

Onderzoeksopdracht

# BUITENLANDSE DESIGNCENTRA EN -STEUNPUNTEN

Zsuzsanna Böröcz

zsuzsanna.borocz13@gmail.com | info@z33.be

In opdracht van:

**DEPARTEMENT  
CULTUUR, JEUGD & MEDIA**



# Inhoud

I.	Inleiding .....	4
II.	Definiëren – Planning: aspecten van een Expertisecentrum Design .....	7
II.1.	Methodologie .....	8
II.2.	Definities: rollen, pijlers, vraagstukken en functies .....	8
II.2.1.	Rollen en Pijlers .....	9
II.2.2.	Vraagstukken .....	11
II.2.3.	Functies.....	11
II.2.4.	Inhoudelijke uitwerking.....	11
II.3.	Ecosysteem Expertisecentrum Design: uitgebreide versie .....	12
II.4.	Ecosysteem Expertisecentrum Design: het werkinstrument .....	26
II.5.	De te onderzoeken organisaties.....	31
III.	Ontwikkeling – Actie: body of research.....	32
IV.	Evaluatie – Oplevering.....	33
IV.1.	Denemarken.....	33
IV.1.1.	Danish Design Centre: staatsinstelling voor innovatie door design.....	33
IV.1.2.	Danish Design Council: denktank.....	34
IV.1.3.	Design Denmark: vooral voor de leden .....	36
IV.1.4.	DKoD – Deense Kunstambachtslui en Designers: omvangrijke ledenorganisatie .....	37
IV.2.	Nederland.....	37
IV.2.1.	Stimuleringsfonds Creatieve Industrie: een breed cultuurfonds .....	38
IV.2.2.	Het Nieuwe Instituut: ondersteund voor sectorale taken en meervoudige opdracht.....	40
IV.2.3.	Crafts Council Nederland: vereniging van ‘makers’ .....	42
IV.2.4.	BNO – Bond Nederlandse Ontwerpers: een dienstverlenende vereniging.....	43
IV.3.	Verenigd Koninkrijk.....	44
IV.3.1.	Design Council: vereniging.....	44
IV.3.2.	Chartered Society of Designers - CSD: koninklijke ledenorganisatie.....	46
IV.3.3.	BIDA - British Industrial Design Association: ledenorganisatie .....	47
IV.4.	Spanje .....	47
IV.4.1.	Barcelona Design centre en omgeving .....	48
IV.5.	Oostenrijk.....	49
IV.5.1.	Designaustria: beroepsvereniging en kenniscentrum .....	49
IV.5.2.	Designforum Wien: centraal designforum.....	51
IV.5.3.	Designforum Steiermark: regionaal designforum .....	51
IV.5.4.	WEI SRAUM Designforum Tirol: regionaal designforum.....	52
IV.5.5.	Designforum Vorarlberg: regionaal designforum .....	53

IV.6.	Ierland .....	53
IV.6.1.	Institute of Designers in Ireland: ledenorganisatie met faciliterende rol .....	54
IV.6.2.	Design & Crafts Council Ireland: ledenorganisatie.....	55
V.	Beleidsdocument door Z33 .....	57
VI.	Algemeen besluit .....	58
VII.	Bijlage: werkinstrument – ingevulde vragenlijsten .....	61

# I. Inleiding

In juli 2019 werd de eerste *Veldverkenning vormgeving Vlaanderen*, een studie in opdracht van de Vlaamse overheid, Departement Cultuur, Jeugd en Media opgeleverd. Het gepubliceerde rapport werd opgemaakt door mij als opdrachtnemer in samenwerking met Z33, en omvat twee delen: 1. Actoren en trends, 2.

Landschapskwesties. De studie was een oefening in het beschrijven van het vormgevingslandschap in Vlaanderen, aangevuld met suggesties voor een meer performant designveld. Sinds maart 2020 werkt Z33 Huis voor Actuele Kunst, Design & Architectuur volgens een verbrede missie, die inzet op vier krachtlijnen<sup>1</sup>. In de tweede krachtlijn situeert zich het onderzoek naar hoe een **Expertisecentrum Design** in de Vlaamse culturele ruimte vorm kan krijgen. De inzet van dit onderzoek luidt als volgt:

“Z33 onderzoekt hoe een Expertisecentrum Design in de Vlaamse culturele ruimte vorm kan worden gegeven. Het Expertisecentrum Design brengt de culturele en maatschappelijke waarde/kracht van design(methodieken) onder de aandacht in Vlaanderen. Z33 ontwikkelt een visie voor de rol en taken van een Expertisecentrum Design, dat wordt opgeleverd in najaar 2021. Onder andere de volgende rollen worden voor het Expertisecentrum Design onderzocht: studierol, communicatierol, netwerkkrol, aanjaagrol.”

Om dit te realiseren schreef Z33 eind 2020 twee deelopdrachten uit: een internationale benchmarking en een behoefteonderzoek bij designers. Huidig rapport behandelt de resultaten van deelopdracht 1: het kwalitatief onderzoek INTERNATIONALE BENCHMARKING.

De **behoefte aan een expertisecentrum design in Vlaanderen** was een van de conclusies van de studie *Veldverkenning vormgeving Vlaanderen*, die o.m. het bestaande landschap aan ondersteuningsstructuren beschreef. Een vervolgonderzoek naar de veelheid aan design ondersteunende organisaties in Europa laat toe om een veel bredere waaier van profielen in kaart te brengen en zo een omvattend referentiekader te vormen. Een vergelijkende studie van best cases uit verschillende Europese landen en regio's vormt een degelijke basis om de juiste keuzes te maken voor de eigen regio, waarbij inzichten verworven uit een grondige analyse de grondslag vormen voor een optimale organisatie. Om dit te bereiken is het uiteraard aangewezen om de resultaten van het onderzoek internationale benchmarking te toetsen aan die van het behoefteonderzoek onder designers. Dit onderzoek stelt scherp op designexpertisecentra, -organisaties, en -steunpunten in zes landen die toonaangevend zijn inzake designbeleid: het Verenigd Koninkrijk, Ierland, Denemarken, Nederland, Spanje, Oostenrijk. Deze uitvoerig behandelde landen zijn verder aangevuld met informatie over Noorwegen en Finland. Naast de volgende organisaties – Design Council UK, Design & Crafts Council Ireland, Danish Design Centre, Crafts Council Nederland, StimuleringsFonds Creatieve Industrie, Het Nieuwe Instituut en Barcelona Design Centre en Designaustria, – zijn in dit onderzoek profielschetsen gemaakt van de volgende instellingen: Design Council, BIID - British Institute of Interior Design, SBID - Society of British and International Design, Chartered Society of Designers, BIDA – British Industrial Design Association, IDI – Institute of Designers in Ireland, Design & Crafts Council Ireland, Danish Design Centre, Design Denmark, Danish Design Council, DKoD (Deense Kunstambachtstlui en Designers), Crafts Council Nederland, Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, Het Nieuwe Instituut, BNO – Bond Nederlandse Ontwerpers, Barcelona Design Centre en omgeving, FAD (Bevordering van Kunst en Vormgeving) in Spanje, Designaustria, Designforum Wien, Designforum Steiermark, Designforum Tirol, Designforum Vorarlberg, DOGA – Design and Architecture Norway en Design Forum Finland.

Ook een vooraanstaande organisatie zoals BEDA The Bureau of European Design Associations wordt onder de loep genomen.

In eerste instantie is op basis van desk research een objectief theoretisch kader ontwikkeld met aandacht voor de specifieke situatie in Vlaanderen<sup>2</sup>. Thema's die prioritair aan bod komen zijn rol, doelstellingen en scope van de instellingen. Om de eigenheid van het ondersteuningsbeleid in deze landen, die allen een sterk designbeleid hebben, inzichtelijk te maken, letten we in het bijzonder op een aantal thema's in de besluitvorming. De eerste is de verhouding tussen overheids- en privé-initiatieven, dat wil zeggen tussen financieringsmechanismen vanuit de overheid, fondsen en lidgeld. Een volgend relevant aandachtspunt is de landschapstekening en het erbij horende engagement, gekoppeld aan de vraag wie verantwoordelijk is voor het designbeleid. Tot slot wordt, bij wijze van

---

<sup>1</sup> Regierol Limburg; Expertisecentrum Design; Kunst in Open Ruimte; Samenwerking Onderwijs.

<sup>2</sup> Dit betrof vooral de focus op de artistiek werkende designer.

achtergrond, gekeken naar de definitie van design van waaruit de engagementen en taken worden gedefinieerd, de ondersteuning van de artistieke designer, de samenwerkingsverbanden en bijzonderheden die opvallen in positieve zin.

Bij aanvang van het onderzoek werden de volgende doeleinden<sup>3</sup> geformuleerd:

1. Rol van een Expertisecentrum Design definiëren
2. Ontwikkelen van een benchmarking kader om de rol van een Expertisecentrum Design te analyseren
3. Testen van kader door data te verzamelen uit literatuur<sup>4</sup>.
4. Kader valideren door een consensus-building proces met experts (Z33)<sup>5</sup>
5. Voorstel van beleidsaanbevelingen voor het oprichten van een **Expertisecentrum Design voor Vlaanderen** door o.a. trends te detecteren om toekomstige scenario's best te kunnen ondersteunen<sup>6</sup>.

Deze doeleinden werden vertaald naar een werkplan dat het onderzoek indeelt in vier fasen, waarvan de twee middelste (1 en 2) betrekking hebben op deze studie<sup>7</sup>:

#### 0. **Ontdekking**

Hier werd de behoefte uitgetekend en de belangrijke maatstaven bepaald. Dit betreft de fase van de uitschrijving van de opdracht door Z33.

#### 1. **Definiëren-Planning**

Dit is de eerste fase van voorliggende opdracht.

- a) Hierbij is gekeken naar OMVANG en ROL van design instituten/centra, wat overeenkomt met een 'profielchets'. De vraag van WAT als 'theoretisch kader' focust hierbij op probleemdefinitie.
- b) Ook het in kaart brengen van de beschikbaarheid van gegevens over design instituten/centra is deel van deze fase, ook genoemd 'ensuring data availability'.

De onderzoeksmethodologie is op punt gesteld in samenspraak met de aanwezige expertise bij Z33 om met de best inzetbare parameters te kunnen werken. Dit geldt ook voor de selectie van de geanalyseerde organisaties.

#### 2. **Ontwikkeling-Actie**

Tijdens de tweede fase van het onderzoek, de body of research, zijn gegevens verzameld uit de bestaande bronnen in kaart gebracht in fase 1b. Deskresearch was gebaseerd op gegevens uit websites en beleidsdocumenten, aangevuld door interviews met 'best-in-class' instituten. Deze gegevens zijn dan verwerkt in een instrument ontwikkeld in fase 1a en de resultaten vervolgens geconceptualiseerd.

---

<sup>3</sup> Voor de formulering van de doeleinden en het verloop van de benchmark studie werd veelvuldig geput uit Anna Helen Whicher, *Benchmarking Design for Innovation Policy in Europe*, 2016, doctoraatsverhandeling Cardiff Metropolitan University, pp270. Op.cit., p. 81

<sup>4</sup> De volgende studies en documenten werden hiervoor beruikt: Whicher, 2016; Koen Vandyck en Yves Larock, *Aanbevelingen voor een vernetwerkte BOVENBOUW CULTUUR*. Rapport, studie in opdracht van de Vlaamse Gemeenschap, Departement Cultuur, Jeugd en Media met het oog op een hervorming van de Bovenbouw Cultuur, 2017, pp27.; *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, intern document, 2014, 2020, pp15.; Notities uit de "keukentafelgesprekken" met het designveld in 2014, pp2 als SWOT tabel.; *Building next generation design support programmes. Putting policy into action*, SEE (Sharing Experience Europe Policy Innovation Design) publicatie, 2013, pp16.; Anna Whicher, Gavin Cawood, Linzy Ryan, *De Design Policy Monitor 2. Reviewing Innovation and Design Policies Across Europe*, 2012, pp47.; Idem., *De Design Policy Monitor 4. Reviewing Innovation and Design Policies Across Europe*, SEE publicatie, 2015, pp16.; Idem., *Reviewing Design Support Programmes in Europe, Policy Booklet 6*, SEE publicatie, 2013, pp15.; *Beleidsplan BNO Beroepsvereniging Nederlandse Ontwerpers*, 2014-2016, pp9.; Annelies Thoelen, Bèta-landschapsstudie, interne studie Design Vlaanderen, 2014, pp18.; *Impact van design op het bedrijfsleven in Vlaanderen*, VIZO ism. Compagnie (Ben Decock en Marjan Desmedt), Powerpoint presentatie, 44 slides, 2003.; Het programma van Design Finland uit 2014, pp50.; *The Vision of the Danish Design 2020 Committee*, Danish Design Centre, 2011, pp60.; Zs. Böröcz, Zs. en A. Thoelen, *Veldverkenning vormgeving*, Sectoronderzoek in opdracht van de Vlaamse overheid, Departement Cultuur, Jeugd en Media, 19.07.2019. URL: <https://www.vlaanderen.be/publicaties/veldverkenning-vormgeving>.

<sup>5</sup> Overleg gepleegd op de volgende data in 2021: 01 07, 02 19, 02 24 en 08 19.

<sup>6</sup> "The real value in benchmarking is predicting trends to build future policy. It's about looking at the current picture to inform future scenarios." Whicher, 2016, p. 158.

<sup>7</sup> Hierbij werd gebruik gemaakt van de analyse van een benchmarkstudie over design in Whicher, 2016, p. 102.

### 3. Oplevering-evaluatie

Na oplevering van de benchmark-studie dienen de resultaten ervan nog in overeenstemming te worden gebracht met die van de andere deelopdracht 'Behoeftedonderzoek bij designers', uitgevoerd door het consultancy bureau IDEA. Daarnaast is het aan te bevelen om aanpassingen te doen om de studie te vertalen naar de Vlaamse context. Hierbij wordt de kloof tussen theorie en praktijk gedicht door terugkoppelingen, testen en finetunen. In deze evaluatiefase worden minimale en maximale opties uitgetekend door Z33.

## II. Definiëren – Planning: aspecten van een Expertisecentrum Design

*'Although policy-makers are the ultimate users of this research, national design centres tend to be the main design policy advocates, beneficiaries or implementers within a country'*<sup>8</sup>

**Fase 1a** van de benchmark, gericht op het ontwikkelen van een theoretisch kader op basis van deskresearch, werd uitgevoerd tussen 4 en 31 januari 2021, met als hoofddoel om op basis van bestaande studies<sup>9</sup> criteria te bepalen voor de indeling van organisaties naar profiel en rol, als basis voor het in kaart brengen van de potentiële profilering van een steunpunt/expertisecentrum design.

Antwoorden werden gezocht op omvang en rol van design instituten/centra binnen hun nationale context om zo tot een profielschets te komen. De focus van het theoretisch kader was het definiëren van het probleem met als centrale vraag: **wat is een design instituut of design centrum en wat zijn hun taken en bevoegdheden?**

In **fase 1b** werd de beschikbaarheid van gegevens over design instituten/centra in kaart gebracht, met andere woorden *'ensuring data availability'*. Dat gebeurde tussen 1 en 15 februari 2021.

De onderzoeksmethodologie in zijn geheel werd op punt gesteld in samenspraak met de experts bij Z33, om zo met de best inzetbare parameters te kunnen werken. Dit gold ook voor de selectie van de geanalyseerde organisaties.

Omdat design als discipline zo breed is dat het voor om het even welke instelling/centrum onmogelijk is om het volledige veld te dekken, leek het belangrijk om met een ruime definitie te werken om zo de **reikwijdte van het begrip design** te bepalen. Deze ruime definitie werd weliswaar toegespitst op de specifieke Vlaamse realiteit, waarbij **design als meer dan probleemoplossing** werd gezien en **gekoppeld werd aan creatie**<sup>10</sup>. Bij deze studie wordt dus design telkens gesitueerd binnen de **creatieve industrieën**<sup>11</sup> én als **deel van de artistieke praktijken**. Hierbij horen niet alleen diverse design media zoals industrieel en product design, collectible design, social en strategic design (d.w.z. materieel en immaterieel), auteursdesign en vraaggestuurd design, maar ook ontelbaar veel groepen van cultuurbeoefenaars, met uiteenlopende belangen die niet uit het oog mogen verloren worden. Kruisbestuivingen en dwarsverbanden binnen en buiten het culturele veld met ontwerpers, bedrijven, organisaties en het grote publiek spelen allemaal een even belangrijke rol<sup>12</sup>. Om die reden werd de doelgroep bepaald als **ontwerpers, bedrijven, organisaties en het grote publiek**<sup>13</sup>.

Als de samenleving voldoende investeert in een aantal basale voorwaarden voor onderwijs, regelgeving, onderzoek en innovatie, zal ze – in termen van functionaliteit, duurzaamheid en uiterlijke aantrekkingskracht – profiteren van het ongekende verschil dat ontwerpers kunnen maken. Op hun beurt moeten ontwerpers

---

<sup>8</sup> Whicher, 2016, p. 122.

<sup>9</sup> Zie hierbij voetnoot 4.

<sup>10</sup> Non-technological capacity zie *National Research and Innovation Strategy van Frankrijk 2009-2013*, p. 23 in DESIGN POLICY MONITOR 2012, p. 17 en *Research and Innovation Strategy of Slovenia 2011-2020*, p. 28: o.a. voor de ontwikkeling van het vermogen tot beheersing van en aanpassing van veranderingen DESIGN POLICY MONITOR 2012, p. 19

Innovatie als een specifiek thema dat het concept van schoonheid, design en kwaliteit van "Made in Italy" met een hoog niveau van technologie combineert *Industria 2015 - Made in Italy / National Research Plan* DESIGN POLICY MONITOR 2012, p. 17

<sup>11</sup> "There has been a shift over time from the purely tactical approaches of the eighties, "any design is good design", to today where any design intervention has to be aligned between a businesses vision and strategy and their customers and users requirements. This leverages investment, economic impact and legacy and, in many businesses, will also support a shift to a more creative culture." in *Building next generation design support programme's*, 2012, p. 5: UK. Design Support Programme's.

<sup>12</sup> Design functioneert niet los van andere disciplines en beroepen. DESIGN POLICY MONITOR 2012, p. 17 zie daar de bronvermelding.

<sup>13</sup> Deze doelgroepen komen overeen met de doelgroepen die werden gedefinieerd in D.V. Strategie 2014-2020.

gevoelig zijn voor de sociaal-maatschappelijke issues, aan invloed winnen in beslistrajecten en goed kunnen netwerken en samenwerken<sup>14</sup>.

Om de **waarden van design** te definiëren leek de bepaling van Design Vlaanderen uit 2014 het meest geschikt<sup>15</sup>. D.V. stelde in haar strategie dat de discipline design deze drie capaciteiten bezit:

Culturele (wat hier het focuspunt is), niet-technologische capaciteit (onmiskenbaar en niet-kwantificeerbaar component)

Economische capaciteit (een component dat concurrentievoordeel oplevert)

Maatschappelijke capaciteit (een component dat sociaal rendement oplevert)

*'De uitdagingen waarvoor design zich gesteld ziet, zijn veelsoortig en worden almaar groter en complexer. Dat noopt tot een zekere urgentie in de ondersteuning van design'<sup>16</sup>* en tevens om nieuwe mogelijkheden te ontsluiten. We zien dat in de voorbije jaren veel aandacht ging naar het koppelen van design aan innovatie. Innovatie werd recent ontdekt als een capaciteit van design. Breed in kaart gebracht en op basis van positieve resultaten werden in die richting dan ook talrijke steuninitiatieven gelanceerd. Bij deze aandacht voor innovatie leek het culturele en artistieke aspect van design verwaarloosd of ten minste op de achtergrond te raken. De artistiek werkende designer vormt daarbinnen slechts een kleine fractie en verschoof vaak zelfs meer richting beeldende kunsten. Deze studie biedt de mogelijkheid om een beter zicht te krijgen op dit nieuwe evenwicht.

## II.1. Methodologie

Deze studie over de designinstituten/centra is een benchmark studie. **Benchmarking** is een methode waarbij men leert door het kwantitatief en/of kwalitatief vergelijken van complementaire initiatieven. Bij deze studie werd gekozen voor een **kwalitatieve benadering**. Het andere luik van de studie over de noden van de designsector, uitgevoerd door IDEA, is het kwantitatieve luik van opzet. De combinatie (blending) van een kwalitatief en een kwantitatief luik moet toelaten een zo helder mogelijk inzicht te krijgen in deze brede en complexe materie.

Onze kwalitatieve benchmark research naar designinstituten/centra/steunpunten werd opgevat als volgt:

- Het beleid, de prestaties en de processen van designinstituten/centra onder de loep nemen om succesvolle initiatieven op te sporen die kunnen worden overgedragen of gebruikt als model;
- Beste praktijken onderzoeken om daaruit het analyseren en evalueren van de eigen operatie op mogelijkheden;
- Vraagstukken en rollen/pijlers/functies definiëren op basis van desk-research en literatuuronderzoek
- Aandacht besteden aan mogelijk wisselende focuspunten;
- Een selectie van design instituten met de meest relevante beleidsbepalingen inzake design inhoudelijk analyseren.

## II.2. Definities: rollen, pijlers, vraagstukken en functies

De methodologie is gericht op het ontwikkelen van een instrument dat toelaat om een vergelijkende maar tevens diepgaande profielschets te maken van de rol, doelstellingen en scope van designinstituten/centra/steunpunten. Hierbij werd gebruik gemaakt van terminologieën en definities die werden gebruikt door:

---

<sup>14</sup> BNO Beleidsplan 2014-2016, p. 3.

<sup>15</sup> D.V. Strategie 2014-2020.

<sup>16</sup> Idem.



- a. Het Departement Agentschap bij het uittekenen van de opdracht: **rollen**<sup>17</sup>;
- b. Design Vlaanderen uit haar Strategiebepaling 2014-2020: **pijlers**<sup>18</sup>;
- c. Z33 over vragen naar profiel en doelstellingen geformuleerd in het bestek: **vraagstukken**<sup>19</sup>;
- d. Het Departement Agentschap gericht naar kwaliteitscriteria bij het Kunstendecreet: **functies**<sup>20</sup>;
- e. De auteurs van de gebruikte **literatuur**<sup>21</sup>, bedoeld als inhoudelijke duiding.

Voor het Expertisecentrum Design dienden de volgende rollen te worden onderzocht: studierol, communicatierol, netwerkrol en aanjaagrol. Bij het uittekenen van de werking van Design Vlaanderen werd de strategie van 2014 gebaseerd op de volgende vier pijlers: promotie, informatievergaring en -verstrekking, ondersteuning en netwerking. Dit werd samengevat in het acroniem PION. De pijlers kregen een inhoudelijke invulling voor de vier doelgroepen van ontwerpers, bedrijven, organisatie en het grote publiek, met als doel ondersteuning te bieden over de hele lijn. Bij het definiëren en naast elkaar leggen van deze rollen en pijlers, gekoppeld aan acties, zien we enerzijds overlappingen en anderzijds hiaten.

## II.2.1. Rollen en Pijlers

De pijler **Promoten**<sup>22</sup> lijkt overeen te komen met de **Communicatierol**. Het centrale thema bij deze begrippen is 'design awareness'. Als **promotor** van design via bewustmakingsactiviteiten maar ook via **internationalisering** werkt de professionele designsector, de meeste design en culturele centra maar ook bedrijven, fabrieken en associaties aan hoe ze hun eigen regio als topregio voor design kunnen neerzetten. Hierbij speelt communicatie de bijzondere rol om iedereen design te leren naar waarde schatten. De promotie-acties bestaan uit het presenteren van *best practice* voorbeelden en vaak aan de hand van die voorbeelden campagne en missie voeren voor design.

De pijler **Informereren** lijkt enerzijds overeen te stemmen met de **Studierol**. De focus ligt op *research and knowledge transfer* (zowel als input als output) en de positie van het design- en kunstonderwijs in het landschap. Hierbij kan de rol van **onderzoeksforum** horen, inclusief het aanbieden van colloquia, workshops, debatten en opinievorming waar nieuwe tendensen en evoluties gescreend en doorgegeven worden. In deze functie treedt de instelling op als **agent**, als motor van innovatie om zo een meerwaarde te betekenen voor de designsector. De acties<sup>23</sup> hierbij zijn het verzamelen van gegevens en modellen, het opleiden van specialisten, programma's uitwerken voor design ondersteuning, inzetten op kinderen, het ijveren voor design en voor het belang van multidisciplinariteit op school en samenwerken met het hoger onderwijs.

Anderzijds heeft **Informereren** ook de **Aanjaagrol** in zich. Hieronder sorteren taken zoals het bevorderen van dialoog en communicatie als cruciaal instrument bij het verlenen van zichtbaarheid aan de sector maar ook als kritische succesfactor omdat het als filter functioneert in de informatiestroom. Hierbij kunnen koppelingen ontstaan met de wereld van de beeldende kunsten of zelfs met het geheel van het ontwerpvakgebied, van interieurvormgeving door de bedrijfswereld (via immaterieel design) tot de productiefaciliteiten voor nieuwe materialen en technologieën (vooral gericht naar actuele thema's zoals de problematiek van energie en klimaat). Acties die hierbij vermeld worden zijn het aansporen van het aanmaken van databanken van specialisten en ontwerpers (*headhunting*), het bedenken van subsidiekanalen, investeerders zoeken en het actief inzetten van design(ers).

<sup>17</sup> Zoals geformuleerd in de Offerte-Aanvraag van deze studie met verwijzing naar de bijkomende opdrachten voor Z33.

<sup>18</sup> Uit D.V. Strategie 2014-2020.

<sup>19</sup> Bepaald door Z33 in het bestek.

<sup>20</sup> Zoals bepaald in het Kunstendecreet zie [https://wp.assets.sh/uploads/sites/4718/2020/03/2019Definitie\\_Functies.pdf](https://wp.assets.sh/uploads/sites/4718/2020/03/2019Definitie_Functies.pdf) 2021 02 14.

<sup>21</sup> Zie voetnoot 4.

<sup>22</sup> "Design promotion is important for raising awareness and understanding for what design can achieve among different audiences and should be a key element of design policy instruments." DESIGN POLICY MONITOR 2012, p. 30.

<sup>23</sup> "Bij het uittekenen van een volledige dienstverlening mikt DV op efficiëntie en effectiviteit via slim gecoördineerde acties gericht naar zo veel mogelijk doelgroepen tegelijkertijd, georganiseerd in samenwerking met een veelheid aan partners." D.V. Strategie 2014-2020.

De pijler **Netwerken** komt overeen met de **Netwerkrol** met als doel de professionele designsector te verbinden met andere designcentra, culturele centra, associaties, kennisinstellingen, bedrijven, beleidsmakers en consumenten. Bij de netwerkrol speelt een instituut of designcentrum de rol van een ‘transparant venster’ dat een open zicht biedt op wat leeft en groeit. Instellingen streven hierbij na om zich op te stellen als een onmisbare partner in de samenwerkingsverbanden via een prominent eigen profiel en zo tegelijk hun autoriteit te bevestigen. Acties die hierbij genoemd worden zijn het stimuleren van samenwerkingen, het integreren van designers (vergelijkbaar met de aanjaagrol) en het installeren van interdisciplinaire programma’s die samenwerking stimuleren.

**Ondersteunen** vertoont overeenstemmingen met de **Faciliterende rol**. Bijstand kan aangeboden worden aan zakelijke en artistieke actoren, rechtstreeks aan designers, bedrijven en organisaties, zowel inhoudelijk als financieel. De facilitator treedt hier ook op als moderator en inspirator (uitstraling van professioneel, ambitieus en inspirerend), die zorgt voor een grotere **impact**<sup>24</sup> via inbedding in de huidige maatschappelijke context met een permanente aandacht voor verandering. Genoemde acties zijn de begeleiding van diverse kanalen om te implementeren en het ontwikkelen van support programma’s.

Bovenstaande analyse levert het volgende schema op waarbij de combinatie van de twee benaderingen zichtbaar zijn:

ROLLEN (Agentschap)	Studierol	Aanjaagrol	Communicatierol	Netwerkrol	Faciliterende rol
PIJLERS (Design Vlaanderen)	Informereren	Informereren	Promoten	Netwerken	Ondersteunen

Hieruit werd de volgende matrix opgesteld als startpunt voor de methodologische aanpak van de gegevensverzameling.

	Strategie Design Vlaanderen gecombineerd met de rollen van het Agentschap			
ACTIES	DOELGROEPEN (ondersteuning over de hele lijn)			
	ontwerpers	bedrijven	organisaties	grote publiek
Promoten Communicatierol				
Informereren Studierol/Aanjaagrol				
Ondersteunen Faciliterende rol				
Netwerken Netwerkrol				

<sup>24</sup> "The Danish Design Centre, Design Flanders, Centre for Design Innovation and Castle Cieszyn provide subsidies for companies to invest in design. All but two design centres provide mentoring for designers. This is demonstrative of a shift in the role of design centres away from their usual activities of training designers and promoting design internationally toward more targeted design support and political engagement. For example, the Design Council assisted three times as many public officials than enterprises." in DESIGN POLICY MONITOR 2012, p. 33.

## II.2.2. Vraagstukken

In een derde stap werd deze matrix aangevuld met dimensies van designexpertisecentra en te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen, steunend op de door Z33 geformuleerde **vraagstukken** in het bestek:

- Gezichtsveld van design (werkterreinen);
- Actoren en hun financiering;
- Betrekking tussen designspelers/de overheid/de onderwijsinstellingen;
- Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen;
- De relatie tussen designspelers onderling;
- Verantwoordelijkheden;
- De dekking van het designveld;
- De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw);
- Dimensies van designexpertisecentra;
- Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten;
- Noodzakelijk in te voeren best/next practices;
- Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen;
- Mogelijke valkuilen.

## II.2.3. Functies

De kwaliteitscriteria gehanteerd bij het Kunstendecreet – de functies ontwikkeling, productie, presentatie, participatie, reflectie – kunnen als onderverdeling dienen van de verschillende acties. Deze kwaliteiten kunnen op inhoudelijke concepten maar ook op concrete uitwerkingen slaan.

- De functie **ontwikkeling** kijkt naar de kwaliteit van het artistieke, het experimentele, het vernieuwende karakter en de toekomstperspectieven.
- **Productie** kijkt naast de kwaliteit ook naar het inhoudelijke concept en de concrete uitwerking van de plannen en het publieksbereik ervan.
- **Presentatie** heeft aandacht voor de kwaliteit van het programma en van de presentatiecontext maar ook voor de omkadering ervan.
- **Participatie** concentreert zich op de kwaliteit van de procesbegeleiding en de betrokkenheid van de deelnemers en kijkt naar de toegepaste participatieve concepten en methodieken.
- De functie **reflectie** tot slot toont interesse in de wijze waarop reflectie vorm krijgt en toegankelijk wordt gemaakt. Dit kan gaan over de designpraktijk, het designveld maar ook over betrokkenheid bij of het voeren van discussies over actuele thema's.

## II.2.4. Inhoudelijke uitwerking

Om de volledigheid van het ecosysteem van een expertisecentrum design te kunnen aftoetsen werden de vraagstukken over omvang, component en indicatoren, samen met de pijlers en de rollen als thematische categorieën **inhoudelijk** uitgewerkt in de vorm van een samenhangend pakket met aandachtspunten uit de gebruikte literatuur<sup>25</sup>.

De eerste twee thema's **1. Gezichtsveld van design (werkterrein)** en **2. De dekking van het design veld / De positie binnen het cultuurlandschap (bovenbouw)**, links in de matrix, hebben betrekking op de meer algemene achtergrond van een designinstelling en hebben dan ook een andere kleur dan de

---

<sup>25</sup> Zie voetnoot 4.

daaropvolgende profielen, doelstellingen, dimensies en diverse functies, onderlinge verhoudingen en activiteiten die volgen.

Van de matrix werden twee versies gemaakt.

De eerste, uitgebreide versie met bronnenvermelding en aanvullende informatie in het voetnotenapparaat heeft de ambitie om zoveel mogelijke thema's te linken aan de vraagstukken, pijlers en rollen. De tweede versie is een reductie tot kernwoorden van deze veelomvattende inhoud en vormt daarmee het werkinstrument van de benchmark studie. Deze tweede, afgeslankte tabel werd gebruikt voor twee doeleinden: eerst om de gegevens van de geselecteerde designexpertisecentra, -organisaties, en -steunpunten te verwerken en ten tweede om de *in-depth* interviews uit te werken. De interviews werden telkens na de analyse van het respectievelijke designcentrum of -organisatie uitgewerkt waarbij vooral gefocust werd op extra duiding, niet aanwezig in de beschikbare bronnen (websiteteksten, beleidsdocumenten). De interviews zijn *semi-structured*, met open en gesloten vragen, en *face-to-face*, dus geen *tick-box* lijst, en dit om gelegenheid te geven voor uitleg en dieptewerking. Doordat de structuur van de interviews gebaseerd is op dezelfde methodologie als de gegevensverwerking, laat ze toe om de inhoud eenvoudig en consequent aan te vullen.

### II.3. Ecosysteem Expertisecentrum Design: uitgebreide versie

Aan de hand van de boven genoemde **vraagstukken** (gericht op omvang, componenten, indicatoren) en **pijlers of rollen** (gericht op thematische categorieën of samenhangend pakket aan taken) werd het ecosysteem van een imaginair expertisecentrum design opgesteld met alle mogelijke taken en bevoegdheden. Hierbij werd beroep gedaan op de volgende literatuur, die werd aangereikt door Z33.

[2003] *Impact van design op het bedrijfsleven in Vlaanderen*, VIZO ism. Compagnie (Ben Decock en Marjan Desmedt), Powerpoint presentatie, 44 slides.;

[2011] *The Vision of the Danish Design 2020 Committee*, Danish Design Centre, pp60.;

[2012] Anna Whicher, Gavin Cawood, Linzy Ryan, DESIGN POLICY MONITOR 2. *Reviewing Innovation and Design Policies Across Europe*, SEE publicatie, pp47.;

[2013] Idem., *Reviewing Design Support Programmes in Europe*, Policy Booklet 6, SEE publicatie, pp15.;

[2013] *Building next generation design support programmes. Putting policy into action*, SEE (Sharing Experience Europe Policy Innovation Design) publicatie, pp16.;

[2014] Notities uit de "keukentafelgesprekken" met het designveld in 2014, pp2 als SWOT tabel.;

[2014] *Het programma van Design Finland* uit 2014, pp50.;

[2014] *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, intern document, 2014, 2020, pp15.;

[2014] Annelies Thoelen, *Bèta-landschapsstudie*, interne studie Design Vlaanderen, pp18.;

[2014-2016] *Beleidsplan BNO Beroepsvereniging Nederlandse Ontwerpers*, pp9.;

[2015] Anna Whicher, Gavin Cawood, Linzy Ryan, DESIGN POLICY MONITOR 4. *Reviewing Innovation and Design Policies Across Europe*, SEE publicatie, pp16.;

[2016] Anna Whicher, *Benchmarking Design for Innovation Policy in Europe*, doctoraatsverhandeling Cardiff Metropolitan University, pp270.;

[2017] Koen Vandyck en Yves Larock, *Aanbevelingen voor een vernetwerkte BOVENBOUW CULTUUR*. Rapport, studie in opdracht van de Vlaamse Gemeenschap, Departement Cultuur, Jeugd en Media met het oog op een hervorming van de Bovenbouw Cultuur, pp27.;

[2019] Zsuzsanna Böröcz en Annelies Thoelen. *Veldverkenning vormgeving*. Sectoronderzoek in opdracht van de Vlaamse overheid, Departement Cultuur, Jeugd en Media, opgeleverd op 19.07.2019, pp139. URL: <https://www.vlaanderen.be/publicaties/veldverkenning-vormgeving>

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ ROLLEN/ ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	grote publiek
1. Gezichtsveld van design <sup>26</sup> (werkterrein)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uitgaan van de aantrekkingskracht van design zelf, design als dynamisch factor</li> <li>- identiteit van design</li> <li>- wisselwerking met de culturele sector</li> <li>- ontwerpers maken het verschil! (functionaliteit, duurzaamheid, aantrekkingskracht: zowel materieel als immaterieel)</li> <li>- is de focus op design (moeilijk definieerbaar) of meer richting het 'ontwerpvlak' uitgaan?</li> <li>- design en het ontwerpvlak contextualiseren<sup>27</sup></li> <li>- design als evidentie, als alledaagsheid, als maatschappelijke realiteit</li> <li>- hoe omgaan met diversiteit van de doelgroep?</li> <li>- Instrument/drive voor innovatie</li> <li>- design als 'enabler', als katalysator</li> <li>- impact van design in het publieke domein</li> <li>- relatie design-burger</li>   <li>- design als instrument tot transformatie (design thinking<sup>28</sup>)</li> <li>- design voor maatschappelijke waarde, speler in processen van verandering en vooruitgang</li> <li>- de instrumentele waarde van design: toepassing van designprincipes en – methodieken in andere domeinen</li> <li>- long-term design capabilities</li> <li>- generating intellectual capital</li> <li>- research and knowledge transfer</li>   <li>- synergie tussen ecologie en natuur</li> <li>- duurzaamheid: design staat voor een kwalitatieve en dus per definitie voor een duurzame aanpak (+ circulaire economie, ecologie, verantwoord consumeren enz.)</li> <li>- 'waardecreatie door design'<sup>29</sup>: kwaliteit en goed ontwerp in goederen en diensten</li> <li>- understanding user needs (implementing attitude voorbij R&amp;D perspectief van economisch groei<sup>30</sup>)</li>   <li>- economie (verhoog van vraag naar design in het ecosysteem van de economie)</li> <li>- design als kerncompetentie in bedrijfsvoering</li> </ul>			

<sup>26</sup> Design is essentieel in het creëren van welvaart en welzijn, in het creëren van een dynamische en warme samenleving die gestoeld is op een performant en innovatief ondernemingsklimaat.

Design verbetert niet alleen de levenskwaliteit van individuen, maar speelt ook een rol in de transformatie van het industriële weefsel, in het functioneren van overheden en in het aanpakken van de grote maatschappelijke uitdagingen. Dat geldt in de eerste plaats in een globale context, maar ook de specifieke Vlaamse context biedt nog genoeg uitdagingen en opportuniteiten waarin design een wezenlijke bijdrage kan leveren. Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014.

<sup>27</sup> Design wordt almaar belangrijker en breder, focus van 'goed product' naar 'maatschappelijk welzijn'; dit leidt tot andere designvormen en -methodes (co-creatie enz.).

<sup>28</sup> 'Design thinking can play an important role in strengthening the public sector's capacity to be an intelligent customer as it involves bringing together different perspectives, including industry and users of a service or product, to understand needs. The use of design can deliver cost savings and improved efficiency in the delivery of public services and help to generate solutions to societal challenges.' UK Innovation and Research Strategy for Growth 2011-, p. 85 en DESIGN POLICY MONITOR 2012, p. 19.

<sup>29</sup> Naast productontwikkeling kunnen we design ook in verband brengen met innovatiecapaciteit, marketing, duurzaamheid, internationalisering, alternatieve businessmodellen, nieuwe productiemethodes, nieuwe consumptiepatronen, product-dienstcombinaties, enz. Deze invalshoeken kunnen aan 'waardecreatie door design' een radicaal nieuwe invulling geven. Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014.

<sup>30</sup> Zie ook *National Innovation Strategy for Sweden 2012-*, p. 10 en 34. DESIGN POLICY MONITOR 2012, p. 18.; SEE Platform policy booklet 6, 2013, p. 14: diensten, maatschappij en gebruiker moeten ook telkens in rekening worden gebracht.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organische networking door designstrategie</li> <li>- design strategie: products, services, social innovation</li> <li>- design vooral betekenisvol wanneer het deel uitmaakt van een lange reeks activiteiten (niet alleen vormgeving!)</li> </ul>
<p>2. Dekking van het designveld/ Positie binnen het cultuur-landschap (bovenbouw)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- holistisch want de impact van design is multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch)</li> <li>- Belangrijk: het ecosysteem is onderling afhankelijk van de onderdelen</li> <li>- interactie, afstemming</li> <li>- krachten bundelen in een netwerk van gespecialiseerde kennisinstanties (juridisch, financieel enz.) om een kritische massa te creëren</li> <li>- de verbindende rol: tégen versnippering en hokjesdenken (bijvoorbeeld door samenwerkingen)</li> <li>- het <b>ontwerpvak</b>: waar te positioneren (grote contexten: culturele en economische en wat met het onderwijs)?</li> <li>→ Hoe het probleem van apart opererende designsegmenten met elkaar verbinden, nl. cultuur-economie?</li> <li>- wat zijn de bepalende factoren uit het landschap (ook vanwege de financieringskanalen?)</li> <li>- centrum als belangenbehartiger van de designers, als officieuze vak- of beroepsfederatie? Van welke designers?</li> <li>- Sensibilisering richten naar andere/alle sectoren; het verhogen van de designappreciatie over de hele lijn, zowel bij onderwijs, designers, bedrijven, overheden, consumenten enz.: nodig voor positie binnen het landschap</li> </ul> <p>Specifiek voor Vlaanderen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- synergie tussen de drie-eenheid kabinet-departement-steunpunten/expertisenetwerken</li> </ul>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erkenning als topregio design<sup>31</sup> → werken aan image (design én regio)</li> <li>- cross overs met het artistieke landschap</li> <li>- economisch impact vergroten (het artistieke kan ook een economische impact hebben) (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar!)</li> <li>- het belang van designers voor een hedendaagse economie duidelijk maken<sup>32</sup>: design als professionele discipline, gewaardeerd, met verschillende carrière-opties en groeipaden</li> <li>- ook in de andere richting: design economisch relevant maken</li> <li>- informing national design policy</li> <li>- via design een rol spelen in het hervormen en behouden van een maakindustrie in Vlaanderen</li> </ul>

<sup>31</sup> Zie details hierover in *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014 Strategische doelstellingen 6.

<sup>32</sup> "A client's participation in a programme is only deemed to have been successful if there is a finished design project, or projects, on their way to being fully implemented. To do the right design project one needs the right designer so a design support programme has to have a transparent process for the matching of client to designer. All the programmes are independently evaluated." in *Building next generation design support programme's*, 2012, p. 5 over UK.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuchter discours hanteren</li> <li>- relatie met de burger via tastbare <i>touching points</i></li> <li>- Perceptie en invulling van ambachten opfrissen</li> <li>- Ontwerpvak presenteren als 'leefbaar' en ondersteunen als valabele beroepskeuze, nog meer: het <b>ontwerpvak</b> is onmisbaar in onze snel veranderende wereld (we zijn continu in transitie, met de pandemie nog meer dan vroeger)</li>   <li>- design als toegevoegde waarde (design als opportuniteit voor beter/humaner/ecologisch beleid)</li> <li>- design principes om public value te realiseren</li> <li>- design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen<sup>33</sup></li> <li>- design als 'enabler', als katalysator</li>   <li>- designer als zakelijk talent</li> <li>- designer als creatief talent</li> <li>- Designer beschouwen doorheen de loopbaan: starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.<sup>34</sup></li>   <li>- communicatiecampagne binnen de Vlaamse overheid die design introduceert in alle beleidsdomeinen, departementen en organisaties<sup>35</sup></li> <li>- Communiceren op maat van doelpubliek<sup>36</sup></li> <li>- Focus op design (welke?: traditionele design sector of/en innovatie) → gedurfde keuzes maken, bijvoorbeeld tussen design en kunstambachten of voor het nieuwe opkomen</li> <li>- Strategische niche zoeken: welke?</li> <li>- Meer focussen op het verhaal, het proces (productontwikkeling, procesgericht design, service design), de designattitude</li> <li>- identiteit concretiseren, promoten, marketen, vormgeven, vooral naar het buitenland toe</li> <li>- dingen lanceren en ondersteunen op cruciale momenten (opstart, prototypes, pilootprojecten); steun moet een 'noodzakelijke mogelijksvoorwaarde' worden (strategie)</li> </ul>
<p><b>2. Dimensies van designexpertise-centra</b></p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p><b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output), design- en kunst onderwijs</p> <p>Als <b>onderzoeksforum</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken) waar nieuwe tendensen en evoluties gescreend en doorgegeven worden, als <b>agent</b> (meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</p> <p><u>ACTIE</u><sup>37</sup>: verzamel gegevens en modellen, leid specialisten op, werk programma's uit voor design ondersteuning, zet in op kinderen, ijver voor design en voor het belang van multidisciplinariteit op school, werk samen met hoger onderwijs</p>

<sup>33</sup> Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014 Strategische doelstellingen 4.

<sup>34</sup> Dienstverlening afstemmen op verschillende types 'gebruikersprofielen' (afhankelijk van discipline, loopbaanfase, groeipotentieel enz.)

<sup>35</sup> Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014 Operationele doelstellingen 3.

<sup>36</sup> "zich herkennen in de boodschap": website, digitale nieuwsbrieven (thematisch of over actualiteit), sociale media (ondersteunen en aanjagen), vormberichten (thematisch of over actualiteit, PR...).

<sup>37</sup> "Bij het uittekenen van een volledige dienstverlening mikt DV op efficiëntie en effectiviteit via slim gecoördineerde acties gericht naar zo veel mogelijk doelgroepen tegelijkertijd, georganiseerd in samenwerking met een veelheid aan partners." *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014.

	<p><b>Informereren/aanjaagrol:</b> investeringen (privaat en publiek), ondersteuning, link met de wereld van de beeldende kunsten en het geheel van het ontwerpvak, interieur vormgeving, bedrijfswereld (immaterieel design), fabrieken van nieuwe materialen en technologie (energie en klimaat)</p> <p>Via <b>dialogo</b>, <b>zichtbaarheid verlenen via communicatie</b>, als <b>filter</b> in de informatiestroom (communicatie als kritische succesfactor)</p> <p><u>ACTIE:</u> maak een databank van specialisten en ontwerpers (headhunting), bedenkt subsidiekanalen, gebruik/benoem/integreer design(ers), zoek investeerders</p> <p><b>Promoten<sup>38</sup>/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness), professional design sector, andere design centra, culturele centra, bedrijven, fabrieken, associaties</p> <p>Als <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten, maar ook via <b>internationalisering</b> (België/Vlaanderen internationaal neerzetten als topregio voor design)</p> <p><u>ACTIE:</u> behandel best-practice voorbeelden, voer campagne, voer missie voor design</p> <p><b>Netwerken/netwerkrol:</b> professional design sector, andere design centra, culturele centra, associaties, kennisinstellingen, bedrijven, beleidsmakers, consumenten</p> <p>Als een <b>transparant 'venster'</b> dat zicht biedt op wat leeft en groeit: hier ook denken aan steeds bevestigen van eigen autoriteit en als onmisbare partner in de samenwerkingsverbanden</p> <p><u>ACTIE:</u> stimuleer samenwerking, integreer designers in de hele gamma van het netwerk</p> <p><b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zakelijke en artistieke vormen, naar designers, bedrijven en organisaties, inhoudelijk en financieel</p> <p>De <b>facilitator is ook moderator en inspirator</b> (uitstraling van professioneel, ambitieus en inspirerend) die zorgt voor een grotere <b>impact<sup>39</sup></b> via inbedding in de huidige maatschappelijke context (wat wordt veranderd?)</p> <p><u>ACTIE:</u> begeleiding van diverse kanalen om te implementeren, installeer ondersteuningsprogramma's (support programma's)</p> <p>OPGELET! Geen aparte afdelingen creëren, wel structuren die dwarsverbanden ondersteunen en stimuleren<sup>40</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- design <b>promotie</b> (initiatieven, awards, tentoonstellingen, studiedagen, festivals)<sup>41</sup></li> <li>- design <b>beleid</b> (policy, regering of de EU)<sup>42</sup></li> <li>- top-down of bottom-up<sup>43</sup> aanpak?</li> </ul>
--	--

<sup>38</sup> "Design promotion is important for raising awareness and understanding for what design can achieve among different audiences and should be a key element of design policy instruments." DESIGN POLICY MONITOR 2012, p 30.

<sup>39</sup> "The Danish Design Centre, Design Flanders, Centre for Design Innovation and Castle Cieszyn provide subsidies for companies to invest in design. All but two design centres provide mentoring for designers. This is demonstrative of a shift in the role of design centres away from their usual activities of training designers and promoting design internationally toward more targeted design support and political engagement. For example, the Design Council assisted three times as many public officials than enterprises". in DESIGN POLICY MONITOR 2012, p 33.

<sup>40</sup> Bevindingen BNO 2014-2016.

<sup>41</sup> Probleem van 'teaching the converted'. Dit soort activiteiten veronderstellen bewustzijn en begrip van design bij bedrijven en individuen. Belanghebbenden op design moeten daarom innovatiever zijn in het bereiken van nieuwe doelgroepen en de publieke sector. in DESIGN POLICY MONITOR 2015, p. 17.

<sup>42</sup> Expliciet beleid voor design verwijst naar landen waar design officieel in het nationale beleid is geïntegreerd (dit kan innovatiebeleid zijn, strategieën voor slimme specialisatie, andere beleidsterreinen of zelfs een specifiek designbeleid), terwijl een stilzwijgend (tacit) designbeleid verwijst naar landen met door de overheid gefinancierde beleidsmechanismen voor design (dit kunnen ondersteuningsprogramma's voor design zijn, activiteiten ter bevordering van design of designcentra). België: geïntegreerd. DESIGN POLICY MONITOR 2015, p. 24.

<sup>43</sup> Bottom-up benadering: het beschouwt zijn doelpubliek als een waardevolle bron van kennis, als co-creator en als partner. Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014 .



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Via bottom-up of peer-to-peer-communicatie</u>: actuele inzichten op pijn houden door <u>de sector regelmatig te bevragen</u> over de volgende thema's (best ondersteund door tools via de website): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Passende beroepsopleidingen</li> <li>- Welke zakelijk of juridisch advies nodig, constructieve wet- en regelgeving</li> <li>- Relevante ontwikkelingen</li> <li>- Waar nood aan meer vertegenwoordiging (ook bvb. bij opdrachtmogelijkheden)</li> <li>- Optimale relatie tussen onderzoek en praktijk</li> <li>- Hoe de relevantie van design beter aan te tonen</li> <li>- Hoe de link met de samenleving vergroten</li> </ul> </li> <li>- zelf service design toepassen in de dienstverlening; zelf het goede voorbeeld geven in designimplementatie</li> <li>- strategische doelstellingen (professionaliseren en ondersteunen van designers; promoten van design als hefboom voor transformatie en waardecreatie; promotie van design)<sup>44</sup></li> <li>- design verankeren</li> <li>- adviseren aan de regering?<sup>45</sup></li> <li>- adviseren bedrijven? (via Design Support Blueprint)<sup>46</sup></li> <li>- wat zijn de strategische belangen?</li> </ul>
<p><b>3. Betrekking tussen</b>  - designspelers  - de overheid  - de onderwijsinstellingen    (netwerken)</p>	<p>NETWERKEN ALGEMEEN → wie zijn de 'design agents' (design spelers)?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nood aan verbondenheid</li> <li>- positie van design in de context van de creatieve industrie</li> <li>- nood aan een dynamisch design ecosysteem (naast de designer ook burger, publieke sector, bedrijven, onderwijsinstellingen)</li> <li>- doorstroming informatie en interactie tussen entiteiten (dichtbij en ver)<sup>47</sup></li> <li>- samenwerkingsverbanden op te stellen op basis van gemene delers → meer impact</li> <li>- betrekkingen tussen design centra, associaties, clusters en netwerken <b>die een link vormen</b> tussen de regering, de bedrijven, de design sector, de academische wereld en andere actoren</li> <li>- sluiten van samenwerkingsprotocollen, raamcontracten en andere formele of informele afspraken met partners</li> <li>- klankbord vormen</li> <li>- klanten betrekken als co-creators van activiteiten; input crowd sourcen</li> <li>- belanghebbenden betrekken in het vormgeven van de dienstverlening van het centrum</li> <li>- Kruisbestuivende contactmomenten mét inhoud en ervaringsuitwisseling (inspirerende getuigenissen, speeddates, virtueel platform, enz.)</li> <li>- motivatie voor een sterkere link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie: sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen<sup>48</sup></li> <li>- Als de samenleving voldoende investeert in een aantal basale voorwaarden voor onderwijs, regelgeving, onderzoek en innovatie, zal ze – in termen van functionaliteit, duurzaamheid en uiterlijke aantrekkingskracht – profiteren van het ongekende verschil dat ontwerpers kunnen maken. Op hun beurt moeten ontwerpers gevoelig zijn voor de</li> </ul>

<sup>44</sup> Met telkens de erbij horende operationele doelstellingen. Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014.

<sup>45</sup> Zie bvb. aanbevelingen in SEE Platform policy booklet 6, 2013, p. 3.

<sup>46</sup> SEE Platform policy booklet 6, 2013, p. 4-5.

<sup>47</sup> Bovenbouw cultuur, p. 15.

<sup>48</sup> 2012, Danish national innovation strategy; Design to Improve Life®; 'Danish Action Plan for the Creative Industries and Design', February 2013 in DESIGN POLICY MONITOR 2012, p 16.

	<p> sociaal-maatschappelijke issues, aan invloed winnen in beslistrajecten en goed kunnen netwerken en samenwerken.<sup>49</sup></p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- positie eerste aanspreekpunt omtrent design tegenover de overheid</li> <li>- samenwerking met OVAM en andere organisaties/maatschappijen die openstaan voor een relatie tussen design en duurzaamheid</li> <li>- samenwerking en tweerichtingsverkeer in een dynamische relatie</li> <li>- Actieve matchmaking</li> <li>- Rol van Designplatform Vlaanderen?</li> </ul> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- partnerschap met het Departement (purpose-hiërarchie van financiering)<sup>50</sup></li> <li>- synergie tussen de drie-eenheid kabinet-departement-steunpunten/expertisenetwerken</li> <li>- intensieve samenwerking met het Agentschap Ondernemen en ???</li> <li>- Overheid kan kader creëren om designcross-overs en maatschappijbrede participatie mogelijk te maken</li> <li>- Rol van overheidsorganisatie uitbuiten door invloed te laten wegen op beleidsniveaus en in netwerken waar anderen geen toegang toe hebben</li> <li>- design action plan te ontwikkelen?</li> <li>- samenwerken met de regering voor design ondersteuningsprogramma's?</li> </ul> <p>ONDERWIJS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relatie designorganisaties-onderwijs herdenken<sup>51</sup></li> <li>- welke Vlaamse designorganisaties houden zich bezig met onderwijs?</li> <li>- Investeren in onderwijs is investeren in de toekomst, in je latere potentiële publiek</li> <li>- design introduceren in het lager onderwijs/middelbaar (integratie van multidisciplinair onderwijs, niet uitsluitend voor individuen die designers willen worden)</li> <li>- gericht onderzoek doen ter ondersteuning van het vakgebied</li> <li>- verspreiden van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving</li> <li>- ondersteuning en verspreiding zien als cruciale aspecten van het ontwerpsysteem<sup>52</sup></li> <li>- meer en beter communiceren naar scholen en aanbod op elkaar afstemmen</li> <li>- link tussen afgestudeerden en de markt (helpen de weg te vinden maar ook omgekeerd via de Alumni)</li> <li>- ontwerpvak presenteren als 'leefbaar' en ondersteunen als valabele beroepskeuze</li> <li>- onderzoeksprogramma's initiëren die dan in samenspraak met andere actoren worden uitgewerkt/opgevolgd/geïmplementeerd</li> </ul>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Welke designspelers, welk platform?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>actoren</b> zijn ontwerpers, bedrijven, organisaties, grote publiek</li> <li>- dynamisch design ecosysteem (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten)</li> <li>- BELANGRIJK! actoren zijn ook het onderwijs, de regelgeving, het onderzoek en innovatie</li> </ul>

<sup>49</sup> BNO Beleidsplan 2014-2016, p. 3.

<sup>50</sup> Bovenbouw cultuur, p. 13 (met meer uitleg) en p. 16.

<sup>51</sup> Investeren in onderwijs is investeren in de toekomst, in je latere potentiële publiek; Meer en beter communiceren naar scholen en aanbod op elkaar afstemmen; link zijn tussen afgestudeerden en de markt en ze op weg helpen. DESIGN POLICY MONITOR, 2015, p. 21.

<sup>52</sup> DESIGN POLICY MONITOR 2012, p. 39.

- **design actoren, de 'design agents'** (design spelers): design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de design sector en de academische wereld<sup>53</sup>
- design **sector** (creatieve industrie, hierin design een significant sub-sector)<sup>54</sup>
- design **onderwijs en onderzoek** (hoger onderwijs)/design onderzoek (research instituten en kennis uitwisseling)<sup>55</sup>
- actoren van **productontwikkeling** (traditionele al dan niet ambachtelijke productie, ondernemingen zoals de meubelindustrie, en kleine bedrijven die technologie ontwikkelen)
- actoren van design voor social innovation
- **design users** (voor innovatie)
- kleine en middelgrote ondernemingen
- productie bedrijven
- dienstverlenende bedrijven
- ontwerpstudio's
- freelance ontwerpers
- ondersteunende structuren in de ontwerpsector (beroepsverenigingen en ontwikkelingscentra)
- de publieke sector als klanten
- lokale overheden en verenigingen zonder winstoogmerk

#### Waarom?

- steeds meer ontwerpogaven vereisen een cross-sectorale benadering en een multidisciplinaire vertaling (bv. technologische ontwikkelingen: mogelijkheden maar ook een eis van actualisering, nieuwe vaardigheden en apparatuur)
- steeds meer hybride beroepspraktijken
- omgevingsbewustzijn en flexibiliteit zijn belangrijker dan ooit
- samenwerking gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum (resultaat gaat doortastender zijn)
- cohesie van het designsector bevorderen (dynamisch)
- uitbouwen/verdichten van netwerken in het Vlaamse designlandschap in interactie met de doelgroepen<sup>56</sup>!!!
- te veel events in het algemeen: uitdaging schuilt in beperking, precieze keuzes en verdeling belangrijk
- gericht trainingen, steeds opnieuw bijscholingen nodig
- samenwerking, interactie, afstemming
- dynamisch design ecosysteem (burger, publieke sector, bedrijven)
- uitwisseling en loyaliteit bevorderen

<sup>53</sup> Actief op nationaal, regionale en lokale niveaus. Ontwerpcentra richten zich steeds meer op het vergroten van de vraag naar design in zowel de particuliere als in de openbare sector en lijken zich te verwijderen van hun traditionele taak, namelijk het bijscholen van ontwerpers. Ook de financieringsstructuren van designcentra zijn aan het veranderen. Terwijl in het verleden ontwerpcentra bijna volledig afhankelijk waren van overheidsfinanciering van een enkel overheidsdepartement, werken zij steeds meer samen met departementen, maar krijgen ook toegang tot steun van de particuliere sector, de Europese Unie en innovatiebureaus. Design actoren zijn een belangrijk kanaal in de beleidsfeedback-loop tussen de begunstigen van het beleid en het netwerk van uitvoeringsorganen. DESIGN POLICY MONITOR, 2015 p. 18.

<sup>54</sup> Behoefte om kwaliteit te verzekeren in de professionele creatieve dienstensector; het bevorderen van de permanente professionele ontwikkeling van de ontwerpsector is een cruciaal onderdeel van de innovation ecosysteem DESIGN POLICY MONITOR, 2015, p. 20.

<sup>55</sup> Designonderwijs is van cruciaal belang: aanbod van kwalitatief hoogwaardige ontwerpers vanaf de lagere en middelbare school tot het master- en doctoraatsniveau. Designonderwijs hoeft niet beperkt te blijven tot individuen, een doeltreffende manier om de vraag naar design in de start-up te stimuleren is studenten in bedrijfskunde, ondernemerschap en management aan te moedigen modules te volgen. Ontwerpend onderzoek en uitwisseling van kennis tussen de academische wereld en omgekeerd, de ervaring van het bedrijfsleven gebruiken om de academische wereld te informeren. Nieuw design syllabi, binnen kunstonderwijs design voorstellen als een interdisciplinair concept DESIGN POLICY MONITOR, 2015, p. 21.

<sup>56</sup> Zie meer in detail in *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014 Strategische doelstelling 5.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rol Designplatform?</li> <li>- belanghebbenden betrekken in het vormgeven van de dienstverlening van de centrum</li> <li>- Zo veel mogelijk activiteiten aan elkaar koppelen; 1 verhaal vertellen dat verschillende manifestaties (tentoonstelling, tekst, workshop enz.) kent; activiteiten vroeger communiceren en afstemmen op scholen, partneractiviteiten enz. (impact wordt groter)</li> <li>- Minder zelf doen, meer 'verbindende' rol spelen in een netwerk van partners: actief afstemmen</li> <li>- Sfeer van de dialoog uitbouwen en een netwerk van designspelers creëren</li> <li>- Dialoog over praktijken</li> <li>- overeenstemming in zaken zoals adequate regelgeving, opdrachtgeverschap, pitches, aanbestedingen, auteursrechtenkwesties</li> <li>- contributie-retributie actualiseren</li> </ul>
<p><b>5. Actoren en hun financiering</b>  (ondersteunen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>design leadership</b> zelf toepassen (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>57</sup>)</li> <li>- 'explicit en/of 'tacit' design policy<sup>58</sup></li> <li>- funding (budget om uit te delen, publiek, privaat)</li> <li>- het onderwijs, de regelgeving, het onderzoek en innovatie: investeringen zijn dus ook hier belangrijk richting design</li> <li>- design <b>ondersteuning</b> (mentoring door programma's via private en publieke sector, combinatie van kort, lang, groot en klein)</li> <li>- de designers zelf/design gebruiker (privaat-publiek sector)</li> <li>- design <b>funding</b> (EU<sup>59</sup>, nationaal)<sup>60</sup></li> <li>- ondersteuningsinstrumenten voor designers zoals subsidies<sup>61</sup></li> <li>- nieuwe investeringen (bedrijven kunnen subsidies ontvangen voor het implementeren van design strategieën)</li> <li>- bekostigen website, digitale nieuwsbrieven, sociale media, vormberichten, PR</li> <li>- Efficiënt inzetten van gemeenschapsmiddelen: ontwikkelen van instrumenten die voor een expertisecentrum kleine investering zijn (fotografie, modelcontracten enz.), maar grote kost voor individuele ontwerpers</li> <li>- financiële steun en presentatieplatformen aanbieden als aanvulling</li> </ul>
<p><b>6. Verantwoordelijkheden</b></p>	<p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>beeldvorming</b> in het algemeen</li> <li>- informatieverstrekking: zakelijk-(artistiek)inhoudelijk<sup>62</sup></li> <li>- informatieverstrekking omtrent de meerwaarde en de mogelijkheden van design en design thinking in de aanpak van grote maatschappelijke uitdagingen</li> </ul>

<sup>57</sup> in *Building next generation design support programme's*, 2012, p. 8-11.

<sup>58</sup> "The European design policy landscape is more complex than the picture for design centres, design promotion and design support. Design policies can be explicit (design is included in policy or strategy documents as a priority for innovation or the creative industries) or tacit (design policy instruments exist such as design support programmes or tax incentive schemes but design is not explicitly included as a priority in government strategy). DESIGN POLICY MONITOR, 2012, p. 16.

<sup>59</sup> SEE Design Support Programs in Europe (verschillende gepubliceerde voorbeelden zoals *Policy Booklet 6*: hierin wordt bvb. het 'SME Wallet' programma van Vlaanderen uit 2013 expliciet vermeld als *best practice*).

<sup>60</sup> Design wordt vaak vergeten bij het beleid en moet daarom actief nagestreefd worden DESIGN POLICY MONITOR, 2015, p. 22.

<sup>61</sup> Verhalen brengen over gerealiseerde, gesubsidieerde projecten; Flexibeler optreden (vb.: geen KBO-verplichting); Opening naar het terrein van de beeldende kunsten; Courante types aanvragen uit het subsidiesysteem halen en zonder dossier afhandelen (onvoorwaardelijke goedkeuring voor bepaalde kosten zoals fotografie enz.)

<sup>62</sup> "In de informatieverstrekking kunnen we een onderscheid maken tussen de zakelijke en inhoudelijke kant van het ontwerpvlak. Algemene thema's als ondernemerschap, internationalisering en leiderschap komen dus evengoed aan bod als meer inhoudelijke onderwerpen die specifiek zijn voor het expertisedomein 'design', zoals nieuwe ontwikkelingen, trends en methodes. DV doet dit vanuit een internationale context. Het is bijvoorbeeld niet ondenkbaar dat een deel van de relevante expertise en coaching ingekocht moet worden bij externe partijen in het buitenland.

Op financieel vlak streeft DV naar een kleinschalig maar efficiënt en effectief subsidie-apparaat dat op cruciale momenten de nodige stimulansen kan leveren."

Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014 zie ook nog operationele doelstellingen 1.1. – 1.5.

(informereren, promoten)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- verschillende doelgroepen bewuster maken van en inzicht verschaffen in design (sensibilisering of doorverwijzen naar <i>design managers</i>)</li> <li>- informatieverstrekking die aanzet tot 'meer' en tot verdere actie (// inspiratie)<sup>63</sup></li> <li>- Sensibilisering moet zich richten naar andere sectoren; het verhogen van de designappreciatie moet over de hele lijn gebeuren, zowel bij onderwijs, designers, bedrijven, overheden, consumenten enz.<sup>64</sup></li> <li>- Sensibiliseren over correcte consumptie</li> <li>- Sensibilisering via specifieke aandacht naar de omstandigheden waaronder ontwerpers en bureaus werken en dit ook uit te dragen</li> <li>- sensibiliseren over gemengde loopbanen</li> <li>- impuls geven voor designimplementatie<sup>65</sup></li> <li>- sensibiliseren over schottenloos werken</li> <li>- sensibiliseren over opdrachtgeverschap</li> <li>- activiteiten en hun inhoud op de voorgrond plaatsen</li> <li>- Organisatie van congressen en pilootprojecten voor bepaalde subvelden en over bepaalde te stimuleren thema's</li> <li>- Loket (aanspreekpunt voor eerstelijnsadvies, specialistisch advies of doorverwijzing)</li> <li>- media dekking over design issues (doeltreffend, concreet, praktische voorbeelden, op maat van doelpubliek)</li> <li>- communiceren op maat van doelpubliek</li> <li>- (welke) attitude tegenover design uitdragen</li> <li>- gebaseerd op noden van designers een eigen aanbod van informatieverstrekking<sup>66</sup></li> <li>- steun voor design incubators (investeringen in kennis)</li> </ul> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ontwikkelen van een promotionele strategie voor Vlaams design<sup>67</sup></li> <li>- Promotie van designers bij buitenlandse bedrijven (doet geen enkele andere organisatie)</li> <li>- opening naar internationale contacten</li> <li>- opening naar beeldende kunstenaars (het ontwerpvak als geheel)</li> <li>- internationaliseren ook als 'emanciperen', als een manier om Vlaamse designers onder de kerktoeren uit te halen</li> <li>- publiekswerking</li> <li>- Lauweren, contextualiseren en in de kijker zetten van kwalitatief Vlaams design<sup>68</sup></li> <li>- design awards<sup>69</sup>, tijdschrift<sup>70</sup>, labels, tv-programma, collectie</li> <li>- eigenheden van design duidelijk maken, design promotie via awareness en understanding design<sup>71</sup> (hierbij gebruik maken van ambassadeurs uit het netwerk)</li> </ul>
--------------------------	--

<sup>63</sup> Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014.

<sup>64</sup> Sensibiliseren is aantonen van de meerwaarde en noodzaak van design bij een groot publiek en dit kan alleen door design in zijn context te plaatsen, door 'verhalen' te vertellen.

<sup>65</sup> Let wel, het gaat hier niet om dichte begeleiding; of coaching van bedrijven, wel om het geven van noodzakelijke impulsen zodat allerlei bedrijven (en vooral die uit de maakindustrie) de volgende stap in designimplementatie kunnen zetten, vooral die cruciale eerste stap van 'geen design' naar 'design als project'. Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014 Zie nog Operationele doelstelling 2.3.

<sup>66</sup> De informatieverstrekking kan allerlei vormen aannemen: studies, cases, lezingen, toegepaste onderzoeken, opleidingen, coachingtrajecten, artikels, adviezen, workshops, publicaties, websites enz. Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014.

<sup>67</sup> Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014 operationele doelstellingen 6.1. en 6.2.

<sup>68</sup> Ibidem.

<sup>69</sup> Promotie en aandacht (via HVDV Awards, in tentoonstellingen, enz.) moet structureler en langduriger.

<sup>70</sup> Fris, experimenteel in de vorm; kan ook andere vormen aannemen (vb.: aankopen mediaruimte).

<sup>71</sup> "Onder 'promotie' verstaan we het onder de aandacht brengen van goed design. Dit gebeurt bij voorkeur op strategische wijze, via kortlopende en doelgerichte communicatiecampagnes". Waarden van design: *inclusief, collaboratief, innovatief, gebruikersgericht, resultaatgericht, inspirerend* (definities in document) Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014.

Naar een breed publiek de waarde van design aantonen. Dat kan alleen als het ook een podium geeft aan het werk van individuele designers en studio's. Designers kunnen op hun beurt profiteren van dergelijke publiciteit om nieuwe klanten en potentiële opdrachtgevers te overtuigen. Uit *Nieuwe Strategie Design Vlaanderen*, 2014 Zie nog: Strategische doelstellingen 2 en 3.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- events (waarin actuele thema's aan bod komen)</li> <li>- selecties/beurzen<sup>72</sup></li> <li>- doorverwijsfunctie</li> <li>- inzetten op trends<sup>73</sup></li> <li>- meer 'sterren' (vedettes) naar voren schuiven</li> </ul>
<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b></p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p>Andere vormen van ondersteuning naast subsidies</p> <p><b>AAN DE DESIGNER</b></p> <p>Praktijkondersteuning</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ondersteunen in professionalisering (efficiënter of gemakkelijker kunnen werken)</li> <li>- steunpunttaken (algemeen), vakmatige en zakelijke ondersteuning</li> <li>- Opvolgen van sectorgebonden trends en innovaties</li> <li>- Doorverwijzing naar relevante subsidiestromen en ondersteunen bij opstellen dossiers</li> <li>- Feedback op positionering en ontwikkeling</li> </ul> <p>Aanspreekpunt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Regisseur voor de versnipperde regionale werking</li> <li>- Regisseur voor transdisciplinair samenwerking over verschillende beleidsdomeinen heen</li> <li>- Aanspreekpunt voor andere organisaties die middels vormgeving hun doelstellingen willen versterken: OVAM, ESF, lokale besturen, etc.</li> </ul> <p>Functie Ontwikkeling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voorzien van residentieplekken en werkplaatsen voor vormgeving</li> <li>- Doorgroeitrajecten voor doorstartende ontwerpers</li> <li>- Financiële steun voor ontwikkelings- en experimenteertijd</li> <li>- Mogelijkheden bieden voor levenslang leren</li> <li>- Kleine toelagen voor promotie van eigen praktijk</li> </ul> <p>Functie Presentatie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meer toonplekken voor design, zeker voor de immateriële, grafische en ruimtelijke disciplines</li> <li>- Ondersteuning en stimulering van internationaal tentoonstellen</li> <li>- Ondersteuning qua deelname beurzen</li> </ul> <p>Functie Reflectie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ontwikkeling van een groep designcritici</li> <li>- Faciliteren van een publicatieplaats voor designkritiek</li> </ul> <p><b>AAN BELEIDSMAKERS</b></p> <p>Praktijkontwikkeling</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Permanente veldanalyse</li> <li>- Beleidsadvies aan de overheid</li> <li>- Ontwikkelen van kennis en discours over het veld</li> <li>- Subsidiestromen en beoordelingsprocedures op maat van de designsector</li> <li>- designondersteuning van beleidsmakers tot producenten, van kennisinstellingen tot consumenten</li> <li>- ondersteuning aan de Regering door op elkaar leggen van ambitie en implementatie</li> </ul>

<sup>72</sup> Selecties voorstellen als een kans, als een aanleiding om hun werk voor te stellen en feedback te krijgen; Selecties communicatief uitspelen als kwaliteitslabel op zich; Mogelijkheid van 'buiten categorie' voorzien; Alternatieve presentatievormen toelaten (vb.: visuele presentatie met mondelinge toelichting); Mogelijkheid om als studio of team erkend te worden benadrukken; Meer formele criteria i.p.v. kwalitatieve (cf. BAM); Actieve talentscouting i.p.v. wachten tot designtalent zich aanbiedt; Zoeken naar nieuwe, alternatieve beurzen.

<sup>73</sup> "More governments will develop specialised design support programmes. Design promotion will be treated as a strategic investment. Design will be used by civil servants and politicians for policy development.", Whicher 259.

"Design will be integrated into mainstream innovation financing mechanisms. Design research will intensify efforts to evidence the value of design. Designers will become policy-makers, and policy-makers will become designers." Whicher 260.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- helpen ontwikkelen design support programma's (product design, service design)<sup>74</sup></li> <li>- gebaseerd op noden van designers diverse vormen van ondersteuning</li> <li>- ondersteuning van het gebruik van design in beleidsvoering/-voorbereiding</li> <li>- ondersteuning van design in de transformatie van de publieke sector</li> <li>- creëren van werkgelegenheid</li> <li>- verbetering van het aanbod van en/of de vraag naar deskundigheid/deskundigen op het gebied van vormgeving</li> <li>- intellectuele eigendom (her)definiëren</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ondersteuning bieden voor zowel naar de vraag als naar het aanbod van deskundigheid op ontwerpgebied</li> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken<sup>75</sup> (als beleidsinstrument bij ondernemingen en in de overheidssector, allerhande programma's met korte, intensieve projecten maar ook met actieve, langdurige begeleiding, bv. de Danish Design Ladder<sup>76</sup>)</li> <li>- ondersteuning aan bedrijven voor het opmaken van een subsidiedossier design management expertise (EU funds zoals SME Wallet Flanders)</li> <li>- Actief op zoek gaan naar innovatieve en risiconemende bedrijven om daar opportuniteiten te detecteren voor designingrepen en hen te wijzen op het aanwezige Vlaamse designpotentieel</li> <li>- <i>design management</i> voor strategisch beheer</li> <li>- <i>design leadership</i> voor visie, innovatie en transformatie</li> <li>- ondersteuning bieden omtrent presentatieplatformen en toonmomenten, als organisator, als makelaar; in de eigen ruimtes, elders</li> <li>- opleidingen, adviezen, enz.</li> <li>- actief op zoek gaan naar innovatieve en risiconemende bedrijven om daar opportuniteiten te detecteren voor designingrepen en hen te wijzen op het aanwezige Vlaamse designpotentieel</li> <li>- via design een rol spelen in het hervormen en behouden van een maakindustrie in Vlaanderen</li> <li>- design economisch relevant maken</li> <li>- mobiliteit bevorderen</li> <li>- brain drain tegenhouden</li> <li>- belangenbehartiging<sup>77</sup></li> </ul>
<b>8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices<sup>78</sup></b>	
<b>9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen</b>	

<sup>74</sup> Meer details hierover onder *Changing Attitudes towards the Application of Design* in SEE Platform policy booklet 6, 2013, p. 12-13.

<sup>75</sup> Zie vb. Wales: 'Service Strategy Programme', 'Service Design for Designers', 'Service Essentials' zie meer in *Building next generation design support programme's*, 2012, p. 4. Hier nog meer interessante voorbeelden, ook samenwerkingsverbanden tussen bedrijven met zakelijke expertise en designers.

<sup>76</sup> in *Building next generation design support programme's*, 2012, p.5. Denmark.

<sup>77</sup> *Bovenbouw cultuur*, p. 19: geen rol voor een expertisenetwerk.

<sup>78</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur. in *Building next generation design support programme's*, 2012, p. 6.

10. Mogelijke valkuilen

Pandemie

Als we bij wijze van controle deze gegevens even vergelijken met de in het document *Veldverkenning vormgeving* uit 2019 geformuleerde hiaten in het ecosysteem in Vlaanderen, komen we tot de constatactie dat er van de tien genoemde pijnpunten negen aanwezig zijn. Dit zijn:

1. Praktijkondersteuning
2. Praktijkontwikkeling
3. Publiekswerking, beeldvorming en promotie
4. Netwerking en platform
5. Aanspreekpunt
6. Functie Ontwikkeling
7. Functie Presentatie
8. Functie Reflectie
9. Financiële ondersteuning

Het laatste, tiende pijnpunt, namelijk het archiefzorg is hier niet van toepassing<sup>79</sup> en vormt dus geen probleem. Hier het volledige overzicht van de hiaten in het ecosysteem Vlaanderen:

2.11.3 Hiaten in het ecosysteem (Veldverkenning vormgeving 2019)	
1 – Praktijkondersteuning OK	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opvolgen van sector-gebonden trends en innovaties</li> <li>- Doorverwijzing naar relevante subsidiestromen en ondersteunen bij opstellen dossiers</li> <li>- Feedback op positionering en ontwikkeling</li> </ul>
2 – Praktijkontwikkeling OK	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permanente veldanalyse</li> <li>- Beleidsadvies aan de overheid</li> <li>- Ontwikkelen van kennis en discours over het veld</li> </ul>
3 - Publiekswerking, beeldvorming en promotie OK	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibiliseren over: 1. eigenheden van design 2. gemengde loopbanen 3. schottenloos werken 4. opdrachtgeverschap 5. correcte consumptie</li> <li>- Organisatie van congressen en pilotprojecten voor bepaalde subvelden en over bepaalde te stimuleren thema's</li> </ul>
4 - Netwerking en platform OK	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Netwerking tussen designers peer-to-peer</li> <li>- Netwerking van designers en opdrachtgevers</li> <li>- Actieve matchmaking</li> <li>- Samenwerkingen stimuleren tussen relevante partners</li> </ul>
5 – Aanspreekpunt OK	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Regisseur voor de versnipperde regionale werking</li> <li>- Regisseur voor transdisciplinair samenwerking over verschillende beleidsdomeinen heen</li> <li>- Aanspreekpunt voor andere organisaties die middels vormgeving hun doelstellingen willen versterken: OVAM, ESF, lokale besturen, etc.</li> </ul>
6 - Functie Ontwikkeling OK	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Voorzien van residentieplekken en werkplaatsen voor vormgeving</li> <li>- Doorgroeittrajecten voor doorstartende ontwerpers</li> </ul>

<sup>79</sup> Het moet wel vermeld dat er wel uitzonderingen zijn waarbij een design centrum ook de rol van archief op zich neemt zoals in Finland waar Design Forum Finland herbergt ook het archief van de Finse Vereniging van Ambachten en Design. Het is een uitgebreid en gevarieerd totaalarchief van de Finse design- en kunstindustrie.



7 - Functie Presentatie OK	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meer toonplekken voor design, zeker voor de immateriële, grafische en ruimtelijke disciplines</li> <li>- Ondersteuning en stimulering van internationaal tentoonstellen</li> </ul>
8 - Functie Reflectie OK	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ontwikkeling van een groep designcritici</li> <li>- Faciliteren van een publicatieplaats voor designkritiek</li> </ul>
9 - Financiële ondersteuning OK	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ontwikkelings- en experimenteertijd</li> <li>- Mogelijkheden bieden tot levenslang leren</li> <li>- Ondersteuning qua deelname beurzen</li> <li>- Kleine toelagen voor promotie van designers</li> <li>- Subsidiestromen en beoordelingsprocedures op maat van de designsector</li> </ul>
10 – Archiefzorg Niet van toepassing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bijhouden en documenteren ontwikkelingen sector</li> <li>- Ontsluiting huidige collecties</li> <li>- Dienstverlening aan designers die willen archiveren</li> </ul>

## II.4. Ecosysteem Expertisecentrum Design: het werkinstrument

Gebaseerd op het ecosysteem van een imaginair expertisecentrum design onder punt I.1.2 werd een afgeslankte versie opgesteld die dient als werkinstrument voor de gegevensverwerking. Om een hanteerbaar werkmiddel te creëren werden alleen de meest relevante vragen behouden. Hierbij werd per onderdeel een algemene vraag geformuleerd voor meer duiding. De scheiding tussen achtergrond en vertrekpunt en de meer praktische organisatie van een centrum of instituut werd behouden. Het is vanzelfsprekend dat geen enkele organisatie kan beantwoorden aan al die uitdagingen tegelijkertijd. Bij de analyse van de gekozen organisaties zal dit instrument juist duidelijk tonen waar de focus ligt en hoe de invulling van de opdracht gebeurt. Het instrument, dat de vorm kreeg van de onderstaande vragenlijst, bleek goed bruikbaar bij de fase van de dataverwerking en diende ook voor de voorbereiding van de diepte-interviews.

	DOELGROEPEN
<b>VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ ROLLEN/ ACTIES</b>	
<b>1. Gezichtsveld van design (werkterrein)</b>	<p>Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> <li>- Wat is het doelgroep dat het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul>
<b>2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)</b>	<p>Hoe positioneert het instituut/centrum zich binnen het hele cultuurlandschap?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is het instituut/centrum ingebed in een groter geheel?</li> <li>- Is er een onderlinge afhankelijk binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt het instituut/centrum een verbindende rol?</li> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul>
<b>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</b>	<p>Welke doelen stelt het instituut/centrum voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van het instituut/centrum?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt het instituut/centrum aan de imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> <li>- Wenst het instituut/centrum de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> <li>- Wenst het instituut/centrum het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer to peer-communicatie: actuele inzichten op pijl houden door de sector regelmatig te bevragen</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> <li>- Nuchter discours hanteren of juist vrij hard om sneller en een groter impact te hebben?</li> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p><b>2. Dimensies van designexpertise-centra</b></p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) Fungeert het design centrum/instelling <b>als onderzoeksforum en als agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie) ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen Hoe functioneert het design centrum/instelling <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen? ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) Is het design centrum/instelling <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten? ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen Als facilitator, moderator en inspirator voor een grotere impact ➔ Via welke ACTIE?</li> </ul>

<p><b>3. Betrekking tussen</b>  - de designspelers  - de overheid  - de onderwijsinstellingen</p> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (design spelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van het design centrum/instelling?</li> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met design spelers?</li> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert het design centrum/instelling als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>ONDERWIJS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert het design centrum/instelling onderzoek?</li> <li>- Coördineert het design centrum/instelling een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt het design centrum/instelling afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p><b>4. De relatie tussen designspelers onderling</b></p> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (design spelers) (design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de design sector en de academische wereld)?</li> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul>

<p><b>5. Actoren en hun financiering</b></p> <p>(ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt het design centrum/instelling de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fundigs en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> <li>- Past het design centrum/instelling zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>80</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul>
<p><b>6. Verantwoordelijkheden</b></p> <p>(informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt het design centrum/instelling de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk-(artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van het design centrum/instelling?</li> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet het design centrum/instelling aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul>
<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b></p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p>Welke ondersteuning biedt het design centrum/instelling anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> <li>- Treedt het design centrum/instelling op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft het design centrum/instelling een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroei-trajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt het design centrum/instelling mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit het design centrum/instelling aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> </ul>

<sup>80</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat het design centrum/instelling actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> <li>- Wordt <i>design management</i> voor strategisch beheer en <i>design leadership</i> voor visie, innovatie en transformatie gepromoot?</li> </ul>
8. Noodzakelijk in te voeren best/ next practices <sup>81</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>81</sup> "We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur." in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.

