idealversion ist, den Kunden, oder den Endkunden und den Produzenten mit dem Designer zusammenzubringen. Damit ist das Risiko auf null.“<sup>410</sup>
  
- „Es gibt in Österreich zum Beispiel diese Kreativmesse oder die Heimwerkmesse und solche Sachen, das ist – wenn man es hart ausdrückt – eine Peinlichkeit, im

---

405 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S425, Abschnitt #23:59#.

406 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S425, Abschnitt #23:59#.

407 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S427, Abschnitt #30:32#.

408 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S431–432, Abschnitte #43:25#, #43:48#.

409 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S432, Abschnitt #44:32#.

410 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, #44:46#.

Gegensatz zu den anderen Sachen. Da sind dann in einem Raum 15 Standln, wo 13 davon dasselbe haben und das sind halt diese typischen Sachen, die man in jedem Heim- oder in jedem Werkgeschäft bekommt und in jedem Bastelbedarf. Das ist lächerlich, im Gegensatz zu den anderen, zu dem, was es in anderen Ländern gibt.“<sup>411</sup>

- „Freelancing ist halt auch total schwierig, weil es halt auch nur mehr so wenige Firmen gibt und die sind halt auch alle (unv.) und ich habe (unv.) bei Firmen im Waldviertel gesehen, wenn ich da hingefahren bin und schon wusste, dass ich das nicht will, aber es war halt reines Interesse. Die waren alle sehr konservativ und veraltet, halt ‚uncool‘, unter Anführungszeichen, das ist halt nicht attraktiv für junge Leute.“<sup>412</sup>

Von einem anderen Interviewpartner wurden Agenten als weitere Kundengruppe erwähnt.

- „And we need to have an agent, because in China it is very difficult to work without someone there. And it is the same for us in Turkey. Turkey is a good market, but I have an agent there. So this is another cost, because we also have to pay this [...]“<sup>413</sup>

Es gibt aber durchaus auch heimische Start Ups oder kleinere Labels, die Muster benötigen.

- „Ja, das ist eigentlich immer noch der Pferdefuß. Das Muster, mit dem ich arbeite, ist gekauft, vom Shutter Stock, also es ist ein Stockbild und ich bin nach wie vor auf der Suche nach Musterdesignern und eine Kooperation, die ich eingegangen bin und die wir eingehen wollten, ist wieder beendet. [...] Auf einer Fashionmesse, auf dem Take Festival, da war so ein Shop-Speed-Dating und da haben wir uns kennen gelernt.“<sup>414</sup>
- „Es schwingt halt bei einem Startup auch immer die Kostenfrage mit, weil irgendwie gleich eine Agentur – na ja, das ist ja auch mit Kosten verbunden.“<sup>415</sup>

*Miriam Brezina*, Betreiberin des Siebruckstudios *Miprint*, beschreibt eines der großen heimischen Probleme im Zusammenhang mit Kunden: Viele Unternehmen, aber auch Endkonsumenten wüßten gar nicht, dass es so

---

411 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S245, Abschnitt #22:22#.

412 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S401, Abschnitt #12:44#.

413 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S198, Abschnitt #09:44#.

414 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S408, Abschnitte #3:23#, #3:54#.

415 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S410, Abschnitt #7:24#.

etwas wie Surface Pattern Design gäbe.

- „Ich muss auch zugeben, ich glaube, dass viele Firmen gar nicht wissen, dass es so etwas gibt. Nicht nur der Konsument, der Private, also, der kleine Mann, sage ich jetzt einmal, sondern auch die großen Firmen, dass die überhaupt nicht wissen, dass man eigentlich mit so etwas auch arbeiten kann. Also, das habe ich eben gemerkt, als ich mit Leiner zusammengearbeitet habe, die haben reagiert, als hätten sie zum ersten Mal in ihrem Leben ein Muster gesehen. So in die Richtung.“<sup>416</sup>

#### 4.6.4 Kundenstandort

Ein Teil der Befragten gab an, größtenteils inländische Kunden zu haben. Manche arbeiteten gleichermaßen mit Kunden aus Österreich und dem Ausland zusammen.

- „[...] Österreich. Ich überlege gerade, ob ich überhaupt irgendjemand aus dem Ausland habe, einmal habe ich für eine deutsche Firma aus Hamburg etwas gemacht.“<sup>417</sup>

„Schon mehrheitlich aus Österreich. Ja, aber es hat auch Jahre gegeben, wo ich sehr viel Mode gemacht habe und da hatte ich teilweise von den Modeleuten, wahrscheinlich Hälfte, Hälfte. [...] Ja, sogar Ausländer. Da habe ich in Berlin, in London und in Belgien ein paar Leute gehabt und die haben mich mehr mit Aufträgen eingedeckt als die Österreicher. [...] Ich arbeite auch viel mit Studierenden und auf der Angewandten [...] gibt es jetzt die Vorgabe, dass die DiplomandInnen, ich glaube, drei oder sogar mehr Strickteile in der Kollektion haben müssen.“<sup>418</sup>

- „[Interviewer: Sind deine Kunden, die du hast, aus Österreich oder aus dem Ausland?] Beides.“<sup>419</sup>

Viele der Befragten sahen ihre Kunden mehrheitlich im Ausland.

- „[...] 99,9 Prozent wahrscheinlich.“<sup>420</sup>

---

416 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S250–251, Abschnitt #38:49#.

417 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S282, Abschnitt #17:28#.

418 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S313, Abschnitte #19:15#, #19:55#.

419 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S442, Abschnitte #19:37#, #19:38#.

420 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S427, Abschnitt #30:49#.

- „Because we have a few customers that come to our office. We make several fairs, we normally make in January Frankfurt and we have another show in Como, in Brazil (?), one in Shanghai and maybe one in Paris. Every fair is a big investment, because we have a stand, people in the stand and so on. The other problem is to visit the customers. Today we make more than 50% outside of Italy. So that our bigger customers are in China, in India, in the US, in Russia and everyone of these trips is expensive and is also complicated.“<sup>421</sup>
- „Aus vielen Nationen. [...] Österreich, Deutschland, aber auch Spanien, Amerika und Norwegen.“<sup>422</sup>
- „Wir haben weltweit 90 Boutiquen. [...] Also, wir haben in Österreich vielleicht sechs, sieben Boutiquen und der Rest ist in der ganzen Welt verstreut.“<sup>423</sup>
- „Weil Email ist ja unseres. Das machen wir, das wird auch bei uns produziert. [...] Ja, aber alles andere, wie die Accessoires, wie Seide, Leder, haben wir dann in Italien. [...] Weil dort die großen Seidenproduzenten, die auch für namhafte Designer arbeiten [...] ist halt die Nummer 1 [...] Die können das einfach, die Qualität und das alles [...] In China wollten wir nicht produzieren, auch wenn es günstiger ist. Also, das sollte schon eine Qualität haben. Das ist halt in Italien.“<sup>424</sup>

## 4.7 Kategorie 7: Trends & Entwicklungen

Im folgenden wurden Trends und Entwicklungen abgefragt, die den Bereich Surface Pattern Design beeinflussen. Dabei haben sich die folgenden Dimensionen ergeben:

### Dimensionen:

- ▶ Megatrends
- ▶ Surface Pattern Design Trends
- ▶ Bestehendes Know How
- ▶ Umgang mit Trends und Entwicklungen

### 4.7.1 Megatrends

Bei der Abfrage von Trends und Entwicklungen im Surface Pattern Design

---

421 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S198, Abschnitt #09:44#.

422 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S271.

423 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S208, Abschnitt #16:05#.

424 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S206–207, Abschnitte #10:58# bis #12:08#.

wurden auch größere allgemeine Strömungen genannt.

→ *Alfried Braumann* von der *Wirtschaftsagentur Wien* hat einige davon in seinem Interview aufgezählt: Digitalisierung, Veränderung der Produktionsstrukturen, Individualisierung der Gesellschaft, globale Wertschöpfungsketten, Europäische Integration bzw. drohende Desintegration, CO<sub>2</sub>-Ausstoß, Klimawandel

- „Das ist eine Diskussion, die seit einigen Jahren relativ intensiv läuft und meiner Meinung nach eine der zentralen Diskussionen in Wien ist, wie man – also, nicht die Frage, wie man so etwas stoppen oder umdrehen kann, weil das geht nicht, sondern, wie mit der Situation umzugehen ist, insbesondere mit den Fragen der Digitalisierung, Veränderung der Produktionsstrukturen, Individualisierung der Gesellschaft, die ganzen globalen Wertschöpfungsketten, europäische Integration beziehungsweise drohende Desintegration, CO<sub>2</sub>-Ausstoß, Klimawandel, also, da gibt es eben ein paar so Megatrends, auf denen das ganze Ding irgendwie aufbaut.“<sup>425</sup>

#### → Globalisierung

Die Befragten waren sich einig, dass die textile Produktion aus Österreich und mittlerweile auch aus Europa größtenteils nach Asien ausgelagert wurde. Bestehende Chancen für heimische Surface Pattern Designer wurden in der nicht einfachen Exportierbarkeit von regionalem Design Know How gesehen.

- „Die große Industrie ist einfach gekillt worden, in Europa. [...] Das ist vorbei, das muss man einfach akzeptieren.“<sup>426</sup>
- „Das ist irgendwie der Klassiker, dass die Produktion ausgelagert wird, weil sie halt am leichtesten in diesen Wertschöpfungsketten abkoppelbar ist und man forscht und entwickelt hier. Aber in gewissen Sinne ist das halt doch ein (unv.) Aber diese globalen Wertschöpfungsketten sind halt einfach ein Faktum. Das Positive daran ist, die sind halt global und nicht an einem Ort, das heißt, es spricht auch nichts dafür, dass sich jetzt nicht alles auf Shenzhen konzentrieren wird und die ganze Welt forscht, produziert und designt nur mehr dort.“<sup>427</sup>
- „Ich glaube schon, dass es teurer war, das hier zu produzieren, als in Asien.“<sup>428</sup>

---

425 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S228–229, Abschnitt #27:47#.

426 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S435, Abschnitte #53:55#, #54:02#.

427 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S233, Abschnitt #45:45#.

428 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S340, Abschnitt #28:13#.

- „Chinese designers are very competitive. At the moment they are concentrated on the domestic market, so that we have competition in China, but they do not come to sell in Europe. But in a few years it is normally that can happen this. It is a part of the challenge. [...] Anyway if they are growing they need to have someone that lives in Europe. Because (...) you can imagine what to offer in another market, but only if you check the situation [...]“<sup>429</sup>
- „Or you arrive to some basic product with an incredible big production like is for the automotive for example. That makes a sense. In America, in the US, you continue to produce the fabric for the automotives because it is necessary that it is close to the production of the cars. But is very high quality with a completely another scale instead of the fashion. So, big quantities, high quality, certification and so on.“<sup>430</sup>
- „Wenn man mit Musterzeichnen, ganz vereinfacht ausgedrückt, heute in Europa Geld verdienen will, muss man sich einfach ein Segment suchen, wo das noch gebraucht wird. Und wenn man das einmal auf Österreich reduziert, ist das mit Sicherheit nicht Textil. Das muss irgendwas anderes sein. Das sind offensichtlich auch nicht mehr die Autobezugsstoffe, wie man hört. Die gehen ja auch alle krachen jetzt.“<sup>431</sup>
- „Ich glaube, dieses Pattern Design hat halt sehr viel kulturelle Konnotation [...] also, der Unterschied zwischen Skandinavien und Madrid ist nicht exportierbar.“<sup>432</sup>
- „Mittlerweile gibt es ja die Szene, wo Leute wirklich schauen, wo kommt das her, was trage ich da? Natürlich zahle ich dann auch mehr, wenn ich weiß, es ist heimisch produziert, es ist eine gute Ware, und das wächst.“<sup>433</sup>

### → Konnektivität und Mobilität

Es wurde erwähnt, dass es durch die Mobilität für Studenten heute einfach sei, sich international zu vernetzen.

- „[...] in Milano I have in this moment students, coming from China, Japan, (unv.), Mexico, everywhere. So it is so easy today to create new relation and this can

---

429 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S199–200, Abschnitt #17:45#.

430 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S199, Abschnitt #16:18#.

431 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S435, Abschnitt #54:44#.

432 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S233, Abschnitt #45:45#.

433 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S243, Abschnitt #16:56#.

change very very fastly.<sup>434</sup>

## → Wachstum der Kreativwirtschaft

- „Die beiden am stärksten wachsenden Bereiche in unserem Land. Das ist mal an allererster Stelle die Hochtechnologie und gleich danach die Kreativwirtschaft. Tatsächlich sehen wir uns aber immer noch als Tourismusland.“<sup>435</sup>

## → *Manufacturing, Crafted*

*Manufacturing*, Industrie in der Stadt und Handwerk wurden als präsen-  
te Themen im Designbereich genannt.

- „Manufacturing, Industrie in der Stadt, Reindustrialisierung und Ähnliches. Die Diskussion streicht die Bedeutung hervor, dass jetzt an einem Standort auch Dinge produziert werden. Weil diese Dinge, die produziert werden nicht nur der Automotor oder der Schuh ist, sondern, an diesem Produkt hängen eine Reihe von Dienstleistungen dran.“<sup>436</sup>
- „[...] der eine Trend ist, dass es so in Richtung Handarbeit geht.“<sup>437</sup>
- „Gut, aber Kunsthandwerk ist dann wieder ein bisschen etwas anderes. [...] Ein kleiner Goldschmied kann, glaube ich, noch eher seine Nische finden und sie behalten. Auch ein kleines Modelabel oder ein kleiner Schneider kann es vielleicht auch noch schaffen, aber er wird es sicher auch nicht leicht haben, neben H&M und Co.“<sup>438</sup>
- „Das hat meiner Wahrnehmung nach viele Ausprägungen. Das geht von 3D-Printing für Opel mit 2000 Industriebeschäftigten, hat viel Crafted, wo man im Hintergrund das Craft-Beer hat, die mehr ein PR-Vehikel sind. Es geht dann teilweise, wenn jetzt ein gewisses Knowhow vor Ort ist, das eher im Handwerklichen verortet ist und sich aber im betriebswirtschaftlichen Kontext schwer tut, dass es wirklich überlebt, dass man dafür neue Lösungen findet.“<sup>439</sup>

Dabei wurde die Frage gestellt, ob es in Österreich überhaupt eine ernstzunehmende *Craft Szene* gäbe.

---

434 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S199, Abschnitt #16:18#.

435 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S350, Abschnitt #20:15#.

436 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S228, Abschnitt #23:45#.

437 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S324, Abschnitt #42:51#.

438 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S435, Abschnitt #53:49#.

439 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S232, Abschnitt #41:23#.

- „Craft [...] Das gibt es in Österreich gar nicht. Also, natürlich kann man da Haslach nennen. Aber, das ist auch Industrie, irgendwie. Also, die machen schon viel Handweben, aber das hat in England einen ganz anderen Stellenwert. Das ist riesig, diese Textile Craft Sache, hier gibt es das nicht. Was gibt es am Feschmarkt für Leute, die handgewebte Teppiche machen? Keine!“<sup>440</sup>

Als Gegenpol zu *Crafted* wurde *Cutting Edge*, das sich in diesem Fall auf eine hochmoderne Technologie bezieht, genannt.

- „[...] du kannst nicht irgendwie dazwischen sein. Das heißt entweder kannst du auf die eine Seite gehen und ganz bewusst Cutting Edge Zeug machen mit Materialien, mit Computern, mit alldem, oder du gehst ganz auf die Craft Seite.“<sup>441</sup>

Die Kürzung der Werkstätten-Ressourcen an der HTL Spengergasse wurde angezweifelt.

- „Das wird denen noch sehr leidtun. [...] Über kurz oder lang wird das wieder gesucht sein, klar. Siehst du ja in allen anderen handwerklichen Bereichen [...]“<sup>442</sup>

Die neue geplante Plattform von *Amazon* für Künstler und Handwerksprodukte wurde als Chance für handwerklich hergestellte Produkte gesehen.

- „You know that Amazon invests now in this particular space for the artisans, for the handmade products. [...] And Amazon has now the possibility to come to you in another space that is not the same space of mass products. That is important. And it is more easy for a new customer to arrive in this way. [...] This changes the rules. So that in one way the markets change, but in the other the opportunity for the small production are more, because the people is more friendly to use this tools. If you buy from Amazon and if you have a good result, you continue. You increase what you bought.“<sup>443</sup>

Muster würden eine Rolle bei handwerklich gemachten Produkten spielen, sie wären aber nicht das alleinige Entscheidungskriterium für einen Kauf.

---

440 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S385, Abschnitt #36:13#.

441 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S385, Abschnitt #36:13#.

442 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S289, Abschnitte #06:25# bis #06:35#.

443 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S200, Abschnitt #21:20#.

- „Zumindest in der Preiskategorie vom (unv.), wo halt die Leute ein handgemachtes Produkt kaufen. Da muss eben das gesamte Package stimmen. Da spielt das Muster oder die Oberflächengestaltung eine Rolle, ist in einem gewissen Bereich ausschlaggebend, aber es ist nicht das alleinige Entscheidungskriterium.“<sup>444</sup>

### → DIY

Eine Befragte stellte die Handwerks-Märkte, auf dem Hobby-Bastler neben professionellen Künstlern und Designern ausstellen, in Frage. Der Qualitätsunterschied zwischen deren Produkte sei für die Besucher oft gar nicht erkennbar.

- „[...] wenn der Konsument am Markt ist und mein Stand neben einem anderen Stand steht und die macht das nur hobbymäßig und hat es sich halt selber angelehrt – muss nicht sein, dass man einen Unterschied sieht.“<sup>445</sup>
- „Vor allem eben durch den DIY-Bereich kommt viel dazu, auch viel mehr experimentelle Sachen. Es regt einfach irrsinnig an, weil egal wo man ist, man kriegt ständig irgendwelche neuen Techniken, Mustergeschichten, Farbkombinationen – wirklich egal, wo man ist, ob auf der Straße, in jedem zweiten Geschäft, man muss nur ein bisschen die Augen aufmachen und sieht ständig irgendwas. Also, in der Hinsicht auf jeden Fall, da tut sich schon viel. In Österreich ist es natürlich immer noch kleiner, als irgendwo anders, also, irgendwo anders ist blöd ausgedrückt, zum Beispiel in den Ländern, die wir eh vorher schon gesagt haben, wie in England.“<sup>446</sup>

### → Personal Design anstelle von Massenfertigung

Produktion On Demand wird von den Befragten als positiv und als Chance für Surface Pattern Designer gesehen.

- „[...] mehr dezentrale, persönliche Fertigung hat, mehr personalisierte Gegenstände. Das ist eine voll positive Entwicklung.“<sup>447</sup>
- „Es wird weggehen von dieser Massenproduktion. [...] Ich glaube, es wird interessanter werden, individuelle, unterschiedliche Produkte zu produzieren. Es gibt auch inzwischen die technischen Möglichkeiten dazu. Man muss nicht in großen Serien ein und dasselbe machen, man kann da variieren. Gerade beim Muster,

---

444 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S379, Abschnitt #18:15#.

445 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S247, Abschnitt #28:09#.

446 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S246, Abschnitt #25:45#.

447 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S392, Abschnitt #57:49#.

glaube ich, das bietet sich ja total an.“<sup>448</sup>

- „Weben on demand. Das wird sicher ein Thema werden, wo Leute online ein Design hochladen und das wird dann Jaquard.“<sup>449</sup>
- „[...] Open Source digitalgesteuerte (fully fashioned?) Strickmaschinen [...] Wenn du ein Bastler bist, kannst du die bauen. Aber das sind dann Leute, die kommen nicht aus dem Textildesign. Die nennen sowas dann halt Garment Printer oder so.“<sup>450</sup>

## 4.7.2 Surface Pattern Design Trends

Einer der größten Veränderungen der letzten 30 Jahre im Surface Pattern Bereich sei die Digitalisierung gewesen, waren sich die Befragten einig.

- „Es ist ein super Beruf, ich mache es gerne. Es ist jetzt fast das dritte Jahrzehnt. [...] Das einzige, was es für uns schwieriger macht, ist die Situation, die sich so drastisch verändert – aber sie hat sich in den dreißig Jahren so oft verändert, für uns, und wir haben so viele Sachen anders machen müssen, wir haben Bekleidungskollektionen gemacht, Biokollektionen gemacht, wieder komplett aufgehört und neu begonnen. Und jetzt haben wir wieder etwas Neues begonnen und wir werden vielleicht in fünf Jahren wieder neu beginnen. Es gehört zum Design dazu, sich immer wieder neu zu erfinden und neue Dinge anzufangen.“<sup>451</sup>

### → Computer

Die Befragten gaben an, dass computerunterstütztes Arbeiten den Mustererstellungsprozess auf der einen Seite vereinfache und verbillige, auf der anderen Seite gehe Qualität in der Rapportierung und der Charme der händischen Arbeit verloren. Mit dem Programm *Adobe Illustrator* ließe sich auch für Personen ohne Musterdesignkenntnisse Muster erstellen.

- „Weil durch die digitale Musterung entsteht erstens einmal schon beim Entwurf eine gewisse, ich sag jetzt mal, Normierung. Weil einfach die nicht existente Perfektion der analogen Arbeit bringt das Schöne in dem Entwurf hervor. Das geht halt durch natürlich durch reines Computerdessinieren verloren.“<sup>452</sup>

---

448 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S259, Abschnitt #27:11#.

449 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S391, Abschnitt #55:22#.

450 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S392, Abschnitt #56:43#.

451 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S435, Abschnitt #56:38#.

452 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S347–348, Abschnitt #13:02#.

- „Ich meine, ich habe '84 entschieden – also '84 war das Jahr, wo der Macintosh aufgetaucht ist, und der Macintosh war ja das erste System, mit dem man ohne technische Vorkenntnisse Grafikprogramme bedienen konnte und es war klar, dass das ein Paradigmenwechsel ist – dass eben der Computer das Medium ist, das ich verwenden will. Aus so einer pragmatischen Entscheidung heraus. Also erstens, weil es etliche neue Optionen gab, formaler Natur, und zweitens, weil auch klar war, dass es ein Medium ist, das in einem hohen Maße in alle anderen Bereiche ausstrahlen wird. Also de facto, was wir jetzt in rasantester Weise erleben. [...] Es ist ein Filter, der bestimmte Möglichkeiten rausnimmt und andere [...]“<sup>453</sup>
  
- „Bei Trends macht sich der Computer eindeutig bemerkbar [...] ein Anliegen ist, die SchülerInnen darauf hinzuweisen ist, dass man sich die Designs, die der Illustrator erschafft, wirklich noch einmal anschaut, ob da alles passt. Dazu musst du nämlich auch ein Wissen haben und einen Blick dazu, sonst hast du Kleckser und halbe Formen drinnen. [...] Ich kann natürlich sagen, gut, dann ist halt beim nächsten Rapport nur das halbe Blumerl drauf, ist eh wurscht, fällt eh keinem auf, vielleicht ist es auch so? Das kann man immer sagen, ja? Braucht man die Qualität? Geht es mit ein bisschen weniger Qualität auch?“<sup>454</sup>
  
- „[...] wenn ich mit Illustrator umgehen kann, dann muss ich über Mustererstellung nichts mehr wissen. Das ist nicht mehr so wie früher, wo man dann nachgeschwärzt hat und geschaut hat, wo sind im Entwurf die Straßen. Es ist heute auch generell die Qualität des Entwurfs schlechter geworden.“<sup>455</sup>
  
- „Das Designen ist sicher gleich geblieben, außer, dass wir jetzt natürlich computerunterstützt arbeiten. Und da die Möglichkeiten natürlich schon anders sind. Dass wir auch viel schneller entwerfen können, schneller mal eine Farbstellung machen können.“<sup>456</sup>
  
- „Früher ist man auch teilweise eine Woche über so einer Arbeit gesessen und das kostet natürlich Geld und Arbeitskraft, und da kann ich mir diese Ausschussrate dann im Prinzip auch nicht leisten.“<sup>457</sup>
  
- „[...] es ist ganz einfach der Umfang ein anderer geworden und damit auch die

---

453 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S294–295, Abschnitte #20:27# bis #21:16#.

454 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S341, Abschnitte #30:47#, #31:08#.

455 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S361, Abschnitt #5:09#.

456 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S205–206, Abschnitt #08:39#.

457 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S361, Abschnitt #6:05#.

