



ANZEIGE

## »Ein Sprachrohr für die Designbranche«

● Die Initiative Deutscher Designverbände (iDD) und der Dachverband Deutscher Designertag haben sich zum Deutschen Designertag zusammengetan. Präsident Boris Kochan erklärt, warum die Fusion sinnvoll ist und wie er für Designer aller Disziplinen eintreten will. *jbr*

**Die iDD wurde 2006 ins Leben gerufen, um gegen den unzulänglichen Schutz kreativer Leistungen sowie die Vernachlässigung kreativer Berufe seitens der Politik anzukämpfen. Anliegen, mit denen sich auch der Deutsche Designertag beschäftigte, und das seit 1975. Sie saßen bislang im Vorstand der iDD. Warum schließen Sie sich erst jetzt zusammen?**

**Boris Kochan:** Nach der Jahrtausendwende war es ein wenig zu still um den Deutschen Designertag geworden, die iDD wollte neue Impulse setzen. Dabei ist uns schon lange klar, dass wir mit einem einzigen Dachverband mehr Einfluss auf Politik, Medien und Gesellschaft haben. Seit mit Henning Krause ein sehr engagierter Branchenkenner zum Präsidenten des Deutschen Designertags gewählt wurde, haben wir daran gearbeitet, uns zusammenzutun.

**Das war vor fast vier Jahren.**

Wir wollten und konnten nichts übers Knie brechen, sondern wollten sicher sein, dass wir für ein Sprachrohr der gesamten Designbranche das beste Format finden.

**Und das sieht jetzt wie aus?**

Durch eine Satzungsänderung beim Deutschen Designertag entstand ein neuer Dachverband, der Deutsche Designertag (DT), in dem sämtliche institutionellen Mitglieder der beiden bisherigen Organisationen versammelt sind: die berufsständischen Organisationen wie AGD, BDG, Illustratoren Organisation, das Netzwerk der deutschen Mode- und Textildesigner (VDMD) sowie der Verband Deutscher Industrie Designer genauso wie die Fach- und Interessenvereinigungen Forum Typografie, Forum für Entwerfen, die Typographische Gesellschaft München und die hace-Stiftung für semantische Typografie. Der Vorstand setzt sich aus Delegierten fast aller dieser Organisationen zusammen, aus diesem wurde wiederum ein fünfköpfiges Präsidium gewählt.

**Soll es bei dieser Konstellation bleiben, oder können Sie sich vorstellen, zum Beispiel mit dem BFF zu kooperieren?**

Wir möchten gerne weitere Organisationen aufnehmen und freuen uns auf Gespräche mit Verbänden aus allen Designdisziplinen. Mit einigen sind wir bereits im Gespräch...

**Was sind Ihre nächsten Ziele?**

Im Rahmen eines Medientags im September werden wir unser Programm umfangreicher vorstellen. Im Kern wollen wir die Belange von Designwirtschaft, Designberufsständen und Designkultur kompetent, transparent und glaubwürdig vor Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit vertreten.

# eIQ

## PAGE

eDossier  
12 2014

### Kreative Recherche: Inspiration durch Information

Die Strategien, Tools und Tricks von Werbern, Gestaltern, Journalisten und Trendforschern

Praxisbeispiele: Bureau Mirko Borsche, rethink, Jung von Matt/Spree

## PAGE

eDossier  
07 2014

### Die Agentur der Zukunft

Fallbeispiele: Kleine Agenturen in Zeiten ausdifferenzierter 360-Grad-Kampagnen

Das können Design- und Werbeagenturen tun, um innovationsfähig zu bleiben

Netzgesellschaft, schrumpfende Märkte – was kommt auf Digitalagenturen zu?

## PAGE

eDossier  
13 2014

### Online-Portfolios: Tools, Tipps & Strategien

Selbstvermarktung im Web: Das to Do's für Agenturen und Freelancer

Instant Portfolios – online und mobil: Praktische Tools für Kreative ohne Programmierkenntnisse

**PAGE eDossiers** – Best-of-Kompilationen aus PAGE und WEAVE im Originallayout: PDFs einfach und jederzeit downloaden in unserem Online-Shop [shop.page-online.de/downloads](http://shop.page-online.de/downloads)

# PAGE

Das Magazin der Kreativbranche