## II.5. De te onderzoeken organisaties

Doelgroep van het onderzoek zijn designexpertisecentra, -organisaties, en -steunpunten. De volgende zes landen die toonaangevend zijn in designbeleid – UK, Ierland, Denemarken, Nederland, Spanje en Oostenrijk – kwamen meer in detail aan bod en werden aangevuld met informatie over Noorwegen en Finland. Niet alleen designcentra maar ook ledenorganisaties werden bekeken. Ook een vooraanstaande organisatie zoals BEDA (the Bureau of European Design Associations) werd even onder de loep genomen. De meeste centra hebben een uitgebreide website met missieteksten, geschiedenis en activiteiten, en in vele gevallen ook jaarverslagen en toekomstplannen die te downloaden zijn. Dit resulteerde in een literatuur van naar schatting ca. 800 bladzijden.

De volgende organisaties werden geselecteerd in dit onderzoek om profielschetsen van te maken op basis van de beschikbare literatuur.

	Organisatie
1.UK	Design Council
2.UK	Chartered Society of Designers – CSD
3.UK	BIDA – British Industrial Design Association
4.IE	IDI – Institute of Designers in Ireland
5.IE	Design & Crafts Council Ireland – DCCI
6.DK	Danish Design Centre
7.DK	Design Denmark
8.DK	Danish Design Council
9.DK	DKoD – Deense Kunstambachtslui en Designers
10.NL	Crafts Council Nederland
11.NL	Stimuleringsfonds Creatieve Industrie
12.NL	Het Nieuwe Instituut
13.NL	BNO – Bond Nederlandse Ontwerpers
14.ES	Barcelona Design Centre en omgeving
15.ES	FAD – Bevordering van Kunst en Vormgeving
16.AT	Designaustria
17.AT	Designforum Wien
18.AT	Designforum Steiermark
19.AT	Designforum Tirol
20.AT	Designforum Vorarlberg
21.NO	DOGA – Design and Architecture Norway
22.FI	Design Forum Finland
23.EU	BEDA – The Bureau of European Design Associations

### III. Ontwikkeling – Actie: body of research

De tweede fase van de benchmarkstudie betreft het systematisch onderzoek van beleidsdocumenten naar content. Vanaf 1 maart tot 30 juni 2021 werden de tijdens de eerste fase verzamelde bronnen geanalyseerd en volgens de ontwikkelde methodologie verwerkt, om zo hun belang voor een toekomstige beleidsvorming zichtbaar en toegankelijk te maken. Parallel werden instituten, centra en ledenorganisaties geselecteerd die interessant leken voor een diepte-interview. Bij de selectie werden op de eerste plaats landen met een best-in-class reputatie wat betreft designbeleid geselecteerd: Denemarken, Nederland, UK, Spanje, Oostenrijk en Ierland, aangevuld met Finland. 12 instellingen werden gekozen, waarbij aandacht werd besteed aan diversiteit, zowel in grootte als in soort. Bij de 12 instellingen of organisaties werd eveneens het internationale, in Brussel gevestigde BEDA, the Bureau of European Design Associations, opgenomen omwille van hun contacten met alle opgenomen instellingen. De invitatie voor een diepte-interview verliep echter moeizaam. Uiteindelijk lieten de volgende zeven designcentra of designorganisaties zich interviewen:

1. Danish Design Centre
2. Design Denmark
3. Danish Design Council
4. Stimuleringsfonds Creatieve Industrie
5. Het Nieuwe Instituut
6. Design Council
7. Institute of Designers in Ireland

De volgende designorganisaties reageerden niet, ondanks herhaaldelijke herinneringen: Designaustria en Designforum Wien, Barcelona Design Centre en Design Forum Finland. Met BEDA heb ik wel kunnen contact opnemen maar het inplannen van een interview kon niet meer doorgaan omwille van tijdsgebrek van hun kant.

Alle gesprekken verliepen online. Semi-structured interviews werden voorbereid op basis van de resultaten van de analyse. Open en gesloten vragen (*face-to-face* en geen *tick-box* lijst) bood mogelijkheden voor meer uitleg en diepte. Deze aanpak bleek zeer vruchtbaar en leverde lange gesprekken op met een inhoud tot 20 bladzijden, die kon worden gebruikt voor meer duiding en inzicht bij de evaluatie.

De neerslag ervan is terug te vinden onder VII. Bijlage: werkinstrument – ingevulde vragenlijsten.



## IV. Evaluatie – Oplevering

In de maand juni 2021 werd de input van de desk-research en van de interviews verwerkt voor de belangrijkste zes landen, namelijk de Denemarken, Nederland, UK, Spanje, Oostenrijk en Ierland.

### IV.1. Denemarken

Denemarken is een van de belangrijkste Europese design landen en werd onder de loep genomen aan de hand van de volgende design instellingen:

1. Danish Design Centre met interview
2. Danish Design Council met interview
3. Design Denmark met interview
4. DKoD – Deense Kunstambachtslui en Designers

#### IV.1.1. Danish Design Centre: staatsinstelling voor innovatie door design

**Organisatie.** Het Danish Design Centre is een door de overheid opgericht onderdeel van de regering en wordt gedeeltelijk door de overheid gefinancierd met vast personeel in dienst. Het DDC telt 25 werknemers die in vijf strategische platforms of investeringsgebieden actief zijn, alle gericht op innovatie en groei voor Deense bedrijven en het scheppen van zo veel mogelijk werkgelegenheid via design. Overheden, instellingen, stichtingen en internationale organisaties financieren de projecten van DDC. Deze omvatten: het Ministerie van Ondernemingen, het Innovatiefonds, het Deense Industriefonds, Realdania en de Europese Commissie. Door de jaren heen vond een verschuiving plaats in de financiering: terwijl de inbreng van de regering in het verleden misschien 60-70% van de jaarlijkse begroting bedroeg, is het nu slechts 30%. De overheidsfinanciering wordt gezien als een soort startkapitaal voor het creëren van een grotere impact. Het is de basis van het DDC om de werking te ondersteunen en om personeel met verschillende vaardigheden o.a. op het gebied van financiën en communicatie te kunnen aannemen. Deze combinatie van financiering beoogt een grote mate van neutraliteit.

De vijf strategische platforms of investeringsgebieden van het DDC:

1. Production of the Future
2. Design Cities
3. Design Health
4. Design Dimensions (co-design)
5. Digital Futures

**Positie.** Het Deens Designcentrum behoort niet tot het cultuurlandschap maar is een overheidsbedrijf dat sorteert onder het ministerie van Economische Zaken. Het DDC en het Deens Instituut voor Mode hebben samen met het Ministerie van Economische Zaken de **Design Society** opgericht om een verenigde en doeltreffende nationale entiteit uit te bouwen die over de nodige kennis beschikt om op te treden als een gekwalificeerde innovator, programmabeheerder en adviseur voor de ontwikkeling en uitvoering van initiatieven ter bevordering van de groei van design en mode in Denemarken. De Design Society zelf is georganiseerd als een stichting. Zij fungeert als moedermaatschappij en opereert hoofdzakelijk via haar dochterondernemingen. Elke onderneming heeft haar eigen visie, missie en bestuur.

Bij de start was het DDC een van de belangrijkste actoren in het Deense designecosysteem, maar in de loop der jaren zijn er door de overheid gefinancierde lokale gemeentelijke instanties gekomen die mede de groei van bedrijven en export ondersteunen. Deze extra designondersteuning hebben ervoor gezorgd dat het

DDC momenteel in een positie staat waarin ze zich op de eerste plaats kan concentreren op de grootse uitdagingen in verband met innovatie.

Intussen hebben alle design instanties van Denemarken zich geallieerd onder het **Design Forum**, waaronder o.a. de Danish Design Centre, de Danish Crafts & Design Association en Design Denmark. Het Design Forum verenigt designactoren in het Deense design-ecosysteem zoals het Design Museum, maar ook de confederatie van de Deense industrie daar deze een designraad heeft. Daarnaast ressorteren onder het Design Forum ook alle designopleidingen en de ingenieursstudies, samen ongeveer 30 leden met verschillende belangen.

**Definitie.** In haar meest recente visie vertrekt het DDC van het feit dat design meer is gaan betekenen dan alleen vormgeving. Design functioneert steeds meer als een strategisch element in innovatieprocessen, zowel in de private als in de publieke sector. Het designbeleid van het DDC richt zich dus steeds meer op design als strategisch instrument voor innovatie, economische vooruitgang en het scheppen van jobs. Daarnaast wil het DDC design inzetten als instrument om de grote maatschappelijke uitdagingen aan te gaan.

**Taken.** Het DDC wil een grensverleggend laboratorium voor design worden. Het geloof in de sterkte van 'design thinking' is de basis van het programma. Het gekozen model is impactcreatie, wat te maken heeft met het initiëren van innovatieve programma's om design een rol te laten spelen in bedrijven. Via de slagzin 'Designing a better society' introduceert DCC de nieuwste designkennis bij de innovatie en duurzame groei van Deense bedrijven. Dit bestaat erin design, mode en aanverwante creatieve bedrijfstakken te bevorderen teneinde de groei van Denemarken op de globale markt te versterken en bij te dragen tot het oplossen van maatschappelijke uitdagingen.

Het werkterrein van DDC is het bedrijfsleven, de industrie en de designwereld (met inbegrip van industrieel design, communicatie- en dienstendesign). De nadruk ligt telkens op de interactie tussen bedrijven en designers.

**Artistiek.** Het DDC ondersteunt geen individuele ontwerpers. Centraal staan bedrijven. Sinds 2000 is de werking van het DDC niet alleen gericht op het bedrijfsleven en de designprofessionals maar ook op de communicatie naar het grote publiek.

**Samenwerking.** Networking is de sleutel van alle activiteiten van het DDC. Er heerst een zeer sterk vertrouwen in partnerschappen en het belang van diversiteit, met het gevolg dat alle acties in samenwerkingsverbanden worden gerealiseerd. Het DDC streeft naar sterke en innovatieve partnerschappen met relevante belanghebbenden in Denemarken en erbuiten.

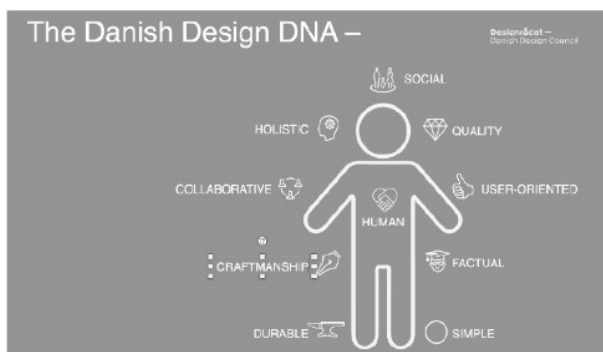
**Opvallend** is het sterke geloof in de kracht van design in functie van een betere maatschappij en het vertrouwen in partnerschappen die opereren in samenspraak met de overheid.

## IV.1.2. Danish Design Council: denktank

**Organisatie.** De Danish Design Council is een groep van onafhankelijke specialisten die zich verenigen onder de naam DDCouncil om als denktank te functioneren voor het land. Het is een ledenorganisatie op basis van uitnodiging. De Council wordt op de eerste plaats gedreven door passie en vrijwilligerswerk. Ze ontvangen geen enkele vorm van subsidie. De inkomsten zijn gebaseerd op lidgeld. Het lidgeld wordt aangevuld met sponsorgeld en overige middelen via samenwerkingsverbanden met stichtingen uit het land om hiermee een *impact budget* te creëren. Op dit moment staat het financieringsmodel ter discussie omdat een budget gebaseerd op de bijdrage van leden gezien wordt als een ouderwets en weinig efficiënt model en daardoor rijp voor verandering.

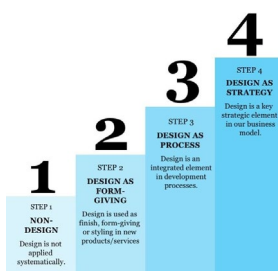
**De positie** van de volledig onafhankelijke Danish Design Council in het landschap is als denktank naast de beroepsorganisatie Design Denmark (zie verder) en de door de overheid gefinancierde Danish Design Centre. De DDCouncil maakt echter wel deel uit van het Deense Design Forum. Het is niet onbelangrijk dat de oprichting van de Danish Design Centre in 1978 plaatsvond op initiatief van de DDCouncil, die zichzelf als een katalysator ziet voor de Deense designscene. De werking en acties zijn gebaseerd op een permanente peer-to-peer communicatie. De raad bestaat uit de meest competente en innovatieve persoonlijkheden in het Deens design zoals ontwerpers, fabrikanten, curatoren, journalisten, wetenschappers en (bedrijfs)leiders.

**De definitie** waarmee de DDCouncil werkt is 'vrijdenken in design' wat slaat op de mogelijke nieuwe (onbelemmerde) perspectieven die design kan bieden: zowel processen als productontwikkeling, gebaseerd op diversiteit. Hierbij staat het humaan aspect van design centraal, gevisualiseerd in de volgende tekening:



Bewuste visualisatie met een menselijke figuur vanuit de overtuiging dat design op de eerste plaats een **humaan aspect** bezit.

**Taken.** De Danish Design Council zet in op de volgende actuele thema's: digitalisatie, communicatie, promotie van diversiteit en inclusie, allen gestuurd door design. Het doel is het concept van design te verkennen en publieke en private besluitvormers te laten zien hoe design intelligente oplossingen en nieuwe mogelijkheden in het leven creëert (d.i. design awareness en evidence based informatieverstrekking over het belang van design). Door middel van nieuwe initiatieven en discussies over de waarde van design wil de Design Council het publieke debat over designkwaliteit aanwakkeren, het designbeleid beïnvloeden en solide banden tussen design en de maatschappij tot stand brengen.



[https://www.researchgate.net/figure/The-Design-Ladder-based-on-the-Danish-Design-Centre-2001\\_fig1\\_326507756](https://www.researchgate.net/figure/The-Design-Ladder-based-on-the-Danish-Design-Centre-2001_fig1_326507756)

**Artistiek.** De DDCouncil heeft geen ondersteuningsprogramma voor de individuele designer.

**Samenwerking** wordt gecultiveerd vanuit het bewustzijn dat ontwerper en industrie in goede verstandhouding en wederzijds respect tot het beste resultaat komen. Hierbij wordt de ambachtelijke traditie erkend als een sterke troef uit het verleden. Terzelfdertijd wordt ingezien dat de meeste designgenres tegenwoordig multidisciplinair zijn. Vanuit een onafhankelijke positie doet de DDCouncil lobbywerk bij de overheid en alle instellingen eromheen om ook in overheidsorganisaties designmethodes te introduceren. De kwaliteit van Deens design, gebaseerd op verregaande samenwerkingsverbanden, wordt gezien als het resultaat van een positieve houding binnen de democratische welvaartstaat. Zo wordt de Council door het Ministerie van Justitie erkend om voorstellen te doen voor de benoeming van deskundigen voor de behandeling van civiele zaken in het Hoogerechtshof en de Handelsrechtbank. De samenwerking tussen de

Danish Design Council en het Danish Design Centre resulteerde in de oprichting van een internationale adviesraad, bestaande uit 's werelds meest vooraanstaande designexperts, om Denemarken te adviseren over design. Bovendien beschikt de Danish Design Council over een actief internationaal netwerk en een langdurige samenwerking met internationale designorganisaties.

**Opvallend** is het samenwerken over de hele lijn vanuit een onafhankelijke positie. Kijken naar nationale identiteit en zo het verschil maken. Het verleden door-ontwikkelen in plaats van telkens iets nieuws te willen uitvinden.

### IV.1.3. Design Denmark: vooral voor de leden

**Organisatie.** Design Denmark is het resultaat van een fusie tussen de organisaties Danish Designers (DD) en Danish Design Association (DDA) in april 2014. Design Denmark is een uitsluitend door leden gedreven ledenorganisatie en het ontvangt geen subsidies en heeft geen enkele band met de overheid. De leden zijn van diverse politieke strekkingen, van eenmansbedrijven tot grote ontwerpbureaus met honderden werknemers, en tellen ca. 500. Fondsenwerving gebeurt niet vaak maar wordt wel gedaan voor kleinere projecten, soms samen met andere organisaties. Onder de leden zijn er velen die lid zijn van de Danish Design Council of betrokken bij het Danish Design Centre.

**Positie.** Design Denmark is de grootste ledenorganisatie voor design in het land en verenigt vooral 'do-ers'. Het heeft geen andere politieke agenda dan design. Voor haar designbeleid is het volledig vrij, werkt zuiver democratisch en kan vanuit haar onafhankelijke positie ook openlijk kritiek geven. Het bestuur telt 12-14 leden die samen met de CEO de focus kiezen. De leden krijgen geen loon. Het engagement gaat over Dd's verenigde optreden om de positieve effecten van design aan te tonen en die te communiceren om zo bij te dragen aan de verspreiding van Deens design en tegelijkertijd de designindustrie nationaal en internationaal te versterken.

**De definitie** die ze hanteren luidt: design geeft betekenis aan de wereld en maakt een verschil.

**Taken.** Design Denmark moedigt het debat aan over design-gerelateerde kwesties en pleit voor het gebruik van design-gestuurde oplossingen in de hele samenleving. Voor hen geeft design betekenis aan de wereld. Daarom nodigen ze iedereen met een soortgelijke passie uit zich bij hen aan te sluiten. Doel is om - zowel in Denemarken als daarbuiten - de grote waarde van design te laten zien en deze uit te dragen. De vele leden- en bedrijfsgerichte activiteiten van Design Denmark staan in het teken van bewustmaking en het veranderingsproces, door duidelijk te laten zien hoe design kan worden gebruikt ten voordele van het bedrijfsleven, de samenleving en het milieu.

Thematisch werkt Design Denmark rond vijf P's:

- PROFESSIONALISEREN van de gehele design industrie en ook van kleinere ateliers;
- PROMOTEN van Deens design nationaal en internationaal;
- Kansen creëren voor POTENTIALEN (mogelijkheden) en matchmaking;
- Werken aan het genereren van PROFIT in de hele samenleving;
- POLITIEKE aandacht creëren voor het designveld en de positie van Denemarken als designnatie te handhaven.

**Artistiek.** Instrumenten voor professionalisering, promotie en kansen creëren voor potentie en via matchmaking zijn voorhanden. Daarnaast zijn er een hele reeks kortingen via de lidkaart. Als ledenorganisatie biedt Dd ook een netwerk aan, dat actief wordt ingezet in dienst van de leden. Als lid maakt de designer deel uit van een actieve en professionele designgemeenschap. Dd faciliteert ook opleidingen voor haar leden en heeft een mentorprogramma voor jonge ontwerpers. De Danish Craft and Design Association is momenteel een aparte entiteit maar zou zich eventueel op termijn kunnen aansluiten

bij Dd om zo aan de ambachtelijk werkende designers een betere vertegenwoordiging en netwerk te bieden.

**Samewerking.** Design Denmark bevordert niet alleen de samenwerking tussen industrie en bedrijfsleven maar heeft kennisnetwerken ontwikkeld voor de leden over de volgende thema's: pensioen, juridisch advies, mentorschap, lidkaart en netwerk. Iedereen is met elkaar verbonden en werkt samen ongeacht de verschillende agenda's.

**Opvallend** is de specifieke waardering voor de object-designer en voor de ambachtelijk werkende ontwerper als een doelgroep die bescherming verdient.

#### IV.1.4. DKoD – Deense Kunstambachtslui en Designers: omvangrijke ledenorganisatie

**Organisatie.** DKoD of Danske Kunsthåndværkere & Designere werd in 1976 opgericht en is een vereniging van meer dan 500 professionele, creatieve of kunstambachtslui en ontwerpers met een eenvoudige structuur.

**Positie.** De positie ligt naast Design Denmark, met de focus op de ambachtelijk werkende ontwerpers.

**Definitie.** DKoD staat ondubbelzinnig voor de creatieve ambachtsman.

**Taken.** De voornaamste taken zijn ondersteuning bieden aan de professioneel werkende kunstambachtsman.

**Artistiek.** De volgende ondersteuning kunnen leden verwachten: toegang tot musea en kunstgalerijen, verzekeringen, rechtsbijstand en contracten, collega's en lokale netwerken, kunstenaarshuisvesting, markten voor ambachten en design, ledenprofiel, via een officenet ruimte voor tentoonstellingen en projecten, ondersteuning inzake pensioen, politieke invloed als groep, kortingsovereenkomsten, het organiseren van tentoonstellingen en ereprijzen.

**Samewerking.** De samenwerkingsverbanden bestaan uit netwerken in het algemeen.

**Opvallend** is de erkenning van het belang van de ambachten en het gevaar dat ze verloren zouden gaan terwijl er onder de jonge generatie opvallend veel interesse is voor handwerk en uniciteit.

## IV.2. Nederland

Nederland heeft een leidende positie wat betreft het waarderen van de creatieve industrie waaronder ook design sorteert. Via een breed en divers netwerk van raden, verenigingen, cultuurcentra en fondsen wordt er op verschillende niveaus en op velerlei takken van het brede medium design ingezet en dit zowel organisatorisch, ondersteunend als financieel. Nederland slaagt er bovendien in om de politiek aan de kant van de creatieve industrie te krijgen.

1. Stimuleringsfonds Creatieve Industrie met interview
2. Het Nieuwe Instituut met interview
3. CCNL – Crafts Council Nederland

## IV.2.1. Stimuleringsfonds Creatieve Industrie: een breed cultuurfonds

**Organisatie.** Het Stimuleringsfonds is een zelfstandig bestuursorgaan (zbo). De Raad van Toezicht en de directeur-bestuurder richten zich bij de uitvoering van hun taken naar de Governance Code Cultuur. De bestuursverantwoordelijkheid in het Raad-van-Toezicht-model is belegd bij het bestuur.-Het Stimuleringsfonds wordt gefinancierd door de overheid en heeft 33 medewerkers waaronder recent ook een impactmanager. Voor de beoordeling van aanvragen wordt het fonds geadviseerd door meer dan 100 deskundigen. Bij de voordracht van nieuwe commissieleden wordt het bestuur geadviseerd door een 3-koppige selectiecommissie.

Per jaar worden honderden projecten in Nederland en erbuiten ondersteund. Het Fonds geniet de steun van het beleid. Het grootste deel van het te besteden budget komt van het ministerie van OCW (Onderwijs Cultuur en Wetenschap), aangevuld met een budget vanuit BZ (Buitenlandse Zaken) voor internationalisering en van BZK (Binnenlandse Zaken) voor drie programma's binnen de Actieagenda Ruimtelijk Ontwerp, namelijk Innovatief opdrachtgeverschap, Zorgomgeving en Onderwijsomgeving. Het fonds opereert daardoor binnen meerdere beleidscontexten.

In het beleidskader voor de instellingssubsidie 2021–2024 is een financieel kader van € 14.093.489 per jaar (prijspeil 2018) beschikbaar gesteld. Hierin zijn de intensiveringen voor vernieuwing en talentontwikkeling verwerkt. Hiermee kan het fonds verder bouwen aan een stabiele professionele organisatie.

**Positie.** Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie is een cultuurfonds en hoort bij de zes rijkscultuurfondsen: het Fonds voor Cultuurparticipatie, het Fonds Podiumkunsten, het Mondriaan Fonds, het Nederlands Filmfonds, het Nederlands Letterenfonds en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. De rijkscultuurfondsen spelen een centrale rol in het culturele en artistieke leven van Nederland. De fondsen situeren zich tussen het rijksbeleid en het werkveld met een zelfstandige opdracht om het veld te bedienen. Met Het Nieuwe Instituut vormt het fonds een tandem. Beide instellingen zijn complementair.

De kerntaak van het fonds is subsidies uitdelen. Het Stimuleringsfonds financiert en ondersteunt inhoudelijk de ontwikkeling van projecten en activiteiten binnen de creatieve industrie vanuit het culturele perspectief om de rijke ontwerptraditie van Nederland te continueren en te vernieuwen binnen een vrije ontwerprijmte. Daarbij zet het zich in om het unieke talent van ontwerpers en makers te verbinden aan sectoren binnen én buiten het culturele domein, nationaal en internationaal.

Het fonds hanteert een uitgebreid evaluatiesysteem om het eigen instrumentarium en de resultaten te toetsen.

**Definitie.** Het Stimuleringsfonds werkt met de begrippen 'de professionele ontwerppraktijk' en 'creatieve industrie', waarin het unieke talent van ontwerpers en makers centraal staat. Dit betekent een interdisciplinaire benadering van vormgeving, architectuur en digitale cultuur met het in acht nemen van de wisselwerking tussen het culturele, maatschappelijke en economische domein. Meer en meer rijst de vraag of een opdeling in disciplines nog bestaansrecht heeft. Voorlopig wordt dit nog behouden maar wel met een verhoging van het beschikbare budget voor de deelregeling Vormgeving.

**Taken.** Kernwaarden van het fonds zijn 'voortuitstrevend', 'verbindend' en 'inclusief', telkens het culturele perspectief bewakend. Momenteel wordt gewerkt met zeven doelstellingen (subsidiehuis met vaste rondes vier keer per jaar):

1. Bevorderen van de ontwikkeling van artistieke kwaliteit;
2. Stimuleren van experiment en onderzoek;
3. Bevorderen van talentontwikkeling;
4. Bevorderen van een gezonde en vernieuwende ontwerpinfrastructuur;
5. Ondersteunen van reflectie en debat;

6. Bevorderen van ontwerpkracht bij grote maatschappelijke opgaven, inclusief ruimtelijke erfgoedopgaven;
7. Versterken van de internationale positie van de ontwerpdisciplines.

Per beleidsplan worden specifieke thema's geselecteerd. Voor de periode van 2021-2024 zijn die de volgende te stimuleren activiteiten (programmahuus via open oproepen).

- Onderzoek en experiment van vooral projecten die leiden tot kennisverdieping en nieuwe inzichten binnen de discipline;
- Artistieke excellentie door inhoudelijke/artistieke projecten gericht op het maken van nieuw werk door ontwerpers/makers;
- Maatschappelijke relevantie van projecten die gericht zijn op het verbinden van ontwerp met actuele/maatschappelijke thema's.

Trends die het fonds binnen de deelregeling waarneemt, zijn de focus op het maken en de focus op materialen, beiden zowel in traditionele als nieuwe vormen. Daarnaast staat vaak binnen aanvragen het thema duurzaamheid in alle mogelijke definities en opvattingen centraal.

**Artistiek.** Via subsidies op basis van een reeks aanvraagmogelijkheden. Aan de designer wordt gedacht doorheen de volledige loopbaan.

Het honoreringspercentage van de aangevraagde subsidies kwam bv. in 2019 op 43% (1741 behandelde en 752 toegekende aanvragen). In 2019 werd € 16,1 miljoen subsidie toegekend aan ontwerpers, culturele instellingen en festivals. Een subsidieregeling kan ook deel uitmaken van een programma, zoals bij Talentontwikkeling en Internationalisering.

De subsidies zijn ingedeeld in de zogenaamde **vier kwadranten**, die de subsidies per doelgroep, thema en financiering ordent.

- Eerste kwadraat: grensverleggend onderzoekend experiment met grote subsidieafhankelijkheid;
- Tweede kwadraat: de instellingen, kunstenaars en makers overstijgen het disciplinaire denken. Financiering leunt op meerdere publieke bronnen en gedeeltelijk op private middelen zoals publieksinkomsten;
- Derde kwadraat: ontwerpend onderzoek aan toegepaste ontwerpvoorbeeldstukken waarbij samenwerking met kennisinstellingen essentieel is;
- Vierde kwadraat: activiteiten vanuit ontwerpvoorbeeldstukken die interessant zijn voor een breed publiek, financiering met een publiek-cultureel karakter.

**Samenwerking.** Het fonds positioneert zichzelf in functie van de zeven doelstellingen (cf. taken). De impact van de programmaresultaten wordt versterkt door meerjarige samenwerkingsverbanden aan te gaan met relevante partners uit cultuur, onderwijs en samenleving. Het fonds beschikt over een groot aantal samenwerkingspartners. Naast de aanvragers vormen de Federatie Creatieve Industrie, Het Nieuwe Instituut, Topteam Creatieve Industrie, kunstvakonderwijs en medefinanciers als private partijen, overheden, ambassades, ministeries van OCW (Onderwijs Cultuur en Wetenschap), IenM (Infrastructuur en Milieu) en Buitenlandse zaken evenals collega-fondsen deel van het netwerk van het Stimuleringsfonds. Er vindt geregeld overleg plaats om hen actief te betrekken en door hen geïnformeerd te worden.

Om het werkterrein van de creatieve industrie zo sterk mogelijk te maken werkt het fonds samen met culturele organisaties en instellingen, praktijk- en onderwijsinstellingen.

In functie van internationalisering bouwt het fonds ook aan grote netwerken.

Het Stimuleringsfonds is partner van de Dutch Design Week.

**Opvallend.** Het vertrouwen in 'Design Thinking' is cruciaal in de benadering en vormt de basis, wordt ook 'ontwerpkracht' genoemd. Doel is juist deze ontwerpkracht structureel in te zetten voor de transitieopgaven (klimaat, energie, etc.). Men is ervan overtuigd dat men hiermee tot nieuwe en betere antwoorden komt voor de toekomst. Het Stimuleringsfonds wil hierbij de rol van spilfiguur opnemen om zoveel mogelijk de

creatieve talenten in te zetten in andere sectoren van de samenleving, en zo bij te dragen aan nieuwe handelingsperspectieven. Er is duidelijk plaats en waardering voor de artistiek werkende designers.

## IV.2.2. Het Nieuwe Instituut: ondersteund voor sectorale taken en meervoudige opdracht

**Organisatie.** Het instituut is in 2013 ontstaan uit een fusie van het Nederlands Architectuurinstituut (NAi), Premisela, Nederlands Instituut voor Design en Mode en Virtueel Platform, alle drie sectorinstituten. De cultuur-maatschappelijke opdracht van Het Nieuwe Instituut is eerder uitzonderlijk en beschikt over een breed instrumentarium – van een bibliotheek met studiezaal tot biënnales en van een archief tot tentoonstellingsruimtes – om uitvoering aan zijn opdracht te geven. Sinds 2021 is HNI ook een erfgoedinstelling waardoor er wat financiële verschuivingen hebben plaats gevonden.

Het Nieuwe Instituut wordt bestuurd middels het Raad-van-Toezicht-model met een Raad van Bestuur met twee statutair directeur-bestuurders: een algemeen/artistiek directeur en een directeur business & development. HNI heeft circa 80 medewerkers in een vast of tijdelijk dienstverband in een herijkt functiegebouw en bijhorend waarderingssysteem.

De organisatie van HNI wordt gedragen door de afdelingen Erfgoed, Presentatie & Programma (P&P), Beleid & Actualiteit (B&A) en Research & Development (R&D). Die krijgen ondersteuning van de afdelingen Bedrijfsdiensten en Marketing & Communicatie & Commercie (MCC). In 2016 werd de positie van een directeur met zakelijke signatuur toegevoegd aan het bestuur. Deze benoeming onderstreepte de ambitie de governance verder te optimaliseren en de ondernemende kwaliteit van de organisatie te versterken. Het Instituut staat in dialoog met verschillende ministeries. Nationaal zijn er uiteenlopende rollen waaronder het thema erfgoed. Internationalisering vanuit het beleid gebeurt in samenwerking met het ministerie van Buitenlandse Zaken en het Stimuleringsfonds (creatieve industrie).

HNI is voor 80% door de overheid gefinancierd door het Ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap maar werkt daarnaast met een bredere, inhoudelijk gedreven financieringsmix wat een ondernemersattitude veronderstelt. Naast inkomstenstromen uit subsidies en fondsen genereert het ook financiering via ondernemende activiteiten, sponsoring of samenwerkingsprojecten met bedrijven op het gebied van maatschappelijk betrokken ondernemen.

**Positie.** HNI is een ondersteunde instelling met sectorale taken die deze combinatie als een groot potentieel ziet. HNI heeft vier profielen en een meervoudige opdracht met drie fusieorganisaties:



1. HNI beheert het **Rijksarchief** voor de Nederlandse Architectuur en Stedenbouw. Het Rijksarchief vormt het hart van het inhoudelijke programma van Het Nieuwe Instituut. Er is er ook een internationaal georiënteerde bibliotheek. Met het archief als basis krijgt onderzoek een bijzondere positie binnen HNI.
2. Het **publieke programma** van Het Nieuwe Instituut krijgt gestalte in het Museum voor Architectuur, Design en Digitale cultuur met een Museumstatus sinds 2015. Het Museum richt zich op de brede groep van cultureel belangstellenden en op meer gespecialiseerde bezoekers op het gebied van architectuur, design en digitale cultuur en de verbinding van deze.



3. De oprichting van Het Agentschap voor architectuur, design en digitale cultuur in 2016 beantwoordt aan een expliciete behoefte bij het veld als **aanspreekpunt voor het overheidsbeleid Creatieve Industrie inzake internationalisering**. Het Agentschap ontwikkelt nieuw en soms experimenteel beleid dat niet alleen op internationale en nationale partners gericht is, maar zeker ook op regionale en lokale samenwerking.
4. **Research & Development** draagt bij aan de inhoudelijke ontwikkeling van het instituut en verbindt de drie andere met elkaar. Naast academisch onderzoek kan er ook artistiek onderzoek worden gefaciliteerd. De rol van Het Nieuwe Instituut binnen die verschillende projecten is dus faciliterend. Onderzoek gebeurt vanuit een hernieuwde aandacht binnen de cultuursector voor theorie en praktijk van het wetenschappelijk onderzoek dat niet langer als het exclusieve domein van de academische wereld wordt gezien, maar juist als ontmoetingsplaats voor wetenschappers, onderzoekers, kunstenaars, ontwerpers, ondernemers en beleidsmakers.

**Definitie.** Het instituut kiest een integrale benadering van de disciplines architectuur, design en digitale cultuur, maar erkent dat elke discipline een eigen historisch gegroeid kader en een specifieke werkwijze heeft ontwikkeld. Er wordt gekeken naar de ontworpen wereld, en hoe die door nieuwe technologie, nieuwe denkbeelden en verschuivende sociale prioriteiten voortdurend verandert.

**Taken.** HNI is een ondersteunende instelling met sectorale taken. Het opereert in het werkgebied van de creatieve industrie, en doet dat als Rijksarchief voor de Nederlandse Architectuur en Stedenbouw, als Museum voor Architectuur, Design en Digitale Cultuur en als Agentschap voor Architectuur, Design en Digitale Cultuur. Research & Development vormt de verbinding tussen deze rollen. HNI beoogt met zijn activiteiten zowel de publieke waardering voor de cultuur-maatschappelijke betekenis van architectuur, vormgeving en digitale cultuur te verhogen alsook de wisselwerking tussen deze disciplines te versterken. HNI wil, in een periode die wordt gekenmerkt door radicale veranderingen, het actuele gesprek over architectuur, design en digitale cultuur door middel van onderzoek en presentaties stimuleren, ondersteunen en faciliteren in de breedste zin van het woord. Het begrip innovatie – de spil van alle activiteiten van Het Nieuwe Instituut – wordt zowel tot uitdrukking gebracht in speculatieve verkenningen van de toekomst, als in kritische reflecties op de vernieuwingsbewegingen van vandaag en gisteren.

**Artistiek.** Geen financiële ondersteuning. Het Instituut heeft wel een aanbod voor professionals waaronder ook artistieke designers kunnen vallen, zoals het Fellowprogramma of de Studio's. Daarnaast brengt het professionals met elkaar in contact, van jong talent tot de gevestigde orde. Dat gebeurt onder meer door het bezoekersprogramma, door talent mapping en door een-op-een informatieverstrekking aan professionals. Veel aandacht wordt besteed aan het detecteren en tonen van talent.

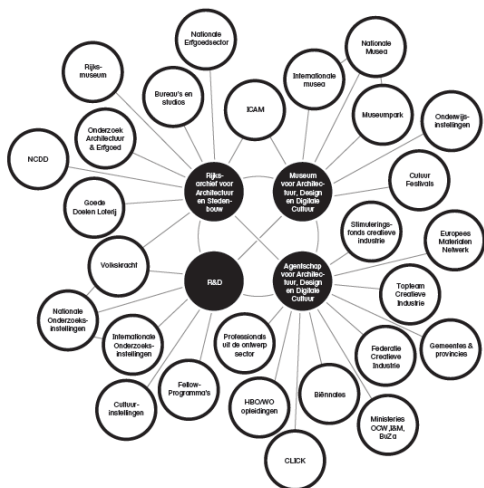
**Samenwerking.** Als coördinator onderhoudt het Agentschap contacten met alle cruciale spelers in het domein van de Creatieve Industrie, maar ook met de diplomatieke posten, kennisinstellingen, bedrijven en individuele architecten, ontwerpers en makers. Door een open houding blijkt Het Nieuwe Instituut partner te kunnen zijn voor de meest uiteenlopende partijen: van overheden en collega-instellingen in het culturele veld tot ontwerpers en onderzoekers.

**Opvallend.** HNI is een ondersteunende instelling met sectorale taken met een grote bewegingsvrijheid. Een open houding in combinatie met een doorgedreven professionele organisatie laat toe om grensverleggend te werk te gaan. Up-to-date kennis wat betreft de creatieve industrie, architectuur en archivaliek maar ook zaakvoering binnen de culturele sector zorgt ervoor dat het Instituut een wereldeider is in werking en in output, en op die manier het eigen land dient.

### IV.2.3. Crafts Council Nederland: vereniging van 'makers'

**Organisatie.** De meerjarenaanvraag in 2020 voor de periode van 2021-2025 bij het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie werd positief beoordeeld. Het Stimuleringsfonds schrijft over CCNL: "In de afgelopen jaren heeft Crafts Council Nederland een onderscheidende positie weten te verwerven als verbinder tussen crafts en design. Crafts Council Nederland zet zich daarbij in voor het behoud en overdracht van kennis van immaterieel erfgoed. Ook weet CCNL veelal jonge ontwerpers te koppelen aan technisch specialisten waardoor er bijzondere producties ontstaan. Crafts Council Nederland verbindt dit aan presentaties in binnen- en buitenland die vaak een breed publiek aanspreken. Daarmee vervult Crafts Council Nederland een waardevolle platformfunctie voor de craftssector". Helaas was het budget niet toereikend om het plan van het CCNL ook financieel te honoreren. Daardoor blijft het voorlopig een projectgestuurde organisatie. De Crafts Council Nederland telt een team van twee leidinggevendenden, een communicatie- en een projectmanager en daarnaast is er een pool van professionals. Het opereert met een bestuur van drie personen.

**Positie.** Binnen het landschap behoort het tot de groep 'professionals uit de ontwerp sector'.



De missie van de CCNL is om een stevig fundament te bouwen zowel voor makers als voor de sector, waarbij CCNL een vanzelfsprekende en permanente positie verwerft in Nederland. De in eeuwen opgebouwde kennis van ambachten wordt belangrijk geacht voor de toekomst, zeker in deze tijd van digitalisering, robotisering, massaproductie en uniformiteit. CCNL is de enige organisatie in Nederland die structureel en op professioneel niveau ondersteuning biedt aan makers.

**Definitie.** Onder het creatieve ambacht verstaat de CCNL ambachtelijke technieken die een creatieve en creërende component in zich hebben en waarbij kunstzinnig talent en esthetisch gevoel komt kijken. Onder vakmanschap verstaat de CCNL: excellente beoefenaars van ambachtelijke technieken. Deze beoefenaars zijn zowel techniek specialisten als maker-designers. Ze worden 'de makers' genoemd.

**Taken.** Crafts Council Nederland zorgt op vier gebieden voor zijn leden: ondersteuning, presentatie, ontwikkeling en verbinding. Het belangrijkste instrument hierbij is de 'craftsmap'. De Craftsmap is dé zoekmachine voor ambachten uit Nederland. Deze 'map' vormt een verzameling van de beste, creatieve ambachtelijke makers, opleidingen, verenigingen, werkplaatsen, musea, galeries en winkels in Nederland. De Craftsmap is een belangrijk onderdeel van het werk van de Crafts Council Nederland, om de vindbaarheid van de individuele ambachtsman/vrouw, werkplaatsen en vaktijdschriften te vergroten. Hierdoor wordt samenwerking en ontwikkeling mogelijk gemaakt zowel in binnen- als in buitenland.

**Artistiek.** Het eerste doel van de CCNL is makers ondersteunen zodat zij hun maaktalenten en competenties kunnen ontwikkelen. Een belangrijk instrument hierbij is de net genoemde 'craftsmap'. Daarnaast biedt de raad via 'Crafting Business' professionaliseringsprogramma's (business development, financiën, productontwikkeling, groei en internationalisering) aan voor makers om hun praktijk zakelijk op de rails te krijgen. Het programma is gebaseerd op het succesvolle Hot House programma van de Crafts Council UK.

**Samenwerking.** De Crafts Council Nederland is het landelijk platform voor de ontwikkeling van het creatieve ambacht en de creatieve maakcultuur. Daarnaast is de Crafts Council Nederland sinds 2014 lid van de World Crafts Council-Europa en is partner in Crafting Europe, het samenwerkingsprogramma tussen acht Europese landen met als doel om de craftssector in Europa een impuls te geven.

De Crafts Council Nederland is initiator van een grote en groeiende crafts community van makers, musea, onderwijs, bedrijfsleven en overheid. Elke partij vormt een onmisbare schakel in de transitie naar een toekomst waarin de intelligentie van de handen een prominentere plaats inneemt, naast het cognitieve leren. Ambachtelijke kennis behoort tot het immaterieel erfgoed, het wordt overgedragen van mens tot mens. Ze hebben eigen communicatiemiddelen, een eigen beeldtaal en een eigen kennisdomein. De verbindende rol van CCNL krijgt vorm door middel van de activiteiten, communicatie, presentaties en via matchmaking.

**Opvallend.** Het inzicht in het belang van de ambachten waarvoor heel breed en professioneel wordt ingezet. Elke partij vormt een onmisbare schakel in de transitie naar een toekomst waarin de intelligentie van de handen een prominentere plaats inneemt.

#### IV.2.4. BNO – Bond Nederlandse Ontwerpers: een dienstverlenende vereniging

**Organisatie.** De BNO heeft een algemeen bestuur en een dagelijks bestuur. Het algemeen bestuur is eindverantwoordelijk voor beleid, uitvoering en financiën. Om de dagelijkse leiding van de BNO zo goed mogelijk te laten verlopen zijn een aantal taken gedelegeerd naar het dagelijks bestuur en de directeur van de BNO. Er is ook een Raad van Toezicht met twee belangrijke taken: de toelating van nieuwe leden tot de BNO en de beoordeling van klachten op grond van de Gedragscode. Momenteel is BNO de grootste community van ontwerpers en ontwerp bureaus in Nederland en een professioneel team die ontwerpers en hun vak op allerlei manieren ondersteunt en promoot. Het is gevestigd in Amsterdam maar daarnaast is het binnen en buiten Nederland aanwezig met activiteiten.

**Positie.** De BNO is een vereniging, opgericht door ontwerpers en voor ontwerpers en heeft een geschiedenis van ruim honderd jaar. De huidige BNO is in 1996 ontstaan uit de fusie van hiervoor separaat actieve beroepsverenigingen met als hoofdtak verbinden, vertegenwoordigen en versterken van ontwerpers in Nederland. De BNO heeft een werking via platforms: vakinhoudelijk en regionaal.

**Definitie.** Het ontwerpvak is belangrijk en heeft een grote impact.

**Taken.** De BNO treedt op als een dienstverlenende vereniging en zet in voor ondersteuning.

**Artistiek.** De ondersteuning is voor alle ontwerpers waaronder ook de artistiek werkende designer. Via een heel breed gamma en tot in de puntjes uitgedacht, biedt BNO diverse soorten ondersteuning aan designers. Aan de designer biedt de BNO juridisch advies, programma's (actieve matchmaking) om te inspireren, informeren (met aandacht voor net afgestudeerden), ondersteunen (ook financieel: bijdrage studiekosten, voor professionalisering), trainingen, en coaching. De website fungeert als een aanspreekpunt met kant-en-klare informatie over een hele reeks thema's (Brexit, verzekeringen, mogelijke problemen, etc.).

Informereren vormt ook deel van de werking, wat gebeurt via lobbywerk en via hun *Dd, Dutch Designers magazine*.

**Samenwerking.** Verenigt alle ontwerpers.

**Opvallend.** Het professionele karakter van de Bond zowel technisch, formeel als inhoudelijk. Geen enkel aspect ontsnapt aan hun aandacht.

### IV.3. Verenigd Koninkrijk

De UK bekleedt een leidende positie wat betreft het theoretiseren en organiseren van design als discipline. Dit heeft het land te danken aan de werking van de Design Council, een designraad die kan terugblikken op een lange geschiedenis, die startte met een rol in de context van de wederopbouw van het land na WOII. De Design Council is erin geslaagd om de ingrijpende veranderingen die de designdiscipline heeft doorgemaakt niet alleen te volgen maar ook deels zelf in kaart te brengen en recentelijk ook te sturen. Naast de Design Council werden nog twee andere organisaties even onder de loep genomen, de Chartered Society of Designers en de BIDA – British Industrial Design Association maar deze twee spelen een veel minder belangrijke rol in vergelijking met de Design Council. Het schottenloos denken is sterk aanwezig in de designwereld van de UK, waardoor organisaties die het woord design niet in hun naam dragen toch ook met design bezig zijn en dit vooral binnen de kringen van het interieurontwerp zoals de volgende twee vakorganisaties, BIID – British Institute of Interior Design, en SBID – Society of British and International Design, die hier niet in detail worden behandeld.

1. Design Council UKDC met interview
2. Chartered Society of Designers-CSD
3. BIDA-British Industrial Design Association

#### IV.3.1. Design Council: vereniging

**Organisatie.** De Design Council is gedeeltelijk door de overheid gefinancierd. Het aandeel van de staat neemt wel al geruime tijd jaarlijks af en is van 30 miljoen pond subsidie teruggeschroefd naar 1,68 per jaar. Momenteel bedraagt deze toeslag ongeveer de helft van de hele omzet van de Council, die hiermee verlieslatend is. De omzet voor 2019-20 bedroeg £ 1,08 miljoen (2018/19: £ 2,76 miljoen). Deze materiele onzekerheid werd nog versterkt door de pandemie. De Council doet zelf aan fundraising en functioneert grotendeels als consultancy, verweven met de regering. De regering steunt onderzoek en in die context heeft de UKDC grote overheidsinstanties als klanten zoals Network Rail, Homes England of de Local Government Association.

Het gemiddelde aantal personeelsleden dat gedurende het jaar 2019-20 in dienst was, bedroeg 41 (46 in 2018/19), waarbij 22 extra beoefenaars en deskundigen op het gebied van design en de gebouwde omgeving aan het netwerk van 450 werden toegevoegd.

**Positie.** De Design Council is een onafhankelijke liefdadigheidsinstelling. Het adviseert de regering en zeer grote bedrijven op het gebied van design. De missie: *Our mission is to make life better by design, working with people to create better places, better products and better processes, all of which lead to better performance.*

Deze missie staat in de verlengde van het oorspronkelijke doel uit 1945, toen de council werd opgericht in dienst van de wederopbouw van het land.

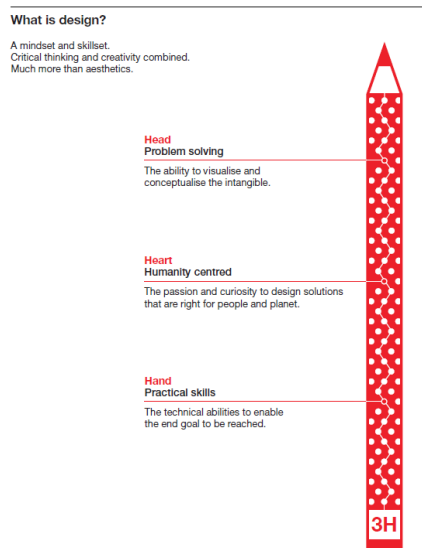
De waarden van de UKDC zijn:

- Inclusie;
- Andere meningen niet negeren;
- Tijd nemen om vertrouwen met andere partners uit te bouwen;
- Flexibel zijn en openstaan voor nieuwe uitdagingen;
- Niet bang zijn om risico's te nemen en te experimenteren;
- Op de hoogte blijven, kennis van zaken hebben en leren door te doen.

De positie van de UKDC bevindt zich tussen ledenorganisaties van verschillende ontwerpdisciplines. Enerzijds heeft de Council raakpunten met architectuur en de gebouwde omgeving en anderzijds met creativiteit.

Daar de UKDC zelf geen lidmaatschapsorganisatie is, situeert ze zich naast bv. RIBA, de lidmaatschapsorganisatie voor architecten. Vanuit de raakpunten met de creatieve industrieën positioneert ze zich naast de Creative Industries Council (CIC), de Creative Industries Advisory Board en de Creative Industries Federation.

**Definitie.** De UKDC formuleert een specifieke definitie voor design, die ook gevisualiseerd werd. De vertaling van de definitie naar een grafisch beeld wordt als belangrijk beschouwd omdat de duiding in twee richtingen werkt: een theoretische onderbouw wordt aangevuld met meer op het empirische en op het emotionele gerichte eigenschappen van design.



**Taken.** De overheid informeren is de kernopdracht van de Council. Momenteel wordt ingezet op de volgende thema's:

1. De gezondheid en het welzijn van de natie verbeteren en ongelijkheden op gezondheidsgebied verminderen;
2. Duurzaam leven mogelijk maken en het Verenigd Koninkrijk helpen zijn verklaarde 'net zero'-doelstellingen te bereiken;
3. Marktbevorderende activiteiten.

Belangrijk is dat de Council niet alleen voor designers een aanspreekpunt wenst te zijn. Permanent wordt werk gemaakt van hoe aan een breed publiek de waarde van design duidelijk kan gemaakt worden.

**Artistiek.** De raad biedt geen ondersteuning voor de individuele designer.

**Samenwerking** vormt de basis van de Design Council. De UKDC kan zich bedienen van een netwerk van meer dan 450 deskundigen uit allerlei ontwerpdisciplines. Het netwerk van deskundigen omvat 34 ambassadeurs, 350 medewerkers en specialisten, en meer dan 20 bedrijfspartners, die een grote verscheidenheid aan vaardigheden, expertise en ervaring op het gebied van de industrie in het hele Verenigd Koninkrijk vertegenwoordigen. De raad heeft recent een aantal grote partnerschappen aangegaan in de volgende sectoren: gezondheid, welzijn en duurzaam leven. Op basis van eerdere ervaringen met bijvoorbeeld grote bedrijven zoals Transform Ageing en Network Rail zal de UKDC waardevolle vaardigheden overdragen aan zijn klanten en partners. Dit gebeurt via hun opleidings- en adviesprogramma's waarbij ze gebruik maakt van een uitgebreid netwerk van deskundigen. De Design Associates (DA's) van de Council is een recent opgerichte praktijkgemeenschap die een breed scala aan expertise in design heeft en ondersteunend werk verricht. Dit netwerk bestaat grotendeels uit onafhankelijke ontwerpprofessionals die aan de top van hun vakgebied staan bij grootschalige organisaties in de publieke en private sector, waaronder Virgin, Tesco, de NHS en Dyson.

**Opvallend.** De inhoud van de definitie van design bij de UKDC is volledig inclusief en kan op elk aspect van design worden toegepast. Bovendien biedt deze omlijning niet alleen aandacht aan wat design doet, maar ook aan alle voorwaarden die design kunnen bepalen.

### IV.3.2. Chartered Society of Designers - CSD: koninklijke ledenorganisatie

**Organisatie.** De CSD werkt volgens de richtlijnen van haar Royal Charter, dat dateert van mei 1976. De Society wordt bestuurd door een Raad die wordt gekozen uit zijn leden en wordt voorgezeten door de president. De Raad bestaat uit 12 leden die de trustees zijn en als zodanig verantwoordelijkheid van toezicht hebben. De Raad telt 9 Corporate Leden met maximaal 3 aangesloten leden die door de Raad worden benoemd. De leiding van de Vereniging berust bij het secretariaat onder leiding van de algemeen directeur.

**Positie.** De Chartered Society of Designers is de beroepsorganisatie voor design. Haar taak is het bevorderen van hoge normen van design, van professionaliteit en studie van design, en het reguleren en controleren van de praktijk van haar leden ten behoeve van de samenleving. Sinds 1976 beschikt de CSD over een Koninklijk Handvest als internationaal erkende professionele instantie voor degenen die zich bezighouden met alle gebieden van design. Hierbij heeft de Society ook de bevoegdheid gekregen om exclusief het Register van Chartered Designers uit te vaardigen.

**Definitie.** Design in het algemeen.

**Taken.** De vereniging biedt professionele ondersteuning aan de individuele designer en de Society beheert een hele reeks prijzen voor designstudie en -praktijk. Prijzen variëren van certificaten ter erkenning van prestaties, wedstrijden tot onderscheidingen. Naast het maken van eigen prijzen, werkt de Society samen met anderen bij het ontwikkelen, ondersteunen en beoordelen van laureaten.

**Artistiek.** De individuele ontwerpers en degenen die design studeren en doceren kunnen rekenen op een scala aan programma's, initiatieven en begeleiding ter ondersteuning en dit specifiek voor elk moment van hun loopbaan. Dit levert ook voordeel op voor het bredere publiek, waaronder klanten, consumenten, andere organisaties en de overheid, waardoor de Society haar rol als geregistreerde liefdadigheidsinstelling vervult.

Op de volgende gebieden biedt de CSD ondersteuning volgens lidmaatschapscategorieën: titel van Chartered Designer te krijgen (bestaande uit 5 fasen) ten einde erkend te worden als lid van de beroepsorganisatie bij uitstek voor alle designdisciplines; diensten in verband met intellectueel eigendom; verzekeringen; zakelijke kansen via netwerking en tot slot professionalisering (zoals begeleiding bij het opstellen van een portfolio). In samenwerking met het onderwijs reikt de CSD accreditaties uit voor cursussen. Daarnaast verstrekt het een hele reeks onderscheidingen.

**Samenwerking.** De Society werkt samen met een verscheidenheid aan overheids- en beroepsorganisaties, handelsorganisaties, internationale initiatieven, onderwijsinstellingen, commerciële en sociale entiteiten, conferenties, tentoonstellingen en media om haar taak van algemeen nut te vervullen en haar leden te ondersteunen.

**Opvallend.** De ondersteuningen lijken wel interessant en nuttig maar de organisatie als geheel komt verouderd over.

### IV.3.3. BIDA - British Industrial Design Association: ledenorganisatie

**Organisatie en positie.** BIDA is de collectieve stem van de professionele industriële ontwerpsector. Het behartigt de belangen van bedrijven die lid zijn bij opdrachtgevers, de overheid en andere belanghebbenden. Het engageert zich voor een gezamenlijk streven om het beleid te informeren en de kansen van de bij hen aangesloten bedrijven te bevorderen. Daarnaast zet BIDA zich in voor het verbeteren van het designonderwijs en -praktijk.

**Definitie.** De associatie vertrekt van 'het bewezen en meetbare succes' dat Industrial Design aan de nationale economie toevoegt.

**Taken.** BIDA is een netwerk van bedrijven, freelancers en academici die zich inzetten voor het ondersteunen van de groei van de designbranche. Het biedt aan zijn leden empowerment door accreditatie en creëert internationale kansen via een collectieve stem. BIDA is de spreekbuis van de Britse industriële designsector die zij verdedigt omwille van de strategische en commerciële voordelen voor de Britse economie. BIDA's Education Special Interest Group speelt daarnaast een actieve rol in het begeleiden van scholen en universiteiten bij het creëren van designprogramma's.

**Artistiek.** BIDA is een vereniging van industriële designers en biedt om die reden geen ondersteuning aan artistiek werkende designers.

**Samenwerking.** De vereniging verbindt en werkt samen met partnerorganisaties die een link hebben met de industriële designsector. Het presenteren en aanbevelen van ervaren fabrikanten, prototypes of elektrotechnici vormt een deel van de dienstverlening. BIDA houdt ook een partnergids bij met goedgekeurde en betrouwbare bedrijven om mee samen te werken.

**Opvallend.** Specifieke ontmoetingsplek en hulp voor industriële designers.

## IV.4. Spanje

Met Barcelona als designstad staat Spanje aan de top van de design evenementen in Europa. Vooral het designlandschap via en rond het Design Centre van de stad werd hier onder de loep genomen. De volgende instellingen kwamen aan bod:

1. Barcelona Design Centre
2. ADI-FAD Vereniging Industrieel Ontwerpen voor de Ontwikkeling van Decoratieve Kunsten
3. FAD of Arts and Design Promotion
4. IAAC het Instituut for Advanced Architecture van Catalonia.

5. ADG-FAD van het grafisch ontwerp
6. CCCB het Centre de Cultura Contemporània de Barcelona die allen worden verwerkt binnen het landschap van Barcelona Design Centre.

#### IV.4.1. Barcelona Design centre en omgeving

**Organisatie.** Het Barcelona Design centre, Barcelona centre de Disseny (BcD) in het Catalaans, is een particuliere non-profit organisatie, die werd opgericht in 1973. Het BcD telt 157 leden en heeft een omzet van 2.500M Euro, het is omringd door talrijke belangenbehartigende organisaties, grote sponsors en partners.

**Positie.** Het BcD is een referentiecentrum dat bijdraagt tot de versterking van het concurrentievermogen van bedrijven en ondernemers, en Barcelona consolideert als een internationaal ijkpunt op het gebied van design. Op het gebied van binnenlands beleid heeft het centrum het eerste Spaanse Design Ecosysteem geleid en gecoördineerd, een platform dat de verschillende actoren identificeert en studies samenbrengt die het BcD in staat stelt de Spaanse designsector te positioneren ten opzichte van andere economische sectoren.

Barcelona beschikt als designstad over een mooi designlandschap met een aantal organisaties die zich bekommeren over design en architectuur.

- ADI-FAD is de Vereniging Industrieel Ontwerpen voor de Ontwikkeling van Decoratieve Kunsten. Het is een culturele instelling zonder winstoogmerk die functioneert dankzij de bijdragen van haar leden. Haar belangrijkste doelstelling is het bevorderen en ontwikkelen van Industriële Vormgeving op sociaal, institutioneel en bedrijfsniveau.
- FAD of Arts and Design Promotion is een private, onafhankelijke vereniging zonder winstoogmerk die tot doel heeft design en architectuur in het culturele en economische leven van het land te bevorderen.
- IAAC is het Institute for Advanced Architecture of Catalonia. Het is een internationaal centrum voor onderwijs en onderzoek gericht op architectuur opgevat als een discipline die verschillende schalen omvat, van territoriale analyse, stedelijke ontwikkelingen, architectonische projecten, digitale constructies en informatie-omgevingen.
- ADG-FAD is een private non-profitorganisatie met een internationaal bereik en met als doel het promoten van de cultuur van grafisch ontwerp en visuele communicatie.
- CCCB, het Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, organiseert en produceert tentoonstellingen, debatten, festivals en concerten, programmeert filmcycli, cursussen en lezingen, en moedigt creatie aan met behulp van nieuwe technologieën en talen.

**Definitie.** Het BcD ziet design als een transformatiefactor voor concurrentievermogen en duurzaamheid met een positief effect op de samenleving. Design is een krachtig middel tot verandering en om innovatie om te zetten in vooruitgang. Hiermee deelt het BcD de definitie van de Europese Commissie in haar Design for Innovation Policy en van het World Economic Forum.

**Taken.** De missie van het centrum is het promoten van design als sleutelfactor voor bedrijfsinnovatie en concurrentievermogen, en ook als een discipline die de levensstandaard verbetert. Het BcD functioneert bovendien als een multidisciplinaire bondgenoot voor alle productiesectoren van de economie en de uitdagingen waar de samenleving voor staat. Om de strategische waarde van design en de economische en sociale impact ervan aan te tonen, werkt het BcD intensief aan de erkenning van design in het overheidsbeleid.

De Barcelona Design Week vormt een van de belangrijkste taken van het centrum en heeft een bijzonder rijke programmatie en activiteitenkalender.



**Artistiek.** Voor zowel het artistieke als het zakelijke talent biedt het BcD ondersteuningstrajecten aan, maar het zwaartepunt ligt toch bij bedrijven.

**Samenwerking.** Netwerken is een van de doeleinden van het Barcelona Design centre. Hiervoor is onder andere de Cluster Design opgericht binnen het BcD. Netwerken is ook een doel bij het uitdragen van de missie, zoals de inspanningen van de designwereld op het gebied van de circulaire economie waarbij het BcD een nieuw economisch en sociaal model presenteert met als doel op een meer verantwoorde en efficiënte manier te produceren en te consumeren. Het BcD maakt ook deel uit van de European Design Leadership Board van de Europese Commissie, een denktank die de rol van design in het innovatiebeleid van Europa moet definiëren. Het BcD neemt deel aan Europese projecten zoals Design4Innovation en is actief lid van BEDA – The Bureau of European Design Associations. Het Barcelona Design Centre is ook partner van het New European Bauhaus, een initiatief dat de Europese Green Deal verbindt met onze leefruimtes. Het is een brug tussen de wereld van wetenschap, technologie en de wereld van kunst en cultuur. Het doel is om samen innovatieve oplossingen te vinden voor complexe maatschappelijke problemen door middel van co-creatie.

**Opvallend.** Brede werking en grote uitstraling zowel op het gebied van vormgeving, de artistiek werkende designer als design in dienst van de maatschappij.

## IV.5. Oostenrijk

Oostenrijk, een land op de scheidslijn tussen West- en Oost-Europa, beschikt over een sterke designcultuur, gecentraliseerd in Wenen vooral rond de instelling Designaustria, waarvan de werking versterkt en regionaal ondersteund wordt door een aantal kleinere design forums die enerzijds schatplichtig zijn aan Designaustria en Design Forum Wien maar tegelijkertijd toch een eigen identiteit hebben kunnen ontwikkelen. Design Forum Steiermark, Tirol en Vorarlberg zetten zich vooral in voor wat in hun eigen omgeving gebeurt en versterken daarmee de lokale verankering van design.

De volgende design instituten werden bekeken:

1. Designaustria
2. Designforum Wien
3. Designforum Steiermark
4. WEI SRAUM Designforum Tirol
5. Designforum Vorarlberg

### IV.5.1. Designaustria: beroepsvereniging en kenniscentrum

**Organisatie.** Met haar meer dan 1.400 leden vormt Designaustria als geregistreerde beroepsvereniging de basis van de solidariteits- en belangengemeenschap van designers. Ze geeft niet alleen een stem aan de Oostenrijkse designers, maar ook aan de discipline als dusdanig. Designaustria telt negen medewerkers en een CEO. Sinds de oprichting van de Designaustria Service GmbH in 2015 heeft het instituut de rechtsvorm van een besloten vennootschap wat mogelijk maakt om over periodes heen te plannen, reserves op te bouwen en langetermijninvesteringen te doen. Hierbij horen ook nieuwe mogelijkheden. Wat startte met alleen aanvullende diensten te bieden voor de designers van het land is het nu uitgebreid tot de bedrijfswereld, de industrie en de overheid.

**Positie.** Oostenrijk beschikt over een Design Platform. Hieronder hoort het 'designforum' met haar hoofdgebouw in Wenen, gesitueerd in het MuseumsQuartier. Sinds 2006 heeft Designaustria haar hoofdkwartier in designforum Wien – een tentoonstellings- en netwerkplatform voor ontwerpers en allerhande geïnteresseerden in design. De geschiedenis van Designaustria gaat terug tot 1927 toen het "Bund Österreichischer Gebrauchsgraphiker - BÖG" werd opgericht. Vandaag is het op twee na de oudste designorganisatie van Europa.

In 2015 werd Designaustria opgericht om design meer zichtbaar te maken en te implementeren in de economie en de politiek, om zo het concurrentievermogen te versterken en het werk van designers (meer) bekend te maken, en dit niet alleen voor de ontwerpers maar voor diverse sectoren, het bedrijfsleven en de overheid, en nog andere waar in de laatste tijd de interesse voor design toegenomen is.

Dankzij de oprichting van designforum Vorarlberg (2008), designforum Steiermark (2010), en WEI SRAUM Designforum Tirol (2016), kan designforum Wien rekenen op sterke partners in de deelstaten. Door hun krachten te bundelen, zetten deze instellingen hun programma consequent voort, brengen ze design en economie samen en maken ze knowhow beschikbaar voor een breed publiek.

De missie is design betrekken bij alle uitdagingen van onze tijd in het geloof dat design kan helpen er het beste van te maken. Design creëert interactie, legt een verband tussen technologie en menselijke behoeften en voegt waarde toe.

**Definitie.** Design is een middel tot uitvoering van duurzame oplossingen, het waardeert het cultureel erfgoed, culturele identiteit maar ook diversiteit. Design is een uitdrukking van cultuur en speelt een rol in de vorming van een culturele identiteit en het imago van een staat. Als strategisch instrument draagt design bij tot verantwoorde ontwikkeling, economische groei en het welzijn van de burgers.

**Taken.** Designaustria vertegenwoordigt de Oostenrijkse designscene op nationaal en internationaal niveau, en tracht de successen ervan in de verf te zetten maar ook in economie en politiek te implementeren en dit op de volgende vier deelgebieden: ethos, technologie, economie en ecologie.

Door de zichtbaarheid van design te verzekeren wil Designaustria ook het concurrentievermogen van het land versterken.

Designaustria fungeert eveneens als een krachtige stem voor alle designers. Het biedt een competente vertegenwoordiging van de belangen van ontwerpers en communiceert, als spreekbuis van designers, met de media, het grote publiek, overheden, beleidsmakers en onderwijsinstellingen.

Designaustria draagt sinds 2013 de titel "BEDA-kenniscentrum". Voor haar inzet op het gebied van Design & Business Dialogue werd het in 2018 bekroond met de "Top Innovation Award" voor het beste design service platform. Doel is om deze resultaten niet alleen te behouden maar verder te verbeteren.

**Artistiek.** Designaustria biedt een hele reeks voordelen in functie van professionalisering, networking en ondersteuning. Als dienstverlenende organisatie en belangenbehartiger van alle designtakken geeft Designaustria ondersteuning voor designers en dit vormt een essentieel onderdeel van hun dagelijks werk. Een deel van de ondersteuning is financieel van aard.

Designaustria ziet netwerking als een groot wapen en ontwikkelde de zogenaamde EXPERTS CLUSTER, Special interest groups voor leden, waar ze hun specifieke kennis kunnen bundelen en delen met collega's, gebruikers en geïnteresseerden.

**Samenwerking.** Designaustria is breed genetwerkt met alle relevante onderwijs- en opleidingsinstellingen evenals haar partnerorganisaties in Oostenrijk en is vertegenwoordigd in talrijke adviesraden en commissies. Ook op internationaal niveau kan Designaustria terugrijpen naar een breed wereldwijd netwerk door haar samenwerkingen met internationale verenigingen en instituten, alsmede haar langdurige lidmaatschap van BEDA, EIDD-Design for All Europe, EIF-European Illustrators Forum, ICO-D International Council of Design, IIID-International Institute for Information Design en WDO-World Design Organisation.

**Opvallend.** Brede samenwerkingsverbanden, afstemmen bij specialisten (BEDA), evidence based bewijsmateriaal om het belang van design duidelijk te maken, traditie niet verloochenen maar verderzetten.

## IV.5.2. Designforum Wien: centraal designforum

**Organisatie.** Designforum Wien is georganiseerd door Designaustria en fungeert tegelijkertijd ook als diens kantoor.

**Positie.** Het designforum Wien werd opgericht in 2005 door Designaustria en de Austrian Design Foundation.

Sindsdien staat het in voor dialoog, deskundigheid en bemiddeling. Als een platform voor design is de voornaamste taak om te informeren over design en wat design kan doen in onze tijd, naast het creëren van bewustzijn voor goed design. Met de oprichting van designforum Vorarlberg (2008), designforum Stiermarken (2010) en Wei Sraum designforum Tirol (2016) heeft het designforum Wien sterke partners in de deelstaten gekregen. Gezamenlijk creëren de instellingen een programma, brengen ze design en bedrijfsleven samen en stellen ze knowhow ter beschikking van een breed publiek.

Het designforum Wien ziet zichzelf als een plaats die de mogelijkheid biedt om voor design relevante onderwerpen voor een breed publiek voor te bereiden en in verschillende vormen aan te snijden. Dit gebeurt door middel van tentoonstellingen, discussies, symposia, lezingen, conferenties en evenementen voor alle designdisciplines.

**Definitie.** Design is multidimensionaal. Design verdient aandacht en een plaats waar creatieve prestaties worden gepresenteerd en besproken.

**Taken.** Designforum Wien is een vereniging voor de promotie van Oostenrijks design. Designforum Wien ziet haar taak in het luide nadenken over vormgeving en de functie ervan in onze tijd maar ook het creëren van bewustzijn over goed design. Via een multidimensionale aanpak wil het designforum Wien adviseren, netwerken, bemiddelen, leren, opleiden en een dialoog op gang brengen tussen ontwerpers, creatieve professionals, het bedrijfsleven, de politiek en designbewuste bezoekers.

**Artistiek.** Geen ondersteuning voor de artistieke designer individueel. Bedrijven, instellingen en initiatieven die verband houden met de creatieve industrie kunnen op praktijkondersteuning rekenen.

**Samenwerking.** De Oostenrijkse designforums bevorderen de netwerkvorming van de designsector in Oostenrijk en de uitwisseling tussen de politiek, het (creatieve) bedrijfsleven en het designgeïnteresseerde publiek. Hierbij ziet Design Forum Wien zichzelf als een interface. De prominente locatie in de MuseumsQuartier is een ideale plek voor de leden van Designaustria en voor internationale ontwerporganisaties als het aanspreekpunt voor Oostenrijks design. Het veelzijdige programma is het bewijs van hoe breed design beschouwd wordt.

Partners van designforum Wien zijn: Bundeskanzleramt – Kunst und Kultur, Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, Bildrecht en TON Handcrafted for Generations.

**Opvallend.** Als netwerkorganisaties hebben de designforums van Oostenrijk lokale chapters maar ook een ankerpunt in de hoofdstad om zo de lokale grootstedelijke werking te verankeren naast de brede en internationale focus van Designaustria.

## IV.5.3. Designforum Steiermark: regionaal designforum

**Organisatie.** Het designforum Steiermark is opgericht door de economische afdeling van de provincie Steiermark en de Creative Industries Steiermark en wordt gerund als submerk van de Creative Industries Steiermark. Aan het hoofd staat de coördinator Creative Industries Styria die wordt ondersteund door drie medewerkers.

**Positie.** Is een van de regionale forums van designforum Wien. Samen met de andere lokale partners van designforum Wien vormt designforum Steiermark één netwerk. Sinds september 2010 brengt het designforum Steiermark het lokale potentieel en het belang van design als ontwerpproces over naar een breed publiek door middel van hoogwaardige designpresentaties.

Tegen de achtergrond van Graz als UNESCO-stad voor design staat het designforum Steiermark als platform en tentoonstellingslocatie ter beschikking van regionale en internationale designers en designinstellingen. De verstrengeling met de Creative Industries Styria is sterk. De Creative Industries Styria is een netwerkbedrijf voor de ontwikkeling en versterking van de creatieve industrieën in Steiermark. Het heeft tot taak het brede scala van creatieve diensten te coördineren en verder uit te breiden en deze in de algemene context van de Steiermarkse economie te plaatsen.

**Definitie.** Design is alles omvattend. In onze tijd is vooral de economische en sociale relevantie van design belangrijk.

**Taken.** Een centrale taak van het designforum Steiermark is het publiek bewust te maken van de waarde van design. Het esthetische aspect wordt naar de achtergrond geschoven en er wordt vooral ingezet op de economische en sociale relevantie van het design. Deze brede dimensie van design wordt op een toegankelijke manier gepresenteerd.

**Artistiek.** Geen directe ondersteuning voor (artistiek werkende) designers. Wel biedt het een platform voor designers via programmatie.

**Samenwerking.** Sterke verbondenheid met designforum Wien, Designaustria en de Creative Industries Steiermark, waarbij Designforum Steiermark de rol van bemiddelaar en contactpersoon opneemt, zowel voor bedrijven uit de creatieve industriesector als voor bedrijven die geïnteresseerd zijn in samenwerkingsverbanden en partnerschappen met creatieve bedrijven.

**Opvallend.** De verbinding tussen het lokale en het nationale designbeleid, en met bedrijven.

#### IV.5.4. WEI SRAUM Designforum Tirol: regionaal designforum

**Organisatie en positie.** Designforum Tirol WEI SRAUM maakt sinds 2016 deel uit van het netwerk van Oostenrijkse designforums. Samen met de andere lokale partners van designforum Wien vormt Designforum Tirol één netwerk. Door middel van lezingen, tentoonstellingen, cursussen, conferenties, onderzoeksprojecten op het gebied van vormgeving, discussies en publicaties wordt het bewustzijn van het belang van het gebied van toegepaste vormgeving voor de samenleving en de economie bevorderd.

**Definitie.** Het begrip "design" wordt breed gedefinieerd. Het designforum Tirol ziet design als onderdeel van de ontwikkeling van een ecologisch, economisch en sociaal duurzame samenleving.

**Taken.** Sinds zijn oprichting in 2006 nodigt WEI SRAUM bezoekers, ontwerpers en bedrijven uit in dialoog te treden over hoe designers kunnen en moeten bijdragen aan het oplossen van de problemen van hoogontwikkelde samenlevingen. Het wil een even aangename als kritische opvatting van creativiteit bevorderen, die de basis vormt voor verfijnd designwerk. WEI SRAUM. Designforum Tirol ziet zichzelf hierbij als een platform voor hedendaagse visuele communicatie en design.

**Artistiek.** Vooral jonge bureaus zijn de doelgroep. WEI SARUM biedt een gevarieerd bijscholingsprogramma aan, maakt het mogelijk om buiten de dagelijkse sleur geconcentreerd na te denken over het eigen werk, vaardigheden te verdiepen en nieuwe dingen te leren.

**Samenwerking.** WEI SARUM heeft zijn eigen projecten. Daarbij werkt het nauw samen met de andere designforums en vormt zo een designnetwerk in heel Oostenrijk en internationaal. Hierbij wordt bewust gefocust op cross-sectoraal netwerken en het bevorderen van hybride beroepspraktijken omwille van het feit dat steeds meer ontwerpogaven een multidisciplinaire vertaling vereisen. Daarnaast is er de overtuiging dat een zo breed mogelijk netwerk ervoor kan zorgen dat er de juiste antwoorden worden gevonden voor wicked problems of onze tijd.

**Opvallend.** De ambitie van een kleine regionale organisatie die zich wil inzetten voor grote maatschappelijke problemen via de focus op jonge designers.

#### IV.5.5. Designforum Vorarlberg: regionaal designforum

**Organisatie en positie.** Het designforum Vorarlberg werd in oktober 2008 opgericht op initiatief van Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH en PRISMA Unternehmensgruppe. Intussen horen de Kamer van Koophandel van Vorarlberg, de Wirtschafts-Standort Vorarlberg en de Hogeschool van Vorarlberg als verdere ondersteunende organisaties er ook bij. Designforum Vorarlberg wordt geleid en verder ontwikkeld in nauwe samenwerking met designforum Wenen, dat als belangrijke inhoudelijke partner optreedt. Samen met de andere lokale partners van designforum Wien vormt designforum Vorarlberg één netwerk. Designforum Vorarlberg ziet zichzelf als een marktplaats, showroom en werkplaats voor design en designgerelateerde onderwerpen. Promoten en communiceren zijn twee belangrijke focuspunten.

**Definitie.** Design wordt breed opgevat. Designforum Vorarlberg begrijpt dat de term design veel meer inhoudt dan styling; design is belangrijk voor innovatie en een factor met toegevoegde waarde voor lokale bedrijven. Design heeft een sociale en economische betekenis ("good design") en via designprocessen kan de discipline bijdragen aan de maatschappij.

**Taken.** Doel is een platform te zijn dat door middel van verschillende activiteiten het aanwezige potentieel en het aanbod van de plaatselijke ontwerpers zichtbaar maakt en een nauwe netwerk- en ondernemerssamenwerking met de in Vorarlberg werkzame bedrijven en toonaangevende ondernemingen bevordert.

**Artistiek.** Ondersteunt niet de artistieke designer individueel. Het forum organiseert ondersteuningsprogramma's en innovatiebevorderingsprogramma's voor jonge, creatieve of toonaangevende ondernemers vanuit in Vorarlberg werkzame bedrijven.

**Samenwerking.** Designforum Vorarlberg heeft de directe partners uitgebreid met de jaren. Hierbij toont het zich als een onmisbare partner in de regio. Huidige partners van het designforum zijn Zumtobel Lighting, Hypo Vorarlberg, Land Vorarlberg, Interreg Europäische Union – Europees Fonds voor Regionale ontwikkeling.

**Opvallend.** Een kleine regionale organisatie kan toch veel betekenen voor de eigen omgeving.

#### IV.6. Ierland

Ierland heeft zich in de voorbije jaren sterk ingezet om met de expertise van design in het land een verschil te maken. Hierbij zijn veel verschillende inspanningen gebeurd, zowel op het gebied van industrieel design en innovatie door design als voor de artistiek of ambachtelijk werkende vormgever en een brede waaier van

subdisciplines zoals bv. de reclame-industrie. Twee heel verschillende instellingen werden meer in detail onder de loep genomen: het Institute of Designers in Ireland (met interview) en de Design & Crafts Council Ireland. Ingebed in een weidser landschap van instituten en organisaties bieden de twee een mooi beeld van het reilen en zeilen rond design in Ierland.

#### IV.6.1. Institute of Designers in Ireland: ledenorganisatie met faciliterende rol

**Organisatie.** Het IDI is een professionele ledenorganisatie die wordt geleid door een raad van bestuur en een verkozen raad van leden. Sinds januari 2017 is het IDI een naamloze vennootschap zonder winstoogmerk, gecontroleerd en gestuurd door een voogdijraad en bestuurd door leden met een wisselende CEO. Het IDI wordt bemand door een fulltime directeur en drie medewerkers. Het is een verouderde ledenorganisatie die kampt met financiële problemen die de werking belemmeren. Momenteel is het instituut volledig afhankelijk van de ledenbijdrage, wat sponsoring en bescheiden inkomsten vanuit projecten. Planning op lange termijn is om die reden erg moeilijk. Momenteel is er een modernisering aan de gang met als doel om naast een reeks inhoudelijke hervormingen ook een structurele overheidsfinanciering te bekomen. Momenteel telt het IDI ca. 1000 betalende leden. Dit zijn individuele leden, waaronder ook bv. architecten, geïnteresseerd in design maar ook bedrijven, grotere en kleinere adviesbureaus, ontwerpteams of hogescholen en hun docenten. Daar de designpopulatie van Ierland op 35.000 ontwerpers wordt geschat, wordt het ledental gezien als veel te klein.

**Positie.** Het Institute of Designers of Ireland is de grootste en oudste vereniging van Ierse designers, en het langst gevestigde creatieve forum in Ierland. Op dit moment is het actief bezig zich niet alleen als organisatie maar ook inhoudelijk te moderniseren. Het zet zich in voor verbinding binnen de designgemeenschap, het bevorderen van de waarde en impact van design zowel lokaal als internationaal en te werken aan inspiratie, ondersteuning en wederzijds leren van elkaar. Het streven naar excellentie over de hele lijn wordt nagestreefd via een design gedragscode.

Het IDI vertegenwoordigt het commercieel design landschap, waaronder vooral bedrijven. Ontwerpers in de publieke sector zijn geen lid. Voor de traditionele designer beschikt Ierland nog over de Design and Craft Council of Ireland, die los staat van het IDI, en voor specifieke marktsectoren de DCCI – Development Capital Corporation of Ireland. Beide zijn gefinancierd door de overheid. Hoewel deze organisaties onafhankelijk van elkaar opereren, is er hier en daar overlap wat betreft bevoegdheden. Daarnaast zijn nog de volgende organisaties actief:

- RIAI, de Royal Institute of the Architects of Ireland, die zich concentreert op architectuur;
- IAPI, het Ierse instituut voor reclamemakers, waarvan enkele ontwerpers ook lid zijn van het IDI;
- ICAD, het Institute of Creative Advertising and Design, gericht op creativiteit en het te belonen onder andere via prijsuitreikingen;
- 100 Archive met als missie om het verleden, het heden en de toekomst van het Ierse design in kaart te brengen door 100 opmerkelijke communicatie-ontwerpprojecten te publiceren, die elk jaar worden geselecteerd na een open oproep.

**Definitie.** Centraal staat de overtuiging dat design *human centred* is en door mensen geleid. Alle facetten van de ontwerpberoepen zijn welkom in het IDI, inclusief alle opkomende wetenschappen, kunsten, technologieën, producten, systemen en diensten die tot de designdiscipline kunnen worden gerekend. Al deze aspecten samen worden gezien als een eenheid voor universele toepassing in onderwijs, denken en doen.

**Taken.** Het IDI werkt volgens een eigen constitutie. Hierin worden vier doelstellingen geformuleerd:

1. Design verstevigen (consolidating design),
2. Bemiddelen voor Design (moderating design),
3. Design verheffen (elevating design),
4. Design ontwikkelen (evolving design).

De brede impact van design wordt daarnaast specifiek toegespitst op het thema 'inclusie' met als doel om via design een verhoogd bewustzijn te genereren over het belang van gelijke kansen en sociale inclusie.

**Artistiek.** Het IDI biedt geen financiële steun voor leden, en de artistieke designer vormt slechts een kleine minderheid in de ledenlijst. De ondersteuning voor designers richt zich vooral op het professionaliseren en het bevorderen van de werking van bedrijven. Leden kunnen rekenen op hulp bij het regelen van diverse vak gerelateerde problemen maar ook op het modereren en controleren van taken die verband houden met de beroepspraktijk.