Präzision, mit der gewisse Teilbereiche ausgeübt werden.“<sup>458</sup>

- „Ich habe genau in der Phase begonnen, wie das umgestellt worden ist, auf Computer. Das war Ende der 90er Jahre, da war dieser Übergang von diesem manuellen Erstellen zum digitalen Erstellen. [...] Das war sehr interessant, weil man auf einmal Sachen machen konnte, die davor zeitlich einfach NIE, nie durchführbar gewesen sind.“<sup>459</sup>
- „Na ja, wir werden mit einem Computerdesignstudio verglichen und der geht dort hin und zahlt dort das halbe Geld und der druckt das aus dem Computer aus. (...) Er sieht schon den Unterschied und sagt: Das ist schön und das sehe ich auch, dass du da investiert und dreimal so lange arbeitest, aber für mich – ich bekomme in beiden Fällen ein Design, das ich umsetze und mir ist das wurscht. Und hier zahle ich 400 und bei dir zahle ich 700 oder 800. Irgendwann ist das natürlich frustrierend.“<sup>460</sup>
- „Früher hast du Schablonen und Siebe machen müssen, das war natürlich alles eine finanzielle Frage auch, ob du das von Haus aus bereits vermarktbar überbringst oder ob ich das einmal ausprobieren, auf 20 Metern, und sage: Das ist nichts geworden, das schaut grausam aus, weg damit. Oder, wir ändern die Farbstellung oder wir machen dieses oder jenes – das ist ja heute kein Problem mehr.“<sup>461</sup>
- „Der Haupttrend, weniger formal als mehr ideell, ist der, dass alles immer einfacher, schneller und serviceorientierter werden soll und die Wertschätzung einer Arbeit oder einer Designleistung ein bisschen versteckt bleibt. Das sehen wir als Designer natürlich immer ein bisschen mit einem traurigen Auge.“<sup>462</sup>

### → Veränderung der Mustersprache

Ein Trend im Musterdesign wurde in *Generative Patterns* (computergenerierte Muster) und der Anwendung von digitalen Transformationstechniken gesehen.

- „Die neuen großen Sachen sind halt dann generative patterning oder solche Sachen, wo halt einfach nie ein Rapport da ist. Ein Muster, das wächst, wie es produziert wird.“<sup>463</sup>

---

458 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S361, Abschnitt #6:39#.

459 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S287, Abschnitte #02:50#, #02:58#.

460 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, #46:14#, #46:36#.

461 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S361, Abschnitt #5:51#.

462 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S432, Abschnitt# 45:53#.

463 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S385, #36:13#.

- „Ja, in Österreich. Also, da kann noch viel passieren, wenn jetzt die Designer eine entsprechende Ausbildung haben, damit sie auch kreativ werden, was Muster betrifft. Das heißt, wenn sie die Geschichte kennen und wissen, was die Techniken sind, die Interieur Techniken, die Transformationstechniken, dann kann man das wirklich auch in die moderne Zeit hineinbringen. Ich spreche jetzt nicht von den klassischen Mustern, die sich immer wiederholen, also, in der gleichen Form sich wiederholen, sondern wo – und das ist, glaube ich, die Zukunft – dass sie sich transformieren von einer Form in eine andere und sich weiterentwickeln.“<sup>464</sup>
- „[Interviewer: Also, du würdest sagen, die Zukunft des Musters sind nicht mehr die klassischen Muster, so wie man sie kennt, sondern die klassischen Muster weiterentwickelt, eine neue Formensprache, quasi?] Ja, weiterentwickelt. Ich weiß nicht, ob das hier jetzt die Zukunft ist, aber man kann die Ornamentik immer weiterentwickeln. Wenn wir jetzt die Techniken dazu haben, die Lasercutter und 3D. [...] Das finde ich dann das Interessante, dass man ein altes Muster nimmt und sagt, ja, das ist zum Beispiel das Original (zeigt ein Muster), das ist auch schon transformiert. Das kann man mit Rhino machen, hier das ganze Rhinoceros (unv.). Ich habe dafür einen speziellen PC.“<sup>465</sup>

#### → Ornament in der Architektur

Die Befragten gaben an, dass sich der Einsatz von Ornamenten in der Architektur als Gestaltungselement langsam wieder erhöhe und als Kunst am Bau wieder auftauche. Das Ornament als Gestaltungselement sei seit der Moderne in diesem Bereich lange verschwunden gewesen.

- „Ja, es gibt eine tolle Geschichte in Österreich – eine ganz, ganz, ganz tolle – aber was will man, wenn das Ornament zwischen dem Ersten und Zweiten Weltkrieg langsam verschwunden ist [...] Ja, es hat mit der modernen Architektur zu tun, wir wollen modern sein. Diese Entwicklung hat eigentlich mit Otto Wagner selber eingesetzt, weil er in seinen Ornamenten immer reduzierter geworden ist. Die sind immer mehr in der Fläche zurückgezogen, bis schließlich fast nichts mehr da war. Dann war da auch noch Loos, der gesagt hat, das ist vergeudete Arbeitskraft und so. Dann wollten alle modern sein und da war nur noch das Weiße, die moderne Architektur und dann ist es aus der Architektur verschwunden.“<sup>466</sup>
- „Ja, weil es doch im Studium, bei den Architekten zum Beispiel - Adolf Loos - das ist da ein Verbrechen. Man unterrichtet nicht mehr über Ornamente und man

---

464 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S438, Abschnitt #4:54#.

465 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S439, Abschnitt #9:33#.

466 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S447, Abschnitt #34:33#.

weiß nichts mehr darüber, weil man diese Kunst nicht mehr kennt. Deshalb ist das nicht beliebt und es ist schon fast ein Schimpfwort geworden. [...] Es war lange Zeit so, aber es ist jetzt viel besser.“<sup>467</sup>

- „Ich habe jetzt für die nächste Förderung eingereicht und da geht es jetzt um das Serienreife machen von Druck auf Estrich. Im Förderantrag bin ich ein bisschen auf die Geschichte des Ornaments eingegangen, auch auf Loos und was halt passiert ist, auch vor allem auf die Architektur, weil es da ja um Kunst am Bau geht. Da muss man aber weiter ausholen, denn in der Architektur ist es so, dass sich die Architekten jetzt auch nicht mehr trauen, großartig zu gestalten. [...] Die haben viel mehr Hemmungen, zu gestalten, vor allem die neue Generation, und da fehlt es jetzt wieder an Input von außen, deshalb ist es sehr beliebt, das Kunst am Bau zu nennen, weil sie dann zumindest einen Künstler beauftragen können, der sich das dann antut.“<sup>468</sup>
- „Ja, das war auch in gewisser Weise Mode und Aufreger [...] der Kaiser hat auch nicht gesagt, ich stehe unbedingt darauf, dass jetzt plötzlich ein wimpernloses Haus vor mir steht.“<sup>469</sup>

#### → Verschiebung der Musterdesignkompetenz

Es wurde beobachtet, dass vermehrt Designer anderer Sparten wie Grafiker oder Modedesigner Muster entwerfen. So entkopple sich die Musterdesignkompetenz vom Textilien und könne nun auch für sich alleine stehen.

- „Naja, der größte Trend. Das haben wir eh schon besprochen, ist halt diese Zufälligkeit. Jeder kann Muster machen und jeder kann es umsetzen. Jeder kann das digital drucken lassen. Jeder kann das lasercutten.“<sup>470</sup>
- „[...] mir kommt vor, dass wirklich irrsinnig viele Grafiker, wie es schon angesprochen worden ist, mehr Muster machen. Mir ist das früher nie aufgefallen, aber man kann die überall kaufen. Aber man sieht es auch, dass es jemand gemacht hat, der keine Ahnung von Versatz hat.“<sup>471</sup>

---

467 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S440, Abschnitte #12:21#, #12:26#.

468 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S283–284, Abschnitte #23:00#, #24:42#.

469 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S369, Abschnitte #22:54#, #23:09#.

470 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S391, Abschnitt #55:22#.

471 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S273.

- „Na ja, so habe ich das Gefühl, dass sich der Grafikbereich einfach ein bisschen ausdehnt . Also, dass die Grafiker und Grafikerinnen – ich glaube, es sind eher die Frauen, die dann gern so Musterchen machen, die dann eher in diesen Bereich hineinschlittern, ohne den Stoffbereich. Geschenkpapier und solche Sachen sind jetzt eigentlich eher im Grafikbereich zu Hause und nicht in diesem Designmusterbereich.“<sup>472</sup>
  
- „[...] wenn sich ein Grafiker, der sich mit Mustern auseinandersetzt, der hat genau die gleiche Chance, ein gutes Muster zu machen wie ein Textildesigner.“<sup>473</sup>
  
- „Bei uns, aus unserem Bereich kann ich nur sagen, dass sich sehr viele Modedesigner eben mit dem Gestalten von Stoffen auseinandersetzen. Also einerseits tatsächlich, inwieweit man auf beweglichen Stoffen drucken kann, das ist ein großes Thema, aber inwieweit auch Design durch Stoffdruck, Textildruck individualisierbar ist. Also wie Ferrari Zöchling oder auch die Susa Kreuzberger, die ja tatsächlich auch zum Beispiel ihre Kleider bemalt. Das ist natürlich sozusagen auch ein starkes Mittel der Ausdrucksform im Modebereich.“<sup>474</sup>
  
- „Textildesigner müssen sich einfach von der Vorstellung verabschieden, dass sie die einzigen sind, die Muster entwerfen können. [...] Es sind ja auch überall Muster. Es sind ja an allen Ecken und Enden Muster und die sind nicht alle von Textildesignern gemacht. Das ist auch nicht nötig. Also, wenn ich jetzt ein gemustertes Notizbuch habe, das ist egal, das ist wurscht.“<sup>475</sup>
  
- „Ich habe irgendjemanden, der halt ein Design für irgendwelche Oberflächen macht, sei es für Küchenmöbeln oder irgendwelche Arbeitsplatten, oder, der ein Design macht für Bodenbelege oder wie auch immer, oder dieses Allgemein-design, wo ich sage, super, ich verkaufe dieses Design, macht damit, was ihr wollt, das ist mir wurscht ob das Nylonsackerln werden oder Tapeten, das ist eure Sache, das ist nicht mein Problem.“<sup>476</sup>
  
- „Also, dieses isolierte Arbeiten von Textildesignern oder Pattern Designern wird sich aufhören und sie werden sich verstärkt auch mit Materialkunde, Materialinnovation, Forschung auseinandersetzen müssen. Ich glaube, da gibt es schon noch sehr viel Potenzial.“<sup>477</sup>

---

472 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S340, Abschnitt #29:55#.

473 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S384, Abschnitt #33:14#.

474 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S302.

475 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S384, Abschnitte #34:08#, #34:34#.

476 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S362, Abschnitt #7:28#.

477 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S303.

- „Je jünger und moderner die Ausbildung ist, desto breiter ist sie, desto mehr Medien bedient sie sich, aber desto mehr schwindet natürlich auch die echte Textilkompetenz, Maschenware und Webware, also Gewebe.“<sup>478</sup>
- „Das hat sich sehr positiv entwickelt. Es werden immer mehr Illustrationen eingesetzt. Es ist wieder präsent. Und es ist ganz logisch, dass dann auch einfach mehr Muster entstehen, automatisch.“<sup>479</sup>

## → Digitaldruck

Der Digitaldruck wurde als eine der großen Veränderungen im Musterdesignbereich genannt. Die Designer hätten keine Rapport- oder Farbeinschränkungen mehr und könnten ihre Ideen einfacher realisieren. Für *Fulvio Alvisi* eröffnet der Digitaldruck eine Vielzahl von Möglichkeiten wie die Produktion kleiner Kollektionen und Modifikationen von Mustern. Auf der anderen Seite hätten nun auch Designer aller Sparten die Chance, ihre eigenen Entwürfe selbst umzusetzen, ohne einen Surface Pattern Designer beauftragen zu müssen.

- „There are two big changes. One is in the technology. The digital print changes the chain of the work. You can modify a lot to the things. The digital print opens a space of producing small collections, diversifications, a lot of possibilities. [...] The digital printing can help to have a very good quality. Maybe in a few years they can resolve all the problems, but when you buy a machine, you buy all the technology. This can reduce the gap with this countries.“<sup>480</sup>
- „Was jetzt schon auch erleichternd ist und was den Markt verändert, ist der Digitaldruck. [...] Es ist ja jetzt vom Digitaldruck her viel leichter, etwas zu realisieren. Aber natürlich sagen die Designer dann vielleicht auch: Nein, meinen Stoff mache ich mir eh selber.“<sup>481</sup>
- „Im Digitaldruck brauchst du keinen Rapport, weil du praktisch Daten beliebig groß skalieren kannst.“<sup>482</sup>
- „Rapportvorgaben sind im Zeitalter des Digitaldrucks wurscht.“<sup>483</sup>

478 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S347, Abschnitt #10:39#.

479 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S256–257, Abschnitt #18:25#.

480 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S199, Abschnitt #16:18#.

481 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S336, Abschnitte #16:56#, #17:17#.

482 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S288, Abschnitte #04:30#.

483 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S385, Abschnitt #34:46#.

### → 3D Drucker

3D Drucker wurden zwar im Zusammenhang mit Surface Pattern Design erwähnt, aber es wurden keine gezielten, alltagstauglichen Anwendungen genannt.

- „Ich beschäftige mich mit 3D-Druckern, aber nichts Spezielles. Das ist irgendwas, was dazukommt. Ich verwende ja viele verschiedene mediale Umsetzungen, von der Zeichnung über den Druck, über architekturbezogene Projekte, bis zu Animationen. Und für mich war es immer produktiv, diese Dinge parallel zu benutzen. Manchmal resultieren aus einem Medium Erfahrungen, die du in einem anderen in einer interessanten Weise verwenden kannst. Aber ich beobachte schon immer, was irgendwie neu auftaucht, in diesem Produktionsbereich oder wo es neue Produktionsmethoden gibt und also 3D-Drucker, das war also einer der ersten, der in der Stadt war. [...] aber es ist nicht notwendig, damit zu arbeiten. Weil, das ist, man weiß ja nicht so genau, wozu man es will und es ist so ein Prinzip von Trial and Error. Und man verwendet es, dann geht was schief, aber vielleicht ist das, was da schiefgeht, wieder ganz interessant und kann auch für was anderes einen Nutzen haben.“<sup>484</sup>
- „Aber dieses 3D Drucker Ding [...] ich glaube, das erleben wir nicht mehr, dass man das wirklich einsetzen kann.“<sup>485</sup>
- „In der Mode, da gibt es die Iris van Herpen, die ganz tolle Outfits macht. Die das komplett als Werkstoff verwendet und gar nicht mehr mit Stoff arbeitet, sondern sich ihre Oberflächen ausdrückt. [Interviewer: Wie zieht man das dann an?] Das ist mehr wie eine Skulptur, ich weiß auch nicht genau.“<sup>486</sup>

### → Fast Fashion

Fast Fashion „bezeichnet ein Geschäftsmodell des Textilhandels bei dem die Kollektion laufend geändert wird und die Zeit von den neuesten Design der Modeschöpfer zur Massenware in den Filialen stark verkürzt wird.“<sup>487</sup> Sie wurde als Chance für kleinere Betriebe in Europa genannt. Durch eine Produktion vor Ort könne Qualität und rasche Lieferung gewährleistet werden.

---

484 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S294, Abschnitt #18:37#, #19:02#.

485 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S324, Abschnitte #42:51#, #42:59#.

486 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S324, Abschnitte #43:22#, #43:37#.

487 Wikipedia, „Fast Fashion“, *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie*, [https://de.wikipedia.org/wiki/Fast\\_Fashion](https://de.wikipedia.org/wiki/Fast_Fashion), Zugriff: 23.8.2017.

- „The other big change is the fast fashion. So Zara, H&M, all these chains have the necessity of just in time production and to be sure of the quality of the product. That means this can help the Europeans to survive, but I think the area of the luxury goods will be more and more difficult, because also for this area everyone tries to cut the price. And it is only the question of time that can be the real advantage. Because we are talking of small quantities in a very short time. And that can help small industries. But not for the big production, for the big plants, for the technology like the traditional print with the cylinders, where you need to have a lot of quantity. This point is difficult.“<sup>488</sup>
- „Sie sind halt auch schnelllebig und man will schneller ein Produkt auswechseln. Obwohl es jetzt auch wieder ein bisschen dahin zurückgeht, dass man sich Qualitätsware kauft, aber ich glaube, das geht sehr langsam – das geht beim Essen schneller, dass man Bio- und Regionalware kauft. Bis es zu schönen Dingen kommt, für die Arbeiterklasse, das dauert halt glaube ich noch. Man muss es sich halt auch leisten können.“<sup>489</sup>

### → Fashion, Interior und Life Style Trends

Mit Trendresearch gingen die Befragten unterschiedlich um. Designer größerer Firmen oder Studios gaben an Trendresearch zu betreiben, während Designer aus kleineren Studios, die alleine arbeiten und eher im künstlerischen Bereich angesiedelt sind, meinten, dass für sie Kundenvorgaben wichtiger seien als aktives Trendresearch. Eine Ausnahme bildet das Unternehmen *Freywille*, bei dem die Kollektionsthemen intern vorgegeben werden.

### Pro Trendresearch

- „Absolutely. This changes every season. The question is to try to study what is happening. So that the runways, the new collections, the best sales on the market are all element about what happen. But the big challenge is to try to preview the future. Because we make now the designs for 2018. So we need to work looking to the next future. For this we use several elements. It is the question to look around. New movies, new lifestyle, new colors in the cars. A lot of elements that can stay together and finally you can evaluate some trends, some big idea. And these trends continue for several seasons. Not every time only for one season. [...] On the web there are a lot of information. There are specialists like Li

488 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S199, Abschnitt #16:18#.

489 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S404–405, Abschnitt #24:30#.

Edelkoort, (unv.) that make this type of research, but it is also interesting to have the app of Vogue. Vogue everyday sends an email with information about the fashion in the global view.“<sup>490</sup>

- „[Interviewer: Orientiert ihr euch an Trends?] Ja. [...] ich gehe da jetzt einmal von mir aus, weil, Wolfgang und ich, wir arbeiten parallel, er arbeitet ja mehr für den asiatischen Bereich und ich mehr für die westliche Welt, hauptsächlich Amerika. Da sind natürlich unterschiedliche Trends und unterschiedliche Stilrichtungen gefragt, da ist so ziemlich alles anders – Farben, Themen, die Bedürfnisse, die Muster. Ich versuche ganz bewusst, mich nicht auf eine Sache zu konzentrieren, auf ein Trendbuch, auf ein Trendthema, sondern ich versuche ganz bewusst, viele verschiedene Einflüsse zu verarbeiten. Das heißt, Einflüsse, also, Trendthemen, hole ich mir sehr oft von Kunden, weil das die schnellste Information ist. Das, was ich gerade dringend brauche, ist das, was am schnellsten umgesetzt gehört. Dann beobachte ich, wie die Kollektion sich bewegt. Ich führe da Buch, wie sich die Kollektion bewegt, was verkaufe ich wovon und wie viel und wenn ich merke, ich verkaufe mehr und mehr Blumen, dann heißt das nicht (unv.), dann muss ich mehr Blumen machen. In dieser Form ist das auch eine Art von Trend, dem ich Folge leisten muss oder auch, welche Art von Blumen ich machen muss oder, wo ich vielleicht viel gemacht habe und nichts verkauft habe, auch das ist eine Art Trend, den ich reduzieren muss. Also, auch eine Form von Negativtrend ist für mich relevant. Farben sind natürlich auch ein Faktor. Ich persönlich schaue mir auch immer die Modelleute an. Ich schaue mir oft, wenn ich in New York bin, mehr die Modeauslagen an, als die Interieur Leute, die für mich eigentlich fertig sind, weil das das ist, was ich eigentlich schon verkauft habe. Die Modelleute sind meistens einen Schritt voraus und da kann ich mir in aller Ruhe anschauen, was ich dann gemütlich machen kann und was für mich wahrscheinlich machbar ist, denn ich kann ja nicht jedes Thema umsetzen. Aber das ist ganz spannend.“<sup>491</sup>

- „[Interviewer: Gibt es auch Trends im Trachtenbereich?] Ja, selbstverständlich. [Interviewer: Geht ihr da auf Messen?] Nicht nur, aber man macht schon gewisse Trends mit, würde ich sagen. [...] Man geht immer ein bisschen mit der Mode. [...] Mit den Farben! Mit der Mode hängt es zusammen, aber bei uns sind es mehr die Farben, die ausschlaggebend sind.“<sup>492</sup>

- „Es ist schon okay, wenn man einen Trend mitmacht. Aber man sieht einfach, ob jemand eigene Ideen hat oder ob ich einfach alles nachmache. Das sieht man,

---

490 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S197, Abschnitt #04:10#.

491 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S426–427, Abschnitte #27:15# bis #30:05#.

492 Kiese Wetter Alina, Verena Jahrmann. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S171.

finde ich, schon.“<sup>493</sup>

- „[...] die Modebranche. Für mich ist das immer die (...) die setzen eigentlich immer die ersten Schritte in Sachen Trends.“<sup>494</sup>
- „[...] wir haben jetzt schon ein paar Jahre und Jahrzehnte des Unifarbenen hinter uns und wenn auch ein bisschen spät, entsteht auch im letzten Jahrzehnt – und weiterhin steigend – die Lust auf Muster und die Lust auf Farbe und auf Vielfalt.“<sup>495</sup>
- „[...] von den Tattoos her hat sich hier eine neue Branche ergeben, wobei ich aber auch sage, das wird wahrscheinlich wieder nur ein Modetrend sein, der jetzt irgendwann wieder abflauen wird, weil die Leute ganz einfach sagen, sie haben wieder genug davon und brauchen nicht mehr. Aber das wäre so der Trend der letzten vier, fünf Jahre, der sich hier ergeben hat.“<sup>496</sup>

## Contra Trendresearch

- „Umso mehr man das sieht, desto weniger wird es interessant [...] man versucht sich absichtlich, von der Masse anzuheben [...]“<sup>497</sup>
- „[...] wenn ich was sehe, was mir gut gefällt, mache ich es erst recht nicht nach. Einfach aus Respekt vor dem Künstler [...]“<sup>498</sup>
- „But for us the more important thing is to continue to speak and discuss with our customers. Because finally we are looking to give new ideas but we need to prepare something that is correct for the type of company, for the philosophy, for the mission of the brand. What do you think?“<sup>499</sup>
- „[Interviewer: [...] arbeitest du mit Trends? Trendforschung?] Nein. [...] Gar nicht. Die Trendforschung bündelt sich in meinem Kopf, das ist, was ich halt sehe. [...] Bis jetzt ist die Trendforschung, was der Kunde gerade will und wenn da eine Resonanz da ist, dann steige ich halt darauf ein. [...] Ich glaube, das würde mich extrem stressen und mein Selbstvertrauen total untergraben. Ich glaube, Trendforschung ist gut für große Firmen, die gerade Linien brauchen, aber ich bin ein Ein-Frau-Unternehmen und ich glaube, da soll mein Stil der Trend sein, den die Leute wollen.“<sup>500</sup>

---

493 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S273.

494 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S258, Abschnitt #23:11#.

495 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S348, Abschnitt #14:21#.

496 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S369, Abschnitt #24:31#.

497 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S273.

498 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S273.

499 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S197, Abschnitt #04:10#.

500 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S279,

- „[Interviewer: Orientierst du dich dabei an Trends oder orientieren sich deine Kunden an Trends?] Nüsse (lacht). Also, ich meine, diese typischen Trends [...] das lernt man ja auch so, dass dieser Modezirkus [...] und das geht immer so [...] und dann werden die Farben entworfen und dann werden die Stoffe entworfen [...] und man muss auf diese Messen fahren und dadada. Und ich habe mir dann immer gedacht: ‚Vielleicht sollte ich mich daran halten, wenn ich entwerfe oder so‘, aber es hat für meine Arbeit so wenig Einfluss. So wenig. [Interviewer: Glaubst du nicht, dass da irgendwo Potenzial drinnen wäre, mit den richtigen Farben?] Nein, glaube ich nicht, weil die meisten von meinen Kunden haben schon sehr genaue Ideen, das ist das Gute dran. [...] So arbeite ich auch am liebsten und dann haben die auch ihre Farbvorstellungen drin.“<sup>501</sup>
- „Die Themen sind immer vorgegeben gewesen. [...] Also, wie ich begonnen habe, war es nur das Thema: griechisch/römisch und, ich meine, wir haben ja dafür eine Riesenbibliothek gehabt in der Arbeit [...] wir haben auch teilweise Reisen gemacht, in die Museen, in Deutschland oder aber auch in Wien, im Kunsthistorischen [...] Wir haben auch [...] Psychologen zu uns eingeladen, mit denen eine Diskussionrunde gehabt. Und die haben uns auch Inputs gegeben, speziell bei Symboliken. Verwendet diese Symbole oder diese Symbole weniger, weil die sind wichtig. Weil, man findet jetzt selber vielleicht einiges schön, weil es dich anspricht vom Muster her, vom Design her, aber vielleicht ist der Hintergrund nicht so toll oder ist die Message nicht so toll.“<sup>502</sup>

### 4.7.3 Bestehendes Know How

Teilweise kam Kritik zum Umgang von Unternehmen mit ihren bestehenden Archiven. Sie würden sie nicht optimal nutzen. Andere Unternehmen greifen laut Mitarbeiter laufend auf ihre Archive zu.