**Samenwerking.** Het IDI als gemeenschap biedt kansen aan designers om een netwerk uit te bouwen. De inzet om van de designers een grote gemeenschap te maken heeft als doel om kruisbestuivingen te realiseren. Daarnaast maakt het instituut er werk van om contacten te leggen en te onderhouden met nationale en internationale organisaties met gelijkaardige statuten en doelstellingen. Op een meer strategisch niveau zet het IDI zich in om de positie van design te versterken door contacten te leggen met wettelijke instanties, de regering alsook buitenlandse entiteiten. Het IDI maakt actief deel uit van het nieuwe Europese Bauhaus.

**Opvallend.** Een verouderde vereniging die kiest om te moderniseren en openstaat voor vernieuwing, gebaseerd op recente inzichten over ledenorganisaties en het belang van de betekenis van design.

## IV.6.2. Design & Crafts Council Ireland: ledenorganisatie

**Organisatie.** De DCCI is een overheidsorganisatie. De activiteiten worden gefinancierd door het Department of Business, Enterprise and Innovation via Enterprise Ireland. De raad van bestuur bestaat uit ministeriële genomineerden (drie leden door de minister van Handel, Ondernemen en Innovatie) en zes verkozen leden. Het telt 55 organisaties (ontwerp- en ambachtsgilden, verenigingen, netwerken en verenigingen) en meer dan 3.200 klanten als geregistreerde leden.

**Positie.** De Design & Crafts Council Ireland is het nationale bureau voor de commerciële ontwikkeling van Ierse ontwerpers en makers met het doel om innovatie te stimuleren. Gevestigd in Kilkenny werkt de raad met gespecialiseerde projectmanagers om DCCI-projecten en -activiteiten te beheren. De DCCI pleit voor meer designdenken en ze informeert het overheidsbeleid. Op termijn streeft de raad ernaar dat Ierland erkend en gewaardeerd wordt om zijn cultuur van design en ambacht.

**Definitie.** Tot 2015 droeg de raad de naam Crafts Council of Ireland omdat het zich oorspronkelijk op de ambachten richtte. Design werd recent toegevoegd op gelijke hoogte naast de ambachten.

**Taken.** De Council biedt een scala aan programma's, ondersteuning en diensten voor ontwerpers en ambachtslieden, leerlingen en docenten, detailhandelaars en galerijhouders, maar ook aan shoppers en verzamelaars. Het genereert ook een informatie voor media en partnerorganisaties over hoe men de standaard en het profiel van Iers design en ambacht kan verhogen.

**Artistiek.** De raad biedt een bijzonder brede waaier van ondersteunings- en ontwikkelingsprogramma's zowel voor organisaties als de individuele designer. Voor de individuele designer zijn ondersteuning voorzien in de richting van professionalisering, verwerven van erkenning en verbeteren van de marktpositie:

- Mentorschap voor zakelijke en ontwerpmatige ondersteuning;
- Programma's voor marketing zowel voor het eigen land als voor het buitenland;
- Bewustmakingsprogramma's die tot doel hebben het publiek bewust te maken van ambachtelijke media, technieken en ontwerpprocessen en dit door middel van workshops demonstraties, lezingen, discussieforums of outreach-programma's gericht naar specifieke groepen;
- Werken met galerijen;

- Ondersteuningspakket op maat voor ontwerpers om hun product op de markt te brengen door middel van workshops;
- Partnerschapsprogramma's voor exportontwikkeling om exportgereedheid te garanderen en verschillende routes naar overzeese markten te verkennen;
- Labelingsregels in verband met eigendomsrechten en aan gebruikte materialen gerelateerde kwesties over afkomst in een globaliserende wereld;
- Ondersteuning bij de ontwikkeling van hoogwaardige, onafhankelijke tentoonstellingen;
- Financiële steun bij het bereiken van belangrijke exportmarkten;
- Financiële steun voor deelname aan verkoopbeurzen buiten Ierland.

**Samenwerking.** De Raad heeft historische banden met de World Crafts Council (WCC) en werkt samen met overheidsdepartementen, agentschappen en verenigingen bij de ontwikkeling en implementatie van programma's voor de design- en ambachtelijke sector. Daarnaast streeft de raad ernaar om een netwerk van clusters te ontwikkelen met relevante partners om de groei en ontwikkeling van de design- en ambachtelijke sector te ondersteunen. De DCCI werkt ook aan het ontwikkelen van banden met de industrie en expertise die de innovatieve ontwikkeling en het potentieel van de ontwerp- en ambachtssector zullen bevorderen, en doet onderzoek om industriële expertise, apparatuur en faciliteiten te identificeren. Partnerschappen worden aangegaan met de industrie en organisaties om sector-overschrijdende projecten te ontwikkelen. Verder wordt werk gemaakt van aansluiten bij EU-programma's.

**Opvallend.** De DCCI heeft een bijzonder rijk ondersteuningsprogramma voor individuele, ambachtelijk werkende designers maar ook voor ondernemingen die van handwerk hun handelsmerk maken. Daarnaast wordt veel gedaan rond sensibilisering. Die combinatie van elementen maakt het ondersteuningspakket uniek.



## V. Beleidsdocument door Z33

Onderhavige 'kwalitatieve benchmark-studie Design Organisaties' dient nog in overeenstemming te worden gebracht met die van de andere deelopdracht 'Behoefteteonderzoek bij designers', uitgevoerd door het consultancy bureau IDEA. Daarnaast is het aan te bevelen om een vertaalslag uit te voeren naar de lokale context. Dit kan gebeuren door het uittekenen van een actieplan dat de structuur van doelen en het operationele aspect omvat. In een evaluatiefase kunnen de resultaten geanalyseerd worden naar de eigen doeleinden. Hierbij horen acties zoals het dichten van de kloof tussen theorie en praktijk door terugkoppelen, testen en finetunen. Ten slotte kan Z33 met aandacht voor input, proces, resultaat en impact een gepast beleid ontwikkelen voor een Vlaams Design Organisatie.

## VI. Algemeen besluit

In het besluit van deze benchmark studie designinstituten wordt een samenvatting gegeven van de types designcentra en instellingen, de plaats van de artistiek werkende designer, de rol van de creatieve industrie, de tandem design – innovatie, om te eindigen met een aantal vaststellingen rond samenwerking, participatie en inclusie.

### Types designorganisaties

Uit de analyse van de geselecteerde organisaties wordt duidelijk dat benamingen als centrum, forum, bond of raad op redelijk willekeurige basis gebruikt worden. Dit houdt in dat het takenpakket van een organisatie moeilijk af te lezen is van de benaming. Niettemin kunnen ze op basis van hun werking worden ingedeeld in vier types, waarbij we abstractie maken van verschillen in detail of focus.

Het eerste type wordt aangeduid door twee frequent voorkomende en quasi uitwisselbare benamingen, namelijk **design centrum** en **designforum**, en gekenmerkt door een programmatie van tentoonstellingen, waaraan in meer of mindere mate diverse taken en activiteiten worden gekoppeld. De uitzondering die deze regel bevestigt, is het Danish Design Centre, dat geen tentoonstellingen programmeert maar wel een uitgebreide en verreikende maatschappelijke opdracht heeft in nauwe samenspraak met de politieke leiding van het land. Hierdoor is het DDCentre goed vergelijkbaar met de Design Council in het VK of Designaustria, in die zin dat ze design als strategisch instrument beschouwen in dienst van een verantwoorde ontwikkeling en zich sterk inzetten voor de erkenning van design als cruciaal instrument voor zowel economische groei als het welzijn van de burgers. Ook in Oostenrijk doet designforum Wien dienst als een breed design- en cultuurcentrum dat tentoonstellingen en publicaties maakt. Deze invulling heeft het bereikt na een lange weg vanuit een verleden in de grafische vormgeving. De huidige werking van designforum Wien als designplatform is goed vergelijkbaar met Design Forum Finland, waarvan de taken zijn aangevuld met een opdracht archiefbeheer. Die taak van archiefzorg staat dan weer zeer centraal bij Het Nieuwe Instituut in Rotterdam, dat over een veel uitgebreider archivaal erfgoed waakt.

**Design Councils** of design raden zijn in feite te situeren bij de forums en centra. Soms hebben ze een klare maatschappelijke opdracht zoals de Danish Design Council, maar verrassend genoeg dragen ook bepaalde ledenorganisaties de naam Council, zoals de Design and Crafts Council of Ireland of de Crafts Council Nederland, hoewel beide zuivere ledenorganisaties zijn.

**Ledenorganisaties en beroepsverenigingen** zijn dus soms onduidelijk in benaming, maar hun werking en missie zijn wel helder. Nationale ledenorganisaties verenigen mensen met hetzelfde beroep binnen een land en trachten hen ondersteuning te bieden. In het huidige landschap van ledenorganisaties is een tendens waar te nemen van een groeiende wens om naar elkaar toe te groeien. Dit hoeft niet te verwonderen daar het in overeenstemming is met de toenemende cross-overs tussen diverse takken van design, kunst en andere disciplines. Zo hebben vele van de onderzochte ledenorganisaties zich reeds verenigd om de diversiteit aan designers een relevanter netwerkplatform te kunnen bieden en hen met meer slagkracht te vertegenwoordigen. De BNO – Bond Nederlandse Ontwerpers was een van de eerste die in 1996 een dergelijke samenvoeging gerealiseerd heeft. In Barcelona is het FAD (Bevordering van Kunst en Vormgeving) op gelijkaardige wijze actief en dit gevestigd in het epicentrum van het designgebeuren: de Disseny Hub Barcelona. Ook bij FAD is de samenvoeging achter de rug. Het bundelt vijf verenigingen van verschillende creatieve disciplines én een centrum voor materialen in een nauw samenwerkingsverband met het Barcelona Design Centre. Vanuit de beweegredenen van diversiteit en interdisciplinariteit in de designpraktijk speelt zich een gelijksoortig proces af in Ierland, waar het Institute of Designers of Ireland graag zou willen samensmelten met de Design and Crafts Council of Ireland. Een ander verhaal lijkt zich in het VK af te spelen, dat een versnippering in diverse kleinere organisaties toont zoals de Chartered Society of Designers, een vrij ouderwets werkende organisatie, en de British Industrial Design Association, die (op basis van de website) niet erg professioneel lijkt te zijn. Het VK lijkt voor elke creatieve discipline een aparte ledenorganisatie te hebben. Anderzijds beschikt het VK wel over de Design Council, een instituut met wereldwijde faam en invloed. Tot slot moet worden vermeld dat er onder de ledenorganisaties een

onverdunde aandacht is voor de ambachtelijk werkende designer. In Nederland en Denemarken is er zelfs een heropleving van deze organisaties die de hernieuwde interesse voor de ambachten weerspiegelt. **De Fondsen** blijken op de Europese designscène eerder een uitzondering. Hoewel uniek in zijn soort, toont Het Stimuleringsfonds met haar buitengewone output en slagkracht de potentie van een dergelijke benadering.

Aansluitend bij deze typologie van designorganisaties verdienen twee kenmerken vermelding. Ten eerste de combinatie van een publiek takenpakket met een **extra functie** als archiefzorg, zoals het geval is bij Design Forum Finland en Het Nieuwe Instituut in Rotterdam. Ten tweede de oprichting van regionale **satellieten** zoals de Oostenrijkse Forums. Hoewel ze formeel tot Designforum Wien behoren, beschikken ze over veel autonomie zowel in de definitie van design als in de inhoudelijke werking afgestemd op de lokale behoefte. De binding met de hoofdstad lijkt een opportuniteit voor efficiënt bestuur en goede netwerking en geenszins een hinderpaal voor eigen accenten.

#### De plaats van de artistiek werkende designer

De artistiek werkende designer is welkom bij ledenorganisaties die zich openstellen voor alle designers en uiteraard ook bij deze die zich specifiek richten op de ambachtelijk en/of artistiek werkende designer. De artistiek werkende designer kan ook terecht bij design centra of designforums met een programmatie van tentoonstellingen en workshops, hoewel dit afhangt van hun focus. Bepaalde centra hebben bovendien aandacht voor de jonge designer; een mooi voorbeeld hiervan zijn de regionale designforums in Oostenrijk. Belangrijk inzicht is dat enkel in het Nederlandse denkmodel – **de creatieve industrie en de cultuur van de makers** – men als artistiek werkende designer in alle designorganisaties van het land terecht kan. Het werken met de terminologieën creatieve industrie en de cultuur van de makers ondersteunt het idee dat ook de individuele, vrij werkende creatieveling bijdraagt aan een betere maatschappij. Desondanks heeft Nederland toch een Crafts Council met een ambitieuze boodschap, namelijk dat elke partij een onmisbare schakel vormt in de transitie naar een toekomst waarin ‘de intelligentie van de handen’ een prominente plaats inneemt en dat de ambachten daarbij een brede en professionele belangenorganisatie verdienen. Bij instellingen waar de focus vooral op design en innovatie ligt, is meestal geen plaats voor de artistieke of ambachtelijke designer. Hier staan concepten voor wicked problems centraal en vormen vooral bedrijven de doelgroep. De meest uitgesproken voorbeelden hiervan zijn de Danish Design Council en Centre en de Design Council UK. Om dit mechanisme te illustreren is het interessant om een blik te werpen op de volgende schema, ontwikkeld door de Danish Design Council.

#### Belangrijke vaststelling

In de inleiding werd verwezen naar de grote aandacht voor design en innovatie, waarin de artistiek werkende designer slechts een ondergeschikte plaats krijgt. Dit blijkt het geval in Denemarken en het VK, hoewel moet gesteld dat die groep designers er wel degelijk ondersteund worden door andere organisaties. Op een supranationaal niveau moet het New European Bauhaus-programma van de EU<sup>82</sup> worden vermeld, dat design wil inzetten voor innovatie om zo de transitie te bevorderen met de focus op maatschappelijk relevante thema's. Vele designorganisaties hebben zich als partner van dit Nieuwe Bauhaus aangemeld, waaronder vanzelfsprekende kandidaten zoals de DDCentre en de DDCouncil maar ook het Barcelona Design Centre, dat zich eigenlijk richt op de creatieve industrie en de artistiek werkende designer. Het betrokken scala is dus heel breed, van de intelligente hand van de ambachtsman tot de aarde redden van de opwarming door middel van design thinking. Daarbij komt één vaststelling telkens klaar en helder terug, namelijk dat **samenwerking, uitwisseling, participatie en inclusie** thema's zijn die in elke organisatie bovenaan de agenda staan. Een pas opgericht samenwerkingsverband kan hiervoor symbool staan, The Open Coalition. Participation at the Core<sup>83</sup> in Nederland, opgericht door de Dutch Design Foundation, de Federatie Creatieve Industrie, CLICKNL en het Centre of Expertise for Creative Innovation. Het wil de Nederlandse culturele en creatieve industrieën bundelen in een open samenwerkingsverband om participatie krachtadig centraal te stellen. Men wil de kennis, kunde en expertise over hoe de culturele en

<sup>82</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_21\\_111](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_111) 2021 09 14

<sup>83</sup> <https://www.clicknl.nl/news/dutch-cultural-and-creative-industries-join-forces-in-the-open-coalition/> 2021 09 14

creatieve industrie kan bijdragen tot het oplossen van hypercomplexe maatschappelijke uitdagingen bundelen in een echo van de ambitie van het New European Bauhaus.

## VII. Bijlage: werkinstrument – ingevulde vragenlijsten



<https://www.designcouncil.org.uk/> (2021-05-25)

DOELGROEPEN	
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers      bedrijven      organisaties      het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <p>Design Council is een onafhankelijke liefdadigheidsinstelling en de adviseur van de regering op het gebied van design. Hun doel is om het leven beter te maken door middel van design.</p> <p>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? DC formuleert een specifieke definitie.</p> <hr/> <p><b>What is design</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ A mindset and skillset.</li> <li>❖ Critical thinking and creativity combined.</li> <li>❖ Much more than aesthetics.</li> <li>❖ Design helps us identify and respond to economic, societal and environmental challenges.</li> <li>❖ Design is firmly linked with innovation, productivity and business resilience.</li> <li>❖ Design generates substantial revenue for the UK.</li> </ul> <div style="margin-left: 20px;"> <p><b>Head</b> <u>Problem solving</u> The ability to visualise and conceptualise the intangible.</p> <p><b>Heart</b> <u>Humanity centred</u> The passion and curiosity to design solutions that are right for people and planet.</p> <p><b>Hand</b> <u>Practical skills</u> The technical abilities to enable the end goal to be reached.</p> </div>

## What is design?

A mindset and skillset.  
Critical thinking and creativity combined.  
Much more than aesthetics.

### Head Problem solving

The ability to visualise and conceptualise the intangible.

### Heart Humanity centred

The passion and curiosity to design solutions that are right for people and planet.

### Hand Practical skills

The technical abilities to enable the end goal to be reached.



[DC Werkt met deze designprincipes:](#)

### Design deeply.

Wij begrijpen de kern van het probleem en de bredere context. Hierdoor kunnen we samen de oorzaak aanpakken en niet het symptoom.

### Design disruptively.

Wij zijn moedig, provocerend en herdenken de status quo, in plaats van alleen maar een betere versie te maken van wat al bestaat.

### Design collaboratively.

Wij beseffen dat één oplossing het probleem niet zal doen verdwijnen, dus werken wij samen met anderen die ook aan dezelfde doelstellingen werken.

### Design democratically.

Wij verschuiven de macht naar de gemeenschappen door hen te helpen hun eigen ontwerpvaardigheden te ontwikkelen om positieve verandering in hun leven teweeg te brengen.

- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?

De visie van de DC is in een wereld te leven waarin de rol en de waarde van design wordt erkend als een fundamentele schepper van waarde, die een gelukkiger, gezonder en veiliger leven voor iedereen mogelijk maakt. Design wordt gebruikt als een kracht voor verandering, die de mensen helpt een aantal van de moeilijkste economische, maatschappelijke en milieu-uitdagingen aan te pakken.


Voor de periode van 2020-2024 werden de volgende keuzes gemaakt:

- uitdagingen rond drie kerngebieden omdat design een cruciale rol kan spelen bij de aanpak van deze uitdagingen: 1. gezondheid en welzijn (waarin ongelijkheid), 2. duurzaam leven en (waarin klimaatactie en maatschappelijke duurzaamheid) 3. ontwerpvaardigheden (gelinkt aan innovatie, geld verdienen en een veerkrachtigere en productievere beroepsbevolking)
- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?

Het gaat om design als 'ontwerpvak' gebaseerd op design thinking (zie Double Design Diamond). Hierbij brengt DC zowel niet-designers als designers samen en wordt met hen designexpertise gedeeld om de manier van werken te veranderen.

- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?

De basis is de DDesign Diamond. Er wordt gewerkt aan baanbrekend en empirisch onderbouwd onderzoek om het te implementeren, in gang te zetten of in opdracht te geven. Er worden nieuwe programma's ontwikkeld en inzichten die daaruit voortvloeien, worden gebruikt om daarmee het beleid te informeren en te ondersteunen. Hiermee toont Design Council de kracht van design aan en hoe het van invloed is op de belangrijkste vraagstukken van nu.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>De doelgroep is eigenlijk de hele maatschappij.</p>
<p>2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)</p>	<p><b>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</b></p> <p>De instelling is in 1944 op initiatief van Winston Churchill opgericht, om met design de naoorlogse economie te verbeteren.</p> <p>De doelstellingen van Design Council nu zijn nog steeds van algemeen nut en luiden als volgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De vooruitgang stimuleren van de Britse industrie en openbare diensten door de verbetering van design in hun producten en diensten;</li> <li>- De bescherming, verbetering en revitalisering van de natuurlijke en de bebouwde omgeving (met inbegrip van de architectuur) alsmede de bevordering van de vorming van het publiek op dit gebied van duurzame ontwikkeling en duurzaam leven. Daarnaast zorgt men voor de bevordering van studie en onderzoek op dit gebied, mits de nuttige resultaten van ontwikkelde studies onder het grote publiek worden verspreid;</li> <li>- Onder duurzame ontwikkeling wordt verstaan "een ontwikkeling die voorziet in de behoeften van het heden zonder het vermogen van toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien in gevaar te brengen"</li> </ul> <p>Het gemiddelde aantal personeelsleden dat gedurende het jaar 2019-20 in dienst was, bedroeg 41 (46 in 2018/19), waarbij 22 extra beoefenaars en deskundigen op het gebied van design en bebouwde omgeving werden aan het netwerk van 450 toegevoegd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Er is een holistische aanpak. DC is een trouwe partner voor organisaties in de publieke, private en de derde sector in het Verenigd Koninkrijk en daarbuiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> <p>UKDC is een onafhankelijke liefdadigheidsinstelling en de adviseur van de regering, opgericht bij Koninklijk Besluit op het gebied van design.</p> <p>Binnen de designsector positioneert Design Council zich naast RIBA, de ledenorganisatie van architecten en ook de andere talrijke beroepsorganisaties van het land. Hoewel DC geen lidmaatschapsorganisatie is, heeft het toch haar plaats naast al die verschillende ontwerpsectoren. Tegelijkertijd hoort DC ook binnen het netwerk van de creatieve industrieën met organisaties als het Creative Industry's Council, de Creative Industry's Advisory Board en de Creative Industry's Federation. De positie van de Council qua inhoud ligt als het ware tussen die twee landschappen en het lijkt geen probleem te zijn om een brug slaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p><b>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</b></p>  <p>The diagram illustrates the organization's mission and its four key areas of focus. At the center is the mission statement: "Our mission: Making life better by design". Surrounding this are four red diamond-shaped boxes, each representing a key area: "Policy development", "Pioneering evidence-led research", "Design-led programmes", and "Independent advice". Arrows labeled "Impact" connect these areas in a clockwise cycle, and arrows labeled "Communications" connect them in a counter-clockwise cycle, indicating a continuous and interconnected process.</p>



## DOELSTELLINGEN

- Missie

*Our mission is to make life better by design, working with people to create better places, better products and better processes, all of which lead to better performance.*

De waarden van DC:

- Inclusie
- Andere meningen niet negeren
- Tijd nemen om vertrouwen met andere partners uit te bouwen
- Flexibel zijn en openstaan voor nieuwe uitdagingen
- Niet bang om risico's te nemen en te experimenteren
- Op de hoogte blijven, kennis van zaken hebben en leren door te doen: maken, testen, leren en reflecteren

- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?

Ja. DC publiceert baanbrekend, op feiten gebaseerd onderzoek over de waarde van design, geeft opdrachten en verzamelt de resultaten om de noodzaak van design aan te tonen en het gebruik ervan te bepleiten.

- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?

Ja, dit is het belangrijkste doel. Omwille van de snel veranderende wereld ontstaan nationale en mondiale problemen die moeten worden aangepakt. De Council vindt het van cruciaal belang dat hierbij aan innovatie wordt gedaan en nieuwe oplossingen worden gevonden. Er wordt momenteel op drie gekozen grote gebieden van de economie ingezet: bedrijfsinnovatie, ruimte en openbare diensten.

- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?

Ja, dit gebeurt continu en behoort tot de kernopdrachten.

- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?

Ja. 'Public value' realiseren door middel van design is het hoofddoel. DC kiest ervoor om zich in te zetten in de 'wicked problems' van onze tijd, omdat ze zich in een unieke positie bevinden om dat te doen. De kwesties waarop ze zich richten zijn complex; ze vereisen meer dan één antwoord uit een breed scala van disciplines en sectoren

DC is actief op de volgende werkerreinen:

- Strategisch Advies (Sinds 1944 de toonaangevende, onafhankelijke en betrouwbare autoriteit op het gebied van het gebruik van ontwerpprincipes om processen, producten en plaatsen te verbeteren)

- Programma's samenstellen (De programma's van Design Council laten zien hoe design een verschil maakt en creativiteit en innovatie ondersteunt. Ze zijn allemaal gebaseerd op de kernmethodologie, het Framework for Innovation, waarvan het hart wordt gevormd door het internationaal erkende ontwerpproces, de Double Diamond.)

- Onderzoek & Inzicht en het meten van de impact en waarde van design (Het baanbrekend onderzoek van DC levert het bewijs voor de impact en waarde van design. DC onderzoekt de rol van design in economische ontwikkeling, het aanpakken van maatschappelijke uitdagingen en het leveren van inclusieve plaatsen, om te helpen design beter te begrijpen en te gebruiken in het Verenigd Koninkrijk.)

Het programma voor de komende vier jaar is de opgebouwde kennis te doen renderen: rijkdom aan onderzoek, feitenmateriaal, ervaring en expertise om uitdagingen op drie belangrijke gebieden aan te gaan: gezondheid en welzijn, duurzaam leven en ontwerpvaardigheden.

**Diepgaand ontwerpen:** UKDC begrijpt de kern van het probleem en de bredere context, zodat de oorzaak wordt aangepakt en niet het symptoom.

**Ontwerpen op een ontwrichtende manier:** de UKDC werkt doortastend, provocerend en stelt de status quo opnieuw in vraag, in plaats van alleen maar een betere versie te maken van wat er al bestaat.

**Samen ontwerpen:** DC erkent dat één invalshoek het probleem niet zal oplossen, dus werken ze samen met anderen.

**Democratisch ontwerpen:** DC verschuift de macht naar de gemeenschappen door hen te helpen hun eigen ontwerpvaardigheden te ontwikkelen om positieve verandering in hun leven zelf teweeg te brengen.

- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?
- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?

Momenteel wordt gefocust op de volgende thema's: 1. de **gezondheid en het welzijn** van de natie verbeteren en ongelijkheden op gezondheidsgebied verminderen; 2. **duurzaam leven** mogelijk maken en het Verenigd Koninkrijk helpen zijn verklaarde "net zero"-doelstellingen te bereiken; 3. en de **marktbevorderende activiteiten** van de Council voor design intensifiëren door mensen te helpen toegang te krijgen tot essentiële designvaardigheden, deze te begrijpen en te leren om op deze en andere grote uitdagingen te reageren

	<p>DC werkt aan een toekomst waarin de stem van meer mensen wordt gehoord en meer gemeenschappen werkelijk invloed uitoefenen op hun omgeving en diensten, waarin meer bedrijven winstgevende producten en diensten creëren die de planeet niet schaden. Maar ook waarin meer mensen zijn uitgerust met de ontwerpvaardigheden die nodig zijn om complexe problemen op te lossen en economische welvaart tot stand te brengen.</p> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> </ul> <p>Samenwerking is de basis. De UKDC maakt gebruik van een ongeëvenaard netwerk van meer dan 450 deskundigen uit allerlei ontwerpdisciplines.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Ja, absoluut. Een van de doeleinden is dat een gemeenschap in staat moet zijn eigen problemen aan te pakken via design vaardigheden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>DC verenigt en versterkt organisaties uit het bedrijfsleven, de openbare diensten en de bebouwde omgeving. Ze helpen hen samen te werken om oplossingen te vinden en openen markten voor ontwerpers en hun talenten. Ze effenen de weg, geven de vaardigheden door en stellen anderen in staat om te volgen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Ja. Er is een programma van onderzoek naar de nationale waarde van design. Na het wereldwijde succes van de publicatie van 2018 over de waarde van design en designvaardigheden in de hele economie, toont het onderzoek van DC de economische, sociale en ecologische waarde van design voor het Verenigd Koninkrijk aan. Dit zal ook de blauwdruk zijn voor meer landen die hun eigen succesvolle designeconomieën willen ontwikkelen. Daarnaast evalueert DC zijn werk om te laten zien welke impact het heeft door anderen in staat te stellen de ongelijkheden in onze economie aan te pakken. Daarbij zullen zowel de financiële voordelen als de mogelijke sociale- en milieueffecten gemeten worden. In 2020 werd dit het <i>Impactrapport</i><sup>1</sup>, dat de successen van de voorbije 15 jaar toont, toen DC de Double Diamond lanceerde. Het rapport biedt de mogelijkheid om de onmiddellijke impact van bepaalde programma's te laten zien, naast de nalatenschap van het werk op langere termijn net als het helpen creëren van succesvolle nieuwe plaatsen of het herontwerpen van openbare diensten. Het verhaal van DC <b>over de impact</b> schetst ook het succes van Design Council met betrekking tot het <b>inzichtelijk maken van wat design is en het bepleiten van het gebruik ervan</b>, waarbij mensen over de hele wereld geïnspireerd worden en in staat worden gesteld om design in hun werk te integreren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Er zijn twee nieuwe grote partnerschappen: 1. gezondheid en welzijn en 2. duurzaam leven. Op basis van eerdere ervaring met bijvoorbeeld Transform Ageing en Network Rail, zal DC waardevolle vaardigheden overdragen aan zijn klanten en partners via hun opleidingsprogramma's en adviezen, waarbij ze gebruik zullen maken van een uitgebreide netwerk van deskundigen. In de twee nieuwe partnerschappen gaan zij ook ruimere toegang geven tot ontwerpers en ontwerpvaardigheden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie promotor van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Ja, dit gebeurt continu: via website, projecten, workshops.</p>

<sup>1</sup> Het rapport telt vier hoofdstukken: Communicating the value of design; Supporting businesses to innovate, be more productive and resilient; Pioneering the use of design in public; Supporting the design of better places, toegankelijk als pdf op de website

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Er is een grote autoriteit. DC beschikt over een groot netwerk dat steeds verder wordt uitgebouwd. Pro-actief wordt gezocht naar nieuwe, waardevolle partners.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een <b>grotere impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Een van de belangrijkste doelstellingen is om aan een grotere impact van design te werken in het algemeen en daarmee is DC een inspirator en moderator. Via het aanbod van een grote hoeveelheid veelzijdige workshops is DC ook een facilitator.</p>
<p><b>3. Betrekking tussen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p><b>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Iedereen is design agent. Er wordt continu werk gemaakt van internationale netwerken die de impact van het werk en het bereik van DC vergroten. Ze bouwen voort op hun bestaande wereldwijde contacten en unieke expertise om markten te creëren die de omvang, het bereik en de schaal van hun klanten, partners en stakeholders over de hele wereld zullen vergroten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Ja. Het netwerk bestaat uit deskundigen uit de hele omgeving die samen aan het doel werken om het leven beter te maken door design. Dit multidisciplinaire netwerk - vernieuwd in april 2021 - bestaat uit een breed scala van actieve leiders en change makers uit verschillende beroepen, achtergronden en regio's. Het is een essentieel onderdeel van de rol die Design Council heeft bij het leveren van ontwerpadvies en ondersteunende diensten. Het netwerk van deskundigen omvat 34 ambassadeurs, 350 medewerkers en specialisten en meer dan 20 bedrijfspartners, die een grote verscheidenheid aan vaardigheden, expertise en ervaring in de industrie in het hele Verenigd Koninkrijk vertegenwoordigen.</p> <p>Vanaf april 2021 zal dit netwerk van deskundigen samen met de designpartners van Design Council een dynamische praktijkgemeenschap vormen die ideeën en inzichten zal delen en mogelijkheden tot samenwerkingsverbanden zal ontwikkelen. Dit is de <b>Design Associates (DA's)</b> van de Council die een breed scala aan expertise in design hebben en ondersteunend werk verrichten. Dit netwerk bestaat grotendeels uit onafhankelijke ontwerpprofessionals die aan de top van hun vakgebied staan bij organisaties in de publieke en private sector, waaronder Virgin, Tesco, de NHS en Dyson. Door steeds meer uiteenlopende deskundigen op het gebied van de sociale en bedrijfsinnovatie, service en systemisch design samen te brengen, zal deze praktijkgemeenschap in een zeer sterke positie verkeren, waardoor ze positiever en nog doeltreffender kunnen reageren op enkele van de meest urgente uitdagingen van de samenleving.</p> <p><b>DESIGNSPELERS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Belangrijk is dat DC niet alleen voor designers een aanspreekpunt wenst te zijn. Permanent wordt werk gemaakt om ook aan een breed publiek de waarde van design duidelijk te maken. (bvb. 2019-20: 100 externe evenementen, waarmee een live publiek van ongeveer 12 000 mensen werd bereikt, en nog veel meer online, bereikte 7 miljoen Radio 4-luisteraars, etc.)</p> <p><b>OVERHEID</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>Ja. De overheid informeren is de kernopdracht van DC. Daar wordt dan ook continu aan gewerkt. De waarde van design bij hen meer promoten en bepleiten is daarmee een van de permanente doelstellingen. Recent werden sterkere relaties opgebouwd met een aantal belangrijke ministeries, via het beleid en de programma's van DC.</p>

	<p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt <b>networking</b> opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de design sector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Iedereen kan agent worden, iedereen wordt beschouwd als designspeler.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Absoluut. Er is al een heel groot netwerk van diverse achtergronden. Hierbij horen 450 specialisten. In de voorbije jaren werden samenwerkingen tot stand gebracht van organisaties die zich richten op vaardigheden die nodig zijn voor de toekomst, een belangrijke stap voorwaarts in de sector overschrijdende samenwerkingen.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Ja.</p>
<p>5. Actoren en hun financiering (ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>De financiële situatie is verlieslatend. De omzet voor 2019-20 bedroeg £ 1,08 miljoen (2018/19: £ 2,76 miljoen). De materiele onzekerheid is daarnaast alleen maar versterkt door Covid-19. In het verleden werd de instelling zwaar gesubsidieerd met een jaarlijks budget van £ 30 miljoen, maar jaar na jaar werd dit budget ingekort. Dit zorgt ervoor dat DC genoodzaakt werd om zelf aan fundraising te doen. Daarnaast werk DC als consultancy. De regering steunt onderzoek en krijgt DC als klant. Een voorbeeld hiervan is de Network Rail of Homes England of de Local Government Association. Dit zijn bijzonder grote overheidsinstanties.</p> <p>Design Council verleent subsidies aan bepaalde begunstigen in het kader van zijn programma's. (bv. 2019-2020: alle betaalde subsidies hadden betrekking op het programma <i>Transform Ageing</i><sup>2</sup>, waarbij de betalingen driemaandelijks werden verricht, naar gelang van het bedrag van de uitgaven die waren gedaan voor de verwezenlijking van de doelstellingen van het programma.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>3</sup>)?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> </ul> <p>Er wordt duidelijk gekozen voor een explicit design policy.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul>

<sup>2</sup> In 2020: the culmination of the three-year Transform Ageing programme which supported 62 social entrepreneurs to create a greater range of products and services for people in later life. This generated £3.73m (for a £815,000 investment plus design support), reached 89,500 people, created 193 jobs and 800 volunteering opportunities and identified benefits in reduced isolation and improved wellbeing. Importantly 69% of the jobs created were for people in later life. In *19.20 Annual Report*, p. 10.

<sup>3</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<p>Er zijn een hele reeks programma's. Belangrijk is dat DC niet alleen nagedacht heeft over de vaardigheden van individuen, maar dat ze ook nadenken over het samenwerken met klanten om een ontwerpgerichte manier van werken in hun organisatie te verankeren. Ontwerpvaardigheden zelf zijn verankerd in het team van DC.</p>
<p>6. Verantwoordelijkheden  (informereren, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen? DC publiceert baanbrekend, op feiten gebaseerd onderzoek over de waarde van design, geeft opdrachten en verzamelt gegevens om de noodzaak van design aan te tonen en het gebruik ervan te bepleiten. De in 2018 verschenen publicatie <i>Design Economy 2018</i><sup>4</sup> is in deze context heel belangrijk geweest. De publicatie richt zich naar het vergroten van de waarde van design via feitenmateriaal, onder meer door de belangrijkste lacunes in kaart te brengen en strategische prioriteiten aan te reiken.</li> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)? - In het algemeen op dat wat design mogelijk maakt in de breedste zin van het woord, geïllustreerd via de Double Design Diamond. - Meer specifiek: onafhankelijk advies aan klanten, belanghebbenden en partners, gebaseerd op bewijsmateriaal, inzichten en expertise. Dit stelt DC in staat om <b>relevant beleid te ontwikkelen</b> en design-geleide oplossingen te vinden voor huidige en toekomstige uitdagingen. - DC ontwikkelt en voert grote designprogramma's uit in het Verenigd Koninkrijk en daarbuiten, die de waarde van design aantonen en klanten helpen zelf te ontdekken wat werkt voor hen. - DC evalueert alles wat ze doet en levert bewijs en verhalen om lokale en nationale overheden in het Verenigd Koninkrijk en daarbuiten te beïnvloeden, anderen te inspireren om te handelen, design te onderschrijven en te promoten als een kracht voor verandering. - DC beïnvloedt het beleid en communiceert het verzette werk breed, geeft de kennis, vaardigheden, expertise en inzichten door, en dringt aan op verandering waar nodig.</li> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen? Ja. - Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren? Ja. (Niet duidelijk welke)</li> </ul> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie? Promotie voeren via alle kanalen. Zie boven.</li> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering? Ja, er wordt gewerkt met ambassadeurs.</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking? Ja. - Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends? Er is promotie via publicaties, lezingen en media.</li> </ul>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten  (ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>De <b>design ondersteuningsprogramma's van DC</b> gebruiken design thinking methodes en design processen om producten, diensten en bedrijfsstrategie te verbeteren. Bvb. om de kwaliteit en efficiëntie van de supply chain te verbeteren, advies te geven over de beste manier om een product op de markt te brengen, of ideeën te testen om een bestaande dienst te verbeteren.</p> <p>Op basis van visuele en collaboratieve manieren van werken binnen het ontwerpproces, worden ontwerptools en -vaardigheden aangeleerd om te helpen innovatieve benaderingen te ontwikkelen; leren hoe ideeën snel kunnen getest worden of risico's beheerd en hoe men overtuigende voorstellen met marktfocus vorm kan geven.</p> <p>Alle ondersteuningsprogramma's van Design Council worden afgestemd op de specifieke behoeften van de klant. Afhankelijk van de vereisten van het programma, kunnen de activiteiten het volgende omvatten: workshops en masterclasses van een hele dag; hands-on coaching om een project in de loop van de tijd te implementeren;</p>

<sup>4</sup> Beschikbaar als pdf op de website.

	<p>intensieve coachingprogramma's voor projectteams; vaardigheidstraining in ontwerpmethoden en processen; mentoring om focus te houden en resultaten te leveren. De prijzen zijn afhankelijk van de omvang en duur van de ondersteuning. Elk programma wordt verzorgd door zeer ervaren, onafhankelijke specialisten op het gebied van designmanagement.</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroei-trajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> <li>- Wordt <i>design management</i> voor strategisch beheer en <i>design leadership</i> voor visie, innovatie en transformatie gepromoot?</li> </ul>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>5</sup>	<p>Design moet echt inclusief en collaboratief werken! Men moet niet alleen nadenken over wat design doet, maar ook nadenken over alle voorwaarden die er omheen zitten.</p>
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>5</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



CHARTERED  
SOCIETY OF  
DESIGNERS

<https://www.csd.org.uk/> (2021-07-05)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> </ul> <p>CSD heeft een lange geschiedenis van veranderingen in focus en doelstellingen. Opricht in de jaren 1930 als The Society of Industrial Artists stichtte het daarna enkele regionale vestigingen. De geschiedschrijving is heel sterk gerelateerd aan de presidenten. Vanaf de jaren 1950 speelt de organisatie een leidende rol in hoe de wederopbouw van het land moet vormgegeven worden. Design wordt gedefinieerd in de context van de bredere wereld. Tegen het einde van de jaren 1950 is productdesign het belangrijkste thema. In de loop van de jaren 1960 verandert de naam naar Society of Industrial Artists and Designers. Het is ook in die periode dat Prins Philip, Duke of Edinburgh, patroon wordt van de vereniging. Hieruit volgt in de jaren 1970 de naam Royal Charter, om in de jaren 1980 de huidige naam te verkrijgen, Chartered Society of Designers. Vanaf de jaren 1990 werkte CSD samen met de overheid en partners uit het bedrijfsleven aan de bevordering in het buitenland van Brits design als een belangrijk instrument voor innovatie, creativiteit en economisch en sociaal welzijn. In het nieuwe millennium nemen overzeese activiteiten toe, onder meer door het feit dat de Society als stichtend lid een belangrijke rol speelde in de oprichting van de Federation of Hong Kong Design Associations en het Hong Kong Design Centre. De jaren 2010 zijn gekenmerkt door het opzetten van een register van alle designers van de UK.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> </ul> <p>Als ledenorganisatie staat de Chartered Society of Designers voor het beroep van designer, de professionele ontwerppraktijk en biedt in elke fase van hun loopbaan "van leren tot verdienen" ondersteuning en begeleiding.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>De designers.</p>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p><b>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</b></p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> </ul> <p>CSD heeft een lidmaatschapscategorie die past bij elke fase van de carrière van een ontwerper. Aanvragers moeten hun bekwaamheid aantonen en krijgen een lidmaatschapscategorie toegekend die het beste aansluit bij hun fase van loopbaanontwikkeling. Het lidmaatschap van de Society levert een hele reeks voordelen op voor CSD en de partners.</p> <p>De volgende lidmaatschappen zijn mogelijk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- e-Student-lid</li> <li>- Geassocieerd lid</li> <li>- Lid</li> <li>- Gecharterd ontwerper</li> <li>- Kameraad</li> <li>- Aangesloten lid</li> <li>- Affiliate Fellow</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Onrechtstreeks.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> </ul> <p>Ja, de volledige loopbaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p>Beide.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p><b>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als <b>onderzoeksforum</b> en als <b>agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i></li> </ul>



	<p>→ Via welke ACTIE?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een <b>grotere impact</b></i></li> </ul> <p>→ Via welke ACTIE?</p>
<p><b>3. Betrekking tussen</b> - de designspelers - de overheid - de onderwijsinstellingen  (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt <b>networking</b> opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>De leden zijn ontwerpers en degenen die design studeren en doceren en via hen ook klanten, consumenten, andere organisaties en de overheid. Met deze buitencirkel van betrokkenen vervult deze gemeenschap zijn taak als geregistreerde liefdadigheidsinstelling.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>In 2011 verleende Hare Majesteit Koningin Elizabeth II aan de CSD de exclusieve bevoegdheid om het <b>Register of Chartered Designers</b> op te zetten en bij te houden. Tegelijkertijd kreeg de CSD ook de bevoegdheid om de titel van Chartered Designer toe te kennen. Door het verlenen van deze bevoegdheden wordt de rol van de Vereniging erkend als dé beroepsorganisatie bij uitstek voor alle ontwerpdisciplines.</p> <p>Het 'charteren' kent 2 belangrijke aspecten:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Het behalen van de status van Chartered Designer in de persoonlijke ontwerpspecialisatie;</li> <li>2. Het handhaven van die status.</li> </ol> <p>Om de status van Chartered Designer te verkrijgen, moet de kandidaat bewijzen dat zij of hij professioneel opereert en de competenties bewijzen aan de hand van de CSD Genetic Matrix™.</p> <p>Om de status van Chartered Designer te behouden, moet de kandidaat bovendien jaarlijks aantonen dat zij of hij voldoet aan de vereisten van chartership zoals vastgesteld door The Register.</p> <p>De <b>Pathway to Chartered Designer</b> bestaat uit 5 fasen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gecharterde registratie</li> <li>• Professionele portfolio</li> <li>• Professionele beoordeling</li> <li>• Gecharterde bekrachtiging</li> <li>• Jaarlijkse naleving</li> </ul> <p>Ook niet leden kunnen de Pathway to Chartered Designer aanvragen, maar CSD-leden krijgen wel korting op de aanvraagkosten en vrijstelling van bepaalde onderdelen ervan. Degenen die de onderscheiding van Chartered Designer behalen, zullen ook profiteren van de toekenning van Full Membership in hun ontwerpspecialisme zolang ze hun charterstatus behouden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p><b>DESIGNSPELERS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>De CSD ontwikkelt, samen met verschillende overheidsdiensten en particuliere entiteiten, zowel nationaal als internationaal, zakelijke netwerkevenementen voor zijn leden. Een dergelijke gelegenheid wordt ook op aanvraag georganiseerd.</p> <p><b>OVERHEID</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> </ul> <p>Ja, er is uitwisseling met de overheid. <b>Vertegenwoordiging naar de overheid komt tot stand door deelname aan en advisering over diverse commissies en initiatieven.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p><b>ONDERWIJS/ONDERZOEK</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> </ul>

	<p>De CSD staat voortdurend in dialoog met designonderwijs op alle niveaus, inclusief overheidsinstanties, onderwijsinstellingen, studenten en internationale instanties. De Society zet zich in voor het bevorderen van designstudies op alle niveaus, zoals vereist door haar Royal Charter. De Society is van mening dat het ondersteunen van design in het onderwijs en het opvoeden van jonge ontwerpers bij het zetten van hun eerste stappen in hun gekozen carrière de sleutel is tot het behoud van een erkende beroepsbeoefening. Ondersteuning wordt aangeboden aan ontwerpdocenten binnen het Course Endorsement Program. Door het volgen van dergelijke programma's kunnen docenten lid worden van de CSD als Affiliate Fellows of Full Members.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p>Het CSD <b>Course Endorsement Program</b> is een samenwerking met onderwijs- en opleidingsaanbieders. Het onderscheidt, erkent en ondersteunt die cursussen voor hoger en voortgezet onderwijs die studenten duidelijk voorbereiden op een carrière in het beoefenen van design of ontwerp. Ze moeten beantwoorden aan de hoogste professionele normen, zoals erkend door CSD, die dus een gestructureerde overgangsroute biedt met de titel 'Van leren naar verdienen'<sup>TM</sup>. Het programma identificeert en erkent ook uitmuntendheid en relevantie in cursussen, trainingsprogramma's of leermodules die gericht zijn op permanente professionele ontwikkeling, het leveren van een specifieke vaardigheid, technische kennis of het aanbieden van sector-gerelateerd leren, hetzij door een openbare of particuliere entiteit. Het aanvraagproces is specifiek ontworpen om ervoor te zorgen dat het niet belastend is voor de tijd en middelen van het personeel, terwijl het tegelijkertijd robuust is en geloofwaardige nauwkeurigheid biedt om wederzijds voordeel voor de cursus en de beroepsorganisatie te garanderen. Erkenning gebeurt in drie stappen: validatie, erkenning en accreditatie.</p>
<p><b>4. De relatie tussen designspelers onderling</b>  (netwerken)</p>	<p><b>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</b></p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>De Society werkt samen met een verscheidenheid aan overheids- en beroepsorganisaties, handelsorganisaties, internationale initiatieven, onderwijsinstellingen, commerciële en sociale entiteiten, conferenties, tentoonstellingen en media om haar taak van algemeen nut te vervullen en haar leden te ondersteunen<sup>1</sup>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul>
<p><b>5. Actoren en hun financiering</b>  (ondersteunen)</p>	<p><b>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>De organisatie biedt financiële steun om leden te ondersteunen en ook voor het algemeen nut, maar deze zijn niet openbaar en alleen op aanvraag beschikbaar. CSD beheert twee fondsen die worden ingezet voor de designers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CSD Life Fund</li> </ul> <p>Het CSD Life Fund is oorspronkelijk opgericht vanuit de vrijgevigheid van een kleine groep CSD Fellows aan het begin van het millennium. Ze zijn jaarlijks blijven doneren en nu trekt het fonds donaties van anderen aan. Hoewel het fonds klein is, groeit het jaarlijks en verwelkomt elk niveau van donaties, hoe klein ook. Het doel is echter verre van klein, aangezien het ernaar streeft activiteiten te financieren die gericht zijn op het verbeteren van het leven van anderen door design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anice Alexander Fonds</li> </ul>

<sup>1</sup> <https://www.csd.org.uk/about/partners/>

	<p>Het Anice Alexander fonds is ontstaan in de jaren 80 toen Anice, een lid van de CSD, een grote som geld naliet aan de CSD om vrouwen te ondersteunen bij het ontwerpen van producten. In recente jaren werd een beurs uit het fonds toegekend aan een studente ter ondersteuning van haar studie 'inclusive design' en ook ter financiering van de aanschaf van studieboeken en onderzoeksmateriaal. In 2007 werden de fondsen toegewezen om onderzoek te doen naar genderkwesties in het ontwerpvak en om een evenement 'Women in Design' te ondersteunen in de Houses of Parliament. Tussen 2010 en 2013 kende het fonds een beurs toe ter ondersteuning van een student die een samenwerkingsdoctoraat volgde tussen de SCD en de University of Brighton, waarin de ontwikkeling van het beroep van design werd verkend.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>2</sup>)</li> </ul> <p>De Society wordt bestuurd door een Raad die wordt gekozen uit zijn leden en wordt voorgezeten door de president. De leiding van de Vereniging berust bij het secretariaat onder leiding van de algemeen directeur. CSD bestaat uit 12 leden die de trustees zijn en als zodanig de verantwoordelijkheid hebben om toezicht te houden op het goede doel. Daarnaast zijn er 9 Corporate Leden die worden door de 12 leden verkozen: President, Directe verleden voorzitter, Verkozen president, Eresecretaris, ere-penningmeester, 2 ondervoorzitters, 2 gekozen leden en maximaal 3 aangesloten leden van de Society die worden benoemd door de Raad.</p> <p>De vereniging wordt bestuurd door een Royal Charter en houdt zich aan de bijbehorende wetten en verordeningen met het oog op de doelstellingen van zijn handvest te bereiken. Bovendien is de Society een geregistreerde liefdadigheidsinstelling (nr. 279393) met de taak om algemeen nut te verschaffen.</p> <p>De Chartered Society of Designers is de beroepsorganisatie voor design. Haar taak is het bevorderen van hoge normen van design, het bevorderen van professionaliteit en de studie van design, en het reguleren en controleren van de praktijk van haar leden ten behoeve van de samenleving. Tot de Vereniging toegelaten ontwerpers verbinden zich ertoe de Gedragscode<sup>3</sup> na te leven.</p> <p>CSD werkt sinds 1976 met een Koninklijk Handvest, toegekend door Queen Elizabeth II. Hiermee werd CSD een internationaal erkende professionele instantie in dienst van iedereen die zich bezighoudt met alle aspecten van het ontwerpvak. Daarnaast ontving CSD van de koningin ook de exclusieve bevoegdheid om het enige Register van Chartered Designers op te zetten en bij te houden, en ook om de titel van Chartered Designer toe te kennen.</p> <p>De Society handhaaft intellectuele eigendomsrechten en werkt nauw samen met het Britse Bureau voor intellectuele eigendom met de status van waarnemer van de World Intellectual Property Organization Genève.</p> <p>CSD Genetische Matrix™ is de tool waarmee alle initiatieven van CSD worden ondersteund. Hierbij horen: CSD-lidmaatschapscategorieën, Pathway to Chartered Designer, training &amp; CPD en het CSD Course Endorsement Program.</p> <p>De matrix bestaat uit 4 kerncriteria: Creativity, Professionalism, Skills en Knowledge ('CPSK') die elk uit 4 sleutelcompetenties bestaan. In elk criterium zijn er competenties die generiek zijn voor de ontwerppraktijk en contextuele competenties die van toepassing zijn op een bepaalde ontwerpdiscipline.</p> <p>CPSK is nu het erkende raamwerk voor professionele ontwerppraktijken en biedt metrische benchmarking in zowel de praktijk als ontwerpstudie<sup>4</sup>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Zie hieronder een hele reeks niet-financiële programma's.</p>
<p>6. Verantwoordelijkheden (informereren, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informereren en promoten op?</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Het gaat vooral om de ontwerpersgemeenschap in zijn totaliteit.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>PROMOTEN</p>

<sup>2</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

<sup>3</sup> <https://www.csd.org.uk/about/code-of-conduct/>

<sup>4</sup> <https://www.csd.org.uk/about/genetic-matrix/>

- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?
- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?
- Doet de organisatie aan publiekswerking?

In 1988 werd het British Institute of Interior Design overgenomen door CSD. De oorsprong van het 'instituut' gaat zo ver terug als de 13de eeuw. De CSD verwierf niet alleen het intellectuele eigendom van de BIID, haar leden en regalia, maar nam ook het **British Institute of Interior Design Fund** over, dat was opgericht om interieurontwerpers en decorateurs te ondersteunen.

- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?

De CSD beheert een indrukwekkende reeks prijzen en awards voor ontwerpstudie en -praktijk. Prijzen variëren van certificaten ter erkenning van prestaties, prijzen voor wedstrijden en onderscheidingen. Naast het maken van eigen prijzen, werkt de CSD samen met anderen bij het ontwikkelen, ondersteunen en beoordelen van prijzen.

- Prins Philip Designers Prize

De Prince Philip Designers Prize werd in 1959 geïntroduceerd door en wordt toegekend aan een Britse ontwerper wiens voorbeeldige werk de perceptie van design door het publiek heeft beïnvloed en dienovereenkomstig heeft verheven de status van ontwerpers in de samenleving. Prins Philip stelde verschillende wijzigingen in de prijs voor of stemde ermee in, die voortbouwen op zijn erfgoed om het hedendaagse ontwerpberoep te weerspiegelen, waaronder het openstellen van de prijs voor internationale nominaties. Zijne Koninklijke Hoogheid leende ook zijn naam aan een nieuwe prijs, The Prince Philip Student Design Awards.

- Minerva-medaille

De Minerva-medaille is de hoogste onderscheiding die de CSD kan schenken en wordt toegekend voor een levenslange prestatie en uitstekende bijdrage op elk gebied van design. In de loop der jaren is het toegekend aan enkele van de belangrijkste ontwerpers in de geschiedenis van design. De Minerva-medaille wordt traditioneel uitgereikt tijdens het Minerva-diner van de Society.

- Honorary Fellowship

De CSD kan van tijd tot tijd een Honorary Fellowship toekennen aan een persoon, met uitzondering van een ontwerpbeoefenaar, die in de loop van de tijd een uitstekende en significante bijdrage heeft geleverd aan 'het beroep van design' of aan 'de Society' zelf. Honorary Fellowship is een prestigieuze erkenning en niet meer dan vijftien in elk van beide criteria mogen de titel tegelijkertijd dragen. Degenen die deze onderscheiding ontvangen, mogen de titel Honorary Fellow van de Chartered Society of Designers voeren en mogen de post-naamletters Hon.FCSD gebruiken.

- CSD Service Award

De CSD Service Award erkent leden die gedurende een langdurige periode een belangrijke bijdrage hebben geleverd aan de CSD. De eerste prijs werd toegekend aan John Sermon PPCSD tijdens de AVA op 14 december 2015, toen hij aftrad als Trustee van de Society. Sermon ontving de CSD-dienstprijs voor zijn inzet en toewijding aan de Society gedurende zijn 62 jaar lidmaatschap, gedurende welke tijd hij in tal van commissies en als lid van de Raad sinds 1963 heeft gediend. Hij was voorzitter van CSD van 2005 tot 2007.

- Erelidmaatschap

De Society kan een erelidmaatschap toekennen aan een persoon op elk gebied van ontwerp of praktijk tot zulk niveau van uitmuntendheid dat door zijn collega's wordt erkend als een uitmuntend niveau van creativiteit, professionaliteit, vaardigheden en kennis. Erelidmaatschap wordt alleen toegekend aan personen die als voorbeeld in hun vakgebied worden erkend en er kunnen per jaar slechts vijf prijzen worden toegekend. De erkende personen mogen de titel Erelid van de Chartered Society of Designers voeren en mogen de post-naamletters Hon.MCSD voeren.

- Medaille van de vorige president

De voorzitter van de CSD kan de presidentiële medaille dragen, oorspronkelijk ontworpen door Milner Gray en met een reliëfhoofd van Minerva met inscriptie. Bovendien heeft de president het recht om de presidentiële ambtsketen te dragen van het British Institute of Interior Design, dat in 1894 werd opgericht en door de CSD werd overgenomen. De president mag tijdens zijn ambt ook de post-naamletters PCSD gebruiken. De Past President's Medal is een miniatuurreplica van het originele Minerva-hoofd zoals gebruikt op de Presidents Medal. Het wordt traditioneel gepresenteerd aan de vertrekkende president op de jaarlijkse algemene vergadering, die de onmiddellijke verleden president wordt en de post-naamletters PPCSD mag gebruiken.

- CEP Studentenprijs

De CEP Studentenprijs wordt jaarlijks uitgereikt aan een student van elk van de ontwerpcurricula binnen het Course Endorsement Programme van de Society. Het CSD Course Endorsement Program erkent formeel uitmuntendheid in zowel ontwerponderwijs als studie tijdens ontwerponderwijs. Het programma is opgezet om die cursussen te differentiëren en te ondersteunen die studenten duidelijk voorbereiden en ontwikkelen volgens de hoogste professionele normen. De prijs wordt toegekend aan de student die tijdens zijn opleiding uitzonderlijk werk heeft geleverd en is een erkenning voor zijn talent en harde werk.

<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b></p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p><b>CSD Portfolio Gym</b> is een programma dat een deskundige diagnose van portfolio's biedt. Daarna is het mogelijk om op regelmatige basis begeleiding te krijgen voor het behoud van een gezonde portfolio. De CSD Portfolio Gym staat open voor ontwerpers in alle lidmaatschaps categorieën en is ook beschikbaar voor niet-leden. Het format is met een persoonlijke CSD-trainer.</p> <p>De maatschappij zet zich in om het <b>intellectuele eigendom</b> van de designers te beschermen die gezien wordt als een uiterst belangrijk issue. Er zijn regelmatige updates over juridische-kwesties en toegang tot een aantal aanvullende tools voor zelfbescherming, het voorkomen van ernstige schade in het Bureau voor Intellectueel Eigendom. Er is ook aansluiting bij de Wereld Intellectuele Eigendomsorganisatie.</p> <p>In verband met <b>verzekeringen</b> werkt de Society samen met McParland Finn Ltd om een reeks verzekeringsproducten te ontwikkelen die speciaal zijn bedacht voor ontwerpers en design gerelateerde bedrijven. Naast een uitgebreid assortiment verzekeringsproducten profiteren ontwerpers van een eerste advies, een audit van de beschermingsvereisten op basis van hun ontwerp-profiel en een professionele dienst die designbewust is. Leden hebben het extra voordeel van preferentiële tarieven en betalingsvoorwaarden op alle diensten en producten. Onder de verzekeringen is de <b>Beroepsaansprakelijkheidsdekking</b> als misschien wel de belangrijkste verzekeringsbescherming voor een professional in elke sector. De Vereniging beveelt al haar leden aan om voldoende dekking te dragen. Chartered Designers moeten voldoende dekking behouden om hun gecharterde status te behouden. Leden kunnen preferentiële tarieven te ontvangen. Hiernaast worden een hele reeks zakelijke verzekeringen aangeboden met het advies van McParland Finn Ltd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> </ul> <p>Zakelijke kansen worden ondersteund met opportuniteiten voor het verkrijgen van opdrachten. De Vereniging biedt leden zakelijke kansen op een één-op-één basis, via gelegenheden uitzendingen en ook op specifiek georganiseerde evenementen. Klanten kunnen via het Find-a-Designer programma een passend profiel krijgen en worden individuele leden doorverwezen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> </ul> <p>De Society biedt studentenlidmaatschap aan iedereen die een designopleiding volgt. Het publieke voordeel van loopbaan- en cursusinformatie Find-a-Course en de online portfolio voor studenten en cursusgalerijen geven potentiële werkgevers toegang tot nieuw ontwerptalent en helpen afgestudeerden bij het vinden van een baan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>Met het Find-a-Designer programma kunnen bedrijven op basis van hun wensen gericht in contact worden gebracht met de juiste ontwerpers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt <i>design management</i> voor strategisch beheer en <i>design leadership</i> voor visie, innovatie en transformatie gepromoot?</li> </ul>
--	---

8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>5</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>5</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



<http://www.britishindustrialdesign.org.uk/> (2021-07-05)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> </ul> <p>BIDA is de collectieve stem van de professionele industriële ontwerpsector. Zij behartigen de belangen van leden bij opdrachtgevers, overheid en andere belanghebbenden. Gezamenlijk streven ze ernaar het beleid te informeren en de carrières en bedrijven van leden vooruit te helpen en ook het bevorderen van een beter ontwerponderwijs en -praktijk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>De industriële designers in de brede zin van het woord zijn de doelgroep.</p>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Alleen binnen het brede vakgebied van de industriële designer.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> </ul> <p>Vooral binnen het economische landschap, geen financiële implicaties.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> <p>BIDA is de ledenorganisatie van de industriële designers van Groot Brittannië en staat naast andere ledenorganisaties van het land.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>BIDA verbindt en werkt samen met partnerorganisaties die parallel staan met de branche van de industriële vormgevers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>Ja, van de industriële designers.</p>			

<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Via programma's zoals het 'British Industrial Design Export Initiative' werkt BIDA samen met bedrijven en de overheid om positieve verandering mogelijk te maken en nieuwe kansen te creëren in het buitenland. In een snel veranderende geglobaliseerde economie evalueren de leden van BIDA voortdurend veranderingen binnen de Britse en internationale Industrial Design-gemeenschappen. Anderzijds is het ook de internationale gemeenschap die de positieve impact die design heeft op het concurrentievermogen van de UK zou erkennen. Deze wereldwijde reputatie voor het genereren van consistente commercieel succesvolle innovatie plaatst de UK in een unieke positie op het internationale toneel.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Ja. Via diverse wegen van de industriële design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>Ja, zie verder.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Het vooral klanten en designers bij elkaar te brengen waarvan leden kunnen profiteren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p>Beide.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als <b>onderzoeksforum</b> en als <b>agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> ➔ Via welke ACTIE?</li> </ul>



<p>3. Betrekking tussen - de designspelers - de overheid - de onderwijsinstellingen  (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>BIDA is een netwerk van individuele industriële designers, bedrijven, freelancers en academici die zich inzetten voor het ondersteunen van de groei van de eigen branche door de kracht van hun verenigde stem. Alle leden erkennen het bewezen en meetbare succes dat Industrial Design aan de nationale economie heeft gebracht. Bij de ledenwerving probeert BIDA zo inclusief mogelijk te zijn en open te staan voor ontwerpers, organisaties en geïnteresseerde individuen van alle leeftijden en ervaringsniveaus.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Binnen hetzelfde branche.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Vooraf actieve matchmaking.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>Er is dialoog.</p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Vooraf het belang van industrieel design, voor de economie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p>Als ze lid zijn, zijn er in die richting mogelijkheden.</p>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling  (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de 'design agents' (designspelers) (design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld)?</li> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Het gaat vooral om de dynamisch sector van de industriële vormgevers. BIDA partnerorganisaties worden onderschreven door de leden van de organisatie. BIDA vertrouwt haar partners dat ze hoogwaardige producten en diensten leveren die industrieel ontwerpers nodig hebben voor hun creatief en technisch uitmuntende activiteiten. Via een zoekfunctie kunnen geïnteresseerden goedgekeurde specialisten te vinden om mee samen te werken.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul>

	De internationale betrokkenheid lijkt belangrijk.
5. Actoren en hun financiering (ondersteunen)	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>Als ledenorganisatie draait BIDA op vrijwilligers. De kosten worden gedekt met het lidgeld. Twee soorten lidmaatschappen worden aangeboden, met of zonder vermelding op de website.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Geen financiële ondersteuning.</p>
6. Verantwoordelijkheden (informerend, promoten)	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Het economische belang van de industriële design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Het ethos van BIDA is sterk verbonden met het creëren van kansen voor de volgende generatie ontwerpers. Terwijl het designveld blijft groeien en zich aanpast aan een snel veranderende markt, moet designonderwijs gelijke tred houden. BIDA's Education Special Interest Group speelt een actieve rol in het begeleiden van scholen en universiteiten bij het creëren van effectieve ontwerpprogramma's. BIDA werkt eraan om ervoor te zorgen dat cursussen vaardigheden ontwikkelen die nauw aansluiten bij de behoeften van beoefenaars uit de industrie. Met honderden cursussen om uit te kiezen, worden jonge ontwerpers overweldigd door de keuze. BIDA werkt er hard aan om verkeerde informatie te bestrijden en studenten te beschermen tegen ondermaats onderwijs. Bronnen zoals de 'BIDA Employability Survey 2017' onthullen welke cursussen de meest inzetbare designers opleveren, waardoor jonge ontwerpers in staat worden gesteld weloverwogen beslissingen te nemen over hun opleiding.</p> <p>De Education Group wordt geleid door Stephen Green van Imperial College. Hij is bestuurslid van BIDA en heeft vele jaren ervaring in commercieel ontwerp.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Zie hierboven de BIDA's Education Special Interest Group.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul>
7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten (ondersteunen anders dan subsidies)	<p>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Empowerment door accreditatie is een van de belangrijkste ondersteuning die BIDA biedt op het gebied van professionalisering. Bedrijven die een consistente staat van dienst hebben met het produceren van uitstekend werk, hebben de kans om door BIDA erkend te worden. Accreditatie is de maatstaf die BIDA hanteert voor excellent design. Het stellen van deze hoge standaard creëert kansen voor de leden en geeft klanten vertrouwen in hun beslissing om hen in dienst te nemen. Door deze hoge standaard te stellen, stimuleert BIDA de industrie om te verbeteren, te innoveren en te streven naar uitmuntendheid.</p>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<p>De organisatie presenteert ervaren fabrikanten, prototypemakers, elektrotechnici die worden aanbevolen via hun lidmaatschap. Met behulp van de partnergids van BIDA vinden geïnteresseerden goedgekeurde en betrouwbare bedrijven die met hen kunnen samenwerken om het project te optimaliseren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> </ul> <p>BIDA prijst zich als de beste organisatie die leden helpt een rol te spelen in de ontwikkeling en groei van een beroepspraktijk of eigen bedrijf, en die daarnaast het profiel en de impact van het industrieel ontwerpen in de economie te vergroot.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> </ul> <p>Leden die zich versterkt voelen door hun vereniging, laten de inherente strategische en commerciële voordelen van design voor bedrijven en de overheid zien en brengen zo verandering teweeg die zowel de gemeenschap als de economie ten goede zal komen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> </ul> <p>Leden die zich versterkt voelen door hun vereniging laten de inherente strategische en commerciële voordelen van design aan bedrijven en overheid zien, en streven naar verandering die zowel de gemeenschap als de economie ten goede zal komen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>BIDA vaardigt accreditatie uit voor industriële ontwerpers en/of teams op diverse gebieden die kunnen aangevraagd worden bij de organisatie. Accreditatie is een onderscheiding dankzij het behalen van uitstekende resultaten voor hun klanten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt <i>design management</i> voor strategisch beheer en <i>design leadership</i> voor visie, innovatie en transformatie gepromoot?</li> </ul>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>2</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



<http://www.idi-design.ie/about/idi/> (2021-05-21)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? Er wordt gewerkt met alle facetten van de ontwerpberoepen inclusief de opkomende wetenschappen, kunsten, technologieën, producten, systemen en diensten die tot de discipline design kunnen behoren. Ze vormen samen een eenheid voor een universele toepassing, in het onderwijs, in het denken en in het doen.</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie? IDI is een open organisatie waarbinnen er niet wordt gesproken over keuzes.</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>Onder de doelgroep vallen de designers, gespecificeerd als volgt: Design Opleiding, Design Management, Digitaal &amp; Interactief Design, Mode &amp; Textiel Ontwerp, Architectuur, Binnenhuisarchitectuur, Tentoonstellingsmakers, Decorontwerp, Motion Graphics en animatie, Visuele communicatie, Product en Industrieel Design, Meubelontwerper, Ambachten en Service Design.</p>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	<p>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</p> <p>Het Institute of Designers in Ireland is de grootste en oudste vereniging van Ierse designers en het langst gevestigde creatieve forum in Ierland. Er is één fulltime directeur, een ledencoördinator en voor het Skillnet-team is er een leer- en ontwikkelingsmanager, een marketingmedewerker en een parttime administrateur.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Ja, er is een holistische aanpak. De brede impact van design wordt nog specifiek toegespitst op het thema 'inclusie': doel is daarbij ook via design een verhoogd bewustzijn te genereren over het belang van gelijke kansen</p>			

	<p>en de problematiek van sociale insluiting. Bij het lidmaatschap wordt er specifieke aandacht besteed aan het uitsluiten van discriminatie van welke aard dan ook.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> <p>Er is overlapping op sommige gebieden. Er zijn een aantal hoofdrolspelers maar die rol is aan het vervagen. De Design &amp; Crafts Council of Ireland is een overheidsorganisatie die vooral gericht is op ambacht, omdat het pas in 2015 de titel van design heeft gekregen. Vanaf dan hield de Design &amp; Crafts Council zich ook bezig met design dat resulteerde in een breuk. Er wordt momenteel aan gewerkt om de kloof te dichten. De DCC richt zich nog steeds erg op het ambachtelijke. Omdat er een rijk erfgoed aan ambacht is in Ierland, is die werking erg belangrijk.</p> <p>Het RIAI is een ledenorganisatie voor architecten.</p> <p>Het IAPI, is het Ierse instituut voor reclamemakers. Binnen het instituut zijn enkele ontwerpers actief als lid, om commerciële reclame te promoten, maar er zijn natuurlijk ook ontwerpers die in reclamebureaus werken.</p> <p>Daarnaast is er ook een organisatie die ICAD heet, het Institute of Creative Advertising and Design. ICAD is erg gericht op creativiteit en het belonen van creativiteit en het houden van een prijsuitreiking, dus dat is wat ICAD doet.</p> <p>Verder is er nog een ander soort project genaamd 100Archive, dat gaat over het elk jaar creëren van een archief van het beste ontwerp in Ierland. Voor dit project wordt dus werk ingediend en dat zal dan in het 100Archive terecht komen.</p> <p>Het IDI ziet nu meer mogelijkheden vanwege de globalisering en vanwege de hoeveelheid middelen waartoe designers internationaal toegang hebben.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>IDI zet zich in om de waarde en impact van design te vergroten - en elkaar daarbij te inspireren, te ondersteunen en van elkaar te leren. Het adresseert de volledige ontwerpgemeenschap. Door het thema 'inclusie' expliciet op de agenda te zetten, speelt het IDI een verbindende rol in het algemeen. Dit is een onderdeel van de strategie, 'culturele principes' genoemd: het ontwikkelen van een cultuur van verbinding, nieuwsgierigheid en charisma met het idee erachter om mensen bij elkaar te brengen, synergiën en zakelijke kansen te creëren en contacten te bevorderen. De mindset die het IDI wil creëren is voortdurend bijleren en nieuwsgierig te zijn. Hierdoor kunnen kansen ontstaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p><b>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</b></p> <p>Het Institute of Designers in Ireland is een ledenvereniging van Ierse designers die Iers design wil promoten en bepleiten. Ze zetten zich in voor het <b>bevorderen van de waarde en impact van design</b>, zowel lokaal als internationaal en te werken aan inspiratie, ondersteuning en wederzijds leren van elkaar.</p> <p>Het IDI werd in 1972 opgericht om leiding te geven aan design in Ierland, door zich in <b>één beroepsinstituut</b> te verenigen als de erkende nationale, EU- en internationale vereniging en vertegenwoordigende instantie voor gekwalificeerde en gediplomeerde ontwerpers in het land.</p> <p>IDI is een <b>professionele ledenorganisatie</b> die wordt bestuurd door een raad van bestuur en een verkozen raad met/door zijn leden. Sinds januari 2017 is IDI een naamloze vennootschap zonder winstoogmerk, gecontroleerd en gestuurd door een voogdijraad en bestuurd door haar leden.</p> <p>Er zijn ongeveer 1000 leden, sommige daarvan zijn individuele leden, sommige zijn bedrijven en sommige zijn hogescholen en hun docenten. Dit aantal wordt gezien als veel te weinig rekening houdend met het feit dat er in Ierland zowat 35.000 ontwerpers actief zijn. Onder de leden zijn grotere adviesbureaus en in-house design teams (de belangrijkste doelgroep omdat hier de meeste steun nodig is).</p> <p><b>DOELSTELLINGEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Ja. In eigen land handhaaft het IDI de normen voor de beroepsuitoefening door middel van waken over de kwalificaties en ervaring van de leden die moeten kunnen beantwoorden aan de vereiste normen. Om dit te bereiken heeft het IDI een gedragscode opgesteld en waakt over de handhaving ervan.</p> <p>Het streven naar excellentie over de hele lijn is doel.</p> <p>Verder zet het IDI zich in voor transparantie, integriteit en een respectvolle houding in verband met designpraktijken en het actief optreden tegen elke vorm van onprofessioneel gedrag dat zich uit in het beroep van design.</p>

Het IDI wenst stimuleringsprogramma's te ontwikkelen en regionale vertegenwoordiging uit te bouwen om te komen tot een bredere sociale, politieke en publieke bewustwording en waardering van design en IDI.

- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?

Ja. Hierbij krijgen studenten een specifieke rol: hun vaardigheden worden geacht van vitaal belang te zijn voor de groei van de industrie, maar ook voor de groei van het land.

- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?

Ja.

- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?

Ja. Dit wordt geformuleerd in het tweede doel van de constitutie, waarin een bemiddelende rol wordt toegekend aan design, o.a. ten voordele van het grote publiek, beroepen, industrie, handel, onderwijs en de bredere gemeenschap.

Systematisch werk wordt geleverd om de reikwijdte van het Institute of Designers in Ireland te verbreden, zodat er plaats is voor alle facetten van de ontwerpberoepen inclusief de opkomende wetenschappen, kunsten, technologieën, producten, systemen en diensten die tot de discipline design behoren. Ze vormen samen een eenheid voor een universele toepassing zowel in het onderwijs als in het denken en doen in het algemeen.

- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?

Via het derde doel van de constitutie wordt eraan gewerkt om design op een hoger niveau te tillen via het vergemakkelijken van de verwerving van de kennis van de verschillende kunsten, wetenschappen en daarmee verband houdende vaardigheden.

Het IDI wenst een platform te bieden van overleg en dialoog via structuren uit te bouwen, waar kwesties over ontwerp en ontwerpers kunnen worden besproken en de daaruit voortvloeiende richtinggevende besluiten tot actie kunnen leiden.

- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?

PROFIEL

- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen

Het IDI werkt volgens een eigen 'constitutie'. Hierin worden vier doelen geformuleerd.

1. Design Verstevigen (consolidating design): **presenteren en vertegenwoordigen van de professionele ontwerpgemeenschap in contacten met het grote publiek, opdrachtgevers, wettelijke instanties en andere verwante organisaties.** De samensmelting van de gemeenschap van designers en de erkenning van het beroep staan hier voorop.

2. Bemiddelen voor Design (moderating design): **de erkenning, verheffing, ontwikkeling en bevordering van alle aspecten en kenmerken van kwaliteitsvol design in Ierland, ten behoeve van de vrije beroepen, de industrie, de handel en de gemeenschap in het algemeen.** Het draait hier om ondernemen en aanmoedigen van de consolidatie, erkenning, bemiddeling, verheffing, evolutie en bevordering van alle aspecten en kenmerken van kwaliteitsdesign in Ierland, ten voordele van het grote publiek, beroepen, industrie, handel, onderwijs en de bredere gemeenschap.

3. Design Verheffen (elevating design) door excellentie, open forum, ontwikkeling, gelijke behandeling, ethisch gedrag: **het bevorderen en vergemakkelijken van de verwerving van kennis** op het gebied van de verschillende kunsten, wetenschappen en vaardigheden inzake design.

4. Design Ontwikkelen (evolving design) via onderwijs, mentorschap, representatie, netwerking en het vergroten van het bereik: ze willen een **center of excellence** zijn voor de bevordering van onderwijs, informatie verstrekking, advies en ondersteuning in alle aangelegenheden die verband houden met design.

- Wordt de link met de samenleving vergroot?

Ja, dit wordt gedaan via Design Verstevigen (consolidating design) van de constitutie. De verbinding met het grote publiek is een van de doeleinden.

- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?
- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?
- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?

Beide.

- Is er een relatie met de burger?

Er wordt gewerkt aan sensibilisering over design als discipline.