#### → Archive

- „Es gibt ja Archive. Und wer sie nicht aller hat. Das ist ja der eigentliche Wahnsinn, dass die Leute, die auf diesen Archiven sitzen, offensichtlich so inkompetent sind, dass die nicht reich damit werden.“<sup>503</sup>
- „Diese Swenskt Tenn Leute mit den Frank-Mustern. Die haben dieses Archiv und die produzieren diese Stoffe nach wie vor und die haben es geschafft, sich als

---

Abschnitte #9:35# bis #10:30#.

501 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S312,

Abschnitte #17:01# bis #17:51#.

502 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S205, Abschnitt #06:03#.

503 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S390, Abschnitte #50:48#, #50:58#.

internationale Luxus – skandinavische, schwedische Topmarke zu positionieren. Warum das Backhausen nicht geschafft hat, ist komplett rätselhaft und das kann man niemandem vorwerfen, außer Backhausen. [...] Diese Swenskt Tenn Leute [...] Die haben halt in kleinen Schritten sich immer wieder neu angepasst und jetzt haben die eben halt eine Riesenausstellung im MAK mit Veranstaltung und hatten einen Pop up Shop [...]"<sup>504</sup>

- „[Interviewer: Nehmt ihr die Muster aus den Archiven?] Ja, wir mixen das auch manchmal.“<sup>505</sup>

- „Wenn sie überhaupt noch geschätzt werden, weil ich glaube, es gibt immer so eine Zeit, wo diese Dinge gar nicht geschätzt werden – das ist altes Zeug, konservativ, jetzt machen wir das ganz anders – das kennt irgendwie auch jeder aus seiner persönlichen Entwicklung. Und dann irgendwann kommt die Zeit, in der man gar nicht verstehen kann, dass man da keinen Wert darauf gelegt hat.“<sup>506</sup>

### → Altes Handwerkswissen

Es wurde festgestellt, dass altes Wissen teilweise verschwindet. Auf der anderen Seite tauche es aber auch wieder auf neuen Plattformen auf. Es gäbe heute Quellen wie *Youtube*, wo man sich dieses Wissen aneignen könne.

- „Was ich noch gerne anbringen würde ist, dass diese Techniken, die schon dazugehören, dieses Wissen, zum klassischen Entwerfen, nicht völlig verloren gehen. Wenn man jetzt in bestimmte Bücher schaut, ist auch immer die Frage, wer macht diese Bücher? Das sind auch schon in erster Linie Grafiker oder Grafikerinnen, die haben, das haben wir eh schon gesagt, einen anderen Zugang zu dem, und es wird jetzt was weitergegeben, was eigentlich nicht mehr pur ist, sondern schon eine Verfälschung. Das wäre so mein Schlusswort. Es ist wichtig, dass das, was der Ursprung war, erhalten bleibt und man von dem immer wieder zehrt und nicht von dem, was schon jemand genommen hat und noch einmal genommen hat und dann bin ich an dem Punkt und dort arbeite ich weiter.“<sup>507</sup>

- „Das Handwerk kommt wieder. Sozusagen, das Selbstbewusstsein von Handwerkern und Handwerkerinnen.“<sup>508</sup>

---

504 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S391, Abschnitte #53:03#, #53:56#.

505 Jahrmann Verena. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S266.

506 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S342, Abschnitt #32:39#

507 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S221, Abschnitt #22:27#.

508 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S386, Abschnitt #40:32#.

- „[...] ich glaub nicht dran, dass es komplett verschwindet.“<sup>509</sup>
- „[...] aber ich merke, wie ich damals in Kanada war [...] habe ich dort Leute kennengelernt, die lernen sich halt über Youtube-Videos irgendwelche Stickerreitechniken [...] die improvisieren dann halt. [...] Es sind diese ganz basic Sachen. Das Interesse ist ja trotzdem da und es gibt dann Leute, die sich das über die Vernetzung, über Youtube [...]da lernt sich dann irgendjemand Ukulele, nur übers, ich weiß nicht was.“<sup>510</sup>
- „[...] natürlich ist es ein kulturelles, identitätsstiftendes Element, aber gewisse Dinge hat eben die Zeit überlebt. Andererseits gibt es wiederum ein gewisses Wissen, das an Standorten vorhanden sein muss, wo man schauen muss, dass das auch gegen Widerstände nicht verloren geht, weil damit etwas verloren geht, was teilweise nicht wiederherstellbar ist. Also, bei solchen Ketten sollte man schauen, dass sie nicht reißen.“<sup>511</sup>

### → *Wiener Werkstätte*

Bei der Abfrage dieses Themas ging es der Autorin vor allem darum, zu erfahren, worin die Befragten den Erfolg der Produktionsgemeinschaft *Wiener Werkstätte* sehen und ob es möglich ist, das Modell in die heutige Zeit zu transferieren. Es wurden folgende Erfolgsfaktoren genannt:

#### Interdisziplinäres Arbeiten

- „Es gab natürlich so ein Hoch zum Zeitpunkt der Wiener Werkstätte, so um die Jahrhundertwende, was eben dann ganz interessant ist, weil da jetzt tatsächlich Künstler eben Textildesign gemacht haben, Modedesigner, Architekten.“<sup>512</sup>
- „Ja, es war eigentlich so. Eigentlich, glaube ich, ein Zusammenspiel von Malern und Künstlern, also Architekten [...] Koloman Moser [...]“<sup>513</sup>
- „Wiener Werkstätte war ja nicht nur das Musterdesign, da war es auch mehr gang und gäbe, dass vieles aus einer Hand kommt, dass ein Architekt sich einem Möbelstück annimmt und das ganze Stück von A bis Z, vom Muster, das vielleicht im

509 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S328, Abschnitt #51:07#.

510 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S328, Abschnitte #51:07# bis #52:26#.

511 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S228–229, Abschnitt #27:47#.

512 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.2016, S302.

513 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S322, Abschnitt #39:56#.

Holz geschnitzt ist oder auf den Stoff gedruckt ist. Dort wurden Aufgaben nicht so zersplittert und geteilt, wie bei uns – der eine Produktdesigner macht das, der macht das – sondern das war immer so ein Gesamtkunstwerk an sich. Auch hat es zu der Zeit die Ausbildung zum Designer noch nicht gegeben, das waren meistens Architekten oder Leute, die aus diesem Bereich gekommen sind und die haben sich dann halt entschieden, in welchen Bereichen sie weitermachen. Architekten und Künstler.“<sup>514</sup>

## Zusammenspiel von kostbaren Materialien, bestechenden Entwürfen und brillanten Handwerkern

- „Aber sie sind ja gescheitert, es war ja nicht lange, ich glaube von 1903 bis 1919 oder so. Finanziell hat sich das einfach nicht durchziehen lassen, weil man für diese wunderschönen Dinge, die die gemacht haben ein kostbares Material gebraucht hat, tolle Entwürfe und dann haben sie noch tolle Handwerker gehabt. Das Ganze war zeitaufwändig und dementsprechend teuer, das konnte sich ja damals auch nur die gehobene Schicht leisten.“<sup>515</sup>
- „Ja, sicher, die Grundidee, die fantastisch ist, dass ich sage, es ist der Entwurf, die Idee und das Künstlerische genauso wichtig wie die Umsetzung, wie das Handwerkliche. Es nutzt die genialste Idee nichts, wenn dann das Material oder die Endausführung unbefriedigend ist. Das ist etwas, was man aus der Wiener Werkstätte meiner Meinung nach übernehmen kann. Sicher, das ist eine sehr gute Idee. Und, dass sie – aber das ist wahrscheinlich heute nicht mehr machbar – dass sie in diesem Bereich, im Design, alles abgedeckt haben. Alles, die hatten Kleider und Stoffe, die haben mit jedem Material gearbeitet, Service, Gläser oder Metallarbeiten.“<sup>516</sup>

## Stellenwert des Kunstgewerbes

- „Naja, Wiener Werkstätte [...] Kunsthandwerk hatte tatsächlich ja eigentlich mehr Ansehen als der Designer heute.“<sup>517</sup>
- „Ich denke, der Jugendstil war auf jeden Fall eine Blütezeit. Es war eine Blütezeit für die Illustration und natürlich auch dann in Folge auch für das Pattern oder Musterdesign.“<sup>518</sup>

---

514 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S283, Abschnitt #21:42#.

515 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S218, Abschnitt #15:59#.

516 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S219, Abschnitt #17:23#.

517 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S352, Abschnitt #24:48#.

518 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S255–256, Abschnitt #13:56#.

- „[...] aber man war nicht so überflutet von Eindrücken und dazu hat es natürlich, wenn ich wenig von etwas habe, dann hat es auch einen anderen Stellenwert.“<sup>519</sup>

Nach der Wiener Werkstätte sahen die Befragten keine vergleichbare Erfolgsstory im Bereich des Surface Pattern Designs. Als Gründe wurden folgende Aspekte genannt:

Zu wenige langfristig erfolgreiche Initiativen, Kunst/Design und Wirtschaft zusammenzubringen

- „Es hat wenig Initiativen gegeben, die eben jetzt, so wie die Wiener Werkstätte, Kunst und Wirtschaft zusammenbringen oder Design und Wirtschaft zusammenbringen. Soweit ich das sehe. Ich kenne keine, vielleicht gab es welche, kann ich nicht sagen.“<sup>520</sup>
- „Ich meine, natürlich, die Wiener Werkstätte ist ein Unternehmen oder ein Stil, mit mehreren Künstlern, aber trotzdem unter einem Namen. Und jetzt gibt es halt viele Kleine und da hat dann halt jeder seinen Kundenkreis, aber nichts Großes, wo wirklich alles hineingezogen wird. Ich weiß jetzt nicht, wie ich es anders sagen soll. Kein Punkt, der alles auf sich zieht.“<sup>521</sup>
- „Und sowas Ähnliches müsste man halt noch einmal machen. Die Designweek versucht das und diese, diese Wiener was weiß ich. Aber das ist auch sehr Wien-lastig muss man sagen [...]“<sup>522</sup>
- „Und es gibt die Initiative der Vienna Design Week. Ist ein Projekt, wie das genau funktioniert (...) wo sie Designer, aber da ausschließlich, würde ich sagen, Absolventen von der Angewandten, von Produktdesign oder irgendwelchen Architekten oder was weiß ich, aber jedenfalls keine Textiler, zusammen mit so alteingesessenen Firmen [...]“<sup>523</sup>

Fehlende Käuferschicht

- „Also, man kann das sicher nicht genauso wiederholen, weil, so wie ich das verstanden haben, waren das ja doch eher Luxusprodukte, hochpreisige Sachen und da gibt es einfach die Käuferschicht nicht, würde ich sagen bei uns. Was

---

519 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S352, Abschnitt #25:56#.

520 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S320–321, Abschnitt #36:09#.

521 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S246, Abschnitt #24:09#.

522 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S323, Abschnitt #40:33#.

523 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S322, Abschnitt #39:22#.

es teilweise gibt, ist ja schon diese Initiative, [...] wo die Wirtschaftskammer mit alteingesessenen Wiener Betrieben [...] und die haben so eine Serie von Wiener Produkten, die auch so vermarktet werden als Wiener, weiß ich nicht was.“<sup>524</sup>

- „Ich würde es ja heute noch gerne kaufen, aber aus meiner Sicht ist es unerschwinglich. Auch wenn ich es könnte, würde ich es dafür nicht ausgeben. [...] Also, ich mache es einfach aus dem Grund nicht, weil ich finde, so etwas ist etwas, was man weitergeben sollte und bei mir gibt es kein Weitergeben. Also denke ich mir, warum soll ich das Geld in etwas investieren, was ich mir jetzt vielleicht noch ein paar Jahre anschau? Ich habe eine Tante, die hat ein ganzes Speisezimmer noch von ihrer Schwiegermutter [...] Das ist immer noch schön, macht aber nichts anderes, als dass einmal zu Weihnachten alle dort stehen und das durchputzen [...] Verwendet wird es nicht.“<sup>525</sup>

- „Na ja, danach ist es bergab gegangen. (lacht) Leider. [...] Vielleicht, kein Geld für ästhetische, schöne Dinge? Dass halt vielleicht die Wirtschaft nicht so gut war. [...] Aber ich glaube, dass man im Wiederaufbau keinen Wert auf so etwas legt.“<sup>526</sup>

## Fehlende Verbindung zwischen Handwerk, Gestaltung, Material und Funktionalität

- „Weil es im Englischen immer eine echte Verbindung zum Handwerk war, weil es wirklich Leute waren, die was gekonnt haben. Bei der Wiener Werkstätte waren das immer großkopferte Architekturprofessoren, die irgendwas auf einen Zettel gezeichnet haben. Toll, möglicherweise, Hoffmann hat diese Karten gezeichnet, dann sind sie zu ihren untergebenen Handwerkern gegangen und haben gesagt: Macht das! Und da entstehen natürlich tolle Produkte. Schauen super aus. Aber eine wirkliche Verbindung zwischen Material, Gestaltung und Handwerk und Funktionalität entsteht dadurch nicht. Und in England ist das eine andere Situation.“<sup>527</sup>

- „In der Architektur hat es auch durch Adolf Loos die Entwicklung gegeben: weg vom Ornament, mehr zur Materialität, zur Fläche, zum Eigentlichen, was ja schön ist [...] und ich schätze einfach, dass dadurch diese Tradition der Wiener Werkstätte ein bisschen zurückgegangen ist und sich das alles auch durch das Splitten der

---

524 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S321–322, Abschnitte #38:05# bis #38:32#.

525 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S219, Abschnitte #17:36# bis #18:35#.

526 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S404, Abschnitte #21:30# bis #22:36#.

527 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S385, Abschnitt #37:38#.

Professionen ein bisschen verändert hat.“<sup>528</sup>

## Keine vergleichbare zeitgenössische Designszene und veränderte soziale, ökonomische Rahmenbedingungen

- „Und dann eigentlich, glaube ich, ist das ziemlich gestorben. Es war ja auch so, dass ziemlich viele Gestalter vertrieben wurden dann [...] da kann man nicht nur von Musterdesign sprechen, sondern von Designer, Illustratoren, die teilweise verfolgt worden sind, wegen ihrer Zeichnungen, die Berufsverbot bekommen haben. Das war eigentlich eine sehr schlimme Zeit für die (unv.) zeichner generell. Da gab es sehr viele Leute, die ja dann weggegangen sind. Das ist viel zu wenig erforscht, würde ich sagen.“<sup>529</sup>
- „[Interviewer: Das heißt, du hättest jetzt gesagt, dass die Designelite einfach vor dem Weltkrieg oder vor den Weltkriegen dann einfach ausgewandert ist [...] und sich nachher diese Designszene sich nicht mehr so aufgebaut hat, wie sie vorher war?] Genau. Das glaube ich, kann man auf jeden Fall sagen. Oder sich nur ganz spärlich entwickelt hat. [...] Nicht mehr gleichermaßen wertgeschätzt worden. Und es gab auch gewisse Vorstellungen von Illustration. [...] Also, der Comicbereich, der war schmutzig. Und das haben die Leute heimlich unterm Tisch gelesen. Das hätte einfach auf die Schulbank gehört. Also, ich glaube, so Dinge, das hat schon entscheidend Einfluss gehabt, irgendwie. Das hat alles sehr lange nachgewirkt, dieses negative Denken, dass (unv.) diesen ganzen Bereich zerstört hat.“<sup>530</sup>
- „Wie gesagt, ich bin d'accord, dass die Kreativwirtschaft generell gelitten hat, aber dadurch, dass die Textilindustrie eine der Industrien war, die in der Nachkriegszeit am schnellsten wieder da war [...] würde ich sagen, dass die zu jenen Kreativbereichen gehören, die sich am schnellsten wieder gefangen haben.“<sup>531</sup>
- „Das merkst natürlich und ist wahrscheinlich auch ein Grund, warum meines Erachtens deutschsprachige Länder immer noch ein bisschen hinterherhinken gegenüber anderen europäischen Ländern. Weil die uns halt viel gekostet haben, von unserem Potenzial, Kreativpotenzial. In jederlei Hinsicht, ob das jetzt Film ist, TV ist, der Designer ist, der Musterzeichner wahrscheinlich. [...] Ich mag jetzt behaupten, dass wir da im Wirtschaftsbereich schneller wieder fit waren als im Kreativbereich.“<sup>532</sup>

---

528 Klaura Stephanie, *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S283, Abschnitt #21:42#

529 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S255–256, Abschnitt #13:56#.

530 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S256, Abschnitte #14:14#, #15:21#.

531 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S354, Abschnitt #31:19#.

532 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S353, Abschnitte #28:09#, #28:41#.

- „So habe ich zum Beispiel man einen Zeichner entdeckt, bei einer Ausstellung im MAK, der war Illustrator und dann Bühnenbilder und ist dann in die USA ausgewandert, Deutsch-Dryden. Ich weiß jetzt nicht, ob der Muster entworfen hat. [...] Das sind unbekannte Leute. Kein Mensch kennt den. Das sind ganz tolle Designer eigentlich.“<sup>533</sup>

## Fehlende adäquate Ausbildung

- „[...] jeder Durchschnittskünstler muss heutzutage damit kämpfen, wenn er eine Ausstellung macht, dass irgendjemand an in herantritt und sagt: ‚Ja, meine Schwägerin malt auch.‘ Und das trifft natürlich auf Designer genauso zu [...] kommt dazu schlechte Ausbildungen, dass es tatsächlich auch Designer gibt, die nichts können. [...] Und trotzdem am Markt sind.“<sup>534</sup>
- „[...] Textildesign wundert es einen eigentlich nicht [...] offene Feindschaft [...] gegenüber intellektueller Reflexion der Tätigkeit. Das interessiert niemanden [...] Wenn überhaupt sich jemand damit auseinandersetzt.“<sup>535</sup>
- „Jetzt ist ja das Angebot auch nicht mehr da! Es gibt ja keine Ausbildung mehr.“<sup>536</sup>

## Anonsten wurden punktuell Bezüge zur *Wiener Werkstätte* beobachtet.

- „[...] aber eine richtige Nachfolge der Wiener Werkstätte sehe ich nicht. Obwohl, es gibt eine Firma, da habe ich so einen Heizungsverbau gekauft, die nennen sich Neue Wiener Werkstätte.“<sup>537</sup>
- „[...] es gibt natürlich Möbelhersteller, die sich sozusagen oder auch Stoffhersteller wie Backhausen, die dann immer wieder versucht haben, Neuerungen, das auch aufgegriffen haben [...]“<sup>538</sup>
- „Es ist verschwunden. Mit dem Niedergang der Textilindustrie. Bis auf ein paar, wie Baumann und Backhausen, das waren die einzigen zwei, die in den letzten

---

533 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S255–256, Abschnitt #13:56#.

534 Pramel Werner, *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S352–353, Abschnitte #25:56#, #28:43#.

535 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S386, Abschnitt #38:40#.

536 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S386–387, Abschnitte #40:44# bis #41:53#.

537 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S218, Abschnitt #15:59#.

538 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.16, S302.

Jahren qualitativ ansprechende Designs produziert haben.“<sup>539</sup>

- „Backhausen war schon auch in den 80ern ein Treiber [...] Die haben schon auch gute Projekte gemacht [...] das waren schon gute Impulse.“<sup>540</sup>
- „Ich persönlich, finde auch oft Anregungen in dem Bereich und komme auch immer wieder einmal auf das zurück. Es hat sich schon weiterentwickelt, aber es ist wieder zurückgegangen, glaube ich. Das Interesse.“<sup>541</sup>
- „[...]die haben sich alle bedient und jetzt ist es wieder dorthin zurückgerutscht, jetzt ist es eben eine Antiquität.“<sup>542</sup>

#### 4.7.4 Umgang mit Trends und Entwicklungen

Bezüglich Trends und Entwicklungen wurden in den Interviews zahlreiche konkrete Beispiele genannt, aber auch Kommentare zum Umgang damit abgegeben.

Design würde davon leben, Dinge immer wieder neu zu betrachten.

- „Ich finde, Design lebt von Erneuerung, davon, Dinge immer wieder neu zu betrachten, immer wieder sich selbst auch zu hinterfragen, wie kann man etwas neu machen? Wenn man etwas so lange macht, muss man, finde ich, Dinge auch immer wieder selbstkritisch beurteilen und das ist nicht immer leicht – ganz im Gegenteil, das ist eine sehr schwierige Aufgabe. Und wenn man sich selbst die Aufgabe stellt, die eigenen Designer sollten sich immer wieder durchmischen, sich auch immer wieder selbst befruchten, indem sie aus unterschiedlichen Zugängen kommen, dann finde ich das eine gute Möglichkeit, dieses Medium jung und lebendig zu halten.“<sup>543</sup>

Veränderungen würden Chancen und Möglichkeiten bergen.

- „I think the rules of the games change but we have possibilities.“<sup>544</sup>

---

539 Pichler Heide. *Transkript 19*, Wien: 12.1.2017, S339, Abschnitt #26:03#.

540 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S321, Abschnitt #36:31# bis #37:12#.

541 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S246, Abschnitt #23:29#.

542 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S220, Abschnitt #20:14#.

543 Thierry Stephan. *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S421, Abschnitt #10:43#.

544 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S199, Abschnitt #16:18#.

Ideen zu Verbesserungen würden nicht reichen, um etwas zu verändern.

- „Aber, wenn man halt nur denkt, nein, ich kann es eh besser, dann wird man halt überholt. Dann entstehen Dinge, ohne, dass man überhaupt was mitkriegt von dem.“<sup>545</sup>

Im Rahmen der vielen Trends und Entwicklungen komme es auch auf die Positionierung an. Man könne sich auf eine spezielle Nische konzentrieren oder versuchen, so viele Trends wie möglich zu beachten, was aber dazu führen könne, den Fokus zu verlieren.

- „[...] man kann ein super Muster-, Oberflächen-, Textildesigner sein ohne diesen weiten Fokus zu haben. [...] Das ist halt wie bei einer Kamera, du kannst halt die Blende aufmachen oder die Blende zumachen. Natürlich, du bist halt dann punktuell sehr, sehr gut und wenn du dir diesen Punkt gut aussuchst, kannst du aus diesem Punkt soviel Relevanz konzentrieren, dass du, dass das für dich eine Existenz (...) und möglicherweise, wenn du die Blende ganz aufmachst, siehst du halt sehr viel, aber das bringt dir alles nichts, weil du halt nichts, nirgends den Fokus hast.“<sup>546</sup>

## 4.8 Kategorie 8: Standort Österreich/Wien

Gibt es in Österreich Faktoren, die einen Wettbewerbsvorteil im Bereich Surface Pattern Design anderen Ländern gegenüber darstellen?

- „[Interviewer: Was könnten wir besser machen oder warum einen Österreicher beauftragen, wenn man es doch billiger woanders auch haben kann?] Die haben inzwischen selber auch sehr gute Designer und auch sehr gute Qualität, aber aus ihrer eigenen Tradition heraus. Da ist die Frage, warum man die mit der Produktion beauftragt.“<sup>547</sup>

Die Antworten beziehen sich teilweise auf Österreich und teilweise auf Wien. Im folgenden werden die Dimensionen aufgezählt, die sich durch die Antworten aus den Interviews ergeben haben.

---

545 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S392, Abschnitt #57:49#.

546 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S393, Abschnitt #01:00:15#.

547 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S259, Abschnitt #25:24#.

## Dimensionen:

- ▶ Tradition
- ▶ Made in Austria/Vienna
- ▶ Wettbewerbsvorteile

### 4.8.1 Tradition

Kulturelle Errungenschaften aus der Vergangenheit wurden als ein einzigartiger Wert angesehen. Besonders hervorgehoben wurden dabei die Ornamente an den Gebäudefassaden, die Handwerkskunst, die Musik, die Malerei und die Welt der Doppelmonarchie. Im textilen Bereich wurden die Wiener Werkstätte, der Jugendstil und die Muster aus der Biedermeierzeit genannt.

- „Was vor hundert Jahren gemacht wurde, speziell in Wien, das ist weltweit beeindruckend. Was hier an Design und Kultur produziert wurde, da können sich viele auf der ganzen Welt hinten anstellen.“<sup>548</sup>
- „Also, wenn man auf allen Gebäuden Ornamente sieht, ist das natürlich die ideale Umgebung, um es wieder zu beleben. Und wenn die Bibliotheken auch noch voll sind mit den Büchern und wenn es einmal eine Szene gab – in Wien um 1900. Und gerade in Wien wurde dann auch das Ornament in Frage gestellt, also Wien, oder überhaupt Österreich, ist ein ideales Land, um sich mit Ornamenten zu beschäftigen. Aber das ist ein langer Prozess. Ich glaube, dass das Potenzial einfach total groß ist, um es in der realen Welt einzusetzen. Diese Beispiele aus Interieur Design, aber es muss entsprechend auch unterrichtet werden.“<sup>549</sup>
- „Na ja, es gibt eine große Tradition, würde ich sagen. [...] Ja, wenn man sich ein Unternehmen wie Backhausen anschaut oder man schaut sich die Wiener Werkstätte an. Aber auch früher, die Patterns die im Biedermeierstil entstanden sind.“<sup>550</sup>
- „[...] you are not to sell the original Vienne product, but you have to sell the original imagination we have of Vienna. So if you want to attract me, the question is not really to make something of Vienna. The question is to make something I imagine Vienna. Because few costumers know Vienna. A lot of people have never been there. And Vienna is the story of Imperial, the music. So what I try to explain, it is not a question

---

548 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S4343, Abschnitt #51:22#.

549 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S440, Abschnitt #12:21#, S447, Abschnitt #1:10#.

550 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S444, Abschnitte #23:17#, #23:35#.

of the typical textile. It is a question of giving the feeling of elegance, of the music. That is the story. The lifestyle that we image is the first of the year concert, the Klimt in Belvedere, the idea of Sissi. That are the elements. In our image is the Hotel Sacher, the elegance of quite all the town and the bigger past [...] the court and the old café. It is not like is the real today Vienna. This is the image that people who do not know and do not come have. So you have to mix these things.“<sup>551</sup>

- „Vielleicht muss man das so sehen, wie im Jugendstil, wo das Handwerk einen anderen Stellenwert hatte. Man muss weg von dieser Billigproduktion, dass man auch das Handwerk in den Produktionsprozess miteinbezieht. Ich glaube, dass das eine entscheidende Rolle spielt. Ich denke, das machen Asiaten anders, weil sie eine andere Tradition haben und das machen wir anders, weil wir eine andere Tradition haben. Und einfach zu sagen, dass jemand nur produziert, das Abwertende, ich glaube, davon muss man wegkommen.“<sup>552</sup>

Manche der Befragten stellten die textilen Traditionen Wiens bzw. Österreichs in Bezug zu Surface Pattern Design auch in Frage.

- „Da ist natürlich die Gefahr, dass Wien Kaiser ist. [...] Es ist natürlich wichtig, dass Wien irgendwie auf eine produktive Weise davon wekommt.“<sup>553</sup>
- „[...] ich weiß nicht, ob es in Wien dafür überhaupt einmal die Industrie gab oder ob die immer in Mailand oder Paris gesessen ist, aber es ist nicht so einfach, so etwas zu implementieren. Die ganze Sache ist viel zu vernetzt und damit so etwas funktioniert, braucht man Unternehmen, die groß genug sind, genug Umsatz machen und die Nachfragestrukturen entsprechen dem wahrscheinlich auch nicht unbedingt.“<sup>554</sup>

#### **4.8.2 Made in Austria/Vienna**

Das Etikett Made in Austria verbanden die Befragten im Hinblick auf Musterdesign mit keinen speziellen Attributen oder keinem besonderen Stil. Vielmehr seien es einzelne Firmen, die für bestimmte Qualitäten stehen. Eine der Befragten fand den Stil österreichischer Unternehmen, vor allem im Trachtenbereich, konservativ.

- „Ich verbinde nicht wirklich Textilien mit verschiedenen Ländern. Außer, wenn ich

---

551 Alvisi Fulvio. *Transkript 08*, Wien: 12.11.2016, S201, Abschnitt #25:54#.

552 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S255–256, Abschnitt #13:56#.

553 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S235, Abschnitte #54:27#, #54:58#.

554 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S233, Abschnitt #48:15#.

an China denke, denke ich, um Gottes Willen, Billigproduzenten'.<sup>555</sup>

- „Also, dass man sagen kann, ein typischer österreichischer Designer würde so und so arbeiten. Das kann man – und ich muss sagen, zum Glück – nicht sagen. Man kann vielleicht gewisse Eigenheiten hier und da generalisieren, aber das ist auch schon, meiner Meinung nach, ein bisschen gefährlich. Es bringt auch niemandem wirklich etwas.“<sup>556</sup>
- „Ich glaube nur, dass es firmenmäßig bekannt ist. Dass man sagt, ein Land ist dafür bekannt – konkret für gute Muster, jetzt im textilen Bereich, nein. Ich glaube, das hängt mehr von der Firma ab.“<sup>557</sup>
- „[...] es gibt sicher viele Leute in Wien, die total gut sind, in dem was sie machen, was positiv ist und wo es Bemühungen gibt, zu schauen, dass das am Ort gemacht werden kann, gewisse Dinge haben aber einfach woanders eine größere Logik.“<sup>558</sup>
- „Konservativ, also in der Trachtenbranche definitiv. Konservativer als die Deutschen. Auf jeden Fall.“<sup>559</sup>

Es wurde allerdings auch festgestellt, dass es sehr wohl kulturelle Unterschiede im Surface Pattern Design gibt. Es kamen allerdings keine Attribute in Bezug auf österreichische Muster.

- „Ich kann mir schon vorstellen, dass es kulturell gewisse Unterschiede gibt [...]“<sup>560</sup>
- „Da braucht man einen gewissen kulturellen Background dazu, dass man als Künstler bestimmte Dinge machen kann.“<sup>561</sup>

Die Qualität der Produkte und eine nachhaltige Produktion waren Themen und Abgrenzungskriterien zu Waren aus Billiglohnländern.

- „[...] gerade in der Trachtenbranche gibt es mittlerweile irrsinnig viele, die nach Asien gehen und produzieren und behaupten, es ist dann ein österreichisches

---

555 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S272.

556 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S421–422, Abschnitt #12:38#.

557 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S272.

558 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S234, Abschnitt #52:57#.

559 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S272.

560 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S225, Abschnitt #11:39#.

561 Fauler Monika, *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S259, Abschnitt #26:22#.

oder deutsches Produkt. Es sind auch viele Anfragen da, ob das wirklich stimmt, dass das bei uns alles gemacht wird, aber wir haben ja auch die Zertifikate [...].“<sup>562</sup>

- „[...] gerade städtische KundInnen wollen immer mehr wissen, woher kommen die Produkte, wie sind sie gemacht, wer hat sie gemacht und auch, unter welchen sozialen Umständen sind sie gemacht worden. Das heißt sozusagen, auch hier, glaube ich, gibt es eine Chance für Städte in Europa oder Städte wie Wien, wo es auch noch eine relativ große Handwerkstradition gibt.“<sup>563</sup>
- „Und natürlich auch der Gedanke der Nachhaltigkeit [...] ist natürlich auch eine Chance, auf die man [...] jetzt hier einfach setzen muss. Also gerade die Schnittstelle von Design und Produktion ist [...] eine Chance in Europa und auch in Wien [...] die man verstärkt nützen sollte.“<sup>564</sup>

### 4.8.3 Wettbewerbsvorteile

Als Wettbewerbsvorteile Österreichs wurden der Reichtum, die Sprachkompetenz, ein hohes Bildungsniveau, funktionierende Unternehmen und die Forschung in der Biotechnik genannt.

- „Österreich ist im internationalen Kontext ein extrem reiches Land, die Sprachkompetenz der Durchschnittsbevölkerung ist selten so hoch wie in Österreich – wenn man es jetzt global betrachtet [...].“<sup>565</sup>
- „Die sprachlichen Barrieren, die sind weg. Ich meine, schau mal, bei den Jungen. Die wachsen alle – mehr oder weniger – durch die Medien zweisprachig auf.“<sup>566</sup>
- „[...] natürlich ist es immer besser, wenn es besser ist, aber ich würde jetzt nicht unterschreiben, dass man sagt, Österreich ist so borniert und klein und wir können eh kein Englisch. Natürlich sind wir jetzt nicht die City of London, was Englisch betrifft und wir sind nicht Mailand, was Mode betrifft und wir sind in Wien nicht Ischgl, was Schifahren betrifft, aber wir sind Wien, wir sind etwas ganz anderes und was wir hier haben, hat andere Qualitäten.“<sup>567</sup>
- „Es gibt in Wien die biotechnische Forschung, aus den ganzen biologischen Elementen“

---

562 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S265.

563 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.16, S302.

564 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.16, S303.

565 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S234, Abschnitt #52:57#.

566 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S292, Abschnitt #13:17#.

567 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S234, Abschnitt #52:57#.

ten kommend, ist es sicher eine massive Inspiration für Oberflächendesign [...]“<sup>568</sup>

- „Wien ist ja auch ein wichtiger Standort für Biotechnologie. Gerade da kommen auch immer wieder ganz interessante Innovationen, die auch letztlich im Textilbereich interessant sein können, auch beispielsweise aus der Automobilindustrie, aus der Sportindustrie, wo einfach Materialien entwickelt werden, die dann im Modebereich wieder eine Rolle spielen können. Oder auch vice versa. Und ich glaube, dass diese Vernetzung, sozusagen dieser Branchen noch mal verstärkt stattfinden kann und sehe da ein großes Innovationspotenzial.“<sup>569</sup>
- „Ich meine, grundsätzlich, du hast ja eine gute Basis. Es gibt ein hohes Bildungsniveau. Es gibt bestimmte Anzahl von funktionierenden Unternehmen. [...] Müsste funktionieren. Das soziale Gefüge [...]“<sup>570</sup>

Kritisiert wurde die bisweilen fehlende globale Ausrichtung.

- „Ich glaube, die Tendenz, die in Österreich existiert, ist, dass man vergisst, über den Tellerrand zu schauen. Es gibt die Tendenz, das so als geschlossenes System zu betrachten, was es definitiv nicht ist.“<sup>571</sup>

## 4.9 Kategorie 9: Förderungen

In der Kategorie Förderungen wurden Vorschläge für wirtschaftspolitische Maßnahmen im Zusammenhang mit Surface Pattern Design in Österreich abgefragt.

### Dimensionen:

- ▶ Wirtschaftspolitische Überlegungen
- ▶ In Anspruch genommene bzw. angefragte Förderungen
- ▶ Maßnahmenvorschläge

### 4.9.1 Wirtschaftspolitische Überlegungen

*Alfried Braumann* von der *Wirtschaftsagentur Wien* zählte im Rahmen der Befragung ein paar allgemeine Anliegen von Fördergebern auf.

→ Neues auf Basis dessen schaffen, was bereits vorhanden ist

---

568 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S234–235, Abschnitt #53:38#.

569 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.16, S303.

570 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S291, Abschnitte #12:05#, #12:14#.

571 Kogler Peter. *Transkript 10*, Wien: 30.11.2016, S292, Abschnitte #12:41#.

- Verknüpfung von Bestehendem mit etwas Neuem
- Verknüpfung von etwas, das am Standort ist mit Dingen, die woanders sind
- Anreize für die bessere Entwicklung von Branchen und schnellere Umsetzung von Technologien setzen
- Etablierung von unterschiedlichen Plattformen, die Leute zusammenbringen
- Systeme etablieren, die langfristig auch ohne Förderungen (Steuergeld) auskommen
- Förderung von Akteuren, die helfen, oben genannte Systeme zu etablieren
- Förderung von Unternehmensprojekten, in der Hoffnung, dass diese Unternehmen in Zukunft wachsen und weitere Leute beschäftigen können
- Beitragen, dass Dinge, die es nicht gibt, irgendwann einmal gibt
- Öffentliches Geld nicht für etwas einsetzen, das fünf Jahre später sowieso weg ist
- Aufgaben übernehmen, die ein Einzelner nicht machen kann

- „[...] es ist einfacher und es hat auch leichter einmal die größeren Effekte, wenn man auf eine aktive, dynamische, gründungsorientierte Wirtschaft setzt und schaut, dass etwas Neues geschaffen wird auf Basis dessen, was da ist, als dass man irgendwelche Bereiche definiert [...]“<sup>572</sup>

- „[...] das ist eine extrem schwierige Frage, weil man die Zukunft nicht kennt und nicht weiß, wie es wird und teilweise kann es sehr teuer sein, öffentliches Geld für etwas einzusetzen, was dann fünf Jahre später sowieso weg ist. Andererseits, der leichtere Teil ist, dass man eben gewisse Anreize setzt, dass sich bestimmte Branchen besser entwickeln können und man gewissen neuen Technologien schneller zur Umsetzung verhilft und, dass etwas, teilweise auf Bestehendem aufbauend oder Verknüpfung von Bestehendem oder eine Verknüpfung von etwas, was am Standort ist mit Dingen, die eben woanders sind, die dann vielleicht physisch verortbar wären oder dass eben digitale Kontakte mit dem Ort in Bezug gebracht werden, dass daraus so etwas entsteht.“<sup>573</sup>

- „Und das, was halt ein Versuch der Wirtschaftspolitik ist, ist in verschiedenen Formen, Plattformen zu etablieren, die können jetzt ganz unterschiedlich sein, beziehungsweise ist eine Messe auch in gewissem Sinne eine Plattform, wo Leute zusammenkommen. Da brauche ich jetzt nicht unbedingt die Produzenten,

---

572 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S129, Abschnitt #28:54#.

573 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S228–229, Abschnitt #27:47#.

da kann ich vielleicht an der Wiener Werkstätte ansetzen. Eine andere Art der Plattform sind gemeinsame Infrastrukturen so wie die Schraubenfabrik, Co-Working-Spaces, irgendwelche FabLabs, irgendwelche – keine Ahnung, was für Dinge – teilweise gibt es ja schon einen Markt dafür, teilweise gibt es den Markt einfach nicht, weil diese Infrastrukturen dann zu teuer sind oder per se nicht wirklich betriebswirtschaftlich geführt werden können und andererseits sozusagen Plattformen, die unterschiedliche Dinge zusammenbringen, irgendwelche Akteure, also, der Schwerpunkt bei uns ist Forschung und Unternehmen (...) dass man so Leute zusammenbringt, aber man kann das, je nachdem wie abstrakt man es sehen will, auf unterschiedlichen Ebenen betrachten.“<sup>574</sup>

- „Da ist jetzt für mich eben die Frage, wie schafft man es, immer mit dem Einsatz von öffentlichen Geld, für das ja irgendwer einmal Steuern gezahlt hat, Systeme zu etablieren, die ohne dieses Geld auch funktionieren? Wenn es solche Projekte gibt, die dazu beitragen, dass jetzt wirklich eine Surface Pattern Design Szene in Wien etabliert wird, dann haben wir da etwas.“<sup>575</sup>
- „Die Rolle der Wirtschaftsagentur ist gerade, dazu beizutragen, dass solche Dinge, die es nicht gibt, dass es die irgendwann einmal gibt.“<sup>576</sup>
- „Das kann ein Kredit sein, das kann Zugang zu Infrastrukturen sein, das kann – keine Ahnung was, sein.“<sup>577</sup>
- „[...] es muss irgendwer dazu beitragen, dass dieses Problem wahrgenommen oder das dieses Thema wahrgenommen wird. [...] wir fördern die Akteure [...], die solche Standorte etablieren. [...] Es muss natürlich in irgendeiner Weise ein Substrat geben, das das dann aufgreift. Also, Leute, die das machen wollen und die damit auch genug Umsatz machen können, dass sie davon sich und die von ihnen wirtschaftlich abhängigen Personen mehr oder weniger in einer nicht prekären Form erhalten können.“<sup>578</sup>
- „Ich würde es jetzt schon als Rolle der Wirtschaftsagentur sehen, dass wir sagen, wir machen viele Gespräche, wir machen eine Analyse, wir machen eine Diskussion, wir haben irgendwie einen Diskurs mit der Politik [...]“<sup>579</sup>
- „Andere Projekte brauchen dagegen viel mehr Einzelinitiative, bis hin, was die

---

574 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S230, Abschnitt #32:47#.

575 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S231–232, Abschnitt #40:00#.

576 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S235, Abschnitt #56:35#.

577 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S230–231, Abschnitt #37:11#.

578 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S230–231, Abschnitt #37:11#.

579 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S235–236, Abschnitt #58:14#.

Förderprojekte betrifft – die dann wirklich ein einzelnes Unternehmensprojekt fördern, in der Hoffnung, dass das Unternehmen sich gut entwickelt, dass die viel Geld verdienen und dann Leute anstellen.“<sup>580</sup>

- „Es gibt schon gewisse Aufgaben der öffentlichen Hand, die kann jetzt nicht ein Einzelner machen und die muss auch in einer Stadt wie Wien die öffentliche Hand machen.“<sup>581</sup>

*Elisabeth Noever-Ginthör*, ebenfalls von der *Wirtschaftsagentur Wien*, nannte ein konkretes Beispiel für einen aktuellen Förderungsschwerpunkt: Urbane Produktion

- „[...] letztes Jahr, so einen Schwerpunkt gesetzt auf urbaner Produktion. Das heißt, also dieses hoch individualisierbare Moment, das jetzt durch die neuen Technologien auch im Produktionsbereich einhergeht, ist ganz zentral für Europa und für die Städte in Europa.“<sup>582</sup>

Es gibt aber auch Kritik an der bestehenden Förderpolitik in Österreich. *Werner Pramel*, Abteilungsvorstand des Bereichs Design an der *HTL Spengergasse*, sah Probleme in der Höhe der Fördergelder und Auswahl der Projekte:

**→ Zu wenig Mut politischer Entscheidungsträger, größere Beträge auf ein Projekt zu setzen, da viele verschiedene Interessen bedient werden müssten**

- „Also, wenn man das wirklich fördern will, dann sind das alles nur Peanuts. Ich kann nicht erwarten, dass ich – sag jetzt mal – 10.000 Euro investiere und dann im nächsten Jahr eine Million rausbekomme. Und das ist der große Unterschied der Engländer. [...] Die kurbeln jetzt seit 2014, glaub ich, Gamedesign an, weil sie sehen, das ist der von der Kreativwirtschaft stärkste Bereich, der am förderungswürdigsten ist. Was machen sie? Sie machen eine gänzliche Steuerbefreiung.“<sup>583</sup>
- „Das sind aber Maßnahmen, die relativ kurzfristig in wenigen Jahren, in denen die Zeit haben, sich zu entwickeln auch greifen. Diesen Mut, glaube ich, den wird es bei uns nicht geben. [...] Ich glaube, weil die politische Situation verzwickter

---

580 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S235–236, Abschnitt #58:14#.

581 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S235–236, Abschnitt #58:14#.

582 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.16, S302.

583 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S347, Abschnitt #10:17#.

ist. [...] Demokratie hat nämlich ihre Vor- und Nachteile. Ich sage jetzt nicht, dass die Engländer nicht demokratisch sind, aber ich glaube, sie tun sich leichter anscheinend, auch größere Töpfe zur Verfügung zu stellen. Ich glaube, bei uns sind das immer nur so Tröpferl, die natürlich dann auch nicht wirklich greifen können, weil manchmal, wie gesagt, wenn ich eine Webmaschine kaufe, ich zeige es jetzt einmal an einem kleineren Beispiel, die kostet 120.000 Euro [...] das klingt für den Gemeinbürger viel [...] Tatsächlich ist das aber nichts. Man müsste wirklich sagen, man macht einen ganzen Topf und da macht man 100 Studios auf. Also, man müsste wirklich aus dem vollen schöpfen und einmal Vollgas reingehen, dann würde man wahrscheinlich innerhalb kürzester Zeit, wie lange halt Unternehmen brauchen, um sich heute aufzubauen, das braucht ja (...) früher hat man immer gesagt: ‚Ein Jahr, ein bis drei Jahre.‘ Jetzt sind es schon ein bisserl mehr, bis das dann auch Früchte trägt, die für das Finanzamt relevant sind. Und da sind wir schon beim Punkt. Zum Beispiel, eine Firma generell aufzubauen, nicht nur im Kreativwirtschaftsbereich braucht heutzutage 5 bis 8 Jahre. Eine Legislaturperiode ist kürzer [...] da ist die Frage: ‚Will ich eine nachhaltige Politik betreiben oder will ich nächstes Jahr wieder gewählt werden?‘ Die goldene Mitte muss vielleicht für den Politiker irgendwo dazwischen liegen.“<sup>584</sup>

- „Administrativer, behördlicher Natur. Sind halt auch viele Neider da. Deswegen tut man sich halt leichter, dass man mal ein Tröpferl hier und dort ein Tröpferl [...], weil man dann nicht so schnell unter Kritikbeschuss steht. Das darf man ja nicht vergessen, dass diese Neidpolitik, das betrifft jetzt nicht nur die Kreativen, sondern ist in vielen Bereichen [...] Nehmen wir ein schönes Beispiel, auch aus der Kreativwirtschaft, sind die Fördertöpfe für Film. Wir haben drei Fördertöpfe, die lauter Zizerl verteilen, also jeweils so in der Größenordnung von 10 Millionen Euro. Länder wie Deutschland kommen mit einem aus. Die Länder haben auch wieder einen. Wir haben halt so die Politik ‚Ja mit niemandem anecken.‘ Das allein wird es nicht sein, aber es ist sicher mitunter maßgeblich, dass teilweise nix weitergeht, weil man ja nicht unter Beschuss stehen will.“<sup>585</sup>

- „[...] man merkt das, wenn man sich Designstandorte in Niederösterreich anschaut, die viel üppiger sind. Unter anderem auch, weil das Land sich so stark eingebracht hat. Und das ist das beschämende für Wien oder vielleicht auch die Wiener Problematik, dass eine 2 Millionen-Stadt es nicht in der Lage ist, derzeit mit Ländern wie Salzburg, Oberösterreich oder Niederösterreich in Konkurrenz zu treten. Wir würden schlecht abschneiden. Tatsächlich hat derzeit, ich sag jetzt mal, auch im universitären Bereich, sind die fast alle besser aufgestellt. Das kann nur an den Ländern liegen, weil die Initiativen sind in Wien sicher wesentlich

---

584 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S351–352, Abschnitte #21:41# bis #24:13#.

585 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S355–356, Abschnitt #37:43#.

mannigfaltiger als, ich sag jetzt mal in Oberösterreich, wo es natürlich auch viele Kreative gibt. Keine Frage, aber es ist eine reine Zahlenfrage.“<sup>586</sup>

### → Investitionen in Projekte, die leicht verkäuflich sind

- „Naja, Gelder. Ich glaube, man investiert in Dinge, die leichter verkäuflich sind. Wenn man jetzt investiert. Die haben ja unglaublich tolle 3D-Farmen und schöne Werkstätten, die sehr jung und neu sind, die auch für die Öffentlichkeit wahrscheinlich besser verkaufbar sind, leichter zu argumentieren [...]“<sup>587</sup>

*Pramel* meinte weiters, dass sich gerade Designkultur nicht oder nur bis zu einem gewissen Grad fördern ließe, wenn man immer alles auf Zahlen herunterbrechen müsse. Innovation entstehe nicht durch Masse.

- „Textilmaschinen, zum Beispiel, sind ein Haufen Luxus, weil ich brauche für wenige Leute, die ich ausbilde, relativ teure Maschinen und da muss man halt, das ist auch wieder eine Mutfrage, viele Dinge muss man heutzutage begründen. Wieviele Menschen profitieren davon? Was bringt es unterm Strich dann wieder? Und so kann ich natürlich gerade Designkultur nicht fördern oder nur bis zu einem gewissen Grad, wenn ich immer alles auf Zahlen runterbrechen muss. [...] Und Innovation entsteht ja nicht durch Masse. Wenn ich aber Masse ausbilde, dann wird mir die Innovation ausbleiben.“<sup>588</sup>

Als ein möglicher Anlass für eine Förderung von Musterdesign wurde die Bewahrung von Fachwissen genannt. Auch wenn die Textilindustrie ins Ausland abgewandert sei, bestehe die Nachfrage nach Musterdesigns europäischer Designer weiterhin.

- „Auf alle Fälle. Die Förderung von Musterdesign würde verhindern, dass Fachwissen aufgrund der Abwanderung textiler Produktionsstätten ins Ausland verloren geht. In Österreich wird das Thema Textil & Oberflächendesign immer mit Produktion von Textilien in Verbindung gebracht, was zwei Paar Schuhe sind. Viele Unternehmen die in Asien produzieren suchen trotzdem in Europa die Designer der Textilien, da hier diese Gestaltung eine große Tradition hat.“<sup>589</sup>

---

586 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S356, Abschnitt #39:17#.

587 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S357, Abschnitt #40:37#.

588 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S357, Abschnitt #40:37#, #41:23#.

589 Gadermeier Martin. *Email E01*, Wien: 7.3.2017, S455.

## 4.9.2 In Anspruch genommene bzw. angefragte Förderungen

Folgende Förderungen wurden von den Befragten schon einmal in Anspruch genommen oder beantragt.

→ *Departure Pioneer*

→ *Creative Pioneer*

→ *Künstler-Sozialversicherungsfonds*

→ *Shift*

→ *Förderung des AWS*<sup>590</sup>

→ *Fokus*<sup>591</sup>

→ *Förderung der Wirtschaftskammer Österreich*<sup>592</sup>

- „Ja, habe ich. Und zwar, das war die Departure-Förderung. Das war eigentlich die Förderung, die Departure Pioneers. Quasi, um mich selbständig zu machen.“<sup>593</sup>
- „Die Creative Pioneer.“<sup>594</sup>
  
- „Ich bin bei der SVA, aber der Künstlersozialversicherungsfond gibt einen Zuschuss, das ist eine Art von Förderung.“<sup>595</sup>
  
- „AWS. Dann Pioneer und jetzt habe ich gerade wieder eine Förderung bekommen, ist gerade letzte Woche raus, von der Wirtschaftsagentur, Fokus.“<sup>596</sup>
  
- „Shift hat es geheißen.“<sup>597</sup>
  
- „Wir haben in unserer Anfangsphase [...] von der Wirtschaftskammer irgendwelche Jungunternehmerförderungen. [...] Wenn die Wirtschaft da – damals waren das ein paar tausend Schilling – gezahlt hat, war das ein Haufen.“<sup>598</sup>

---

590 Name der Förderung unbekannt.

591 Name der Förderung unbekannt.

592 Anmerkung der Autorin: Konkreter Name der Förderung unbekannt.

593 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S321, Abschnitt #36:31#.