<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als <b>onderzoeksforum en als agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Het IDI wil de beroepsopleiding bevorderen door een verruiming van de mogelijkheden voor personen die interesse hebben in het beroep van ontwerper. Ze wensen ook de ontwerpers in Ierland te steunen zowel bij het uitoefenen van hun beroep als in de algemene bedrijfspraktijk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Een register van ontwerpers in Ierland wordt aangelegd, bijgehouden en gecontroleerd. Naar de gemeenschap van designers toe wordt gewerkt aan het bevorderen van hogere normen voor het ontwerpen in de brede zin van het woord. Het IDI wenst een <b>platform te bieden van overleg en dialoog</b> door structuren uit te bouwen waar kwesties over ontwerp en ontwerpers kunnen worden besproken en de daaruit voortvloeiende richtinggevende besluiten tot actie kunnen leiden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Ja, dit is heel belangrijk. Promotie wordt gevoerd over de behoefte aan onderzoek, onderwijs en ontwikkeling op het gebied van design, zoals dat van toepassing is op de samenleving, het bedrijfsleven, het milieu en aanverwante kunsten en wetenschappen. Promotioneel werk wordt ook geleverd in de vorm van het bevorderen van een beter begrip van de rol van design in de samenleving, de industrie en de handel ten behoeve van belanghebbende instanties, cliënten en de samenleving in het algemeen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Een transparant 'venster' met eigen autoriteit en als onmisbare partner is hier heel erg van toepassing. Het IDI werkt aan de nodige maatregelen om de kwaliteit van de ontwerpomgeving en de consumenten in het algemeen te beschermen door hoge normen in de ontwerpindustrie te handhaven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Het IDI heeft voornamelijk een ondersteunende en faciliterende rol. Ten behoeve van de designgemeenschap van het land in het algemeen moet het alle zaken en kwesties regelen, modereren en controleren die verband houden met de beroepspraktijk en het gedrag van de leden.</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Het IDI werkt niet echt met ontwerpers in de publieke sector bijvoorbeeld. Het is de Design &amp; Crafts Council of Ireland, die los staat van het IDI, die meer met designers werken onder hun bevoegdheid. De IDI richt zich meer op bedrijven. Ook architecten zijn lid van de IDI. Dat zijn meestal vakmensen die het belang van kruisbestuivingen hebben begrepen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Er wordt gestreefd naar een eenheid binnen de gemeenschap van designers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul>

	<p>Promotie wordt gevoerd over de behoefte aan onderzoek, onderwijs en ontwikkeling op het gebied van design, zoals dat van toepassing is op de samenleving, het bedrijfsleven, het milieu en aanverwante kunsten en wetenschappen.</p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Het doel is actief te werken aan de eenheid van alle designers en de erkenning van het beroep.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dit betekent het dienen van de belangen van de geïnteresseerde ontwerpgemeenschap werkzaam in Ierland, door één gemeenschappelijk beroepsinstituut te hebben van professioneel gekwalificeerde ontwerpers.</li> <li>- Daarnaast betekent dit ook het veiligstellen van een gedefinieerd en erkend beroep van designers ten voordele van de industrie, het bedrijfsleven, de handel, de cultuur, het onderwijs, het erfgoed en het grote publiek.</li> </ul> <p>Er heerst een bewustzijn dat een klein land als Ierland met een relatief kleine designscène samenwerking niet moet stimuleren. Hierin speelt ook het bewustzijn van de multidisciplinariteit van design een rol, wat samenhangt met het geloof dat het zo een zeer rijke output kan opleveren.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>Ja via Design Verstevingen (consolidating design) van de constitutie: de vertegenwoordiging en verbinding met oa. de wettelijke instanties en de regering maar ook internationale instellingen vormen hiervan bewust een onderdeel. Standpunten en visies van het beroep en zijn leden worden overgemaakt aan de regering over aangelegenheden die verband houden met het beroep en met designkwesties in Ierland en wereldwijd.</p> <p>Momenteel heeft Ierland een geëngageerde regering die zeer ambitieus is om samen te werken met de design sector, inclusief de ambachtelijke richtingen.</p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> </ul> <p>Het vierde punt van de constitutie heeft het als doel om design verder te ontwikkelen. Hierbij wil het IDI een centrum zijn voor excellentie wat betreft de bevordering van onderwijs, informatie, advies en ondersteuning in alle aangelegenheden die verband houden met design.</p> <p>Onderzoek en onderwijs vormen een substantieel deel in het promotioneel werk van het IDI ten dienste van de samenleving, het bedrijfsleven, het milieu en aanverwante kunsten en wetenschappen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p>Sinds de jaren 1970 helpt het IDI designstudenten, docenten en onderzoekers zich uit te rusten met de vaardigheden die zij nodig hebben, niet alleen op professioneel gebied, maar ook om Ierland op wereldvlak te vertegenwoordigen</p>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>Het IDI brengt alle designers samen. Als lid van het IDI maakt de designer deel uit van een designgemeenschap met gedeelde waarden en een mogelijkheid om samen te werken.</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld)?</li> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Het doel is ook contacten te leggen en te onderhouden met nationale en internationale organisaties waarvan de statuten en doelstellingen van dezelfde strekking zijn als die van het IDI.</p>



	<p>Samenwerking, goede betrekkingen en vriendschappelijke uitwisseling tussen de leden wordt bevorderd, zo ook middelen te verschaffen om professionele geschillen bij te leggen (met inbegrip van geschillen met cliënten van leden) en andere problematische kwesties op te lossen in verband met het beroep. Het wil kansen bieden aan designers om hun netwerk uit te bouwen.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Het bevorderen van hybride beroepspraktijken is een van de recente doeleinden en er wordt hard aan gewerkt om dat te realiseren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Kwaliteit is een belangrijk streefdoel: het IDI werkt aan de nodige maatregelen om de kwaliteit van de ontwerpomgeving en de consumenten in het algemeen te beschermen door hoge normen in de ontwerpindustrie te handhaven.</p>
<p>5. Actoren en hun financiering  (ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>IDI is een organisatie met kleine middelen. Het doel is om in de toekomst meer overheidsgeld te kunnen krijgen. Momenteel is het IDI bijna volledig afhankelijk van het lidmaatschap. Er is nog wat sponsoring voor de jaarlijkse prijzen en af en toe voor sommige programma's en activiteiten, maar het gaat steeds om kleine bedragen en het vergt veel inzet om ze te krijgen. Daarnaast zijn er kleine pogingen tot projecten op internationaal niveau. Dit financieringsmodel staat in de weg voor plannen op de lange termijn.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Het IDI biedt geen financiële steun. De ondersteuning die ze bieden zijn vooral voor de bedrijven. Het IDI heeft voornamelijk een ondersteunende en faciliterende rol, ten behoeve van de designgemeenschap van het land in het algemeen, alle zaken en kwesties regelen, modereren en controleren die verband houden met de beroepspraktijk en het gedrag van de leden.</p>
<p>6. Verantwoordelijkheden  (informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Er worden sensibiliseringscampagnes opgezet.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Er wordt gefocust op informeren en sensibiliseren van de buitenwereld maar ook van de gemeenschap van designers waarbij belang wordt gehecht aan het handhaven van een hoge standaard. Als een actieve designgemeenschap deelt het IDI expertise en advies en worden trainingen aangeboden om een professioneel designbedrijf met effectief beheer te ontwikkelen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Ter ondersteuning van alle designers werd er een <b>beroepsgedragscode</b> (het IDI Code of Professional Conduct) ontwikkeld. Het IDI werkt aan de nodige maatregelen om de kwaliteit van de ontwerpomgeving en de consumenten in het algemeen te beschermen door hoge normen in de ontwerpindustrie te handhaven.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<p>Promotie is een van de belangrijkste doelstellingen: men wil dit doen door zich te organiseren op lokaal en nationaal niveau om zo lers design te promoten en te bepleiten.</p> <p>Promotie wordt bewust gevoerd over de behoefte aan onderzoek, onderwijs en ontwikkeling op het gebied van design, zoals dat van toepassing is op de samenleving, het bedrijfsleven, het milieu en aanverwante kunsten en wetenschappen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Om de sector verder te voeden worden tentoonstellingen, prijsvragen, beurzen, seminars, lezingen, workshops en andere evenementen georganiseerd. Bij dergelijke activiteiten hoort ook het onderhouden van een website en contacten met de media; het publiceren van ledenlijsten of het uitvoeren van activiteiten. Dit bevat oa. het innen van contributies, het ontvangen van subsidies, donaties en het geven van presentaties.</p> <p>Het IDI reikt ook de meest prestigieuze en oudste jaarlijkse designprijzen van het land uit, waaraan zowel net afgestudeerde als professionele leden kunnen deelnemen. Designers moeten lid zijn om deel te mogen nemen aan de IDI Graduate Desinger Awards.</p>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Heel algemeen vertegenwoordigt het IDI en ondersteunt creativiteit binnen een groot aantal disciplines in een breed spectrum van het Ierse design.</p> <p>Het IDI heeft een specifieke <b>beroepsgedragscode</b> (het IDI Code of Professional Conduct) ontwikkeld voor designers. De code heeft als doel een norm van professioneel gedrag te bevorderen en aan te bevelen ten behoeve van de leden en van hun werkgevers. Van alle leden wordt verwacht dat zij de code naleven, ongeacht of zij als zelfstandige werken, hoofd van een particuliere praktijk zijn en personeel in dienst hebben die al dan niet lid zijn van het IDI. Maar ook mensen die in dienst zijn van een al dan niet lid van een particuliere praktijk, dan wel werkzaam zijn in de industrie, de handel of de overheidssector.</p> <p>Als lid van het IDI maakt de designer deel uit van een gemeenschap van professionals die dezelfde waarden delen en kunnen gebruik maken van een gecombineerd pakket van ondersteuning waaronder de promotie van Ierse design.</p> <p>Designers krijgen ook mogelijkheden: leden kunnen een evenement voorstellen en leiden of gewoon een thema aan de orde stellen die ze belangrijk achten.</p> <p>Het IDI biedt ook hulp aan om werkgroepen samen te stellen of samenwerkingsverbanden op te richten. Jonge leden kunnen deelnemen aan de Mentors and future Student Internship Programme.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> </ul> <p>Ja. Er wordt ook gewaakt over het naleven van de beroepsgedragscode.</p> <p>Via de IDI Member Database brengt de organisatie designers in contact met opdrachtgevers die op zoek zijn naar het beste wat Ierse design te bieden heeft.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> </ul> <p>Ja, ze bieden vooral ondersteuning aan in de vorm van informatieverstrekking: gedragscode, kwaliteitscontrole. Het IDI wil de beroepsopleiding bevorderen en werkt aan een verruiming van de mogelijkheden voor personen die interesse hebben in het beroep van ontwerper. Ze wensen ook de ontwerpers in Ierland te steunen bij het uitoefenen van hun beroep en in de algemene bedrijfspraktijk.</p> <p>Lifelong Learning en Continuïng Professional Development (CPD) van alle designers wordt aangemoedigd. Hierbij horen: verbetering en uitbreiding van de technische en algemene kennis, verantwoordelijke besluitvorming en ethische praktijk.</p> <p>Het IDI lokaliseert en promoot mogelijkheden voor de professionele ontwikkeling en carrièreverbetering van zijn leden. Ze werken aan het aanmoedigen van een universele standaard van een professionele ontwerppraktijk. Ze bieden kansen om contacten te leggen en deze te versterken via networking.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> </ul> <p>Leden worden uitgenodigd om werk in te zenden voor de IDI Irish Design Awards - de meest prestigieuze en langstlopende jaarlijkse designprijs in Ierland. Ze krijgen daarmee ook de kans om op internationaal niveau beoordeeld te worden.</p>

	<p>Verder krijgen ze ondersteuning door toegang te krijgen tot professionele ontwerpers - de kans te krijgen om leiders uit de industrie te ontmoeten en om portfolioconsultaties, advies en begeleiding te vragen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>Reflectie wordt aangemoedigd via de <b>functie forum</b> voor overleg en dialoog als basis voor verdere acties.</p> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>Er wordt kennis meegegeven aan de regering over het designveld.</p> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>Via de IDI Member Database brengt de organisatie designers in contact met opdrachtgevers die op zoek zijn naar het beste wat lers design te bieden heeft.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt <i>design management</i> voor strategisch beheer en <i>design leadership</i> voor visie, innovatie en transformatie gepromoot?</li> </ul>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>2</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



<https://www.dcci.ie/> (2021-0-03)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? De focus ligt hier op de ambachtelijk werkende designer, maar werd niet zo lang geleden uitgebreid met de designer in het algemeen. In de werking is die tweespalt duidelijk aanwezig.</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie? Het doel is dat Ierland erkend en gewaardeerd wordt om zijn cultuur van design en ambacht. Er wordt aan gewerkt om de standaard en het profiel van Ierse design en ambacht te verhogen.</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip? Allebei als centraal begrip.</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger? Er wordt duidelijk gekeken naar een brede doelgroep, wat je ziet aan de aangeboden programma's. Zie verder.</li> </ul>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft? Het gaat echt om ambacht en design in de eerder traditionele zin.</li> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> </ul> <p>Het Design &amp; Crafts Council Ireland is het nationale bureau voor de commerciële ontwikkeling van Ierse ontwerpers en makers, het stimuleert innovatie, pleit voor designdenken en informeert het overheidsbeleid. De raad van bestuur bestaat uit zowel ministeriële genomineerden als gekozen leden. Het bevel tot benoeming in het bestuur van DCCI wordt afgegeven door de minister van Handel, Ondernemen en Innovatie (drie leden) en duurt 3 jaar. Dat is precies dezelfde termijn als de vertegenwoordigers van design en ambacht die op de AV door de ledenorganisaties zijn gekozen (zes leden).</p> <p>De Council wordt door de overheid gefinancierd, maar werkt ook aan het ontwikkelen van een mechanisme dat zal helpen bij het opbouwen van de capaciteit van de organisatie, om zo toegang te krijgen tot EU-financiering ten behoeve van de klanten en de design- en ambachtssector. Verder zijn er plannen om via bestaande EU-programma's en het World Crafts Council (WCC) een nog groter netwerk te ontwikkelen die zowel mobiliteit als toegang tot informatie en ontwikkeling van exportmarkten voor Ierse design en ambacht mogelijk kunnen maken. Het gaat meer concreet om EU-programma's zoals INNOCRAFTS en de Leonardo Partnership-programma's waaronder Leargas' European Shared Treasure (EST).</p>			

	<p>Het is een ledenorganisatie waarbinnen vier verschillende registratieniveaus actief zijn.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Professionele ontwerper / maker Deze is geschikt voor professionele ontwerpers/ambachtslieden. Het stelt leden in staat deel te nemen aan alle DCCI-services en -programma's geeft deelnemers recht op: een bedrijfspagina hebben op de DCCI-websitedirectory (Public Directory of Craftspeople), het ontvangen van DCCI's e-nieuwsbrief CRAFTlink, deelnemen aan DCCI-verzekeringen: Zorgverzekering, Ongevallen- en Aansprakelijkheidsverzekering, komt in aanmerking voor een speciale energiebesparende audit bij Utilitywise, op de hoogte worden gebracht van en deelnemen aan de projecten en programma's van Design &amp; Crafts Council Ireland</li> <li>2. Semi-professionele ontwerper/maker Dit stelt deelnemers in staat deel te nemen aan alle DCCI-services en -programma's en geeft recht op: het ontvangen van DCCI's e-nieuwsbrief CRAFTlink, deelnemen aan DCCI-verzekeringen: Zorgverzekering, Ongevallen- en Aansprakelijkheidsverzekering, komt in aanmerking voor een speciale energiebesparende audit bij Utilitywise, op de hoogte worden gebracht van en deelnemen aan de projecten en programma's van Design &amp; Crafts Council Ireland.</li> <li>3. Ontwerp/ambachtsliefhebber Deze is geschikt voor startende bedrijven, hobbyisten, medewerkers van een geregistreerd ontwerper/vakman en geeft recht op: het ontvangen van de DCCI's e-nieuwsbrief CRAFTlink, deelnemen aan DCCI-verzekeringen: Zorgverzekering, Ongevallen- en Aansprakelijkheidsverzekering, bijwonen en deelnemen aan enkele DCCI-evenementen: seminars, lezingen, tentoonstellingen enz.</li> <li>4. Leerling Dit onderdeel is geschikt voor studenten van erkende hogescholen van het 3e niveau en afgestudeerden van DCCI-cursussen en geeft recht op: het ontvangen van de DCCI's e-nieuwsbrief CRAFTlink, deelnemen aan DCCI-verzekeringen: Zorgverzekering, Ongevallen- en Aansprakelijkheidsverzekering, bijwonen en deelnemen aan enkele DCCI-evenementen: seminars, lezingen, tentoonstellingen enz. Zodra de kandidaat voldoet aan de criteria en de aanvraag is ontvangen, wordt deze beoordeeld door een beoordelingspanel voor registratieaanvragen. De aanvragen worden beoordeeld op het volgende: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technische/ontwerpvaardigheden</li> <li>• Kwaliteit van product en afwerking</li> <li>• Kwaliteit van het businessplan</li> <li>• Kwaliteit van ingezonden afbeeldingen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> </li> </ul> Het DCCI is de grootste organisatie binnen Ierland die zich bekommert om de ambachtelijk werkende designer. Het land beschikt nog over de <b>National Design &amp; Craft Gallery</b> die een toonaangevend centrum is voor hedendaagse ambacht en design en inspireert ten aanzien van waardering, creativiteit en innovatie door middel van tentoonstellingen, evenementen en educatieve programma's. De National Design &amp; Craft Gallery speelt een cruciale rol bij het opbouwen van een goed begrip van ambacht, design en materiële cultuur in Ierland. Programmeringen werken vaak met toonaangevende Ierse en internationale ontwerpers, kunstenaars en makers in verschillende disciplines via in-house en rondreizende tentoonstellingen. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> </ul> Design &amp; Crafts Council Ireland werkt samen met de belangrijke overheidsdepartementen, agentschappen en verenigingen bij de ontwikkeling en implementatie van programma's voor de design- en ambacht sector. Deze omvatten het Department of Business, Enterprise and Innovation, Enterprise Ireland, Fáilte Ireland, Local Enterprise Offices (LEO's), Irish Local Development Network (ILDN), Leader-bedrijven, Western Development Commission (WDC), National University of Ireland Maynooth (NUIM) en de eigen lidmaatschapsorganisaties naast Craft Northern Ireland. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> Het DCCI werkt eraan om diverse sectoren warm te krijgen voor designinitiatieven. Zie verder hierover bij netwerking. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> Ja. </li> </ol>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Ja, absoluut, zie verder nog veel details hierover.</p>

- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?

Het gaat om lers ambacht en design. (Onduidelijk)

- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?

Ja. Dit is een van de hoofddoeleinden als staatsinstelling.

- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?

Misschien wel, al wordt het niet zo scherp geformuleerd en wordt er vooral toegespitst op het belang van de ambachten.

- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?

Er is heel veel ondersteuning. Op welke manier dit gebeurt, lees je verder.

- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?

Ja, er wordt gedacht aan ambachten.

PROFIEL

- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen

Er wordt ingezet op de hoogste normen van corporate governance om ervoor te zorgen dat het principe van prijs-kwaliteitverhouding toegepast zou worden bij alle activiteiten van de organisatie, om een doorlopend rendement op de investering te genereren van de fondsen die aan het DCCI via Enterprise Ireland worden verstrekt.

- Wordt de link met de samenleving vergroot?

Er worden duidelijk pogingen ondernomen om het belang van design breed uit te dragen.

- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?

Niet alleen wordt er gedacht aan de ambachtsman en de designer. Een breed publiek wordt daarnaast ook aangesproken, aangemoedigd en gestimuleerd.

Andere doelgroepen dan de ambachtsman en de designers zijn de volgende:

- Shoppers en verzamelaars met het programma 'Ontdek lokaal gemaakt lers design en ambacht' met lijsten van makers en winkels, met aandacht voor uniek one-off en limited edition werk en aandacht voor de National Design and Craft Gallery in Kilkenny.
- Leerlingen en docenten met educatieve programma's en cursussen die inspiraties en tools aanreiken om de toekomst van het Ierse ambacht vorm te geven (voor basisschoolprogramma's maar ook voor middelbare scholen). Belangrijk is dat het DCCI de cruciale rol die onderwijs speelt erkent in de toekomstige groei van Ierse ambachten. Daarom heeft het middelen en informatie ontwikkeld om leerlingen van het tweede niveau te betrekken en hun interesse en begrip van ambacht en design te vergroten. Hieruit kunnen studenten en docenten het brede scala aan beschikbare carrières ontdekken. Daarnaast kunnen ze ook de verscheidenheid aan educatieve paden en vele mogelijkheden voor een creatieve carrière in deze branche verkennen.
- Design Thinking Post-Basisschool Pilot is een Initiatief op het tweede niveau om de principes van designdenken en het ambachtelijke proces te verkennen door middel van een reeks workshops/rondleidingen op kunst- en designcolleges van het derde niveau.
- De Nationale Design & Craft Gallery biedt educatieve en outreach-activiteiten.
- DCCI's heeft een reeks vaardigheids- en designcursussen die internationaal gerenommeerd zijn over keramiek en sieraden.
- Twee gespecialiseerde BA-cursussen: een driejarig intensief programma met stages.
- Uitgebreide informatie over design in het hoger onderwijs en de beschikbare design- en ambachtgerelateerde cursussen, voornamelijk parttime en avondonderwijs
  - Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?

Ja, zie de specifieke programma's en ook de indeling van de lidmaatschappen. Ook bv. de ondersteuning Future Makers Awards die een financiering biedt voor ambachtelijke studenten en pas afgestudeerden, waaronder onderzoek, training, residenties, tentoonstellingen en studio-ontwikkeling.

- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?

Allebei en krijgt ook voor beide ondersteuning.

- Is er een relatie met de burger?

Er wordt promotie gemaakt voor lers ambacht en design onder andere met het doel om een breder publiek te bereiken.

## 2. Dimensies van designexpertise-centra

(pijlers, rollen, acties)

### Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?

- **Informereren/studierol:** research and knowledge transfer (input-output)  
*Fungeert de organisatie als **onderzoeksforum en als agent** (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)*  
→ Via welke ACTIE?

Ja, er zijn heel diverse acties.

- In functie van de agent wil DCCI banden ontwikkelen met de industrie en met experten die de innovatieve ontwikkeling en het potentieel van de design- en ambachtssector kunnen bevorderen én die ook openstaan voor onderzoek.
- Het DCCI werkt ook aan het ontwikkelen van strategische plannen voor lidmaatschapsorganisaties. Dat doet het in partnerschap met Business to Arts, om expertise aan te bieden bij de behoefte aan de voortdurende ontwikkeling en professionalisering. Dit programma omvat workshops, adviessessies, bezoeken ter plaatse en het beoordelen, analyseren en opleveren van de inhoud van het businessplan.
- Design & craft als een carrière wordt gezien als divers en breed waarbij de rol van ontwerpers en makers voortdurend evolueert en verandert. Daarom zijn er interviews beschikbaar waarin ontwerpers en makers over hun carrière en hun dagelijkse praktijk vertellen bedoeld als informatie verstrekking.
- DCCI's CRAFTed-programma geeft basisschoolkinderen en leerkrachten een kans om hun creativiteit te ontdekken en nieuwe vaardigheden te leren door samen te werken met professionele ontwerpers en ambachtslieden. Het biedt gezamenlijke training aan, geeft toegang tot hoogopgeleide vakmensen en geeft zowel docenten als studenten de mogelijkheid om nieuwe materialen te ontdekken, zoals klei, print, stof en vezels, evenals metaal-, hout- en wilgenconstructies.
- Er zijn ook diverse programma's voor juweelontwerp. DCCI heeft de vaardigheid en designcursussen uitgebreid tot **Centers of Excellence in Ceramics and Jewellery**.
- Via de Centra **of Excellence in Ceramics and Jewellery** biedt het DCCI de cursus 'keramiekvaardigheden en design' aan. Dit is een tweejarig initiatief dat gebaseerd is op het leren van vaardigheden en heeft intussen een uitstekende reputatie opgebouwd in de branche, zowel nationaal als internationaal.
- De cursus Jewellery and Goldsmithing Skills & Design is gespecialiseerd in de traditie van het werken met edele metalen en edelstenen, waarbij afgestudeerden worden uitgerust met de praktische vaardigheden die nodig zijn om een loopbaan in de sieradenindustrie in Ierland en internationaal te ontwikkelen.
- **Informereren/aanjaagrol:** dialoog voeren, databanken uitbouwen  
*Hoe functioneert de organisatie **proactief** in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?*  
→ Via welke ACTIE?

Er wordt sterk ingezet om **de verkoop** van Ierse design in **binnen en buitenland** te stimuleren en hierbij ook ondersteuning te bieden aan de designers zelf.

- Design & Crafts Council Ireland onderhoudt contacten met meer dan 120 winkels in heel Ierland om ambachtelijke en designproducten van Ierse makelij te kopen en te promoten. De Council biedt hulp aan designers met betrekking tot hoe ze best hun producten aan winkels kunnen verkopen. De raad beschikt over een lijst van deelnemende retailers.
- Showcase - Ierland's International Creative Expo® vindt elk jaar in januari plaats en trekt meer dan 5.000 handeldkopers uit heel Ierland en 26 andere landen over de hele wereld aan. DCCI beveelt deze show ten zeerste aan voor alle ambachtelijke bedrijven die hun producten op de binnenlandse markt willen verkopen. Het toont het beste van ambacht dat ontworpen en gemaakt is in Ierland, aan retailers uit eigen land én het buitenland. De makers worden voor dit programma geselecteerd uit een breed veld en moeten blijk geven van een hoog vaardigheidsniveau in ontwerpen en maken, ontwikkeling van nieuwe producten, merchandising, verkoop, marketing en branding.
- De County en City Enterprise Boards in samenwerking met Showcase bieden jongere bedrijven de mogelijkheid aan om deel te nemen in een speciale ruimte op de show.
- **DesignIreland.ie** is een merk dat zich toelegt op het promoten van de breedte en de kwaliteit van Ierse design en ambacht bij een wereldwijd publiek. De identiteit van Design Ireland wordt getoond op DCCI-tentoonstellingen, op beurzen en promotiecampagnes. De bijbehorende website helpt ideeën te ontdekken en te delen, inspiratie en informatie op te doen over getalenteerde Ierse ontwerpers. Daarnaast toont de website ook waar ze hun werk, online of in beursgenoteerde winkels, kunnen kopen.
- Verkopen op ambachtelijke beurzen kan voor veel makers een waardevolle markt bieden dicht bij huis. Aan beginners raadt de Council aan om via dergelijke beurzen te leren over wat verkoopt en wie klanten zouden kunnen zijn. De website biedt een volledige lijst aan van kwaliteitsbeurzen waar het de moeite waard is om te verkopen.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Met zo'n 20.000 bezoekers mag de Nationale Crafts &amp; Design Fair een van de grootste evenementen van liefhebbers van ambachten in Ierland worden genoemd. Tijdens de show gebruikt de Council het overkoepelende merk 'Designed &amp; Made in Ireland' met zijn herkenbare duimafdruksymbool om die ambachtslieden in de schijnwerpers te zetten die de DCCI-normen voor kwaliteit, herkomst en vakmanschap hebben bereikt. De Council organiseert er ook een tentoonstelling van Ierse ambachtelijke cadeausuggesties in de Grote Zaal. De kandidaatstelling gebeurt via een oproep.</li> <li>• 'Bloom' is het grootste tuin-, eet- en familie-evenement van Ierland en trekt elk weekend in juni meer dan 100.000 bezoekers. DCCI presenteert op het evenement een Iers ambachtstorp met onder meer 25 winkelruimtes voor ambachtslieden. Ook is er de mogelijkheid om deel te nemen aan workshops en demonstraties. Oproepen voor deelname worden telkens uitgezonden rond maart met selectie in april.</li> <li>• Verkoop in het buitenland wordt ook ondersteund. DCCI biedt informatie aan over export en buitenlandse beurzen. <b>Showcase - Ierland's International Creative Expo®</b> is een expositie voor de meeste ambachtelijke bedrijven die willen exporteren naar winkels in het buitenland. Showcase Mode, Sieraden en Thuis biedt speciale tentoonstellingsruimtes aan om zeer creatieve of commerciële producten op de beurs te promoten met daarnaast ook een speciale modeshow. Design Ierland on Showcase is een speciale ruimte waarin producten worden gepromoot die zijn ontworpen en gemaakt in Ierland. Het biedt een platform voor kwalitatieve Ierse ambachtelijke makers om winkelverkopers te ontmoeten in een eigentijds en kopervriendelijk platform. DCCI promoot het beste van Ierse ambacht "Designed &amp; Made in Ireland" bij bezoekende retailers uit het buitenland via Design Ireland. Voor dit programma worden de makers geselecteerd uit een breed veld en moeten ze blijf geven van een hoog niveau van vaardigheid in ontwerpen en maken, ontwikkeling van nieuwe producten, merchandising en verkoop, en marketing en branding. Zie ook nog bij promotie hieronder. <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i>) → Via welke ACTIE?</li> </ul> </li> <li>• <i>Design Ireland</i> is een merk dat zich toelegt op het promoten van het breedste en meest kwalitatieve uit Iers design en ambacht bij een wereldwijd en een Iers publiek. DCCI werkt nauw samen met een kleine, maar belangrijke selectie van internationale beurzen om een sterke groep Ierse bedrijven voor te stellen op internationale evenementen, onder het merk Design Ireland. De identiteit van Design Ireland wordt getoond op DCCI-tentoonstellingen, op beurzen en op in-store point-of-sale materiaal en promotiecampagnes. De bijbehorende website DesignIreland.ie deelt ideeën, inspiratie en informatie over getalenteerde Ierse ontwerpers en waar ze hun werk online of in beursgenoteerde winkels aanbieden.</li> <li>• DCCI ondersteunt en promoot geselecteerde design/craft ondernemingen op direct-selling evenementen. Deze omvatten belangrijke shows die open zijn voor het publiek, zoals bv. de Bloom and Gifted - The Contemporary Craft &amp; Design Fair.</li> <li>• Showcase – De Creative Expo® van Ierland heeft zichzelf gevestigd als het belangrijkste handelsevenement voor retailers van over de hele wereld om unieke, door design geleide producten te ontdekken op het gebied van mode, sieraden en huis- en cadeauartikelen. Design Ireland staat centraal in de expo, een ruimte die zich toelegt op het promoten van toonaangevende hedendaagse Ierse merken die door een onafhankelijke jury zijn geselecteerd op hun creativiteit, innovatie en vakmanschap, waarbij alle producten op dit gebied zijn ontworpen en gemaakt in Ierland. Showcase is een samenwerking tussen DCCI en Showcase Ireland Events Ltd met ondersteuning van Enterprise Ireland bij het internationaal promoten van de show. <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Design &amp; Crafts Council Ireland is gevestigd in Castle Yard, Kilkenny. DCCI heeft ook een aantal gespecialiseerde projectmanagers om DCCI-projecten en -activiteiten te beheren en ook van tijd tot tijd stages te organiseren. Naast de Chief Executive Office zijn er nog in totaal 24 teamleden.</p>



(netwerken)	<p>De activiteiten worden gefinancierd door het Department of Business, Enterprise and Innovation via Enterprise Ireland. Momenteel heeft de DCCI 55 lidorganisaties en meer dan 3.200 geregistreerde klanten: ambachtslieden lidmaatschapsorganisaties, waaronder ontwerp- en ambachtsgilden, netwerken en verenigingen. Aandeelhouders van de DCCI worden vertegenwoordigd door lid organisaties en instellingen waarvan het lidmaatschap stemrechten omvat van de algemene vergadering.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Het verbreden van de samenwerkingsverbanden is een belangrijk actiepunt. Hierbij hoort het doel om beleidsonderzoek te stimuleren op het gebied van internationalisering en netwerken. EU-gegevens worden vanuit dit oogpunt verzameld samen met links die relevant zijn voor de sector, over nieuwe technologie en innovatie. De Council blijft nauw samenwerken met Enterprise Ireland en het Department of Business, Enterprise and Innovation om de beloften aan het actieplan voor het banenscheppen na te komen en om praktische en effectieve ondersteuning te bieden die de design- en ambachtelijke sector als geheel ten goede komt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Er is een sterke link maar het doel is niet zozeer sociale verandering maar veeleer de waarde van design en de ambachten meer onder de aandacht te brengen.</p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>De Designraad hanteert een servicecharter tegenover de klanten. Hieronder horen aandachtspunten zoals het zich verbinden aan tijdige informatie en diensten te verstrekken, professioneel handelen, regelmatige klantenbevraging voor constructieve feedback, het voldoen aan kwaliteit, communicatie in het lers, actief zijn op de sociale media en de Craft in Ireland Nieuwsbrief uitvaardigen.</p> <p>Omwille van het brede aanbod aan programma's, lijkt de DCCI ook een aanspreekpunt te zijn voor designers.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> </ul> <p>De DCCI is staatsgefinancierd en heeft daarbij ook de taak om het overheidsbeleid te informeren. Daarnaast is er samenwerking met de belangrijke overheidsdepartementen, agentschappen en verenigingen bij de ontwikkeling en implementatie van programma's voor de design- en ambacht sector.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>Ja.</p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>Ja, zie hieronder het DesignSKILLS project.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> </ul> <p>Ja. Op verschillende manieren. De Council biedt ook de mogelijkheid aan om in contact te komen met professionele vakmensen voor schoolprogramma's, lezingen, residenties of praktische workshops.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> </ul> <p>DesignSKILLS is een actie-onderzoeksinitiatief voor post-primaire kunststudenten en hun docenten in heel Ierland. DesignSKILLS stimuleert samenwerkingsvaardigheden en probleemoplossing. Het vormt een aanvulling op het leerplan in de beeldende kunst door fantasierijke composities, ontwerp en handwerk te verbeteren, en is een plezierige praktische benadering van het maken. Dit project verstrekt beurzen om post-basisscholen in staat te stellen creatieve projecten aan te gaan met professionele ambachtslieden en ontwerpers in de klas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
4. De relatie tussen designspelers onderling  (netwerken)	<p>Hoe wordt netwerking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de design sector en de academische wereld?</li> </ul>

	<p>Er wordt bewust gewerkt aan het ontwikkelen van een netwerk van clusters met relevante partners om de groei en ontwikkeling van de design- en ambachtelijke sector te ondersteunen, inclusief culturele mapping op regionale basis. Hierbij wordt ingezet op de samenwerking met een commissie van bedrijven met een leidende functie en ook op het ontwikkelen van een infrastructuur van creatieve hubs die faciliteiten, netwerken en diensten bieden voor bestaande en opkomende design- en ambachtscollectieven.</p> <p>Veel belang wordt gehecht aan een internationaal netwerk. Hierbij is de World Crafts Council van Europa een belangrijke partner (WCC-Europe) omdat het tot doel heeft de status van ambacht als een vitaal onderdeel van het culturele, sociale en economische leven te versterken door middel van haar wereldwijde netwerk van leden en aangesloten bedrijven. Het DCCI moedigt aan om lid te worden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>De industrie is bewust een targetgroep voor partnerschappen maar ook organisaties waarmee sectoroverschrijdende projecten kunnen ontwikkeld worden. Ook hier is het doel om het potentieel van de design- en ambachtelijke sector te vergroten om zo ook toegang te krijgen tot financiering voor onderzoek en ontwikkeling (R&amp;D) door middel van innovatievouchers.</p> <p>Er wordt belang gehecht aan het ontwikkelen van netwerken, bekeken van de individuele ontwerper. Om dit te ondersteunen ontwikkelde de raad het DCCI's Network Support Scheme die financiële ondersteuning biedt bij het verdiepen van netwerken. Zie meer bij financiële ondersteuning.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul>
<p>5. Actoren en hun financiering  (ondersteunen)</p>	<p><b>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p><u>Voor leden:</u> Er is financiële ondersteuning beschikbaar voor organisaties met een minimum van zes ambachtsleden en om die reden draagt deze bijstand de naam Netwerkonsteuningsregeling. Financiering wordt op jaarbasis aangeboden en de aanvragers moeten in staat zijn om match-funding te verstrekken. Om toegang te krijgen tot DCCI's Network Support Scheme kunnen individuen een aanvraagformulier indienen namens hun netwerk of vereniging.</p> <p><u>Voor bedrijven</u> is er ook het Design4Growth programma dat micro-ondernemingen wil stimuleren om met designers in contact te komen. Bedrijven worden hierdoor geholpen bij het effectief toepassen van design bij de ontwikkeling van hun bedrijf. Het programma wordt geleverd namens het Department of Business, Enterprise &amp; Innovation, Design &amp; Crafts Council Ireland en de Local Enterprise Offices.</p> <p><u>DCCI's Future Makers Awards &amp; Supports</u>-programma belooft de volgende generatie creatieve makers en biedt ondersteuning voor de ontwikkeling van een opwindende carrière in de ambachtelijke en ontwerpindustrie. Het programma financiert onderzoek, training, residenties, tentoonstellingen, studio-ontwikkeling en meer.</p> <p><u>Ondersteuning voor de ondernemer:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ze krijgen advies door middel van een toolkit met informatie, ondersteuning en ideeën om het bedrijf van brandstof te voorzien.</li> <li>• Er wordt Informatie gegeven om het bedrijf draaiend of gezond te houden, inclusief een strategie, financiën en dergelijke meer.</li> <li>• Ze helpen trends op te volgen om ideeën te ontwikkelen voor de eigen onderneming en zodat ze meer kansen hebben.</li> <li>• Verder zijn er een reeks ondersteuning zoals mentoring, trainingen en het creëren van kansen.</li> <li>• Er wordt hulp geboden bij een wens om te groeien door verbinding te maken met marktplaatsen en faciliteiten.</li> </ul>

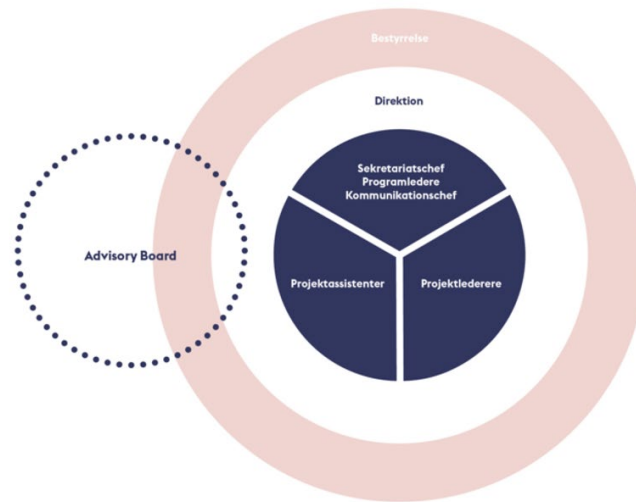
<sup>1</sup> in *Building next generation design support programma's*, 2012, p. 8-11.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Er zijn ontwerp- en productontwikkelingsprogramma's.</li> <li>• Een reeks programma's wordt aangeboden om het ontwerp en de producten te optimaliseren en te ontwikkelen.</li> <li>• Er zijn mogelijkheden om een ambacht aan te leren aan derden via het Craft Education Panel die een belangrijke bron is bij het succesvol leveren en ontwikkelen van onderwijsprogramma's.</li> </ul> <p><u>Ondersteuning op het gebied van marketing en verkoop:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een reeks marktontwikkelingsprogramma's worden aangeboden die bedacht zijn om geselecteerde ontwerpers / makers te helpen de juiste markten voor hun producten te vinden via retailers, galerieën, beurzen en ambachtelijke en designevenementen in Ierland of in het buitenland.</li> <li>• Er zijn geselecteerde kansen en begeleiding voor de verkoop van eigen producten in Ierland, via retailers of rechtstreeks aan het publiek.</li> <li>• Het betreden van internationale markten is niet voor elk bedrijf weggelegd en er is veel om over na te denken. DCCI geeft raad om eerst een gevestigd bedrijf in huis te hebben voordat er overwogen wordt om in het buitenland te verkopen. Er is een gebruiksvriendelijke online beoordeling om te zien of het bedrijf klaar is voor export. Indien positief, raadt DCCI aan om Showcase en/of het International Fair Fund aan te vragen. Daarnaast is er een scala aan begeleidings- en ontwikkelingsondersteuning voor de geregistreerde klantondernemingen.</li> </ul> <p><u>Werken met galerijen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Het Portfolio-programma biedt een waardevol marketinginstrument voor ambachtslieden en ontwerpers die eenmalig of in beperkte oplage werken volgens de hoogste designnormen en technische vaardigheden. Dit programma is voornamelijk webgebaseerd. Makers worden door een panel van experts geselecteerd op hun trackrecord in het creëren van uniek en innovatief werk. Binnen dit programma kadert de tweejaarlijkse publicatie 'Critical Selection', die makers toont die de voorhoede van het hedendaagse Ierse ambacht vertegenwoordigen in een context van wereldklasse. Uitgelichte makers krijgen meer kansen op erkenning, vertegenwoordiging en promotie. Naast de mogelijkheid om gezien te worden door galeriehouders in binnen- en buitenland, kunnen makers ook op de shortlist worden geplaatst voor tentoonstellingen, ze kunnen verkopen en commissies ontvangen.</li> <li>• Ten slotte is er ook ondersteuning bij het bepalen van de complexe juridische betekenis van 'land van herkomst' naar gelang de grondstoffen en de productie en de hierbij horende etikettering die erg belangrijk zijn juist bij ambachtelijke producten omdat ze van nature een herkomst hebben en voor Ierland van betekenis kunnen zijn.</li> </ul> <p>De DCCI beschikt over een aantal <u>fondsen</u> die worden ingezet voor de volgende doeleinden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Het Fonds Externe Tentoonstellingen is opgericht om te helpen bij de ontwikkeling van hoogwaardige, onafhankelijke tentoonstellingen die worden geleid door individuen, organisaties of groepen. Dit jaarlijkse fonds ondersteunt een klein aantal professioneel opgestelde tentoonstellingen over Ierse ambacht en design in Ierland of in het buitenland.</li> <li>• Het International Fair Fund is opgericht om ontwerpers en ambachtslieden financieel te helpen bij het bereiken van belangrijke exportmarkten. Het fonds verstrekt beperkte match-funding voor groothandelsbeurzen in het buitenland.</li> <li>• Het Maker Direct Fair Fund biedt financiële steun op basis van match-funding aan makers in het PORTFOLIO-programma, die willen deelnemen aan directe verkoopbeurzen buiten Ierland.</li> <li>• Voor geregistreerde DCCI-klanten die export-klaar zijn, biedt het International Fair Fund (IFF) financiële ondersteuning bij het exposeren op beurzen in het buitenland, om gemakkelijker toegang te krijgen tot internationale markten. Financiering wordt toegekend na een aanvraag en een onafhankelijke selectieprocedure. Geselecteerde aanvragers kunnen financiering ontvangen tot een maximum van 50% van de kosten van exposeren - tot bepaalde limieten.</li> </ul>
<p>6. Verantwoordelijken (informerende, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Het DCCI stimuleert met het DCCI/LEO-partnerschapsprogramma de exportontwikkeling om exportgereedheid te garanderen en verschillende routes naar overzeese markten te verkennen. Om dit te realiseren werkt de raad met een aantal oproepen die worden aangekondigd op de website.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Er wordt vooral gefocust op de reputatie van Ierse design. Zie verder de diverse programma's die het DCCI organiseert.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Ja. Schoolgaande kinderen vormen bijvoorbeeld ook een belangrijke doelgroep.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Ja, ook pro-actief. Zie bij informeren-acties.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>In de context van promotie bieden aan lers design, werkt de DCCI met een aantal marktontwikkelingsprogramma's. Zie de acties die hierbij horen boven in detail.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> </ul> <p>Er is een intens publiekswerkingsprogramma. Er worden onderwijs, trainings- en ontwikkelingsprogramma's, ook outreach-programma's genoemd, georganiseerd die tot doel hebben het publiek bewust te maken van ambachtelijke media, technieken en ontwerpprocessen. Dit wordt gedaan door middel van workshops met professionele makers, ambachtelijke installaties, het geven van demonstraties, lezingen, discussieforums en mogelijkheden voor het hanteren van objecten. Outreach-programma's maken vaak deel uit van de aanwezigheid van DCCI op nationale platforms of worden ontwikkeld als projecten om verbinding te maken met specifieke groepen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Het programma van de raad dat 'Portfolio' heet, werkt actief aan het vergroten van de reputatie en het potentieel van hedendaagse ambachtelijke makers en ontwerpers die hun aanwezigheid op de galerie- en verzamelaarsmarkt willen ontwikkelen. De jury, die over 100 werken kiest voor dit prestigieuze programma, bestaat uit Ierse en internationale experts en selecteert werk op basis van hoge normen van ontwerp kwaliteit en technische vaardigheid.</p> <p>De Irish Craft Studio Experience is een promotioneel programma dat enkele van de beste studio-ervaringen van Ierland aanbiedt voor geïnteresseerden. Aanbevolen sites zijn ofwel ambachtelijke studio's die fulltime open zijn voor bezoekers of ambachtelijke galerijen en winkelruimtes die bezoekers de mogelijkheid bieden om de maker te ontmoeten of ermee in contact te komen. De lijst van de goedgekeurde locaties staat permanent op de website.</p>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>DCCI biedt een scala aan programma's, ondersteuning en diensten voor ontwerpers en ambachtslieden, leerlingen en docenten, detailhandelaren en galeristen, shoppers en verzamelaars, media en partnerorganisaties om de standaard en het profiel van lers design en ambacht te verhogen.</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Leden kunnen erop rekenen om zich aan te sluiten bij groepsverzekeringsregelingen en om het maandelijkse CRAFTlink-industrie-e-zine te ontvangen met nieuws, kansen en branche-updates (zie nog boven de verschillende categorieën van lidmaatschappen).</p> <p>DCCI biedt via een samenwerkingsverband met FUSE Clinics toegang tot het gebruik maken van design- en zakelijke mentoren gedurende een periode van één of twee dagen. Geregistreerde klantondernemingen kunnen het hele jaar door mentorschap aanvragen. Mentoren beoordelen en geven advies met betrekking tot verschillende aspecten van ambachtelijke en designproducten, waaronder merchandising, branding, productie, design en het gebruik van innovatieve materialen en technologie. FUSE Clinics stellen klanten in staat om met elkaar en met mentoren te netwerken die de noodzakelijke volgende stappen identificeren voor het ontwikkelen en laten groeien van een ambachtelijke en designonderneming. Het DCCI-mentorprogramma wordt gegeven op maat, één op één, of in groepsverband.</p> <p>Workshops voor bedrijfsontwikkeling behandelen onderwerpen die door DCCI zijn geïdentificeerd als relevant voor de voortdurende ontwikkeling van ambachtelijke en designondernemingen. Deze workshops worden georganiseerd door DCCI, vaak in samenwerking met Local Enterprise Offices en geadverteerd op specifieke data en tijden op verschillende locaties in Ierland. Een dergelijk programma is het Building Craft and Design Enterprise-programma, een eersteklas ondersteuningspakket, op maat gemaakt voor designers om hun product op de markt te brengen door middel van een reeks design-geleide workshops. Tijdens het programma doen deelnemers marktonderzoek, nemen ze deel aan ontwerpgerichte workshops en leren ze over branding, kostprijsberekening, promotie en strategieën om bestaande marktkanalen uit te breiden.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> </ul> <p>Er worden cursussen en workshops aangeboden voor professionalisering. Zie hierboven en ook bij informeren/studierol.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> </ul> <p>Deelname aan beurzen wordt begeleid, gestimuleerd en ook deels gefinancierd na een beoordeling op kwaliteit. Zie boven nog in detail.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> </ul> <p>Er is zeker uitwisseling en dialoog met de overheid.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>Ja. Zie boven de brede waaier aan programma's.</p> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> </ul> <p>Dit is een belangrijk punt. Zie boven het Design4Growth programma dat juist hiervoor werd ontwikkeld.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>Ja, voor de kleinere bedrijven wel.</p>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>2</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in Building next generation design support programmes', 2012, p. 6.



<https://danskdesigncenter.dk/> (2021-04-26)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkteerain van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> </ul> <p>In zijn oorspronkelijke betekenis betekent design "vorm geven". Als zodanig heeft design zijn wortels in de kunst. De designer deelt het vermogen van de kunstenaar om te creëren - dat wil zeggen om iets te ontwikkelen dat nog nooit eerder gezien is. Echter, in tegenstelling tot de kunstenaar, is de ontwerper gebonden om een specifieke behoefte of functie aan te pakken. Ontwerpen kan dus beschreven worden als een creatief proces. Deze unieke combinatie van creativiteit en doelgerichtheid heeft de laatste jaren veel aandacht getrokken als een instrument voor innovatie. Disciplines buiten de designsector als zodanig, proberen de innovatieve mogelijkheden van design te begrijpen en aan te passen door de verschillende fasen van het ontwerpproces te bestuderen en te kopiëren. Hoe denkt de designer? Wat voor soort kennis wordt er gecreëerd in het ontwerpproces? [...]</p> <p>Design - dat gewoonlijk wordt opgevat als producten van een bepaalde kwaliteit en het proces van de vervaardiging van deze producten - wordt thans internationaal erkend als onderdeel van een <b>kennisintensief gebied dat wordt gekenmerkt door innovatie, multidisciplinariteit, en strategische processen</b>. Volgens een recente inventarisatie van internationaal designbeleid krijgen nieuwe en opkomende designdisciplines zoals strategisch design en design thinking steeds meer aandacht in het beleid voor design, innovatie, industrie en onderwijs. Recent designbeleid richt zich dus steeds meer op <b>design als een strategisch instrument voor innovatie, economische vooruitgang en het scheppen van banen</b>. Daarnaast lijkt er een toenemende internationale aandacht te zijn voor het gebruik van design als <b>instrument om de grote maatschappelijke uitdagingen aan te gaan</b>. Concluderend kan worden gesteld dat design meer is gaan betekenen dan alleen het geven van vorm; het wordt steeds meer een strategisch element in innovatie processen. Zowel in de particuliere als in de publieke sector. (<i>The Vision of the Danish Design Committee 2020, 2011</i>)</p> <p>Sinds begin 2016 werd een nieuwe strategie gemotiveerd uit de veranderde positie van design: "The new strategy is based on respect for history and the qualities represented by Danish design but which is also clearly oriented</p>			

towards the future. The DDC's focus is on conducting systematic experiments with **design-based value creation in companies.**"

- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?

Men baseert zich op historisch belangrijke ontwikkelingen, een visie die meeding met de tijd

- 1978 – 1999: Het Danish Design Centre (DDC) werd opgericht met de nadruk op de waarde van het Deens als middel om de export en de omzet van het Deense bedrijfsleven te stimuleren. De nadruk lag op industriële vormgeving en vormgeving werd voornamelijk gezien in de vorm van voor de industriële productie ontworpen voorwerpen met functie en esthetiek als belangrijkste parameters. De doelgroepen waren beperkt en gedefinieerd als desingers, industrie en mediasector.
- 2000 – 2011: Er ontstond een radicaal nieuwe kijk op het begrip design die de perceptie van design als eindresultaat, een product dat in een symbiose van kunst en industrie tot stand is gekomen, ter discussie stelde. De nadruk kwam te liggen op het proces zelf en design thinking werd een sleutelbegrip. Dit leidde tot een verruimd concept van design dat ook systeemdesign, service design en co-creatie omvatte.
- Het DDC streefde er nu naar om design thinking te bevorderen in het bedrijfsleven, in de industrie en in de publieke sector. Design als motor en bron van innovatie was het ideaal en het DDC propageerde deze boodschap. Het verruimde concept van design wordt nu door veel bedrijven omarmd en komt steeds meer tot uiting in de diensten die door designbureaus worden aangeboden.
- Het DDC organiseerde in deze periode ook veel grote tentoonstellingen, die niet alleen gericht waren op de industrie en de designprofessie, maar ook tot doel hadden design onder de aandacht van het grote publiek te brengen.
- 2011 – 2014: Het DDC begon zich meer te richten op het verzamelen, analyseren en communiceren van kennis over de belangrijkste factoren die van invloed zijn op design. Dit gebeurde in samenwerking met designers, partners, sponsors, het bedrijfsleven en industrie en een breed nationaal en internationaal publiek. Het doel was bij te dragen aan het behoud van de rol van Denemarken als vooraanstaande designnatie door design en innovatie te bevorderen en aan te tonen dat design een sleutelrol speelt bij het aangaan van de uitdagingen waarvoor de samenleving staat. Een andere, daarmee samenhangende ambitie was om van het domicilie een creatieve gemeenschap te maken voor designbedrijven en -instellingen.
- 2015 - Het groeiplan van de overheid met betrekking tot design en de creatieve beroepen vanaf 2013 maakten het voor DDC en de andere nationale architectuur- en designorganisaties vanzelfsprekend om een nieuw complex te betrekken. Het was nu mogelijk om de organisatie uit te breiden, nieuwe medewerkers en competenties op het gebied van design aan te werven, innovatie en technologie binnen te halen en de focus op de interacties tussen bedrijven en designers te vernieuwen.

De visie van het DDC is dat design een van de belangrijkste sterke punten van Deense bedrijven moet worden.

Het DDC heeft hoge ambities, maar ook een gevoel van nederigheid en een duidelijk inzicht dat de taak om het gebruik van design door bedrijven te vergroten alleen kan worden aangepakt in open partnerschappen.

Hieruit volgt **de missie**: Duurzame groei door design. DCC introduceert de nieuwste designkennis bij innovatie en duurzame groei voor Deense bedrijven. Dit bestaat erin om design, mode en aanverwante creatieve bedrijfstakken te bevorderen, teneinde de groei van Denemarken op de markt te versterken en bij te dragen tot het oplossen van maatschappelijke uitdagingen.

Slogan van "de daad van design" - als een instrument voor innovatie en ontwikkeling in de particuliere sector

- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?

Ja.

- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?

Allebei.

- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?

Doelgroep:

**Bedrijven** (startups, KMO's, corporates) zijn de doelgroep. Bedrijven komen tot nieuwe inzichten en bereiken nieuwe competenties die hen in staat stellen nieuwe duurzame en toekomstbestendige producten, diensten en bedrijfsmodellen te ontwikkelen. **De designers** maken deel uit van deze doelgroep. Dit kunnen zelfstandigen zijn, agentschappen of onderzoekers. Door met deze doelgroep te werken, voegt DDC kennis toe, openen marktkansen en worden netwerken gecreëerd. Zo wordt het merk Deens Design gemaakt. Deens Design staat voor een betere samenleving ontwerpen zoals initiatieven voor publieke en private actoren op het gebied van gezondheid, innovatie, steden, etc.

Werkterrein van DDC: bedrijfsleven, industrie en design (met inbegrip van industrieel design, communicatiedesign en dienstendesign). Het Danish Design Centre tracht de waarde van design voor het Deense bedrijfsleven en de Deense industrie te bevorderen. De nadruk ligt dus op de interactie tussen bedrijven en designers.

<p>2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)</p>	<p>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</p> <p>DDC ziet zichzelf niet als deel van het cultuurlandschap!</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Design wint terrein bij topmanagers en durfkapitaalfondsen dankzij het inzicht dat designmethodes en de bijbehorende denkwijze uitzonderlijk goed zijn in snelle, nieuwe en betere oplossingen in samenspraak met een diepe empathie voor gebruikers en klanten. Het resultaat is het verhogen van het kunnen om behendig, flexibel en proactief te werk te gaan.</p> <p>De activiteiten van het Danish Design Centre bestaan uit strategische investeringsgebieden, platforms die niet alleen nuttige gegevens opleveren, maar ook nieuwe visionaire dialogen ondersteunen tussen de sleutelactoren in het veld. Hierbij horen activiteiten, geconcretiseerd in programma's en projecten, waar systematisch wordt geëxperimenteerd met waardecreatie die aan ondernemingen nieuwe inzichten en instrumenten opleveren die op grote schaal worden gedeeld.</p> <p>DDC geeft bedrijven en organisaties de kans om te testen hoe designpraktijken innovatie en ontwikkeling kunnen stimuleren. Er wordt geholpen bij het kwalificeren van investeringen in design of bij de aanwerving van designers. Alle actoren helpen bij de navigeren in het designlandschap. Het centrum biedt toegang tot instrumenten, kennis en inspiratie voor bedrijfsontwikkeling en innovatie door middel van design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> </ul> <p>DDC is het nationale designcentrum van Denemarken. Het is zijn missie om het gebruik van design in het bedrijfsleven en de industrie te bevorderen, de designindustrie te helpen professionaliseren en Deens design in Denemarken en daarbuiten te documenteren, te promoten en te merken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel? Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem? Speelt de organisatie een verbindende rol? Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>Het Deens Designcentrum is een bedrijf dat valt onder het ministerie van Economische Zaken. Het Deens Designcentrum, INDEX: Design to Improve Life en het Deens Instituut voor Mode hebben samen met het Ministerie van Economische Zaken een Groei <b>Design Society</b> opgericht. Ze hebben dit gedaan om een verenigde en doeltreffende nationale entiteit uit te bouwen, die over de nodige kennis beschikt om op te treden als een gekwalificeerde innovator, programmabeheerder en adviseur voor de ontwikkeling en de uitvoering van de inspanningen ter bevordering van de groei van design en mode in Denemarken.</p> <p>Design Society is georganiseerd als een stichting. Zij fungeert als moedermaatschappij voor de drie ondernemingen en opereert hoofdzakelijk via haar dochterondernemingen. Elke onderneming heeft haar eigen visie, missie en haar eigen bestuur.</p> <p>Op 1/1/2020 werd de design cluster D2i deel van Danish Design Centre, en het kantoor in Kolding zet zich in voor het versterken van KMO's.</p>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Ja</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Ja, dit is een van de belangrijkste doelstellingen. Werkgebieden zijn steden, welzijn, technologie, etc.</p> <p>Het gekozen model is <b>impactcreatie</b>, dat alles te maken heeft met het initiëren van innovatieve programma's om design een rol te laten spelen in bedrijven. Er wordt gezorgd voor systematische gegevensverzameling. Daarnaast wordt er ook belang gehecht aan het leren van de programma's en het communiceren en opschalen van de resultaten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>Het centrum valt onder het Ministerie van Economie waardoor afstemming een vanzelfsprekendheid is.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Ja, dit is een van de belangrijkste doeleinden.</p> <p>Men wil een betere samenleving ontwerpen: samen met zowel publieke als private actoren wordt <b>ontworpen</b> voor betere steden en een sterker gezondheidszorgstelsel.</p>



### *Ambities*

Een beperkt aantal gerichte strategische interventies waarbij design een doorslaggevend verschil kan maken. De initiatieven worden gekoppeld aan actuele en relevante overheidsstrategieën en -agenda's, gebaseerd op zakelijke behoeften. Ze worden verankerd met geselecteerde commissarissen en belanghebbenden uit het bedrijfsleven die geïnteresseerd zijn in innovatiesystemen.

Drie transversale en onderling samenhangende transformaties staan op de voorgrond:

- *Groene transformatie* is van cruciaal belang voor onze samenleving en een sleutel tot concurrentievermogen van bedrijven in de toekomst, zowel nationaal als internationaal.
- Vandaag de dag raakt *digitalisering* het leven van iedereen en maakt het deel uit van diensten en bedrijfsmodellen van de toekomst. Men wil de Deense competentie in design combineren met digitalisering. (Platform Digital Futures werkt met toekomstscenario's als een ontwerp-gestuurd prognose-instrument in het kader van het programma "Boxing Future Health", waaronder met Deense en Amerikaanse bedrijven en toonaangevende vernieuwers en technologen de internationale conferentie voor digitale technologie, innovatie en ontwerp, South by South-West in Austin, Texas.)
- Tenslotte, *breder veranderingen in de samenleving* - demografie, veranderende consumptiepatronen en levensstijlen, gezondheidsomstandigheden en sociale tendensen - vormen zowel uitdagingen als nieuwe kansen voor bedrijven.

- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?

De bedrijven staan centraal. De keuze valt op bedrijven die iets nieuws en iets meer willen.

- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?

Het DDC wil een **grensverleggend laboratorium** worden voor design. Het geloof in de sterkte van design thinking is de basis van het programma. Hun motto is: 'designing a better society'.

Het centrum positioneert zich als **een laboratorium dat het designveld uitbreidt en kwalificeert de toepassing van designmethoden en -denken in bedrijven op nationaal niveau maar ook internationaal**. Dit gebeurt door de scherpe concentratie op geselecteerde maatschappelijke uitdagingen die kunnen aangepakt worden door gerichte strategische initiatieven.

De transformaties, die de ambitie vormen van het DDC, bieden een breed kader voor innovatie en ontwikkeling en moeten vertaald worden naar concrete, samenhangende, impactvolle, systemische en transversale strategische acties waarin ondernemingen centraal staan. Alle uitvoeringen gebeuren samen met de belanghebbenden. Daartoe zal het DDC doorlopend een of meer strategische acties vaststellen die aangeven waar het centrum zich in de komende 1-2 jaar mee bezig zal houden. Een strategische actie moet een **actueel maatschappelijk probleem** aan de orde stellen met een marktpotentieel. Bedrijven, belanghebbenden en kennisgebieden waar Deense industrieën sterk in zijn, worden bij het proces betrokken. Keuzes worden gemaakt op basis van meetbare parameters. Ten slotte moet een strategische inspanning geleverd worden om te bepalen **welke ontwerpbenaderingen bijzonder relevant zijn** en de ambitie hebben om nieuwe ideeën op het gebied van design te ontwikkelen.

### PROFIEL

- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op pijl houden door de sector regelmatig te bevragen
- Wordt de link met de samenleving vergroot?

Samen met zowel publieke als private actoren wordt aan design gedaan voor betere steden en een sterker gezondheidszorgsysteem, enz.

- Nuchter discours hanteren of juist vrij hard om sneller en een groter impact te hebben?
- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?

Bedrijven worden uitgenodigd om te innoveren. Hierbij kunnen ze geholpen worden om hun business te verbeteren door middel van design. Scenario's voor bedrijfsontwikkeling worden gecreëerd die het bedrijf verbeteren en laten doen aan toekomstdenken.

- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?
- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?
- Is er een relatie met de burger?

Sedert 2000 is de werking van DDC niet alleen gericht op het bedrijfsleven en de designprofessionals maar ook op de communicatie van design naar het grote publiek.

<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output)  <i>Fungeert de organisatie als <b>onderzoeksforum en als agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i>  → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Openbare en particuliere <b>bedrijven en organisaties leren</b> hoe ze design kunnen gebruiken om innovatieve producten en diensten te ontwikkelen die bijdragen tot groei en welzijn.</p> <p>Design Academy: Verzorgt trainingen voor leiders en changemakers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminars en inspirerende lezingen</li> <li>• Trainingen voor groepen</li> <li>• Executive modules</li> </ul> <p>Strategische inspanningen worden geleverd om te bepalen welke designbenaderingen bijzonder relevant zijn en de ambitie hebben om nieuwe ideeën op het gebied van design te ontwikkelen.</p> <p>Nieuwe bedrijfsmodellen: Met REMODEL verkenning van open-source bedrijfsmodellen met Deense productiebedrijven.</p> <p>Ondernemerschap: Met InnoFounder biedt het DDC nieuw opgeleide ondernemers de beste voorwaarden voor succes.</p> <p>Gereedschap: Leren werken met beproefde designtools zoals persona's, scenario's en user journeys.</p> <p><b>Kennisproductie</b> is een van de belangrijkste taken. Het gaat over kennis verzamelen, analyseren, leren, onderzoeken en bijdragen aan het designveld. Bijvoorbeeld, met welk soort ontwerpmethodologie extra waarden en professionaliteit kan toegevoegd worden aan een proces. Het overheersende deel van deze kennis komt rechtstreeks van eigen projectwerk waar het onderzoek zich baseert op bestaande systemen. Af en toe worden er ook onafhankelijke analyses geïnitieerd, b.v. over het gebruik van modellen door Deense bedrijven of analyses van de ontwikkeling van de designsector in het Deense bedrijfsleven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen  <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i>  → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Als ondersteunende infrastructuur voor de designsector in Denemarken verbindt DDC zich ertoe nieuwe kennis te verzamelen over design en stelt die ter beschikking aan iedereen. Er wordt gewerkt op een grensverleggende en experimentele manier die betrekking heeft op waar en hoe design verandering en duurzame groei kan creëren. Daarnaast wordt ook afstand gedaan van de traditionele kaders en opvattingen. DDC kiest ervoor om te creëren en in te zetten waar er behoefte is voor innovatie, waar een oplossing samenwerking tussen sectoren vereist en waar de investering van tijd en middelen voor de individuele onderneming te riskant is om het werk zelf uit te voeren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness)  <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i>  → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>DDC wil een betere samenleving ontwerpen: samen met zowel publieke als private actoren.</p> <p>Het professionalisme van designers is de basis en een onmisbaar steunpunt van de inspanningen. In projecten begeleidt DDC bedrijven door processen waarin zij experimenteren, testen, falen en leren. Het resultaat is dat bedrijven toekomstbestendige producten, diensten en bedrijfsmodellen ontwikkelen die bijdragen tot de duurzame groei van Denemarken. Op deze manier bouwen we bruggen tussen het designveld en andere actoren.</p> <p>DDC zorgt voor de verspreiding van eigen inzichten voor de doelgroepen over gebruik en inhoud die gemakkelijk te begrijpen zijn en in de praktijk gezet kunnen worden. Deze communicatie dient zowel als inspiratie, als aanbeveling, maar er zijn ook concrete instrumenten bij. Voor communicatie worden inspanningen aangescherpt. De selectie gebeurt op basis van criteria uitgaande van de beste ondersteuning en waarde tegenover de minste inspanningen. Om dit te tonen wordt tegelijkertijd ook ingezet op het bewustmakingsproces van het ontwerpen.</p> <p><b>Internationalisering</b> is deel van het promotioneel werk. Ze zijn gevestigd in Denemarken met locaties in zowel het oosten als het westen, maar met een werkerterrein en reikwijdte ver buiten de grenzen. DDC streeft ernaar om de positie van Denemarken als een van 's werelds leidende design naties te behouden. Samen met partners – in het bijzonder Creative Denmark, BLOXHUB, het Ministerie van Buitenlandse Zaken en anderen – wil het centrum de wereldwijde zichtbaarheid van Deens design verhogen en wil het ook als inspiratie dienen voor de Deense designwereld. Door dit te doen, kan het DDC ervoor zorgen dat het land in de voorbode staat van nieuwe ontwikkelingen en dat designers en bedrijven toegang hebben tot de nieuwste kansen op de wereldmarkt.</p> <p>Promotie van design gebeurt met de volgende slagzinnen: <i>Ontwerpend leren, Vind je weg in design, Laat u inspireren door design, Creëer waarde met design, Vertel de wereld over uw design succes</i></p>
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail)  <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i>  → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Het DDC streeft ernaar sterke en innovatieve partnerschappen met relevante belanghebbenden te hebben zowel in Denemarken als daarbuiten.</p> <p>Vandaag wordt het DDC geleid door CEO Christian Bason.</p> <p>Ze willen een betere samenleving ontwerpen: samen met zowel publieke als private actoren ontwerpt het centrum een betere samenleving.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen  <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i>  → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Men wil een betere samenleving ontwerpen samen met bedrijven en designers/ontwerpers.</p> <p><u>De belanghebbenden van DCC zijn zowel klanten als beleidsactoren</u></p> <p><i>1. Klanten</i></p> <p>Overheden, instellingen, stichtingen en internationale organisaties financieren de projecten van DDC. Deze omvatten: Het Ministerie van Ondernemingen, het Innovatiefonds, het Deense Industriefonds, Realdania en de Europese Commissie.</p> <p>Commissarissen krijgen zichtbare resultaten in de vorm van concrete cases over innovatiemogelijkheden en duurzame groei bij bedrijven. Het resultaat is nieuwe kennis door de verbinding te maken en toepassingen te genereren in combinatie met vaardigheden, designmethoden en denken.</p> <p><i>2. Beleidsactoren</i></p> <p>De belanghebbenden werken met DDC samen om kennis en aanbevelingen te krijgen om tot nog betere randvoorwaarden te komen voor vormgeving als hefboom voor duurzame groei. Dit kunnen ministeries zijn, onderzoeks- en onderwijsinstellingen, clusters en organisaties van belanghebbenden - op nationaal en internationaal niveau. DDC speelt een rol op het gebied van deskundigheid, netwerking en via het opstellen van analyses.</p>
<p><b>3. Betrekking tussen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p><b>Hoe wordt netwerking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</b></p> <p>De CEO heeft een hoog profiel en sterke banden met de academische wereld. De top van het Danish Design Centre wordt gevormd door een raad van bestuur, die bestaat uit maximaal acht leden met specifieke persoonlijke kwalificaties uit het bedrijfsleven, de industrie en de designwereld (waaronder industrieel design, communicatiedesign en service design) die actief bijdragen aan de missie van het DDC. De dagelijkse leiding is in handen van de algemeen directeur. DDC telt 25 werknemers die in vijf strategische platforms (strategische investeringsgebieden) actief zijn, alle gericht op innovatie en groei voor Deense bedrijven en het scheppen van banen voor het land.</p> <p>De vijf platforms:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Productie van de Toekomst</li> <li>2. Design Cities</li> <li>3. Design Health</li> <li>4. Design Dimensions</li> <li>5. Digital Futures</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Een multidisciplinair team.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Er zijn open partnerships</p> <p>Samen met zowel openbare als particuliere actoren worden systemen ontworpen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Ook hier gebeurt alles samen met zowel openbare als particuliere actoren. Er is een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie.</p> <p>Voor het jaar 2016: 1.038 bedrijven hebben deelgenomen aan de activiteiten van het Danish Design Centre. Bovendien hebben veel vertegenwoordigers van onderwijs- en onderzoeksinstituten (129 vertegenwoordigers)</p>

	<p>en bedrijfsorganisaties (77 vertegenwoordigers) contact gehad met het centrum. In totaal zijn er 1.485 deelnemers aan evenementen en projecten van het DDC in dat jaar.</p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>Beleidsactoren van het DDC: De belanghebbenden die we nodig hebben om kennis en aanbevelingen te verstrekken en om mee samen te werken om nog betere randvoorwaarden te scheppen met betrekking tot vormgeving als hefboom voor duurzame groei. Dit kunnen <b>ministeries zijn, onderzoeks- en onderwijsinstellingen</b>, clusters en organisaties van belanghebbenden - op nationaal en internationaal niveau. Hier spelen we een rol op het gebied van deskundigheid, netwerking en via het maken van analyses. De overheid behoort tot de belanghebbenden met wie DDC samenwerkt om de kennis te verstrekken en het formuleren van aanbevelingen voor nog betere randvoorwaarden voor vormgeving als hefboom voor duurzame groei.</p> <p>ONDERWIJS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>Ja. Onderzoeks- en onderwijsinstellingen behoren tot de belanghebbenden met wie DDC samenwerkt om de kennis te verstrekken en het formuleren van aanbevelingen voor nog betere randvoorwaarden voor vormgeving als hefboom voor duurzame groei.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> </ul> <p>Het centrum verzamelt en deelt kennis over design en de waarde die het creëert in Denemarken en de wereld</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p>Er is een Danish Design Centre's teaching faculty, de Design Academy</p>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p><b>Hoe wordt netwerking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</b></p> <p>NETWERKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld)?</li> </ul> <p>Het DDC streeft naar sterke en innovatieve partnerschappen met relevante belanghebbenden, zowel in Denemarken als daarbuiten. Op 1 januari 2020 werd de design cluster D2i deel van het Danish Design Centre en het bureau in Kolding werkt mee om KMO's te versterken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van de designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)?</li> </ul> <p>Bedrijven en organisaties kunnen op het gebied van design hun eigen inspanningen delen en kunnen ook van anderen leren, bijvoorbeeld via grootschalige communicatie-initiatieven zoals de Deense Designprijs. DDC koppelt de bedrijven en organisaties aan de juiste mensen en leidt hen op om te werken met designmethoden en -tools. Sedert 2000 is de werking van DDC niet alleen gericht op het bedrijfsleven en de designprofessionals, maar is het ook gericht op de communicatie van design naar het grote publiek toe. Alle uitvoeringen van projecten gebeuren samen met de belanghebbenden.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Dit is hier absoluut het geval. Opleidingen worden georganiseerd om kennis te maken met ontwerpmatige methodologieën. DDC heeft een jaarlijkse samenwerking met meer dan 2.000 bedrijfsleiders, designers en beleidsmakers, en de inspanningen werpen zijn vruchten af (bedrijven die met design werken, zien gemiddeld een</p>

	<p>groei van 32% in de bottom line en een 56% hoger rendement voor de aandeelhouders; voor elke 1 kr. die de staat investeert in het Deens Design Centre, creëert het Centre een waarde van 5 kr. 67% van de bedrijven die met design werken, vindt dat design hun concurrentievermogen vergroot).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Er gaat aandacht naar het ontwikkelen van innovatieve producten en diensten die bijdragen tot groei en welzijn. Hoe gebruiken bedrijven design vandaag de dag? Maar ook een wisselwerking om te kijken naar wat men kan leren van bedrijven die groei creëren door een design-gedreven aanpak van innovatie in kaart brengen, is nodig.</p>
<p>5. Actoren en hun financiering (ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>Een strategische inspanning wordt uitgevoerd door middel van een portefeuille van verschillende projecten en aanverwante activiteiten.</p> <p>Sinds 2017: het aantrekken van middelen en partners voor grotere en meer impactvolle initiatieven en voor activiteiten met aanzienlijk effect in termen van innovatie en nieuwe groei op korte termijn - maar ook op de middellange termijn.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> </ul> <p>De top van het Danish Design Centre wordt gevormd door een raad van bestuur die bestaat uit maximaal acht leden met specifieke persoonlijke kwalificaties uit het bedrijfsleven, de industrie en de designwereld (waaronder industrieel design, communicatiedesign en service design) die actief bijdragen aan de missie van het DDC. De dagelijkse leiding is in handen van de algemeen directeur.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul>
<p>6. Verantwoordelijkheden (informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Het DDC verzamelt en deelt kennis over design en de waarde die het creëert in Denemarken en de wereld.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Enkele voorbeelden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Boxing Future Health: Aan de hand van tactiele toekomstscenario's onderzoekt het centrum hoe de gezondheidssector van de toekomst eruit zou kunnen - en moeten - zien.</li> <li>• Circular Construction Challenge: Met deze uitdaging doet het DDC een oproep aan vernieuwers om afval te upcyclen naar nieuwe oplossingen voor de gebouwde omgeving.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Ja, sinds 2000 is er een bewuste verbreding aan de gang.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>DCC doet een oproep voor vernieuwers. Verbeteren, begeleiden en uitdragen zijn de slagwoorden.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Opgebouwde kennis zo veel mogelijk naar buiten brengen.</p> <p>Design Society streeft ernaar een grotere kritische massa te genereren en de coördinatie van nationale, regionale en lokale design- en mode-initiatieven te verbeteren.</p> <p>Ze zijn voortdurend bezig om beter te worden in het ontwerpen en uitvoeren van cursussen en evenementen. Om die reden worden deelnemers gevraagd om aan te geven of ze hun deelname aan anderen zouden aanbevelen.</p>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> </ul> <p>Internationalisering is een belangrijk beleidspunt.  Het Danish Design Centre is een toonaangevende speler geweest in het ambitieuze EU-programma Design for Europe, dat het bewustzijn wil vergroten rond design als motor van innovatie en dus groei en werkgelegenheid. Het programma is gericht op zowel bedrijven, als bedrijfsondersteunende systemen, alsmede overheidsorganisaties en beleid in alle EU-landen en heeft als doel om de landen die minder op de agenda staan (omdat ze bv. klein zijn zoals Denemarken) nieuwe mogelijkheden te bieden. Hierbij werd er een website, Designforeurope, ontwikkeld die zal fungeren als een "one way entrance to design" in Europa. Het biedt momenteel onderdak aan meer dan 300 unieke inhoudsartikelen. Het Danish Design Centre heeft het deel van de site samengesteld en ontwikkeld dat zich richt op bedrijven en bedrijfsontwikkelingsadviseurs met hulpmiddelen en cases die inspirerend werken over hoe aan de slag te gaan met design, hoe design als onderdeel kan worden gezien van bedrijfsontwikkeling en het strategische gebruik van design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Het is de bedoeling om Deense design op de agenda te zetten  DCC onderzoekt en viert de meerwaarde die design creëert (op de bottom line).  Men heeft de Deense Designprijs: elk jaar wordt met de Danish Design Award het verschil gevierd dat design kan maken. (Werking van de Award: nominatie heeft het merk versterkt op de markt of een sterker merk gegeven, in het algemeen wordt verwacht dat de bedrijven die deel hebben genomen aan de Danish Design Award een particuliere toegevoegde waarde van bijna 47 miljoen kr realiseren over de daaropvolgende drie jaar.)  Daarnaast is er ook het Danish Design Festival.  Cases: Er loopt een oproep om inspiratie op te doen bij bedrijven die hun bedrijf hebben verbeterd door middel van design.</p>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Scaling by Design programma: gericht op het testen van design als katalysator voor groei in kleinere Deense bedrijven die producten ontwerpen (nieuwe kennis en inspiratie, versterkte competenties in innovatie en bedrijfsontwikkeling en professionalisering van management en strategie)  Programma voor het versterken van "differentiatie en/of sterker merk"  Programma voor ondersteuning in "geprofessionaliseerde operaties"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> </ul> <p>Alle soorten actoren worden geholpen om hun weg te vinden in het design landschap. Er wordt toegang geboden tot hulpmiddelen, kennis en inspiratie over <b>bedrijfsontwikkeling</b> en innovatie door design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> </ul> <p>Er wordt aan kennisverzameling gedaan, maar niet uitsluitend gericht naar beleidsmakers.  Cijfers en analyses: er wordt aangetoond dat design loont.  Shaping the Next: via de jubileummagazine van DDC over de toekomst van design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> </ul> <p>Absoluut. Op elk mogelijk gebied wordt design ingezet in dienst van een betere samenleving. Zie ook de gehanteerde thema's: groene transitie (met de nadruk op innovatie en bedrijfsontwikkeling voor bedrijven, dit met een budget van maximaal 60 procent van de projectportefeuille); waardecreatie, kennisproductie  Journalisten, analisten en besluitvormers kunnen rekenen op gekwalificeerde professionele bronnen bij het Danish Design Centre en achtergrondinformatie - of hulp over relevante deskundigen op het gebied van design.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>Er wordt aandacht besteed aan werkgelegenheid.</p> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> </ul> <p>Er wordt kennis gegenereerd over hoe design waarde creëert voor bedrijven, onder andere via een kennisbank, die ervoor moet zorgen dat de bedrijven die met het DDC samenwerken voortdurend uit nieuwe aanbiedingen kunnen plukken die aan hun vraag voldoen, om zo de samenwerking zo professioneel mogelijk te laten verlopen. Innovatieve projecten worden opgezet die leiden tot nieuwe oplossingen voor bedrijven. Hier voert het centrum onderzoek en zet dialogen en workshops op met de doelgroepen om problemen te definiëren. Bedrijven worden betrokken om deel te nemen en bij te dragen. Ontwerpbureaus worden uitgenodigd om bijvoorbeeld aan gebruikersonderzoek en idee-ontwikkeling te doen ism met bedrijven en ook om hen langs deze weg ondersteuning te bieden. De aanpak die gehanteerd wordt is testen en experimenteren om zo nieuwe oplossingen te bedenken - producten, diensten, strategieën, systemen en bedrijfsmodellen - die bedrijven in de praktijk kunnen brengen.</p> <p>Men gaat kijken naar hoe men kan investeren in design of hoe aanwerving te kwalificeren van ontwerpcompetenties.</p> <p>Er wordt aangeboden om een bedrijf bloot te stellen aan hoe de organisatie kan leren samenwerken met design en leren van anderen, bijvoorbeeld door belangrijke verspreidingsactiviteiten zoals de Danish Design Award.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> <li>- Wordt <i>design management</i> voor strategisch beheer en <i>design leadership</i> voor visie, innovatie en transformatie gepromoot?</li> </ul> <p>Cijfers en analyses: Er wordt aangetoond dat ontwerpen loont.</p> <p>Shaping the Next: via het jubileummagazine van DDC over de toekomst van design.</p> <p>Scaling by Design: gericht op het testen van design als katalysator voor groei in kleinere Deense bedrijven die producten ontwerpen (nieuwe kennis en inspiratie, versterkte competenties in innovatie en bedrijfsontwikkeling en professionalisering van management en strategie).</p> <p>Bedrijven en organisaties kunnen opleidingen volgen over hoe zij design kunnen gebruiken om innovatieve producten en diensten te ontwikkelen die bijdragen tot groei en welzijn.</p>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>2</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



<https://www.designdenmark.dk/> (2021-04-26)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	Hoe wordt het werkkerrein van design gedefinieerd/afgebakend?			
	<p>Design denmark is een alliantie, een handelsorganisatie en een ledenvereniging. De organisatie bevat ongeveer 500 leden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> </ul> <p>Design geeft betekenis aan de wereld en maakt een verschil.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> </ul> <p>Neen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> </ul> <p>Deze thema's komen niet aan bod.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>Dd is een ledenorganisatie die uit zowel ontwerpers als bedrijven bestaat die professioneel met design bezig zijn.</p>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> <p>Design denmark is het resultaat van een fusie tussen de organisaties Danish Designers (DD) en Danish Design Association (DDA) in april 2014.</p> <p>Naast Dd beschikt Denemarken nog over een Design Council en een Design Centre. Bovenaan staat het Design Forum dat alle betrokkenen rond design vertegenwoordigt.</p> <p>De Danish Craftsmen and Designers is de ledenorganisatie voor de ambachtelijk en artistiek werkende designer. Op meerdere vlakken zijn er overlappingen met de doelstellingen van Design denmark. De overlappingen komen ook door de designopleiding waar de praktijken teruggeschroefd worden, terwijl er juist veel interesse is voor het leren van ambachtelijke technieken. In die zin zou een bundeling van krachten een logische stap kunnen zijn.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul>			



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Dd is verenigd om de positieve effecten van design aan te tonen en die te communiceren, om zo bij te dragen aan de verspreiding van Deens design en tegelijkertijd de designindustrie nationaal en internationaal te versterken. Danish design moedigt het debat over kwesties in verband met design aan en pleit voor het gebruik van design-gestuurde oplossingen in de hele samenleving. Daarnaast geeft het betekenis aan de wereld. Daarom nodigen zij iedereen met een soortgelijke passie uit om zich bij hen aan te sluiten. Het doel is om - zowel in Denemarken als daarbuiten - de grote waarde van design te laten zien en dit uit te dragen. De vele leden- en bedrijfsgerichte activiteiten van Design Denmark staan in het teken van bewustmaking en het veranderingsproces, door duidelijk te laten zien hoe design kan worden gebruikt ten voordele van het bedrijfsleven, de samenleving en het milieu.</p> <p>Design Denmark werkt op basis van de vijf P's:</p> <p><b>PROFESSIONALISEREN</b> van de gehele design industrie.</p> <p><b>PROMOTEN</b> van Deens design nationaal en internationaal.</p> <p>Kansen creëren voor <b>POTENTIEEL</b> (mogelijkheden) en matchmaking.</p> <p>Werken aan het genereren van <b>PROFIT</b> in de hele samenleving.</p> <p><b>POLITIEKE</b> aandacht creëren voor het designveld en de positie van Denemarken als designnatie te handhaven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Ja. Design Denmark streeft ernaar dat design zou gezien worden als een meetbare meerwaarde, als een duidelijke parameter voor het concurrentievermogen en als een middel om positieve verandering in de hele waardeketen tot stand te brengen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>Ja en deze ook te beïnvloeden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Absoluut.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Aan de leden biedt Danish design diensten aan die hen helpen groeien. Daarnaast spreken ze in hun plaats als gezamenlijke spreekbuis.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>Ja, er wordt gedacht aan duurzaamheid.</p> <p>PROFIEL</p> <p>Design Denmark is een branchevereniging en alliantie van ontwerpers, denkers en gebruikers die beroepsmatig met design bezig zijn. Dd vertegenwoordigt personen, bedrijven en organisaties die een band met Denemarken hebben. Zij zijn verenigd in de acties die de positieve effecten van design aantonen en communiceren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Ja. Matchmaking is een van de doeleinden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> </ul> <p>Ja, zeker jonge designers vormen een aparte doelgroep.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p>Beide.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul> <p>Men tracht sensibilisering over design te verwezenlijken. Dat is een van de doeleinden van het Dd.</p>

<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als <b>onderzoeksforum en als agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Er zijn mogelijkheden voor permanente educatie maar ook om visie- en ontwerpconsultant te worden. Wat wordt in huis ontwikkeld?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Ondersteuning is een van de 5 doeleinden van de instelling. Zowel specifieke ondersteuning voor jonge designers als voor studenten. Daarnaast is er ook een specifiek programma met actiegebied duurzaamheid. Er is het Dd's <i>Reach the 17</i>: informeren en leren over de rol en de mogelijkheden van de designindustrie met betrekking tot design, gericht naar 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties (breed aanbod).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Promotie is een van de 5 doeleinden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Design denmark creëert partnerschappen tussen het <b>bedrijfsleven, cultuur en wetenschap</b>. Het streeft ernaar ontwerpers en bedrijven hun vaardigheden te verbeteren door kennis te delen en de verspreiding van Deens Design te versterken. Dit behoort tot 2 van de 5 taken: <b>professionalisering en promotie</b>. Netwerkmomenten worden georganiseerd zowel onder professionelen als onder bedrijven en studenten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Professionaliseren is een van de 5 doeleinden. Dd biedt concrete lidmaatschapsvoordelen, een netwerk, mentorschap en ondersteuning voor specifieke vaardigheden.</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Dd vertegenwoordigt het hele ontwerpveld. Design denmark is er voor de hele designsector. Daarom bieden zij niet alleen een lidmaatschap aan ontwerpers en ontwerpbedrijven aan, maar ook aan bedrijven, het onderwijs en overheidsinstanties - "ontwerp doeners, denkers en gebruikers".</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Design denmark creëert partnerschappen tussen het <b>bedrijfsleven, cultuur en wetenschap</b>. Het streeft ernaar ontwerpers en bedrijven hun vaardigheden te verbeteren door kennis te delen en de verspreiding te versterken van Deens Design. Dit behoort tot 2 van de 5 taken: <b>professionalisering en promotie</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Als ledenorganisatie biedt Dd een netwerk aan. Dit netwerk wordt ook actief ingezet in dienst van de leden.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul>

	<p>Design denmark wil ervoor zorgen dat de sector altijd als zichtbaar en relevant wordt gezien door besluitvormers. Door middel van marketing, beleidsvorming, netwerken en evenementen laat Dd zien wat de impact is van het werk van designers en welke impact design heeft op bedrijven, burgers en de maatschappij. Voor echte samenwerkingen is Design Denmark te klein als organisatie om uitgenodigd te worden.</p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p>Ja, absoluut. Dd heeft een eigen programma hiervoor: Give &amp; Grow (zie nog hieronder). Dit is een samenwerking tussen Dd en de scholen voor architectuur, design en conservatie van de Koninklijke Deense Academie voor Schone Kunsten (KADK), met als doel een solide brug te slaan tussen designstudenten en de professionele designindustrie. Om zo goed mogelijk bij te dragen tot het behoud en de verdere ontwikkeling van het designveld, is het de ambitie om een sterk en langdurig mentorschap tussen designstudenten en verankerde professionele ontwerpers en designdenkers uit te bouwen. Dit wordt gestaafd door de inhoud van studies waaruit blijkt dat de contacten die designstudenten tijdens hun studie leggen, contacten zijn die hen na het behalen van hun diploma verder brengen in de bedrijfswereld. Dit is ontstaan uit het besef dat de design sector zeer concurrentieel en het hebben van goede persoonlijke relaties een absoluut voordeel kan opleveren.</p>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de design sector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Dd nodigt iedereen met een grote passie voor design uit zich aan te sluiten, om de grote waarde van design te laten zien en die ook over te brengen aan een breder publiek.</p> <p>Als lid maakt de designer deel uit van een actieve en professionele designgemeenschap.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Ja.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Het uitgangspunt is het geloof in de impact van design. Dd is van mening dat Deens design iets bijzonders te bieden heeft en dat Denemarken zijn status als designnatie moet behouden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul>
<p>5. Actoren en hun financiering (ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>Design denmark is een door leden gedreven organisatie waar alle bestuursleden vrijwilligers zijn. Er is geen salaris of geld mee gemoeid. Er zijn alleen de CEO en twee administratieve personeelsleden op de loonlijst. Dit betekent dat het een zuiver democratische organisatie is omdat het de bestuursleden zijn die de focus kiezen. Het bestuur bestaat doorgaans uit een groep van 12-14 mensen.</p> <p>Er is geen systematische fondsenwerving maar het staat wel op de agenda. Fondsen worden gezocht naargelang de activiteiten om kleinere projecten te steunen. Er wordt ook samengewerkt met andere organisaties bij het zoeken naar fondsen.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Er zijn instrumenten voor professionalisering, promotie en kansen creëren voor potentie en via matchmaking. Daarnaast zijn er een hele reeks kortingen via de lidkaart.</p> <p>Kortingen of gratis toegang op vertoon van lidmaatschapskaart wordt gegeven bij volgende (volledig uitgewerkt, de precieze percentages staan op de website): musea en kunstgalerijen, cursussen bvb. voor grafische programma's of marketing, voor diensten zoals faciliteiten voor vergaderingen of evenementen, auto delen, toezicht op maat op aanbestedingen, aankopen en verzoeken, 3D modelleren, rendering, visualisering en webtoepassingen, 3d-empire, persoonlijke ontwikkeling, aankopen kantoormeubilair, boeken, design meubilair, tekenmateriaal, kunstenaars-, kantoor- en tekenbenodigdheden, keukens, kleding, cadeauartikelen, abonnementen op tijdschriften, bij antiquairs, etc.</p>
<p><b>6. Verantwoordelijkheden</b></p> <p>(informereren, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Dd beschouwt de ledenalliantie als de natuurlijke voorvechters, deskundigen en adviseurs inzake designkwesties, zowel in eigen land als internationaal. Dd moedigt het debat over designvraagstukken aan en pleit voor het gebruik van designgerichte oplossingen in de hele samenleving.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Design met een meetbare meerwaarde, als een duidelijke parameter voor het concurrentievermogen en als een middel om positieve verandering in de hele waardeketen tot stand te brengen. Hieronder horen ook duurzaamheidsthema's.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Design denmark wil ervoor zorgen dat de sector altijd als zichtbaar en relevant wordt gezien door besluitvormers. Door middel van marketing, beleidsvorming, netwerken en evenementen laat Dd zien wat de impact is van het werk van designers en welke impact design heeft op bedrijven, burgers en de maatschappij.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Eén van de toegepaste manieren om de meerwaarde van design duidelijk te maken voor bedrijven wordt toegepast door Dd via de belangrijkste Deense designprijs, de <b>Danish Design Award</b><sup>2</sup>. De prijzen worden uitgereikt in samenwerking met het Danish Design Centre en Design Denmark. De finalisten en winnaars worden geselecteerd door een internationale jury die bestaat uit vooraanstaande deskundigen op het gebied van design, innovatie, technologie en duurzaamheid. De 15 categorieën van de prijs variëren van ontwerpen die kunnen bijdragen tot het scheppen van werkgelegenheid of het besparen van hulpbronnen, tot ontwerpen die een betere gezondheid bevorderen of een visionair concept vertegenwoordigen. De Design Award bekroont het verschil dat design nationaal en internationaal maakt voor bedrijven, de samenleving en individuen. De Danish Design Award is de belangrijkste jaarlijkse designprijs van Denemarken.</p>
<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b></p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

<sup>2</sup> <https://danishdesignaward.com/en/>

(ondersteunen  
anders dan  
subsidies)

Design Denmark bevordert niet alleen de samenwerking tussen industrie en bedrijfsleven, maar heeft kennisnetwerken ontwikkeld voor de leden over de volgende thema's: pensioen, juridisch advies, mentorschap, lidkaart<sup>3</sup>, netwerk.

#### Pensioen:

Design Denmark heeft Danica Pension<sup>4</sup> als pensioenpartner gekozen. Dit zorgt ervoor dat aangesloten bedrijven toegang hebben tot een zeer aantrekkelijke pensioenregeling van een toegewijde en deskundige partner.

Concreet biedt de overeenkomst de volgende voordelen:

- Gunstige prijzen voor pensioen- en verzekeringsoplossingen.
- Aantrekkelijke producten en diensten.
- Verbeterde dekking voor verlies van arbeidsvermogen.
- Danica Pension is de enige onderneming die de betaling in het kader van de programma's voor het vrijmaken van arbeidsplaatsen en voor het herstel van de middelen met een jaarlijks bedrag verhoogt. Het bedrag wordt individueel bepaald en kan maximaal gelijk zijn aan het tarief dat niet-ontvangers van de overheid kunnen ontvangen in de vorm van een rehabilitatie-uitkering.
- Begeleiding bij alle kwesties in verband met pensioenen.
- VIP- en managementadvies op gebieden zoals fiscale optimalisatie, vermogensbeheer en investeringen.
- App waar de lid en en zijn werknemers snel een overzicht krijgen van hoe ze gedekt zijn (verlies van arbeidsvermogen, ziektekostenverzekering, zware ziektes, dekking in geval van overleiden, gezondheidspakket)

#### Juridisch advies:

De vindt het belangrijk dat er vertrouwen heerst over het werk van ontwerpers en beschikt over een juridische commissie. Twee advocatenkantoren<sup>5</sup> staan ter beschikking die de leden juridisch advies geven. Bovendien vinden leden informatie over actuele contract- en samenwerkingssjablonen of over aanbestedingen. Design Denmark garandeert dat de bedrijven die lid zijn het beste juridische advies krijgen en hulp krijgen om aan de bedrijfswetgeving te voldoen, of het nu gaat om marketingcampagnes, modelrechten, arbeidsrecht of iets anders.

Concreet:

- Contract- en samenwerkingssjablonen
- Klantencontracten (vertrouwensovereenkomst, standaard samenwerkingsovereenkomst, freelance overeenkomst, royalty-contracten, royalty-overeenkomst met raamovereenkomst)
- Arbeidsovereenkomsten (personeelscontract, gecombineerd klant- en niet-concurrentiebeding, stagecontract met salaris, stagecontract zonder salaris)
- In verband met overheidsopdrachten biedt Design Denmark aan leden exclusieve toegang tot de grootste Deense databank van aanbestedingen, aankopen en verzoeken om inlichtingen van zowel openbare als particuliere inkopers. Design Denmark-leden krijgen 10% korting op monitoring op maat en 10% op bepaalde cursussen en trainingen
- The Procurement Watch levert dagelijkse kennis en inzicht, waardoor klanten hun inspanningen gericht kunnen aanwenden en met minder middelen meer overheidsopdrachten kunnen ontdekken, beïnvloeden en binnenhalen.

#### Mentorschap:

Lidmaatschap geeft carrièrevoordelen. Het Give & Grow mentorprogramma van Design Denmark biedt leden een unieke kans om gekoppeld te worden aan een ervaren ontwerper met wie een één-op-één mentorprogramma kan worden opgestart. Leden kunnen mentor worden en hetzelfde geldt voor studenten. Ook zij kunnen zowel lid als mentor worden. Studenten-leden krijgen veel kortingen of toegang tot mentoraat, etc. Designstudenten of

<sup>3</sup> Design Denmark lidmaatschapskaart: alle leden krijgen een lidmaatschapskaart. De lidmaatschapskaart kan worden gebruikt als bewijs van lidmaatschap, bijvoorbeeld om gratis toegang te krijgen tot Louisiana, korting te krijgen bij Designmuseum Denmark, 15% korting te krijgen op designpublicaties bij Strandberg Publishing en korting op jaarkaarten bij het Danish Architecture Center, etc.

<sup>4</sup> Danica Pension is een volledige dochteronderneming van de Danske Bank Group. Ze zijn gespecialiseerd in pensioenregelingen, levensverzekeringen en ziektekostenverzekeringen, en met 800.000 klanten en een totaal pensioenvermogen van 500 miljard DKK zijn zij een van de grootste pensioenbedrijven van Denemarken.

<sup>5</sup> Advocatenkantoren met samenwerkingsovereenkomsten: Løje, Arnesen en Meedum<sup>5</sup> en Gorrissen Federspiel. Gorrissen Federspiel behoort tot de toonaangevende zakenadvocatenkantoren in Denemarken en geeft advies over alle takken van het Deense en EU-gerelateerde zakenrecht met kantoren in zowel Kopenhagen als Aarhus. Gorrissen Federspiel biedt een gratis startbijeenkomst van een uur met (nieuwe) leden in zowel Kopenhagen als Aarhus, alsmede een gratis juridische hotline van een half uur per jaar. U kunt bellen en een onmiddellijk antwoord op een specifieke kwestie krijgen, maar geen contracten nakijken, brieven schrijven of andere tijdrovende taken verwachten. Voor meer tijdrovende taken biedt Gorrissen Federspiel een kortingskaartregeling aan, waarbij u als lid van Design Denmark zeven uur advies kunt krijgen tegen een gereduceerde prijs.

recent afgestudeerden die werk zoeken kunnen Design denmark Student (MDdS) worden voor maximaal een jaar nadat ze hun diploma hebben behaald<sup>6</sup>.

Voordelen als een MDdS (Design denmark student):

- Toegang tot het Give & Grow mentorprogramma
- Presentatie via de uitgebreide ledenprofielen op de website
- Gratis toegang tot Design denmark-evenementen zoals DesignBars bij leden, netwerkevenementen, conferenties, enz.
- Uitnodiging voor bedrijfsbezoeken aan bedrijven die lid zijn van Design denmark
- Kortingen op cursussen
- Dd lidmaatschapskaart, inclusief gratis toegang tot Louisiana Digitale handtekening met de titel MDdS
  - Treedt de organisatie op als **aanspreekpunt** voor de designer?

Ja. Design denmark helpt zijn leden groeien en spreken voor hen met één verenigde stem.

Daarnaast biedt Dd de leden voordelen en diensten aan via bekendmaking, sparring, netwerken, advies die zowel besparingen als extra waarde voor hun bedrijf kan creëren.

- Leden worden online gepromoot in de Design denmark ledendatabase.
- Leden kunnen cases onder de aandacht brengen op verschillende platforms, zoals nieuwsbrieven, sociale media en de website.
- Leden kunnen deel uitmaken van het bestuur van Design denmark en inspraak hebben.
- De vereniging kan gebruikt worden als sparringpartner voor projecten, initiatieven en activiteiten.
- Leden kunnen bijdragen tot de ondersteuning en de promotie van de Deense Designprijs, een initiatief van Design denmark en het Danish Design Centre.
- Dd biedt twee gratis postings in Design denmark's Job Exchange voor vacatures in de ontwerpindustrie.
- Leden kunnen bedrijfsauto's van LetsGo Shared cars huren met grote korting en flexibiliteit.
- Leden kunnen korting krijgen op online psychologiehulp bij We.Care - de grootste online psychologiepraktijk van het land.
  - Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun **ontwikkeling** te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?
  - Hoe worden designers gesteund in hun **presentaties** (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?
  - Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van **reflectie** of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?

#### AAN BELEIDSMAKERS

- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van **praktijkontwikkeling** om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?
- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?
- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?

#### AAN BEDRIJVEN

- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)

Op basis van cijfermateriaal wordt aangetoond dat er nog een groot potentieel is voor het gebruik van designmethoden en advies bij bedrijven. Daarom is de missie van Dd om verandering te brengen in het feit dat bijna de helft van de Deense bedrijven nog steeds geen gebruik maakt van ontwerpers bij hun product- en bedrijfsontwikkeling.

- Ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier?

Ja. Zie hierboven.

- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?

Er zijn momenten wanneer studenten kunnen kennismaken met bedrijven om zo de juiste kennis en interesse aan elkaar te koppelen.

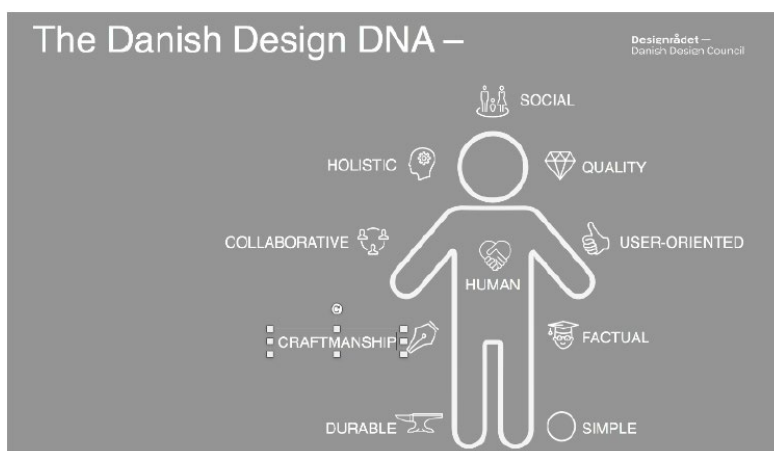
---

<sup>6</sup> Lidmaatschap kost 540 DKK. (incl. BTW) per jaar - geld dat snel verdiend wordt aan kortingen en gratis toegang tot designevenementen Om als Design Denmark Student lid te zijn is het vereist dat u zich aanmeldt voor automatische betaling.

8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>7</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>7</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur. in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.

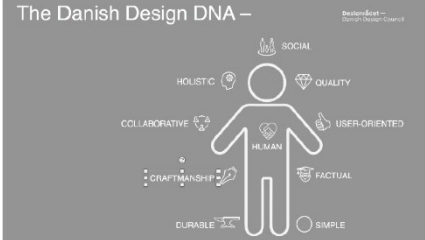


<http://danishdesigncouncil.dk/en/about/> (2021-04-26)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	Hoe wordt het werkkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> <li>- 'vrijdenken in design' is de term die gehanteerd wordt: het gaat over mogelijke nieuwe perspectieven van design. Diversiteit ligt hier aan de basis.</li> <li>- Expliciet zowel processen als productontwikkeling.</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> <li>- Het doel is juist om een debat te creëren. De raad vertegenwoordigt een diversiteit aan sterke meningen en nieuwe ideeën. Er wordt een interdisciplinaire aanpak gehanteerd die zorgt voor een gefundeerd perspectief op design.</li> <li>- De Council ziet zichzelf als een politiek instrument ter bevordering van de gemeenschappelijke agenda om design te promoten als een manier van methodologie en als een manier om bedrijven aan te sturen.</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> <li>- Ze staan allebei als centraal begrip.</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> <li>- De doelgroep is iedereen met een gecultiveerde empathische houding tegenover verschillen.</li> </ul>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur	Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?			
	De positionering is veel breder dan het cultuurlandschap. Wel wordt design gezien als een medium tot cultuur dat tot uitdrukking komt in holistische oplossingen. Hieruit wordt de term 'total design' gehanteerd met invloed op de publieke systemen en de stedelijke omgeving.			



<p>landschap (bovenbouw)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Het doel van de Danish Design Council is het concept van design te verkennen en publieke en private besluitvormers te laten zien hoe design intelligente oplossingen en nieuwe mogelijkheden in ons leven creëert. Er is zeker sprake van een holistische aanpak. Architecten werken meestal ook als designers en daarnaast is er ook een sterke traditie van 'het totaal concept'.</p> <p>Het wordt ook bevestigd vanuit een terugblik waarbij gesteld wordt dat in Denemarken de politieke wil altijd aanwezig was om met een holistische aanpak te werken, door instituten en design genres heen, met haast eindeloze 'best practice' voorbeelden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Door middel van nieuwe initiatieven en discussies over de waarde van design wil het Design Council het publieke debat over design kwalificeren, het designbeleid beïnvloeden en solide verbindingen tussen design en de maatschappij tot stand brengen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Design Council is de <b>denktank van het Deense designveld</b>. Het doel is om Deens design te promoten door nieuwe perspectieven rond design te bedenken en te onderzoeken. Het wordt 'vrijdenken in design' genoemd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Ja, over de hele lijn.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>Het doel is om publieke en private besluitvormers te laten zien hoe design intelligente oplossingen en nieuwe mogelijkheden in ons leven kan brengen.</p> <p>Dit gebeurt liefst vanuit de specifieke identiteit van Danish Design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Het gaat over 'vrijdenken in design', dus ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>De strategische niche lijkt de eigenheid van Danish Design te zijn, ingebed in een historisch perspectief.</p> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> </ul> <p>Er is een constant peer-to-peer communicatie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Een belangrijk deel van het debat is solide verbindingen tussen design en de maatschappij tot stand te brengen. Historisch heeft Deens design een sterk menselijk gelaat. Deze eigenschap wordt bewust verder ontwikkeld.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output)</li> </ul>

<p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Fungeert de organisatie als <b>onderzoeksforum en als agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</p> <p>→ Via welke ACTIE?</p> <p>Absoluut: Het project 'Danish Design DNA' doet dit over de hele lijn. Er werd onderzoek gedaan naar de eigenheid van Danish Design als resultaat na de bevraging van 100 design specialisten.</p>  <p>Het DD DNA gebruikt bewuste visualisatie met een menselijke figuur vanuit de overtuiging dat design op de eerste plaats een <b>humanaan aspect</b> bezit.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is het design centrum/instelling <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Design awareness is een van de belangrijkste doeleinden binnen het DDC.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparent 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Absoluut. Via de profiel van de leden en de werkzaamheden heeft DDCouncil een perfecte reputatie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Indien er een taxateur nodig is of indien een deskundig advies nodig is voor een taxatie van een specifieke zaak, is er mogelijkheid om contact op te nemen met de secretaris van DDCouncil. Het verzoek moet een korte beschrijving bevatten van het specifieke product en/of thema. Het secretariaat van de Raad zal binnen enkele dagen antwoorden met 2-3 suggesties van mogelijke taxateurs/deskundigen en hun CV's. Bv.: Een aanzienlijk aantal leden van de Danish Design Council heeft ervaring als taxateur, bijvoorbeeld in rechtszaken over productimitatie en schending van het modelrecht. In het najaar van 2015 heeft de Deense Raad voor Vormgeving een taxateur-training georganiseerd waarbij een groep raadsleden een 2-daagse cursus heeft gevolgd met betrekking tot het werk als taxateur en deskundige rechter. De Raad voor Vormgeving kan hen hiermee bijstaan aan de hand van zeer ervaren professionals die beschikken over uitgebreide kennis over het proces van taxeren bij de Deense rechtbank.</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Het is een ledenorganisatie op uitnodiging. De raad bestaat uit de meest competente en innovatieve persoonlijkheden van Deense design, zoals ontwerpers, fabrikanten, curatoren, journalisten, wetenschappers en leiders.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>De raad is een <b>katalysator</b> voor de Deense designscene, wat onder meer heeft geleid tot de oprichting van het Danish Design Center in 1978. De samenwerking tussen de Danish Design Council en het Danish Design Center heeft geresulteerd in de oprichting van een internationale adviesraad bestaande uit 's werelds meest vooraanstaande designexperts om Denemarken te adviseren over design. Bovendien beschikt de Danish Design Council enerzijds over een actief internationaal netwerk en anderzijds over een langdurige samenwerking met internationale designorganisaties.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Een interdisciplinair aanpak ligt aan de basis van de werking.</p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Ze functioneert als aanspreekpunt voor designspelers door middel van onderzoek en het uitdragen van de kwaliteiten en mogelijkheden van design op alle mogelijke manieren.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> </ul> <p>Door middel van nieuwe initiatieven en discussies over de waarde van design willen wij het publieke debat over design kwalificeren, het designbeleid beïnvloeden en solide verbindingen tussen design en de maatschappij tot stand brengen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>Absoluut. De kwaliteit van Danish Design wordt ook erkend als het resultaat van een positieve houding van een democratische welvaartstaat die het beste wenst voor al zijn onderdanen, zowel wat producten betreft als ook de algemene omgeving.</p> <p>De Danish Design Council is door het Ministerie van Justitie goedgekeurd om voorstellen te doen voor de benoeming van deskundigen die instaan voor de behandeling van civiele zaken in het Hooggerechtshof en de Handelsrechtbank.</p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>Ja. 'Danish Design DNA' is een initiatief dat gestart is in 2017. Dit recent project is voortgekomen uit de groep voor designbeleid en -onderzoek van de Danish Design Council, en in samenwerking met KADK, Design Museum Denmark, Danish Design Center en Design Denmark. Het doel van het project is om een hernieuwde zichtbaarheid en deelname aan de draagwijdte van de waarde die design voor het bedrijfsleven en onze samenleving oplevert te creëren, terwijl ook de machtspositie die Deens design voor Denemarken vertegenwoordigt, wordt benadrukt.</p> <p>Het project richt zich op Deens design op de dag van vandaag en in de toekomst. Wat is Deens design vandaag? Zijn er een aantal gemeenschappelijke basiskennmerken - een Deens designDNA? En wat is het in dat geval? Profiteren we nog steeds van ons roemrijke verleden of ontwerpen we voor de toekomst? En als we kunnen spreken van een Deens designDNA, hoe kunnen we dat dan beter benutten - ten voordele van de Deense cultuur, het bedrijfsleven, het onderwijs en de export?</p> <p>Het project is een platform voor verschillende initiatieven met verschillende thema's die de uitdagingen bespreken en de huidige status en mogelijke toekomstige paden van Deens design onderzoeken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Het project 'Danish Design DNA' focust op een vergelijkbare situatie: Het project beoogt een nieuwe zichtbaarheid en inzet te geven aan de <b>communicatie over de waarde</b> die design creëert voor het bedrijfsleven en de samenleving, en over de sterke positie die Deens design voor Denemarken vertegenwoordigt. De motivatie achter het project is dat Deense ontwerpen momenteel internationaal een groeiende populariteit genieten. De</p>

	<p>export van Deens design en meubilair neemt toe. De nieuwe "Nordic Cool"-beweging creëert meer aandacht voor de mogelijkheden voor internationale branding van Denemarken en Scandinavië. Daarnaast zijn verschillende Deense bedrijven zich bewust geworden van de economische voordelen van het gebruik van design in <b>zowel processen als produktontwikkeling</b>.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Het <b>cultiveren van samenwerkingsverbanden</b> via het bewustzijn dat ontwerper en de industrie in een goede verstandhouding en wederzijds respect tot het beste resultaat komen. Dit zelfs wanneer de ambachtelijke traditie erkend wordt als een sterke troef uit het verleden. De meeste designgenres zijn tegenwoordig multidisciplinair en dit wordt ook erkend. Door het feit dat Deense bedrijven weinig hiërarchisch zijn opgebouwd en dat er geen al te strenge autoritaire sfeer heerst, kunnen creatieve ideeën zich vrij ontwikkelen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Het project 'Danish Design DNA' sealt dat er geen twijfel over bestaat dat de mogelijkheden veel groter zijn als Denemarken begrijpt hoe het gebruik kan maken van zijn industriële en educatieve sterke punten op het gebied van design en als het op grotere schaal in staat is zich te profileren als een van 's werelds toonaangevende designnaties.</p>
<p>5. Actoren en hun financiering  (ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>De inkomsten van de instelling zijn de lidgelden. Er is geen enkele subsidie, maar dat wordt gezien als een voorbijgestreefde manier van werken. DDC is op zoek naar betere modellen. Daarnaast zijn er fondsen voor specifieke projecten. De Council is dus op de eerste plaats gedreven door passie en vrijwilligerswerk. Er is tevens een samenwerking met een aantal stichtingen uit Denemarken om 'impact budget' te creëren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Er wordt advies gegeven in verband met auteursrechten en taxatie. Verder is er geen enkele andere ondersteuning voor de individuele designer.</p>
<p>6. Verantwoordelijkheden  (informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Op de eerste plaats via studie en daarna worden de resultaten uitgedragen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>De Danish Design Council is erg begaan met de perceptie van onafhankelijke designkwaliteit, wijst taxateurs aan en is door het Ministerie van Justitie goedgekeurd om voorstellen te doen voor de benoeming van deskundigen voor de behandeling van civiele zaken in het Hooggerechtshof en de Handelsrechtbank.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> </ul> <p>Het project 'Danish Design DNA' heeft een aanzienlijke rol in verband met internationalisering.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programma's*, 2012, p. 8-11.

	DDCouncil reikt de Danish Design Council Award uit - de enige Deense onderscheiding voor het bereiken van de levens van mensen via design.
7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten  (ondersteunen anders dan subsidies)	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>DDC biedt ondersteuning aan op vlak van <b>taxatie en auteursrechten</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroei-trajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> </ul> <p>De Danish Design Council lobbyt bij de overheid en alle instellingen eromheen voor het gebruik van designmethoden, zelfs in overheidsorganisaties.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> </ul> <p>Het project 'Danish Design DNA' wil een bemiddelende rol spelen in verband met de waarde die design voor het bedrijfsleven en onze samenleving betekent en dit specifiek vanuit de machtspositie die Deense design voor Denemarken betekent.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfs-ondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>Het project 'Danish Design DNA' wil een bemiddelende rol spelen in verband met de waarde die design voor het bedrijfsleven en onze samenleving betekent en dit specifiek vanuit de machtspositie die Deense design voor Denemarken betekent. Daarnaast wil men aan de hand van het project de waarde van design zichtbaarder maken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt <i>design management</i> voor strategisch beheer en <i>design leadership</i> voor visie, innovatie en transformatie gepromoot?</li> </ul>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>2</sup>	<p>Men moet diversiteit promoten! Inclusie is het belangrijkste thema op dit moment. Het draait allemaal om transformatie.</p> <p>Verder moet men kijken naar de nationale identiteit en zo het verschil te willen maken. We moeten het verleden doortrekken in plaats van altijd iets anders te willen uitvinden.</p>
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.

10. Mogelijke  
valkuilen

Pandemie?



Danske  
Kunsthåndværkere  
& Designere

<https://dkod.dk/> (2021-07-03)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkteerain van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> </ul> <p>Het is een organisatie voor de ambachtelijk werkende designer.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> </ul> <p>Ambacht en design thinking binnen de ambachtelijke activiteit staan centraal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>De doelgroep is de ambachtelijk werkende designers, maar er is ook oog voor de samenleving die meer informatie zou mogen krijgen over deze groep van ontwerpers.</p>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	<p>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</p> <p>Danish Artisans &amp; Designers Association (DKoD) is een vereniging van meer dan 500 professionele, creatieve ambachtslieden en ontwerpers en functioneert als een ledenorganisatie. Danske Kunsthåndværkere &amp; Designere werd opgericht in 1976 als de Danish Artisans' National Association (DKL), maar de geschiedenis van de vereniging gaat verder terug. De Vereniging voor Deense Ambachten werd opgericht in 1905 en speelde een zeer belangrijke rol tot de jaren 1970, o.a. rond de reputatie van Denemarken in het buitenland. DKL trad ook op als organisator van grote tentoonstellingen in Denemarken en gaf het tijdschrift Dansk Kunsthåndværk uit. In 1972 werd de Vereniging samengevoegd met de Vereniging voor Industrieel Ontwerp. Eind 1975 ontstond er een breuk tussen de twee verenigingen - versneld door de plannen voor een Deens Design Council. Er was al lang een wens onder ambachtslieden om hun eigen vereniging te vormen, die op 2 januari 1976 werkelijkheid werd. Eerst als een basisorganisatie met een eenvoudige structuur, later met een meer hiërarchische structuur met een bestuur en secretariaat, die tot op heden ongewijzigd is gebleven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Het sociale aspect van de ambacht is een thema.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> </ul> <p>Neen.</p>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> <p>Denemarken beschikt over een hele reeks design instituten waaronder ook ledenorganisaties. DKoD die de ambachtelijk werkende designers verenigt bevindt zich op hetzelfde niveau als de grotere ledenorganisatie Design Denmark.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> </ul> <p>DKoD is volledig onafhankelijk maar de tendens leunt naar het verenigen van dergelijke ledenorganisaties.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Onder de ambachtelijk werkende designers zeker.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>Ja, de krachten van de doelgroep.</p>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Een van de doeleinden is werken aan de ontwikkeling van de Deense ambachten en design, kennis verspreiden over de gebruiken van ambachtslieden en designers en over hun werk in alle delen van de samenleving.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Niet concreet, maar de immateriële waarden van de ambachten is wel een thema.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>DKoD wenst het gebied van ambachten en design te versterken en het te coördineren om begrip voor en erkenning van de ambachten en de ambachtelijk werkende designers binnen het cultuurlandschap te vergroten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>De DKoD ijvert voor de professionele en zakelijke belangen van de leden en werkt aan een verbetering van de werk- en levensomstandigheden van ambachtslieden en designers. Zie meer details verder.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>Ja, er wordt gedacht aan de ambachtelijk werkende designer.</p> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen.</li> </ul> <p>De Raad van bestuur van de Danske Kunsthåndværkere &amp; Designere heeft de algemene leiding over de zaken van de vereniging. Het bestuur wordt tijdens de jaarvergadering gekozen uit de leden van de organisatie. DKoD heeft een voorzitter en een plaatsvervangend lid, vijf bestuursleden opgedeeld per discipline en regio: drie glasdesigners, een keramist, een textielontwerper en een sieradenontwerper verdeeld over verschillende regio's: Zuid-Denemarken, Noord-Jutland, Hoofdstedelijk Gewest, Zuid-Denemarken, Midden-Jutland en Zeeland.</p> <p>De statuten van Danish Artisans &amp; Designers bepalen het doel, de taken en de structuur van de vereniging. De statuten bevatten regels voor de werkzaamheden van het bestuur, de commissies, de regionale groepen en het secretariaat van de vereniging. De huidige statuten zijn geschreven en vastgesteld in 1996 en zijn sindsdien op een aantal punten aangepast om veranderingen in de vereniging en de omliggende gemeenschap op te vangen. De statuten fungeren als de 'grondwet' van de vereniging.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Voor DKoD is het belangrijk dat er een link is met de samenleving die het werk van deze ambachtslieden kent.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>Via projecten en mogelijkheden (zie verder) wordt een platform gegenereerd voor de leden die zo hun werk kunnen tonen aan het publiek.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p>Is er een relatie met de burger?</p>



<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als <b>onderzoekforum en als agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>DKoD is verantwoordelijk voor een hele reeks projecten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frue Plads Marked is een markt voor artisanale producten en toont nieuw Deens handwerk en design op het gebied van textiel, keramiek, beelden, glas, sieradenontwerp, etc. De markt is de grootste openluchtmarkt voor handwerk in Scandinavië, met meer dan 130 exposanten. Sinds 1983 nemen de professionele ambachtslieden en ontwerpers deze plek in Kopenhagen in. Frue Plads Marked is een podium en verspreidingsplatform geworden voor hedendaagse ambachten en design. Hier heeft het publiek de mogelijkheid om de artiesten te ontmoeten en te informeren naar hun werk. Het biedt een uitstekende gelegenheid om te zien hoe de werken worden gemaakt en waarom het nodig is om zowel de oude trotse ambachtdisciplines te behouden als ruimte te maken voor nieuwe technieken en uitdrukkingen. Alleen leden van Danish Artisans &amp; Designers mogen een stand op de markt hebben.</li> <li>• De Biënnale voor Ambachten &amp; Design is een tentoonstelling en wedstrijd voor alle professionele beoefenaars in Denemarken.</li> <li>• Er zijn ook wisselende jaarlijkse projecten.</li> <li>• Het Seminar over Ambachten &amp; Design, gehouden in het Museum Kolding, wordt tweemaal georganiseerd.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Zie hieronder het project 'Over Craft &amp; Design Guide Kopenhagen, Noord-Zeeland en Bornholm'.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Het is een ledenorganisatie met regionale vestigingen. DKoD is daarnaast werkzaam in het cultuurbeleid en is vertegenwoordigd in een aantal openbare commissies en besturen, in eigen land en internationaal (Statens Kunstfond, Klei - Keramikmuseum Danmark, Deense Kunstenaarsraad, VISDA, Visual Arts &amp; Copyright Council, het Deense Cultureel Instituut, Design Forum, Design School Kolding, de Koninklijke Deense Academie voor Schone Kunsten 'Schools of Architecture, Design and Conservation, Statens Værksteder voor Kunst, World Crafts Council – Europa, Noords netwerk van ambachtsverenigingen).</p> <p>Naargelang de activiteiten, wordt er gewerkt met interne commissies, die uit actieve vrijwilligers bestaan, die meehelpen aan de projecten van de vereniging. De commissies worden samengesteld tijdens de jaarvergadering. De volgende commissies zijn actief: 'Toelatingscommissie' voor nieuwe leden aan te werven, de 'Marktcommissie' regelt de Arts and Crafts Market Frue Plads, de 'Tentoonstellingscommissie' die de aanvragen voor Officinet beoordeelt en stelt de tentoonstellingskalender van Officinet op en de 'VÆRK / De kerstmarkt commissie', die de kerstmarkt VÆRK organiseert in de tuin van het Design Museum. De markt werd in 2016 voor het eerst gehouden in samenwerking met Designmuseum Denmark met de wens om een alternatief te creëren voor de traditionele kerstmarkten: een markt waar het publiek ambachten en design van de hoogste kwaliteit kan kopen en in dialoog kan treden met beroepsbeoefenaars.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p><a href="#">Door middel van actieve matchmaking en belangenbehartiging.</a></p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p><a href="#">Er wordt geijverd voor de belangen van de doelgroep.</a></p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> </ul> <p><a href="#">Er zijn projecten ism. scholen.</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p><a href="#">Ja, zie de aangeboden ondersteuning voor leden.</a></p>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt netwerking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p><a href="#">Ja, tussen de ambachtslieden en de burger.</a></p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p><a href="#">In de werking van DKoD is er een urgentiefactor wat betreft het belang van de ambachten, waarvan sommige bedreigd zijn.</a></p>
<p>5. Actoren en hun financiering (ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p><a href="#">DKoD biedt de volgende voordelen aan leden: toegang tot musea en kunstgalerijen; verzekeringen; rechtsbijstand en contracten; lokale netwerken; kunstenaarshuisvesting; markten voor ambachten en design; ledenprofiel; Officinet - ruimte voor tentoonstellingen en projecten; pensioen; politiek invloed; kortingsovereenkomsten; tentoonstellingen en ereprijzen.</a></p>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programma's*, 2012, p. 8-11.

<p>6. Verantwoordelijken (informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Er wordt gefocust op de meerwaarde van de ambachten en het handwerk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Er worden ook proactief projecten opgezet.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Actief zijn op veel kanalen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> </ul> <p>Neen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> </ul> <p>Promotie van de ambachten is een zeer belangrijk punt. In dit actiepunt kadert de 'Over Craft &amp; Design Guide Kopenhagen, Noord-Zeeland en Bornholm'. Deze online gids laat geïnteresseerden kennismaken met professionele ambachtslieden en ontwerpers, verspreid over negenenzestig adressen. Dit biedt de mogelijkheid om leden van de Danish Crafts &amp; Design Association te ontmoeten in hun studio's en in winkels waar ze een scala aan handgemaakte lokale productie van de hoogste kwaliteit presenteren. De deelnemers van de gids weerspiegelen een grote diversiteit in de Deense ambachts- en designscene: keramiek, glas, textiel, edele metalen, hout en gerecyclede materialen. Alles van tafelservies en kleding tot interieurs en unieke objecten zijn er te vinden. De gedrukte stadsplattegrond wordt verspreid vanuit de ateliers en winkels van de deelnemers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>De vereniging kent de volgende prijzen toe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De Biënnale Prijs van DKK 100.000,00. De prijs wordt elke 2 jaar uitgereikt aan een deelnemer/project op de Biënnale Tentoonstelling;</li> <li>• De Handbird-prijs wordt jaarlijks uitgereikt aan twee deelnemers van de Frue Plads-markt, die het beste werk laat zien binnen de categorieën 'uniek en product';</li> <li>• De Deense vakbeurs voor ambachtslieden en ontwerpers wordt jaarlijks uitgereikt aan een afgestudeerde van de masteropleidingen van respectievelijk elk van de ontwerpsscholen: de Koninklijke Academie in Kopenhagen en de Design School in Kolding. De afgestudeerde moet blijf geven van een bijzonder begaafd materiaalgebruik en vakmanschap;</li> <li>• De Birgitprijs is een interne jaarlijkse prijs en wordt uitgereikt aan een lid dat een bijzondere bijdrage heeft geleverd aan de vereniging en/of het veld.</li> </ul>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten (ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Ja, zie boven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> </ul> <p>Officinet - Deense ambachtslieden &amp; ontwerpers projectruimte is een ruimte die door leden gebruikt kan worden voor het organiseren van tentoonstellingen van hedendaags ambacht en design, voor het demonstreren van prototypes maar ook voor design talks en lezingen. Twee keer per jaar wordt er een open oproep gedaan aan leden van de Danish Artisans &amp; Designers en hieruit groeien jaarlijks 10 tot 12 tentoonstellingen en cross-over projecten over ambacht, design, kunst en architectuur. Het tentoonstellingsprogramma is samengesteld uit een panel van professionele ambachtslieden en ontwerpers met verschillende disciplines. Officinet is gevestigd in het oude Frederiks Hospital in Kopenhagen met Designmuseum Danmark als naaste buur. De naam Officinet stamt</p>

	<p>uit de 18de eeuw, toen de kamer in gebruik was als apotheek in het Frederiks Ziekenhuis. Officin komt uit het Latijn en betekent "werkplaats". Het is in deze 'geest' dat Officinet wordt gerund. Hier is vrijheid voor experimenten en studies.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit het design centrum/instelling aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>2</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur. in Building next generation design support programma's', 2012, p. 6.



<https://craftscouncil.nl/> (2021-07-03)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkkerrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?  <b>Crafts staat</b> voor kwaliteit, creativiteit, schoonheid, duurzaamheid, menselijke touch, identiteit, diversiteit, learning by making, kennis, wijsheid, innovatie en onafhankelijkheid.  Onder de <b>creatieve ambacht</b> verstaat het CCNL ambachtelijke technieken, die een creatieve en creërende component in zich hebben en waarbij zowel kunstzinnig talent als esthetisch gevoel komt kijken. Voorbeelden van creatieve ambachtelijke technieken zijn weven, houtbewerken, leer bewerken, smeden, glasblazen, keramische technieken, al dan niet in combinatie met nieuwe (digitale) technieken. Onder vakmanschap verstaat het CCNL: excellente beoefenaars van ambachtelijke technieken. Deze beoefenaars zijn zowel techniekspecialisten als maker-designers. Ze worden 'de makers' genoemd.</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?  CCNL draagt bij aan de herwaardering van de creatieve ambachtscultuur in Nederland en aan het behoud van ambachtelijke technieken. De in <b>eeuwen opgebouwde kennis</b> is belangrijk voor de toekomst, zeker in deze tijd van digitalisering, robotisering, massaproductie, uniformiteit. CCNL is de enige organisatie in Nederland die dit doet.</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?  Neen.</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?  Het gaat over de <b>creatieve ambacht en de creatieve maakcultuur</b>.</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?  'De makers' zijn het hart van Crafts Council Nederland. Ze behoren tot de primaire doelgroep. Deze zijn te verdelen in: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maker-designers: zij staan voor inspiratie, innovatie, nieuwe technieken, toekomstmakers.</li> <li>• Techniekspecialisten: zij staan voor diepe technische kennis, gericht op de meer traditionele technieken.</li> <li>• De secundaire doelgroep is het geïnteresseerde publiek: zij zorgen voor een maatschappelijk bewustzijn over het belang van crafts, zorgen voor een breed draagvlak en zijn consument.</li> <li>• De Stakeholders zijn musea, de Rijksdienst Cultureel Erfgoed, onderwijs, wetenschap, gemeentes, bedrijfsleven, presenterende instellingen, opdrachtgevers en de overheid. De stakeholders hebben belang bij een vitale craftssector.</li> </ul> </li> </ul>			

2. De dekking van het design veld/  
De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)

Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?

- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?

Hoewel het op de eerste plaats over ambachten gaat, worden er wel multidisciplinaire samenwerkingsverbanden gestimuleerd.

- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?

Beide zijn belangrijk.

- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?

Ja. Crafts Council Nederland werd opgericht in 2012 uit het inzicht dat de craftssector toen nog niet georganiseerd was in Nederland. Er was geen aanspreekpunt. Een lacune was duidelijk wat betreft de zichtbaarheid van de sector, maar ook de kennis, educatie, infrastructuur en kwaliteitsbewaking errond. Het behoort tot de groep 'professionals uit de ontwerp sector'.



- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?

In Nederland: Crafts Council Nederland is het **landelijk platform** voor de ontwikkeling van het creatieve ambacht en de creatieve maakcultuur.

Internationaal:

- Daarnaast is Crafts Council Nederland sinds zeven jaar lid van World Crafts Council-Europa.
- Crafting Europe is het samenwerkingsprogramma tussen acht Europese landen met als doel om de craftssector in Europa een impuls te geven. Activiteiten zijn professionaliseringsprogramma's voor makers, het opzetten van een Europese infrastructuur en aan onderzoek doen. Crafting Europe wordt financieel ondersteund door de EU in het kader van Larger scale cooperation projects. De aftrap van Crafting Europe vond plaats in Florence in november 2019 en duurt tot 2022<sup>1</sup>. Uitgangspunten van Crafting Europe zijn: Transnationale samenwerking leidt tot gezamenlijke beleidsontwikkeling in Europa; Capaciteitsopbouw door het bevorderen van ondernemerschap van makers; Makers in staat stellen nieuwe vaardigheden te verwerven en nieuwe wegen te ontdekken op de (internationale) arbeidsmarkt.

- Speelt de organisatie een verbindende rol?

Ja, het speelt een verbindende rol onder de ambachtelijk werkende designers maar ook daarbuiten.

- Is er sprake van krachten bundelen?

Ja, de krachten van de creatieve ambacht en de creatieve maakcultuur worden gebundeld.

1. Te onderscheiden categorieën op

Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?

DOELSTELLINGEN

- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?

<sup>1</sup> Samenwerkingspartners (bijna allemaal lid van World Crafts Council-Europa): Design and Crafts Council Ireland; Artex, Italië; Crafts Council UK, Engeland; Limerick Institute of Technology Ierland; CEARTE, Portugal; EOI-Fundesarte, Spanje; Crafts Council Nederland, Ukraine Chamber of Crafts; Georgian Arts and Culture Centre.

<p>basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>De missie van CCNL is om een <b>stevig fundament</b> te bouwen zowel voor makers als voor de sector, waarbij CCNL een vanzelfsprekende en permanente positie verwerft in Nederland.</p> <p>Doel 4 is: Een podium bieden zodat het domein zichtbaar wordt en een groot publiek er kennis mee kan maken. Daarnaast is het instrument 'craftsmap' dat gebruikt wordt door Crafts Council Nederland om het hedendaagse ambachtelijk vak nationaal en internationaal voor het voetlicht te brengen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>In de context van voornamelijk de digitalisering wenst de CCNL hier een tegengewicht te bieden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Ambachten zijn eeuwenoud en mogen niet verloren gaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Crafts Council Nederland zorgt voor <b>ondersteuning, presentatie, ontwikkeling en verbinding</b>. Het belangrijkste instrument hierbij is 'craftsmap'. <a href="https://craftscouncil.nl/craftsmap/">https://craftscouncil.nl/craftsmap/</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>Ja, er wordt gedacht aan ambachten.</p> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> </ul> <p>Er is een team van 2 leidinggevenden (Marion Poortvliet (founder) en Willemien Ippel (co-founder)), een communicatie en projectmanager en daarnaast is er een pool van professionals. Crafts Council Nederland onderschrijft de Code Culturele Governance, de Code Diversiteit en Inclusie en de Code Fair Practice. Er is een bestuur van 3 personen<sup>2</sup>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Er is een CCNL Friends werkzaam.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> </ul> <p>Crafts Council Nederland is de <b>aanjager en katalysator van de crafts</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p>Voor het belang van het creatief talent is belangrijk.</p> <p>Is er een relatie met de burger?</p>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Doel 2 is: Ambachtelijke <b>kennis en vaardigheden in kaart brengen, behouden en doorgeven</b>, om te voorkomen dat zij verloren gaan. Met de gebruikelijke onderwijs- en beroepspraktijk is dat wel het geval.</p> <p>Doel 3 is: <b>Onderzoek en innovatie</b> mogelijk maken, om de vooruitgang in de sector te stimuleren.</p> <p>Voorbeeld van een initiatief is: <b>BASK IT!</b></p>

<sup>2</sup> Elk bestuurslid wordt voor twee jaar benoemd. Daarna kan er verlenging plaatsvinden. Een bestuurslid kan maximaal acht jaar een functie in het bestuur bekleden. Er is een rooster van aftreden. Het bestuur is eindverantwoordelijk. Hiertoe wordt het bestuur in voldoende mate geïnformeerd door de directie, daarover zijn afspraken gemaakt in het directiestatuut. Het bestuur en de directie vergaderen tenminste drie keer per jaar. Aan het begin van elk jaar worden de vergaderdata vastgesteld. Onderwerpen die jaarlijks aan de orde komen zijn: voortgang van activiteiten, strategie, begroting, goedkeuring jaarcijfers, financiële positie en het algemeen functioneren van de organisatie.

Bestuursleden vermijden elke vorm van belangenverstremming. Mochten er tegenstrijdige belangen zijn dan wordt dit op een open en zorgvuldige wijze tijdens de vergadering besproken. Minimaal één keer per jaar wordt hieraan in de vergadering aandacht besteed, of zo vaak als het onderwerp zich voordoet.

	<p>Met BASK IT! – letterlijk vertaald als ‘koester het!’ – neemt het CCNL geïnteresseerden mee in de wereld van basketry en onderzoekt het de vele aspecten van het driedimensionaal weven; de bijzondere eigenschappen, mogelijkheden en nieuwe toepassingen als ook de sociaal maatschappelijke context<sup>3</sup>.</p> <p>Dit gebeurt via een bijzondere samenwerking met designer en medeoprichter van de Basketclub: Adrianus Kundert. Krachten worden gebundeld en makers, experts, bedrijven, musea, opleidingen en geïnteresseerden worden samengebracht. Het doel is om op onderzoek te gaan naar de reikwijdte en artistieke mogelijkheid van basketry in een Community of Practice: lezingen, expertmeetings, Meet the Master masterclasses, HOW&amp;WOW<sup>4</sup> BASK IT!, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Crafts Council Nederland is de aanjager en katalysator van de crafts.</p> <p>Een belangrijk instrument voor databanken is ‘craftsmap’ <a href="https://craftscouncil.nl/craftsmap/">https://craftscouncil.nl/craftsmap/</a>. Zie verder. CCNL heeft ook de Craftsmap kaart <a href="https://craftscouncil.nl/craftsmap/craftsmap-kaart/">https://craftscouncil.nl/craftsmap/craftsmap-kaart/</a> ontwikkeld. Met de slogan ‘Meet the Master’ staat vakmanschap weer volop in de kijker. Meet the Master geeft de deelnemers de kans om intensief kennis te maken met technieken waar geen opleiding meer voor is. De docenten behoren tot de absolute top van Nederland. Er wordt in kaart gebracht waar je in Nederland nog een écht creatief ambacht kan leren op hoog niveau. De website toont een selectie van de beste masterclasses en presenteert een nieuwe manier van leren: <b>direct bij de meester</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Doel 4 is: Een <b>podium</b> bieden zodat het domein zichtbaar wordt, en een groot publiek er kennis mee kan maken. Doel 5 is: <b>Stimuleren</b> van ambachten in andere sectoren, om te ‘verbreden’; dat is nodig om het crafts domein een solide basis te geven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant ‘venster’</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Zie ook verder de zoekmachine ‘craftsmap’: <a href="https://craftscouncil.nl/craftsmap/">https://craftscouncil.nl/craftsmap/</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Zie ook verder de zoekmachine ‘craftsmap’: <a href="https://craftscouncil.nl/craftsmap/">https://craftscouncil.nl/craftsmap/</a></p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt netwerking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de ‘design agents’ (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Men verstaat onder designspelers alle designers die met ambachten in contact komen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Ja, er wordt gewerkt aan een dynamisch ecosysteem voor alle craftsmen. Hiervoor wordt ook het instrument ‘craftsmap’ ingezet<sup>5</sup>. Zie verder.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Ja, dit is heel belangrijk omwille van het gevaar dat ambachten verdwijnen. Zie verder nog.</p> <p>Een andere activiteit is ‘Meet the Master’ (zie verder) die netwerking als nevenactiviteit faciliteert. Deze activiteit biedt kansen voor zowel de deelnemers, de musea als meesters om hun netwerk te vergroten.</p> <p>DESIGNSPELERS</p>

<sup>3</sup> Overall ter wereld wordt er gevlochten. Het is een van de oudste technieken die de mens ontwikkeld heeft, er zijn sporen van vlechtwerk in gebruiksvoorwerpen, voor architectonische doeleinden, stoffen en touwwerk gevonden. Bijzonder aan de techniek is dat er geen weefgetouw aan te pas komt. Het is een 3D constructietechniek waarbij de maker met beide handen en slechts een paar gereedschappen een driedimensionale vorm creëert. Het ambacht is in de loop van de tijd veranderd en zo ook de betekenis ervan.

<sup>4</sup> In het kader van Dutch Design Week. HOW&WOW Linen, 17 - 25 oktober (te zien op [craftscouncil.nl/howwow/](https://craftscouncil.nl/howwow/))

<sup>5</sup> <https://craftscouncil.nl/craftsmap/>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Het is een aanspreekpunt voor de ambachtelijk werkende designer. Belangrijk instrument is 'craftsmap': Organisaties of ambachtslieden die op zoek zijn naar mogelijkheden zoals beurzen, wedstrijden of cross sectorale verbindingen kunnen hiervan gebruik maken.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>Doel 3 is: Onderzoek en innovatie mogelijk maken, om de vooruitgang in de sector te stimuleren. Daarnaast hebben onderwijs en instituten die op zoek zijn naar ambachtslieden met ervaring in lesgeven de mogelijkheid om via 'craftsmap' deze mensen te vinden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> </ul> <p>Via 'craftsmap' is er veel informatie voor (aanstormende) talenten en makers die op zoek zijn naar cursusmogelijkheden, verdieping en educatie. CCNL coördineert de craftsmap via <a href="https://craftscouncil.nl/craftsmap/craftsmap-kaart/">https://craftscouncil.nl/craftsmap/craftsmap-kaart/</a> waar beschikbare masterclasses te vinden zijn waar geïnteresseerden direct bij de meester een ambacht kunnen leren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Een belangrijk punt is hoe ambachtelijke kennis en vaardigheden kunnen behouden en doorgegeven worden binnen de gebruikelijke onderwijs- en beroepspraktijk of desnoods daarbuiten. <b>Craftsklas</b> wordt de online leeromgeving voor makers, bedoeld voor docenten en kinderen uit het primair onderwijs. Craftsklas biedt leerkrachten handvaten om het zelf maken in het onderwijs te implementeren. Het leren van vaardigheden en technieken biedt ruimte tot verbreding naar andere leergebieden zoals wereldoriëntatie, kunstzinnige vorming, cultuur, identiteit, historisch besef en expressie. Daarmee is het 'maken' niet een doel op zich, maar draagt het bij aan een brede persoonsvorming. 'De visie van de leerlingen wordt groter op het begrip ambacht, waar dingen vandaan komen, wat er in het verleden was, wat er van over gebleven is, het is gaan leven. Het nodigt leerlingen uit om anders naar hun eigen omgeving te kijken'. (leerkracht) Naar verwachting zal het lesmateriaal in april 2021 online beschikbaar zijn.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Ja, er wordt actief aan networking gedaan. Crafts Council Nederland is initiator van een grote en groeiende craftscommunity van makers, musea, onderwijs, bedrijfsleven en overheid. Elke partij vormt een onmisbare schakel in de transitie naar een toekomst waarin de intelligentie van de handen een prominentere plaats inneemt, naast het cognitieve leren. Ambachtelijke kennis behoort tot het immaterieel erfgoed, het wordt overgedragen van mens tot mens. Het verbinden van mensen die nog kennis hebben met mensen die het willen leren, vloeit logischerwijs voort uit dit werk. Makers, designers en bedrijven vinden elkaar niet altijd vanzelf. Dat komt enerzijds omdat makers niet georganiseerd zijn als groep, anderzijds omdat ze uit verschillende generaties komen of in andere gemeenschappen of (bedrijfs)culturen verkeren. Ze hebben eigen communicatiemiddelen, een eigen beeldtaal en een eigen kennisdomein. De verbindende rol van CCNL krijgt vorm door middel van de activiteiten, communicatie, presentaties en via matchmaking.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul>

	<p>Hierbij speelt de databank 'craftsmap' een belangrijke rol: Journalisten, curatoren, musea, winkels, galeries, vaktijdschriften die op zoek zijn naar professionele ambachtelijke makers kunnen er terecht.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Het gaat hier vooral over ambachtelijk werkende designers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Er zijn vooral samenwerkingsverbanden per project. Bvb. het project BASK IT! wordt financieel mede mogelijk gemaakt door het Stimuleringsfonds en het Prins Bernhard Cultuurfonds.</p>
<p>5. Actoren en hun financiering</p> <p>(ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>In 2020 kon het CCNL voor het eerst een meerjaren aanvraag indienen bij de Basis Infrastructuur (BIS) en bij het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie. Dit in het kader van de nieuwe beleidsperiode Cultuur 2021-2024. In het voorgesprek met de Raad voor Cultuur bleek dat het CCNL meer een <b>platform</b> is dan een ontwikkelinstelling en de BIS ondersteunt geen platforms. De afwijzing van het plan was dan ook geen verrassing. De meerjaren aanvraag bij het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie werd positief beoordeeld. Helaas was hun budget niet toereikend om het plan van het CCNL ook financieel te honoreren. Daarmee blijft de Council voorlopig een projectgestuurde organisatie. Werken op projectbasis is in veel gevallen werken op korte termijn. Als projectenorganisatie kan de platformfunctie in het nauw komen, daar waar het gaat om netwerkopbouw, relatiebeheer, de craftsmap, internationale projecten met gesloten beurzen, lidmaatschap en activiteiten voor World Crafts Council-Europa en ook het partnership met Dutch Design Week. Hier ligt de komende jaren een uitdaging.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>6</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul>
<p>6. Verantwoordelijkheden</p> <p>(informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Er wordt hard gewerkt om de beeldvorming van de ambachten te verbeteren, veranderen, verbreden. (Hoe?)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Er wordt gefocust op het belang van ambachten.</p> <p>Zie verder de activiteiten op <a href="https://craftscouncil.nl/activiteiten-1/">https://craftscouncil.nl/activiteiten-1/</a> <sup>7</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Er wordt vooral gedacht aan de craftsmen.</p> <p>Daarnaast worden via de tool 'craftsmap' journalisten, curatoren, musea, winkels, galeries, vaktijdschriften die op zoek zijn naar professionele ambachtelijke makers geïnformeerd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Ook pro-actief.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Doel 4 is: Een <b>podium</b> bieden zodat het domein zichtbaar wordt, en een groot publiek er kennis mee kan maken.</p>

<sup>6</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

<sup>7</sup> Lezingen, De Borduurschool, Crafting Business, Meet the Maker, HOW&WOW, The Linen Project, Crafts Exchange World Crafts Council, Samenwerkingen

	<p>In dit kader werd in 2020 de online rubriek 'Meet the Maker' gelanceerd waarvoor bijzondere makers werden geïnterviewd. De interviews werden wekelijks op de website en op social media geplaatst om op die manier een podium te bieden voor de makers. De interviews gaven een goed zicht op hoe het met de makers ging, wat hen bezighield en wat CCNL voor hen kon betekenen. De inhoud wordt gebruikt om het meerjarenbeleid aan te scherpen.</p> <p>Doel 5 is: <b>Stimuleren</b> van ambachten in andere sectoren, om te 'verbreden'; dat is nodig om het craftsdomain een solide basis te geven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>In 2020 heeft CCNL een nieuw positionerings- en communicatieplan gemaakt. Dit diende onder andere als basis voor de herinrichting van de website. Nu wordt meer doelmatig gepost in plaats van uitbundig, gericht op de eigen doelgroepen. De indeling van de website is nu overzichtelijk en helder. Ook zijn er verdiepende artikelen opgenomen, wat meer bezoekers naar de site genereert. Het Instagrampagina @craftsnl is het visitekaartje van de Council en nodigt daarnaast ook uit om de website te bezoeken. De beeldredactie is aangescherpt en de foto's vormen met elkaar een goede representatie van waar CCNL voor staat<sup>8</sup>.</p>
<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b></p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Doel 1 is: <b>Makers ondersteunen</b> zodat zij hun maaktalenten en competenties kunnen ontwikkelen; er zijn geen andere organisaties die dit structureel en op professioneel niveau bieden.</p> <p>Een belangrijk instrument is hierbij 'craftsmap' <a href="https://craftscouncil.nl/craftsmap/">https://craftscouncil.nl/craftsmap/</a>.</p> <p>De <b>craftsmap</b> is dé zoekmachine voor hoogwaardige en verrassende ambachten uit Nederland. Deze 'map' vormt een verzameling van de beste, creatieve ambachtelijke makers, opleidingen, verenigingen, werkplaatsen, musea, galeries en winkels in Nederland. De craftsmap is een belangrijk onderdeel van het werk van Crafts Council Nederland, om de <b>vindbaarheid van de individuele ambachtsman/vrouw, werkplaatsen en vaktijdschriften te vergroten</b>. Hierdoor wordt samenwerking en ontwikkeling mogelijk gemaakt. Het doel van de craftsmap is om de kwaliteit van Nederlands ambacht zichtbaar en vindbaar te maken en gezamenlijke presentaties met nationaal en internationaal bereik te realiseren.</p> <p>De craftsmap is een gecureerde verzameling en aanmelding gaat alleen op uitnodiging.</p> <p>'<b>Crafting Business</b>' is het professionaliseringsprogramma voor makers om hun praktijk zakelijk op de rit te krijgen. Het programma is gebaseerd op het succesvolle Hot House programma van Crafts Council UK<sup>9</sup>. Het CCNL heeft het programma toegespitst op de Nederlandse situatie met tal van gastdocenten en met Marion Beltman als tutor. Er wordt een interessant programma aangeboden waar business development, financiën, productontwikkeling, groei en internationalisering aan de orde kwamen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> </ul> <p>Het treedt op als aanspreekpunt voor de ambachtsman. Zie nog de databank 'Craftsmap'.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> </ul> <p>Voor diegenen die nieuwe ambachten willen leren, ontwikkelde het CCNL de craftsmap kaart <a href="https://craftscouncil.nl/craftsmap/craftsmap-kaart/">https://craftscouncil.nl/craftsmap/craftsmap-kaart/</a>. Dit is een informatieplatform dat bijhoudt waar men in Nederland nog een écht creatief ambacht op hoog niveau kan leren. De website toont een selectie van de beste masterclasses.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> </ul> <p>De databank 'craftsmap' kan gezien worden als een platform voor vormgevers, designstudenten, inkopers, architecten, bedrijven en het grote publiek die op zoek zijn naar nieuw werk om te kopen of om te laten maken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>Er wordt gewerkt aan reflectie en dit kadert in het proces van herwaardering van de ambachten.</p>

<sup>8</sup> De websitebezoeker is voor 75% vrouw, hierin ligt een uitdaging. Op Instagram heeft CCNL 7000 volgers, ze komen voornamelijk uit de Randstad. Het grootste deel is tussen de 25-34 jaar (38%) en 35-44 jaar (27%). 81% is vrouw. Op Facebook heeft CCNL 6.500 volgers, het grootste deel is tussen de 45-54 jaar. 77% is vrouw. LinkedIn werd in 2020 opgestart. In 2020 stuurde CCNL 6 nieuwsbrieven uit naar 2500 abonnees.

<sup>9</sup> <https://www.craftscouncil.org.uk/>

	<p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>Via 'craftsmap' kunnen vormgevers, designstudenten, inkopers, architecten, bedrijven en het grote publiek op zoek naar nieuw werk om te kopen of om te laten maken, de juiste mensen vinden.</p>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>10</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>10</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



<https://stimuleringsfonds.nl/> (2021-05-13)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkteerrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <p>Het <u>werkteerrein</u> is architectuur, digitale cultuur en alle mogelijke cross-overs. Van digitale cultuur, art-science, gaming, productontwerp, social design, grafisch ontwerp, mode, (interieur)architectuur tot stedenbouw en landschapsarchitectuur.</p> <p>Het <u>uitgangspunt</u> is het bevorderen van professionele artistieke kwaliteit, van experiment en innovatie. Dat daarbinnen voldoende ruimte moet zijn voor nieuwe doelgroepen en andere verhalen is voor het fonds en voor de sector eveneens van groot belang. Het culturele perspectief/de vrije ruimte bewaken is de kern.</p> <p><u>Kernwaarden</u>: <b>voortuitstrevend, verbindend en inclusief.</b></p> <p>Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie is het cultuurfonds voor vormgeving, architectuur, digitale cultuur en alle mogelijke cross-overs.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> </ul> <p>Het Stimuleringsfonds werkt met het begrip '<b>de professionele ontwerppraktijk en creatieve industrie met in het centrum het unieke talent van ontwerpers en makers</b>'. Dit betekent een interdisciplinaire benadering van vormgeving, architectuur en digitale cultuur, <b>met het in acht nemen van de wisselwerking tussen het culturele, maatschappelijke en economische domein.</b></p> <p>Het fonds is dus actief op het gebied van vormgeving, architectuur en digitale cultuur. Onder '<b>vormgeving</b>' wordt gewerkt met ontwerpers en makers, werkzaam op de volgende terreinen: mode, accessoires en sieraden; textiel-, glas- en keramiekvormgeving; grafische vormgeving, typografie, visuele communicatie, interactief en information design; animatie, illustratie, strip en graphic novel; product-, meubel- en industriële vormgeving, interieur- en ruimtelijk ontwerp, tentoonstellingsontwerp, lichtontwerp, scenografie; social design en aanverwante disciplines. De eerste van de zeven doelstellingen is het <b>bevorderen van de ontwikkeling van artistieke kwaliteit.</b></p> <p>Meer en meer doet zich de vraag voor of een opdeling in disciplines nog bestaansrecht heeft. Voorlopig wordt dit nog behouden maar wel met een verhoging van het beschikbare budget voor de deelregeling Vormgeving.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> </ul> <p>Naast de subsidieregelingen richt het fonds zich naar specifieke thema's en doelstellingen die gelinkt zijn aan actuele problemen. Met deze flankerende activiteiten creëert het fonds een laboratorium voor nieuwe werk- en samenwerkingsvormen en voor het verkennen van urgente vraagstukken. Zo voert het fonds programma's uit, bijvoorbeeld over energietransitie en de toekomst van de zorgomgeving.</p> <p>Er worden momenteel met <b>zeven doelstellingen</b> gewerkt:</p>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bevorderen van de ontwikkeling van artistieke kwaliteit.</li> <li>• Stimuleren van experiment en onderzoek.</li> <li>• Bevorderen van talentontwikkeling.</li> <li>• Bevorderen van een gezonde en vernieuwende ontwerpinfrastructuur.</li> <li>• Ondersteunen van reflectie en debat.</li> <li>• Bevorderen van ontwerpkracht bij grote maatschappelijke opgaven, inclusief ruimtelijke erfgoedopgaven.</li> <li>• Versterken van de internationale positie van de ontwerpdisciplines.</li> </ul> <p>Per beleidsplan worden <b>specifieke thema's</b> geselecteerd. Deze selectie is van belang omdat er meer aanvragen zijn dan budgetten. Voor de periode van 2021-2024 zijn het de volgende te stimuleren activiteiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>onderzoek en experiment</b> van vooral projecten die leiden tot kennisverdieping en nieuwe inzichten binnen de discipline;</li> <li>• <b>artistieke excellentie</b> door inhoudelijke/artistieke projecten gericht op het maken van nieuw werk door ontwerpers/makers;</li> <li>• <b>maatschappelijke relevantie</b> van projecten die gericht zijn op het verbinden van ontwerp met actuele/maatschappelijke thema's.</li> </ul> <p><b>Trends</b> die het fonds binnen de deelregeling waarneemt, zijn de <b>focus op het maken en de focus op materialen</b>, beiden zowel in traditionele als nieuwe vormen. Daarnaast staat vaak binnen aanvragen het thema <b>duurzaamheid</b> in alle mogelijke definities en opvattingen centraal. Ook laten (vooral net gestarte) makers zich steeds moeilijker in disciplinehokjes plaatsen.</p> <p>(bv.: 2019: 337 aanvragen, waarvan er 110 konden worden toegekend; 25 projecten ondanks een positief advies na prioritering niet gehonoreerd door een tekort aan middelen)</p> <p>Een op regelmatige basis uitgevoerd <b>evaluatiesysteem</b> zorgt ervoor dat er aanpassingen kunnen gebeuren voor een verbeterde werking en efficiëntie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> </ul> <p>Het gaat letterlijk over de <b>professionele ontwerppraktijk</b>. Alle inspanningen en activiteiten zijn over de volle breedte van de ontwerpdisciplines toepasbaar. Naast vormgeving en architectuur, vormt digitale cultuur een aparte doelgroep met artistieke projecten die zich verhouden tot (nieuwe) technologieën en media met bijzondere producties. Verder valt op dat de grote internationale maatschappelijke thema's steeds vaker samenvallen met digitale cultuur.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> </ul> <p>'Design Thinking' is cruciaal in de benadering en vormt de basis. Dit wordt ook '<b>ontwerpkracht</b>' genoemd. Het doel is juist deze ontwerpkracht structureel en gestructureerd in te zetten voor de transitieopgaven. Er is de overtuiging dat men hiermee ongetwijfeld tot nieuwe en betere antwoorden komt voor de toekomst. Het Stimuleringsfonds wil hierbij een spilfunctie zijn om de <b>creatieve talenten in te zetten</b> in andere sectoren van de samenleving en zo bij te dragen aan <b>nieuwe handelingsperspectieven</b>.</p> <p>Er wordt uitgegaan van het '<b>cultuurstelsel</b>' of de '<b>ontwerpsector</b>'. Hieruit is er inzicht in het belang van talentontwikkeling, ontwerpkracht, ontwerpend onderzoek, internationalisering en een sterke infrastructuur. Er gaat aandacht naar het feit dat steeds meer ontwerpers inzetten op systeemverandering om te verduurzamen waarbij design thinking een belangrijke rol speelt. (Een verandering is ook bvb. dat voortaan de aanvrager, nu meer gericht op visie en op positie van de instelling, een aanvraag kan doen, niet puur gericht op de activiteiten van de instelling.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>Beide.</p>
<p>2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)</p>	<p><b>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</b></p> <p>Het <b>Stimuleringsfonds heeft 33 medewerkers</b>. Voor de beoordeling van aanvragen wordt het fonds geadviseerd door meer dan honderd deskundigen. Bij de voordracht van nieuwe commissieleden wordt het bestuur door een selectiecommissie van drie leden geadviseerd.</p> <p>Het Stimuleringsfonds is een zelfstandig bestuursorgaan (zbo). De Raad van Toezicht en de directeur-bestuurder richten zich bij de uitvoering van hun taken naar de Governance Code Cultuur. De principes uit de code voor het raad-van-toezichtmodel zijn verankerd in de Statuten voor bestuur en Raad van Toezicht. De bestuursverantwoordelijkheid in het Raad van Toezicht model is belegd bij het bestuur. Het bestuur van het Stimuleringsfonds bestaat sinds 1 september 2016 uit directeur bestuurder Syb Groeneveld. Alle plannen behoeven goedkeuring van de Raad van Toezicht. De RvT vergadert gemiddeld vier keer per jaar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul>

De algemene doelstelling uit het Beleidsplan 2021–2024: *Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie blijft gericht op het stimuleren van artistieke kwaliteit, experiment/onderzoek en het proces van maken, naast het bevorderen van goed opdrachtgeverschap. Daarbij zet het fonds zich in om het unieke talent van ontwerpers en makers te verbinden aan sectoren binnen én buiten het culturele domein, nationaal en internationaal.*

De aanpak is openlijk multidisciplinair met aandacht voor bijzondere en vernieuwende projecten en activiteiten van ontwerpers, makers en culturele instellingen in de creatieve industrie. Het fonds stimuleert ontwerp, onderzoek, analyse, reflectie en debat. Bovendien stimuleert het fonds grensverkenningen door middel van cross-overs met andere culturele sectoren, maatschappelijke organisaties, technologie en wetenschap.

- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?

Zie definitie hierboven.

Per jaar worden honderden projecten in Nederland en daarbuiten ondersteund. Het grootste deel van dit te besteden budget van het Stimuleringsfonds komt van het ministerie van OCW (Onderwijs Cultuur en Wetenschap). Dit wordt nog aangevuld met budget vanuit BZ voor internationalisering en BZK (Binnenlandse Zaken) voor drie stimuleringsprogramma's binnen de Actieagenda Ruimtelijk Ontwerp, namelijk Innovatief opdrachtgeverschap, Zorgomgeving en Onderwijsomgeving. **Het fonds opereert daarmee binnen meerdere beleidscontexten.**

- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?

Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie is een cultuurfonds en hoort bij de zes **rijkscultuurfondsen**: het Fonds voor Cultuurparticipatie, het Fonds Podiumkunsten, het Mondriaan Fonds, het Nederlands Filmfonds, het Nederlands Letterenfonds en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. De rijkscultuurfondsen spelen een centrale rol in het culturele en artistieke leven van Nederland. Ze stimuleren ontwikkeling en vernieuwing in de cultuursector, maar zorgen ook voor continuïteit die doorgroei mogelijk maakt. De fondsen zijn op veel terreinen actief en versterken elkaar ook. De veranderingen in het cultuurstelsel per 2021, maken dat er een nieuwe balans moet worden gevonden tussen rijks-, regionaal en door de fondsen ondersteund aanbod. Vanuit de rol als beleidsvoorbereider op hun terreinen zullen de fondsen hun gezamenlijke, inhoudelijke inbreng blijven leveren voor een heldere afstemming en rolverdeling, in overleg met alle actoren, waarbij met name het functioneren van de driehoek OCW–fondsen–Raad voor Cultuur bijzondere aandacht moet krijgen. Dit betekent dat het fonds tussen rijksbeleid en het werkveld zit met een zelfstandige opdracht om het veld te bedienen.

Het fonds constateert al langer dat enkele grote platforms in de creatieve industrie met zowel een landelijke functie als een regionale inbedding een belangrijke (internationale) publieks- en ontwikkelingsfunctie hebben voor vormgeving, architectuur en digitale cultuur en heeft daarom gepleit dat naast Het Nieuwe Instituut (HNI) meerdere instellingen uit de culturele creatieve industrie opgenomen worden in de **Basisinfrastructuur (BIS)**. Dit draagt bij aan de zichtbaarheid (begrip), de toegankelijkheid (bereik van nieuwe doelgroepen), de kwaliteit (innovatie en excellentie) en de verdere ontwikkeling (doorstroombmogelijkheden nieuwe instellingen) van de creatieve industrie. Bovendien ontstaat zo de broodnodige ruimte binnen de meerjarige regeling van het fonds voor nieuwe platformen en ontwikkelinstellingen met meer diverse publieksdoelgroepen.

**Samenwerking met de ministeries:** zie internationalisering

Met **Het Nieuwe Instituut** vormt het fonds een tandem. Beide instellingen zijn complementair. HNI maakt zijn eigen agenda en programma, beschikt over een internationaal toonaangevend archief, heeft de ruimte om zelfonderzoek vorm te geven en om (in eigen huis) tentoonstellingen, bijeenkomsten en debatten te organiseren. Het Stimuleringsfonds financiert en ondersteunt inhoudelijk de ontwikkeling van projecten en activiteiten binnen de creatieve industrie vanuit het culturele perspectief om de rijke ontwerptraditie van Nederland te continueren en te vernieuwen. Het Stimuleringsfonds werkt vanuit zijn activiteiten en instrumentarium op de volgende onderdelen samen met HNI:

- Internationale manifestaties.
- De keten van ondersteunde projecten.

**Samenwerking met de culturele regio's:** de ontwerpsector (de creatieve industrie) is in het lokale en provinciale cultuurbeleid minder zichtbaar dan bijvoorbeeld podiumkunsten of de museale keten. Er zijn bijvoorbeeld weinig gemeenten (en provincies) met een apart beleidskader creatieve industrie of met een aparte visie binnen de kunst- en cultuurbegrotingen en het cultuurbeleid. Dit verklaart ook het feit dat in de verschillende culturele regioprofielen makers en instellingen uit de ontwerpsectoren vormgeving, architectuur en digitale cultuur (en alle cross-overs) minder zichtbaar zijn. De infrastructuur van de creatieve industrie kent er een andere dynamiek. Toch zijn er veel verbindingen te leggen op het gebied van actuele maatschappelijke opgaven, die relevant kunnen zijn in een lokaal, regionaal of landelijk perspectief en ontwerp. Meer bekendheid van de subsidieregelingen, programma's en de open oproepen en de activiteiten van het fonds zal bijdragen aan het versterken van de infrastructuur van de creatieve

	<p>industrie, op lokaal en regionaal niveau. Is dit verschil stad-platteland? Wat is hier de rol van de Basisinfrastructuur?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> </ul> <p>Via een grotere <b>Basisinfrastructuur (BIS)</b> ontstaat de broodnodige ruimte binnen de meerjarige regeling van het fonds voor nieuwe platformen en ontwikkelinstellingen met meer diverse publieksdoelgroepen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Ja, bvb. binnen de werking van het <b>programmamahuis</b>: in het geval van een open oproep, namens een aantal partijen binnen een vastgelegde samenwerking, aanspreekpunt en penvoerder, kan het fonds enerzijds een stimulerende rol binnen een (tijdelijke) subsidieregeling hebben. Anderzijds kan het een strategische rol spelen in bijvoorbeeld het opbouwen van een netwerk rond een specifiek thema of binnen het organiseren van kennisdisseminatie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>In functie van het programma <b>Internationalisering</b> is dat zeker het geval. Om de effectiviteit en betekenis van het programma te borgen, verhoudt het fonds zich actief tot verschillende stakeholders in het veld en binnen het ICB (Internationaal Cultuur Beleid). Het fonds heeft binnen het programma Internationalisering Ontwerpsector betrekkingen met een hele reeks partijen.</p>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p><b>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</b></p> <p>De kerntaak van het fonds is subsidies uit te delen. Daarbinnen werken ze gericht aan thema's die een urgentiegehalte hebben. Hieraan zijn flankerende activiteiten verbonden.</p> <p><b>DOELSTELLINGEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Een subsidieregeling kan ook deel uitmaken van een programma, zoals bij Talentontwikkeling en Internationalisering.</p> <p>De zevende doelstelling is: 'Versterken van de <b>internationale positie van de ontwerpdisciplines</b>' om jonge of gevestigde ontwerpers, vormgevers, makers, critici en/of curatoren te ondersteunen in hun verdere ontwikkeling, specifiek gericht op het internationale werkteerrein.</p> <p>De Nederlandse ontwerpsector ontleent zijn kwaliteit en bekendheid aan de jarenlange sterke internationale positionering: zowel de Nederlander in het buitenland als de talrijke buitenlanders die in Nederland studeren en zich er ook vestigen. In verband met de subsidies is de graad van ingebed zijn een belangrijk richtsnoer en kent het verschillende gradaties.</p> <p>Binnen het beleidsplan van 2021-2024: Het <b>programma Internationalisering Ontwerpsector</b> is onderdeel van het Internationaal Cultuurbeleid (ICB) en draagt direct bij aan het <b>versterken van de positie van de Nederlandse cultuursector in het buitenland</b> en het benutten van de creatieve industrie voor de Sustainable Development Goals (SDG's). Over het geheel genomen, draagt het programma ook bij aan de ondersteuning van bilaterale relaties met andere landen. Bij de realisatie zet het fonds verschillende instrumenten in, zoals een subsidieregeling, een voucherregeling, opdrachten en thematische open oproepen. Dit gebeurt volgens het <u>volgende instrumentarium</u>:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deelregeling Internationalisering: De deelregeling heeft als hoofddoelstelling een sterke cultuursector te stimuleren die in zichtbaarheid en kwaliteit groeit door internationale uitwisseling en duurzame samenwerking.</li> <li>2. Vouchers presentaties buitenland: De voucherregeling is een verkorte procedure die het voor makers en ontwerpers op korte termijn mogelijk maakt deel te nemen aan internationale podia.</li> <li>3. Talentontwikkeling Internationale Context: Jaarlijks schrijft het fonds de Open Oproep Talentontwikkeling in Internationale Context uit, die zich richt op voorbeeldstellend en onderscheidend talent in de creatieve industrie dat een bijzondere samenwerking aangaat met een internationale partner met een uitstekende reputatie. Daarnaast breidt het fonds zijn aanbod voor werkperiodes in het buitenland uit, in de vorm van residencies. Het doel van beide instrumenten is om ontwerpers te ondersteunen in de verdieping van hun artistieke en professionele ontwikkeling en hun (verdere) positionering in het buitenland.</li> <li>4. Internationale manifestaties: Jaarlijks selecteert het fonds een aantal internationale podia en manifestaties waar ontwerpers de kans wordt geboden deel te nemen met een onderscheidende presentatie.</li> <li>5. Flankerende activiteiten: Het flankerend programma bestaat uit activiteiten gericht op het delen van opgedane kennis en ervaring in het buitenland en de positionering van Nederlandse ontwerpers. Het fonds kan een opdracht verstrekken aan een Nederlandse of internationale partij voor een activiteit die het van belang acht of die niet vanzelfsprekend binnen de deelregeling kan worden ondersteund.</li> </ol>



- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?

Alle bijdragen hebben tot doel de creatieve sector te verrijken en door samenwerking te streven naar een **op cultuur en een kennis gedreven creatieve economie**. Hierbij horen ook thema's zoals het verduurzamen van de economie.

- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?

Ja.

- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?

**De zesde doelstelling** is: 'het bevorderen van ontwerpkracht bij grote maatschappelijke opgaven, inclusief ruimtelijke erfgoedopgaven'.

Het fonds draagt via subsidies en programma's bij aan het formuleren van breedgedragen ontwerp oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken. Hierbij worden er specifieke open oproepen naar het ontwerpveld uitgezet binnen een programma. Verduurzamen is een belangrijk thema dat via de ontwerpers wordt gegenereerd.

**Thematisch transitieopgaven** van het fonds: 1. klimaatverandering, energietransitie en circulaire economie; 2. duurzaam groeipotentieel (woningbouw, mobiliteit); 3. vitale, gezonde, inclusieve steden en dorpen.

- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?

Het Stimuleringsfonds stimuleert de productie en presentatie van vormgeving, architectuur en digitale cultuur uit Nederland in binnen- en buitenland.

- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?

Via het inspelen op de actualiteit in de brede zin van het woord, worden thema's/problemen geïnitieerd die strategisch interessant kunnen zijn. Bvb. over verduurzaming. Dergelijke thema's worden gedestilleerd op basis van de gesprekken met de commissieleden tijdens de beoordelingen.

#### PROFIEL

- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen

**Verskillende evaluaties** gedurende het jaar leveren voor het fonds belangrijke aanknopingspunten om te waarborgen dat de subsidieregelingen goed blijven aansluiten op de praktijk en de beleidsdoelstellingen. Aan de hand van de midterm rapportages evalueert het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie de stand van zaken in de verschillende programma's en regelingen. De rapportages maken de balans op. Alle informatie over de geselecteerde ontwerpers, projecten, selectieprocedure en georganiseerde bijeenkomsten zijn hierin gebundeld. Deze input wordt dan meegenomen naar het volgende beleid. Het fonds hanteert een uitgebreid evaluatiesysteem om het eigen instrumentarium en de resultaten te toetsen.

Dit omvat:

- evaluaties na afloop van elke vergadering van de adviescommissies;
- een jaarlijkse interne evaluatie met de adviescommissies, stafmedewerkers, een vertegenwoordiging van het MT en het bestuur;
- publieke debatten over specifieke sectoren, aangevuld met debatten over de relatie tussen doelstellingen en behaalde resultaten;
- onderzoek.

- Wordt de link met de samenleving vergroot?

Er gaat bewuste aandacht naar wat er leeft binnen de gemeenschap van designers. De op regelmatige basis georganiseerde publieke debatten vergroten de link met de samenleving. Doelgroepen zijn zowel sectoren binnen als sectoren buiten het culturele domein, nationaal en internationaal.

**Het Nieuw instrument voor programmatisch werken:** als vervolg op een verzoek van de minister wordt genoemd dat met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en andere instellingen onderzocht wordt hoe er meer programmatisch gewerkt kan worden. Het gaat dan bijvoorbeeld over datgene te benoemen waar ontwerpkracht kan worden ingezet voor maatschappelijke vraagstukken en verder te verkennen wat mogelijke onderwerpen zijn. Verduurzaming van de inzet van ontwerpkracht binnen traditionele organisatiestructuren zoals in de bouw-, energie- of zorgsector vraagt om blijvende aandacht voor een integrale aanpak en langdurige interdisciplinaire samenwerking tussen verschillende domeinen, maar ook om extra inzet op het lerend vermogen van zowel ontwerpende als opdrachtgevende partijen. Dit nieuwe instrument voor programmatisch werken biedt het Stimuleringsfonds ruimte om gedurende de beleidsperiode **op actuele maatschappelijke opgaven en ontwikkelingen te kunnen inspelen**. Maar ook om de ontwerpdisciplines vanuit de breedte van de creatieve industrie bij deze opgaven te betrekken.