594 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S411, Abschnitt #11:22#.

595 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S442, Abschnitt #18:04#.

596 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S280, Abschnitt #13:10#.

597 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S442, Abschnitte #18:04# bis #18:55#.

598 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S423, Abschnitt #16:50#.

### → *Vienna Design Week*

Die *Vienna Design Week* ist zwar ein Festival und keine Förderung, wird aber großteils von österreichischen Institutionen unterstützt.

- „Bei der Vienna Designweek ist es ja immer wieder so, dass sie diese Passionswege machen, wo sie Handwerker mit Designern [...] immer spannend.“<sup>599</sup>
- „Also, ich habe zum Beispiel an so einem Fashion Walk teilgenommen, im Rahmen der Design Week, das macht alles departure soweit ich das verstanden habe.“<sup>600</sup>

Das Feedback der Befragten zu den Förderungen war unterschiedlich. Die meisten von ihnen waren sich jedoch einig, dass manche Förderungen mit einem hohen Aufwand einhergehen würden.

- „Also, es gibt eben diese Förderungen, die mit einem gewissen Prozedere und gewissen Bedingungen zusammenhängen, wie zum Beispiel Departure oder die Wirtschaftsagentur [...] Das war schon ein Riesenprojekt. Da muss man auch schon sehr viel an Verwaltung und, ich weiß nicht was, hineinstecken, in diese Förderung. Und eigenes Geld übrigens auch.“<sup>601</sup>
- „Es ist beides, sich selbständig machen. Herausforderung, von diesen Verwaltungs- und Know How-Geschichten und dann diese Förderungsgeschichte auch nochmal. Und zwar diese Förderung. Wobei, es gibt, wie gesagt, auch andere Förderungen, die so im Kunstbereich laufen, meistens mit sehr niedrigen Summen, die weniger aufwendig sind, zu bearbeiten und einzureichen. Das kriege ich immer nur so aus zweiter Hand mit, von meinen Kunden und so [...]“<sup>602</sup>
- „Solche Dinge sind halt mit sehr viel Hindernissen verbunden und da braucht es eine unglaubliche Beharrlichkeit.“<sup>603</sup>

Jene Befragten, deren Förderanträge bewilligt wurden, fanden die Förderungen sehr hilfreich.

- „[...] damals war es nämlich so, dass Departure wahnsinnig viel Werbung gemacht hat. [...] Und das hat mir total viel genutzt. Das war praktisch gratis Werbung noch und nöcher. Wahrscheinlich profitiere ich immer noch davon.“<sup>604</sup>

---

599 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S394, Abschnitt #1:03:23#.

600 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S412, Abschnitt #12:59#.

601 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S309, Abschnitt #12:33#.

602 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S310, Abschnitt #13:47#.

603 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S355, Abschnitt #36:39#.

604 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S310–311,

- „Mir war es damals nicht unrecht, weil ich damals sowieso in dem Betrieb gründen, Unternehmen gründen sehr drinnen war und irgendwie eh ein Konzept aufstellen wollte oder musste und ich habe das insofern hilfreich gefunden. Ich habe aber damals auch eine gute Beratung gehabt [...] Ohne die wäre es mir, glaube ich, wäre es mir alles zuviel gewesen.“<sup>605</sup>
- „Ich kann mir aber vorstellen, dass andere viel involvierter sind oder viel mehr Angebote dieser Stellen nutzen. Das habe ich jetzt eigentlich nicht so gemacht, weil ich auch die Zeit nicht hatte und das nicht Priorität hatte, aber man lernt halt extrem dazu. Beim ersten Mal war das noch sehr umfangreich, mit den Abrechnungen, mittlerweile geht es aber schon besser. Schauen wir einmal, wie es bei der nächsten dann wird.“<sup>606</sup>
- „Jedenfalls haben wir das in Anspruch genommen und das war auch wirklich hilfreich für uns.“<sup>607</sup>
- „Da haben sie eben einen Fashion Walk gemacht, im fünften Bezirk, da wurden mehrere Betriebe im fünften Bezirk besucht und das war eh sehr, sehr interessant.“<sup>608</sup>

Wurden die Förderungen abgelehnt, gab es negatives Feedback.

- „Mir kommt vor, es gibt irgendwie zu viele Loose Ends. Es gibt da ein bisschen was und dort ein bisschen was.“<sup>609</sup>
- „[Interviewer: Hattest du direkten Kontakt mit der Wirtschaftsagentur?] Na ja, in einem Beratungsgespräch, dann gestern fünf Minuten und dazwischen beim Anschauungsmaterialien abgeben, fünf Minuten. Also, aus meiner Sicht nicht so super.“<sup>610</sup>
- „Ich habe mich einmal für ein Programm beworben, das war eine total politische Angelegenheit, habe ich nachher gehört. [...] Das war von der Stadt Wien. [...] Shift hat es geheißen. [...] Das war ein Projektauftrag, für einen Betrag von 25.000 Euro.“<sup>611</sup>

---

Abschnitte #13:58#, #14:06#.

605 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S309–310,  
Abschnitte#12:58#, #12:59#.

606 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S281, Abschnitt #14:03#.

607 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S423, Abschnitt #17:25#.

608 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S412, Abschnitt #12:59#.

609 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S413, Abschnitt #14:34#.

610 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S412,  
Abschnitte #11:48# bis #12:08#.

611 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S442,

### 4.9.3 Maßnahmenvorschläge

An dieser Stelle wurden die Interviewpartner gefragt, welche wirtschafts-politischen Maßnahmen sie im Förderbereich in Bezug auf Surface Pattern Design setzen würden.

- „[...] es gibt zum Glück Leute, die alles Mögliche machen wollen. Aber da ist halt die Frage, wie?“<sup>612</sup>
- „Mehr Förderprogramme und mehr Fokus, denn es gibt ja den Fokus Pattern Design gar nicht.“<sup>613</sup>

Um überhaupt optimale Vorschläge zu generieren zu können, wurde für den Start eine Datenerhebung und genauere Branchenanalyse empfohlen.

- „[...] ich weiß auch nicht, wie viele Leute sind da tätig, wen gibt es da, in welcher Art [...] findet die Ausbildung auch statt, wer sind dann auch letztlich Endkunden, produzierende Unternehmen, wo sitzen die. Also müsste man einfach die Branche auch noch mal stärker analysieren.“<sup>614</sup>
- „Was würde ich tun? Na ja, im Prinzip würde ich so etwas tun, was du jetzt gerade tust, einmal einholen, was ist jetzt gerade Ist-Zustand und dann versuchen zu klären, warum ist das so und dann, eventuell, wenn ich es schaffe, Gegenmaßnahmen ergreifen, aber ich wüsste jetzt nichts Konkreteres, was man da wirklich tun kann. Aber ich würde schauen: Was haben wir? Warum ist das so? Und dann versuchen, dem entgegenzusteuern und das vielleicht wieder aufleben zu lassen. Aber das ist jetzt sehr theoretisch.“<sup>615</sup>
- „Zuerst einmal irgendwie connecten, also irgendwie alle Surface Pattern Designer zusammentrommeln, die anschreiben und dann mit diesen Leuten brainstormen.“<sup>616</sup>

Ansonsten schlugen die Befragten folgende Maßnahmen vor:

---

Abschnitte #18:04# bis #18:55#.

612 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S235, Abschnitt #56:35#.

613 Thalhammer Sophie. *Transkript 14*, Wien: 13.1.2017, S412, Abschnitt #13:37#.

614 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.16, S303.

615 Blaschke Traude. *Transkript 15*, Wien: 15.12.2016, S220–221, Abschnitt #21:19#.

616 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S405, Abschnitt #26:35#.

## → Etablierung einer umfassenden Surface Pattern Design Ausbildung

- „[...] die Ausbildung ist sehr wichtig. Ich weiß ja nicht einmal, ob es diese Ausbildung so noch immer gibt.“<sup>617</sup>
- „Wenn man gute Designer ausbildet, die dann anfangen, tolle Sachen zu entwerfen und es hat einen wirtschaftlichen Erfolg, wäre das auch gut für den Staat, also, eine Förderung wäre sicher nicht weggeschmissen.“<sup>618</sup>
- „Und die Kritik war insbesondere an die Angewandte gerichtet, wenn ich jetzt sage, als Hauptkunstuniversität neben der Akademie, weil die Akademie hat schon [...] einen anderen Anspruch. Die steht viel mehr im gesellschaftlichen Kontext und ist auch politisch orientierter, hat auch nicht die Aufgabe, sage ich mal, die Designsparte zu bedienen. Die Angewandte jedoch, schon. Es wäre natürlich auch für den Kunstbereich schön, wenn man die eine oder andere Ausstattung hätte, weil natürlich Kunst und Gesellschaft immer in Einklang zu bringen sind, aber es muss eine andere Priorität haben, als es jetzt hat.“<sup>619</sup>
- „[...] das ist vielleicht nicht Wirtschaftspolitik, aber vielleicht – eine gescheite Schule wieder mal einrichten? [...] Also, eine Ausbildungsstätte, die zeitgemäß ist und wo das einfach wieder unterrichtet wird, weil ich nämlich in Vorbereitung darauf, dass ich – und das weiß ich zwar auch nicht, ob ich es noch erleben werde – aber dass, ich bin davon überzeugt, dass die Textilindustrie wieder zurückkommt nach Europa. [...] Und dann stehen wir da und wissen nicht mehr wie es geht. [...] Und da ist jetzt schon viel verloren gegangen und das wird weiter schrumpfen und das wird uns irgendwann am Kopf fallen. [...] dieses Argument, dass es nicht mehr notwendig ist oder nicht mehr eingesetzt wird in der Wirtschaft zählt für mich nicht. [...] Es ist Kultur, es ist Kunst, es ist Industriekultur und deswegen müsste man eine vernünftige Schule wieder einrichten. Man müsste Initiativen fördern, die es schon gibt, also eben Haslach, die Unis unterstützen, wie eben auf der Angewandten, den Modebereich von mir aus mit vernünftigen Textilmaschinen und Personal ausstatten. Man müsste in Linz auf der Uni – das könnte man ausbauen [...]“<sup>620</sup>
- „Ich denke auch an das ganze Handwerk, die Handwerksszene, die jetzt wieder in ist, das ganze 3D, Lasercuttertechniken und die Einsetzbarkeit in der Architektur [...]“<sup>621</sup>

---

617 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S210, Abschnitt #24:44#.

618 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S448, Abschnitt #6:55#.

619 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S356–357, Abschnitt #40:18#.

620 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S325–326, Abschnitte #44:06# bis #46:19#.

621 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S448, Abschnitt #6:55#.

- „[...] man könnte einmal das Buch von Graf ‚Die Einheit der Kunst. Weltgeschichte der Grundformen. Dritter Band.‘ hernehmen, weil Muster bestehen aus Grundformen. [...] Das wäre ein Projekt, das ich auch machen würde – also, dieses Buch neu herausgeben. [...] Das fängt in der Steinzeit an und geht dann bis Otto Wagner. Es zeigt die ganze Entwicklung der Ornamentik.“<sup>622</sup>

→ **Gründung von gut ausgerüsteten, zeitgemäßen Werkstätten, die in weiterer Folge auch von kompetenten Personen betreut wird**

- „Zum Beispiel, leistbare Werkstätten, dass man halt nicht unendlich viel Miete zahlt – was halt als junger Mensch immer ausschlaggebend ist dafür, ob man dann was macht oder nicht.“<sup>623</sup>
- „Wenn man dann zum Beispiel staatlich geförderte Werkstätten hätte, die man sich anmieten kann, könnte man wieder Arbeitsplätze schaffen, weil das muss ja betreut werden, oder Einschulungen geben [...]“<sup>624</sup>
- „Das erinnert mich eben an diese Industrie 4.0 Diskussion, einerseits von der Abnehmerseite, andererseits sind diese Akteure wahrscheinlich auch wichtig, dass man gewisse Maschinen, Technologien und Denkweisen vor Ort hat, um so etwas ausprobieren zu können.“<sup>625</sup>
- „Es gibt zum Beispiel dieses Spacelab, das an und für sich eher sehr TU nahe ist, ja, die sehr viel mit 3D Druckern arbeiten [...] da bräuchte man halt Kooperationen und natürlich auch ein bisschen Räumlichkeiten und ein bisschen Geld, wo man diese Maschinen Designern zur Verfügung stellt. [...] aber Einzel- und Kleinbetriebe [...] wird keiner plötzlich bei den steuerlichen Belastungen Maschinen um 100.000 Euro kaufen können. Und wahrscheinlich braucht es [...] einerseits die staatliche Unterstützung [...] das Land Wien könnte da durchaus unter die Arme greifen, indem sie einen Standort schafft, vielleicht auch in Kooperation mit einem Zusammenschluss von Designerinnen, die das Betreuen in die Hand nehmen und weiterverbreiten, weil mit der Maschine alleine ist es nicht getan. Ich brauche die Kompetenzen, sie zu bedienen, ich brauche auch den Willen, das Wissen weiterzugeben, das heißt da braucht es einfach eine Community. Ich glaube, Community würde sich durchaus finden. Wahrscheinlich braucht es dann auch ein paar Leute mit Schnittstellenkompetenzen, die, sage ich jetzt mal

---

622 Van Hoeydonck Werner. *Transkript 07*, Wien: 8.11.2016, S449–450, Abschnitte #7:27# bis #8:31#.

623 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S405, Abschnitt #26:35#.

624 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S405, Abschnitt #26:59#.

625 Braumann Alfred. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S230, Abschnitt #31:13#.

Industrie, Land und Designer in Einklang bringen.“<sup>626</sup>

- „Eben, so wie bei mir jetzt dieser Schritt, dass man Muster auf Estrich anbietet. Ich gehe aber jetzt auch nicht herum und sage, ihr könnt bei mir gestalten, aber es ist zumindest die Werkstatt da und wenn jemand das machen wollen würde – es ist auf jeden Fall einmal das Angebot da.“<sup>627</sup>

## → Eine Plattform für Vernetzung, Informationsaustausch und Kooperationen

- „Eine Plattform. Sowas finde ich nicht schlecht. [...] aber wirklich speziell als Musterzeichner, solche Plattformen, vielleicht vermisse ich das.“<sup>628</sup>
- „Ganz klar, wenn das eine Priorität wäre, könnte man in Wien relativ leicht ein Kompetenzzentrum für – DAS ist nötig – Vernetzung. Aber es muss ein konkreter Ort sein, der verschiedene Sachen verbindet. Eben, das Networking, was aber alleine irrelevant ist oder nichts bringt oder auch nicht funktioniert. Das muss ein Ort sein, wo konkrete, technische Umsetzung nötig ist. [...] Aber es muss ein Kernteam geben, das dort ist und diese ganze Netzwerkarbeit übernimmt. Aber das ist halt die Frage, ob sowas bei irgendwem eine Priorität ist.“<sup>629</sup>
- „[...] ich fände das voll gut, wenn man Absolventen treffen könnte, die sich selbstständig gemacht haben und wo das halt auch wirklich funktioniert. Wenn es halt auch geht, das Geschäft, das finde ich schon sehr interessant. Sicher kann man zur Arbeiterkammer gehen und fragen, wie man sich selbstständig macht, man kriegt ja eigentlich voll viel Hilfe – aber man braucht halt dieses eine Ding.“<sup>630</sup>
- „Dann, was ich persönlich in Österreich ganz schlecht finde – aber da weiß ich nicht, ob die Wirtschaftskammer da was bringen würde – man bekommt in Österreich kaum Materialien für das Ganze. Man kriegt die Stoffe, ja, aber auch nicht wirklich und dann noch zusätzlich die Farben – man kriegt es, ja, aber dann wieder nur sehr teuer, viel teurer als aus anderen Ländern oder halt in Mengen, wo ich sage, ich als Kleinunternehmer verbrauche das nie im Leben. [...] Oder Pigmente. Oder man kriegt die Materialien eben auch gar nicht, wenn ich sage, ich bräuchte bitte Pigmente, mit denen ich Stoffe färben kann – kriegst du in Österreich nicht.“<sup>631</sup>

---

626 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S355, Abschnitt #36:20#.

627 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S284, Abschnitt #26:47#.

628 Babacan Sibel. *Transkript 17*, Wien: 28.10.2016, S211, Abschnitt #27:53#.

629 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S393–395, Abschnitte #1:02:21#, #1: 05:39#.

630 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S401, Abschnitt #13:51#.

631 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S248–249,

→ Konferenzen zur Vernetzung, zum Austausch, zur Erörterung technischer Fragen, Trends, aber auch für geisteswissenschaftliche Auseinandersetzungen mit dem Thema Muster

- „Vielleicht müsste es auch eine Veranstaltung geben, wo das passt. [...] Also, dass man sich zusammentut und eine Veranstaltung überlegt und die in einem Rhythmus stattfinden lässt.“<sup>632</sup>
- „Das schlägt sicher in eine Kerbe, die jetzt relevant ist, aber auch gab es in England ganz selbstverständlich eine Konferenz über Textildesign, (unv.) technische, ganz viel technische Fragen, aber auch eine geisteswissenschaftliche Auseinandersetzung, aber auch eine Industriesicht auf Sachen, wo halt Leute über Trends geredet haben [...]“<sup>633</sup>

→ Messen und Märkte, um Angebot und Nachfrage zusammenzubringen

- „Da gäbe es auch andere Sachen, dass zum Beispiel diese Messen etabliert werden, dass ich vielleicht die Produzenten dann direkt am Standort habe.“<sup>634</sup>
- „Oder auch diese Messen, ich war nur in Mailand einmal mit, aber dass man sich Paris oder solche Sachen anschaut. Mir kommt vor, wir köcheln da so in unserem Halb-Dilettantentum dahin.“<sup>635</sup>
- „Also, zum Beispiel bei Märkten müsste es ein Markt sein, wo wirklich nur Gewerbetreibende ausstellen dürften.“<sup>636</sup>
- „Dann ist noch die Frage: Was wollen die Leute haben? Ich bin davon überzeugt, die Leute wollen immer – und das stirbt nie aus – irgendetwas haben, was gestaltet ist, mit Mustern oder wie auch immer. Es geht dann nur darum, woher kriegen sie das und wer bietet das dann an? Das heißt, wir müssten den Markt und das Angebot erweitern und vor allem regional halten, um zu zeigen, das ist möglich.“<sup>637</sup>
- „Ausstellungsmöglichkeiten, das wäre einmal eines. Ich meine, natürlich, durch Bekanntschaften kriegt man immer wieder die Möglichkeit, wenn man sich wirk-

---

Abschnitte #32:44#, #33:05#.

632 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S316, Abschnitte #25:14#, #25:22#.

633 Roland Gabriel. *Transkript 16*, Wien: 21.12.2016, S395, Abschnitt #1:07:561#.

634 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S230, Abschnitt #31:13#.

635 Pichler Heide. *Transkript 17*, Wien: 12.1.2017, S336, Abschnitt #18:04#.

636 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S247, Abschnitt #28:56#.

637 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S284, Abschnitt #26:47#.

lich damit beschäftigt. Aber wenn die Wirtschaftskammer wirklich eine gezielte Location dafür hergeben würde, dass Designer auch Sachen ausstellen können und das wirklich gratis oder eben zu einem sehr geringen Preis, das wäre schon einmal auf jeden Fall ein Pluspunkt.“<sup>638</sup>

### → Awareness für Surface Pattern Design schaffen und das Thema auch für andere Bereiche sichtbar machen bzw. Plattformen oder Kanäle für Werbung etablieren

- „Ich glaube, dass es da um einen ganz starken, interdisziplinären Ansatz geht.“<sup>639</sup>
- „Wir bekommen sehr wenig Anfragen dazu. Und ich glaube, dass es sozusagen auch darum geht, einfach nur mal Awareness für diese Branche zu schaffen [...]“<sup>640</sup>
- „Ich weiß nicht, ob das noch kommt, aber eigentlich wäre es total toll, wenn es für uns hier mehr Verbindung zur Außenwelt gäbe.“<sup>641</sup>
- „[...] ich glaube, dass viele Firmen gar nicht wissen, dass es so etwas gibt. Nicht nur der Konsument, der Private, also, der kleine Mann, sage ich jetzt einmal, sondern auch die großen Firmen, dass die überhaupt nicht wissen, dass man eigentlich mit so etwas auch arbeiten kann.“<sup>642</sup>
- „Ja, vielleicht ein bisschen Werbung, generell für diesen Bereich. Ich weiß gar nicht, ob die Wirtschaftskammer so etwas hat. Wenn ich zum Beispiel eine Veranstaltung habe und das könnte ich dann der Wirtschaftskammer schicken und die bewerben das dann. Das kann ein Flyer sein oder irgendwas, ich meine, so etwas gibt es ja. In vielen Bezirken gibt es solche Aussendungen und es gibt auch kreative Plattformen, im Fünften, zum Beispiel, da stehe ich auch drauf, aber wer schaut da drauf? Also, es müsste wirklich etwas sein, was nicht nur per E-Mail ausgesendet wird, sondern dass auch an Orten, wo viele Leute sind einmal ein Plakat hängt, mit dem Programm für die nächsten zwei Monate oder so. Solche Sachen.“<sup>643</sup>
- „Man könnte sagen, dass man die Qualität fördern möchte [...] Es gibt sehr viele

---

638 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S248–249, Abschnitt #32:44#.

639 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.16, S303.

640 Noever-Ginthör Elisabeth. *Transkript 09*, Wien: 28.11.16, S303.

641 Pichler Heide. *Transkript 17*, Wien: 12.1.2017, S336, Abschnitt #17:42#.

642 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S250–251, Abschnitt #38:49#.

643 Brezina Miriam. *Transkript 21*, Wien: 13.1.2017, S249, Abschnitt #35:06#.

Bereiche, wo sich die Leute mit Illustration einfach nicht leicht tun und dann wird auf Stockmaterial zurückgegriffen [...]"<sup>644</sup>

- „Es muss zuerst die Nachfrage da sein, dass die Leute das haben wollen.“<sup>645</sup>
- „Wenn man irgendetwas in diesem Bereich ins Leben rufen will [...] muss das einhergehen mit einer gesamten Kultur. [...] Wenn ich da eine Bewusstseinsänderung schaffe, dieses auch ‚Lust zur Farbe‘, ‚Lust zur Musterung‘, [...] wenn mich das umgibt, dann wäre es erfolgsversprechender [...]"<sup>646</sup>

### → Förderung der heimischen Industriebetriebe

- „Mit dem einen Argument, dass man eben sozusagen den Abnehmer braucht, da ist die Frage, ob es irgendwelche Methoden gibt, dass die Abnehmer sinnvoll am Standort verfügbar sind.“<sup>647</sup>
- „In unserem Fall wäre es wichtig, die Textilindustrie wieder nach Österreich zu holen.“<sup>648</sup>
- „Vielleicht Firmen fördern, dass sie nicht absichtlich ins Ausland gehen zum Produzieren, einfach weil es günstiger ist. Solche Sachen.“<sup>649</sup>
- „Wenn man alles made in Austria machen möchte, dann bräuchte man Firmen, wo man den Stoff herbekommt oder die es einem produzieren.“<sup>650</sup>
- „Und das wäre zum Beispiel bei uns auch etwas, die Wolle, die in Österreich produziert wird [...] Das könnte man voll unterstützen [...] weil Merinowolle ist eine Krise. Ich kriege alles nur aus Australien. Das wird alles in Massentierhaltung erzeugt, qualvoll. Und weil die das Monopol drauf haben. Also, da jetzt Flachs-anbau fördern und die Flachserzeugung oder andere, von mir aus auch innovativere Sachen. Da gibt es eh auch (...) also in puncto Sustainable Textiles habe ich mich auch ziemlich damit beschäftigt (...) Da gibt es alle möglichen Ideen, wie man auch aus Abfällen wieder Fasern herstellen kann. [...] Ja und da wird viel in Österreich geforscht dazu. Da gibt es auch einen wissenschaftlichen Zweig.“<sup>651</sup>

---

644 Fauler Monika. *Transkript 20*, Wien: 13.1.2017, S257, Abschnitt #19:56#.

645 Klaura Stephanie. *Transkript 11*, Wien: 7.12.2016, S284, Abschnitt #26:47#.

646 Pramel Werner. *Transkript 23*, Wien: 20.1.2017, S357, Abschnitt #42:31#.

647 Braumann Alfried. *Transkript 06*, Wien: 4.11.2016, S230, Abschnitt #31:13#.

648 Jahrmann Verena. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S274.

649 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S274.