Zie ook hieronder: **pilots Fresh Perspectives en Ruimte voor Talent**.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen? Er zijn debatten en bevestigingen. Bovendien kan een subsidieregeling ook deel uitmaken van een programma, zoals bij Talentontwikkeling en Internationalisering.</li> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt? Er gaat extra aandacht naar <b>jong talent</b> dat het soms moeilijk heeft omdat hij/zij nog niet geoefend is in het samenstellen van een dossier. Er is inzicht dat ontwerpers hun maatschappelijke meerwaarde pas kunnen waarmaken als er geïnvesteerd wordt in de ontwikkeling van hun specifieke artistieke en creatieve capaciteiten. Dit geldt voor de <b>starter</b> die net van de academie afkomt, maar ook de <b>mid-career</b> en het al <b>vergevoerde (top)talent</b> hebben behoefte aan nieuwe impulsen en investeringen. Voor de <b>ontwerper die al langer werkzaam is</b>, creëert het Stimuleringsfonds op basis van de eerdere <b>pilots</b> Fresh Perspectives en Ruimte voor Talent één regeling die zich richt op crosssectorale samenwerkingen, opdrachtgeverschap en het verbinden van ontwerpers aan maatschappelijke opgaves. Hiermee onderscheidt deze regeling zich van de basisregelingen, waar <b>het verdiepen van de individuele artistieke kwaliteit</b> centraal staat, in plaats van het project als geheel. De regeling richt zich op <b>meer ervaren ontwerpers</b> die hun praktijk beter weten te positioneren binnen het veld en de (maatschappelijke) vraagstukken waartoe ze zich verhouden.</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent? Allebei.</li> <li>- Is er een relatie met de burger? Ja, via op regelmatige basis georganiseerde debatten. Ook worden maatschappelijke thema's gestimuleerd om mee te werken.</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE? Het fonds initieert diverse activiteiten en bijeenkomsten met als doel informeren, verkennen, verbinden en kennisdelen. Ook neemt het fonds deel aan door externe partijen georganiseerde bijeenkomsten. Een tweede doelstelling is: 'stimuleren van experiment en onderzoek' De vijfde doelstelling is: 'Ondersteunen van reflectie en debat' Het is het tweede luik van het fonds, namelijk het <b>programmahuis</b>, dat fungeert als laboratorium voor nieuwe werken, samenwerkingsvormen en voor het verkennen van urgente vraagstukken.</li> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE? Binnen de context van de verschillende deelregelingen en programma's kunnen <b>open oproepen</b> worden uitgeschreven, bijvoorbeeld voor deelname aan (internationale) evenementen, onderzoek naar een specifieke opgave of participatie in een specifiek programma van het fonds. De open oproepen zijn effectief en verlagen de drempel voor nieuwe aanvragers. Er worden ook <b>projecten geïnitieerd</b> vanuit het inzicht dat er steeds meer ontwerpers inzetten op systeemverandering. Een voorbeeld is het Knitwear Lab dat door internationale samenwerking de textielindustrie wil verduurzamen. Men organiseert verder ook <b>debatten</b>. De derde doelstelling is: 'bevorderen van talentontwikkeling'. Hierbij speelt de recente <b>experimenteerregeling</b> een belangrijke rol. Deze regeling biedt ruimte voor <b>interdisciplinaire aanvragen</b> waarbij <b>actief gestimuleerd</b> wordt dat er raakvlakken worden gelegd met andere disciplines. Ontwerpers bewegen zich tussen en voorbij de traditionele culturele disciplines en zoeken rafelranden en nieuwe ruimtes op om tot andere denkrichtingen te komen voor 'wicked problems' en voor artistieke vernieuwing. Dat gebeurt <b>door te experimenteren</b>. Het fonds heeft een centrale rol in <b>het aanjagen van experiment</b>. Er zijn ook meerdere kleine startsubsidies. Er werd een talentontwikkeling gestart in 2019 met een bijzondere '<b>scoutprocedure</b>' om meer diversiteit en inclusiviteit te bewerkstelligen door makers te selecteren die zich buiten het reguliere ontwerp onderwijs hebben ontwikkeld.</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie promotor van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul>

	<p>De vierde doelstelling is: 'bevorderen van een gezonde en vernieuwende ontwerpinfrastructuur' door:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nieuwe lokale én regionale samenwerkingsvormen;</li> <li>• innovatief opdrachtgeverschap in het sociaal-ruimtelijk domein;</li> <li>• nieuwe vormen van sociale en economische waardecreatie;</li> <li>• cross-overs tussen vormgeving, architectuur en digitale cultuur.</li> </ul> <p>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail)  <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i>  → Via welke ACTIE?</p> <p>Het netwerk is zeer breed. Er wordt ook belang gehecht aan het ondersteunen van nieuwe samenwerkingsverbanden.</p> <p>Voor het <b>versterken van verbindingen met potentiële samenwerkingspartners in de Europese Unie</b>, staat dan ook de regeling voor de <b>rijpere ontwerper</b> centraal. Deze partners zijn afkomstig uit verschillende domeinen, variërend van de culturele sector, bedrijfsleven en industrie tot wetenschap, kennisinstellingen of maatschappelijke organisaties. Gezamenlijk kan bijvoorbeeld meer slagkracht worden bereikt binnen een maatschappelijke opgave of door opschaling van kleinschalige experimenten. Het Stimuleringsfonds zet zich in om deze verbindingen te stimuleren en de vrije ruimte van de ontwerper hierbinnen te waarborgen.</p> <p>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen  <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i>  → Via welke ACTIE?</p> <p>Hier zit de <b>kerntaak</b> van het fonds. Het honoreringspercentage van de aangevraagde subsidies kwam bvb. in 2019 op 43% (1741 behandelde en 752 toegekende aanvragen). in 2019 kwam €16,1 miljoen subsidie toe aan ontwerpers, culturele instellingen en festivals. Daarmee leverde het fonds opnieuw een wezenlijke bijdrage aan de kwaliteit van de professionele ontwerppraktijk. Een subsidieregeling kan ook deel uitmaken van een programma, zoals bij Talentontwikkeling en Internationalisering. Het <b>interdisciplinaire programma Talentontwikkeling</b> biedt vrije ruimte voor artistieke ontwikkeling én professionele begeleiding van toptalent voor het opzetten van een eigen praktijk.</p> <p><b>Het programma Internationalisering</b> is doorontwikkeld tot een samenhangend, vraaggericht programma dat de internationalisering van bewezen talent en succesvolle projecten bevordert. Op die manier kan men de kennis, het netwerk en de impact van de beroepspraktijk vergroten. Binnen het internationaliseringsprogramma kunnen zowel individuele ontwerpers, makers en bureaus als culturele instellingen deelnemen. Met steun van het fonds kunnen ontwerpers hun kennis en kunde exporteren en daarmee hun werkveld verruimen.</p> <p><u>Drie programma's:</u> 1. <b>Innovatieve Vormen van Opdrachtgeverschap</b>, 2. <b>Zorgomgeving</b>, 3. <b>Onderwijsomgeving</b>, maken deel uit van de Actieagenda Ruimtelijk Ontwerp en zijn gericht op de inzet van ontwerpers bij de kwaliteit van onze leefomgeving.</p> <p>Binnen de discipline 'vormgeving' is er relatief grote subsidieafhankelijkheid.</p>
<p><b>3. Betrekking tussen</b>  - de designspelers  - de overheid  - de onderwijsinstellingen    (netwerken)</p>	<p><b>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</b></p> <p>Het fonds positioneert zichzelf in functie van de zeven doelstellingen.</p> <p>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</p> <p>Naast de aanvragers vormen de Federatie Creatieve Industrie, Het Nieuwe Instituut, Topteam Creatieve Industrie, kunstvakonderwijs en medefinanciers als private partijen, overheden, ambassades, ministeries van OCW (Onderwijs Cultuur en Wetenschap), IenM (Infrastructuur en Milieu) en Buitenlandse zaken en collega-fondsen, deel van het netwerk van het fonds. Daarnaast vindt geregeld overleg plaats om hen actief te betrekken en door hen geïnformeerd te worden.</p> <p>In functie van de pijler '<b>internationalisering</b>' wordt bewust gewerkt aan een specifiek netwerk om optimaal te kunnen functioneren.</p> <p>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?  Ja.</p> <p>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?  Ja.</p> <p>DESIGNSPELERS</p>

- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?

Er zijn samenwerkingsverbanden met diverse partijen om **talentvolle ontwerpers** (in functie van de pijler talentontwikkeling) in verschillende fases van hun ontwikkeling te ondersteunen.

#### OVERHEID

- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?

Er is steun vanuit de overheid. 'Cultuur verrijkt. Het verdiept ons gevoelsleven, het stimuleert bedrijvigheid en maakt de samenleving hechter. (...) De wereld roemt het lef van Nederlands ontwerp. Het open en innovatieve karakter wordt vaak als kenmerkend gezien voor kunst uit Nederland', minister Van Engelshoven in haar 'Uitgangspunten Cultuurbeleid 2021–2024'.

- Is er überhaupt een dialoog?

Er is een dialoog via bvb. visitaties in opdracht van het ministerie van OCW (Onderwijs Cultuur en Wetenschap). De laatste vond plaats in 2018, waarbij het beleid en de dagelijkse praktijk van de zes rijkscultuurfondsen werden geëvalueerd. Het algemene oordeel van de commissie was zeer positief. Naast lof bevat het rapport ook aanbevelingen voor verbeteringen. Het Stimuleringsfonds werd als een krachtige, lerende organisatie bevonden met een sterke positie binnen de verschillende disciplines in de creatieve industrie. Maar ook dat het een **zeer breed werkveld heeft met slechts een beperkt budget**. De visitatiecommissie constateerde dat er 'geen doorgroeimogelijkheden meer zijn voor excellente instellingen, initiatieven en makers binnen de creatieve industrie'. Hier ziet de visitatiecommissie een duidelijke lacune waar de overheid een eigenstandige verantwoordelijkheid in en voor heeft.

In verband met **internationalisering**: Ministeries (OCW, BZ, BZK, EZ): er is veel contact met de individuele ministeries over de voortgang van het internationaliseringsbeleid, zowel op directieniveau als op programmaniveau. Dit is uitgesplitst naar cultuur, economie en internationaal.

Samenwerking binnen de **Actieagenda Ruimtelijk Ontwerp**<sup>1</sup> in veelzijdig:

- Binnen het zorgprogramma werkt het fonds samen met partners uit de zorgen welzijnssector.
- Binnen het onderwijsprogramma werkt het fonds samen met partners uit de mbo-sector (middelbaar beroeps onderwijs).
- Binnen het IVO-programma werkt het Stimuleringsfonds samen met partners op het gebied van burgerkracht en lokaal bestuur.

#### ONDERWIJS/ONDERZOEK

- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?

Het **programmahuis** fungeert als het laboratorium voor nieuwe werken en samenwerkingsvormen en voor het verkennen van urgente vraagstukken.

- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?

Een rijk instrumentarium van (ministeriële of tijdelijke) subsidieregelingen, open oproepen (voor onder meer internationale manifestaties of voor specifieke actuele thema's) wordt gehanteerd. Verder regelt men ook de organisatie van bijeenkomsten en het verstrekken van opdrachten voor onderzoek binnen de creatieve industrie. Het fonds wil het doctoraat in de kunsten of in het ontwerp initiëren. Op basis van actuele ontwikkelingen binnen het kunstonderwijs besluit het Stimuleringsfonds hoe en in welke vorm het in de beleidsperiode 2021–2024 verder kan bijdragen aan de ontwikkeling van een 3<sup>de</sup> cyclus voor ontwerpers.

Diverse projecten lopen. Bvb. het zoeken naar nieuwe **hybride onderwijsvormen**. Deze onderwijskundige vernieuwing leidt tot nieuwe vragen over de omgeving waarin het leren plaatsvindt: over het klaslokaal, het schoolgebouw, de locatie van het schoolgebouw in een stad of regio, maar ook over de voortschrijdende mogelijkheden van de digitale leeromgeving. Met als doel te komen tot nieuwe denkrichtingen, prototypes, ontwerpvoorstellen of strategische visies voor deze huisvestingsvraagstukken, werken in het traject **Leeromgeving van de Toekomst** ontwerpers en mbo-instellingen samen aan concrete huisvestingsvraagstukken. Het Stimuleringsfonds geeft daarmee ondersteuning aan een netwerk van inmiddels 22 ontwerp- en onderzoekprojecten.

- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?

<sup>1</sup> De ARO richt zich met transitievraagstukken in de leefomgeving op een **aantal specifieke netwerken buiten de ontwerpsector**, zoals de zorg- en welzijnssector, het middelbaar beroepsonderwijs en het netwerk van lokaal bestuur. Om de impact van de projectresultaten binnen deze netwerken te vergroten, werkt het Stimuleringsfonds in de uitvoer van de ARO samen met een groot aantal partners.

	<p>Om het beroepsonderwijs voor jongeren te vernieuwen in het onderzoeksprogramma Onderwijs, wordt samengewerkt met onderwijsinstellingen binnen mbo (middelbaar beroepsonderwijs), hbo (hoger beroepsonderwijs) en wo (wetenschappelijk onderwijs). In de ontwikkeling van ontwerpend onderzoek werkt het fonds samen met kunstvakonderwijs, hogescholen en universiteiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p>Voor de pijler Talentontwikkeling werkt het Stimuleringsfonds met diverse partijen samen om talentvolle ontwerpers <b>in verschillende fases</b> van hun ontwikkeling te ondersteunen. Dit start al tijdens het afstuderen aan een kunstvak- of Architectuuropleiding met het geven van voorlichting over de verschillende subsidieregelingen. Het Stimuleringsfonds <b>richt zich op de professionele beroepspraktijk</b>. Hogescholen en universiteiten ontwikkelen steeds vaker projecten, onderzoeken en labs buiten het reguliere curriculum. Het Stimuleringsfonds constateert dat het in sommige gevallen voor een ontwerper relevant is om een verbinding aan te gaan met deze kennisinstellingen, om kennis en faciliteiten te delen die de ontwerper zelf niet in huis heeft. Veel jonge ontwerpers ervaren een spreekwoordelijk 'gat' tussen de academie en het werkveld.</p>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p><b>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</b></p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Het fonds beschikt over een groot aantal <b>samenwerkingspartners</b>. Het fonds ziet het belang voor het goed functioneren in van een goede relatie en gedachtewisseling met zijn belanghebbenden. Het investeert op verschillende manieren in deze relaties.</p> <p>De <u>belangrijkste stakeholders zijn de aanvragers</u>: ontwerpers, makers, kunstenaars, culturele organisaties en instellingen.</p> <p><u>Samenwerking cultuurfondsen</u></p> <p>De fondsen hebben de afgelopen jaren hun onderlinge <b>samenwerking versterkt</b> om hun effectiviteit verder te vergroten. Het gaat om kennisdeling, het samen optrekken op die punten waar de werkerreinen overlappen, verbeteren van de samenwerking op de werkvloer en het leren van 'best practices'. Medewerkers van de fondsen overleggen geregeld op specifieke terreinen zoals juridische zaken, financiën, communicatie, personeelsvertegenwoordiging, onderzoek en evaluaties. Er is een structureel overleg van de directeuren over onderwerpen gerelateerd aan de beleidsagenda van OCW. Voor aanvragers die opereren op het snijvlak van de werkerreinen van de fondsen, stemmen de fondsen hun regelingen af en/of verwijzen zij naar elkaar door. Het Stimuleringsfonds nam tevens deel aan drie programma's die door de gezamenlijke cultuurfondsen zijn uitgevoerd: The Art of Impact (OCW), Dutch Cultural Manifestations Abroad (BuZa = Buitenlandse Zaken) en Talentontwikkeling in een internationale context (OCW).</p> <p><u>Daarnaast werkt het Stimuleringsfonds aan:</u></p> <p>Immerse\Interact i.s.m. het Filmfonds, Programma's Literatuur op het Scherm en Literaire Games i.s.m. het Nederlands Letterenfonds. Verder nog de Gezamenlijke ondersteuning i.s.m. het Mondriaan Fonds van twee werkplaatsen in Arita, Japan en Tanger, Marokko. Daarnaast werkt het fonds aan het stimuleren van eigentijds gebruik van <b>ambachten</b> i.s.m. het Mondriaan Fonds, het Get a Grant Event, een reeks <b>voorlichtingsbijeenkomsten voor het kunstvakonderwijs</b>, i.s.m. het Mondriaan Fonds en ten slotte de versterking van het <b>ondernemerschap</b> i.s.m. het Fonds Kwadraat (rentevrije lening)</p> <p><u>De zorgsector</u></p> <p><b>Om onderzoek te doen naar</b> de verbetering van de kwaliteit van de zorg- en leefomgeving in de zorg initieert het Stimuleringsfonds <b>samenwerkingsverbanden</b> met zorgaanbieders, zorgprofessionals en ontwerpers, zoals Cordaan (2015), het Bartholomeus Gasthuis (2016), de gemeente Rotterdam (2017) en Agis Innovatiefonds (2019). Binnen het zorgprogramma stimuleert het fonds onder de noemer <b>Designing a Community of Care</b> onder meer de ontwikkeling van nieuwe ontwerpvoorstellen voor gezonde, vitale en inclusieve wijken. Dit ook vaak in samenwerking met het onderwijs.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p><b>De meerjarige samenwerkingsverbanden:</b></p> <p><b>De impact van de programmaresultaten worden versterkt</b> door meerjarige samenwerkingsverbanden aan te gaan met relevante partners uit cultuur, onderwijs en samenleving. Deze <b>inhoudelijke samenwerking</b> met diverse partners doet recht aan de ontwikkeling van de werkpraktijk binnen de creatieve industrie. Hier zijn</p>

grensoverschrijdingen aan de orde van de dag en worden vernieuwingen vaak gevonden in cross-overs, interdisciplinaire samenwerkingen en uitwisseling.

**Om het werkkterrein van de creatieve industrie zo sterk mogelijk te maken**, werkt het fonds samen met culturele organisaties en instellingen, praktijk- en onderwijsinstellingen. Het Stimuleringsfonds werkt samen met het Topteam, de Creative Council, de Federatie Creatieve Industrie en CLICK.nl binnen het topsectorenbeleid, met het cultuurbeleid als inhoudelijk kader. Het Stimuleringsfonds werkt samen met Het Nieuwe Instituut rond gemeenschappelijke thema's en ketenversterking, waaronder de samenwerking rondom Architectuur Biennale Venetië (2018 & 2020).

Voor sommige thema's worden ook **samenwerkingsverbanden opgericht voor een betere output**, zoals Immerse\Interact projecten om binnen het interdisciplinaire medialandschap te stimuleren. Dit is een samenwerkingsproject van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en het Filmfonds. Een ander voorbeeld is een gemeenschappelijke open oproep met het Mondriaan Fonds voor ontwerpers en beeldend kunstenaars om een samenwerking aan te gaan met één of meerdere ambachtslieden en zo eigentijds gebruik van ambachten te stimuleren. Het Fonds voor Cultuurparticipatie zet in op eigentijdse beoefening en het borgen van onder andere ambachtelijke kennis en vaardigheden via de regeling Immaterieel erfgoed.

#### **In functie van internationalisering:**

- **Het postennetwerk:** Het fonds heeft op basis van internationaal georiënteerde aanvragen regelmatig contact met het postennetwerk. Ook worden mogelijke kansen of input voor deelname van Nederlandse makers besproken en is er een jaarlijks contactmoment tijdens de terugkomdagen van de Nederlandse ambassades. Binnen het programma Inclusive Cities & Societies werkt het fonds nauw samen met de posten in de focuslanden.
- **Het veld:** Er is een veelzijdigheid aan internationale en Nederlandse instellingen, grassroot-organisaties, makers, ontwerpers, curatoren. Deze contacten gaan via de instrumenten die het fonds heeft lopen of via netwerken die het fonds bouwt en versterkt.
- Binnen het programma **Inclusive Cities & Societies** werkt het fonds sterk programmatisch en gaat het partnerschappen aan met organisaties die zowel in Nederland als in het buitenland over een relevant en aanvullend netwerk beschikken en de nodige capaciteit en kennis hebben.
- **Topsector Creatieve Industrie/Creative Holland:** Het fonds overlegt regelmatig met partijen die door de topsector rond de tafel worden gebracht om de overgang tussen cultuur en economie soepel te laten verlopen. Deze bestaan uit: bureau Creative Holland en de Werkgroep Internationalisering, waaraan bijna alle stakeholders deelnemen, zoals DutchCulture, HNI, het Topteam, RVO, de Federatie Creatieve Industrie en de brancheorganisaties.
- **DutchCulture:** Op zeer regelmatige basis neemt het fonds deel aan kerngroepoverleggen die DutchCulture organiseert omtrent de posten in de verschillende (focus)landen. Daarnaast is het fonds beschikbaar voor afspraken binnen de bezoekersprogramma's van DutchCulture. Tevens zoekt het fonds, waar relevant, naar samenwerkingen met de landenmedewerkers voor bezoekersprogramma's.

#### **Bedrijven: Samenwerking met topsectorenbeleid**

Los van het culturele belang en de cultureel-maatschappelijke ontwerpkracht van de creatieve industrie, wordt ook steeds meer de **economische waarde van de sector** erkend en herkend als bron voor innovatie, welvaart en welzijn. De creatieve industrie groeit sneller dan de rest van de economie. Daarnaast levert ze een belangrijke bijdrage aan de werkgelegenheid en de groei van het aantal nieuwe ondernemingen in Nederland. De sector jaagt innovatie in andere sectoren aan en helpt met het vinden van oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen. Om de kracht van de Nederlandse creatieve sector in de volle breedte nog beter te kunnen benutten, draagt het fonds graag bij aan bijvoorbeeld de verdere uitrol of opschaling van projecten die het eerder heeft ondersteund. Het fonds werkt daarvoor samen binnen de Kennis- en Innovatieagenda (KIA) Maatschappelijk Verdienvermogen, die door CLICKNL wordt gecoördineerd.

#### **WAAROM?**

Samenwerking is en blijft van groot belang.

- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?

Ja. Vanuit de overtuiging dat het noodzakelijk is. Dit om het werkkterrein van de creatieve industrie zo sterk mogelijk te maken en voor een betere **internationalisering**.

- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?
- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?

<p>5. Actoren en hun financiering</p> <p>(ondersteunen)</p>	<p><b>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</b></p> <p>Het hoofddoel van het Stimuleringsfonds is <b>ondersteuning bieden</b> voor bijzondere en vernieuwende projecten en activiteiten van ontwerpers, makers en culturele instellingen in de creatieve industrie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>Het grootste deel van het te besteden budget van het Stimuleringsfonds komt van het ministerie van OCW (Onderwijs Cultuur en Wetenschap), aangevuld met budget vanuit BZ voor internationalisering en BZK (Binnenlandse Zaken) voor drie stimuleringsprogramma's binnen de Actieagenda Ruimtelijk Ontwerp. Deze programma's zijn Innovatief opdrachtgeverschap, Zorgomgeving en Onderwijsomgeving.</p> <p>In het <b>beleidskader voor de instellingsubsidie 2021–2024 is een financieel kader</b> van € 14.093.489 per jaar (prijspeil 2018) beschikbaar gesteld. Hierin zijn de intensiveringen voor vernieuwing en talentontwikkeling verwerkt. Hiermee kunnen de nieuwe regelingen, gestart in de beleidsperiode 2017–2020, deels gecontinueerd worden (Immerse\Interact, Uitzonderlijke Presentaties, Fresh Perspectives, Ruimte voor Talent). Daarnaast kunnen ook de noodzakelijke uitbreidingen in personeel en bedrijfsvoering structureel worden doorgevoerd, zodat het fonds verder kan bouwen aan een stabiele professionele organisatie.</p> <p>Gezien de omvang van het werkkterrein van de creatieve industrie en de verscheidenheid aan disciplines is door het ministerie van OCW het te besteden budget <b>niet toegewezen aan disciplines en/of doelstellingen</b>. Het fonds wordt in individuele jaarplannen vastgelegd.</p> <p>Het interdisciplinaire programma <b>Talentontwikkeling</b> biedt vrije ruimte voor artistieke ontwikkeling én professionele begeleiding van toptalent voor het opzetten van een eigen praktijk. De derde doelstelling is dan ook: 'bevorderen van talentontwikkeling'. Hierbij speelt de recente <b>experimenteerregeling</b> een belangrijke rol. Deze regeling biedt ruimte <b>voor interdisciplinaire aanvragen</b> waarbij actief gestimuleerd wordt en waarbij er raakvlakken worden gezocht met andere disciplines. Ontwerpers bewegen zich tussen en voorbij de traditionele culturele disciplines en zoeken rafelranden en nieuwe ruimtes op om tot andere denkrichtingen te komen voor 'wicked problems' en voor artistieke vernieuwing. Dat gebeurt <b>door te experimenteren</b>. Het fonds heeft een centrale rol in <b>het aanjagen van experiment</b>. Er zijn ook meerdere kleine startsubsidies.</p> <p>Het programma <b>Internationalisering</b> is doorontwikkeld tot een samenhangend, vraaggericht programma dat de internationalisering van bewezen talent en succesvolle projecten bevordert om zo kennis, netwerk en impact van de beroepspraktijk te vergroten. Binnen het internationaliseringsprogramma kunnen zowel individuele ontwerpers, makers en bureaus, als culturele instellingen deelnemen. Met steun van het fonds kunnen ontwerpers hun kennis en kunde exporteren en daarmee hun werkveld verruimen.</p> <p>Meer concreet: <b>de vier kwadranten</b> per doelgroep, thema en financiering.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. In het eerste kwadrant wordt <b>technologie bevraagd middels grensverleggend onderzoekend experiment</b>. Het is zelfgenererend in die zin dat niet duidelijk is waar het experiment eindigt, zinvol is of een volgende fase bereikt. Een project hoeft niet altijd te lukken om succesvol te zijn en ook publieke waardering is niet altijd belangrijk. Hier werken de vaak kleinere instellingen, kunstenaars en makers aan nieuw ontwerpend onderzoek, meestal zonder opdrachtgever. Hier ontstaat veelal de kiem voor nieuwe denkrichtingen binnen de sector. Binnen dit kwadrant is de <b>subsidieafhankelijkheid groot</b>. Reflectie en debat over de uitgevoerde activiteiten zijn de belangrijkste evaluatiemechanismen. Instrumentarium is onder andere: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deelregelingen Vormgeving, Architectuur en Digitale cultuur</li> <li>• Nieuwe experimenteerregeling</li> <li>• Deelregeling Talentontwikkeling</li> </ul> </li> <li>2. Binnen het tweede kwadrant wordt veelal <b>vanuit artistieke autonomie geprogrammeerd</b>, maar wordt er, mede doordat er een platformfunctie is voor makers en publiek, een <b>relatief groot publiek bereikt</b>. De instellingen, kunstenaars en makers overstijgen het disciplinaire denken en maken <b>nieuwe verbindingen tussen mens, technologie en organisaties</b>. Financiering leunt op meerdere publieke bronnen en gedeeltelijk op private middelen zoals publieksinkomsten. Toetsing vindt plaats door middellangetermijnmonitoring en evaluatie van de projecten. <p>Instrumentarium onder andere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regeling Immerse\Interact</li> <li>• Deelregeling Upstream: Music x Design</li> <li>• Open Oproep Eigentijdse ambachten</li> <li>• Vouchers presentaties buitenland</li> </ul> </li> <li>3. In het derde kwadrant wordt <b>vanuit ontwerpend onderzoek aan toegepaste ontwerpvragestukken gewerkt</b>. Binnen labs en collectieven ontstaan nieuwe vormen van opdrachtgeverschap en hybride financieringsvormen. Waterschappen, zorgorganisaties en woningcorporaties starten met makers en instellingen projecten die transformatief in opzet en uitvoering zijn en waarin de kracht van ontwerp binnen een sociaalmaatschappelijke</li> </ol>
---	--

opgave centraal staat. **Samenwerking met kennisinstellingen** is essentieel. Met de stakeholders kan vooraf het beoogde effect van de activiteiten beschreven en vastgelegd worden in een impact framework.

Instrumentarium onder andere:

- Deelregeling Fresh Perspectives / Ruimte voor Talent
- Open Oproep Talentontwikkeling in Internationale Context
- Open Oproepen binnen Actieagenda Ruimtelijk Ontwerp
- Deelregeling Internationalisering
- Nieuw instrument voor programmatisch werken

4. Het vierde kwadrant spitst zich toe op **activiteiten vanuit ontwerpvragestukken die interessant zijn voor een breed publiek in alle delen van het land**. Het betreft hier vaak ondersteuning aan platforms die programmeren en onderzoek doen naar het bereiken van nieuw publiek en het vertellen van nieuwe verhalen. Subsidie door het fonds legt een gezonde basis voor een langetermijnstrategie, draagt bij aan het betrekken van een nieuw publiek, bevordert investeringen door andere financiers en tekent het **publiek-culturele karakter** van de organisatie.

Instrumentarium onder andere:

- Deelregeling Festivals
- Open Oproep Digital Heritage x Public
- Deelregeling Uitzonderlijke presentaties
- Algemeen flankerend beleid
  - Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. *Business Support Canvas*<sup>2</sup>)

Sinds de oprichting in 2013, heeft het Fonds de tijd benut om in samenwerking met ontwerpers, makers, instellingen en maatschappelijke partners een **nieuwe fondspraktijk** te ontwikkelen. De verschillende subsidieregelingen zijn al werkend verfijnd om excellentie binnen alle disciplines van architectuur, vormgeving, mode, games en digital storytelling financieel te ondersteunen.

In verband met **eigen bedrijfsvoering**: met zorg wordt nagedacht over de professionalisering van de organisatie, de continue scholing van de werknemers, het creëren van flexibiliteit in de personeelsomvang, oog voor diversiteit en inclusie en om bovenal dat alles te combineren met een gezonde werk-privébalans. Er is daarom de **afgelopen periode een nieuw organisatie- en formatieplan** opgesteld, waarin een duidelijke structuur voor het fonds is neergelegd voor de periode 2021-2024.

- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?
- Welke **ondersteuningsinstrumenten** worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?

Er zijn bijdragemogelijkheden voor talentontwikkeling, artistieke en professionele ontwikkeling, praktijkverdieping zoals onderzoek, experiment, analyse of reflectie, en projecten gericht op maatschappelijk engagement en publieksactiviteiten. Presentatie- en culturele instellingen en ontwerpplabs kunnen aanvragen doen voor hun programmering en samenwerkingsprojecten.

**Open oproepen**: binnen de context van de verschillende deelregelingen en programma's kunnen open oproepen worden uitgeschreven, bijvoorbeeld voor deelname aan (internationale) evenementen, onderzoek naar een specifieke opgave of participatie in een specifiek programma van het fonds. De open oproepen zijn effectief en verlagen de drempel voor nieuwe aanvragers.

De **adviescommissies** spelen een cruciale rol in de werking. Per regeling wordt gewerkt met een pool van adviseurs die op oproepbasis deelnemen aan de vergaderingen. Op basis van de aanvragen wordt gekeken welke expertise nodig is. Commissies worden zodanig samengesteld dat leden t.o.v. elkaar onafhankelijk en kritisch kunnen opereren. Bij de samenstelling van de commissie wordt gekeken naar het voorkomen van mogelijke belangenverstrengeling.

**Recente inzichten**: 1. De regelingen kennen een taai aanvraagproces. Er is behoefte aan een laagdrempelige procedure zonder de noodzakelijke zorgvuldigheid uit het oog te verliezen. 2. Er moet meer mogen buiten de hokjes.

Veel makers stelden dat hun werk niet in één enkele discipline te vangen valt. Dat maakt aanvragen soms ingewikkeld. Er is behoefte aan de mogelijkheid disciplines te kunnen omzeilen in een aanvraag. 3. Behoefte aan kleine aanvragen. Er bleek een behoefte aan een regeling voor het ontwikkelen van kleine projectaanvragen. Een regeling die bescheiden bedragen geeft aan experimenten. Het doel is ook inclusie en diversiteit. De laagdrempeligheid, snelle besluiten en lage administratieve druk bevordert deze. (Deze regeling komt met een budget van € 250.000 per jaar en richt zich op kleine aanvragen voor het maken/produceren van nieuw experimenteel werk tot een bedrag van € 7.500.)

---

<sup>2</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.



<p>6. Verantwoordelijkheden</p> <p>(informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>Binnen het nieuwe beleidsplan zijn er <b>ZEVEN DOELSTELLINGEN</b> gedefinieerd en gekoppeld aan de activiteiten binnen het <b>subsidiehuis</b> en het <b>programmahuis</b> van het Stimuleringsfonds.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Bevorderen van de ontwikkeling van artistieke kwaliteit.</b> Dit is een criterium dat geldt voor de meeste van de deelregelingen en staat centraal in de opdracht van het Stimuleringsfonds.</li> <li><b>2. Stimuleren van experiment en onderzoek.</b> Ontwerpend onderzoek is onderdeel van veel binnen de deelregelingen ondersteunde projecten. Om meer ruimte te creëren voor kleine, meer schurende, projecten start het fonds de experimenteerregeling en zoekt het naar nieuwe vormen van samenwerking (programmahuis).</li> <li><b>3. Bevorderen van talentontwikkeling.</b> Er is een keten van talentontwikkeling ontwikkeld binnen het fonds. Van een beurs voor jonge talenten, tot nieuwe vormen van opdrachtgeverschap en samenwerking voor talenten op een later punt in de carrière. Bovendien zorgt onder andere de ScoutNights-procedure voor een meer inclusieve benadering naar het brede ontwerpveld.</li> <li><b>4. Bevorderen van een gezonde en vernieuwende ontwerpinfrastructuur.</b> Voor de periode 2021–2024 is een fijnmazige structuur ontwikkeld om zowel gevestigde als nieuwe collectieven en instellingen in alle delen van het land de kans te geven zich verder te ontwikkelen binnen de 1-, 2- of 4-jarige regeling.</li> <li><b>5. Ondersteunen van reflectie en debat</b> is in veel gevallen een directe of indirecte uitkomst van gehonoreerde projecten. Het fonds oormerkt/identificeert deze beleidsperiode middelen om enkele platforms voor reflectie en debat binnen de creatieve industrie fundamenteel te kunnen ondersteunen.</li> <li><b>6. Bevorderen van ontwerpkracht bij grote maatschappelijke opgaven, inclusief ruimtelijk-erfgoedopgaven.</b> Naast de participatie binnen de Actieagenda Ruimtelijk Ontwerp start het fonds in 2021 met een apart programmafonds dat de positie van ontwerpkracht binnen actuele maatschappelijke opgaven versterkt en nieuwe vormen van opdrachtgeverschap voor ontwerp bevordert.</li> <li><b>7. Versterken van de internationale positie van de ontwerpdisciplines.</b> In 2021–2024 zal er een uitgebreid programma Internationalisering Ontwerpsector uitgevoerd worden binnen het ICB (Internationaal Cultuur Beleid) waarin naast de deelregeling ruimte is voor talentontwikkeling, residencies en deelname aan internationale manifestaties.</li> </ol> <p><b>INFORMEREN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Belangrijk is dat de vijfde doelstelling momenteel is: 'Ondersteunen van reflectie en debat'.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Het fonds initieert diverse activiteiten en bijeenkomsten met als doel informeren, verkennen, verbinden van en kennisdelen aan diverse doelgroepen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Het fonds neemt deel aan door externe partijen georganiseerde bijeenkomsten met als doel informeren, verkennen, verbinden en kennisdelen.</p> <p><b>PROMOTEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Het fonds organiseert vele flankerende activiteiten zoals open oproepen, bijeenkomsten en deelname aan internationale manifestaties. Er is ook promotie door de uitbreiding van het programmahuis van het fonds. Verder krijgen thema's aandacht die voor zowel het veld als het fonds van belang zijn, zoals duurzaamheid, diversiteit en inclusie, samenwerking, fair practice, regionalisering en internationalisering.</p> <p>Nieuw is dat het fonds alle regelingen voor instellingen zal aanpassen om de belangstelling voor en kennis over de ontwerpdisciplines bij algemeen publiek, opdrachtgevers en professionals te stimuleren en te versterken. Het opdrachtgeverschap wordt gestimuleerd door het lerend vermogen van de projectbetrokkenen te activeren. Dit wil men realiseren door projectbetrokkenen zelf te laten reflecteren op enerzijds de samenwerking met ontwerpers en anderzijds de meerwaarde van ontwerpend onderzoek. Door expliciet de vraag over concrete resultaten te stellen, maar ook over wat er bijvoorbeeld in de werkwijze van hun eigen organisatie is veranderd door de projecten. En tot slot door projectbetrokkenen de mogelijkheid te bieden ervaringen hierover te delen, enerzijds met elkaar als intervisie, maar ook op voor hen relevante podia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> </ul>
---	--

	<p>Ter versterking van de <b>internationale positie van de ontwerpsector</b> werkt het fonds samen met ambassades en consulaten. De samenwerking met UN Habitat in het Global Network of Urban Planning en Design Labs richtte zich op duurzame stedelijke ontwikkeling in steden gelegen in opkomende economieën.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> </ul> <p>Ja, zie boven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Het Stimuleringsfonds is partner van <b>Dutch Design Week</b> in het kwalitatieve tentoonstellingsprogramma op meerdere locaties, met de jaarlijkse talentenexpositie <i>In No Particular Order</i> van 2014 t/m 2017 en <i>The Scene is Here</i> in 2018 en 2019.</p>
<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b></p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Het interdisciplinaire programma <b>Talentontwikkeling</b> biedt vrije ruimte voor artistieke ontwikkeling én professionele begeleiding van toptalent voor het opzetten van een eigen praktijk.</p> <p>Het programma <b>Internationalisering</b> is doorontwikkeld tot een samenhangend, vraaggericht programma dat de internationalisering van bewezen talent en succesvolle projecten bevordert om zo kennis, netwerk en impact van de beroepspraktijk te vergroten. Binnen het internationaliseringsprogramma kunnen zowel individuele ontwerpers, makers en bureaus als culturele instellingen deelnemen. Met steun van het fonds kunnen ontwerpers hun kennis en kunde exporteren en daarmee hun werkveld verruimen.</p> <p>Er is recentelijk ook een <b>Open Oproep Professionalisering Instellingen</b> om zich beter te kunnen profileren binnen de infrastructuur via diverse professionaliseringstrajecten. Deze variëren van onderzoek naar duurzame organisatie- en financieringsmodellen, de toepassing van de Fair Practice Code tot trajecten gericht op de ontwikkeling van een presentatie- en communicatiestrategie voor maatschappelijke inbedding, publieksoontwikkeling, diversiteit en inclusie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroei-trajecten, etc.)?</li> </ul> <p>Voor starters zijn er specifieke subsidiemogelijkheden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> </ul> <p>Onder de flankerende activiteiten: Open Oproep 'Salone del Mobile Milaan (Internationalisering)', Mode &amp; Duurzaamheid/Taskforce Fashion: opdracht voor modeplatforms.</p> <p>Het fonds onderzoekt mogelijke vormen van samenwerking met private partijen om het streven naar beter opdrachtgeverschap, meer diversiteit en inclusie verder inhoud te geven. Binnen de deelregeling Talentontwikkeling blijft het Stimuleringsfonds startende talentvolle makers ondersteunen. Dit doen ze onder andere door hen te verbinden met het veld, hun <b>netwerk te versterken</b> en kennis over bijvoorbeeld instellingen en mogelijke <b>presentatieplekken</b> te vergroten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>De vijfde doelstelling is: '<b>Ondersteunen van reflectie en debat</b>'. Om een relevante bijdrage te leveren aan de complexiteit van maatschappelijke uitdagingen en aan ontwikkelingen binnen de ontwerpdisciplines, zijn platforms voor ontwerpkritiek, reflectie en debat cruciaal. Ze bieden ruimte en structuur voor professionele duiding, kennisdeling en discussie binnen het ontwerpveld. Hierdoor komen ontwerpers, opdrachtgevers en onderzoekers bij elkaar en wordt een breed publiek aangesproken. Het Stimuleringsfonds continueert de extra impuls voor reflectie en debat in de komende vier jaar, door binnen de 1-jarige activiteitenregeling een vast bedrag te oormerken voor platforms voor reflectie en debat.</p> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul>

## AAN BEDRIJVEN

- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)

Er is een duidelijke behoefte aan een keten van talentontwikkeling binnen het instrumentarium van het fonds, er is **behoefte aan goed opdrachtgeverschap en nieuwe samenwerkingsvormen** (ook door en met lagere overheden). Op basis van het bovenstaande ziet het Stimuleringsfonds de periode 2021–2024 als een uitdaging om samen met alle partners verder te werken aan een sterkere, veerkrachtigere en innovatievere ontwerpsector. Het stimuleringsprogramma **Innovatieve Vormen van Opdrachtgeverschap** richt zich inhoudelijk op het bevorderen van goed opdrachtgeverschap. Het programma stelt lokale en regionale overheden, bedrijven, maatschappelijke organisaties en (collectieven van) burgers in staat samen met ontwerpers te experimenteren met nieuwe samenwerkingsvormen. Het programma betreft een **gezamenlijke opdracht van de ministeries van BZK en OCW**. Er is hier nog veel gebrek aan kennis, al groeit het bewustzijn dat de inzet van ontwerpkracht bij complexe maatschappelijke opgaven loont. Transitieopgaven worden door sommige opdrachtgevers steeds makkelijker herkend als ontwerpogaven. Bvb.: het traject **Anders werken aan stad, dorp en land**. Het traject heeft als doel bij gemeenten nieuwe werkwijzen te introduceren, gericht op cocreatie op lokaal en regionaal niveau. In dit traject werken inmiddels zesentwintig gemeenten samen met stadmakers, ontwerpers en hun lokale netwerk aan maatschappelijke opgaven met een ruimtelijke component in hun eigen gemeente.

- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier

Het veld, maar zeker de medewerkers en de adviseurs van het fonds, hebben allemaal een **scoutende rol** om potentiële aanvragers naar het fonds te verwijzen.

De afgelopen tien jaar heeft het kunstvakonderwijs gewerkt aan het dichten van deze kloof, door ondernemerschap beter te integreren in het curriculum. Hiernaast zijn er diverse partijen (van BNO tot Cultuur+Ondernemen) in het veld die begeleiden bij het ontwikkelen van ondernemerschapsvaardigheden of het schrijven van een subsidieaanvraag, projectvoorstel, business- of financieringsplan. Het fonds werkt met deze partijen door het delen van kennis en het doorverwijzen van individuele ontwerpers die kampen met vragen die betrekking hebben op hun zakelijke professionalisering, maar biedt hierin zelf geen ondersteuning aan. Wel onderzoekt het fonds hoe met marktpartijen nieuwe vormen van onderzoek, opdrachtgeverschap en netwerkvorming kunnen worden gerealiseerd, bijvoorbeeld binnen de regeling Ruimte voor Talent/Fresh Perspectives.

**Het programmahuis** binnen het fonds vormt een bijzondere positie tussen en met de instellingen die het vaak vanuit de subsidieregelingen ondersteunt. Dat vraagt om een goed en duidelijk onderscheid in wat het fonds binnen het programmahuis wel en niet doet. Het fonds is in het programmahuis geen cultuur producerende instelling, maar stimuleert dat op belangrijke onderwerpen en tendensen, waarbinnen ontwerpkracht een rol kan spelen in samenwerking met het veld, zo snel als mogelijk met extern (financieel) draagvlak actie wordt ondernomen. De beoogde effecten zijn op volgende thema's: 1. programma Talentontwikkeling (interdisciplinair); 2. programma's binnen Actieagenda Ruimtelijk Ontwerp; 3. programma Internationalisering Ontwerpsector; en 4. nieuw instrument voor programmatisch werken.

- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?
- Wordt *design management* voor strategisch beheer en *design leadership* voor visie, innovatie en transformatie gepromoot?

De link met de bedrijfswereld is belangrijk. Bvb. mede door de Fair Practice Code, is er meer oog voor een goed beloningsbeleid. Er ontstaan **nieuwe vormen van opdrachtgeverschap** waarbij ontwerpkracht een duidelijke en soms zelfs structurele rol krijgt. De positie van de ontwerper in de meer integrale benadering van grote transitieopgaven krijgt daarmee vorm. De economische waarde van de creatieve industrie – los van de culturele – wordt inmiddels als een van de aanjagers van de economische groei in Nederland onderkend. Het aantal banen in de creatieve industrie groeide in de periode 2015–2018 met 3,4% per jaar, twee keer zoveel als gemiddeld in de hele economie. De wisselwerking tussen de culturele, economische en maatschappelijke actoren van de sector gedijen steeds beter. Er is wel nog veel werk aan de winkel.

Binnen het Programma Innovatieve Vormen van Opdrachtgeverschap ondersteunt het Stimuleringsfonds meerdere Stadslabs. Met hen wordt samengewerkt om nieuwe vormen van opdrachtgeverschap op lokaal niveau te onderzoeken en onderling kennis te delen. Daarnaast werkte het fonds samen met de VPRO en adviesbureau Noordzuiden aan het project Proeftuin NL. Dit project richt zich op het vergroten van de betekenis van experimentele voorbeeldprojecten in de ruimtelijke ordening. Het doel is te laten zien hoe experimenten bijdragen aan de kwaliteitsverbetering van de leefomgeving.

8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>3</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>3</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



<https://hetnieuweinstituut.nl> (2021-06-07)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkteerain van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <p><b>De missie van HNI:</b> HNI beoogt, aan de hand van actuele ontwikkelingen, met zijn activiteiten zowel de publieke waardering voor de cultuur-maatschappelijke betekenis van architectuur, vormgeving en digitale cultuur te verhogen, als ook de wisselwerking tussen deze disciplines te versterken.</p> <p><b>De visie van HNI:</b> HNI wil, in een periode die wordt gekenmerkt door radicale veranderingen, het actuele gesprek over architectuur, design en digitale cultuur door middel van onderzoek en presentaties <b>stimuleren, ondersteunen en faciliteren</b> in de breedste zin van het woord.</p> <p><b>Het profiel van HNI:</b> HNI is een ondersteunende instelling met sectorale taken. Het opereert in het <b>werkgebied van de creatieve industrie</b> en doet dat als Rijksarchief voor de Nederlandse Architectuur en Stedenbouw, als Museum voor Architectuur, Design en Digitale Cultuur en als Agentschap voor Architectuur, Design en Digitale Cultuur. Research &amp; Development vormt de verbinding tussen deze rollen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> </ul> <p>Het instituut kiest voor een <b>integrale benadering</b> van de disciplines architectuur, design en digitale cultuur, maar erkent dat elke discipline een eigen historisch gegroeid kader en een specifieke werkwijze heeft ontwikkeld. Het instituut hanteert daarom een en/en strategie. Op basis van een <b>cultuur-maatschappelijk perspectief en het vraagstuk van innovatie</b> wordt zowel aandacht gegeven aan actuele cross-overs als aan de specificiteit van de disciplines. Er wordt gekeken naar de ontworpen wereld en hoe die door nieuwe technologie, nieuwe denkbepelden en verschuivende sociale prioriteiten, voortdurend verandert. Het begrip innovatie – de spil van alle activiteiten van Het Nieuwe Instituut – wordt zowel tot uitdrukking gebracht in speculatieve verkenningen van de toekomst, als in kritische reflecties op de vernieuwingsbewegingen van vandaag en gisteren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> </ul> <p><b>Keuzes worden gemaakt op basis van innovatie</b> in het algemeen.</p> <p>HNI behandelt urgente kwesties zoals de manier waarop het verleden geïnterpreteerd wordt en de wijze waarop in de toekomst zal worden gehandeld. De wereld en daarmee ook de ontwerpdisciplines zijn aan radicale transitievragen onderworpen. Dat vereist een zoekende, verkennende wijze van opereren. Het instituut stelt vragen en confronteert het professionele domein met mogelijke antwoorden, om zo discussie uit te lokken. Het is essentieel dat het instituut actuele ontwikkelingen identificeert en zichtbaar maakt.</p>			

Ook op het gebied van het verzamelbeleid dat regelmatig aan herijking toe is. Het Nieuwe Instituut werkte twee nieuwe aandachtsgebieden uit: 'Digitale cultuur en architectuur' en 'Diversiteit'. Deze twee thema's krijgen prioriteit in het pro-actieve verzamelbeleid en fungeren tevens als kapstok om meer algemene vraagstukken rond erfgoed- en collectievorming te onderzoeken. Het plan is een aanvulling op en verdieping van het bestaande verzamelbeleid Keuzes Maken (2012-2018).

- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?

Het gaat over het 'ontwerpvak': de ontworpen wereld binnen de volgende disciplines: Architectuur, Design en Digitale cultuur.

- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?
- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?

Er wordt aan allebei gedacht.

## 2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)

Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?

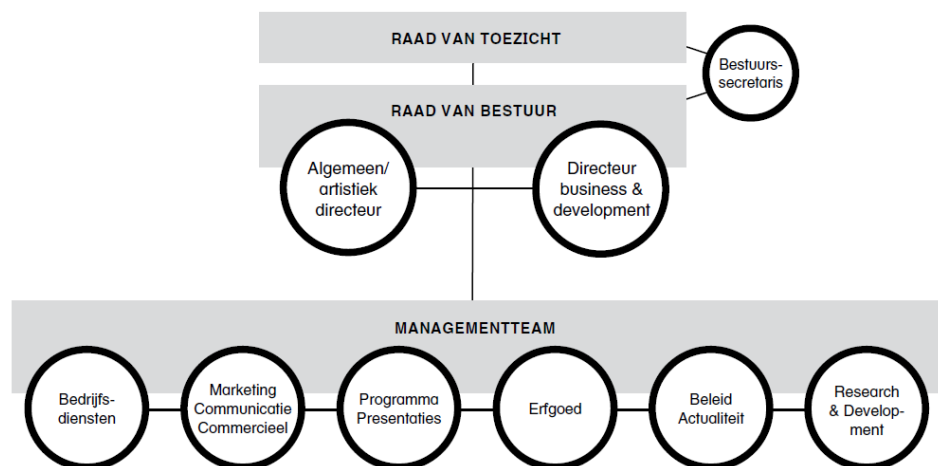


Het instituut is in 2013 ontstaan uit een fusie van het Nederlands Architectuurinstituut (NAi), Prensela, Nederlands Instituut voor Design en Mode en Virtueel Platform, alle drie sectorinstellingen. Het instituut beheert de Rijkscollectie voor Nederlandse Architectuur en Stedenbouw en is onder meer verantwoordelijk voor de Nederlandse inzending aan de Architectuurbieniale van Venetië en andere internationale bieniales.

De **cultuur-maatschappelijke opdracht** van Het Nieuwe Instituut is eerder uitzonderlijk en beschikt over een breed instrumentarium – van een bibliotheek met studiezaal tot bieniales en van een archief tot tentoonstellingsruimtes – om uitvoering aan zijn opdracht te geven.

Er zijn circa **80 medewerkers** in een vast of tijdelijk dienstverband in een herijkt functiegebouw en bijhorend waarderingssysteem. Het Nieuwe Instituut wil naast culturele en cognitieve diversiteit ook aandacht en inhoud geven aan talentdiversiteit. De kerntalenten van medewerkers worden in kaart gebracht en verbonden met de kwaliteiten van de organisatie. Regelmatig wordt met medewerkers in een open dialoog gekeken welke verbeterpunten er op dit gebied mogelijk zijn binnen de organisatie en de teams waarin zij werken.

Het Nieuwe Instituut wordt bestuurd middels het **Raad-van-Toezicht-model** met een Raad van Bestuur met twee statutair directeur-bestuurders: een algemeen/artistiek directeur en een directeur business & development.



- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?

Ja. De aanpak is holistisch in zowel de benadering van de verschillende disciplines als in zijn meervoudige opdracht. Het instituut wil erfgoed en educatie niet als losstaande activiteiten benaderen. Waar mogelijk verbindt het de verschillende deelopdrachten programmatisch met elkaar zodat meerwaarde en efficiëntie worden bereikt.

- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?

HNI opereert eerder op het gebied van het cultuurlandschap.

- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?

Ja. Als coördinator onderhoudt het Agentschap contacten met alle cruciale spelers in het domein van de Creatieve Industrie, maar ook met de diplomatieke posten, kennisinstellingen, bedrijven en individuele architecten, ontwerpers en makers.

- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?
- Speelt de organisatie een verbindende rol?

Het uitgangspunt van HNI is het volgende: **inzicht in ontwerpen, architectuur, erfgoed, digitale cultuur en techniek** kan een uitstekend instrument zijn om de hedendaagse samenleving te begrijpen. Het Nieuwe Instituut ziet educatie (al dan niet in het formele kader van onderwijs) daarom als een van zijn belangrijkste opdrachten. Het instituut benadert alle presentaties, discussies, lezingen en onderzoeken die het organiseert als onderdelen van een **leerproces** en elke bezoeker neemt dus feitelijk deel aan een educatieve activiteit.

- Is er sprake van krachten bundelen?

1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen

Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?

HNI heeft **vier profielen** en een meervoudige opdracht met **drie fusieorganisaties**:

1. HNI beheert het **Rijksarchief voor de Nederlandse Architectuur en Stedenbouw** met tekeningen, foto's, affiches en maquettes uit de archieven en verzamelingen van Nederlandse architecten en stedenbouwers (een van de grootste architectuurcollecties ter wereld). Het Rijksarchief vormt het **hart van het inhoudelijke programma** van Het Nieuwe Instituut. In tentoonstellingen, onderzoek, talentontwikkeling en educatie fungeert collectiemateriaal steeds als vertrekpunt of als referentie. Er is ook een internationaal georiënteerde bibliotheek met boeken en tijdschriften over architectuur, stedenbouw, ruimtelijke ordening, interieur, kunst, design en digitale cultuur. Het Nieuwe Instituut **verzamelt** archieven op het gebied van de Nederlandse architectuur en stedenbouw vanaf 1850. Voor archieven vanaf 1960 tot heden geldt de verzamelnota 'Keuzes maken'. Het markeert de overgang van een overwegend monografisch gebaseerd verzamelbeleid naar een thematische invalshoek, die meer nadruk legt op de maatschappelijke context van architectuur en de belangrijkste ruimtelijke ontwikkelingen. Het Nieuwe Instituut **verwerft** steeds vaker digitale archieven van architecten, stedenbouwkundigen en organisaties die werkzaam zijn binnen dit ontwerpdomein. Dat vraagt om een nieuwe werkwijze ten aanzien van het duurzaam behouden van materiaal. Na een testtraject zal in 2020 een digitaal archief worden ingericht. Daarmee wordt een effectief, correct en controlebaar beheer en behoud van de digitale collectie mogelijk.

Met het archief als achtergrond, krijgt **onderzoek** een bijzondere positie binnen HNI.

2. Het publieke programma van Het Nieuwe Instituut krijgt gestalte in het **Museum voor Architectuur, Design en Digitale cultuur**. Een museumstatus sinds 2015. Het Museum richt zich op de brede groep van cultureel belangstellenden en op meer gespecialiseerde bezoekers. Het instituut gebruikt het museummodel om: 1. Invulling te geven aan de wettelijke taak inzake ontsluiting van de collectie; 2. Invulling te geven aan de opdracht de **creatieve industrie**, het vraagstuk van innovatie en de disciplines architectuur, design en e-cultuur met hun cross-overs zichtbaar te maken;

3. Invulling te geven aan de wens om een publiek discours te initiëren over de **rol en betekenis van ontwerpen** in het licht van actuele maatschappelijke vraagstukken. Functies hierbij: - Op toegankelijke wijze kennismaken met architectuur, design en digitale cultuur; - De maatschappelijke betekenis van de disciplines ervaren; - Diversiteit binnen de disciplines ervaren met nadruk op de culturele component; -Verbinding leggen tussen disciplines en actuele maatschappelijke thema's; -Geschiedenis aan actualiteit en toekomst verbinden.

3. Het **Agentschap voor architectuur, design en digitale cultuur**. De oprichting van Het Agentschap in 2016 beantwoordt aan een expliciete behoefte bij het veld als aanspreekpunt voor het overheidsbeleid **Creatieve Industrie inzake internationalisering**. Het Agentschap ontwikkelt een nieuw en soms experimenteel beleid dat niet alleen op internationale en nationale partners gericht zou zijn, maar zeker ook gericht is op regionale en lokale samenwerking. Als aanvulling heeft het Agentschap nog **drie formele rollen**: - een coördinatiefunctie, specifiek gericht op het faciliteren van internationale activiteiten; - 'talent mapping' ten behoeve van een jaarlijks overzicht van talentvolle afstudeerders in de verschillende ontwerpdisciplines; - het ontwikkelen van internationale 'cross-overs' waarbij rond belangrijke maatschappelijke vraagstukken Nederlandse ontwerpexpertise wordt gekoppeld aan een internationaal werkveld.

4. **Research & Development** functie die bijdraagt aan de inhoudelijke ontwikkeling van het instituut en de drie andere met elkaar verbindt. Naast academisch onderzoek kan er ook artistiek onderzoek worden gefaciliteerd. De rol van Het Nieuwe Instituut binnen die verschillende projecten is dus **faciliterend**.

Onderzoek gebeurt vanuit een hernieuwde aandacht binnen de cultuursector voor theorie en praktijk van het wetenschappelijk onderzoek, dat niet langer als het exclusieve domein van de academische wereld wordt gezien, maar juist als **ontmoetingsplaats** voor wetenschappers, onderzoekers, kunstenaars, ontwerpers, ondernemers en beleidsmakers. Collectieve vormen van kennisontwikkeling en kennisdeling geven het onderzoek naar maatschappelijke uitdagingen een nieuwe dimensie. Dit verbrede perspectief op onderzoek geldt als leidraad voor de manier waarop Research & Development binnen Het Nieuwe Instituut is gesitueerd. Door zelf onderzoek te doen en vooral anderen bij hun onderzoek te faciliteren, draagt R&D op twee niveaus bij aan de profilering van Het Nieuwe Instituut. Ten eerste vormt het de inhoudelijke verbinding tussen de verschillende afdelingen van het instituut. Vanuit die verbindende rol wil R&D beter leren begrijpen hoe onderzoek in de huidige culturele omgeving voor ontwerpers en gebruikers kan functioneren. Ten tweede hebben ze ook de ambitie om binnen de verschillende ontwerpdisciplines (en hun cross-overs) belangrijke actuele ontwikkelingen te identificeren, te duiden en bespreekbaar te maken. De verbindende werkwijze van R&D krijgt internationale erkenning van vooraanstaande instellingen op het gebied van architectuur, design en digitale cultuur.

**Structuur**: De organisatie wordt gedragen door de afdelingen Erfgoed, Presentatie & Programma (P&P), Beleid & Actualiteit (B&A) en Research & Development (R&D). Die krijgen ondersteuning van de afdelingen Bedrijfsdiensten en Marketing & Communicatie & Commercie (MCC). In 2016 werd de positie van een directeur met zakelijke signatuur toegevoegd aan het bestuur. Deze benoeming onderstreepte de ambitie om het bestuur verder te optimaliseren en de ondernemende kwaliteit van de organisatie te versterken. Waar mogelijk is het instituut projectmatig georganiseerd. Het **archief** staat in het midden van het instituut en is het hart van de activiteiten. Publieksactiviteiten komen binnen de afdeling P&P tot stand. De verbinding tussen het archief en het publieke programma krijgt gestalte op basis van onderzoek. Verder zijn er samenwerkingsthema's tussen de verschillende onderdelen.

#### DOELSTELLINGEN

- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?

Het Nieuwe Instituut kent op het gebied van internationalisering een aantal formele taken die zijn belegd bij het Agentschap en die, waar mogelijk, aan het inhoudelijk programma van Het Nieuwe Instituut wordt verbonden. Hierbij staan uitwisseling en ontwikkeling van kennis, internationale samenwerking en uitbreiding van netwerken voorop.



	<p>Een voorbeeld van de sectorale taak is de <b>internationale biënnale</b> in de architectuur. Al heel lang architectuuriënnales als die in Venetië gezien als uithangborden van nationaal prestige. Vooral de landenpaviljoens, waarin elke deelnemer onder eigen regie een beeld geeft van de actuele architectuur in het land, bevestigen dat imago. Deze presentaties behoren tot het geijkte instrumentarium van de culturele diplomatie en sinds 2013 is Het Nieuwe Instituut verantwoordelijk voor de Nederlandse inzendingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Ja. Er wordt telkens een link naar de actualiteit gezocht.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>Thema's worden bewust uitgekozen op basis van hun actualiteitsgehalte.</p> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> </ul> <p>De focus op de actualiteit is een belangrijk uitgangspunt op elk niveau.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Diversiteit geldt als een speerpunt, zowel ten aanzien van het publieksbereik als bij de vier elementen Programma, Publiek, Personeel en Partners. Daarbij handelt de organisatie conform de <b>Code Culturele Diversiteit</b> en hanteert het een bredere definitie waarin diversiteit ook betrekking heeft op geloof, seksuele geaardheid en leeftijd. Het Museum: Tentoonstellingen zijn het voornaamste hulpmiddel om een dialoog op gang te brengen. Heel concreet gebeurt dat ook in het discursief programma dat het gesprek tussen makers, beschouwers en publiek organiseert.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>Er worden specifieke netwerken en specifieke programmatie uitgebouwd. Zie verder.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> </ul> <p>Ja. Zie bij ondersteuning.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p>Het creatief talent is vooral belangrijk. Zie ook bvb. het jaarlijkse programma van 'talent mapping', dat een overzicht toont van talentvolle afstudeerders in de verschillende ontwerpdisciplines.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul> <p>Via de programmatie wordt steeds de link met alle geïnteresseerden opgezocht.</p>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Informeren en studierol is bij HNI van groot belang, telkens gekoppeld aan innovatie. Zowel ontsluiting en onderzoek als valoriseren. In ieder geval vormen de drie ontwerpdisciplines (architectuur, design en digitale cultuur) en hun cross-overs de grondslag voor de keuze van de thema's. Zie meer bij R&amp;D.</p> <p>Educatie is een constante in alle activiteiten (zie nog boven).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie promotor van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Promotie en communicatie is een van de taken van R&amp;D.</p> <p>Via het inzicht van de veranderende rol van ontwerpers en gebruikers, werd er gekozen om via het thema 'De Dingen en De Materialen' het ontwerpvak zichtbaar te maken voor zowel een vakpubliek als een breed publiek. (Bv. New Material Award; een nieuw Europees platform over materialen met partijen uit onder meer Spanje, Duitsland en Oostenrijk). Of <i>Landschap en Interieur</i>, waar het interieur benaderd wordt als het snijpunt van</p>

architectuur, design en digitale cultuur. Het verkent de ingrijpende transformaties die onder meer door digitalisering ontstaan.

- **Netwerken/netwerkrol:** bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail)  
*Als een **transparent 'venster'** met eigen autoriteit en als onmisbare partner*  
 → Via welke ACTIE?

Het **Agentschap** voor Architectuur, Design en Digitale Cultuur verbindt het ontwerpveld met vragen uit de buitenwereld, zowel regionaal als internationaal. Met zijn tentoonstellingen, programma's, onderzoek en uitgebreide nationale en internationale samenwerkingsverbanden, betreft HNI denkers, onderzoekers, ontwerpers, makers en diverse publieksgroepen bij het kritisch beschouwen van urgente kwesties. Onder andere de manier waarop wij het verleden interpreteren en de wijze waarop wij in de toekomst zullen gaan handelen. Er is een specifieke strategie per doelgroep (vakpubliek, het bredere cultuurpubliek en jongeren). Het instituut richt zich op een divers samengesteld publiek – zowel qua leeftijd, achtergrond, opleidingsniveau, interesse als woonplaats. **'Inclusiviteit'** is daarbij het uitgangspunt. Samenwerking met partners in de diverse gemeenschappen en ook de inzet van specifieke communicatiekanalen ten behoeve van uiteenlopende doelgroepen, bevorderen de **diversiteit**.

- **Ondersteunen/ faciliterende rol:** zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen  
*Als **facilitator, moderator en inspirator** voor een grotere **impact***  
 → Via welke ACTIE?

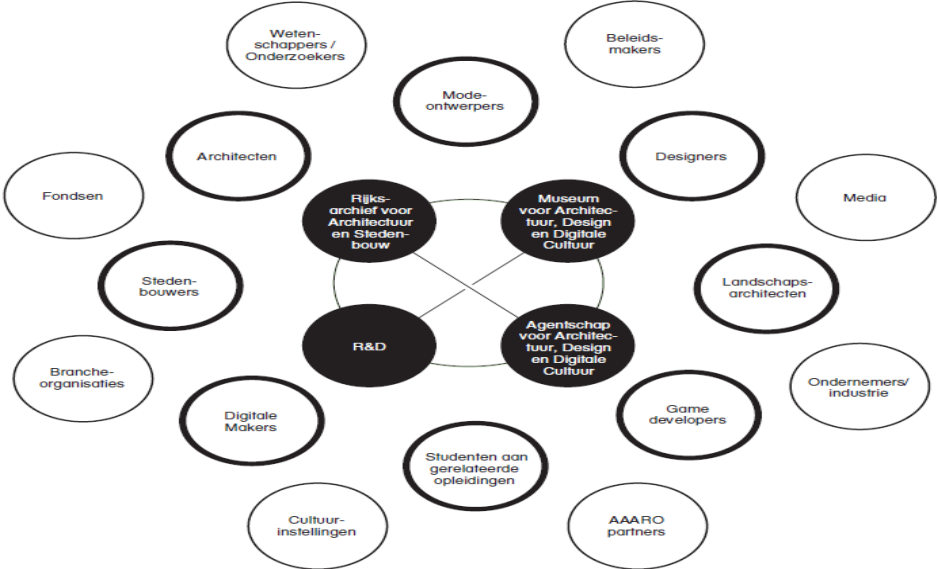
HNI functioneert als **facilitator, moderator en inspirator** vooral naar artistieke vormen.

3. Betrekking tussen  
 - de designspelers  
 - de overheid  
 - de onderwijsinstellingen  
 (netwerken)

Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?

- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?

HNI is een **ondersteunde instelling met sectorale taken** die deze combinatie als een groot potentieel ziet. Een onderzoeksvraag kan leiden tot een tentoonstelling, dan tot een publieke discussie en vervolgens tot nieuwe netwerken en partnerschappen, om op basis daarvan een breed platform te generen (wordt ook afgestemd met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie). HNI heeft uitgebreide nationale en internationale **samenwerkingsverbanden** en het betreft denkers, onderzoekers, ontwerpers, makers en diverse publieksgroepen bij het kritisch beschouwen van urgente kwesties.



Het aanbod voor professionelen:

- Fellowprogramma
- Readingrooms
- Bezoekersprogramma
- Studio Rotterdam
- Studio Eindhoven

**Matchmaking** is een van de doeleinden. Het Nieuwe Instituut brengt professionals met elkaar in contact, van jong talent tot de gevestigde orde. Dat gebeurt onder meer door het bezoekersprogramma, door talent mapping en door een-op-een informatieverstrekking aan professionals.

Op basis van zijn onderzoekende, reflectieve en bemiddelende rol fungeert Het Nieuwe Instituut ook als **kennismakelaar en informatiepunt**. Als kennismakelaar verbindt Het Nieuwe Instituut partijen met een bijzondere interesse voor het maatschappelijk potentieel van de ontwerpdisciplines met de geëigende partners en ontwerpers in Nederland. Daarnaast is het instituut ook onderdeel van een steeds groeiend netwerk van experts en partners die een meerwaarde hebben voor internationale kennisuitwisseling. Als informatiepunt onderhoudt het Agentschap contacten met alle cruciale spelers: de diplomatieke posten, fondsen, kennisinstellingen, bedrijven en individuele architecten, ontwerpers en makers.

- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?

Door een open houding blijkt Het Nieuwe Instituut **partner** te kunnen zijn van de meest uiteenlopende partijen: van overheden en collegainstellingen in het culturele veld tot ontwerpers en onderzoekers. Het instituut buigt zich over de grote onderwerpen van onze tijd en verbindt die met architectuur, design en digitale cultuur. Met de aangescherpte positionering bereikt Het Nieuwe Instituut **verschillende gebruikersgroepen**: 1. Rijksarchief: de schenker/bruikleengever, de onderzoeker, de student; 2. Museum: het brede publiek van cultuurgeïnteresseerden en scholieren uit het basis- en voortgezet onderwijs; 3. Agentschap: het vakpubliek afkomstig uit de verschillende disciplines, diplomatieke posten, culturele instellingen en bemiddelaars.

- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?

Het Nieuwe Instituut hanteert een **cultureel perspectief op innovatie**. Het ambieert vanuit uitwisseling, met veelal onbekende partijen, al even onbekende potenties aan te spreken en te ontwikkelen, welke voor alle betrokkenen tot nieuwe inzichten kunnen leiden. Zie ook de rollen van het Museum hierbij.

Innovatie is met andere woorden niet gebaseerd op een bekende status-quo. Innovatie is het resultaat van dialoog en uitwisseling waardoor men geconfronteerd wordt met noties, ideeën, verlangens en ambities die niet per definitie samenvallen met de eigen denk- en waardenpatronen. Innovatie op basis van dialoog en in confrontatie met het eigen waardesysteem, veronderstelt een fijnmazig netwerk en een daaraan gerelateerde werkwijze. De internationale positie van het instituut en de daaraan verbonden netwerken vormen de voorwaarden die aan deze werkwijze vooraf gaan.

Op basis van deze noties werkt Het Nieuwe Instituut met Nederlandse ontwerpers en verschillende internationale partners samen aan programma's rond maatschappelijke vraagstukken van **inclusiviteit, wonen, duurzaamheid, automatisering en hergebruik van erfgoed**.

#### DESIGNSPELERS

- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?

Op basis van de taken van internationalisering bij het Agentschap worden Nederlandse ontwerpers gepresenteerd op verschillende internationale podia, worden ze in staat gesteld internationale curatoren, ontwerpers en onderzoekers te ontmoeten en worden zogenoemde cross-overs georganiseerd die de uitwisseling van kennis mogelijk maken. Daarnaast vervult het Agentschap een coördinerende rol binnen de infrastructuur die Nederland kent op het gebied van internationalisering, die bijvoorbeeld tot uiting komt in de adviesfunctie voor ontwerpers die in het buitenland willen werken.

In dit kader is het **Internationale Bezoekersprogramma** van Het Nieuwe Instituut van belang. Het stimuleert het internationale dialoog, culturele uitwisseling, marktverruiming en uitbreiding van het internationale netwerk. Het is een waardevol instrument waarmee internationale uitwisseling van kennis en ervaring tussen het Nederlandse ontwerpveld en het buitenland tot stand wordt gebracht. Bezoeken resulteren regelmatig in samenwerkingen met de door hen bezochte partijen. Hiermee is het internationaal bezoekersprogramma een zeer doeltreffend middel gebleken om de **bekendheid in het buitenland van de Nederlandse ontwerpsector** in brede zin te vergroten<sup>1</sup>. Een bezoekersprogramma komt tot stand op drie manieren: - ambassades kunnen een verzoek indienen op basis van één of meerdere specifieke gasten dan wel een voorgesteld thema of voorgestelde discipline; - Het Nieuwe Instituut nodigt zelf gasten uit in relatie tot het eigen programma; - via de Open Call kunnen Nederlandse

<sup>1</sup> Bezoekers zijn afkomstig van over de hele wereld, met een focus op de volgende landen zoals vastgesteld binnen het kader van het Internationaal Cultuurbeleid 2017 – 2020 van de Nederlandse overheid: België/Vlaanderen, Brazilië, China, Duitsland, Egypte, Frankrijk, Indonesië, Italië, Japan, Marokko, Rusland, Suriname, Turkije, Verenigd Koninkrijk, Verenigde Staten, Zuid-Afrika, Zuid-Korea.

	<p>organisaties een bijdrage voor een bezoekersprogramma aanvragen, zoals het bezoek van een internationale gast. Het bezoekersprogramma wordt mogelijk gemaakt door het Ministerie van Buitenlandse Zaken.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>Ja, er is absoluut een dialoog met verschillende <b>ministeries</b>. Nationaal zijn er uiteenlopende rollen waaronder het thema <b>erfgoed</b>.</p> <p><b>Internationalisering</b> vanuit het beleid gebeurt in samenwerking met het ministerie van Buitenlandse Zaken en het Stimuleringsfonds (creatieve industrie).</p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p><b>Educatie</b>, al dan niet in samenwerking met onderwijsinstellingen is een constante in de werking van HNI. HNI heeft <b>onderzoeksprojecten</b> lopen ism universiteiten. Het Jaap Bakema Study Centre, bijvoorbeeld, initieert en onderneemt onderzoeksprojecten die leiden tot tentoonstellingen, publicaties, discussies of specifieke deelonderzoeken, gerelateerd aan het programma van Het Nieuwe Instituut en het onderzoeksprogramma van de Faculteit Bouwkunde van de TU Delft. Ook projecten met de Vrije Universiteit in Amsterdam. Digitale informatie duurzaam toegankelijk maken én houden kent grote uitdagingen zoals de voortdurende veranderingen in media en technologie en de grote variatie aan gebruikte softwareformaten, bestandsformaten en informatiedragers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Het landelijke aanbod van educatie op het gebied van architectuur, design en digitale cultuur is versnipperd. Het instituut wil zich toeleggen op het bevorderen en faciliteren van kennisuitwisseling op het gebied van de <b>ontwerpdisciplines</b>. Met een landelijke leerlijn voor architectuur en erfgoed wenst het instituut een nationaal bereik te bewerkstelligen en via het Museum voor Architectuur, Design en Digitale Cultuur wil Het Nieuwe Instituut een educatief programma aanbieden, gekoppeld aan het actuele tentoonstellingsaanbod en verbonden met de leerlijnen van het basis- en voortgezet onderwijs. Dit betekent een inzet op <b>innovatie en integratie</b> van de leerlijnen in de programmering. Het resultaat is een permanent aanbod voor scholen en voor buitenschoolse bezoekers in de vorm van workshops, rondleidingen en kinderpartijtjes. Met zijn multidisciplinaire karakter is het instituut uitermate geschikt voor het aanleren van <b>21st century skills</b> en de kennismaking met innovatie in design, digitale cultuur en architectuur.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p>Er gaat in ieder geval veel aandacht naar het detecteren en het tonen van talent. Zie het jaarlijkse programma van 'talent mapping'.</p>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt netwerking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Netwerking bij HNI is gericht op zijn activiteiten waaronder een grote waaier van academische instellingen. Daarnaast zijn er grote veranderingen in het produceren van archiefmateriaal dat steeds meer digitaal wordt en een nieuw vorm van archiefbeleid vereist. Deze veranderingen zullen leiden tot een aangescherpt verzamelbeleid en de inrichting van een e-depot, vormen aanleiding tot onderzoek, samenwerking en kennisuitwisseling. Een van de drie doelgroepen is het <b>Vakpubliek</b> met als doel genetwerkt te werk te gaan. Samenwerkingen met relevante partijen vergroten de inhoudelijke kwaliteit en het bereik van projecten. Partners zijn onder meer maatschappelijke organisaties, bedrijven, opleidingen, online platforms en beroepsorganisaties. Zij worden betrokken bij de samenstelling van het programma, de uitwerking van inhoudelijke en artistieke vraagstukken, de publieke presentatie – zowel online als offline – en de communicatie.</p> <p>HNI heeft specifieke <b>regionale programma's</b> en projecten ontwikkeld in samenwerking met lokale en regionale overheden en partners die een duidelijke urgentie hebben voor de betreffende regio. Hiervoor kan een verbinding gemaakt worden met het programma binnen Het Nieuwe Instituut, met kennis die ontwikkeld is of</p>

	<p>wordt binnen de afdeling Research, met haar (inter)nationale netwerk van ontwerpers of met het Rijksarchief op het gebied van architectuur en stedenbouw.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van de designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Het Nieuwe Instituut ontleent zijn bijzondere positie in belangrijke mate aan de omvang en betekenis van het Rijksarchief voor Architectuur en Stedenbouw dat het beheert. De collectie heeft een centrale plaats in het onderzoeks- en tentoonstellingsprogramma. Daarmee raakt het archief steeds natuurlijker verbonden met twee andere rollen die Het Nieuwe Instituut onderscheidt: die van het Museum voor Architectuur, Design en Digitale cultuur en de centrale rol van Research &amp; Development in de inhoudelijke ontwikkeling van het instituut. Op regionaal gebied werkt Het Nieuwe Instituut samen met lokale overheden en organisaties aan specifieke maatschappelijke vraagstukken, waarbij een culturele interpretatie nieuwe benaderingswijzen kan bieden. De <b>website en zoekportaal</b> fungeert als een (online) uitbreiding van de fysieke tentoonstellingsruimtes. Bezoekers krijgen er een online-ervaring die een eigen waarde heeft (informatievoorziening, verdieping, speciale digitale projecten), maar worden ook verleid om naar het instituut te komen. Via de verschillende digitale kanalen van het instituut worden jaarlijks 650.000 bezoekers bereikt. Het Nieuwe Instituut is actief op <b>sociale media</b> (Facebook, Twitter, Instagram), en produceert nieuwsbrieven, postercampagnes en opvallende guerrilla-acties. De activiteiten van het Museum voor Architectuur, Design en Digitale Cultuur zijn nadrukkelijk gericht op het <b>brede cultuurpubliek</b>. Door slim samen te werken met andere partijen zoals media, de Museumpark partners, de Museumvereniging, Museumkaart, Rotterdam Festivals, Rotterdam partners, de BankGiro Loterij en Amsterdam Marketing, vergroot Het Nieuwe Instituut zijn bereik.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Urgentie en actualiteit.</p>
<p>5. Actoren en hun financiering  (ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>HNI werkt met een bredere <b>financieringsmix</b> wat een ondernemersattitude veronderstelt. Naast inkomstenstromen uit subsidies en fondsen wil het ook financiering genereren via: - ondernemende activiteiten (bijvoorbeeld uit retail, publicaties, training en hospitality); - sponsoring (bijvoorbeeld voor activiteiten die geschikt zijn voor een breed publiek); - samenwerkingsprojecten met bedrijven op het gebied van maatschappelijk betrokken ondernemen (bijvoorbeeld als regisseur van cross-boundary search conferenties gebaseerd op constructief en/of speculatief design). Er is weliswaar geen opgelegde eigen inkomstennorm, maar toch streeft het instituut naar een percentage eigen inkomsten.</p> <p>Het Nieuwe Instituut genereert ook inkomsten uit deelname aan activiteiten en afname van diensten. Met collectieve marketingpartners wordt de afname van producten en diensten bevorderd. De introductie van online ticketing en een webshopomgeving stimuleert de verkoop van kaarten, waarbij wordt samengewerkt met andere culturele en niet-culturele instellingen. Het instituut streeft ernaar subsidiegelden zo effectief en efficiënt mogelijk in te zetten: ofwel door synergie-effecten, ofwel door hefboomwerking.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>2</sup>)?</li> </ul> <p>Het Instituut is bezig een aantal ondernemende activiteiten tot ontplooiing te brengen, zoals bijvoorbeeld een bredere community van professionals rond <b>design thinking</b> bedienen. Naast de primaire doelgroep van ontwerpende professionals in de creatieve industrie, wil het instituut ook anderen betrekken: - professionals werkzaam in creatieve rollen in andere sectoren; - professionals werkzaam in niet-creatieve rollen binnen de creatieve industrie; - professionals werkzaam in niet-creatieve rollen in andere sectoren. Doel is zo de <b>community</b></p>

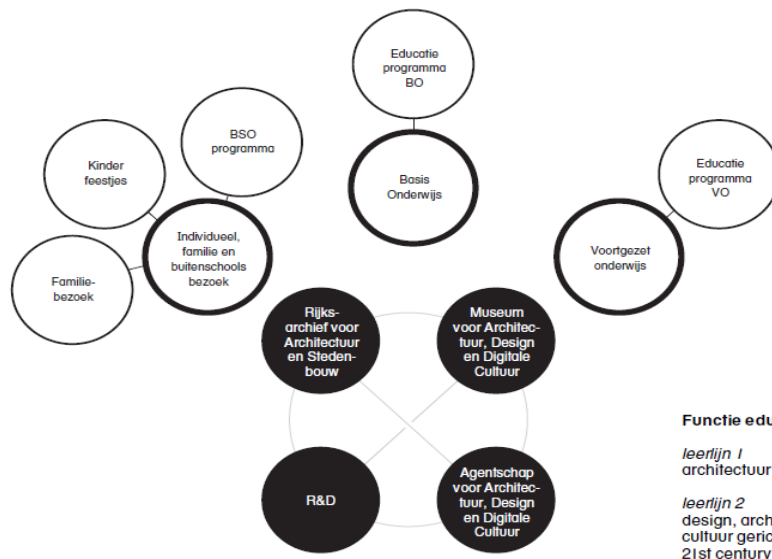
<sup>2</sup> in *Building next generation design support programma's*, 2012, p. 8-11.

	<p><b>of purpose</b> te vergroten. Het Nieuwe instituut levert de organisatorische capaciteit en wil diverse condities bevorderen. Het instituut doet dat op basis van hybride (mix van formeel en informeel) en blended (mix van online en live) ontwikkelmodules die gemakkelijk 'op maat' geconfigureerd kunnen worden. Deze aanpak waarborgt flexibiliteit en is altijd zowel exclusief (specifiek) als inclusief (generiek toegankelijk).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> </ul> <p>Beide</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Nederland geldt internationaal als een belangrijke opleider van ontwerptalent. Dat heeft niet alleen gevolgen voor de zichtbaarheid van Nederlandse studenten. Nederlandse academies bestaan inmiddels ook voor een groot deel dankzij de toestroom van internationale studenten.</p> <p>Er bestaat een <b>infrastructuur van subsidies, residenties en specifieke regelingen</b> waar jonge, net afgestudeerde, talenten gebruik van kunnen maken. <b>Talentontwikkeling</b> is bovendien een speerpunt van het ministerie van OCW<sup>3</sup> wat betekent dat iedere BIS-instelling<sup>4</sup> hiertoe een opdracht heeft.</p> <p>Het Nieuwe Instituut geeft hier op diverse manieren invulling aan. Dit doet het door middel van: 1. Goed opdrachtgeverschap. HNI kiest voor zowel jonge als meer gearriveerde ontwerpers voor wie de specifieke opdracht een stap in hun ontwikkeling kan betekenen. Het Nieuwe Instituut zoekt daarin het <b>experiment</b> expliciet op. 2. HNI organiseert en ontwikkelt specifieke programma's waarin <b>talentontwikkeling</b> een onderdeel is, zoals het fellowshipprogramma door de Research-afdeling, de New Material Award, de presentatie van de Prix de Rome Architectuur of de afstudeershow van de Piet Zwart Institute, en een peer-to-peer programma voor Rotterdamse jongeren. 3. HNI biedt in het webmagazine <i>Talent</i> <b>ruimte voor reflectie</b> over dominante ideeën die betrekking hebben op talent en talentontwikkeling: van de rol die onderwijs speelt en de manier waarop subsidies zijn georganiseerd tot internationale verwachtingen ten aanzien van talenten en de zorg voor internationale studenten na hun studie. 4. HNI organiseert een aantal publieke en besloten events en gesprekken over talentontwikkeling, met onderwijsinstellingen, organisaties en beleidsmakers. 5. Het Nieuwe Instituut presenteert makers op internationale podia of geeft het advies aan ontwerpers die internationaal willen werken.</p>
<p>6. Verantwoordelijkheden  (informereren, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>De beeldvorming gaat verder dan design. De educatieve activiteiten kennen twee benaderingen. De eerste betreft de museale educatie rond het actuele tentoonstellingsprogramma dat inzicht geeft in de drie ontwerpdisciplines. De tweede leerlijn rond architectuur en erfgoed wordt gerelateerd aan het Rijksarchief en zal, in afstemming met de lokale architectuurcentra en educatie aanbieders landelijk worden gedistribueerd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Er wordt gefocust op actualiteit en innovatie, ook per discipline</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>De programmatie is gedifferentieerd. Er gaat ook specifiek aandacht uit naar kinderen en jongeren. Naast een klasgericht aanbod omvat dit programma ook een jeugd aanbod voor de bso (basisonderwijs), individueel- en familiebezoek en verjaardagen.</p>

<sup>3</sup> Onderwijs Cultuur en Wetenschap

<sup>4</sup> Culturele Basis Infrastructuur

## Educatie: Doelgroep & aanbod



- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?

Vanuit het archief worden voortdurend projecten opgezet. Het Rijksarchief is niet alleen een onderzoekscollectie, maar de collectie is zelf ook onderwerp van onderzoek. Dit door onderzoek en interpretatie van de inhoud en delen van de resultaten ervan. Zo kunnen nieuwe ideeën, betekenissen en verhalen ontstaan. Reflectie op de impact van het digitale archief ten opzichte van het papieren archief speelt daarbij een centrale rol. Zowel de vraag **wat bewaren als hoe dat doen** wordt steeds opnieuw gesteld en beantwoord. De vraag wat te bewaren bevindt zich op het kantelpunt van een overwegend monografisch gebaseerd verzamelbeleid naar een thematische benadering, die meer nadruk legt op de **maatschappelijke context van architectuur**. De vraag hoe archieven bewaren wordt bepaald door de aard van het materiaal dat ontwerpers produceren. Dat is in toenemende mate 'born-digital', terwijl het huidige proces van verzamelen, ontsluiten en beschikbaar stellen nog grotendeels is ingericht op analogo materiaal. Deze veranderingen, die zullen leiden tot een aangescherpt verzamelbeleid en de inrichting van een e-depot, vormen aanleiding tot onderzoek, samenwerking en kennisuitwisseling.

### PROMOTEN

- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?

De promotionele strategie van de instelling is het coördineren van de Nederlandse deelname aan grote tentoonstellingen zoals de Architectuur Biënnale van Venetië. Aanvankelijk waren er statelijke presentaties bij drie architectuubiënnales: die van Venetië, São Paulo en Shenzhen. Inmiddels hebben zowel Sao Paulo als Shenzhen een ander model gekozen waarin geen plaats meer is voor nationale paviljoens. In die steden onderzoekt Het Nieuwe Instituut per editie naar mogelijkheden om duurzame vormen van samenwerking te ontwikkelen op basis van kennisuitwisseling en netwerkvorming.

- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?

In het Internationaal Bezoekersprogramma (zie boven) waarbij ieder jaar tientallen internationale professionals een bezoek aan Nederland brengen, worden vaak contacten geïnitieerd via de ambassades. In dit geval worden de bezoekersprogramma's opgezet in samenwerking met de ambassades.

- Doet de organisatie aan publiekswerking?

Publiekswerking wordt oa. ook door formats bepaald. Publieksonderzoek toont aan dat de keuze voor thema's als onderscheidend wordt ervaren en ook voor een passerende bezoeker aanleiding kan zijn het instituut te bezoeken. Het instituut werkt ieder jaar één programma uit op basis van een thema die het ook presenteert. Dit wordt aangevuld met disciplinair georganiseerde programma's om publieksbereik te vergroten. Bovendien wordt met (tijdelijke) radicale transformaties geëxperimenteerd om nieuwe wegen uit te proberen.

- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?

<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> </ul> <p>Waar mogelijk en relevant presenteert Het Nieuwe Instituut ook Nederlandse ontwerpers op een internationaal designpodium, zoals in Londen, Istanbul en Milaan. Op basis van de taken van internationalisering bij het Agentschap worden Nederlandse ontwerpers gepresenteerd op verschillende internationale podia, worden ze in staat gesteld internationale curatoren, ontwerpers en onderzoekers te ontmoeten en worden zogenoemde cross-overs georganiseerd die de uitwisseling van kennis mogelijk maken. Daarnaast vervult het Agentschap een coördinerende rol binnen de infrastructuur die Nederland kent op het gebied van internationalisering, die bijvoorbeeld tot uiting komt in de adviesfunctie voor ontwerpers die in het buitenland willen werken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>De doelstelling van R&amp;D is om een kritische cultuur te ontwikkelen die gezamenlijke en open-source vormen van onderzoek stimuleert. Het instituut profileert zich als dé plek waar deze veranderingen worden gepresenteerd, besproken en voor een breed publiek toegankelijk worden gemaakt. Daarvoor is een stevige band met het kennis- en innovatienetwerk van de creatieve industrie in Nederland (Click) gewenst. Zie ook het platform <i>Talent</i> die ruimte biedt voor reflectie op dominante ideeën over talent en talentontwikkeling.</p> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>Ondersteuning in samenwerking: het programma Talentontwikkeling van de ministerie van OCW<sup>5</sup> (zie boven).</p> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>Door bij te dragen aan het lerend vermogen van professionals, voegt het instituut waarde toe aan de creatieve industrie. De bredere community levert goede mogelijkheden voor talent matching, waarbij de <b>verbinding</b> wordt gelegd tussen ontwerpers en opdrachtgevers.</p>
<p>8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices<sup>6</sup></p>	
<p>9. Doelstellingen/rollen met bijzondere</p>	

<sup>5</sup> Onderwijs Cultuur en Wetenschap

<sup>6</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?



<https://www.bno.nl/> (2021-07-03)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	Hoe wordt het werkkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? Het ontwerpvak is belangrijk en heeft een grote impact.</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue? Ja, het ontwerpvak.</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip? Ze staan allebei als centraal begrip.</li> <li>- Wat is het doelgroep dat het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger? De BNO is een vereniging, opgericht door ontwerpers en voor ontwerpers en heeft een geschiedenis van ruim honderd jaar. De BNO is de <b>grootste community van ontwerpers en ontwerp bureaus in Nederland</b> en is daarbovenop een professioneel team dat ontwerpers en hun vak op allerlei manieren ondersteunt en promoot. Het instituut is gevestigd in Amsterdam, maar daarnaast is ook binnen en buiten Nederland present met activiteiten.</li> </ul>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft? Er is een holistische aanpak met grote impact.</li> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties? Beide zijn een bekommernis.</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul>			

	<p>De huidige BNO is in 1996 ontstaan uit de fusie van hiervoor separaat actieve beroepsverenigingen, namelijk de bNO<sup>1</sup> (voorheen GVN<sup>2</sup>), bVV<sup>3</sup> (voorheen VES<sup>4</sup>), KIO<sup>5</sup>, KIO-branch, NIC<sup>6</sup> en BNS<sup>7</sup>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Ja, de <b>verbindende rol</b> is de hoofdtaak van de organisatie: de BNO verbindt, vertegenwoordigt en versterkt ontwerpers in Nederland.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>Ja, van de ontwerpersgemeenschap.</p>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p><b>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</b></p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p><b>Informereren, ondersteunen, inspireren</b> zijn de belangrijkste doeleinden.</p> <p>De BNO is een ledenorganisatie met de grootste community van ontwerpers en ontwerp bureaus in Nederland en is daarbovenop een professioneel team dat ontwerpers en hun vak op allerlei manieren ondersteunt en promoot.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p><b>Onrechtstreeks wel.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>De BNO doet het noodzakelijke lobbywerk en geeft <i>Dd, Dutch Designers magazine</i> uit. Daarnaast zorgt de BNO ook nog voor andere informatiekanaalen. Zie verder.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p><b>Er wordt onrechtstreeks van uitgegaan.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Via een heel brede gamma, tot in de puntjes uitgedacht, biedt BNO diverse soorten ondersteuning aan designers. Zie verder meer in detail.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>De ontwerper is de focus.</p> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen?</li> </ul> <p>De BNO heeft een algemeen bestuur en een dagelijks bestuur. Het algemeen bestuur is eindverantwoordelijk voor beleid, de uitvoering en financiën. Om de dagelijkse leiding van de BNO zo goed mogelijk te laten verlopen zijn een aantal taken gedelegeerd naar het dagelijks bestuur en de directeur van de BNO.</p> <p>Er is ook een Raad van Toezicht met twee belangrijke taken: de toelating van nieuwe leden tot de BNO en de beoordeling van klachten op grond van de Gedragscode.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p><b>Men wil vooral ondersteunen en informeren.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> </ul> <p><b>De dienstverlening is voor de volledige loopbaan, algemeen maar ook persoonlijk op maat.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p><b>Beide zijn even belangrijk en verdienen zowel promotie als ondersteuning.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>

<sup>1</sup> Beroepsvereniging van Nederlandse Ontwerpers

<sup>2</sup> Grafische Vormgevers Nederland

<sup>3</sup> beroepsvereniging Vrije Vormgevers

<sup>4</sup> Vrije Vormgevers

<sup>5</sup> Kring Industriële Ontwerpers

<sup>6</sup> Vereniging Nederlandse Illustratoren Club

<sup>7</sup> Bond van Nederlandse Stedenbouwkundigen

<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als <b>onderzoeksforum en als agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>De BNO Academie biedt een reeks trainingen aan. Zie verder.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>De BNO biedt nieuws en artikelen aan voor en door de ontwerpsector. Zie meer in detail bij ondersteuning aan designers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>In een zekere zin is alles wat de BNO doet ook promotioneel en communiceert ze het belang van het ontwerppraktijk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>De BNO is een mooi voorbeeld van een transparant venster door alle ontwerpers onder één koepel te verenigen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Het is een uitgebreid zakelijk ondersteuningsapparaat. Zie verder.</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Alle ontwerpers zijn designspelers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Ja, heel sterk zelfs, alleen al door het feit dat de BNO alle ontwerpers verenigt<sup>8</sup>. Er is ook bv. de <b>BNO-ereleden</b>: mensen die vanwege hun grote verdiensten voor het vak en/of de vereniging worden benoemd tot erelid. Daarmee wordt voor alles eer betoond, en fungeren de ereleden als iconen en ambassadeurs voor het ontwerpvak. Het is een soort 'hall of fame' van mensen. Allereerst is deze bijzondere status een teken van grote waardering en dank. Daarnaast fungeren ereleden als ambassadeurs die op uiteenlopende manieren kunnen bijdragen aan het aanzien en de betekenis van het ontwerpvak. Ereleden zijn bovendien ook inspiratiebron voor andere ontwerpers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Zie de programma's en activiteiten, daaruit blijkt dat dit zeker het geval is.</p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>De BNO treedt op als een <b>dienstverlenende vereniging</b>. Actieve matchmaking (Matchmaking &amp; Jobs<sup>9</sup>) is een van de mogelijkheden. De BNO zet vacatures uit die onder ruim 25.000 bezoekers per maand worden verdeeld. BNO-leden met een lidmaatschap kunnen gratis vacatures plaatsen. Zien nog verder de <b>Driving Dutch Design</b> programma dat hét <b>professionaliserings- en netwerkprogramma</b> is van ABN AMRO, BNO en Dutch Design Foundation.</p>

<sup>8</sup> De huidige BNO is in 1996 ontstaan uit de fusie van hiervoor separaat actieve beroepsverenigingen, namelijk de bNO (voorheen GVN), BVV (voorheen VES), KIO, KIO-branche, NIC en BNS. Ereleden die door deze verenigingen zijn benoemd, zijn door de BNO 'overgeërfd'.

<sup>9</sup> <https://www.bno.nl/matchmaking/vacatures-2>

	<p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p>De BNO biedt een <b>Matchmaking &amp; Jobs dienst</b> aan, niet alleen voor net afgestudeerden maar voor iedereen<sup>10</sup>. Om afgestudeerden te helpen bij de stap van opleiding naar ontwerppraktijk, geeft <b>BNO Business Boost workshop</b> gericht op derde- en vierdejaars studenten. In de workshop komen alle zakelijke en juridische uitdagingen waar afgestudeerden aan het begin van hun carrière mee worden geconfronteerd aan bod<sup>11</sup>. Tijdens de workshop komen vragen aan de orde, zoals: Hoe start ik een bedrijf en kan ik dat ook met anderen doen? Hoe maak ik een offerte? Wat zijn verdienmodellen? Wat zijn algemene voorwaarden en wat kan ik ermee? Wat is auteursrecht en hoe komt het tot stand? Hoe zorg ik ervoor dat iemand anders er niet met mijn idee vandoor gaat? Ook krijgen de studenten voorafgaand aan de workshop de mogelijkheid om vragen of situaties die zij willen bespreken in te sturen. Afhankelijk van de omvang van de groep studenten die deelneemt, worden opdrachten in de workshop opgenomen.<sup>12</sup> Met het éénjarige programma <b>Young Alumni Club (YA)</b> hielp de BNO afgestudeerde ontwerpers om hun carrière een vliegende start te geven. YA bood informatie, kennis, vaardigheden, een netwerk en een podium zodat de studenten zich konden ontwikkelen tot echte professionals<sup>13</sup>.</p>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Het gaat over alle ontwerpers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>De verspreiding van het belang van het ontwerpvlak vloeit voort uit de activiteiten van de BNO.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Alle ontwerpers zijn welkom.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul>
<p>5. Actoren en hun financiering</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p>

<sup>10</sup> <https://www.bno.nl/matchmaking/vacatures-2>

<sup>11</sup> <https://www.bno.nl/page/bno-business-boost>

<sup>12</sup> De workshop duurt 3 uur en is als volgt opgebouwd: Legal talk (1 uur); Business & Finance talk (1 uur); Vraag & Antwoord (1 uur). BNO Business Boost wordt in het Engels en Nederlands aangeboden en gaat alleen door als er minimaal 15 deelnemers zijn. Na afloop krijgen de deelnemers hand-outs waarin de gehele inhoud van het programma is opgenomen.

<sup>13</sup> Nog initiatieven voor jonge designers: Tijdens Dutch Design Week editie 2018 en 2019 werd er samen met de afgestudeerden een grote expositie georganiseerd. Ze waren betrokken bij elk onderdeel van het evenement: van het bouwen van het tentoonstellingsmateriaal tot het creëren van de visuele identiteit en het contacteren van sprekers voor de Avondsessies.

<p>(ondersteunen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>14</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p><u>Werktuig PPO</u>: bijdrage studiekosten. Werkenden in de culturele en creatieve sectoren kunnen een beroep doen op PPO: het werktuig voor <b>permanente professionele ontwikkeling</b>, PPO, staat open voor zowel werknemers in loondienst als zelfstandigen/zzp'ers<sup>15</sup> voor aanvragen van een bijdrage voor het mede financieren van hun professionele ontwikkeling. De subsidie is ook inzetbaar voor verschillende onderdelen van de BNO Academie en dus ook voor een BNO Intervisie (zie hieronder).</p>
<p>6. Verantwoordelijkheden</p> <p>(informereren, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Er wordt aan gewerkt door middel van een grote informatiestroom op de website en via het tijdschrift Dd Dutch Designer Magazine. De online versie is gratis voor leden, maar wordt ook automatisch kosteloos verspreid onder ontwerpers en bureaus die zijn aangesloten.</p> <p>Dd, Dutch designers Magazine duikt in de wereld van designers en de creatieve community om hen heen. Wie zijn ze, hoe denken ze en wat fascineert ze? Hoe runnen ze hun creatieve business? Welk werk maken ze en waarom, en hoe verloopt hun creatief proces? Dit zijn vragen waarop antwoorden worden gezocht.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk-(artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Alle thema's.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Ja, er is differentiatie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Beide komen aan bod.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Op elke mogelijke manier probeert de BNO aan iedereen te vertellen over de kracht en mogelijkheden van het ontwerpvak. Bijvoorbeeld via het participeren van design prijzen en awards.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> </ul> <p>Zie hierbij bv. de BNO-ereleden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Ja. Het winnen van een award voor eigen vakgebied kan de ontwerper een flinke boost geven. BNO heeft zelf verschillende awards die zij uitrijkt, (mede)organiseert of waarvan de BNO onderdeel is van de jury<sup>16</sup>. Awards die de BNO organiseert: elke twee jaar de <b>BNO Piet Zwart Prijs</b>, een onderscheiding voor een ontwerper met een grote betekenis voor het Nederlandse ontwerpvak. De prijs bestaat uit een trofee, een bijeenkomst en een presentatie die in het teken staan van de winnaar en zijn of haar werk. Daarnaast is er nog de <b>BNO Packaging Talent Award</b> voor jonge ontwerpers en ontwerpstudenten: aan de hand van een briefing wordt een (conceptuele) design-oplossing gevraagd voor een food of een non-foodverpakking.</p>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt het design centrum/instelling anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p>

<sup>14</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

<sup>15</sup> Zelfstandige zonder personeel

<sup>16</sup> Awards waarin de BNO participeert of ondersteunt: European Design Awards: een samenwerking tussen ruim twintig Europese designmagazines, -sites en -blogs, waaronder Dd, Dutch Designers Magazine, een uitgave van de BNO; Dutch Design Awards, een initiatief van de BNO en DesignLink, belooft het beste op het gebied van Dutch design en brengt winnaars onder de aandacht bij vakgenoten, pers en het grote publiek; Best Verzorgde Boeken waarbij jaarlijks Nederlandse uitgeverij, ontwerpers en drukkers 300 à 400 boeken voorleggen aan een vijfköppige jury die vervolgens de Best Verzorgde Boeken selecteren.

<p>centra, organisaties en steunpunten</p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p><u>Juridisch advies</u></p> <p>Zo divers als de verschillende ontwerpdisciplines kunnen zijn, zo divers zijn ook de problemen of vraagstukken die ontwerpers tegenkomen. De <b>adviseurs van de BNO</b> ondersteunen BNO-leden bij de problemen waar zij in de praktijk mee worden geconfronteerd. Leden kunnen bij hen terecht met al hun vragen op zakelijk en juridisch gebied. De focus van juridisch advies bij de BNO ligt op intellectuele eigendomsrechten, commerciële contracten, privacy en algemene voorwaarden. Bij vragen over andere juridische aangelegenheden, zoals huurrecht of arbeidsrecht, verwijst de BNO leden door naar een specialist<sup>17</sup>. Naast eerstelijnsadvies bestaat ook de mogelijkheid om door de eigen adviseurs te worden doorverwezen naar <b>tweedelijns adviseurs</b>. Dat zijn advocaten die werken via de Stichting Rechtshulp Ontwerpers. Een <b>persoonlijke helpdesk</b> dus voor concrete adviezen, zodat leden direct weer aan de slag kunnen. Adviseurs zijn bereikbaar per telefoon of via mail.</p> <p><u>Inspireren, informeren, ondersteunen</u></p> <p>De BNO biedt activiteiten en programma's aan, georganiseerd door de BNO om de designer verder te brengen in zijn/haar praktijk en om de ontwerpsector in het algemeen te <b>inspireren, informeren en ondersteunen</b>. Het designersvak is constant in beweging. Als BNO-lid kan de ontwerper voor weinig geld zijn/haar kennis en vaardigheden op peil houden. Het aanbod is divers, variërend van hands-on trainingen zoals pitches, acquisitie &amp; presenteren tot cursussen gericht op je persoonlijke ontwikkeling:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>BNO Academie</u>: trainingen, BNO Start, Intervisie, mentoring, coaching en Business Boost-workshop en In-company-training</li> <li>- <u>Trainingen</u>: leer beter onderhandelen met je klanten of leer de basistechnieken van goed projectmanagement. Het aanbod is divers.</li> <li>- <u>BNO Start</u><sup>18</sup>: leer hoe een opdracht kan binnengehaald worden via social media, hoe je de juiste prijs vraagt voor je werk, welke afspraken je maakt over je rechten of hoe je uiteindelijk geld overhoudt om van te leven. BNO Start omvat workshops, een kennismaking met de bureaupraktijk en een mentortraject. Centraal staan het ontwikkelen van basis ondernemersvaardigheden, een starterstoolkit en een professionele werkhouding. BNO Start werkt ook met mentors<sup>19</sup>. Alle mentors zijn lid van de BNO of werkzaam bij een bureau dat lid is. Zij doen dit vanuit de passie om hun kennis en soms ook hun netwerk te delen met de deelnemende starters. De mentors ontvangen hiervoor geen vergoeding. BNO Mentoring is alleen beschikbaar voor leden. Er zijn geen kosten aan verbonden<sup>20</sup>.</li> <li>- <u>Peer-to-peer coaching of BNO Intervisie</u></li> </ul> <p>Voor BNO Intervisie gebeurt de werving continu. De groepen worden op basis van profiel samengesteld. Zodra een groep compleet is, worden er in onderling overleg, data en locaties afgesproken. Als je vragen en/of problemen hebt in je dagelijkse werkpraktijk en behoefte hebt aan feedback, kan je je inschrijven voor BNO Intervisie. Met intervisie leer je met vakgenoten om beter te worden in je werk. In een groep van 5 à 7 mensen reflecteer je in sessies van ongeveer drie uur op een aantal ingebrachte cases. Dat doe je onder begeleiding van een coach. Vertrouwen en veiligheid staan</p>
---	--

<sup>17</sup> Zakelijk en juridisch adviseurs zijn ter beschikking. Via een zakelijk adviseur: alle vragen over het opstellen van offertes, begrotingen of tarieven. Het kunnen ook hele omvattende vragen zijn over de groei van een bedrijf, nieuwe verdienmodellen of positionering in de markt. Zo kan het zijn dat een lid vast zit in een onderhandeling, een onhandige samenwerking of dat hij/zij door de emoties niet meer weet wat 'slim' is. Kortom er is geen vraag te gek, het gaat erom dat de ontwerper weer verder kan met waar hij/zij goed in is. Via een juridisch adviseur: Bij hun kunnen leden terecht met alle vragen over bijvoorbeeld contracten en algemene voorwaarden. Ook als een lid vragen heeft over de overdracht van auteursrechten of licenties kan hij/zij die aan hun stellen. Over overeenkomsten: onduidelijkheden bij overeenkomsten voor beter begrip of eventuele aanpassingen indien nodig.

<sup>18</sup> 7 bijeenkomsten (fysiek/online); 5 workshops; 5 gesprekken met een mentor; 3 bureaubezoeken / kennismaking met de bureaupraktijk; 1 ronde tafelsessie met vakgenoten; 1 lente-sessie; Starterstoolkit; Zakelijk en juridisch support op maat; Een uitgebreid nieuw en relevant netwerk.

<sup>19</sup>Een mentor is vooral interessant wanneer je een nieuwe impuls aan je carrière wilt geven. In staat zijn om met een frisse blik naar je eigen beroepspraktijk te kijken is een voorwaarde. BNO-mentoren zijn inspirerende professionals uit verschillende vakgebieden binnen de ontwerpsector. Zij zijn bereid om hun kennis, ervaringen en soms zelfs hun netwerk te delen. In veel gevallen is het nodig om de nieuwe inzichten die het contact met je mentor je hebben opgeleverd te matchen met de dienstverlening van BNO. Bijvoorbeeld als het gaat om het maken van afspraken met producenten of opdrachtgevers, over het beschermen van je werk, het aannemen van personeel of over het samenwerken met verschillende soorten partners. Vandaar het advies om naast de gesprekken met de mentor ook een afspraak te maken met een medewerker van BNO Advies. Zij kunnen precies vertellen hoe je bepaalde zaken het beste kunt aanpakken.

<sup>20</sup> Voorwaarden voor deelname van mentorschap: Je bent de gehele dag beschikbaar voor de kick-off; Je bent aanwezig bij de wrap-up bijeenkomst; Je bent bij minimaal 2 van de 3 bureaubezoeken aanwezig; Je hebt een proactieve en professionele houding en staat open voor gemotiveerde feedback van je mentor; Je bent bereid om een wederdienst te leveren als je mentor daarom vraagt. Deze wederdienst is werk gerelateerd en zal maximaal 40 uur in beslag nemen.

daarbij voorop zodat iedereen zich kwetsbaar kan opstellen. Na een keer of vier neemt de coach afscheid en gaat de groep zelfstandig verder. Idealiter kom je met jouw groep eens in de zes weken bij elkaar voor de periode van ongeveer een jaar. Waarom Intervisie? Het geeft inzicht in je eigen werksituatie, nieuwe handelingsperspectieven en oplossingen; het verhoogt je reflectieve vermogens en het verruimt de kennis over jezelf door blinde vlekken te ervaren en te ontdekken; daarnaast vergroot het je mensenkennis en communicatieve vaardigheden. Deze manier van werken werkt aantoonbaar stress-verlagend en probleemoplossend; versterkt het netwerk van mensen waarbinnen jij je vertrouwd en veilig voelt. BNO Intervisie wordt voor iedereen uit de ontwerp-sector aangeboden. En ook alle functies zijn welkom: ontwerpers, projectmanagers, creatieve strategen en zakelijk directeurs.

Bij een coaching traject gaat het om vraagstukken zoals:

- Loopbaan en carrière;
- Het bepalen van de juiste product/markt combinaties;
- Het maken van kansrijke keuzes;
- Het invullen van je rol als leider, manager of ondernemer;
- Persoonlijke effectiviteit in werk (prioriteiten stellen, tijd- en stressmanagement);
- Persoonlijke effectiviteit in communicatie, samenwerken en feedback geven;
- Het helder krijgen van persoonlijke drijfveren en overtuigingen;
- Het oplossen van problemen met anderen;
- Leiderschapsontwikkeling;
- Persoonlijke ontwikkeling;
- Aanbestedingen;
- Sales.

Om afstudeerders te helpen bij de stap van opleiding naar ontwerppraktijk, geeft **BNO Business Boost workshop** gericht op derde- en vierdejaars studenten. Zie meer hierboven.

**Driving Dutch Design** is hét **professionaliserings- en netwerkprogramma** van ABN AMRO, BNO en Dutch Design Foundation, dat gedreven ontwerpers op weg helpt in de wereld van het ondernemerschap. Ontwerpers zijn eigenzinnige mensen die werken vanuit hun passie. Een groot idee. Om dat idee uit te kunnen voeren, worden ze ondernemer. Ondernemerschap zit echter vaak niet in het bloed van de ontwerper; bedrijven worden opgericht ten behoeve van het ontwerp en zelden ten gunste van de ontwerper. Via DDD maken ABN AMRO, BNO en DDF van deze **ontwerpers ook ondernemers**. Elk jaar starten circa 20 studio's aan dit intensive professionaliseringstraject. Negen maanden lang volgen de geselecteerde ontwerpers, de Drivers, masterclasses op het gebied van ondernemen. Daarnaast ontwikkelen zij zich onder leiding van een persoonlijke ABN AMRO coach.

Parallel aan dit traject wordt **Bureau DDD** opgericht. In dit tijdelijke bedrijf werken de Drivers toe naar Dutch Design Week. Hier presenteert ieder zich op een manier die het beste past bij de studio en product of service. Daarin ondersteund door het netwerk en de kennis van de initiatiefnemers, partners en andere deelnemers. Ook het Drivers Pitch Event krijgt vorm binnen Bureau DDD.

De BNO heeft een werking via **platforms**. Een aantal keer per jaar worden vakinhoudelijk bijeenkomsten bij de daarvoor opgerichte platforms georganiseerd. Daarnaast zijn er de regioplatforms. Binnen deze platforms is op vrijwillige basis een groot aantal leden actief. Verspreid over heel Nederland organiseert de BNO drukbezochte events waar ontwerpers elkaar kunnen ontmoeten en inspiratie opdoen.

Regioplatforms: Platform Zefir7 (Den Haag), de langstlopende regiobijeenkomst van de BNO, met zo'n tien inspirerende bijeenkomsten per jaar; Platform BNO Utrecht organiseert avonden met sprekers uit het vakgebied (in de breedste zin) en met inspiratie als uitgangspunt; Platform BNO Zwolle zorgt telkens weer voor boeiende avonden met lezingen door spraakmakende personen uit aanverwante disciplines; Platform BNO Creative Café (Almere, 't Gooi) wil inspiratie uitlokken door presentaties van gevestigde ontwerp bureaus en nieuw talent in een gezellige en informele setting; Platform BNO IMG LAB (Rotterdam) organiseert avonden met steeds verschillende sprekers voor ontwerpers en beeldmakers in Het Nieuwe Instituut in Rotterdam; Platform BNOord (Noord-Nederland) organiseert activerende en fascinerende avonden met uiteenlopende onderwerpen op het gebied van ontwerp; Platform BNO Zuid (Noord-Brabant, Limburg) BNO Zuid organiseert de online tentoonstelling Viral Expo op Instagram.

Vakinhoudelijke platforms: Platform BNO NEXTpack promoot de positie en ontwikkeling van packaging design in Nederland bij de BNO aangesloten brand/packaging designbureaus; Bij BNO HRM-overleg worden 4x per jaar HR-managers van de bureauleden van de BNO uitgenodigd om met elkaar te sparren over het vak; Platform BNO Creative Directors Forum nodigt 2x per jaar de creatieve directeurs van de bureauleden van de BNO uit om



kennis met elkaar uit te wisselen en van elkaar te leren; Platform BNO Internationaal richt zich op bureaus met een internationale praktijk die hun ervaringen willen delen.

- Treedt de organisatie op als **aanspreekpunt** voor de designer?

De BNO biedt **uitgebreide informatie** van de website over de volgende thema's<sup>21</sup>:

- Nieuwe Europese auteursrechtregels: verandert er iets voor jou als ontwerper?
- Waar moet ik aan denken als ik ga samenwerken?
- Welk btw-tarief moet ik hanteren voor mijn webshop?
- Wat zijn NFT's (non-fungible token)?
- Brexit en licenties: hoe zit dat?
- Wat kun je doen als je onderneming in zwaar weer verkeert?
- Wat kost het om lid te worden van de BNO?
- Moet je je als zelfstandig ontwerper inschrijven bij de Kamer van Koophandel?
- Organiseert de BNO speciale activiteiten voor bureaus?
- Welke verzekeringen zijn er en welke zijn verplicht?
- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun **ontwikkeling** te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?
- Hoe worden designers gesteund in hun **presentaties** (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?
- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van **reflectie** of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?

#### AAN BELEIDSMAKERS

- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van **praktijkontwikkeling** om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?
- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?
- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?

#### AAN BEDRIJVEN

- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)
- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier
- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?

De BNO heeft een dienst om het bureau, de ontwerper, de begeleiding of baan te vinden die men zoekt. De BNO zet ook vacatures uit die onder ruim 25.000 bezoekers per maand worden verdeeld. De plaatsing van een vacature kost 300 euro. BNO-leden met een bureaulidmaatschap plaatsen vacatures gratis.

BNO organiseert ook **incompany-trainingen**, afgestemd op de specifieke situatie binnen je bureau. Als organisatie ken je je eigen dynamiek, bedrijfscultuur en ontwikkeling. Trainingen en opleidingen zijn het meest effectief als deze aansluiten op de specifieke situatie binnen jouw bureau, zo worden alle neuzen dezelfde kant op gezet. Ook vindt er een diepte-investering plaats in de ontwikkeling van relevante competenties voor de medewerkers én het gehele team. Om dit proces te ondersteunen biedt de BNO incompany-trainingen aan, afgestemd op de specifieke situatie van jouw bureau.

De voordelen van Incompany-trainingen zijn de volgende: de besproken voorbeelden en onderwerpen worden geheel afgestemd op de situatie van je bedrijf; In de training maken we concrete (werk)afspraken over een andere aanpak; Als deelnemer ondersteun je elkaar in het toepassen van het geleerde; Het gezamenlijk volgen van een training heeft een opbouwend effect op je team.

Afhankelijk van de ontwikkelvraag van een bedrijf zijn de volgende trainingen mogelijk:

- Leiderschapsontwikkeling
- Managementvaardigheden
- Teamontwikkeling, voor bijvoorbeeld het MT of een projectteam
- Communicatie- en adviesvaardigheden (w.o. brieven en debrieven)
- Commerciële vaardigheden (acquisitie/relatiebeheer/offertes maken)
- Presenteren en Pitchen
- Effectief én efficiënt werken, voor het gehele bedrijf
- Gezond leven met stress.

<sup>21</sup> <https://www.bno.nl/vraag/faq-1>

8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>22</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>22</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.

14.ES

## Barcelona Design centre – BcD



<https://www.bcd.es/> (2021-06-22)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> </ul> <p><i>We understand design as a factor of transformation for competitiveness, sustainability and a positive impact on society.</i></p> <p>De missie is het promoten van design als een sleutelfactor voor bedrijfsinnovatie, concurrentievermogen en ook als een discipline die onze levensstandaard verbetert. Design is een krachtig middel om verandering te realiseren en om innovatie om te zetten in vooruitgang. Dat is zowel de opvatting van het Barcelona Design Centre (BcD) als van de Europese Commissie (met een Design for Innovation Policy sinds 2011) of het World Economic Forum. Het is bovendien een multidisciplinaire bondgenoot voor alle productiesectoren van onze economie en de uitdagingen waar onze samenleving voor staat. Om de strategische waarde van design en de economische en sociale impact ervan aan te tonen, werkt BcD er intensief aan om de erkenning van design in overheidsbeleid werkelijkheid te laten worden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> </ul>			

	<p>Zowel Barcelona staat centraal als de uitdagingen van de samenleving en de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen die geformuleerd zijn in de United Nations Sustainable Development Goals (2030 Agenda<sup>1</sup>). Op basis van deze aanbevelingen worden diverse programma's geïnitieerd<sup>2</sup>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> </ul> <p>Neen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> </ul> <p>Men neemt vooral 'design thinking' als uitgangspunt. Zowel voor de individuele ontwerper als voor elke ondernemer.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft? Alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>De burger als doelgroep speelt expliciet een rol in de sinds 2006 georganiseerde <b>Barcelona Design Week</b> (zie meer hieronder).</p>
<p>2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)</p>	<p><b>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</b></p> <p>BcD is een particuliere non-profit organisatie, die werd opgericht in 1973. Het telt 157 leden, heeft een omzet van 2.500M euro en opereert met een raad van trustees. De organisatie is omringd door talrijke belangenbehartigende organisaties, belangrijke sponsors en partners. Barcelona beschikt over een aantal andere organisaties die zich bekommeren over design en architectuur.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ADI-FAD is de Vereniging Industrieel Ontwerpen voor de Ontwikkeling van Decoratieve Kunsten. Het is een culturele instelling zonder winstoogmerk die functioneert dankzij de bijdragen van haar leden. Haar belangrijkste doelstelling is het bevorderen en ontwikkelen van industriële vormgeving op sociaal, institutioneel en bedrijfsniveau.</li> <li>• FAD of Arts and Design Promotion is een private, onafhankelijke vereniging zonder winstoogmerk die tot doel heeft design en architectuur in het culturele en economische leven van het land te bevorderen.</li> <li>• IAAC is het Institute for Advanced Architecture van Catalonia. Het is een internationaal centrum voor onderwijs en onderzoek dat zich richt op architectuur, opgevat als een discipline die verschillende schalen omvat van territoriale analyses, stedelijke ontwikkelingen, architectonische projecten tot digital fabrications and informational environments.</li> <li>• ADG-FAD is ook een private non-profitorganisatie met een internationaal bereik. Het doel is het promoten van de cultuur van grafisch ontwerp en visuele communicatie.</li> <li>• CCCB, het Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, organiseert en produceert tentoonstellingen, debatten, festivals en concerten, programmeert filmcycli, cursussen en lezingen, en moedigt creatie aan met behulp van nieuwe technologieën en talen.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Ja, de aanpak is zowel holistisch en multidimensionaal. We hebben het dan vooral over innovatie en duurzaamheid van organisaties (bedrijven en entiteiten) maar ook over ondersteuning van creatief ondernemerschap.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> </ul> <p>Beide thema's zijn belangrijk.</p>

<sup>1</sup> With 17 Sustainable Development Goals: Goal 1. End poverty in all its forms everywhere Goal 2. End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture Goal 3. Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages Goal 4. Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all Goal 5. Achieve gender equality and empower all women and girls Goal 6. Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all Goal 7 Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all Goal 8. Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all Goal 9. Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation Goal 10. Reduce inequality within and among countries Goal 11. Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable Goal 12. Ensure sustainable consumption and production patterns Goal 13. Take urgent action to combat climate change and its impacts Goal 14. Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development Goal 15. Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss Goal 16. Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels Goal 17. Strengthen the means of implementation and revitalize the Global Partnership for Sustainable Development in *Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015*.

<sup>2</sup> Over een hele reeks projecten: zie jaarverslag. In dit document alleen enkele voorbeelden opgenomen.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel? Het BcD maakt deel uit van het European Design Leadership Board van de Europese Commissie, een denktank die de rol van design in het innovatiebeleid van Europa moet definiëren. BcD neemt deel aan Europese projecten zoals Design4Innovation en is ook actief lid van BEDA (The Bureau of European Design Associations).</li> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem? Het Barcelona Design centre is een referentiecentrum dat bijdraagt tot de versterking van het concurrentievermogen van bedrijven en ondernemers en Barcelona consolideert als een internationaal jkkpunt op het gebied van design. Op het gebied van binnenlands beleid heeft het centrum het eerste Spaanse Design Ecosysteem geleid en gecoördineerd, een platform dat de verschillende actoren identificeert en studies samenbrengt die BcD in staat stelt de Spaanse designsector te positioneren ten opzichte van andere economische sectoren. Het Barcelona Design Centre is ook partner van het <b>New European Bauhaus</b>, een initiatief dat de Europese Green Deal verbindt met onze leefruimtes. Het roept alle Europeanen op om samen een duurzame en inclusieve toekomst te bedenken en te bouwen, die mooi is voor oog, geest en ziel. Het is een creatieve en interdisciplinaire beweging in wording. Daarnaast is het ook een platform voor experiment en verbinding, en bevordert de samenwerking tussen denkers en doeners die onze toekomstige manier van samenleven willen ontwerpen. Het is een <b>brug tussen de wereld van wetenschap en technologie en de wereld van kunst en cultuur</b>. Het New European Bauhaus is een uitnodiging om van perspectief te veranderen en onze groene en digitale uitdagingen te zien als kansen om ons leven ten goede te veranderen. Het is een frisse aanpak om samen innovatieve oplossingen te vinden voor complexe maatschappelijke problemen door middel van <b>co-creatie</b>. Dit initiatief heeft tot doel ons denken, ons gedrag en onze markten vorm te geven rond nieuwe manieren van leven en bouwen, <b>onder meer door overheidsopdrachten te beïnvloeden</b>.</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol? Ja, het centrum speelt een verbindende rol via haar leden en activiteiten.</li> <li>- Is er sprake van krachten bundelen? Ja, het instituut bundelt krachten via haar leden en via de uitstraling van de programmatie.</li> </ul>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p><b>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</b></p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal? Ja, het instituut draagt het belang van design uit.</li> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)? Ja. Hierbij is doelgroep de bedrijfswereld maar ook de designer. De thema's zijn: Innovation, Circularity, Sustainability, Regeneration en Collaboration.</li> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> <li>- Wordt er uitgegaan van het hanteren van design principes om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)? Ja.</li> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen? BdC ondersteunt innovatie, creatief talent en promoot Barcelona design wereldwijd. BdC is daarnaast de strategische partner binnen design om waarde te creëren met bedrijven.</li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke? Er wordt gedacht aan een strategische niche namelijk het merk Barcelona bv.</li> </ul> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie worden actuele inzichten op peil gehouden door de sector regelmatig te bevragen.</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot? Ja, dit wordt gerealiseerd via de programmatie.</li> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen? Er worden ondersteuningsactiviteiten georganiseerd voor bedrijven en designers en voor de bezoekers is er het aanbod van het centrum.</li> <li>- Wordt er aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul>

	<p>Voor beide biedt BcD ondersteuningstrajecten aan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Projecten worden georganiseerd met een meerwaarde voor de designsector op het gebied van <b>duurzame innovatie</b>. Een voorbeeld hiervan is <b>Food Design, Food Tech &amp; Social Food</b> die Barcelona's talent belicht met betrekking tot Food Design, waarbij duurzaamheid en innovatie de belangrijkste factoren zijn. Vergelijkbare initiatieven van het BcD zijn evenementen zoals Foodture Barcelona, Summit of Food Design Food Tech &amp; Social Food, maar ook ondernemersprogramma's zoals Design the Restaurant Experience, met ontwerpmethodologieën toegepast op de wereld van catering en gastronomie. Er worden ook samenwerkingsverbanden opgezet om in co-creatie initiatieven te ontwikkelen met design als vector voor sociale verandering in de uitdagingen om duurzaam voedsel te produceren/promoten. Het Europese initiatief Refresh, een initiatief dat de strijd aanbindt tegen voedselverspilling, is daar een voorbeeld van.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Ze bieden aan bedrijven allerhande informatiekkanalen aan ter ondersteuning van innovatief ondernemerschap.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie promotor van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Men voert promotie van het merk Barcelona in de creatieve sfeer en van de internationalisering van lokaal creatief talent. (design inspired in Barcelona).</p> <p>Sinds 2006 is de <b>Barcelona Design Week</b> hét designevenement van Barcelona, maar ook een van de belangrijkste Design Weeks op de internationale kalender (Best architecture, design and technology events voor 2018 &amp; 2019 voor het tijdschrift <i>Dezeen Architecture and Design Magazine</i><sup>3</sup>). Het doel van de Barcelona Design Week is om <b>design naar de burgers</b> te brengen en de <b>sector te mobiliseren</b> om de vitaliteit van Barcelona's design met de wereld te delen, het sociale en economische belang ervan te benadrukken en de verschillende doelgroepen van dit evenement uit te nodigen om het te ervaren. Tijdens de week nemen de belangrijkste agenten van de sector en alle liefhebbers van deze discipline deel aan een uitgebreid programma met meer dan 100 activiteiten die toegankelijk zijn voor de stad. Waaronder met name tentoonstellingen, workshops, conferenties en open dagen, maar ook activiteiten die meer specifiek gericht zijn op het professionele en zakelijke publiek. Barcelona Design Week is een stichtend lid van World Design Weeks, een netwerk dat designweken en -festivals uit de hele wereld omvat.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een transparant 'venster' met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Netwerken is een van de doeleinden van BcD. Om dit verder uit te bouwen, werd onder andere de Cluster Design opgericht.</p> <p>Netwerken is ook een doel bij het uitdragen van missies waaronder de inspanningen van de designwereld op het gebied van de <b>Circulaire Economie</b>, waarbij BcD een nieuw economisch en sociaal model presenteert met als doel op een meer verantwoorde en efficiënte manier te produceren en te consumeren. Circulaire economie integreren in bedrijfsmodellen en productieprocessen, maar ook de gewoonten van de samenleving in het algemeen zijn de thema's. Om dit te realiseren neemt BcD deel aan <b>internationale samenwerkingsprojecten, en voeren ze lokale initiatieven uit</b> zoals de Hula Hoop: the Experience in Circular Design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunende/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als facilitator, moderator en inspirator voor een grotere impact</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>We kunnen zeker een faciliterende en ondersteunende rol terugvinden met betrekking tot zakelijke vormen. Één van de thema's is de meerwaarde van design binnen het bedrijf en meer specifiek op het gebied van <b>user centered design</b> in dienst van innovatieve bedrijfsvoering. Het Barcelona Design Centre werkt samen met verschillende soorten entiteiten uit de sociale en/of zakelijke sfeer, zowel lokaal als internationaal, om de krachten</p>

<sup>3</sup> <https://www.dezeen.com/>

	<p>te bundelen, activiteiten te co-creëren en gezamenlijke waarde te genereren. Entiteiten kunnen deel uitmaken van de Design Cluster, en deelnemen aan BcD Talent conferenties en initiatieven zoals Inspired in Barcelona®. Een voorbeeld van samenwerkingen met entiteiten is de Ashoka European Changemaker Summit, een bijeenkomst die de meest invloedrijke ondernemers/sociale innovators, bedrijfsleiders en filantropen van Europa samenbrengt om kwesties als immigratie, milieu, gender, onderwijs en gezondheid te bespreken. Een ander voorbeeld is de Arts &amp; VFX Fair, een evenement dat VFX, animatie en de digitale industrie een nieuwe focus wil geven door het beste creatieve talent op een speelse manier samen te brengen.</p>
<p><b>3. Betrekking tussen</b>  - de designspelers  - de overheid  - de onderwijsinstellingen    (netwerken)</p>	<p><b>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>De designspelers zijn bedrijven die geïnteresseerd zijn in design en getalenteerde designers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met design spelers?</li> </ul> <p>Ja, dit is het doel voor designspelers vooral via de Design Cluster. Breder gezien, beschikt BcD eveneens over een innovatief ecosysteem waarin industrieën zoals de automobielsector, de technologische sector en de designsector samenwerken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Ja, hieraan wordt expliciet gedacht.</p> <p>Vanuit de overtuiging dat alleen die bedrijven en entiteiten die durven te innoveren erin slagen de markt waarin ze actief zijn te leiden en een positieve verandering teweeg te brengen in de maatschappij zet BcD zich hiervoor in. In het licht hiervan en gebaseerd op creativiteit, design thinking en service design, steunt en (mede)organiseert het Barcelona Design Centre verschillende gepersonaliseerde innovatiestrategieën en -programma's. Dit zijn ondersteunings- en trainingsdiensten waarbinnen BcD optreedt als agent van verandering met het oogmerk multidisciplinariteit, co-creatie, het genereren van kennis en het creëren van verbindingen. Voor elk project worden ad hoc-werkteams opgesteld.</p> <p>Een voorbeeld op het gebied van Innovatie en ondernemerschap is een onderzoeksproject rond Design en circulaire economie. BcD heeft, met steun van het Departement Grondgebied en Duurzaamheid het project "HULA HOOP - The Circular Design Experience" opgericht, een tweedaags evenement gericht op het bevorderen en stimuleren van de circulaire economie door middel van design. Het behandelde het gebied van duurzame mode met verschillende activiteiten die uitnodigen tot reflectie en het verwerven van kennis met betrekking tot strategieën voor herstel en regeneratie van hulpbronnen. Thema's die in de workshops aan bod kwamen zijn sociale milieu-uitdagingen en het belang van verantwoorde consumptie alsmede strategieën om gesloten product- en dienstcycli te verkrijgen. Het initiatief werd zowel aan het professionele publiek en studenten van ontwerpscholen als aan het grote publiek gepresenteerd.</p> <p><b>DESIGNSPELERS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>CLUSTER DESIGN binnen BcD bestaat uit een gemeenschap van meer dan 150 bedrijven, universiteiten en innovatiecentra waar design een strategische as is. Cluster Design is een platform om te inspireren, contact te maken met de gebruiker door middel van emoties, maar ook om innovatieve ervaringen te genereren. Leden krijgen toegang tot de nieuwste trends, innovatieve oplossingen, digitale transformaties en nieuwe vormen van talentmanagement of onderzoek via design.</p> <p><b>OVERHEID</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> </ul> <p>Om de strategische waarde van design en de economische en sociale impact ervan aan te tonen, werkt BcD er intensief aan om de erkenning van design in overheidsbeleid werkelijkheid te laten worden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p><b>ONDERWIJS/ONDERZOEK</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>Universiteiten zijn lid van Cluster Design waar onderzoek expliciet deel van uitmaakt.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen het belang van design af te stemmen in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden om hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<b>4. De relatie tussen designspelers onderling</b>  (netwerken)	<b>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</b>  NETWORKING <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Vooral binnen de Cluster Design is het doel om leden te laten netwerken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van de designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>BdC werkt aan een community van bedrijven die design op waarde kunnen schatten.</p> WAAROM? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Alles gebeurt schottenloos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering, uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Wellicht wel.</p>
<b>5. Actoren en hun financiering</b>  (ondersteunen)	<b>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>Per jaar ongeveer, steunen meer dan 150 bedrijven en entiteiten de Barcelona Design Centre als sponsor of via de Design Cluster, een groep met een omzet van ongeveer 2.500 miljoen euro en met meer dan 8.500 mensen in dienst. Er worden meer dan 100 activiteiten georganiseerd en er is een deelname van meer dan 500 bedrijven en ondernemers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe? (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>4</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul>
<b>6. Verantwoordelijkheden</b>  (informereren, promoten)	<b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</b>  INFORMEREN <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt er gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Via alle kanalen van BcD wordt gewerkt aan bewustwording over het belang van design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Men focust op thema's zoals innovatie, duurzame bedrijfscultuur, talentontwikkeling: allemaal vanuit de meerwaarde van design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Er wordt vooral gedacht aan bedrijven die openstaan voor design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Draait het puur om informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op stimuleren?</li> </ul> <p>Ook pro-actief. Dan hebben we het vooral over educatieve programma's voor bedrijven, maar via de programmatie ook voor het brede publiek.</p> PROMOTEN

<sup>4</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>De promotionele strategie is Design promoten via design activiteiten om zo een gezamenlijke waarde te genereren.</p> <p>Inspired in Barcelona® is een internationaal programma voor meer zichtbaarheid, erkenning en ondersteuning van lokaal creatief talent met innovatief en origineel design. De afgelopen jaren is Bdc uitgegroeid tot een centrum voor talent en creativiteit op het gebied van architectuur, design, kunst en gastronomie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> </ul> <p>De meest betekenisvolle ambassadeur voor Bdc is het Barcelona-gebouw waarin het gevestigd is. Dit is een verankering in de stad en maakt ook meteen de link naar de burger.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> </ul> <p>De afgelopen jaren werden verschillende internationale acties georganiseerd om het designimago van Barcelona wereldwijd te positioneren en haar bedrijfsweefsel zichtbaar te maken om zo bedrijven aan te moedigen. Sinds 2020 heeft Bdc een digitaal platform dat wereldwijd een referentiepunt wil zijn voor de Catalaanse creatieve industrieën. Via dit platform worden potentiële internationale kopers maar ook een publiek dat graag lokale creativiteit consumeert bereikt. Het platform laat ook zien hoe bedrijven en professionals aan inspirerende projecten werken die verband houden met de creatieve industrieën.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Bdc is partner in de organisatie van de Ondernemerschap jumpthegap© Roca's <b>internationale ontwerpwedstrijd</b> waarbij in 2019 zo'n 5.000 jonge ontwerpers en architecten uit 137 landen zich hadden ingeschreven. Dit is het hoogste aantal in de geschiedenis van de wedstrijd, die in de loop van zijn acht edities uitgegroeid is tot een van de populairste ter wereld. Het initiatief, gepromoot door het bedrijf Roca, heeft als doel een platform te bieden voor architectuur- en designstudenten maar ook voor professionals wereldwijd om hun talent te kunnen tonen door duurzame en innovatieve oplossingen te bieden voor de badkamer van de toekomst. Het doel is om de toekomst opnieuw te bekijken vanuit het perspectief van design met duurzame oplossingen die rekening houden met de ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties voor het jaar 2030.</p>
<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b></p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of op hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p><b>Bcd Talent</b> is een project bedoeld voor 'inspiratie, ontwerpdenken, coaching, ontworpende innovatie en netwerken.' Om creatief talent en zakelijk ondernemerschap te ondersteunen, biedt Bcd programma's aan om ideeën tot bloei te brengen en nieuwe projecten te genereren en te versnellen. Dit alles vanuit een design thinking perspectief en met medewerking van professionals uit de sfeer van innovatie en design, duurzaamheid en ondernemerschap.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedrijfsondersteunende programma's: Hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)?</li> </ul> <p>Uit eender welke sector verwelkomt het Barcelona Design Centre bedrijven die design als een strategische as beschouwen. Voor deze bedrijven biedt Bcd een platform om op gebruikersgebied te innoveren en concurrentieel te worden. De bedrijven worden genetwerkt in de Design Cluster. Dankzij de ervaring en knowhow</p>

	<p>van deze designentiteit van Barcelona fungeert BcD als een strategische partner voor de bedrijven. Initiatieven met een grote impact (bvb. de Barcelona Design Week, Foodture), internationaliseringsprogramma's (bvb. Inspired in Barcelona®) en ondernemerschapsprogramma's zoals Talent worden ondersteund door BcD. Het Barcelona Design Centre biedt specifieke programma's aan aan bedrijven om hun ideeën te ondersteunen, tot bloei te brengen en om in contact te komen met andere ondernemers. In de afgelopen drie jaar hebben 300 ondernemers deelgenomen aan dergelijke opleidings- en pre-acceleratieprogramma's, zoals Design The Restaurant Experience en MID Talent, waarin <b>designtechnieken</b> ondernemers helpen hun kennis en hun toekomstige bedrijven te versterken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>BdC biedt zowel contacten aan met andere professionals uit de sector als presentatiemogelijkheden voor de bedrijven.</p> <p>Ongeacht de specialiteit biedt het Barcelona Design Centre een platform. De reeks van activiteiten bieden kansen om in contact te komen met andere professionals en zo ook het eigen bedrijf verder te ontwikkelen. Dit is het geval bij evenementen zoals de Barcelona Design Week of Foodture, bij tentoonstellingen zoals Inspired in Barcelona®, of bij strategische groepen, zoals de Design Cluster, waarmee leden deelnemen aan exclusieve conferenties voor leden van de Cluster. BcD houdt iedereen op de hoogte over de laatste trends op het gebied van onder andere talentmanagement of digitale transformatie.</p>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>5</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>5</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



<https://www.fad.cat/ca> (2021-07-05)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?			
	<p>Ledenorganisatie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> </ul> <p>Wij geloven dat design het <b>leven van mensen kan verbeteren</b>. Daarom wijden we onze middelen aan het promoten van creatieve cultuur, het ondersteunen van nieuwe generaties en het stimuleren van uitmuntendheid in productontwerp, architectuur, mode, grafisch ontwerp, visuele communicatie, vakmanschap en kunst in het algemeen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>Ja, ook gedacht aan de burger en dat is heel uitzonderlijk: FAD zoekt antwoorden vanuit design in de breedste zin van het woord - via projecten zoals de General Rehearsal, een activiteit die elk jaar het publiek test op een onderwerp dat ons als samenleving interesseert.</p>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>FAD ziet zichzelf als een creatieve gemeenschap die de grenzen overschrijdt tussen verschillende professionele disciplines, een groot gebied van ideeënontwikkeling en culturele activiteit.</p> <p>Het centrum van innovatieve materialen, MATERFAD, is FAD een ideale partner in de innovatieprocessen van bedrijven. FAD begeleidt hen in de transitie naar een nieuwe groene en circulaire economie. Ze werken samen om kennis uit te wisselen en oplossingen te bieden voor de uitdagingen van onze samenleving.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Ja, alleen al door de situering van het hoofdkantoor en epicentrum van de activiteiten van FAD, de Disseny Hub Barcelona. Het gebouw van de Disseny Hub Barcelona, waar de FAD samen met andere instellingen zoals het Museu del Disseny en de BcD zijn gevestigd, is een van de belangrijkste centra van de stad geworden voor de programmering van activiteiten in verband met de creatieve sectoren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul>			

	<p>Ja. Binnen de FAD bestaan naast elkaar <b>vijf verenigingen</b> voor de verschillende creatieve disciplines en een <b>centrum van materialen</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A-FAD: Vereniging van kunstenaars en ambachtslieden</li> <li>- ADG-FAD Vereniging van Art Directors en Grafisch Ontwerpers</li> <li>- ADI-FAD Vereniging voor industrieel ontwerp Design</li> <li>- ARQUIN-FAD Interdisciplinaire Vereniging van Ruimteontwerp</li> <li>- MODA-FAD Vereniging ter Bevordering van Mode</li> <li>- MATERFAD Centrum van materialen Barcelona</li> </ul> <p>Daarnaast huisvest de FAD het hoofdkantoor van de Art Directors Club of Europe (ADCE).</p>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Ja. Dit is heel belangrijk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Als ledenorganisatie, biedt FAD een hele reeks ondersteuning. Zie verder.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Ja, er zijn projecten om de burger te betrekken zoals bvb. General Rehearsal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>De Fomento de las Artes y del Diseño [Bevordering van Kunst en Vormgeving] is een vereniging zonder winstoogmerk van professionals en bedrijven die met design te maken hebben.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p>Creatief talent die zich ook zakelijk moet kunnen ontwikkelen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul> <p>Via participatieve projecten ja (General Rehearsal).</p>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Ja, zie bvb. het jaarlijks project General Rehearsal (boven).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie promotor van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een transparant 'venster' met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen</li> </ul>

	<p>Als <i>facilitator, moderator en inspirator</i> voor een grotere <i>impact</i>  → Via welke ACTIE?  Co-programmering van activiteiten: FAD co-programmeert activiteiten met een designgehalte, gericht op zowel het professionele als het algemene publiek, zoals conferenties, presentaties, tentoonstellingen, shows...</p>
<p>3. Betrekking tussen  - de designspelers  - de overheid  - de onderwijsinstellingen    (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>FAD is een grote community van professionals. In 1903 richtte een groep ambachtslieden en architecten, bezorgd over de gevolgen van de industrialisatie, de FAD op. Vandaag zijn telt FAD meer dan duizend professionals en bedrijven die met dezelfde passie hun werk voortzetten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Ja. FAD heeft als doel waarden en krachten te verenigen om design en architectuur in de samenleving te promoten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling    (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (design spelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de design sector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Alle designers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Word er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Ja.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Absoluut.</p>

<p><b>5. Actoren en hun financiering</b></p> <p>(ondersteunen)</p>	<p><b>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> </ul> <p>Ja. FAD identificeert zich met 'het beroep'. Als <i>associate</i> kunnen leden deelnemen aan vergaderingen en ideeën aandragen. <i>Wij zijn het vak en wij managen onszelf</i>. FAD maakt deel uit van een entiteit met meer dan honderd jaar geschiedenis ter verdediging van de kunsten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Lid zijn van de FAD heeft veel voordelen: netwerken, spreken in naam van de designer, informeren, beroepsontwikkeling, kansen bieden, middelen ter beschikking gesteld, kortingen.</p> <p>FAD stelt <u>middelen</u> ter beschikking van haar leden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- toegang tot de database en de permanente tentoonstelling van materialen van Materfad, centrum van materialen van Barcelona;</li> <li>- op begeleide en groepsbezoeken aan de materiaalbibliotheek genieten leden 20% korting;</li> <li>- een eerste gratis telefonisch consult met een advocaat gespecialiseerd in industriële en intellectuele eigendom;</li> <li>- toegang tot de COAC-bibliotheek en het documentatiecentrum van het Design Museum, waar de historische archieven van de FAD zich bevinden;</li> <li>- korting of gratis inschrijving voor de prijzen die worden georganiseerd door de FAD-verenigingen met ontvangst van de prijzencatalogus van uw vereniging (als u er een publiceert);</li> <li>- elk jaar ontvangen leden tijdens de jaarlijkse ledenvergadering een grafisch werk van een gerenommeerd auteur;</li> <li>- gratis toegang tot de permanente tentoonstellingen van het Design Museum, evenals enkele tijdelijke tentoonstellingen, korting op toegang tot andere musea en culturele instellingen in Barcelona;</li> <li>- kortingen bij een selectie van winkels en toonaangevende diensten voor de sector in de stad.</li> </ul>
<p><b>6. Verantwoordelijkheden</b></p> <p>(informeren, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>FAD informeert haar leden met wekelijks gepubliceerde voorstellen voor activiteiten rond design, architectuur, ambachten, kunst en cultuur in het algemeen via de nieuwsbrief FADnews, evenals nieuws gepubliceerd in de media over deze disciplines. Er is ook een exclusieve service voor leden rond persartikels. Bovendien kunnen leden via de DesignBeats-platform op de hoogte blijven van wat er internationaal gebeurt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> </ul> <p>FAD is lid van internationale organisaties zoals het New European Bauhaus en het European Creative Business Network, en locaties zoals 22 @ Network Barcelona en de Stichting Sportcultuur Barcelona.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>FAD zoekt en promoot uitmuntendheid door de organisatie van prijzen, sommige met groot prestige en meer dan vijftig jaar geschiedenis, een onmisbare referentie voor professionals in de verschillende disciplines van design. Ook organiseren ze prijzen voor design-, architectuur- en kunststudenten, die jaar na jaar als springplank dienen voor de nieuwe generaties professionals.</p>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<p>FAD neemt deel aan grote nationale en internationale evenementen, zoals het Isola Design Festival (Milaan), Barcelona Design Week en World Design Capital Valencia 2022.</p>
<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b></p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>FAD ondersteunt haar leden bij netwerken. Ze krijgen gratis of preferentieel toegang tot een honderdtal activiteiten per jaar (tentoonstellingen, conferenties, rondetafelgesprekken, enz.), waar leden professionals uit hun vakgebied en anderen kan ontmoeten. Bovendien kunnen leden gebruik maken van de ontmoetingsruimten in de toegangsruimte van de kantoren van de FAD.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> </ul> <p>FAD spreekt voor de designers. Leden kunnen via de communicatiekanalen bekendheid geven aan de culturele activiteiten die ze organiseren, aan de prijzen die designers in de wacht slepen en aan alle nieuwtjes die voor de sector van belang kunnen zijn.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> </ul> <p>FAD organiseert prijzen voor design-, architectuur- en kunststudenten, die jaar na jaar als springplank dienen voor de nieuwe generaties professionals. De leden van de FAD kunnen ook deelnemen aan wedstrijden en kansen die door de sector via de verschillende verenigingen worden geboden.</p> <p>Naast het meewerken aan de verspreiding van de activiteit, ondersteunt FAD deze met middelen zoals de toewijzing van ruimte in Disseny Hub Barcelona, de selectie van sprekers en het ontwerp van het event. De overdracht van de ruimte is vrij van belastingen; alleen de kosten die voortvloeien uit het evenement moeten worden betaald: schoonmaak, beveiliging, beheer...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>FAD biedt mogelijkheden voor bedrijven op de eerste plaats om hun merk dichterbij de creatieve gemeenschap te brengen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Positionering in design: de bedrijven waarmee FAD werkt hebben een merkaanwezigheid door hun logo te koppelen aan de FAD.</li> <li>- Communicatie en reclame: FAD beschikt over strategische communicatiekanalen om professionals uit de sector te bereiken: sociale netwerken, informatiebulletins, web... Bovendien beschikken de samenwerkende merken tijdens grote evenementen zoals de Barcelona Design Week over advertentieruimte in het handprogramma, op het web, in de informatiebulletins...</li> <li>- Integratie van het merk in FAD- activiteiten: FAD betreft merken bij de activiteiten die zij promoten. FAD biedt verschillende vormen van activering aan in evenementen met een hoog welvaartsniveau: stands, productdisplay, tentoonstelling, creatieve installaties...</li> </ul>

8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>2</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.





<http://www.designaustria.at/> (2021-04-25)

VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	DOELGROEPEN			
	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkkerrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? Designaustria wil design betrekken bij alle uitdagingen van onze tijd want design kan helpen om er het beste van te maken. Design creëert een interactie, legt een verband tussen technologie en menselijke behoeften en voegt waarde toe. Design is een middel tot de uitvoering van duurzame oplossingen, het waardeert het cultureel erfgoed, culturele identiteit maar ook diversiteit. Design is een uitdrukking van cultuur en speelt een rol in de vorming van een culturele identiteit en het imago van een staat. Als strategisch instrument biedt design verantwoorde ontwikkeling aan en draagt bij aan de economische groei en het welzijn van de burgers.</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie? Door middel van public relations, kennisoverdracht en diverse evenementen probeert designaustria in contact te komen met ontwerpers en bedrijven, een <b>breed bewustzijn voor design te bevorderen en te wijzen op de voordelen ervan voor de samenleving als geheel en voor de nationale economie.</b></li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue? Het gaat om het 'ontwerpvak'.</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip? Allebei.</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger? Designaustria vertegenwoordigt de <b>Oostenrijkse designscene</b> op zowel nationaal als internationaal niveau en tracht de successen ervan in de verf te zetten. Designaustria vergroot de bekendheid van in Oostenrijk ontworpen producten en diensten en draagt zo bij aan de versterking van Oostenrijk als economische en industriële vestigingsplaats. Als platform stimuleert designaustria de discussie en opent het nieuwe mogelijkheden voor ontwerpers. De inzet van ieder individu telt: 'Wij ontwerpen Oostenrijk'.</li> </ul> <p>Met haar meer dan 1.400 leden vormt Designaustria als <b>geregistreerde beroepsvereniging</b> de basis van de solidariteits- en belangengemeenschap van designers. Het geeft niet alleen een stem aan de Oostenrijkse designers, maar ook aan de discipline als dusdanig.</p>			

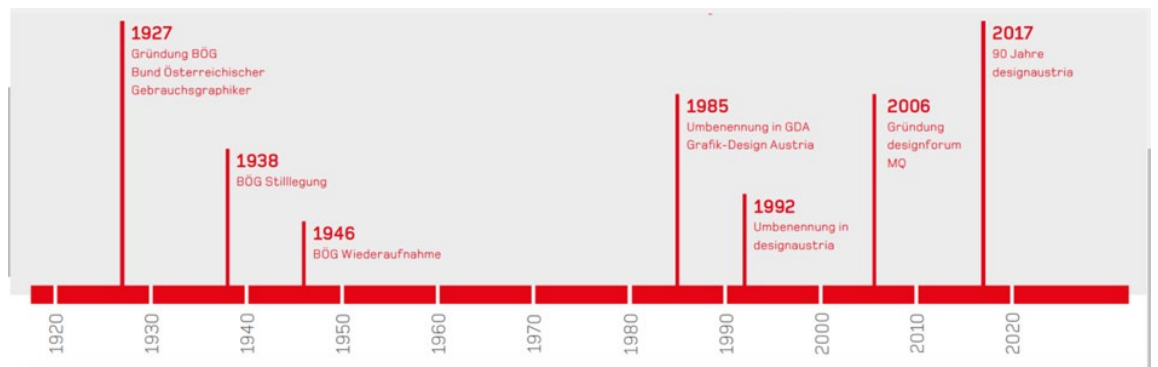
## 2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)

### Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?

- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?

Designaustria werd in 1927 opgericht als "Bund Österreichischer Gebrauchsgraphiker - BÖG" en is de op twee na oudste designorganisatie van Europa. In die tijd begon de commerciële kunst als een onafhankelijke creatieve discipline zich los te maken van de beeldende kunsten. Toen de term "grafische vormgeving" wereldwijd ingeburgerd raakte, werd de vereniging in 1985 omgedoopt tot Grafik-Design Austria (GDA). In 1992 werd de naam veranderd in Designaustria, om aan te geven dat de vereniging de **belangen van het vak van de designer volledig omarmt**<sup>1</sup>.

In 2015 werd Designaustria opgericht om design (meer) zichtbaar te maken en te implementeren in de economie en in de politiek om het concurrentievermogen te versterken en om het werk van designers (meer) bekend te maken. Dit niet alleen voor de ontwerpers, maar ook voor diverse sectoren, voor het bedrijfsleven en de overheid, en alle sectoren waar de laatste tijd de interesse voor design toegenomen is. Al successen geboekt: Designaustria draagt de titel "BEDA-kenniscentrum" sinds 2013 en voor haar inzet op het gebied van Design & Business Dialogue werd het in 2018 bekroond met de "Top Innovation Award" voor de beste design service platform. Het doel is om deze resultaten niet alleen te behouden maar ook om ze verder te verbeteren.



- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?

Allebei. De context van het cultuurlandschap wordt meer als een evidentie gezien. Er is meer verantwoording over de economische betekenis van design. De opvatting is dat design niets aan het toeval overlaat - of het nu gaat om het economische proces of het leven van alledag. Vrijwel overal is er potentieel om producten en processen te vereenvoudigen of te verbeteren - een feit waarvan steeds meer bedrijfsleiders en beleidsmakers zich geleidelijk bewust van worden. Langzaam maar zeker wordt algemeen erkend dat succesvol design toegevoegde waarde creëert, de ontwikkelingskosten verlaagt en innovatie aanmoedigt. In de afgelopen decennia zijn de **waarde en het belang van design dan ook enorm gegroeid**. Het **ontwerpproces** speelt nu een sleutelrol en beslist over succes of falen, of het nu om een product of een hele stad gaat.

- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?

Ja. Oostenrijk beschikt over een **Design Platform**. Hierbij hoort het Design Forum met haar hoofdgebouw in Wenen, gesitueerd in het MuseumsQuartier. Sinds 2006 heeft Designaustria haar hoofdkwartier in designforum Wien - een tentoonstellings- en netwerkplatform voor ontwerpers en alle geïnteresseerden in design.

- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?

Dankzij de oprichting van designforum Vorarlberg (2008), designforum Steiermark (2010), en WEI SRAUM Designforum Tirol (2016), kan designforum Wien rekenen op sterke partners in de deelstaten. Door hun krachten te bundelen, zetten deze instellingen hun programma consequent voort, brengen ze design en economie samen en maken ze hun knowhow beschikbaar voor een breed publiek.

- Speelt de organisatie een verbindende rol?

Ja.

- Is er sprake van krachten bundelen?

Ja.

<sup>1</sup> Christian Maryška, *Im Interesse einer guten Gestaltung. 90 Jahre BÖG – GDA – DA*, 2019. Free access <https://www.designaustria.at/en/about/history/>

<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>Er zijn 9 medewerkers en aan het hoofd staat Severin Filek.</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Ja. Door middel van public relations, kennisoverdracht en informatieve evenementen probeert Designaustria design in de economie en in de politiek te implementeren en de zichtbaarheid ervan te verzekeren om het concurrentievermogen van het land te versterken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>De economische impact is een belangrijk thema.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>Designaustria fungeert als een krachtige stem voor alle designers. Het biedt een competente vertegenwoordiging van de belangen van ontwerpers en communiceert, als spreekbuis van ontwerpers, met de media, het grote publiek, overheden, beleidsmakers en onderwijsinstellingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Ja. Zie definitie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Op de volgende domeinen biedt Designaustria ondersteuning: vertegenwoordigen, netwerken, diensten leveren aan een lage prijs, juridische bescherming, informatieverstrekking, professionele tijdschriften, publiciteit, kortingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>Thema's worden bepaald in overeenstemming met de actualiteit bij BEDA.</p> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> </ul> <p>De rechtsvorm van een besloten vennootschap maakt het mogelijk om over periodes heen te plannen, reserves op te bouwen en langetermijninvesteringen te doen. Designaustria vormt haar netwerk met belanghebbenden en formuleert haar nationale designstrategie op basis van de stellingname van BEDA waarbij Designaustria het Europese designbeleid gebruikt als richtlijn, vertaald naar een strategienota.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Ja, vooral via het Designforum.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>Designaustria is een beroepsvereniging.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p>Beide.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul> <p>Ja, er wordt veel gecommuniceerd.</p>
<p>2. Dimensies van designexpertisecentra (pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) Fungeert de organisatie als <i>onderzoeksforum en als agent</i> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie) ➔ Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Designaustria neemt deel aan onderzoeksprojecten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen Hoe functioneert de organisatie <i>proactief</i> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen? ➔ Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Designaustria doet veel aan belangenbehartiging voor haar leden. Zie bvb. de informatieverzameling over de gevolgen van Covid voor ontwerpers.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Promotie is een belangrijk punt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Allerhande netwerken worden uitgebouwd en gestimuleerd, zowel binnenlands als internationaal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Ja, zie verder.</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Met de oprichting van Designaustria service GmbH in 2015 is het instituut erin geslaagd om niet alleen aanvullende diensten aan te bieden voor de designers van het land, maar ook voor de bedrijfswereld, de industrie en de overheid. Designaustria is breed genetwerkt met alle relevante onderwijs- en opleidingsinstellingen en haar partnerorganisaties in Oostenrijk en is vertegenwoordigd in talrijke adviesraden en commissies. Ook op internationaal niveau kan designaustria terugrijpen op een breed wereldwijd netwerk door haar samenwerkingen met internationale verenigingen en instituten, alsmede haar langdurige lidmaatschap van BEDA, EIDD Design for All Europe, EIF European Illustrators Forum, ICO-D International Council of Design, IIID International Institute for Information Design en WDO World Design Organisation.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Ja. Zie het netwerk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Ja.</p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Het fungeert als ledenorganisatie.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> </ul> <p>In samenspraak met BEDA worden strategische uitvoeringsprioriteiten op verschillende deelgebieden toegepast als richtlijnen voor de politiek en de autoriteiten. Dit is de kracht van design achter innovatie en concurrentie, groei en ontwikkeling, productiviteit en welvaart. Dit betekent een nieuwe benadering waarbij <b>design als strategisch ontwikkelingsproces</b> wordt ingezet. Opgesteld in een nota die kan dienen als leidraad wordt de inhoud ter beschikking gesteld aan alle Oostenrijkse gemeenten en autoriteiten. De vier deelgebieden zijn: ethos, technologie, economie en ecologie.</p> <p>Er werden gegevens gepubliceerd in samenwerking met de KMU-Forschung Oostenrijk: deze gegevens geven een statistisch overzicht van de economische factor van design, een initiatief dat vanaf nu regelmatig wordt herhaald.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>??</p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>Als <b>kenniscentrum</b> kan Designaustria optreden als contractuele partner van bedrijven als het gaat om <b>aanbestedingen, designmanagement, consulting en onderzoek</b>.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> </ul> <p>Om de 5 jaar verzamelt Designaustria economische gegevens over de prestaties van het Oostenrijkse designmodel. Het onderzoek gebeurt met talrijke belanghebbenden als partners.</p> <p>Met de eerste lockdown in maart 2020, heeft Designaustria maandelijks een korte enquête gedaan onder designers om de effecten van de Corona crisis in kaart te brengen om later, op basis van deze gegevens, steunmaatregelen te kunnen uittekenen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p><b>4. De relatie tussen designspelers onderling</b></p> <p>(netwerken)</p>	<p><b>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</b></p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Designaustria biedt een sterk netwerk binnen de <b>Oostenrijkse designwereld</b> en naar haar internationale partners. Leden hebben de mogelijkheid zich aan te sluiten bij ExpertsClusters, waar ze hun specifieke kennis kunnen bundelen en dit kunnen delen met collega's, gebruikers en alle geïnteresseerden.</p> <p>Het creëren van een groter bewustzijn voor design gebeurt in een Europese samenwerking. Designaustria treedt hierbij op als partnerorganisatie in EU-projecten en werkt mee aan de <b>promotie van design</b> als een doorslaggevende factor voor de verbetering van de economie. Designaustria neemt actief deel aan EU-projecten (FiberEUse 2017-2024<sup>2</sup>, DigiPrime<sup>3</sup>, ) en organiseert in eigen land activiteiten waarbij er aan dit thema aandacht besteed wordt (bv. tentoonstelling "Design zonder grenzen" op het Designforum).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Designaustria heeft een eigen <b>EXPERTS CLUSTER Special interest groups</b> voor Designaustria leden. Het biedt voor de ontwerpers de mogelijkheid om zich in te zetten voor Oostenrijk als designnatie en de competentie te versterken van de organisatie die zichzelf ziet als <b>Oostenrijks kennis- en informatiecentrum op designgebied</b>. Een EC en zijn woordvoerder staan open voor vraagstukken die verband houden met focuspunten. Zo kunnen EC-leden hun publieke profiel en deskundigheid aanscherpen. De focuspunten zijn zeer breed: Education, Corporate Design, Design Research, Design History, Exhibition Design, Experience Design, Tertiary Education, Illustration, Inclusive Design, Industrial Design, Information Design, Packaging Design, Service Design, Sustainable Design, Typographie en Young Experts. Recent behandelde publicaties/thema's zijn "Wat is Corporate Design" en "Kwaliteitsnormen Corporate Design".</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Ja. Het gaat zeker over 'het grotere belang'.</p>
<p><b>5. Actoren en hun financiering</b></p>	<p><b>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul>

<sup>2</sup> Onderzoek in de context van circulaire economie gebaseerd op het hergebruik van met vezels versterkte composieten die aan het einde van hun levenscyclus zijn, in samenwerking en onder leiding van de Universiteit Politecnico Milaan.

<sup>3</sup> Met een consortium, bestaande uit 36 sectoroverschrijdende instellingen en bedrijven werkt designaustria mee aan het digitaal in kaart brengen van industriële waardeketens om het potentieel van de circulaire economie aan te tonen. Hierbij zet designaustria zich in om ervoor te zorgen dat design een beslissende motor van innovatie is met een concurrentievoordeel. Tot de projectpartners behoren Saubermacher (AT), EDAG (DE), Plastipolis (FR), Siemens-Gamesa (ES), Rivasca (IT) en Knorr-Bremse (DE).

(ondersteunen)	<p>Met de oprichting van de Designaustria service GmbH in 2015 geniet het instituut van een rechtsvorm van een besloten vennootschap wat mogelijk maakt over periodes heen te plannen, reserves op te bouwen en langetermijninvesteringen te doen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>4</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> </ul> <p>Er wordt gekozen voor een <b>explicit design policy</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Een deel van de ondersteuning is financieel van aard. Zie hieronder nog ondersteuning aan leden.</p>
<p>6. Verantwoordelijkheden</p> <p>(informer, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Een deel van de taken is bewust te werken aan een bredere bekendheid van design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Er is een volledige openheid naar thema's, variërend per periode.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Ja. Er wordt niet alleen gedacht aan de designer, maar aan iedereen die betrokken is bij design, ook bedrijven, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Ja, er worden ook stimulerende projecten opgezet.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Met de volgende inhoud wordt promotie gevoerd voor design: <i>Samen met innovatief productdesign en eerste klas kwaliteit is <b>goed design een essentiële pijler</b> voor het concurrentievermogen van Oostenrijkse bedrijven en dus voor succes op de internationale markten. In dit verband is design van bijzonder belang als transmissiemiddel voor productinnovaties. Het feit dat de Oostenrijkse ontwerpscène een vrij kleine structuur heeft, lijkt een positief effect te hebben op de flexibiliteit en het creatieve probleemoplossende vermogen van Oostenrijkse ontwerpers. Creativiteit, innovatiekracht en goede marketing zijn de belangrijkste competenties van een industrie die ook internationale erkenning geniet. Overal ter wereld is er vraag naar Oostenrijkse creatievelingen. Goed design draagt een positief imago uit en is zo een kweekvijver voor ondernemerssucces.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Ja. Men heeft de Joseph Binder Award, in 1996 door Designaustria in het leven geroepen en genoemd naar een van de oprichters van de organisatie. Dit is Oostenrijks enige internationaal aangekondigde wedstrijd voor grafisch ontwerp &amp; illustratie. In 2020 waren er 60 winnende projecten. De winnende projecten worden altijd gepubliceerd.</p>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</p>	<p>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Leden van Designaustria ontvangen tal van diensten gratis of tegen een gereduceerd tarief. Designaustria is gevestigd in het hart van het Weense MuseumsQuartier en biedt haar leden vijf dagen per week <b>gratis persoonlijk advies</b><sup>5</sup>.</p> <p>Designaustria doet ook <b>Consulting</b> en treedt op als partner voor haar leden en hun cliënten, persoonlijk geadviseerd door de directeur Severin Filek. Het komt op voor een eerlijk juridisch kader, staat haar leden bij in kwesties van auteursrecht en intellectuele eigendom, ondernemersaangelegenheden, informatie over de juiste</p>

<sup>4</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

<sup>5</sup> Zie meer op <https://www.designaustria.at/en/service/>.

(ondersteunen  
anders dan  
subsidies)

oprichting of administratie van een bedrijf, of gewoon ondersteuning bij het afhandelen van werkprocedures of het berekenen van honoraria. Daarnaast ondersteunt het ook door het bieden van een netwerk van specialisten, juridisch advies, en op maat gemaakte verzekeringspakketten tegen verminderde tarieven of sommige gratis. Tegen betaling zijn er ook diensten voor bedrijven, overheden en alle geïnteresseerden.

Het lidmaatschap van Designaustria omvat de kosteloze ontvangst van alle door Designaustria uitgegeven periodieke publicaties, inclusief een gratis abonnement op "Designaustria-Mitteilungen" (4 nummers per jaar), gereduceerde tarieven voor vakliteratuur en tijdschriftabbonementen, en de International Identity Card for Professional Artists van de IAA, die recht geeft op gratis toegang tot musea over de hele wereld.

Ondersteuning is ook aanwezig bij oproepen en wedstrijden. Met de "**Competition Guidelines**" biedt Designaustria een handboek dat alle relevante onderwerpen in het kader van een wedstrijd behandelt: soorten wedstrijden, deelnemingsvoorwaarden, jury, termijnen, prijzen, auteursrechten en gebruiksrechten. Inclusief voorbeelden voor oproepen voor inzendingen en prijzen.

De leden van Designaustria krijgen de mogelijkheid om hun **persoonlijke portfolio's en bedrijfsprofielen** via zowel de diverse gedrukte als de online media voor te stellen en hun **successen en nieuws** bekend te maken. Ze kunnen ook gratis **advertenties** publiceren of jobs, werkruimte, enz. aanbieden of zoeken op het online uitwisselingsplatform.

Verdere voordelen aan leden: **leden profiteren van** gratis of gereduceerde deelname aan seminars, evenementen, designwedstrijden, enz., kortingen in gespecialiseerde winkels en gratis toegang tot designforum Wien, Steiermark, Tirol, en Vorarlberg gedurende het hele jaar. Zij hebben ook de mogelijkheid om de faciliteiten van het Designforum tegen een gereduceerd tarief te huren voor hun vergaderingen en evenementen.

- Treedt de organisatie op als **aanspreekpunt** voor de designer?

Ja. Als dienstverlenende organisatie en belangenbehartiger van alle designtakken biedt Designaustria ondersteuning voor designers. Dit vormt een essentieel onderdeel van hun dagelijks werk en dit in overeenstemming met de doelstellingen van de organisatie (volgens de grondwet en gecoördineerd met de huidige aandachtspunten).

- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun **ontwikkeling** te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?
- Hoe worden designers gesteund in hun **presentaties** (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?

Wellicht als gevolg van Designaustria's geschiedenis die lang op het gebied van de grafische vormgeving bewoog, biedt het instituut een unieke **service Paperpoint**. Dit is een breed spectrum aan papier dat in Oostenrijk verkrijgbaar is van alle grote Oostenrijkse papierleveranciers. Het papier wordt verzameld op één plek om te bekijken, aan te raken, mee te nemen en uit te proberen. Service Paperpoint bevat meer dan 400 papersoorten in verschillende gewichten, kleuren en texturen, speciaal voor grafische ontwerpers, vormgevers en producenten, maar ook voor hun klanten. Leden van Designaustria kunnen gratis A4-monsters meenemen, niet-leden tegen betaling.

- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van **reflectie** of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?

AAN BELEIDSMAKERS

- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van **praktijkontwikkeling** om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?

Designaustria **vertegenwoordigt de designers en fungeert ook als spreekbuis.**

- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?

??

- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?

Ja.

AAN BEDRIJVEN

- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)
- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier

Designaustria biedt klanten ondersteuning bij de keuze van geschikte procedures, bij het formuleren van oproepen tot het indienen van voorstellen of aanbestedingen, bij de organisatie ervan, enz. Daarnaast kan men er ook terecht met vragen die onder andere betrekking hebben op het bekomen van de ideale ontwerp oplossing en hoe klanten de juiste ontwerper kiezen.