650 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S401, Abschnitt #12:44#.

651 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S326,

- „Es gibt ja, von der Stadt Wien, dieses Paket, das du kriegst, wenn ein Kind auf die Welt kommt. Und da war ja [...] diese berühmte Babydecke im Doubleface und Baumwolle aufgeraut [...] also, solche Sachen. Oder zum Beispiel, mein Mechaniker, der leider mittlerweile verstorben ist, hat mir immer erzählt von der Strickerei, die die Pullover fürs Bundesheer gefertigt hat [...]“<sup>652</sup>

Zum Thema Förderung des Surface Pattern Designs gab es auch kritische Stimmen.

#### → Kein Wunsch nach Austausch aus Angst vor Ideenklau

- „Ich glaube halt, dass prinzipiell in der Kreativbranche die Leute ein bisschen eifersüchtig sind, weil sie halt Angst haben, dass man ihnen eine Idee wegnimmt, oder so. Einerseits ist es ja irgendwie gerechtfertigt, aber dadurch ist es auch schwierig, zu connecten – und alleine kommt man halt nicht weit, meiner Meinung nach. Caring ist Sharing. Aber Leute in der Branche reden oft auch nicht über ihre Firmenpolitik oder so. Das kann man ihnen ja eh nicht wegnehmen. Das ist eben prinzipiell bei Kreativjobs, dass das das etwas belastet.“<sup>653</sup>
- „Eigentlich habe ich nicht darüber nachgedacht. Also, von den Mustern her, ich wüsste nicht, wo ich mich da austauschen soll, weil da herrscht so viel Konkurrenz. Da will man sich nicht austauschen. Sag ich jetzt mal, so wie es ist. Weil das Problem ist, gewisse Sachen sind gut, dass sie nicht ausgesprochen werden, einfach weil, wenn man weiß, man wird so schnell kopiert. Es ist einfach so. Und das ist auch sein sehr großes Problem.“<sup>654</sup>
- „Ja! Weil man eben so oft kopiert wird und weil wir ja selber auch produzieren. Ich glaube, es ist nicht so schlimm, wenn man nur Muster, wenn das quasi mein Verdienst ist, wenn ich ein Muster erstelle und sage ‚ich entwerfe das jetzt und der Rest ist mir egal‘. Und gebe es auf eine Plattform, damit ich es auch loswerden kann. [...] Da kann ich mir einen Namen machen und sagen ‚okay, die wissen ich zeichne schöne Muster oder gestalte sie. Da gibt ja so viele Möglichkeiten, was ich alles machen kann. Und dann verkauf ich die jetzt und dann passt das schon‘. Aber wir haben da viel mehr Arbeit. Wir müssen die entwerfen, wir müssen die ausarbeiten, dann technisch umsetzen und dann werden die gewebt. Da haben wir quasi schon ein richtiges Endprodukt. Und die anderen müssen quasi [...] Das bleibt ja meistens nicht so. Da wird dann meistens noch gedruckt auf

---

Abschnitte #47:44# bis #48:15#.

652 Persché Veronika. *Transkript 24*, Wien: 24.1.2017, S323, Abschnitt #41:51#.

653 Schübl Leni. *Transkript 22*, Wien: 18.1.2017, S405, Abschnitt #28:28#.

654 Jahrmann Verena. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S269–270.

Papier oder Stoff oder sowas.“<sup>655</sup>

→ **Keine Aussicht auf Erfolg einer Fördermaßnahme, weil es in Österreich ohnehin keinen Markt gäbe**

- „Ja, man kann natürlich in die Wahrnehmung investieren, das wäre glaube ich nicht das Problem, die Frage ist natürlich die Sinnhaftigkeit. Du investierst in die Wahrnehmung, dann nehmen sie dich wahr und sagen, okay, jetzt gibt es da den Typen, der macht Musterdesign, aber, was habe ich davon?“<sup>656</sup>
- „Na ja, eine Messe vor Ort wäre natürlich nett, wäre schön, es würde mich freuen, wenn ich zu Hause schlafen könnte. Das würde ich alles persönlich super finden, nur, ich weiß, da geht keiner hin. Also, so brutal das klingt: Es gibt keinen Markt in Österreich.“<sup>657</sup>
- „Also, worin investierst du in Österreich? Im Textilbereich ist es null. Also, da zu sagen, ich investiere in die Ausbildung, ist einfach absurd.“<sup>658</sup>
- „Wenn man sagt, man will in Oberflächendesign oder was auch immer, investieren, was löblich ist, das ist super – aber dann muss man einfach einen anderen Kundenkreis ansprechen. Das kann unmöglich Textil sein. Und da spreche ich gegen mein eigenes Geschäft, aber es gibt keine Textilindustrie in Österreich.“<sup>659</sup>

→ **Keine Erfolgsaussicht für Förderungen im Ausbildungsbereich, weil niemand diese in Anspruch nehmen würde**

- „Also, da zu investieren und zu sagen, ich mache jetzt hier eine Förderung und ich mache eine tolle Ausbildung, ich mache eine Messe oder eine Jungdesignermesse, da sage ich, das ist super, aber da geht keiner hin, weil es niemanden gibt. [...] Nein, das geht nicht. Wenn du diese Ausbildung in Österreich machen möchtest, musst du ins Ausland. Oder du gehst nach England oder Italien oder Frankreich. Ende. Oder Skandinavien, Japan eventuell.“<sup>660</sup>

→ **Keine Erfolgsaussicht generell, weil sich Kreativität nicht durch monetäre Maßnahmen erhöhen ließe**

---

655 Kiesewetter Alina. *Transkript 07*, Wien: 10.1.17, S9, S270.

656 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S431, Abschnitt #41:06#.

657 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S433, Abschnitt #48:55#.

658 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S433, Abschnitt #48:55#.

659 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S433, Abschnitt #48:55#.

660 Thierry Stephan, *Transkript 12*, Wien: 12.12.2016, S433, Abschnitte #49:13#, #50:27#.

- „Gar nicht, weil ich ganz einfach der Meinung bin, dass sich diese Kreativität mit einem Budget nicht steigern lässt.“<sup>661</sup>

→ **Keine Erfolgsaussicht für die Förderung von Werkstätten, da es hier zu Auseinandersetzungen käme und die wirklich Kreativen vertrieben werden würden**

- „Grundsätzlich finde ich die Idee gut. Die Praxis hat halt nur gezeigt, dass es dann immer wieder so ausartet, in irgendwelchen Selbstverwirklichern, die in eine Selbstverwirklichungsorgie da hineinkommen und die im Prinzip die wirklich Kreativen vertreiben.“<sup>662</sup>

---

661 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S370, Abschnitt #26:12#.

662 Prikoszovits Gerhard. *Transkript 13*, Wien: 13.12.2016, S370, Abschnitte #26:32#, #27:41#.

## **5. UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE**

Siehe dazu auch Kapitel 4, in dem die Kategorien und Bildung der entsprechenden Eigenschaften und Dimensionen genauer beschrieben werden. In diesem Kapitel finden sich auch die den Untersuchungsergebnissen zugrunde liegenden Textstellen der Interviews.

### **5.1 Der Begriff Surface Pattern Design**

#### **5.1.1 Bekanntheit in Institutionen der Kreativwirtschaft**

Der Begriff Surface Pattern Design war befragten Vertretern ausgewählter Institutionen der Kreativwirtschaft nicht bekannt, wenn es vor dem Gesprächskontakt keine Möglichkeit zur Recherche gab.

#### **5.1.2 Assoziationen von Befragten, die im Zuge ihrer beruflichen Tätigkeit bis dato nicht näher mit Surface Pattern Design zu tun hatten**

Assoziationen zu Surface Pattern Design wurden von den Befragten überwiegend in Bezug zu ihrem eigenen Background gesetzt.

Um den Begriff Surface Pattern Design erklären zu können, scheint es notwendig zu sein, dafür zuerst einen Rahmen festlegen zu müssen, da den Befragten ansonsten nicht klar war, vor welchem Hintergrund recherchiert wurde.

#### **5.1.3 Abgrenzungen zu anderen Designsparten**

Es wurden Überschneidungen zwischen Surface Pattern Design und Textildesign, Grafik Design, Illustration, Architektur, Mode, Produkt- und Industriedesign erwähnt. Im Bereich der Kunst wurde das *Pattern Painting* als Überschneidung genannt.

Als kennzeichnend für Musterdesigns, im Gegensatz zu anderen musterartigen Entwürfen, haben sich in den Interviews folgende Bereiche herauskristallisiert:

1. Die Gestaltung von Oberflächen, die auch eine räumliche Dimension bekommen können
2. Der Bezug zum Material, auf oder mit dem das Muster produziert werden soll
3. Die Wiederholung von Motiven oder Motivgruppen

Analog dazu stehen die speziellen Kenntnisse, die, nach Angabe der Befragten, Surface Pattern Designer von einem Designer aus einer anderen Sparte, der ebenfalls Muster entwirft, abheben würden:

1. Beherrschung des Rapportierens von Motiven
2. Besondere Kenntnisse von Materialien und Techniken im Zusammenhang mit den zu produzierenden Mustern (z.B. Bindungslehre)

Es wurde festgestellt, dass Musterdesigns wahrscheinlich erkennen lassen, vor welchem Hintergrund sie entstanden sind.

Überschneidungen mit anderen Sparten können nach Bericht einer Befragten auch zu Problemen führen, nämlich dann, wenn Designer anderer Sparten Jobs aus dem Surface Pattern Bereich annehmen, ohne fundiertere Kenntnisse darüber zu haben.

Eine feine Unterscheidung zwischen den unterschiedlichen Begriffen für Designer, die Muster entwerfen, war dem Großteil der Befragten nicht wichtig bzw. hatten sich die Befragten noch keine Gedanken dazu gemacht.

#### **5.1.4 Berufsbezeichnung**

Keiner der Befragten, die im Zuge ihrer beruflichen Tätigkeit auch Muster entwarfen, bezeichnete sich als Surface Pattern Designer. Die meisten von ihnen konnten ihre Berufsbezeichnung nicht spontan nennen. Gestalter, die im Zuge ihrer beruflichen Aktivitäten vorwiegend Muster für eine Umsetzung auf Stoff entwarfen, bezeichneten sich geschlossen als Textildesigner, auch wenn sie zusätzlich Muster für andere Materialien gestalteten. Ansonsten wurde die Tätigkeit des Musterentwerfens als Musterzeichnen, Textildesign oder Stoffdesign bezeichnet. Die Begriffe Musterzeichner und Dessinateur wurden der Vergangenheit zugeordnet und in Bezug zu Technik, Wirken, Stricken und Weben gesetzt. Vielen der Befragten war eine genaue Bezeichnung ihrer Tätigkeit nicht wichtig.

## **5.2 Die Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene in Österreich**

### **5.2.1 Definition der Surface Pattern Design Szene**

Aus den Antworten zum Thema Wahrnehmung der heimischen Surface Pattern Design Szene konnte keine nähere Definition einer Szene abgeleitet werden. Unter den Nennungen befanden sich Textilbetriebe, Muster-

design Studios, Textildesigner, eine Textil-/Siebdruckwerkstätte, ein Fliesenhersteller, ein Emails Schmuckproduzent, eine Ausbildungsstätte, ein Verein, Fashiondesigner und Künstler, aber auch verschiedene Branchen wie Grafik und Mediendesign, Kunst, Illustration, Architektur, Mode, 3D und Textil.

### **5.2.2 Sichtbarkeit der Szene**

Die Surface Pattern Design Szene war den befragten Akteuren aus dem Surface Pattern Design Umfeld entweder nicht bekannt oder sie wurde als sehr klein wahrgenommen. Keiner der Befragten gab an, die Szene sehr gut zu kennen. Als Gründe für eine Nicht-Sichtbarkeit bzw. ein Nicht-Vorhandensein der Surface Pattern Szene wurden der Mangel an Angebot (an Firmen) und Nachfrage (nach Musterdesigns) genannt. Es wurde wahrgenommen, dass es heute – im Gegensatz zu früher – mehr weibliche Designer gibt, die Muster zeichnen. Die drei häufigsten Namensnennungen waren *Affabre*, *Backhausen* und *Getzner*.

Die Vergangenheit dürfte eine Rolle in der Wahrnehmung der Gegenwart spielen, da einige der Befragten historische Gegebenheiten in ihre Beobachtungen heutiger Verhältnisse miteinfließen ließen.

### **5.2.3 Die Vernetzung der Szene**

Die Surface Pattern Design Szene wurde von den Befragten als nicht gut vernetzt wahrgenommen. Die Mehrzahl der Akteure aus dem Surface Pattern Design Bereich kennt persönlich keine weiteren Surface Pattern Designer.

## **5.3 Die Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene im Ausland**

### **5.3.1 Definition der Surface Pattern Design Szene**

Bei der Wahrnehmung der Surface Pattern Design Szene im Ausland haben sich die Antworten – im Gegensatz zu den Antworten zur heimischen Szene – ausschließlich auf Surface Pattern Design (wie es im Kapitel 2.1.1 definiert wurde) und Textildesign konzentriert. Ein möglicher Grund liegt in der Auswahl der zugeordneten Textstellen. Sie stammen ausschließlich von Personen, welche die Surface Pattern Design Branche kennen oder sich damit beschäftigt haben.

Es wurden hier Aspekte genannt, die bei der Abfrage der heimischen Szene als nicht vorhanden oder als sehr klein wahrgenommen bzw. gar

nicht erwähnt wurden: Ausbildung, Messen, Produzenten/Industrie, Handel, Kreativwirtschaft, Museen/Institutionen, Internet, Persönlichkeit/Stil.

### **5.3.2 Sichtbarkeit der Szene**

Eine starke Präsenz im Surface Pattern Design wurde England, Italien, Frankreich und Japan zugeordnet. Im Strickbereich wurden auch die Niederlande und Belgien genannt. Deutschland wurde öfters als stärker präsent im Vergleich zu Österreich erwähnt. Akteuren aus den USA wurde eine größere Offenheit gegenüber dem Internet und dem Austausch auf sozialen Medien zugeschrieben als in Österreich.

Ausbildungsstätten für den Surface Pattern Design Bereich wurden in Großbritannien, Deutschland, Italien und der Schweiz verortet. Es wurde auch eine Online-Ausbildungsplattform aus England erwähnt.

Die bekanntesten Messen für Surface Pattern Design wurden den Ländern Italien, Deutschland und Frankreich zugeordnet. Im Rahmen dieses Themas wurde auch eine Graduate Show in Großbritannien genannt.

Ländern mit Präsenz im Surface Pattern Design wurde auch eine gute Anbindung an Produzenten/die Industrie und die Existenz von Läden und Märkten zugeschrieben.

Der Kreativwirtschaft wurde in England ein wichtigerer Stellenwert als bei uns zugeordnet bzw. wurde erwähnt, dass in den USA Surface Pattern Design in der Kreativwirtschaft besser vertreten sei.

Es wurde beobachtet, dass sich in der Schweiz viele Museen und Institutionen mit dem Thema Surface Pattern Design auseinandersetzen.

Ausländischen Designern wurde mehr Selbstbewusstsein, Eloquenz, Innovation, Kommunikation, Mut und ein modischerer, coolerer Stil zugeschrieben als den österreichischen Kollegen.

## **5.4 Die Ausbildung für Surface Pattern Design**

### **5.4.1 Ausbildungsstätten**

Im Zusammenhang mit Surface Pattern Design wurden folgende Ausbildungsstätten genannt. Die Liste spiegelt die Wahrnehmung der Befragten wieder und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

#### **► HTL Spengergasse**

Wird als Schule genannt, die eine Ausbildung im Bereich Surface Pattern Design anbietet.

► *Die Angewandte. Universität für Angewandte Kunst Wien.*

Die Befragten gaben an, dass die Ausbildung im Bereich Musterzeichnen schon vor Jahren eingestellt worden ist. Mittlerweile gäbe es im Studienangebot nur noch die Bereiche *Mode/Design* und *tex: Textil - freie und kontextuelle künstlerische Praxis und Materialkultur* (Textiles Gestalten)/Lehramt, in denen Bereiche von Surface Pattern Design angeboten werden.

► *Kunstuniversität Linz. Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz.*

In der Ausbildung *textil·kunst·design* wird Surface Pattern Design als Teilbereich verortet, aber insgesamt würde die künstlerische, experimentelle, innovative Komponente überwiegen.

► *TU Wien. Technische Universität Wien.*

Auf der *TU Wien* gibt es das *Center for Geometry and Computational Design*.

Den folgenden Modeschulen wurde eine Beschäftigung mit dem Thema Surface Pattern Design oder Textildesign zugeschrieben.

► *Die Herbststraße. Die Mode- und Kunstschule Wien*

► *Modeschule der Stadt Wien Schloss Hetzendorf*

► *HLMW9 Michelbeuern*

► *Mode und Elementarpädagogik Wiener Neustadt*

In den nachstehenden Ausbildungsstätten hat es laut Interviews früher eine Surface Pattern Design Ausbildung gegeben.

► *HTBLV Dornbirn*

► *HTBLuVA Salzburg*

► *Ortweinschule. Bautechnik\_Kunst & Design.*

► *Technische Fachschule Haslach*

► *Make it in Design*

*Make it in Design* ist eine ausländische Online Learning Plattform für Surface Pattern Design und wurde als Ausbildungsoption erwähnt.

► *Betrieb*

Auch der *Betrieb* wurde als mögliche Ausbildungsstätte genannt.

### **5.4.2 Kritik**

Die Qualität der Surface Pattern Design Ausbildung in Österreich wird eher negativ gesehen.

Unterrichtende an der HTL Spengergasse gaben an, dass die Ausbildungsinhalte in den letzten Jahren umfangreicher geworden, die zur Verfügung stehende Unterrichtszeit allerdings gleichgeblieben sei. Zu bestehenden Inhalten wie beispielsweise dem Naturstudium seien in den letzten Jahren neue Themen (wie Grafikprogramme oder digitale Druckvorbereitung) und eine gänzlich neue Designdisziplin (Interior Design) hinzugekommen. Diese Umstände würden eine vertiefende, qualitative Auseinandersetzung mit den Unterrichtsinhalten verhindern.

Absolventen des Kollegs an der HTL Spengergasse kritisierten den schulisch gestalteten Unterricht, das Können und die Leistung einzelner Lehrpersonen und vermissten die Möglichkeit eines flexiblen Werkstättenzugangs, den Kontakt zur Industrie, das Vermitteln von Perspektiven und Visionen und das Miteinbeziehen gesellschaftsrelevanter Themen im Unterricht.

Es wurde beobachtet, dass sich die Qualität der Musterdesigns durch den Einsatz von Computern verändert hat. Die Mustererstellung sei für weniger erfahrene Designer leichter geworden, diese hätten allerdings oftmals wenig Kompetenz im Versatz von Motiven und würden mangelhaft rapportierte Muster liefern.

### **5.4.3 Vorschläge für eine bessere Surface Pattern Design Ausbildung**

Für eine Verbesserung der Ausbildung im Bereich Surface Pattern Design wurden folgende Vorschläge genannt:

- ▶ Erarbeitung und Angebot eines fundierten, umfangreichen Lehrplans
- ▶ Freieres, fächerübergreifendes Gestalten
- ▶ Mehr Praxisbezug und flexibler Werkstättenzugang
- ▶ Vermehrte Kontakte zur Industrie / zu Unternehmen und ehemaligen Absolventen
- ▶ Vermittlung von Perspektiven, Visionen und Begeisterung im Unterricht
- ▶ Etablierung einer Surface Pattern Design Ausbildung im tertiären Bereich

## **5.5 Beruflicher Einstieg in die Surface Pattern Design Branche**

### **5.5.1 Background und Motivation**

Der Background und Motivation für einen Einstieg in die Musterdesignbranche waren unter den Befragten sehr unterschiedlich. Ein gemeinsamer Nenner für den Einstieg in die Welt der Muster kann in der Kreativität und der Liebe zum Zeichnen und Malen gesehen werden.

### **5.5.2 Herausforderungen und Hürden**

Die Befragten gaben an, beim Einstieg in die Selbstständigkeit nur mühsam an bestimmte Informationen herangekommen zu sein. Ein Grund dafür könnte darin liegen, dass das Berufsbild Surface Pattern Design in Österreich weitgehend unbekannt ist.

Als weitere große Hürde auf dem Weg in die Selbstständigkeit wurde das Fehlen von betriebswirtschaftlichem Wissen gesehen. Im Finanzbereich waren Investitionsentscheidungen und ihre Konsequenzen, Gewinn, Risiko und der hohe Kostenaufwand für Brancheneinsteiger Themen, mit denen sich die Befragten beschäftigt haben. Ohne größere Geldmittel sei es am Anfang schwer, den Betrieb am Laufen zu halten, da die Einnahmen durch den Verkauf von Entwürfen noch nicht so groß seien und man sich seinen Kundenstock erst allmählich aufbauen müsse. Ein Brancheneinstieg ohne Partner wurde als problematisch gesehen, weil die finanziellen Kosten und der Aufwand für eine Person zu hoch wären.

Eine große Hürde, vor allem für Designer, die nachhaltig arbeiten wollen, sei auch das Fehlen von geeigneten Produzenten und Lieferanten.

Ansonsten kam noch das Thema Kooperation zur Sprache. Der Erwerb von diversen Produkten wie größere Metragen an Textilien oder speziellen Pigmenten zu einem wirtschaftlichen Preis sei ohne Kooperationspartner schwierig.

### **5.5.3 Die Rolle der Wirtschaftskammer Österreich**

Für diese Dimension wurden Antworten von Interviewpartnern ausgewertet, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit Muster entwerfen. Auf die Frage nach der Art der Gewerbescheine kamen unterschiedliche Antworten. Die Befragten hatten keine einheitlich lautenden Gewerbescheine. Manche gaben auch an, als Künstler zu arbeiten. Die Mitglieder der Wirtschaftskammer Österreich unter den Befragten sahen sich von ihr nicht ausreichend vertreten und informiert.

## **5.6 Die Kunden von Surface Pattern Designern**

### **5.6.1 Branchen und Produkte**

Die Anwendung für Surface Pattern Design wurde überall dort verortet, wo es Oberflächen gibt, Musterdesigns seien universell verwendbar.

Die Befragten Surface Pattern Designer haben bisher für folgende Bereiche Muster entworfen:

#### **Branchen**

- Activewear
- Beleuchtung
- Fairtrade
- Kreativ
- Kunst
- Luxus
- Mode
- Papier
- Schmuck
- Textil
- Trachten

#### **Andere Designsparten**

- Architektur
- Interior Design
- Industriedesign
- Produktdesign

#### **Produkte**

- Bettwäsche
- Estrich, Beton
- Geschenkpapier
- Handtaschen
- Kacheln, Fliesen
- Luftmatratzen
- Möbelstoffe
- Plastiktischecken
- Seidentücher
- Spanplatten für Küchen

- Tapeten

#### **Business-to-Consumer-Produkte**

- Meterware
- Ready Mades (Produkte aus selbstproduziertem Stoff)
- Workshops

### **5.6.2 Entwicklungen in der Zusammenarbeit in den letzten Jahren**

Die Zusammenarbeit mit den Kunden hat sich laut Interviews im Laufe der letzten Jahre verändert. Früher habe man Designs inspirativ eingekauft, heute kaufe man nur mehr Designs, die 100% passen würden und auch sicher Verwendung fänden. Kunden würden heute auch mehr Spezialisierung auf Seiten der Designer erwarten (beispielsweise einen einzigartigen Stil oder spezielles Know How in einem Bereich).

Die Musterdesigns sollten strukturiert sein, eine Story haben, schön verarbeitet, sehr gut durchdacht und rapportiert sein, denn in den Firmen der Kunden gäbe es heute oft keine Designer mehr, die die eingekauften Entwürfe weiter bearbeiten könnten. Deshalb sollten die Muster, so wie sie eingekauft wurden, passen.

Seien die Kunden für Surface Pattern Designer aus Österreich oder Italien früher oftmals im eigenen Land oder zumindest in Europa ansässig gewesen, so sei es heute notwendig, beispielsweise nach China, Indien oder in die Türkei zu reisen, um seine Musterdesigns absetzen zu können.

### **5.6.3 Verkaufsstandorte**

Als ihre Kunden nannten die Befragten Kreative, Agenten, Consulter von Produktionsunternehmen oder Brands, welche sie in erster Linie auf Messen treffen würden. Dabei wurden Messen wie die *Heimtextil*, *MoOD* oder *Proposte* genannt. Manche der Befragten Designer erklärten, gleich direkt für ihre Endkonsumenten, die sie auf Maker Messen treffen oder die direkt in ihr Studio kommen, zu produzieren.

### **5.6.4 Kundenstandorte**

Einige der Befragten, vor allem Designer kleinerer Labels, gaben an, vorwiegend heimische Kunden, aber auch Kunden aus dem Ausland zu haben. Die größeren Labels sahen ihre Kunden mehrheitlich im Ausland.

## 5.7 Trends & Entwicklungen

### 5.7.1 Der Einfluss allgemeiner Trends auf Surface Pattern Design

Weitreichende Entwicklungen wie die Digitalisierung, die Veränderung der Produktionsstrukturen und globalen Wertschöpfungsketten, die Europäische Integration bzw. drohende Desintegration, CO<sup>2</sup>-Ausstoß oder Klimawandel nähmen heute Einfluss auf die wirtschaftlichen Aktivitäten in Österreich. Aufgrund der Globalisierung sei die textile Produktion aus Österreich und mittlerweile auch aus Europa in den letzten Jahren ausgelagert worden. Als Chance für heimische Designer wurde in diesem Zusammenhang der Wert von regionalem Design Know How gesehen, etwas, das sich nicht so einfach exportieren und von billigen Arbeitskräften ersetzen lasse. Als weitere Chance im Rahmen der Globalisierung wurde die Mobilität der Studenten genannt, die in ihrer Studienzeit für ihr späteres berufliches Netzwerk nützliche internationale Kontakte knüpfen könnten.

*Urban Manufacturing* und *Crafted* wurden als Schlagworte für einen aktuellen Trend in der Kreativindustrie gesehen. Dabei wurde in einem Interview die Frage gestellt, inwiefern Österreich überhaupt eine ernstzunehmende *Craft-Szene* im Vergleich zu England besitze. Der Craft-Bereich wäre auf jeden Fall ein mögliches Betätigungsfeld für Surface Pattern Designer. Als Gegenpol zu einer Positionierung von Surface Pattern Designern im *Craft* Bereich wurde *Cutting Edge* genannt. Eine Frage, die sich aus Interviewkommentaren zum Thema *Urban Manufacturing* als Trend ergeben hat, ist die Sinnhaftigkeit einer Kürzung bestehender Werkstätten-Ressourcen (Weberei, Strickerei) an der HTL Spengergasse in Bezug auf Textildesign. Ansonsten wurde im Zusammenhang mit *Urban Manufacturing* die Plattform *Handmade at Amazon*<sup>663</sup> als Chance für neue globale Absatz-Möglichkeiten von handgemachten Produkten genannt.

DIY sei ebenfalls ein allgemeiner Trend mit Einfluss auf den Surface Pattern Bereich. In Bezug darauf wurde es von seiner befragten Designerin als negativ empfunden, auf DIY Märkten in professionellem Rahmen hergestellte Produkte neben denen von Hobby-Handwerkern präsentieren zu müssen. Teilweise würden die Konsumenten keinen Qualitätsunterschied zwischen den Produkten wahrnehmen.

---

663 *Handmade at Amazon*; <https://services.amazon.com/handmade/handmade.html>, 28.7.2017.

Als weitere Trends wurden Personal Design und die Produktion On Demand aufgezählt. In Kombination mit neuen Technologien wie dem Digitaldrucker oder 3D Printer würden dadurch Chancen für kleinere Studios entstehen. Durch die mögliche Herstellung kleiner Stückzahlen und leistbarer Individualisierungen für jedes Stück könnten sie flexibler und schneller agieren als große Unternehmen.

### **5.7.2 Beobachtete Trends im Surface Pattern Design**

Als größte Veränderung im Surface Pattern Bereich wurde der Einsatz von Computern genannt. Auf der einen Seite habe er den Designprozess vereinfacht, verkürzt und vergünstigt. Auf der anderen Seite hätten nun auch Personen ohne Musterdesignkompetenz einen einfachen Zugang zur Erstellung von Mustern, beispielsweise mit *Adobe Illustrator*. Der Qualitätsunterschied in den Designs zeige sich in der Rapportierung der Motive. Viele Leute würden heute jedoch eine schlechte Rapportierung gar nicht mehr erkennen. Die Anwendung von Computern bringe eine gewisse Normierung der Designs mit sich und lasse den Charme des Handgemachten vermissen. Durch den Einsatz von Computern hätte sich auch die Sprache der Muster verändert und es sei eine neue Gattung der generativen Muster entstanden.

Eine zweite große Veränderung bringe der Digitaldruck mit sich. Da man keine Rücksicht mehr auf Rapporte oder Farbbeschränkungen nehmen müsse und auch kleine Metragen realisieren könne, eröffne er neue Chancen. Das komme auch kleinen Labels zugute. Mittlerweile sei auch die Qualität dieser Drucker schon sehr gut. Es gäbe nur noch ein paar Probleme, die sicherlich bald aus der Welt geschafft seien, meinte einer der Befragten. Die Bedürfnisse der Fast Fashion, die kleine Mengen, rasche Lieferzeiten und eine hohe Flexibilität verlange, könne mit Digitaldruckern erfüllt werden. 3D Drucker wurden ebenfalls im Zusammenhang mit Surface Pattern Design und Entwicklungen genannt. Allerdings kamen keine Beispiele für sinnvolle, alltagstaugliche Anwendungen.

Laut Interviews würde der Entwurf von Mustern durch den Einsatz von Computern und der Abkoppelung vom Textilien vermehrt von Designern anderer Sparten wie beispielsweise der Grafik übernommen. Das führe zu Qualitätsveränderungen im Musterdesign. In der Regel zeige sich dies durch eine veränderte Sprache und einer in vielen Fällen mangelhaften Rapportierung.

Es wurde erwähnt, dass das Ornament nun wieder Einzug in die Architektur, in Form von Kunst am Bau finde. Seit der Moderne in der Architektur sei der Einsatz von Ornamenten eher verpönt gewesen und es wurde vermutet, dass seitdem den Architekten der Mut zur Gestaltung in diesem Bereich abhanden gekommen sei.

### **5.7.3 Der Umgang mit Trends**

Die Befragten sahen Trends durchaus positiv. Sie seien ein Motivator dafür, Design immer wieder neu zu betrachten und würden Chancen und Möglichkeiten für Innovationen bergen. Allerdings müsse man diese auch nutzen. Ideen alleine würden nicht reichen. Zudem käme die Frage der Positionierung inmitten der Trends. Auf der einen Seite gäbe es die Möglichkeit, sich auf Nischen zu konzentrieren, auf der anderen Seite wäre es auch eine erwägenswerte Strategie, stets so viele neue Trends wie möglich im Blickfeld zu haben, was sich allerdings nachteilig auf die Zielstrebigkeit und Fokussierung auswirken könne.

Die Orientierung an Fashion, Interior und Life Style Trends wurde von den Befragten unterschiedlich gesehen. Mitarbeiter größerer Firmen gaben an, die Vorgaben professioneller Trendbüros in ihren Entwürfen zu beachten, während Designer kleinerer Labels, deren Unternehmen stark mit ihrer eigenen Person verknüpft ist, aussagten, dass sie sich lieber an ihrem eigenen Stil orientieren würden. Für alle Befragten seien jedoch zusätzlich die Feedbacks der Kunden und die allgemeinen Trends (Kino, Straßenbild etc.) wichtig und würden Einfluss auf ihre Designs nehmen.

### **5.7.4 Der Umgang mit Archiven und altem Handwerkswissen**

Auf der einen Seite wurde der Umgang mit bestehenden Musterarchiven heimischer Unternehmen von Außenstehenden kritisiert, weil die Archive nicht optimal genutzt würden. Im speziellen wurde die Firma *Backhausen* genannt. Auf der anderen Seite gaben Mitarbeiter von Unternehmen an, dass sie laufend auf ihre Archive zugreifen würden.

Weitere Kommentare zu bestehendem, alten Wissen kamen zu handwerklichem Know How. Dies gerate in Vergessenheit, meinten die einen, während andere angaben, es auf Online-Kanälen wie *Youtube* in Form von E-Learning-Tutorials wieder zu entdecken.

Befragt zum Modell der *Wiener Werkstätte* wurden folgende Erfolgsfaktoren genannt:

- ▶ Interdisziplinäres Arbeiten (Architekten, Künstler, Handwerker etc.)
- ▶ Zusammenspiel von kostbaren Materialien, bestechenden Entwürfen und brillanten Handwerkern
- ▶ Stellenwert des Kunstgewerbes anfang des 20. Jahrhunderts
- ▶ Wohlhabende Käuferschicht, die sich teure Handwerksprodukte leisten konnte
- ▶ International anerkannte Designszene in Wien
- ▶ Passende soziale und ökonomische Rahmenbedingungen
- ▶ Fundierte Ausbildung

Keiner der oben genannten Erfolgsfaktoren wiederhole sich heute in vergleichbarem Ausmaß.

## **5.8 Der Standort Österreich/Wien für Surface Pattern Design**

### **5.8.1 Die Tradition als Wettbewerbsvorteil**

Tradition wurde in Bezug auf den Standort Österreich/Wien öfters als Wettbewerbsvorteil anderen Ländern gegenüber genannt. Im Speziellen: Ornamente an den Fassaden, Handwerkskunst, Musik, Malerei und das kulturelle Erbe der österreichischen Doppelmonarchie.

### **5.8.2 Made in Austria/Vienna**

Während die Befragten dem fiktiven Label *Surface Pattern Designs made in Austria/Vienna* keine bestimmte Qualität zugeordnet haben, gaben sie an, dies bei Firmen sehr wohl zu können.

### **5.8.3 Wahrgenommene Wettbewerbsvorteile Österreichs/Wiens**

Als Chance zur Abgrenzung zu Billiglohnländern im Surface Pattern Bereich sah man die Produktion hochqualitativer und nachhaltiger Produkte. Allgemeine Wettbewerbsvorteile Österreichs gebe es beispielsweise im Reichtum, der Sprachkompetenz, einem hohen Bildungsniveau, in funktionierenden Unternehmen und der Forschung in der Biotechnik.

## 5.9 Förderungen

### 5.9.1 Wirtschaftspolitische Überlegungen

Als einer der primären Ansätze in der österreichischen Förderpolitik wurde die Verknüpfung mit Bestehendem genannt. Es würden vorwiegend Projekte gefördert werden, die auf einer bereits existierenden Basis aufbauen. Unterstützungen würden vor allem Akteuren zugute kommen, die helfen, Systeme zu etablieren, die langfristig auch ohne weitere Fördergelder auskämen. Weitere Ansätze seien die Setzung von Anreizen für eine bessere Entwicklung von Branchen, schnellere Umsetzung von Technologien und die Etablierung von Plattformen, die Leute zusammenbringen würden. Alles in allem sei es ein Anliegen, dazu beizutragen, dass es Dinge, die es nicht gebe, irgendwann einmal gebe. Einer der aktuellen Förderschwerpunkte in der Kreativbranche sei die urbane Produktion, ein zentrales Thema für Europa und die Städte in Europa.

Es kam auch Kritik zur österreichischen Förderpolitik. Den Entscheidungsträgern wurde zu wenig Mut zugeschrieben, auch größere Beträge auf ein einzelnes Projekt zu setzen. In vielen Fällen würden vorwiegend Projekte aus der Kreativwirtschaft gefördert, die vor der Öffentlichkeit leicht vertretbar seien. Designkultur lasse sich aber nicht oder nur bis zu einem gewissen Grad fördern, wenn man alles immer auf Zahlen herunterbrechen müsse. Innovation entstehe nicht durch Masse.

Als einer der möglichen Anlässe für die Förderung von Musterdesign in Österreich wurde die Bewahrung von Fachwissen genannt. Auch wenn die Textilindustrie abgewandert sei, bestehe noch immer Nachfrage nach Musterentwürfen europäischer Designer.

### 5.9.2 In Anspruch genommene oder angefragte Förderungen

*Departure Pioneer, Creative Pioneer, der Künstler-Sozialversicherungsfonds, Shift*, Programme des *AWS* und der *WKO* waren einige der bereits genutzten oder angefragten Förderungen, die von den Befragten aufgezählt wurden. Weiters nannten sie die *Vienna Designweek* als förderlich für ihre Unternehmungen.

Das Feedback zu den genutzten Förderungen war sehr positiv. Auch wenn der Aufwand für die Anträge als hoch bezeichnet wurde, fanden die Befragten die erhaltenen Unterstützungen sehr nützlich. Negative Beurteilungen gab es von Befragten, deren Anträge abgelehnt wurden. Zu wenig Feedback und politisch motivierte Vergabekriterien waren zwei der angegebenen Gründe.

### **5.9.3 Vorschläge für wirtschaftspolitische Maßnahmen zur Förderung des Surface Pattern Designs in Österreich**

Die Befragten nannten folgende förderungswürdige Bereiche im Surface Pattern Design Umfeld:

- ▶ Etablierung einer umfassenden Surface Pattern Design Ausbildung
- ▶ Gründung von gut ausgerüsteten, zeitgemäßen Werkstätten, die in weiterer Folge auch von kompetenten Personen betreut wird
- ▶ Eine Plattform für Vernetzung, Informationsaustausch und Kooperationen
- ▶ Konferenzen zur Vernetzung, zum Austausch, zur Erörterung technischer Fragen, Trends, aber auch für geisteswissenschaftliche Auseinandersetzungen in Bezug auf das Thema Muster
- ▶ Messen und Märkte, um Angebot und Nachfrage zusammenzubringen
- ▶ Förderung der heimischen Industriebetriebe

Zum Thema Förderung des Surface Pattern Designs gab es jedoch auch kritische Stimmen. So wurde Vernetzung und Austausch von einigen Befragten als eher negativ gesehen, da solche Plattformen Möglichkeiten bieten würden, Ideen von anderen Kreativen zu stehlen oder deren Entwürfe zu kopieren. Einige der Befragten sahen grundsätzlich keine Aussicht auf Erfolg von Fördermaßnahmen, weil es in Österreich ohnehin keinen Markt gebe. Förderungen im Bildungsbereich wurden von einem Befragten ebenfalls als sinnlos bewertet, weil es sowieso keine Interessenten gebe. Eine weitere Aussage war, dass sich Kreativität nicht durch monetäre Maßnahmen erhöhen ließe.

## 6. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Ergebnisse der Interviewauswertungen legen folgende Schlüsse nahe:

### **1. Der Begriff Surface Pattern Design spielt in der österreichischen Kreativlandschaft derzeit keine wesentliche Rolle.**

- ▶ Der Begriff Surface Pattern Design ist Institutionen der österreichischen Kreativwirtschaft weitgehend unbekannt.
- ▶ Surface Pattern Design wird derzeit von einer Mehrheit der Akteure in der Kreativbranche nicht als eigene Berufssparte wahrgenommen.
- ▶ Der Begriff Surface Pattern Designer wird von Kreativen, die im Rahmen ihrer Tätigkeit Muster entwerfen, im Großen und Ganzen nicht zur Bezeichnung ihrer Tätigkeit genutzt.
- ▶ Gestalter, die Muster entwerfen legen kaum Wert auf eine genaue Berufsbezeichnung.

### **2. In Bezug auf den Begriff Surface Pattern Design gibt es Abgrenzungs- und daraus resultierende Definitionsproblematiken.**

- ▶ Surface Pattern Design verfügt über zahlreiche Überschneidungen mit anderen Sparten der Kreativbranche: Textildesign, Grafik Design, Illustration, Architektur, Mode, Produkt- und Industriedesign, Kunst, Handwerk etc.
- ▶ Designer oben genannter Sparten entwerfen im Rahmen ihrer Tätigkeit bisweilen ebenfalls Muster.
- ▶ Der Begriff Surface Pattern Design wird in vielen Fällen synonym mit Textildesign verwendet, selbst wenn nicht nur für Textilien entworfen wird.

- Im Allgemeinen wird der Begriff nur im Kontext der Aktivitäten der jeweiligen Akteure definiert.
- Im deutschen Sprachraum existieren unterschiedliche Bezeichnungen für Designer, die Muster gestalten.

### **3. Surface Design und Pattern Design sind zwei unterschiedliche Designsparten.**

Basierend auf den im Kapitel 2.1.1 aufgelisteten Begriffsdefinitionen und Interviewaussagen wird an dieser Stelle ein eigenständiger Definitionsvorschlag angeboten. Im Zuge dessen soll der Begriff Surface Pattern Design getrennt werden. Momentan wird er unterschiedlich verwendet, was zu Verwirrungen führen kann. Während er beispielsweise im Interiorbereich vorwiegend für die Gestaltung von Oberflächen (Surfaces) herangezogen wird, liegt die Definition im Textilbereich eher in der Gestaltung von Mustern (Patterns). Im Verlauf der Studie kam die Autorin zum Schluss, dass Pattern Design als eigenständige Designdisziplin zu sehen und nicht mit Surface Design, also dem Platzieren von Bildern, dem Kolorieren oder Texturieren, gleichzusetzen oder letzterem unterzuordnen ist.

- **Surface Design: Die Gestaltung von Oberflächen**  
Hier geht es vor allem um Farbgebung, Textur und Struktur, Materialien, Platzieren von Bildern (im Ganzen oder als „Seamless Pattern“) auf Oberflächen
- **Pattern Design: Die Gestaltung von Mustern**  
Dabei geht es um die Erstellung von Motiven, die in einer bestimmten Art und Weise wiederholt werden. Diese Wiederholung wird nicht nur durch die Anordnung der Motive, sondern auch durch die Kolorierung, die Farbgebung, beeinflusst.

Die Rapportierung (Wiederholung) von Bildern mit Motiven aus der Natur, die eine Textur zum Ergebnis haben wie beispielsweise Steine oder Sand fällt für die Autorin in die Kategorie Surface Design und nicht Pattern Design.

#### **4. Die deutschen Begriffe Oberflächendesign und Musterdesign sind derzeit in Österreich einfacher verständlich als die englischen Varianten.**

Für die Mehrheit der deutschsprachigen Personen ist die Aussprache des englischen Wortes Surface mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Herausforderung. Auch das akkustische Verständnis dieses Begriffs läuft im heimischen Sprachraum mutmaßlich nicht ohne Hürden ab. Zu ähnlich sind beispielsweise die Begriffe Surface Design und Service Design. Aus diesem Grunde plädiert die Autorin vorerst für die Verwendung der deutschen Versionen für den Gebrauch im Inland, bis die beiden Designdisziplinen in Österreich mehr Bekanntheit erreicht haben.

- ▶ Surface Design > Oberflächendesign
- ▶ Pattern Design > Musterdesign

Die Übersetzung des Begriffs Surface Pattern Design (Oberflächen-/Musterdesign) macht im Deutschen keinen Sinn. Hier werden die beiden Designsparten, Oberflächendesign und Musterdesign, ohnehin im Großen und Ganzen als eigene Designbereiche wahrgenommen.

#### **5. Das Wesen des Surface Pattern Designs lässt sich auf drei Kernbereiche reduzieren.**

- ▶ Die Gestaltung von Oberflächen, die auch eine räumliche Dimension bekommen können
- ▶ Die Wiederholung von Motiven oder Motivgruppen
- ▶ Die Beachtung des Materials, auf dem das Muster produziert werden soll, und der Produktionsmethoden im Entwurf

Besondere Kenntnisse in den genannten Bereichen grenzen einen Surface Pattern Designer unter anderem von Designern anderer Branchen in Bezug auf die Gestaltung von Mustern ab.

- ▶ Ausgiebige Erfahrung im Umgang mit der Gestaltung von Oberflächen
- ▶ Beherrschung des Rapportierens von Motiven
- ▶ Spezielles Wissen über Materialien und Fertigungstechniken im Zusammenhang mit den zu produzierenden Mustern

## **6. Derzeit gibt es in Österreich keine Ausbildungsstätte, die eine fundierte, umfassende Ausbildung im Surface Pattern Bereich anbietet.**

Die einzige Möglichkeit in Österreich up-to-date zu bleiben, sind verschiedene Online-Learning-Plattformen. Für die Autorin stellt sich die Frage, ob es überhaupt international eine Ausbildungsstätte gibt, in der Surface Pattern Design zeitgemäß, fundiert und umfassend unterrichtet und nicht lediglich in Kombination mit Textildesign oder Interior Design gelehrt wird.

## **7. Es lassen sich Inhalte für eine umfassende Surface Pattern Design Ausbildung identifizieren.**

Im Folgenden finden sich erste Ideen der Autorin für ein Ausbildungskonzept, basierend auf den Ergebnissen der empirischen Untersuchung.

### ■ Allgemeine Faktoren

- Ausgereifter Lehrplan
- Vermittlung von Perspektiven und Visionen
- Interdisziplinarität
- Hoch qualifiziertes und motiviertes Lehrpersonal
- Vermittlung von Begeisterung im Unterricht
- Flexibler Werkstättenzugang
- Praxisbezug
- Kontakte zur Industrie / zu Unternehmen und ehemaligen Absolventen

### ■ Lehrinhalte

- Einfache Designregeln
- Ästhetik
- Stil
- Motive
- Trends
- Ideenfindung
- Skizzen (Erstellung von Skizzenbüchern etc.)
- Umsetzung (Motiventwicklung: Abstraktion, Stilisierung etc.)
- Rapporttechniken, analog und digital
- Kolorierung
- Druckvorbereitung
- Darstellungsmethoden (Mapping etc.)

- Portfolio und Präsentation
- Mal- und Zeichentechniken, analog und digital
- Naturstudien
- Programmkenntnisse (*Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Processing*, diverse Apps für Tablets)
- Betriebswirtschaft, Basiskenntnisse
- Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Phänomenen

Nach Ansicht der Autorin sollte die Ausbildung weniger einer Massenabfertigung gleichen als vielmehr einen Raum bieten für innovative, motivierte, begeisterte, querdenkende, verantwortungsvolle, offene und selbstbewusste Schüler und Studenten.

Eine fundierte Ausbildung könnte die Grundlage für die Entwicklung einer Surface Pattern Design Szene in Österreich sein und heimische Designer hervorbringen, welche die derzeitigen Chancen und Innovationsmöglichkeiten der Branche zu nutzen wissen und auch eine Basis für Kontakte zu Kunden ins Ausland legen können. Diese Entwicklung würde wiederum die in der Folge genannten Branchen-Einstiegshürden nachfolgender Absolventen abbauen.

### **8. Die derzeitigen Einstiegshürden in die Surface Pattern Design Branche sind zu hoch, um eine sichtbare Szene aufzubauen zu können.**

Folgende Umstände erschweren einen Einstieg in die Branche.

- ▶ Der Begriff Surface Pattern Design ist der Wirtschaftskammer Österreich und Institutionen der heimischen Kreativwirtschaft weitgehend unbekannt.
- ▶ Es gibt nahezu keine fachspezifische Unterstützung der Wirtschaftskammer bei der Gründung in Bezug auf Surface Pattern Design.
- ▶ Es stehen keine nennenswerten Plattformen für Informationsaustausch zur Verfügung.
- ▶ Man findet lediglich beschränkt Kollegen für einen beruflichen Zusammenschluss.

- ▶ Potenziellen Gründern fehlt in vielen Fällen betriebswirtschaftliches Know How.
- ▶ Für Schüler und Studenten gibt es nur wenige Praxisplätze, um Erfahrungen und Kontakte zu sammeln.
- ▶ Es fehlen derzeit sowohl ein nennenswerter Arbeitsmarkt für Jobs als auch ein Absatzmarkt für die Designs in Österreich.
- ▶ Eine Teilnahme an Messen ist für Einsteiger in der Regel sehr teuer.
- ▶ Es lassen sich nur schwer Einkaufs-Kooperationen organisieren, was zur Folge hat, dass benötigte Materialien gar nicht oder nur sehr teuer erhältlich sind.

### **9. Potenzielle Kunden für Surface Pattern Designer gibt es sowohl im In- als auch im Ausland.**

Der Bedarf an Mustern ist in vielen Fällen örtlich an die Headquarters großer Labels, Produktionsstätten oder Messen gebunden. Die Mehrheit der genannten potenziellen Kunden oder Veranstaltungen befindet sich im Ausland. Nichtsdestotrotz gibt es zweifelsohne auch in Österreich Absatzmöglichkeiten für Muster. Es kann sich allerdings als aufwendig gestalten, diese zu ausfindig zu machen.

### **10. Aktuelle Trends und Entwicklungen bergen Risiken, aber auch Chancen.**

- ▶ Durch Trends und Entwicklungen wie beispielsweise die Globalisierung hat die Produktion von Textilien in Österreich innerhalb der letzten 30 Jahre massiv abgenommen. Damit einhergehend ist auch der Bedarf an Musterdesigns und Musterdesignern, der sehr eng an die Textilindustrie gebunden war, im Land stark gesunken. Dieser Umstand und andere Faktoren haben eine Kette von Entscheidungen wie die Streichung von Ausbildungen nach sich gezogen, was dazu geführt hat, dass Surface Pattern Design in Österreich kaum mehr ein Thema ist.

- Auf der anderen Seite gibt es aber auch Trends und Entwicklungen im Technologiebereich wie beispielsweise Digitaldrucker, 3D Drucker, Internet oder Computerprogramme, die zahlreiche neue Chancen und Möglichkeiten bieten, im Surface Pattern Bereich erfolgreich tätig zu sein. Schließlich sind Musterdesigns grundsätzlich universell anwendbar und überall dort einsetzbar, wo es Oberflächen gibt. Wenn man es schafft, Surface Pattern Design gedanklich von Textildesign zu trennen, ergeben sich dadurch nahezu unendlich viele Anwendungsgebiete.
- Das Dilemma der heutigen Zeit, inmitten der vielen Chancen und Möglichkeiten, ist es, sich einerseits spezialisieren zu müssen um einen Expertenstatus auf einem Gebiet zu erlangen, andererseits aber auch laufend up-to-date und offen bleiben zu müssen für neue Trends, Entwicklungen, Kunden und Anwendungsgebiete.

Basierend auf den Interviewergebnissen sind in der Folge einige der Trends aufgezählt und deren Chancen und Risiken herausgearbeitet worden.

Trends	Risiken	Chancen
Globalisierung	Abwanderung der Produktion	Konzentration auf regionalen Designstil Globale Ausweitung des Absatzmarktes
Urban Manufacturing Craft		Kunden vor Ort: Neue Absatzmöglichkeiten Neue Anwendungsbereiche Lieferanten vor Ort: Kooperationen Labelling (z.B. Handmade in Vienna) Nachhaltige, regionale Produktion Herstellung kleiner Serien
DIY	Konkurrenz Kunden gewöhnen sich an „mittelmäßige“ Qualität	Mehr Maker Märkte Austausch mit Maker Szene Handmade als Stil Mehr Online-Absatzplattformen für Handmade Products
Personal Design On Demand	Teilweise keine Qualitätskontrolle	Muster als Individualisierung Kein Produktions- und Absatzrisiko
Fast Fashion		Höherer Bedarf an neuen Musterdesigns
Computer	Mehr Konkurrenz Qualitätskriterien verschwimmen	Einfach, schnelle, günstige Erstellung von Mustern möglich

		<p>Online Tutorials zur Weiterbildung: Flexibel, günstig, ortsunabhängig</p> <p>Trendresearch online</p> <p>Eigene Vermarktung: Eigene Website Eigenes Online Portfolio Präsentation auf Social Media Kanälen Kundenrecherche- und kontakt online</p> <p>Informationsaustausch: Internationale Vernetzung mit Kollegen</p>
Digitaldrucker	Farbmangement noch nicht ganz ausgereift Qualitätsmängel in der Produktion	<p>Freie Gestaltung: Keine Rapportbeschränkungen Kaum Motivbeschränkungen Kaum Farbbeschränkungen Günstige Produktion kleiner Mengen</p>
3D Printer	Produktion von Einzelstücken	<p>Produktion on demand Personal Design Neue Anwendungsbereiche Günstige Herstellung von Prototypen</p>
Lasercutter		<p>Kostengünstige Bemusterung verschiedener Materialien</p>
Ornament in der Architektur	Architekten entwerfen Muster	<p>Spezialisierung in Ornamentik Kooperationen Neuer Absatzmarkt</p>
Altes Handwerkswissen		<p>Produktion individueller, hochwertiger Einzelstücke Weitergabe des Wissens in Form von Workshops Kooperationen</p>
Archive		<p>Verwendung der alten Muster Kombination der alten Muster mit Neuem</p>
Fashion, Interior Lifestyle Trends	In der Masse untergehen	<p>Trendführerschaft Entwicklung eines markanten Signature Styles</p>

Abb. 7: Chancen und Möglichkeiten für Surface Pattern Designer<sup>664</sup>

664 Eigene Darstellung

## 11. Analog zu Punkt 1 ist in Österreich derzeit keine nennenswerte, sichtbare Surface Pattern Design Szene wahrnehmbar.

- Basierend auf den Ergebnissen der Studie läßt sich davon ausgehen, dass es in Österreich aktuell zu wenige funktionierende, branchenspezifische Faktoren<sup>665</sup> für eine starke, sichtbare Surface Pattern Design Szene gibt.

Branchenspezifischer Einflussfaktor <sup>666</sup>	Bewertung
Musterdesigns von österreichischen Designern am Markt	–
Österreichische Surface Pattern Designer	–
Studios	–
Produzenten	–
Messen	–
Tradition / Kultur	+
Lieferanten	o
Institutionen	
Ausbildungsstätten	-
Fördereinrichtungen	+
Museen, Bibliotheken, Zugang zu Archiven	+

**Legende**

- keine oder minimale Sichtbarkeit
- + sehr gut sichtbar
- o zufriedenstellende Versorgung

Abb. 8: Bewertung branchenspezifischer Einflussfaktoren in Österreich<sup>667</sup>

- Alleine in den Bereichen Tradition/Kultur, Fördereinrichtungen und Museen, Bibliotheken, Zugang zu Archiven hat Österreich in Bezug auf Surface Pattern Design sichtbare Vorteile gegenüber anderen Ländern.
- Derzeit sagt das Label *Made in Austria* im Zusammenhang mit Surface Pattern Designern wenig aus.
- Hohe heimische Sozial- und Umweltstandards zählen zwar nicht zu den branchenspezifischen Vorteilen, sind aber sicherlich Rahmenbedingungen, die für eine nachhaltige, wirtschaftliche Entwicklung förderlich sind.

665 Siehe dazu auch Kapitel 2.

666 Siehe dazu auch Kapitel 2.

667 Eigene Darstellung

## **12. Aufgrund des hohen Innovationspotenzials im Surface Pattern Design und der Bereicherung für andere Sparten lohnt es sich, diesen Bereich zu fördern.**

- ▶ Surface Pattern Design wird aus wirtschaftspolitischer Sicht aktuell nicht als interessantes Fördergebiet erachtet. Es gibt nichts Bestehendes, auf dem man aufbauen kann: Keine nennenswerte Anzahl an Surface Pattern Designern, keine nennenswerte Industrie vor Ort, kein Markt vor Ort, keine Nachfrage vor Ort, kein breiteres öffentliches Interesse, keine fundierte Ausbildung im Land.
- ▶ Trotzdem gibt es Innovationspotenzial in diesem Bereich (Siehe Punkt 10). Eine Nutzung dieses Potenzials wie beispielsweise eine Ausschöpfung der Produktionsmöglichkeiten von 3D oder Laserdruckern in Bezug auf Musterung und Oberflächengestaltung kann als Impulsgeber für andere Branchen wie beispielsweise der Interior- oder Architekturbranche wirken. Es bestünde nicht nur die Möglichkeit für heimische Designer, einen Know How Vorsprung im technologischen Bereich zu erlangen, sondern auch im Designbereich neue Akzente zu setzen. Zudem bietet sich gerade im Surface Pattern Design eine intensive Zusammenarbeit mit ausländischen Kunden an, was wiederum anderen Branchen zugute käme, die die Kontakte ebenfalls nutzen können. Ansonsten kann Surface Pattern Design auch die Gestaltung nachhaltiger, heimischer Produkte aufwerten und ihnen eine Einzigartigkeit verleihen. Ob dieses Potenzial genutzt werden wird, wird wahrscheinlich keine Entscheidung der Wirtschaftspolitik sein, sondern es werden mehrere Entscheidungen von Einzelpersonen sein, die den Wert des Potenzials erkennen und die Ressourcen besitzen, entsprechende Projekte ins Leben zu rufen.

## **13. Basierend auf den Ergebnissen der Studie lassen sich Maßnahmenvorschläge ableiten, die der Entwicklung einer Surface Pattern Design Szene in Österreich dienlich sind.**

- ▶ Etablierung einer umfassenden Surface Pattern Design Ausbildung

- ▶ Gründung von gut ausgerüsteten, zeitgemäßen Werkstätten, die in weiterer Folge auch von kompetenten Personen betreut werden
- ▶ Gründung einer Plattform für Vernetzung, Informationsaustausch und Kooperationen
- ▶ Konferenzen zur Vernetzung, zum Austausch, zur Erörterung technischer Fragen, Trends, aber auch für geisteswissenschaftliche Auseinandersetzungen mit dem Thema Muster
- ▶ Schaffung von Messen und Märkten, um Angebot und Nachfrage zusammenzubringen
- ▶ Förderung der heimischen Industriebetriebe
- ▶ Fundierte Informationen der Wirtschaftskammer über den Bereich Surface Pattern Design
- ▶ Eventuell Gründung eines eigenen Vereins zur besseren Vertretung der Interessen und Qualitätssicherung

## 7. ANHANG

## 7.1 Interviewpartner

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurden mit folgenden Personen, denen an dieser Stelle noch einmal ein spezieller Dank ausgedrückt werden soll, Probeinterviews bzw. qualitative Interviews durchgeführt:

Avisi Fulvio, Alvisi e Alvisi, COMOCREA  
Babacan Sibel, Frey Wille  
Blaschke Waltraud, HTL Spengergasse  
Braumann Alfried, Wirtschaftsagentur Wien  
Brezina Miriam, Miprint  
Decall Heidi, Mode- und Kunsthochschule Herbststraße  
Fauler Monika, Designaustria  
Flemmich Elisabeth, Flemmich  
Jahrmann Verena, Flemmich  
Kiesewetter Alina, Flemmich  
Klaura Stephanie, Fabricfabrik  
Kogler Peter, Multimedia Artist  
Kosak Wolfgang, Affabre  
Noever-Ginthör Elisabeth, Wirtschaftsagentur Wien/Departure  
Persché Veronika, Veronika Persché Strickdesign  
Pichelmayer Manfred, WKO/Fachgruppe Werbung Wien  
Pichler Heide, HTL Spengergasse  
Pramel Werner, HTL Spengergasse  
Prikoszovits Gerhard, HTL Spengergasse  
Roland Gabriel, Vienna Design Week  
Schübl Lena, Getzner  
Schenk Irene, Meyota  
Thalhammer Sophie, Fitico  
Thierry Stefan, Affabre  
Trautenberger Gerin, Kreativwirtschaft Austria  
Van Hoeydonck Werner, Ornamental Art & Design

Ebenfalls bedanken möchte ich mich bei folgenden Personen, die mir per Email Informationen zukommen ließen oder Fragen beantwortet haben.

Gadermeier Martin, Patterndesigns  
Kammerlander Alice, Surface Pattern Designer  
Hoyer-Neuhold Andrea, Universitäts- und Fachhochschul-Lektorin, Sozialforscherin  
Rothauer Doris, Büro für Transfer  
Sermet Sibel, Designaustria

## 7.2 Leitfäden für die Interviews

Für die halboffenen Leitfadeninterviews wurden verschiedene, den Interviewpartnern angepaßte, Fragen ausgearbeitet. Je nach Gruppe, wurden die Schwerpunkte unterschiedlich gewichtet.

### 7.2.1 Leitfaden für Mitarbeiter aus Institutionen der Kreativwirtschaft

#### A. EINSTIEG

1. Was assoziieren Sie mit dem Begriff »Surface Pattern Design«?
2. Gibt es für Sie weitere bzw. andere Bezeichnungen für Designer, die vorrangig Muster entwerfen?

#### B. DERZEITIGE SITUATION

3. Wieviele Musterdesigner, schätzen Sie, gibt es in Österreich? (Angestellte in Textilfirmen und selbständige DesignerInnen)
4. In welcher Fachgruppe der WKO würden Sie Designer, die Muster entwerfen, ansiedeln?
5. Welche Branchen benötigen, Ihrer Meinung nach, Musterdesigns für ihre Produkte?
6. Wie schätzen Sie die Qualität und den Umfang der Ausbildung für Muster Designer in Österreich ein?
7. Wie sehen Sie die Entwicklung des Musterdesigns in Österreich von der Kaiserzeit bis heute?

#### C. AUSBLICK

8. Welchen Wettbewerbsvorteil könnte Österreich im Gegensatz zu Standorten in Asien haben?
9. Gibt es noch Innovationspotenzial im Surface Pattern Design?
10. Welche Maßnahmen würden Sie zur Förderung der Surface Pattern Design Branche in Österreich setzen?
11. Wie sehen Sie die Zukunft des Musterdesigns?
12. Abschließend, gibt es für Sie noch ein Thema, das wir in diesem Interview nicht angeschnitten haben oder einen Punkt, den Sie noch erwähnen wollen?

## 7.2.2 Leitfaden für Personen, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit Muster entwerfen

### A. EINSTIEG

1. Wie sind Sie dazu gekommen, Muster zu entwerfen?
2. Welche Ausbildung haben Sie?
3. Wie schätzen Sie die Qualität und den Umfang der Ausbildung für Muster Designer in Österreich ein?

### B. DERZEITIGE SITUATION

4. Sie entwerfen Muster. Ist Musterdesign Ihre berufliche Haupttätigkeit oder nur ein Teil Ihrer Arbeit?
5. Welche Berufsbezeichnung steht auf Ihrer Visitenkarte?
6. Welcher Fachgruppe der WKO sind Sie zugehörig?
7. Sind Sie selbstständig oder unselbstständig tätig?
8. Wenn selbstständig: Arbeiten Sie im Team oder alleine?
9. Wenn selbstständig: Haben Sie Mitarbeiter? Wenn ja, wieviele?
10. Wenn selbstständig: Haben Sie schon einmal eine Förderung in Anspruch genommen? Wenn ja, welche?
11. Für welche Branchen entwerfen Sie?
12. Orientieren Sie sich an Trends?
13. Sind Ihre Kunden aus Österreich oder dem Ausland?
14. Wie sehen Sie die Surface Pattern Design Szene in Österreich?
15. Kennen Sie noch andere Surface Pattern Designer?
16. Wie sehen Sie die Surface Pattern Design Szene im Ausland?

### C. AUSBLICK

17. Wie sehen Sie die Entwicklung des Musterdesigns in Österreich von der Wiener Werkstätte bis heute?
18. Welche Trends und Entwicklungen gibt es in der Surface Pattern Design Szene?
19. Angenommen, es wäre ein wirtschaftspolitisches Ziel, die Surface Pattern Design Branche in Österreich zu fördern, welche Maßnahmen fänden Sie in diesem Zusammenhang wichtig?
20. Abschließend, gibt es für Sie noch ein Thema, das wir in diesem Interview nicht angeschnitten haben oder einen Punkt, den Sie noch erwähnen wollen?

## **7.2.3 Leitfaden für Lehrende, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit mit Musterdesign in Berührung kommen**

### A. EINSTIEG

1. Wie sind Sie dazu gekommen, im Bereich Surface Pattern Design zu unterrichten?
2. Welche Ausbildung haben Sie?
3. Welche Fächer haben Sie bisher unterrichtet?

### B. DERZEITIGE SITUATION

4. Welche Ausbildungsstätten für Surface Pattern Design in Österreich kennen Sie?
5. Hat sich, ihrer Meinung nach, in den letzten 30 Jahren etwas in der Qualität der Ausbildung verändert?
6. Wie finden Sie den aktuellen Lehrplan der Spengergasse im Bereich Surface Pattern Design?
7. Passt er zu den Anforderungen am Arbeitsmarkt?
8. Was würden Sie verändern? Was muss ein Surface Pattern Designer in der heutigen Zeit können?
9. Gibt es für Sie einen Unterschied zwischen folgenden Bezeichnungen: Surface Pattern Designer, Musterdesigner, Dessinateur?
10. Wie sehen Sie die Surface Pattern Design Szene in Österreich?
11. Kennen Sie Surface Pattern Designer?
12. Wie sehen Sie die Surface Pattern Design Szene im Ausland?

### C. AUSBLICK

13. Wie sehen Sie die Entwicklung des Musterdesigns in Österreich von der Wiener Werkstätte bis heute?
14. Welche Trends und Entwicklungen gibt es in der Surface Pattern Design Szene?
15. Gibt es Innovationspotenzial im Surface Pattern Bereich?
16. Angenommen, es wäre ein wirtschaftspolitisches Ziel, die Surface Pattern Design Branche in Österreich zu fördern, welche Maßnahmen fänden Sie in diesem Zusammenhang wichtig?
17. Abschließend, gibt es für Sie noch ein Thema, das wir in diesem Interview nicht angeschnitten haben oder einen Punkt, den Sie noch erwähnen wollen?

## 7.6 Lebenslauf

### **Mag. Eugénie Hadinoto**

+43.676.783 05 88

eugenie@hadinoto.com

www.hadinoto.com

www.geometria.design

### **Beruflicher Werdegang**

seit 09/2009	HTL Spengergasse / Design, Wien: Lehrtätigkeit
seit 01/2003	Selbstständig, Wien: Grafik Design, Illustration
05/2001–05/2002	Baschnegger, Ammann & Partner, Dornbirn: Grafik Design
05/2000–04/2001	Baschnegger, Ammann & Partner, Dornbirn: Text & Konzept
01/1998–04/2000	Wolford, Bregenz: Sales & Marketing, Produktmanagement, Kreation, Illustration
1992	EMIS, Wien: Verkauf
07/1990	Rueff Textildruck, Zwischenwasser: Pflichtpraktikum – Textildesign
07/1988	Hönel & Baumann, St. Johann: Pflichtpraktikum – Textildesign

### **Aus- und Weiterbildungen**

2015–2017	Universtiät für Angewandte Kunst, Wien: Studium – Art & Economy
2014–2015	Pädagogische Hochschule, Wien: Lehrgang – Neulehrer des fachtheoretischen Unterrichts
2004–2008	Shiatsu Austria, Wien: Diplom – Shiatsu Praktikerin
2001	Central St. Martins College of Art & Design, London: Seminare – Illustration, Typografie, Grafik Design
10/1992–08/1997	Wirtschaftsuniversität Wien: Studium – BWL (Werbung & Marktforschung, Personalwesen)
09/1986–06/1991	HBLV Spengergasse, Wien: Dessinatur und Modezeichnen
09/1982–06/1986	Gymnasium, De La Salle Schule, Wien/Strebersdorf

## 8. QUELLENVERZEICHNIS

- Bab.la** „dessin“, *bab.la*, <http://de.bab.la/woerterbuch/franzoesisch-deutsch/dessin>.
- Brown** Claudia/ Jessie **Whipple Vickery**, *Pattern Design and Beyond. An insider's guide to creating and managing your own surface design career*, o.J., <https://patternpeople.com/product/ebook/>.
- creativ wirtschaft austria, Wirtschaftskammer Österreich**, *Sechster österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Kurzfassung Schwerpunkt Kreativwirtschaft und ihr Markt*, Wien: creativ wirtschaft austria, Wirtschaftskammer Österreich 2015.
- Cremer-Bermbach** Susannah, *Muster 1–3*, Bonn: Gesellschaft für Kunst und Gestaltung e.V. 2013; [http://www.norvin-leineweber.de/uploads/2/4/6/8/24687077/schnittstelle\\_-\\_muster\\_leseprobe.pdf](http://www.norvin-leineweber.de/uploads/2/4/6/8/24687077/schnittstelle_-_muster_leseprobe.pdf).
- eurostat**, „Metadata. Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft, Rev. 2 (2008)“, *eurostat. RAMON - Reference And Management Of Nomenclatures*, [http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST\\_NOM\\_DTL&StrNom=NACE\\_REV2&StrLanguageCode=DE](http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=NACE_REV2&StrLanguageCode=DE).
- Flew** Terry, *Creative Industries. Culture and Policy*, London: Sage Publications Ltd 2012; [https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/42872\\_Flew.pdf](https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/42872_Flew.pdf).
- Flick** Uwe/Ernst v. **Kardorff**/Heiner **Keupp**/Lutz v. **Rosentstiel**/Stephan **Wolff**, *Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*, Weinheim: Psychologie Verlags Union<sup>3</sup> 1995.
- Glaser** Barney G./Anselm L. **Strauss**, *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*, New Jersey: Transaction Publishers<sup>5</sup> 2009, (Orig. The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research, New Jersey: Aldine Publishing Company 1967).
- Glaser** Barney G./Anselm L. **Strauss**, *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*, Bern: Verlag Hans Huber<sup>3</sup> 2010, (Orig. The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research, New Jersey: Aldine Publishing Company 1967)
- Google**, „Louis+Vuitton+Muster“, *Google*; <https://www.google.at/search?q=louis+vuitton+pattern&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiP5oOO67rUAhWlcrQKHbOMC2kQsAQIKA&biw=1440&bih=776#tbm=isch&q=louis+vuitton+muster>.
- Graphic Artists Guild**, Inc., *Graphic Artists Guild Handbook. Pricing & Ethical Guidelines*, New York: Graphic Artists Guild<sup>14</sup> 2013, VIII.
- Kapitza**, „Geometric Book“, <http://www.kapitza.com/#/geometric-book-2/>.
- KMU Forschung Austria**, *Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht Wien 2003, Wien: 2003*.
- Legewie** Heiner, 11. Vorlesung. *Qualitative Forschung und der Ansatz der Grounded Theorie*, o.J., [http://www.ztg.tu-berlin.de/download/legewie/Dokumente/Vorlesung\\_11.pdf](http://www.ztg.tu-berlin.de/download/legewie/Dokumente/Vorlesung_11.pdf).
- Mein Transkript**, *Einfache Transkriptionsregeln*; <http://meintranskript.de/einfache-regeln>.
- Misoch** Sabina, *Qualitative Interviews*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH 2015.

- Musson** Neil, *Surface Design, what is it, how is it changing and what are the ingredients of a successful curriculum? A case study commissioned by the HEA Subject Centre for Art, Design and Media, 2010*, <http://www.adm.heacademy.ac.uk/resources/features/surface-design-what-is-it-how-is-it-changing-and-what-are-the-ingredients-of-a-successful-curriculum/index-18507.html>.
- Newall** Diana/Christina **Unwin**. Die Geschichte der Muster. Eine Zeitreise durch drei Jahrtausende, Bern: Haupt 2012 (Orig. The Chronology of Pattern. London: The Ivy Press Ltd 2011).
- O.N.**, „What is Surface Design? It's All Around You“, *Creativity in Action. Art league blog*, 2.4.2015, <https://www.theartleague.org/blog/2015/04/02/what-is-surface-design-its-all-around-you/>.
- Pellon** Nathalie, *klein kariert. Wege zum Muster im Textildesign*, Bern: Haupt Verlag 2012.
- Porter** Michael E., *Wettbewerbsstrategien. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten*, Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH 2013 (Orig. Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York: The Free Press 1980).
- Reisinger** Sabine/Regina **Gattringer**/Franz **Strehl**, *Strategisches Management. Grundlagen für Studium und Praxis*, Hallbergmoos: Pearson Deutschland GmbH 2013
- Strauss** Anselm/Juliet **Corbin**, *Grundlagen qualitativer Forschung*, Weinheim: Psychologie Verlags Union 1996 (Orig. Basics of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures and Techniques, 1990)
- Textile Design Lab**, „The Sellable Sketch Home Group-Study“, *Textile Design Lab*, <https://textiledesignlab.com/course/the-sellable-sketch/>.
- WGSN**, [www.wgsn.com](http://www.wgsn.com).
- Wikipedia**, „Adolf Loos“, *Wikipedia, Die freie Enzyklopädie*, [https://de.wikipedia.org/wiki/Adolf\\_Loos](https://de.wikipedia.org/wiki/Adolf_Loos).
- Wikipedia**, „Fast Fashion“, *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie*, [https://de.wikipedia.org/wiki/Fast\\_Fashion](https://de.wikipedia.org/wiki/Fast_Fashion).
- Wikipedia**, „Megalithic Temples of Malta“, *Wikipedia, Die freie Enzyklopädie*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Megalithic\\_Temples\\_of\\_Malta](https://en.wikipedia.org/wiki/Megalithic_Temples_of_Malta).
- Pattern**, <http://www.pattern-architects.com>.
- WKO**, „surface pattern design“, *WKO Firmen A-Z*, <https://firmen.wko.at/Web/Ergebnis.aspx?StandortID=0&Suchbegriff=Surface+pattern+design>.
- WKO**, „pattern design“, *WKO Firmen A-Z*, <https://firmen.wko.at/Web/Ergebnis.aspx?StandortID=0&Suchbegriff=pattern+design>.
- WKO**, „Die Organisation“, *WKO Österreich*, <https://www.wko.at/service/oe/wirtschaftskammer.html>.
- WKO** Fachverband der Textil, Bekleidungs-, Schuh- und Lederindustrie, *Die österreichische Textilindustrie. Statistischer Jahresbericht 2015. Lehrlinge der österreichischen Textilindustrie*, Wien: 2016; [http://www.textilindustrie.at/p2/Homepage/Stat\\_Jahresbericht\\_2015.pdf](http://www.textilindustrie.at/p2/Homepage/Stat_Jahresbericht_2015.pdf).

## 9. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

<b>Abb. 1:</b> Fünf-Faktoren-Modell – Einflussfaktoren in der Surface Pattern Design	
Branche .....	S18
<b>Abb. 2:</b> Forschungsdesign.....	S43
<b>Abb. 3:</b> Phänomen-Indikator-Konzept-Modell .....	S49
<b>Abb. 4:</b> Analysenprozess .....	S51
<b>Abb. 5:</b> Bekanntheit des Begriffs Surface Pattern Design bei Institutionen.....	S53
<b>Abb 6:</b> Zusammenhang: Background und Assoziation .....	S54
<b>Abb. 7:</b> Chancen und Möglichkeiten für Surface Pattern Designer.....	S188
<b>Abb. 8:</b> Bewertung branchenspezifischer Einflussfaktoren in Österreich.....	S189