	<p>- Gaat het design centrum/instelling actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven? Ja, er is matchmaking.</p>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>6</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>6</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.





designforum<sup>WIEN</sup>

<https://www.designforum.at/wien> (2021-06-23)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? Design is multidimensionaal. Design verdient aandacht en een plaats waar creatieve prestaties worden gepresenteerd en besproken.</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie? Het designforum Wien ziet zichzelf als een plaats die de mogelijkheid biedt om designrelevante onderwerpen voor een <b>breed publiek</b> voor te bereiden en in verschillende vormen aan te snijden. Dit gebeurt door middel van tentoonstellingen, discussies, symposia, lezingen, conferenties en evenementen.</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>Beide.</p>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	<p>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</p> <p>Het designforum Wien werd opgericht in 2005 door designaustria en de Austrian Design Foundation. Sindsdien staat het centrum voor dialoog, deskundigheid en bemiddeling. Als een platform voor design is haar voornaamste taak om zich daarover te informeren en te kijken wat het kan doen in onze tijd naast het creëren van bewustzijn voor goed design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft? Absoluut. Via een multidimensionale aanpak wil het designforum adviseren, netwerken, bemiddelen, leren, opleiden en een dialoog op gang brengen tussen ontwerpers, creatieve professionals, het bedrijfsleven, de politiek en designbewuste bezoekers.</li> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> <p>Ja. Als interface biedt het designforum Wien tentoonstellingen, discussies, symposia, lezingen en evenementen aan voor alle designdisciplines. Het is georganiseerd door designaustria en fungeert tegelijkertijd ook als zijn kantoor. De prominente locatie in het MuseumsQuartier is een ideale plek voor de leden van designaustria en</p>			

	<p>voor internationale ontwerporganisaties als het aanspreekpunt voor Oostenrijks design. Het veelzijdige programma is het bewijs van hoe breed design is. Partners zijn: Bundeskanzleramt – Kunst und Kultur, Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, Bildrecht, TON<sup>1</sup> Handcrafted for Generations.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> </ul> <p>Ja. Met de oprichting van het designforum Vorarlberg (2008), het designforum Stiermarken (2010) en het Wei Sraum Designforum Tirol (2016) heeft het Designforum Wien sterke partners in de deelstaten gekregen. Samen creëren de instellingen een programma, brengen zij design en het bedrijfsleven samen en stellen zij hun know-how ter beschikking van een breed publiek. De Oostenrijkse designforums bevorderen de netwerkvorming van de designsector in Oostenrijk en bevorderen de uitwisseling tussen de politiek, het (creatieve) bedrijfsleven en het designgeïnteresseerde publiek.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>Ja.</p>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Ja. Designforum Wien is een vereniging voor de promotie van Oostenrijks design. Sinds haar opening in 2006 organiseert het designforum zijn eigen tentoonstellingen, haalt het internationale gasttentoonstellingen naar Wenen en reikt het tweejaarlijks de Oostenrijkse staatsprijs voor design en de Joseph Binder Award uit.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Ja. Designforum Wien ziet haar taak in het luidop nadenken over vormgeving en de functie daarvan in onze tijd, maar ook het creëren van bewustzijn voor goed design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>Via de programmatie. Niet duidelijk welke relatie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra  (pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i></li> </ul>

<sup>1</sup> Van Tonet.

	<p>→ Via welke ACTIE?</p> <p>Via een multidimensionele aanpak wil het designforum adviseren, netwerken, bemiddelen, leren, opleiden en een dialoog op gang brengen tussen ontwerpers, creatieve professionals, het bedrijfsleven, de politiek en designbewuste bezoekers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i></li> </ul> <p>→ Via welke ACTIE?</p> <p>Dit gebeurt door middel van tentoonstellingen, discussies, symposia, lezingen, conferenties en evenementen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i></li> </ul> <p>→ Via welke ACTIE?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i></li> </ul> <p>→ Via welke ACTIE?</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>Er is in ieder geval de wil om ook de overheid te informeren via de activiteiten.</p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling</p> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Via een multidimensionele aanpak wil het designforum adviseren, netwerken, bemiddelen, leren, opleiden en een dialoog op gang brengen tussen ontwerpers, creatieve professionals, het bedrijfsleven, de politiek en designbewuste bezoekers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>WAAROM?</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Ja. <a href="#">Omwille van het inzicht dat design dit kan.</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul>
<p>5. Actoren en hun financiering</p> <p>(ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>2</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul>
<p>6. Verantwoordelijkheden</p> <p>(informer, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p><a href="#">Op verschillende manieren, via de programmatie. Dit is een van de doeleinden van Designforum Wien. Via een multidimensionale aanpak wil het designforum adviseren, netwerken, bemiddelen, leren, opleiden en een dialoog op gang brengen tussen ontwerpers, creatieve professionals, het bedrijfsleven, de politiek en designbewuste bezoekers.</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p><a href="#">Alles komt in aanmerking.</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p><a href="#">Promotie gebeurt ook via de programmatie. Dit is een van de doeleinden van Designforum Wien.</a></p> <p>Er zijn ook publicaties:</p> <p><b>Unsere Publikationen</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="603 1294 794 1438"> <p><b>Katalog: Staatspreis Design 2019</b></p> <p>103 Seiten designaustria ISBN 978-3-900364-51-9</p> </div> <div data-bbox="815 1294 1007 1438"> <p><b>Joseph Binder Award Book 2018</b></p> <p>202 Seiten designaustria ISBN ISSN 1022-9574-24</p> </div> <div data-bbox="1027 1294 1219 1438"> <p><b>[design]er leben  #8.1/8.2: Joseph Binder</b></p> <p>58 Seiten Anita Kern, designaustria (Hg.) ISBN ISBN 978-3-99300-560-3</p> </div> </div> <div style="margin-top: 20px;"> <p><b>Subtext: Typedesign</b></p> <p>700 Seiten Andreas Pawlik, Martin Tiefenthaler (Hg.) ISBN 978-3-7212-0978-5</p> </div>

<sup>2</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Designforum Wien reikt tweejaarlijks de Oostenrijkse staatsprijs voor design en de Joseph Binder Award uit.</p>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> </ul> <p>Bedrijven, instellingen en initiatieven die verband houden met de creatieve industrie kunnen het designforum Wien tegen gunstige voorwaarden huren voor verschillende evenementen (lezingen, workshops, prijsuitreikingen). Barokke zalen staan ter beschikking voor evenementen, met een oppervlakte van ongeveer 300 m<sup>2</sup>, met een kleine inkomruimte en een toiletvoorziening.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt het design centrum/instelling mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>3</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>3</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in Building next generation design support programmes, 2012, p. 6.



<https://www.designforum.at/steiermark> (2021-06-23)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? <i>Design is alles omvattend. Niet alleen het esthetische aspect speelt een rol, maar het draait vooral om de economische en sociale relevantie van design.</i></li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger? <i>Er wordt aan beide gedacht.</i></li> </ul>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	<p>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</p> <p><i>Personeel: Coördinator Creative Industries Styria + nog 3 medewerkers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft? <i>Ja.</i></li> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> </ul> <p><i>Het designforum Steiermark is opgericht door de economische afdeling van de provincie Steiermark en de Creative Industries Steiermark en wordt gerund als submerk van de Creative Industries Steiermark. Het bestaat sinds september 2010 en was voorheen gevestigd in het Kunsthaus Graz. In de herfst van 2015 is de locatie veranderd naar Andreas-Hofer-Platz in Graz.</i></p> <p><i>Creative Industries Styria is een netwerkbedrijf voor de ontwikkeling en versterking van de creatieve industrieën in Steiermark. Het heeft tot taak het brede scala van creatieve diensten te coördineren en verder uit te breiden en deze in de algemene context van de Steiermarkse economie te plaatsen. Daarbij neemt zij de rol van bemiddelaar</i></p>			

	<p>en contactpersoon op zich, zowel voor bedrijven uit de creatieve industriesector als voor bedrijven die geïnteresseerd zijn in samenwerkingsverbanden en partnerschappen met creatieve bedrijven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>Ja.</p>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Het designforum Steiermark brengt het lokale potentieel en het belang van design als ontwerpproces over op een breed publiek door middel van hoogwaardige designpresentaties. Tegen de achtergrond van Graz als UNESCO-stad van het design staat het designforum Steiermark als platform en tentoonstellingslocatie ter beschikking van regionale en internationale designers en designinstellingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Een centrale taak van het Designforum Steiermark is het publiek <b>bewust te maken</b> van de waarde van design en daarvoor een bewustzijn te creëren. Niet alleen het esthetische aspect speelt een doorslaggevende rol, maar veeleer <b>de economische en sociale relevantie van het design</b>. Deze allesomvattende dimensie van design wordt op een toegankelijke manier gepresenteerd.</p> <p>Naast tentoonstellingen omvat het programma van Designforum Steiermark ook paneldiscussies, symposia en lezingen, alsook evenementen en publicaties.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Ja. Het Designforum Steiermark ziet zichzelf als een <b>stedelijk dialoog-, competentie- én bemiddelingscentrum dat alle facetten van design in verschillende vormen communiceert.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>Via de <b>programmatie</b>. (Welke relatie is onduidelijk)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als <b>onderzoeksforum en als agent</b> (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie <b>proactief</b> in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Ja. Men promoot design via <b>paneldiscussies, symposia en lezingen, alsook evenementen en publicaties.</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparent 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul>
<p><b>3. Betrekking tussen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p><b>4. De relatie tussen designspelers onderling</b></p> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Binnen de instelling wordt de term '<b>design agents</b>' breed opgevat maar lokaal georiënteerd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul>
<p><b>5. Actoren en hun financiering</b></p> <p>(ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe? (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul>
<p><b>6. Verantwoordelijkheden</b>  (informereren, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Er wordt gewerkt aan beeldvorming van design via de programmatie en publicaties (boeken en tijdschriften, samen met Creative Industries Styria <a href="https://www.cis.at/category/buecher-zeitschriften/">https://www.cis.at/category/buecher-zeitschriften/</a> en met de publicaties van designforum Wien en designaustria)</p> <p><a href="#">Publikationen des designforum Wien und designaustria</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Het uitbrengen van publicaties. Zie hierboven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul>
<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b>  (ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroei-trajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>2</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



designforum<sup>TIROL</sup>

<https://www.designforum.at/tirol> (2021-06-26)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	Hoe wordt het werkkerrein van design gedefinieerd/afgebakend?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? Het begrip "design" wordt breed gedefinieerd en Designforum Tirol ziet design als onderdeel van de ontwikkeling van een ecologisch, economisch en sociaal duurzame samenleving.</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie? Sinds zijn oprichting in 2006 nodigt het WEI SRAUM bezoekers, ontwerpers en bedrijven uit om een dialoog aan te gaan over hoe designers kunnen en moeten bijdragen aan het oplossen van de problemen van hoogontwikkelde samenlevingen. Het wil een even aangename als kritische opvatting van creativiteit bevorderen, die de basis vormt voor verfijnd designwerk.</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue? Ja, design vs. het ontwerpvak is een issue.</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger? Er wordt ook gedacht aan de relatie desing(er)-burger. Deze relatie vindt het forum zelfs heel belangrijk.</li> </ul>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft? WEI SRAUM.Designforum Tirol ziet zichzelf als een platform voor hedendaagse visuele communicatie en design. Het bevordert de bewustwording van het belang van de <b>toegepaste vormgeving in onze samenleving</b> door middel van lezingen, tentoonstellingen, opleidingsmogelijkheden, discussies, publicaties en onderzoek op het gebied van design. In de WEI SRAUM vinden deze ideeën plaats. Het is een plek voor ontwerpers en creatievelingen, waar uitwisseling, netwerken, bijscholing en reflectie plaatsvinden. Een open, internationale aanpak is even belangrijk als de behandeling van regionale ontwerpthema's.</li> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel? Als Designforum Tirol maakt WEI SRAUM sinds 2016 deel uit van het netwerk van Oostenrijkse designforums (Wien, Steiermark, Vorarlberg).</li> </ul>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>Ja.</p>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <hr/> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Door middel van lezingen, tentoonstellingen, cursussen, conferenties, onderzoeksprojecten op het gebied van vormgeving, discussies en publicaties, wordt het bewustzijn van het belang van dit gebied van toegepaste vormgeving voor de samenleving en de economie bevorderd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Er wordt ondersteuning geboden via diverse programma's (lezingen, tentoonstellingen, cursussen, conferenties, onderzoeksprojecten).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>Er wordt gedacht aan toegepaste vormgeving.</p> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>Er wordt een informatieve en opbouwende relatie uitgebouwd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul> <p>Ja.</p>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>WEI SRAUM heeft zijn eigen projecten. Daarbij werkt het nauw samen met de andere designforums en vormt zo een designnetwerk in heel Oostenrijk en internationaal. Als interdisciplinair laboratorium voor designonderzoek en de ontwikkeling van toegepaste designprojecten houdt het designforum Tirol zich bezig met onderwerpen van regionale relevantie en maatschappelijke betekenis. Zij initiëren, netwerken en begeleiden projecten, die in veel gevallen in de vorm van tentoonstellingen in het WEI SRAUMforum worden gepresenteerd en ter openbare discussie worden gesteld. De programma's omvatten lezingen, tentoonstellingen, paneldiscussies, workshops, netwerkevenementen en publicaties.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i></li> </ul>

	<p>→ Via welke ACTIE?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i>)</li> </ul> <p>→ Via welke ACTIE?</p> <p>Ja, via de programmatie. WEI SRAUM wil met internationale lezingen de diversiteit en de culturele betekenis van visuele vormgeving en design overbrengen. Uitmuntende ontwerpers geven inspiratie door en stimuleren het debat door hun individuele aanpak en intensieve discussie. In afzonderlijke evenementformats ligt de nadruk op jonge bureaus of interdisciplinaire projecten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i></li> </ul> <p>→ Via welke ACTIE?</p> <p>Ja. Netwerken is belangrijk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i></li> </ul> <p>→ Via welke ACTIE?</p> <p>Dit is ook onderdeel van de programma's. Zie boven.</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Vooral jonge bureaus zijn de doelgroep.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>WEI SARUM heeft zijn eigen projecten. Als interdisciplinair laboratorium voor designonderzoek en de ontwikkeling van toegepaste designprojecten houdt het designforum Tirol zich bezig met onderwerpen van regionale relevantie en maatschappelijke betekenis. Zij initiëren, netwerken en begeleiden projecten, die in veel gevallen in de vorm van tentoonstellingen in het WEI SRAUMforum worden gepresenteerd en ter openbare discussie worden gesteld.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling</p> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul>

	<p>De design actoren zijn het publiek, het bedrijfsleven en de industrie met het doel dat ze met elkaar in dialoog gaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van de designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Ja. Omdat zo'n breed netwerk ervoor kan zorgen dat de juiste antwoorden worden gevonden voor 'wicked problems' van onze tijd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Ja.</p>
<p>5. Actoren en hun financiering  (ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul>
<p>6. Verantwoordelijkheden  (informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Hier wordt aan gewerkt via de <b>programmatie</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>WEI SRAUM is een initiatief dat zich sinds 2006 bezighoudt met de <b>communicatie van de uiteenlopende onderwerpen en werkerreinen van de hedendaagse visuele communicatie</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Ja, designers en bedrijven, maar ook het grote publiek.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Ook pro-actief.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Informatie doorspelen via de <b>programming</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> </ul> <p>Het publiek is sterk betrokken door de <b>programma's</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Ja, er is promotie via <b>publicaties, media, etc.</b></p>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</p>	<p>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Gesitueerd in het Stöckl-gebouw op een rustige binnenplaats, biedt het Designforum Tirol ruimte voor diverse gelegenheden: naast <b>tentoonstellingen, lezingen, workshops</b> en nog veel meer, exploiteert WEI SRAUM hier ook</p>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

<p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p>een co-working ruimte voor mensen uit de designsector, verhuurt het kleine kantoren aan jonge bedrijven en werkcollectieven en laat het ook externe mensen toe om de evenementenruimte te gebruiken. Ook Workshops worden georganiseerd. Een gevarieerd <b>bijcholingsprogramma</b> dat een jaar duurt, maakt het mogelijk om buiten de dagelijkse sleur geconcentreerd na te denken over het eigen werk, om vaardigheden te verdiepen en nieuwe dingen te leren. Vakmanschap, analoog en digitaal spelen een even belangrijke rol. Alle cursussen zijn zo opgezet dat ze praktisch zijn, terwijl ze tegelijkertijd goed gefundeerde theoretische kennis van deskundigen bijbrengen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>De instelling doet dit via de publicaties.</p> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul>
<p>8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices<sup>2</sup></p>	
<p>9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen</p>	
<p>10. Mogelijke valkuilen</p>	<p>Pandemie?</p>

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in Building next generation design support programmes, 2012, p. 6.



VORARLBERG  
designforum

<https://www.designforum.at/vorarlberg> (2021-06-27)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? Design wordt breed opgevat. Designforum Vorarlberg begrijpt dat de term design veel meer inhoudt dan styling; design is belangrijk voor innovatie en is een factor met toegevoegde waarde voor lokale bedrijven. Design heeft een sociale en economische betekenis ("goed design") en via designprocessen kan de discipline bijdragen aan de maatschappij.</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie? Er worden keuzes gemaakt op basis van lokaal werk.</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue? Lijkt van niet.</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip? Allebei.</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul>			
2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)	<p>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft? Ja, er is een holistische aanpak.</li> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties? Het designforum Vorarlberg ziet zichzelf als een marktplaats, showroom en werkplaats voor design en designgerelateerde onderwerpen.</li> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel? Ja. Het designforum Vorarlberg werd in oktober 2008 opgericht op initiatief van Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH en PRISMA Unternehmensgruppe. Intussen horen de Kamer van Koophandel van Vorarlberg, de Wirtschafts-Standort Vorarlberg en de Hogeschool van Vorarlberg als verdere ondersteunende organisaties er ook bij. Jaarlijkse partners van het designforum zijn Zumtobel Lighting, Hypo Vorarlberg, Land Vorarlberg, Interreg Europäische Union – Europese Fonds voor Regionale ontwikkeling. Het designforum Vorarlberg wordt geleid en verder ontwikkeld in nauwe samenwerking met het designforum Wenen, dat als belangrijke inhoudelijke partner optreedt. Samen met de andere lokale partners van Designforum Wien vormt Designforum Vorarlberg één netwerk.</li> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem? Ja. Zeker in het geval van het netwerk Designforum Wien.</li> </ul>			



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol? <i>Ja, lokaal wel.</i></li> <li>- Is er sprake van krachten bundelen? <i>Ja, lokaal worden de krachten gebundeld.</i></li> </ul>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal? <i>Ja, vooral lokaal.</i></li> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)? <i>Het Designforum Vorarlberg werkt aan de versterking van de sociale en economische betekenis van design en ijvert voor een beter begrip voor designprocessen. Hiervoor worden programmaties ingezet.</i></li> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen? <i>Het doel is om een platform te zijn dat door middel van verschillende activiteiten het aanwezige potentieel en het aanbod van de plaatselijke ontwerpers zichtbaar maakt en een nauwe netwerk- en ondernemerssamenwerking met de in Vorarlberg werkzame bedrijven en toonaangevende ondernemingen bevordert.</i></li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke? <i>Ja, Vorarlberg.</i></li> </ul> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen? <i>Een die gebaseerd is op promotie en ondersteunende programma's.</i></li> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent? <i>De designer wordt gezien als iemand met beide talenten.</i></li> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness) <i>Is de organisatie promotor van design via bewustmakingsactiviteiten?</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> </ul> <p><i>Promoten en communiceren zijn twee belangrijke punten. Door middel van tentoonstellingen, lezingen, workshops, coaching voor jonge creatieve ondernemers, presentaties van het innovatiebevorderingsprogramma en discussierondes wordt het thema "design" vanuit verschillende invalshoeken besproken en verder ontwikkeld. Hiermee wil Vorarlberg design verder promoten.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een transparant 'venster' met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> </ul> <p><i>Designforum Vorarlberg heeft zijn directe partners uitgebreid met de jaren. Hierbij toont het zich als een onmisbare partner voor de regio.</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen Als <i>facilitator, moderator en inspirator</i> voor een <i>grotere impact</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Inspirator.</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Het zijn ondernemers van de in Vorarlberg werkzame bedrijven en toonaangevende ondernemingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Ja, het lijkt van wel.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Door belangenbehartiging.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>In ieder geval is het Fachhochschule Vorarlberg partner.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling</p> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de 'design agents' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Er worden, vooral met bedrijven, netwerkactiviteiten georganiseerd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Naar bedrijven toe zeker.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Ja, enigszins wel met de term 'goed design' die voor een 'betere' wereld kan zorgen.</p>

<p>5. Actoren en hun financiering</p> <p>(ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Er zijn educatieve programma's. Bedrijven, instellingen en initiatieven uit de creatieve industrie van Vorarlberg kunnen bovendien ruimtes in het Designforum Vorarlberg tegen gunstige voorwaarden huren voor hun evenementen.</p>
<p>6. Verantwoordelijkheden</p> <p>(informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Als platform wil Designforum Vorarlberg door verschillende activiteiten het aanwezige potentieel en het aanbod van de plaatselijke ontwerpers zichtbaar maken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Er wordt gefocust op de meerwaarde van design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Ook pro-actief, op lokaal niveau.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Door middel van tentoonstellingen, lezingen, workshops en discussierondes wordt het thema "design" vanuit verschillende invalshoeken besproken en verder ontwikkeld.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Het forum organiseert ondersteuningsprogramma's voor jonge creatieve ondernemers en er zijn er presentaties van het innovatiebevorderingsprogramma.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> </ul> <p>Ruimtes van het Forum worden ter beschikking gesteld voor evenementen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> </ul>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>2</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>2</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.



<https://doga.no/> (2021-06-29)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? De kracht van design en architectuur is de <b>mensgerichte en holistische benadering van op te lossen taken</b>. Designers en architecten beschikken over de expertise die absoluut nodig is om de steeds complexere uitdagingen waar we voor staan te kunnen oplossen. Ongeacht de industrie of de sector, design en architectuur kunnen een onbenut potentieel voor innovatie en waarde creatie ontketenen. (gebruikt voor achtergrond: Design Economy 2018, McKinsey - de zakelijke waarde van design)</li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie? Elk jaar ontvangt Design and Architecture Norway een subsidiebrief van het ministerie van Handel en Industrie, waarin <b>doelen, prioriteiten en prestatie-eisen</b> worden vastgesteld voor de subsidie die DOGA ontvangt uit de staatsbegroting. In de subsidiebrief voor 2020 staat dat DOGA zal bijdragen aan de <b>herstructurering van de Noorse economie</b> en aan het bereiken van de doelstelling van het ministerie van Handel en Industrie. Zo willen ze de algehele <b>waardecreatie</b> in Noorwegen vergroten, <b>binnen een duurzaam kader</b>.</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue? Duidelijk het 'ontwerpvak'.</li> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip? Allebei.</li> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger? De doelgroep is het <b>bedrijfsleven en de publieke sector</b>. Medezeggenschap is bovendien een van de topics die DOGA ontwikkelt. Bij een onderzoek keek DOGA naar de verwachting van burgers om invloed te kunnen uitoefenen en of betrokkenheid en commitment daadwerkelijk voordelen opleveren. In opdracht van DOGA heeft Opinion AS een bevolkingsonderzoek uitgevoerd dat ervaringen en verwachtingen met betrekking tot participatie in de bevolking in het algemeen en in de millenniumgeneratie in het bijzonder in kaart brengt. Daarnaast werd er gepolst naar wat de bevolking associeert met design en architectuur, en welke trends de discipline in de toekomst gaan beïnvloeden.</li> </ul>			

<p>2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)</p>	<p><b>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Design is zeker multidimensionaal en juist de brede impact van design is een van de recente prioriteiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> </ul> <p>Ja, eerder binnen het economisch landschap. De subsidies zijn gericht naar dergelijke taken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> <p>In 2013 besloot de regering om de Norwegian Design Council en Norsk Form samen te voegen. Het resultaat was de oprichting van het Norwegian Design and Architecture Center in 2014. In 2017 veranderde de stichting haar naam in Design and Architecture Norway, vooral naar de korte naam DOGA genoemd.</p> <p>DOGA is gevestigd in een oud industrieel pand aan de Akerselva in Oslo met een geschiedenis die teruggaat tot 1898.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Zeker, want multidisciplinariteit en werken op basis van samenwerkingsverbanden is een belangrijk streefdoel.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>DOGA vervult een <b>nationale rol</b> in het versterken van het gebruik van design en architectuur in het hele land. Het is daarnaast ook een bewuste keuze om ook de samenwerkingen met de <b>regio's</b> te vergroten. Door eigen projecten en samenwerkingen is DOGA over heel Noorwegen uitgebreid aanwezig.</p>				
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p><b>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</b></p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>DOGA's <b>belangrijkste doel</b> is bij te dragen aan een <b>grotere concurrentiepositie</b> in het bedrijfsleven en vernieuwing van de publieke sector door middel van <b>design-gedreven innovatie</b>. Dit gebeurt op het gebied van design, architectuur en stedenbouw.</p> <table border="1" data-bbox="379 1160 1522 1482"> <tr> <td data-bbox="379 1160 667 1482"> <p><b>GEBRUIKERSCENTRU</b></p> <p>M Ontwerpgestuurde innovatie zorgt ervoor dat de meningen, wensen en behoeften van gebruikers de ideefase van innovatieprojecten bepalen.</p> </td> <td data-bbox="667 1160 954 1482"> <p><b>NAUWKEURIG</b></p> <p>Door continue gebruikerstesten, aanpassingen en verbeteringen zorgt ontwerpgedreven innovatie voor nauwkeurigere oplossingen.</p> </td> <td data-bbox="954 1160 1241 1482"> <p><b>INTERDISCIPLINAIRE</b></p> <p>Ontwerpgedreven innovatie daagt het gewone denken uit doordat interdisciplinaire teams technologie en zakelijk inzicht verbinden met de gereedheidskist van de ontwerper.</p> </td> <td data-bbox="1241 1160 1522 1482"> <p><b>12 jaar</b></p> <p>2021 is het 12e jaar dat DOGA fondsen verdeelt via DIP. Sinds 2009 is 88 miljoen NOK verdeeld over 206 projecten.</p> </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Ja. DOGA is een drijvende kracht voor <b>duurzame waardecreatie</b> door middel van design en architectuur. Het faciliteert samenwerkingen tussen praktijkmensen en bedrijven.</p> <p>Als onderdeel van de <b>openbare beleidsinstrumenten voor meer innovatie</b>, werkt DOGA aan vernieuwing en waardecreatie in het Noorse bedrijfsleven en de publieke sector. Het doel is dat Noorwegen design- en architectuur expertise gebruikt om economische, sociale en ecologische waarden te creëren én het bedrijfsleven en de publieke sector uitrust voor <b>verandering</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>Ja en meer nog: ze krijgen hun <b>taken toegelegd van het beleid</b>.</p> <p>Het hoofdoel is design- en architectuurgedreven innovatie in het bedrijfsleven en de publieke sector.</p> <p>Subdoelen zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concurrentievermogen verhogen in het bedrijfsleven</li> <li>• De publieke sector vernieuwen</li> <li>• Goed design- en architectuurbeleidsadvies</li> </ul> <p>Bovendien zijn er per jaar bijzondere prioriteiten.</p>	<p><b>GEBRUIKERSCENTRU</b></p> <p>M Ontwerpgestuurde innovatie zorgt ervoor dat de meningen, wensen en behoeften van gebruikers de ideefase van innovatieprojecten bepalen.</p>	<p><b>NAUWKEURIG</b></p> <p>Door continue gebruikerstesten, aanpassingen en verbeteringen zorgt ontwerpgedreven innovatie voor nauwkeurigere oplossingen.</p>	<p><b>INTERDISCIPLINAIRE</b></p> <p>Ontwerpgedreven innovatie daagt het gewone denken uit doordat interdisciplinaire teams technologie en zakelijk inzicht verbinden met de gereedheidskist van de ontwerper.</p>	<p><b>12 jaar</b></p> <p>2021 is het 12e jaar dat DOGA fondsen verdeelt via DIP. Sinds 2009 is 88 miljoen NOK verdeeld over 206 projecten.</p>
<p><b>GEBRUIKERSCENTRU</b></p> <p>M Ontwerpgestuurde innovatie zorgt ervoor dat de meningen, wensen en behoeften van gebruikers de ideefase van innovatieprojecten bepalen.</p>	<p><b>NAUWKEURIG</b></p> <p>Door continue gebruikerstesten, aanpassingen en verbeteringen zorgt ontwerpgedreven innovatie voor nauwkeurigere oplossingen.</p>	<p><b>INTERDISCIPLINAIRE</b></p> <p>Ontwerpgedreven innovatie daagt het gewone denken uit doordat interdisciplinaire teams technologie en zakelijk inzicht verbinden met de gereedheidskist van de ontwerper.</p>	<p><b>12 jaar</b></p> <p>2021 is het 12e jaar dat DOGA fondsen verdeelt via DIP. Sinds 2009 is 88 miljoen NOK verdeeld over 206 projecten.</p>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)? Ja, absoluut.</li> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen? Er wordt ondersteuning geboden op basis van bewuste keuzes die gericht zijn op duurzaam ontwikkelen van Noorse bedrijven.</li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke? De strategie is voor een deel bepaald door het opdrachtgevende ministerie, het ministerie van Handel en Industrie.</li> </ul> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen Er is communicatie in alle richtingen. Verder zijn er ook bevragingen die naar rapporten worden vertaald.</li> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot? Ja. Burgerparticipatie is een van de onderzoeksthema's.</li> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen? DOGA heeft een aantal activiteiten die het veld van design en architectuur versterken en het vakgebied verbinden met bedrijven die actief zijn buiten de sector van design. Daarnaast is DOGA ook partner in talrijke activiteiten die gericht zijn op samenwerkingsverbanden met ministeries, onderwijsinstellingen, brancheorganisaties, landelijke bedrijvenclusters, onderzoeksprogramma's en competentieprogramma's.</li> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent? De combinatie van beide wordt gezien als ideaal.</li> <li>- Is er een relatie met de burger? Ja, er zijn participatieve projecten.</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>DOGA leert zelf continu bij, met als doel om op de best mogelijke manier te kunnen bijdragen aan de ontwikkeling van vaardigheden in het veld en in andere industrieën en sectoren. DOGA vergroot dus de kennis over en het gebruik van design en architectuur als tool voor verandering en waardecreatie. Hieruit biedt DOGA kennis en advies aan diegenen die de beslissingen moeten nemen. Daarnaast worden er diverse programma's geïnitieerd en gefaciliteerd. <b>Het Design for All program</b> is een strategie voor innovatie die zal bijdragen aan een meer inclusieve samenleving waarin producten, diensten en omgevingen worden ontworpen met een focus op diversiteit, inclusie en gelijke kansen voor iedereen. Via het programma Innovation for All biedt DOGA activiteiten en tools om designgedreven innovatie te stimuleren. In het kader van het thema <b>Design en duurzaamheid</b>: DOGA draagt door toekomstgericht design, architectuur en stedenbouw bij aan een duurzame samenleving en levert een belangrijke bijdrage aan de noodzakelijke groene transitie. DOGA positioneert zich als een arena voor inspiratie, dialoog en debat. Daarom organiseert zij congressen en faciliteert zij het corporate network Triple Textile. Een van de belangrijkste taken van DOGA is het delen van kennis over de effecten van design en architectuur. DOGA <b>verspreidt en initieert onderzoek</b> naar de invloed van de vakgebieden op de plekken waar we wonen, hoe we leven en waar we van leven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informereren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Dit doet het via kennisoverdracht. Als voorbeeld kunnen we de lezingen rond slimme en duurzame lokale gemeenschappen nemen die focussen op competentieontwikkeling, herstructurering en innovatie met de vraag hoe gemeenten nieuwe technologie en innovatieve methoden kunnen gebruiken om duurzamere, productievere en flexibelere steden en gemeenschappen te creëren.</p>

	<p>De website van DOGA biedt ook een overzicht van handige links, artikelen, publicaties, literatuur, actuele wetgeving en referenties (over wetgeving, gids voor inclusief design, innoveren met mensen, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i>) → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Er wordt promotie gevoerd. Zie nog verder.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail) <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Een van de recente prioriteiten slaat op <b>sector overschrijdende samenwerkingen</b> om de doelen d.i. de maatschappelijke missie, via een brede expertise te bereiken. Hierbij wordt ook geopteerd voor een samenwerking met andere beleidsactoren waar dit relevant is.</p> <p>DOGA is ook actief bezig om zijn positie te versterken in het landschap en de contacten met de regio's verder uit te bouwen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>DOGA werkt met het <b>instrumentapparaat</b>. De Noorse autoriteiten beschikken over een aantal instrumenten om <b>private en openbare bedrijven te helpen</b> bij het creëren van nieuwe producten, diensten en systemen, maar ook bij slimme en inclusieve ontwikkeling van steden en gemeenten. DOGA maakt deel uit van dit zogenaamde instrumentenapparaat. Een belangrijk onderdeel van DOGA's taak is om Noorse bedrijven en overheidsbedrijven te ondersteunen bij <b>innovatie</b>. Het ministerie van Handel en Industrie heeft verschillende regelingen die hieraan bijdragen. Innovatie Noorwegen, de Onderzoeksraad, SIVA, het Octrooibureau en DOGA maken allemaal deel uit van wat de <b>financieringsinstanties voor meer innovatie</b> wordt genoemd. DOGA onderscheidt zich van de andere spelers doordat ze werkt met <b>methoden uit design en architectuur</b> om uitdagingen en kansen aan te gaan. DOGA heeft de kennis, de tools en de competentie om dit te doen.</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>De actoren zijn sector overschrijdend en ook multidisciplinair.</p> <p>Architectuur hoort er ook bij omdat het het fysieke kader bepaalt van hoe we leven. DOGA's belangrijkste doel is dat Noorwegen design- en architecturale expertise gebruikt om economische, sociale en ecologische waarden te creëren en het bedrijfsleven en de publieke sector uit te rusten voor verandering.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Ja. Dit is ook de basis voor beleidsondersteunende projecten. In die context worden ook specifieke netwerken opgericht zoals bvb. het corporatief netwerk Tripel Textile.</p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Zowel tweerichtingsverkeer als actieve matchmaking en belangenbehartiging komen aan bod.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> </ul> <p>Het is de overheid die de taken uitschrijft. De taken hebben een socio-economisch en maatschappelijk doel dat via design en architectuur in de breedste zin van het woord moet worden bereikt.</p> <p>Een van de doelstellingen van DOGA is het geven van goed bouwkundig- en ontwerpbeleidsadvies. Hierbij hoort ook het platform voor architectonisch beleid. DOGA heeft leiding gegeven aan de voorbereiding van een gemeenschappelijk vakbondsbeleidsplatform voor de architectuurindustrie. Het platform stelt een aantal maatregelen en doelen op het gebied van architectuur vast, waar de Noorse organisaties in architectuur, interieur- en landschapsarchitectuur hebben afgesproken om ervoor te werken.</p>



	<p>DOGA zet zich ook in om invloed uit te oefenen op het beleid door middel van debatten te organiseren, meningen te verspreiden en door mee te werken aan stadsontwikkelingsprojecten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>Er is zowel dialoog als samenwerking. Zie bvb. het Instrumentenapparaat (zie boven).</p> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>In het kader van de ondersteuning via het Instrumentenapparaat, is de samenwerking met het hoger onderwijs een belangrijk punt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> </ul> <p>Ja, dit is zelfs een van DOGA's basistaken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de design sector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Er is een breed gamma van designspelers met een actieve link naar diverse sectoren.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Ja, dynamiek is een belangrijk punt. DOGA zal haar samenwerking met Innovation Norway (IN) voortzetten voor exportgerichte maatregelen en instrumenten voor de design- en eindproductenindustrie (gebaseerd op een afgerond proefproject waarbij tien bedrijven hebben deelgenomen aan een export programma gericht op de Duitse markt). De samenwerking zal gebaseerd zijn op de ervaring van het proefproject en de <b>waardeoverdracht naar het werken met andere industrieën</b> zal worden beoordeeld. Innovation Norway heeft op haar beurt een soortgelijke opdracht gekregen.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Ja, het inzicht in het belang van cross-sectorale benaderingen is sterk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>'Het groter belang' is zeker het doel.</p>
<p>5. Actoren en hun financiering (ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>Subsidies van de staat staan ter beschikking, rechtstreeks van het Ministerie van Handel en Industrie. Daarnaast zijn er talrijke mogelijkheden om financiële steun aan te vragen in het kader van het innovatieprogramma (DiP) (zie hieronder nog)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>1</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>DOGA heeft de volgende financiële instrumenten voor private en publieke ondernemingen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Designgedreven innovatieprogramma (DIP) is een regeling waarbij bedrijven financiële ondersteuning kunnen aanvragen voor projecten die zich in de <b>beginfase</b> bevinden en die in samenwerking zijn met een ontwerp bureau. Alle particuliere, btw-geregistreerde goederen- en dienstenbedrijven, organisaties of</li> </ul>

<sup>1</sup> in *Building next generation design support programma's*, 2012, p. 8-11.

	<p>instellingen kunnen ondersteuning aanvragen bij DIP. Eenmanszaken komen niet in aanmerking. Brede samenwerkingsverbanden worden gestimuleerd. DOGA wil dat het bedrijf actief deelneemt aan het project en vertegenwoordigt minimaal 50% van het totale budget.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedrijven die ondersteuning krijgen van DOGA voor een innovatieproject kunnen steun aanvragen voor de realisatie en marktintroductie in andere onderdelen van het <b>beleidsinstrumentarium</b>.</li> <li>• Design-driven innovation programme (DIP) verstrekt financiële steun aan bedrijven zodat <b>ontwerpers betrokken kunnen worden</b> bij de ideefase van innovatieprojecten.</li> <li>• Naarmate de resultaten beschikbaar worden, volgt DOGA elk individueel DIP-project op. De kennis en ervaringen worden gedeeld via publicaties, seminars, lezingen en workshops, zowel onder auspiciën/toezicht van DOGA als via het netwerk van de DIP-bedrijven.</li> </ul>
<p>6. Verantwoordelijkheden  (informereren, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Het belang van design wordt op vele manieren verspreid, alleen al de website geeft hierover gedetailleerd uitleg met gidsen en goed gedocumenteerde informatie over de projecten. Hierbij wordt belang gehecht aan een zo goed mogelijke verspreiding van ervaringen en resultaten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Er wordt gefocust op het belang van design gestuurde innovatie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Iedereen wordt beschouwd als doelgroep.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook proactief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Er is een sterke proactieve werking.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>De promotionele strategie is om zoveel mogelijk informatie én uitleg via de website en lezingen te geven, waarbij veel aandacht gaat naar ervaringen van het individuele bedrijf. De overtuiging heerst dat dat ten goede komt aan de rest van het bedrijfsleven<sup>2</sup>.</p> <p>Verder is er ook promotie van architectuur en design van Noorwegen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> </ul> <p>Voor de allereerste keer heeft de Noorse <b>architectuur een eigen exportprogramma</b>. Het ministerie van Handel en Industrie en het ministerie van Cultuur staan achter het recent initiatief. Specifiek gaat het over het programma "Architecture out into the world" dat het innovatief karakter van de Noorse architectuur wil uitdragen over de hele wereld. Dit is ontstaan uit de vaststelling dat er een sterke en groeiende interesse is in Scandinavische en Noorse architectuur. De industrie beschikt over kennis en expertise waar internationaal vraag naar is.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> </ul> <p>Ja. Alle informatie wordt bekend gemaakt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul> <p>Ja. Via awards: Beloningen voor design en architectuur, de DOGA-nieuwkomer, de Jacobprijs en de Innovatieprijs voor universeel design.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Het <b>DOGA-merk voor design en architectuur</b> is de belangrijkste erkenning van Noorwegen voor bedrijven en beoefenaars die uitblinken door uitstekend gebruik van design en/of architectuur.</li> <li>• De <b>DOGA-nieuwkomer</b> is een jaarlijkse prijsuitreiking die de beste projecten van studenten en nieuwkomers in design en architectuur eert en belicht. De awards benadrukken de waarde van jonge, visionaire gedachten bij het creëren van oplossingen voor de toekomst.</li> <li>• De <b>Innovation Award for Universal Design</b> eert bedrijven, ontwerpers en architecten die op innovatieve wijze diensten, digitale oplossingen, producten, gebouwen en omgevingen hebben ontwikkeld die bijdragen aan een meer inclusieve samenleving. De prijs wordt om de drie jaar uitgereikt, voor het laatst in februari 2021.</li> </ul>

<sup>2</sup> Alle informatie en documenten met betrekking tot het DIP-project worden gedeeld nadat het is voltooid. Het vrijgeven van projectinformatie kan enige tijd duren vanwege de noodzaak om de informatie te beschermen voordat deze wordt gelanceerd om concurrentieredenen.

- De **Jacobprijs** wordt sinds 1957 uitgereikt aan ontwerpers en architecten die een grote invloed hebben op hun eigen vakgebied, of die de grenzen tussen meerdere vakgebieden verleggen. Iedereen kan kandidaten voordragen voor de Jacobprijs.
- Verder is er ook promotie via boeken:  
**Innovating With People:** Inclusive Design and Architecture en The Business of Inclusive Design geven lezers een inleiding tot hoe inclusief design en architectuur een innovatiemotor kunnen zijn en kunnen worden gebruikt als een strategie voor meer waardecreatie en een groter concurrentievermogen in het particuliere bedrijfsleven en de publieke sector.  
 Ten slotte zijn er ook nog internationale Design Beurzen  
 Sinds 2016 werkt DOGA samen met Innovation Norway en het Ministerie van Buitenlandse Zaken voor een langdurige inzet voor de internationalisering van Noorse meubelen en interieurdesign. Een van de maatregelen is een gezamenlijke tentoonstelling in **Milaan**, getiteld Norwegian Presence.

NOORS ONTWERP	WERELDS BELANGRIJKSTE	ONTWERP EXPORT	SAMENWERKING
Norwegian Presence is een tentoonstelling die het beste van Noorse creatieve talenten en meubel- en interieurfabrikanten laat zien.	De tentoonstelling is sinds 2015 te zien tijdens de Design Week in Milaan. Deze designweek wordt beschouwd als 's werelds belangrijkste designarena.	Het doel van de tentoonstelling is om internationaal uit te reiken met het beste van Noors meubel- en interieurdesign en exportmogelijkheden voor de industrie te creëren.	Het project wordt geleid door DOGA, met de Club, het Ministerie van Buitenlandse Zaken, Hydro, Lundhs, Innovation Norway, Norwegian Industry, Jotun en Visit Norway als partners.

7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten

(ondersteunen anders dan subsidies)

Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?

AAN DE DESIGNER

- Kan de designer op **praktijk**ondersteuning rekenen of hulp in het proces van **professionalisering** en welke?

DOGA biedt flexibele panden voor grote en kleine ontwerp- en architecturale activiteiten.

**Architecture out into the world (AUV)** levert de architectenbureaus mogelijkheden om opdrachten internationaal uit te voeren en zo het bedrijf te versterken en verder te ontwikkelen. Daarnaast biedt het programma een arena voor de ontwikkeling van vaardigheden voor de deelnemende bedrijven en gezamenlijke initiatieven voor de industrie.

DOGA biedt gereedschap voor **Inclusief design** (uitgangspunt is Design Economy 2018, McKinsey). Dit is een bronnenplatform dat als doel heeft te laten zien hoe design inclusief kan worden gebruikt als een strategie voor innovatie en ontwikkeling van gebruiksvriendelijkere producten, diensten en omgevingen voor gewone mensen. Het bronnenplatform presenteert de belangrijkste informatie en presenteert praktisch en eenvoudig advies, verdeeld in drie secties: 1. Wat is inclusief design 2. Voorbeelden 3. Tools en methoden: Praktische, algemene tools en methoden om inclusief ontwerp te integreren in ontwikkelprocessen.

Er wordt informatie geboden over **ontwerpgestuurde innovatie**. Hier komt design-gedreven innovatie aan bod, ook wel design thinking genoemd, om nog betere producten en diensten te ontwikkelen en de winstgevendheid van het bedrijf te vergroten. Er wordt uitleg gegeven over wat design-gedreven innovatie is en waarom het werkt. Dit is gekoppeld aan een uitgebreidere gids, aanbevolen bij het runnen van een eigen bedrijf dat een innovatieproject uitvoert met een professionele ontwerppartner.

- Treedt de organisatie op als **aanspreekpunt** voor de designer?
- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun **ontwikkeling** te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?

De website biedt verschillende informatiepakketten aan.

- Hoe worden designers gesteund in hun **presentaties** (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?

Zie het **gemeenschappelijke platform Norwegian Presence voor Milaan**.

- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van **reflectie** of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?

Er wordt steeds gemonitord, geëvalueerd en herbekeken. Er is dus een sterk controlemechanisme op alle activiteiten van DOGA zelf.

#### AAN BELEIDSMAKERS

- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van **praktijkontwikkeling** om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?
- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?

Ja, er zijn volgende beleidsinstrumenten:

Het ministerie van Handel en Industrie heeft DOGA in de instrumentenkaart onder competentie maatregelen geplaatst. Dit betekent dat DOGA, samen met de andere beleidsactoren, consultancy uitvoeren om waardecreërende innovatie- en onderzoeksactiviteiten te bevorderen. DOGA produceert expertise die bijdraagt aan een beter begrip van het bedrijfsleven (Innovation Norway), een beter begrip van ontwerp- en architectuurmethodologie (DOGA), de ontwikkeling van onderzoeksprojecten (Research Council) en begeleiding bij het beheer van intellectuele eigendomsrechten (Patent Board).

**Architecture out into the world (AUV)** maakt deel uit van de inzet van de overheid voor de culturele en creatieve industrie en een samenwerking tussen het ministerie van Cultuur, Innovatie Noorwegen en DOGA. Het doel is om in te spelen op de uitdagingen van de industrie en bij te dragen aan een groter concurrentievermogen in het buitenland. Het AUV-programma bestaat uit een zakelijk deel en een industriedeel.

Als onderdeel van de **overheidsinvestering in de culturele en creatieve industrie** heeft Innovation Norway de opdracht gekregen om in samenwerking met DOGA een exportprogramma voor architectuur uit te voeren. Het programma is een samenwerking tussen IN, DOGA en het Ministerie van Cultuur. De totale opdracht bedraagt 10 miljoen NOK.

- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?

#### AAN BEDRIJVEN

- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)

DOGA heeft de volgende instrumenten voor private en publieke ondernemingen:

- Het **innovatieprogramma (DIP)** Innovation for All bevordert innovatie en waardecreatie door de ontwikkeling van inclusieve producten, diensten en omgevingen in de publieke en private sector. De kenmerken van de aanpak:
  - Gebaseerd op een diep begrip van de behoeften van de gebruiker;
  - Verfijnt de oplossing continu door gebruikerstests en verbeteringen;
  - Zorgt voor uitgebreide oplossingen door interdisciplinaire samenwerking;
  - Het is goedkoper om fouten te maken voordat je begint met ontwikkelen;
  - Fouten maken is een krachtig leermiddel. Experimenteren en testen vormen de kern van design. Niet alle pogingen zullen werken of slagen. Wanneer we grote problemen proberen op te lossen, moeten we tegelijkertijd accepteren dat we onderweg falen. De kosten van wijzigingen vroeg in het proces zijn laag, terwijl wijzigingen later hogere kosten met zich meebrengen<sup>3</sup>.
- DOGA's onderscheidingen met het merk DOGA voor goed design en architectuur benadrukken het beste van Noors design en architectuur;
- De andere projecten van DOGA zorgen voor meer competentie en innovatiecapaciteit voor bedrijven, organisaties, de academische wereld en de overheid

<sup>3</sup> DIP is een open wedstrijdarena, waar verschillende innovatieprojecten op basis van geselecteerde criteria strijden om ondersteuning. Het **doel** van het programma is dat Noorse bedrijven innovatiemethoden uitproberen op basis van **gebruikersonderzoek en ontwerpmethodologie**. Het doel is om nieuwe producten, diensten, processen of organisatievormen te ontwikkelen en daarmee het concurrentievermogen van het Noorse bedrijfsleven en de industrie te vergroten.

Het programma moet bijdragen aan:

Nieuwe expertise over design-gedreven innovatie voor de deelnemende bedrijven.

Nieuwe producten, diensten, processen of organisatievormen.

Nieuwe kennis over designgedreven innovatie, waarbij de resultaten van de projecten de basis zullen vormen voor de verspreiding van expertise over methoden en gebruikswaarde naar andere bedrijven. Dit zal op zijn beurt de drempel voor meer bedrijven verlagen om onder eigen auspiciën te investeren in ontwerpgedreven innovatie.

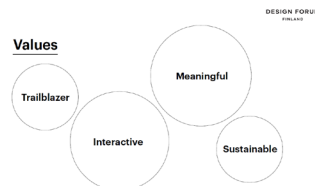
Netwerken tussen actoren over sectoren en thema's heen, en voor nauwe samenwerking tussen bedrijven en ontwerp-/R&D-omgevingen.

De uitvoeringsgraad van de projecten ook hoog. Maar liefst 72 procent van de DIP-projecten was voltooid / gelanceerd of was in voorbereiding toen het onderzoek werd voltooid. Het is ook een aanzienlijk hoger aandeel dan in de meeste andere innovatieprogramma's in de bedrijfsgerichte beleidsinstrumenten.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DOGA organiseert elk jaar een aantal cursussen, seminars en conferenties die relevant zijn voor private en publieke bedrijven, de design- en architectuurindustrie, de academische wereld, politici en andere belanghebbenden</li> <li>• <b>StimuLab</b> richt zich op publieke innovatie vanuit het gebruikersperspectief. In samenwerking met Directie Digitalisering ondersteunt DOGA staats- en gemeentelijke bedrijven die rollen en systemen durven te heroverwegen, en die bereid zijn deze te veranderen om gebruikers beter van dienst te kunnen zijn.</li> <li>• <b>BD360 - Strategie voor architectenbureaus</b> BD360 is een open seminar voor <b>bedrijfsontwikkeling voor architectenbureaus</b>. Het seminar, dat deel uitmaakt van het exportproject "Architecture out into the world", is een samenwerking tussen DOGA, Innovation Norway en Generation Global.</li> <li>• Samen met Innovation Norway heeft DOGA een programma geïmplementeerd om langetermijninvesteringen in de <b>export en groei in de Noorse industrie</b> voor afgewerkte goederen te stimuleren. Nu de eerste bedrijven het programma hebben doorlopen, vormen hun ervaringen de basis voor geheel nieuwe maatregelen om de export naar het buitenland te verdubbelen. <ul style="list-style-type: none"> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> </li> </ul>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>4</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>4</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur. in Building next generation design support programma's', 2012, p. 6.

Making a difference  
with design ———  
since 1875



<https://www.designforum.fi/> (2021-06-27)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)?</li> </ul> <p>Design is een <b>strategische hulpbron die het concurrentievermogen versterkt, waarde creëert</b> voor zowel het bedrijf als zijn klanten en bouwt aan een duurzamere toekomst. Design beschikt over uitstekende hulpmiddelen, methoden en processen om de uitdagingen en kansen van vandaag en morgen aan te pakken. Design is een kans om activiteiten te ontwikkelen en ze flexibeler/klaar voor de toekomst te maken. De uitdagingen kunnen onder andere de klimaatverandering, de afnemende grondstoffen, veranderingen in het gedrag van mensen of nieuwe waarden zijn. Design kan helpen om ook in de toekomst winstgevend te blijven en iedereen een goed en kwalitatief leven te garanderen door verantwoord en duurzaam te handelen. Designcompetentie komt voort uit het kennen van de gebruiker en is gebaseerd op functionaliteit, kennis van het materiaal en hoogwaardige vakkennis. Investeren in design is geen kostenpost: studies en evaluaties bewijzen dat het een winstgevend zet is die bedrijven op lange termijn waarde oplevert. De grootste voordelen worden behaald wanneer <b>design een integraal onderdeel is van de strategie van de organisatie</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie?</li> </ul> <p>De missie is: Zij die design op een <b>strategische manier gebruiken</b>, slagen. Design Forum Finland helpt Finse bedrijven te bloeien en een duurzame toekomst op te bouwen door design strategisch te gebruiken. DFFinland staat voor de volgende waarden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>baanbrekend</b> (Design Forum Finland vindt de ontwerphema's, competentie gebieden en ontwikkelingsdoelen van morgen en helpt bedrijven en organisaties deze in hun voordeel te gebruiken);</li> <li>- <b>interactief</b> (werkt aan de opbouw van een competentienetwerk van strategisch design en leidt de discussie over het gebruik van design om duurzaam ondernemen te bevorderen);</li> <li>- <b>betekenisvol</b> (de activiteiten van Design Forum Finland zijn productief en beïnvloeden de bedrijfsvoering van de bedrijven. Design Forum Finland produceert zinvolle toegevoegde waarde voor het netwerk van de organisatie en haar doelgroepen met het succes van Finse bedrijven en de designsector als doel);</li> <li>- <b>duurzaam</b> (duurzaamheid is terug te vinden in alle activiteiten en projecten van Design Forum Finland, het doel is om oplossingen te helpen vinden voor wereldwijde problemen door middel van design).</li> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> </ul> <p>Het gaat over het 'ontwerpvak'. Design Forum Finland komt op voor out-of-the-box benaderingen die nieuwe ideeën creëren en het concurrentievermogen versterken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> </ul> <p>De focus ligt duidelijk op 'design thinking' dat gezien wordt als een op de mens gerichte, alomvattende en creatieve aanpak voor de ontwikkeling van een organisatie of de bedrijfsvoering van een <b>bedrijf</b>.</p>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>Design Forum Finland belicht actuele fenomenen, trends en best practices op het gebied van design om bedrijven te inspireren door gebruik te maken van designcompetentie.</p>
<p>2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)</p>	<p>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Het uitgangspunt is het volgende: ontwerpen vereist <b>multidisciplinaire competentie</b>, creatieve probleemoplossing en een flexibele ontwikkeling.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> </ul> <p>Het lijkt meer het economische.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> <p>Design Forum Finland is een ledenorganisatie en wordt beheerd door de Finse Vereniging van Ambachten en Design, een vereniging die in 1875 werd opgericht als de op één na oudste vereniging ter wereld op het gebied van design.</p> <p>Design Forum Finland herbergt ook <b>het archief van de Finse Vereniging van Ambachten en Design</b>. Het is een uitgebreid en gevarieerd totaalarchief van de Finse design- en kunstindustrie. Door de gedeelde geschiedenis bevat het archief van de vereniging ook veel materiaal, beginnend vanaf de jaren 1870, dat betrekking heeft op de geschiedenis van de voorgangers van de School voor Kunst, Design en Architectuur van de Aalto Universiteit, de kunstscholen Veistokoulu, Taideteollisuuskeskuskoulu en Taideteollinen Oppilaitos. Het Taideteollisuusmuseum (nu Design Museum) viel voor administratieve doeleinden van 1875 tot 1989 onder de Finnish Society of Crafts and Design en daarom belicht het archief ook de geschiedenis van het museum<sup>1</sup>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Ja, onder alle bij design betrokken partijen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>Ja.</p>

<sup>1</sup> Het archief bevat ook documenten over de honderden binnen- en buitenlandse tentoonstellingen die de Finse vereniging voor kunstnijverheid en design heeft georganiseerd. De vereniging organiseerde de deelname van Finland aan de Triennale di Milano van de jaren 1950 tot de jaren 1990. De Noordse samenwerking is belangrijk geweest sinds de jaren 1940. Samen met de andere Scandinavische landen organiseerde de Finse vereniging voor kunstnijverheid en design van 1954 tot 1957 een uitgebreide tentoonstelling Design in Scandinavia in de Verenigde Staten en Canada en van 1968 tot 1969 ook in Australië. Dankzij de succesvolle tentoonstellingen en de prijzen en aandacht die de Triennale di Milano opleverde, beleefde het Finse design zijn internationale doorbraak en werd de term Fins Design geboren.

Het oudere archief van de Finnish Society of Crafts and Design is in twee fasen georganiseerd, vanaf het begin van de jaren 1970 en ook van 1983 tot 1984. Nu is het archief van de Finnish Society of Crafts and Design / Design Forum Finland georganiseerd van 1978 tot ongeveer 2013. Het archief bevat correspondentie, documenten, notulen en materiaal in verband met tentoonstellingen, wedstrijden, prijzen en verschillende projecten, alsook jaarverslagen en krantenknipsels. De omvang van het archief bedraagt 360 archiefstukken. Tussen 1978 en 2013 hebben zich veel veranderingen voorgedaan in de werking van de vereniging. Het Taideteollisuusmuseum werd in 1979 heropend voor het publiek en de Finse Vereniging van Ambachten en Design organiseerde de expansieve Suomi muotoilee tentoonstelling van 1979 tot 1998. Design Forum werd in 1987 opgericht om industrieel design te promoten, en sinds de organisatorische verandering van 1991 heeft de Finse vereniging voor handwerk en design de activiteiten van Design Forum Finland voortgezet. In datzelfde jaar kreeg de vereniging een eigen tentoonstellingsruimte in Helsinki. Van de jaren 1970 tot het begin van de jaren 2000 bleef de vereniging internationale reizende tentoonstellingen organiseren in Europa, Amerika en Azië.

In 2004 verhuisde Design Forum Finland naar een nieuw adres in Erottajankatu 7. Door de verhuizing werden de ruimtes van Design Forum Shop groter. Design Forum Finland hielp ook bij de oprichting van het omliggende Design District Helsinki. 2005 was het jaar van het design en Design Forum Finland fungeerde als gastheer.

De Finse vereniging van ambachten en design houdt zich ook bezig met wedstrijden en prijzen: Fennia-prijscampitie (van 1990 tot 2001 Pro Finnish Design genoemd), de Kaj Franck Design-prijs (1992-), Young Designer of the Year (2000-) en de Estlander-prijs (2000-).

Het dia-archief van Design Forum Finland werd begin 2019 gesorteerd en gedigitaliseerd. Het gaat om ongeveer 300 gedigitaliseerde foto's die vooral betrekking hebben op de tentoonstellingen van de jaren 1990. Het oudere dia-archief van de Finse vereniging van ambachten en design en de zwart-witfoto's werden halverwege de jaren 1980 naar het Design Museum overgebracht.

Het archief van de Finse vereniging voor kunstnijverheid en design bevat ook veel krantenknipsels over de geschiedenis van design van ca. 1951 tot 2010. Het archief bevindt zich in het archief van de Aalto Universiteit in Otaniemi.

<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</p> <p>DOELSTELLINGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>Ja. Zie verder per promotie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Design Forum Finland <b>ondersteunt de groei van Finse bedrijven en organisaties, en hun internationale concurrentievermogen en succes</b>, door het gebruik van design vooral op strategisch niveau te bevorderen. Door gebruik te maken van de deskundigheid op het gebied van design kunnen bedrijven een concurrentievoordeel behalen en zich zowel in Finland als daarbuiten onderscheiden. Met designmethoden kan een bedrijf op veel verschillende niveaus en op veel verschillende manieren toegevoegde waarde creëren voor zijn klanten en voor zijn eigen activiteiten. Het doel van de diensten van Design Forum Finland is <b>bedrijven bewust te maken</b> van de voordelen van het gebruik van design en hen beter in staat te stellen aan de toekomstige behoeften van de <b>klant</b> te voldoen. De gebruiker, d.w.z. de klant, is zowel het uitgangspunt als het doel van elke planning.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Ja. Zie hierbij de inhoud van Design Forum Talk 2021: Design as a force of change<sup>2</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Design Forum Finland biedt opleidingen aan die de potentie van design thinking willen leren. Zie ook andere diensten voor de leden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>Ja, design strategisch in te zetten.</p> <p>PROFIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> </ul> <p>Design Forum Finland is een non-profitorganisatie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Ja, de meeste projecten zijn bedoeld voor het verbeteren van maatschappelijke thema's.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>Samenwerkend, ondersteunend.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> </ul> <p>De designer wordt gezien als iemand met beide talenten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra  (pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> ➔ Via welke ACTIE?</li> </ul>

<sup>2</sup> Het jaar 2020 liet ons zien dat alleen verandering zeker is. Het eerste Design Forum Talk-evenement van 2021 besprak de rol van design bij het begrijpen van verandering en het benutten ervan om succes te bevorderen.

Design beschikt over uitstekende hulpmiddelen, methoden en processen om de uitdagingen en kansen van vandaag en morgen aan te pakken. Design is een kans om activiteiten te ontwikkelen en ze flexibeler en klaar voor de toekomst te maken. De uitdagingen kunnen de klimaatverandering, de afnemende hulpbronnen, veranderingen in het gedrag van mensen of nieuwe waarden zijn. Design kan helpen om ook in de toekomst winstgevend te zijn, iedereen een goed en kwalitatief leven te garanderen en verantwoord en duurzaam te handelen.

De sprekers in Design Forum Talk waren Petteri Lillberg / Demos Helsinki, Mari Jokiranta / Vincit NOW en Annaleena Hakola / Hakola. De moderator was Ulla Jones.



DFFinland initieert projecten en ontwikkelt in eigen organisatie competentie en samenwerkingsverbanden vooral voor kleine en middelgrote bedrijven.

EcoDesign Cirkel: Ecodesign as driver of innovation in the Baltic Sea Region<sup>3</sup> was zo'n project dat het inzicht van ontwerpers en ontwerporganisaties in ecologisch productontwerp en circulaire bedrijfsmodellen hielp vergroten. Dit driejaarlijks ontwikkelingsproject dat in 2016 was gestart, werd deels gefinancierd door het Interreg Baltic Sea Region-programma van de Europese Unie. Het project was bedoeld om met circulaire economie en gerelateerde bedrijfs-, onderzoeks- en onderwijsactiviteiten en door middel van design te ontwikkelen. Tijdens het project zijn **verschillende tools** gerealiseerd, waaronder: **EcoDesign Sprint tool** voor het ontwikkelen van de bedrijfsvoering van bedrijven; **EcoDesign Audit** evaluatiemodel voor het bepalen van de fase van de circulaire economie en het gebruik van design in een bedrijf; **EcoDesign Learning Factory** trainingsprogramma; de reizende tentoonstelling **Reconsider Design**, en de website **Sustainability Guide**. De doelgroepen van het project waren ontwerpers, bedrijven, circulaire economie-experts, diverse organisaties en overheidsinstanties en onderwijsinstellingen. Het project EcoDesign Circle 4.0 is een voortzetting van het driejarige (2016-2019) project. Het uitgangspunt is het volgende: ongeveer 80 % van de milieu-impact van een product of een dienst wordt bepaald tijdens de ontwerpfase in de productontwikkeling. Daarom is het van uiterst belang dat ontwerpers zich bewust zijn van hun verantwoordelijkheid én de beginselen en mogelijkheden van ecologisch en circulair ontwerpen kennen. Het doel is hier om de **bereidheid van ontwerpers en bedrijven te vergroten** in het ontwikkelen van **service-based tools** en benaderingen te testen voor de circulaire economie. Hierbij hoort ook het thema van digitalisering. Het project streeft ernaartoe het begrip en de expertise van verschillende belangengroepen op het gebied van de circulaire economie en ecologisch/duurzaam ontwerpen te vergroten. Er zijn meer professionals nodig die de methoden van zowel design thinking als de circulaire economie beheersen. Er is ook behoefte aan een groter bewustzijn rond codesign bij zowel het publiek als politieke besluitvormers, aangezien codesign de verschuiving van lineaire business naar de circulaire economie mogelijk maakt. Het project eindigde in het voorjaar van 2021.

- **Informeren/aanjaagrol:** dialoog voeren, databanken uitbouwen  
*Hoe functioneert de organisatie **proactief** in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?*  
→ Via welke ACTIE?

Design Forum Finland **verzamelt het nieuwste onderzoek**, de belangrijkste informatie en de sterkste argumenten om het gebruik van designcompetentie te bevorderen.

Onderzoeken en gidsen<sup>4</sup>:

- Circulaire economie Playbook voor Finse KMO's
- 10 inspirerende voorbeelden van design-geleide merken
- Toolkit ontwerpen voor gedragsverandering
- De zakelijke waarde van design
- De nieuwe grens van design
- Service Design Inkoopgids

- **Promoten/communicatierol:** promotie om design naar waarde te schatten (design awareness)  
*Is de organisatie **promotor** van design via bewustmakingsactiviteiten?*  
→ Via welke ACTIE?

DFFinland communiceert over fenomenen, onderzoek en goede voorbeelden in de designindustrie, zowel nationaal als wereldwijd. De designprijzen zijn een uitstekende manier om de betekenis van design in termen van succes te bevestigen. Ontwikkelingen in het vakgebied worden op de voet gevolgd en meteen gecommuniceerd. Door actieve deelname aan projecten met diverse partners streeft DFFinland ernaar de discussie rond design te leiden.

- **Netwerken/netwerkrol:** bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail)  
*Als een **transparant 'venster'** met eigen autoriteit en als onmisbare partner*  
→ Via welke ACTIE?

Als ledenorganisatie biedt DFFinland het grootst mogelijke netwerk aan. In functie van de onderzoeksprojecten worden netwerken gecreëerd met partners over het hele gamma van betrokkenen.

- **Ondersteunen/ faciliterende rol:** zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen  
*Als **facilitator, moderator en inspirator** voor een grotere **impact***  
→ Via welke ACTIE?

<sup>3</sup> Leidende partner van het project was het Umweltbundesamt UBA uit Duitsland. De andere partners waren Internationales Design Zentrum Berlin (Duitsland), Eesti Disainikeskus (Estland), Lietuvos Dizaino Forumas (Litouwen), Design Forum Finland (Finland), Stiftelsen Svensk Industridesign (Zweden) en Gdynia Innovative - Pomeranian Science and Technology Park - Gdynia Design Centre (Polen). De totale begroting van het project bedroeg 2,2 miljoen euro. Zie meer in <https://www.ecodesigncircle.eu/>

<sup>4</sup> Publicaties: <https://www.designforum.fi/en/data-bank-of-design/>

	<p>Ondersteuning wordt aangeboden aan bedrijven voor een grotere impact en concurrentievermogen. Design Forum Finland begeleidt bedrijven naar succesvol en duurzaam ondernemen waarbij men gebruik maakt van design thinking en ontwerpgerichte methodologieën. Met de steun van het netwerk en eigen activiteiten, kunnen bedrijven zich ontwikkelen, nieuwe zakelijke kansen vinden en hun internationale concurrentiepositie versterken.</p>
<p>3. Betrekking tussen - de designspelers - de overheid - de onderwijsinstellingen  (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <p>Vooral via projectmatig werken verbindt DFFinland diverse partners met elkaar: professionals van design, circulaire economie en duurzame ontwikkeling, ondernemingen, scholen en universiteiten, en designorganisaties.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Iedereen die met design of design thinking werkt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Via projectmatig werken worden telkens nieuwe samenwerkingsverbanden gecreëerd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Ja. Dit gebeurt met de projecten.</p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>De leden van Design Forum Finland / The Finnish Society of Crafts and Design zijn een diverse vertegenwoordiging van de Finse ontwerpsector. Zij omvatten bedrijven en organisaties die bijv. designdiensten produceren of gebruiken. Met haar leden vormt het DFFinland het <b>grootste Finse competentiecentrum voor strategisch design</b>. Het lidmaatschap van Design Forum Finland is een teken van het hoge niveau van de designcompetentie van het bedrijf of de organisatie en hun wens om zich verder te ontwikkelen.</p> <p>OVERHEID</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?</li> </ul> <p>Bij de projecten van DDFinland, die dringende thema's behandelen, wordt ook de overheid betrokken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er überhaupt een dialoog?</li> </ul> <p>ONDERWIJS/ONDERZOEK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?</li> </ul> <p>Er wordt informatie verzameld, bijgehouden en toegankelijk gemaakt. Deze samenwerking is sterk ondersteunend door <b>het archief</b> van de Finse Vereniging van Ambachten en Design dat onder de hoeden staat van het Design Forum Finland. Het belang van design thinking wordt ook vooral sterk uitgedragen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?</li> <li>- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?</li> </ul> <p>Als ledenorganisatie doet DFFinland ook aan matchmaking.</p>
<p>4. De relatie tussen designspelers onderling  (netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de 'design agents' (designspelers) (design en culturele centra), het netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Dit wordt breed opgevat. DFFinland tracht juist om alle designers te verenigen. Dit gebeurt via de leden die allen hun eigen netwerk ter beschikking stellen. DFFinland breidt haar eigen netwerken uit en diversifieert ze, zodat er meer samenwerkingsmogelijkheden ontstaan voor bedrijven en organisaties die gebruik maken van design.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Ja, dit is een belangrijke doelstelling. Design Forum Finland is betrokken bij vele soorten samenwerkingsprojecten.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Door de samenwerkingsprojecten worden de verschillende sectoren van het ontwerpen <b>multidisciplinair</b> ontwikkeld en kan nieuwe informatie worden verkregen ter ondersteuning van het gebruik van ontwerpcompetentie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Ja. Zie de thema's van de projecten.</p>
<p>5. Actoren en hun financiering</p> <p>(ondersteunen)</p>	<p>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>Design Forum Finland is een non-profitorganisatie. Iets minder dan de helft van de jaarlijkse financiering is afkomstig van het Ministerie van Werkgelegenheid en Economie. De rest van de financiering bestaat uit projectfinanciering, diverse beurzen en subsidies maar ook uit eigen fondsenwerving.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bvb. <i>Business Support Canvas</i><sup>5</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> </ul> <p>Design is een onderdeel van de besluitvorming van de organisatie op alle niveaus en gebruikt het als een element van strategische competentie. Dit genereert op lange termijn een brede waarde voor bedrijven en hun belangengroepen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul> <p>Er worden opleidingen aangeboden en de in-huis ontwikkelde tools gericht op de ondersteuning van de praktijk, zijn beschikbaar.</p>
<p>6. Verantwoordelijkheden</p> <p>(informereren, promoten)</p>	<p>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informeren en promoten op?</p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Vooraf via opleidingen wordt het belang van 'design thinking' sterk uitgedragen. Daarnaast is er een breed opgevatte berichtgeving.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>De meerwaarde van design thinking is een van de belangrijkste. Daarnaast is circulaire economie een van de huidige centrale thema's.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> </ul> <p>Ja, vooral via de opleidingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilotprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>Ja, pro-actief.</p> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul> <p>Via projecten het belang van design uitdragen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul>

<sup>5</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<p><b>Design Forum Finland Awards:</b> DFF Awards is een award concept dat verschillende designprijzen groepeert: Fennia Prize, Kaj Franck Design Prize, Young Designer of the Year en Estlander Medal.</p> <p>De prijzen van Design Forum Finland zijn bedoeld om het concurrentievermogen van bedrijven te versterken en de beste Finse designcompetentie voor het voetlicht te brengen. De prijzen kunnen worden toegekend aan zowel <b>bedrijven</b> die gebruik maken van design, <b>ervaren ontwerpers</b> en <b>veelbelovende jonge ontwerpers</b> als ook aan partijen die <b>verdienstelijk werk</b> verrichten voor design in de samenleving.</p> <p>De <b>Kaj Franck Design Prijs</b> is een erkenningprijs die wordt toegekend aan een ontwerper die met zijn of haar werk blijk geeft van de geest en de beginselen van ontwerper Kaj Franck op het gebied van hoogwaardig, democratisch en functioneel design. Het prijzengeld wordt gedoneerd door de Finnish Fair Foundation.</p> <p>De <b>prijs Jonge ontwerper</b> van het jaar is een aanmoedigingsprijs met als doel jonge ontwerpers te steunen in hun compromisloze en unieke werk. Dit prijzengeld wordt beschikbaar gesteld door Design Forum Finland.</p>
<p><b>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</b></p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p><b>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</b></p> <p>Als ledenorganisatie biedt DFFinland de volgende aan aan haar leden (zowel aan de individuele designer als aan de bedrijven):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• deskundige perspectieven en de meest geavanceerde kennis van design via de trainingsevenementen en andere evenementen;</li> <li>• ideeën voor coaching en ontwikkeling via het netwerk, zichtbaarheid voor de juiste doelgroepen;</li> <li>• aanwezigheid in een gemeenschap van deskundigen die gericht zijn op toekomstig succes;</li> <li>• toegang tot thema-evenementen over actuele onderwerpen;</li> <li>• het delen van designnieuws, de laatste trends op designgebied;</li> <li>• het presenteren van activiteiten van de leden via de eigen kanalen;</li> <li>• mogelijkheden om te netwerken;</li> <li>• nieuwe leden worden opgenomen in een netwerk van deskundigen en krijgen ideeën voor de ontwikkeling van hun eigen activiteiten door middel van design;</li> <li>• de langetermijnleden leggen de basis voor het netwerk van deskundigen en ondersteunen het gezamenlijke werk op basis van ontwerpcompetentie.</li> </ul> <p><b>AAN DE DESIGNER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Design Forum Finland biedt opleidingen en cursussen aan die gebaseerd zijn op het toepassen van design thinking. Daarnaast zijn er de op praktijk gerichte tools van het DFFinland.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p><b>AAN BELEIDSMAKERS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p><b>AAN BEDRIJVEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> </ul> <p>Als non-profitorganisatie is Design Forum Finland een <b>onbevooroordeelde agent en bemiddelaar tussen bedrijven en dienstverleners op het gebied van design</b>. Zie hierbij ook de talrijke programma's van DFFinland.</p> <p>Design Forum Finland doet ook aan <b>coaching</b>, specifiek uitgebouwd voor bedrijven.</p> <p>De coaching van DFFinland bevordert de competentie in het gebruik van design ten voordele van duurzame bedrijfsmodellen. De hieraan gekoppelde evenementen openen nieuwe perspectieven en geven inspiratie voor het gebruik van design.</p>

	<p>De coaching die wordt aangeboden, is een gratis gesprek met het executive team van het bedrijf of de organisatie.</p> <p>Coaching helpt bij het <b>ontdekken van de zakelijke uitdagingen</b> die kunnen worden beïnvloed door middel van design thinking en het strategisch gebruik van design competentie. Tijdens dit gesprek wordt de situatie van het bedrijf bekeken, waarna aanbevelingen over verdere mogelijkheden en een geschikte partner worden aangereikt. Strategisch design coachen heet <b>Design Forum Studio</b>, dat laat zien waarom investeren in het gebruik van design op een strategisch niveau rendabel is. Het doel van strategische design coaching is om het begrip over strategisch design en het gebruik ervan in een bedrijf of organisatie te vergroten. Dit creëert nieuwe mogelijkheden voor groei en bedrijfsontwikkeling. De strategic design coaching is een opleidingseenheid die uit verschillende modules bestaat. De behandelde thema's zijn centrale factoren die verband houden met het strategisch gebruik van design. De beste, meest ervaren experts zullen elk thema coachen. De coaching is bedoeld voor groeigerichte, innovatieve bedrijven en organisaties met internationaal potentieel en hun sleutelpersoneel. De voorwaarde is dat het bedrijf of de organisatie zelf geen ontwerp- of planningsdiensten levert. De deelnemers aan de coaching worden geselecteerd via een sollicitatieprocedure. De ontwikkelingsdoelstellingen van het te selecteren bedrijf of de te selecteren organisatie kunnen bijvoorbeeld verband houden met industrieel design, service design, digitale diensten of merkenbouw.</p> <p>Een belangrijk initiatief is <b>EcoDesign Sprint</b>, een trainingsprogramma bedoeld voor bedrijven en ontwerpbureaus die geïnteresseerd zijn in de mogelijkheden van circulaire economie. Het is een <b>combinatie van innovatie, praktische training en product- &amp; dienstontwikkeling</b> door middel van circulaire economie-denken en ontwerpmethoden.</p> <p>EcoDesign Sprint is een <b>strategische hands-on tool</b> voor bedrijven uit alle sectoren, waarbij een <b>multidisciplinair</b> team van experts samenwerkt om de behoeften van het bedrijf en nieuwe circulaire zakelijke mogelijkheden te bekijken. Het primaire doel van EcoDesign Sprint is om de business van de kleine- en middelgrote ondernemingen te ontwikkelen en duurzamere producten en diensten voor hen te creëren. Een ander doel is om de deelnemers diepgaande kennis bij te brengen over de mogelijkheden en de bedrijfsmodellen van de circulaire economie<sup>6</sup>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>Ja. DFFinland kan bedrijven helpen de best mogelijke <b>partners</b> te vinden voor de ontwikkeling van hun activiteiten door middel van designcompetentie.</p>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>7</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

<sup>6</sup> EcoDesign Sprint is ontwikkeld door Design Forum Finland als onderdeel van het EcoDesign Circle project. Tot nu toe is EcoDesign Sprint getest in zes klantbedrijven en zes ontwerpbureaus in drie van de partnerlanden van EcoDesign Circle - Finland, Zweden en Estland. De partner van Design Forum Finland in dit project was Ethica Oy, een consultant gespecialiseerd in de circulaire economie.

<sup>7</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur.' in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 6.

## 23.EU BEDA – The Bureau of European Design Associations



<https://www.beda.org> (2021-05-31)

	DOELGROEPEN			
VRAAGSTUKKEN/ PIJLERS/ROLLEN ACTIES	ontwerpers	bedrijven	organisaties	het grote publiek
1. Gezichtsveld van design (werkterrein)	<p>Hoe wordt het werkkterrein van design gedefinieerd/afgebakend?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met welke definitie wordt er gewerkt (identiteit van design)? <i>The potential to meet great needs. Design wordt gezien als motor van duurzame groei en welvaart in elke werkdiscipline. Design is een discipline die het bedrijfsleven, de samenleving, de nationale economieën en de kwaliteit van het bestaan ingrijpend kan veranderen<sup>1</sup>.</i></li> <li>- Als er keuzes worden gemaakt, hoe gebeurt het? Op basis van welke argumentatie? <i>Design is required to rise to the challenges of climate change and human wellbeing.</i></li> </ul> <p><b>Klimaatverandering, digitalisering en Europese waarden</b> zijn de belangrijkste drijfveren voor BEDA's werk in Europa. Het punt is dat deze kernbegrippen ook goed aansluiten bij de strategische ambities van de Europese Commissie.</p> <p>Toonaangevende mondiale bedrijven hebben een nieuwe belangstelling voor design, terwijl regeringen beginnen in te zien dat design een belangrijke rol kan spelen bij het oplossen van de moeilijkste sociale en milieuproblemen. De laatste vijftien tot twintig jaar wordt design steeds vaker toegepast in een steeds breder scala van contexten, van dienstverlening tot inzicht in de behoeften van gebruikers en burgers tot het bepalen van</p>			

<sup>1</sup> BEDA MANIFEST, 2016, korte versie: Design Now – The potential to meet great needs

These are exciting times for design. Leading global companies have a new appetite for design, while governments are coming to see that design can play a major role in solving the toughest social and environmental problems. More and more over the last fifteen to twenty years, design has been applied in a wider and wider range of contexts, from services to understanding user and citizen needs to defining strategy and policy at the highest levels in both business and government. At the same time, in more established areas such as product and graphic design, design continues to be a vital differentiator and generator of value.

At a time of daunting challenges for Europe, there is, therefore, enormous potential for design to play a fundamental role in delivering solutions. Given the right conditions, it could help to grow Europe's global competitiveness and make the connections between citizen and environmental needs and fiscal responsibility. The right conditions, of course, begin with understanding. In contexts where design is given its head, it proves its capability again and again. However, to those unfamiliar with it, its approaches are often counter-intuitive and its value unknown. Our members are, of course, well aware of this and do impressive work in their own countries to demonstrate design's benefits. However, they also know that, as much as they can achieve on their own, they can do exponentially more as part of a network.

This is, in short, a movement. By working together, we can share knowledge and skills and cumulatively gather and disseminate evidence. Working across Europe's increasingly fluid national borders, we can collaborate on mutually beneficial projects, engage more effectively and help to build capacity. In particular, we can work together to spread understanding of design to areas where they are currently under-used – and to the European Union's highest governance levels. This last is, of course, crucial. From this will flow the vital support needed to nurture and expand the network. This is where we at BEDA come in. Our vision is for design to be embraced in Europe as a driver for growth and prosperity. In <https://www.beda.org> 2021 05 31

	<p>strategie en beleid op de hoogste niveaus in zowel het bedrijfsleven als de overheid. <b>Design blijft het verschil maken en waarde genereren</b> ook op meer gevestigde gebieden, zoals productdesign en grafisch ontwerp. In een tijd van <b>enorme uitdagingen voor Europa</b> biedt design enorme mogelijkheden om een <b>fundamentele rol te spelen</b> bij het vinden van oplossingen. Als aan de juiste voorwaarden wordt voldaan, kan het helpen het concurrentievermogen van Europa in de wereld te vergroten en het <b>verband te leggen tussen de behoeften van de burger, het milieu en budgettaire verantwoordelijkheid</b>. De juiste voorwaarden beginnen natuurlijk met begrip. In contexten waar design de kop opsteekt, bewijst het keer op keer waartoe het in staat is. Voor degenen die er niet mee vertrouwd zijn, zijn de benaderingen echter vaak contra-intuïtief en is de waarde ervan onbekend. De leden van BEDA zijn zich hiervan bewust en verrichten in eigen land indrukwekkend werk om de voordelen van design aan te tonen. Zij weten echter ook dat, hoewel zij ook alleen veel kunnen bereiken, zij <b>exponentieel meer kunnen doen als deel van een netwerk</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is design versus het 'ontwerpvak' een issue?</li> </ul> <p>Neen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Design of 'design thinking'? Of allebei als centraal begrip?</li> </ul> <p>Allebei.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de doelgroep die het instituut voor ogen heeft, alleen designers of wordt er ook gedacht aan de relatie design(er)-burger?</li> </ul> <p>BEDA is de <b>grootste designvertegenwoordigingsorganisatie in Europa</b>. BEDA heeft 51 leden uit 26 landen binnen de geografische grenzen van Europa. De leden zijn toonaangevende designpromotiecentra (meestal gefinancierd door de overheid/overheidsgeld) en professionele design- en handelsverenigingen (meestal gefinancierd door de designindustrie van dat land). Volgens het BEDA Design Report 2.0 (2018) vertegenwoordigen de leden van de professionele design- en brancheverenigingen op hun beurt ongeveer <b>800 000 individuele designers</b> in heel Europa. Leden kunnen designpromotiecentra en andere door de overheid gefinancierde organisaties zijn die design op nationaal of regionaal niveau <b>promoten</b>, maar ook beroeps- en brancheverenigingen voor designers uit heel Europa. Die beroepsverenigingen vertegenwoordigen in Europa gevestigde designers in elke werkdiscipline, van industrieel ontwerp en interieurs tot digitaal ontwerp en branding.</p>
<p>2. De dekking van het design veld/ De positie binnen het cultuur landschap (bovenbouw)</p>	<p><b>Hoe positioneert de organisatie zich binnen het hele cultuurlandschap?</b></p> <p>Positionering binnen Europa: BEDA kijkt nu naar de toekomst met een <b>nieuwe strategie</b> om de perceptie van design in heel Europa te versterken, het <b>netwerk</b> nog groter maken, het aanzien van BEDA als de <b>designautoriteit</b> op Europees niveau te vergroten en ervoor te zorgen dat design <b>een erkende positie heeft in het Europese innovatiesysteem</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een holistische aanpak aangezien design multidimensionaal (artistiek, milieu gerelateerd, sociaal en economisch) is en een brede impact heeft?</li> </ul> <p>Er is een <b>holistische aanpak, gericht naar duurzame groei</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is het thema van design binnen het cultuurlandschap en design binnen het economisch landschap een bekommernis? Zijn er hiervan financiële implicaties?</li> </ul> <p>De resultaten worden eerder gericht naar het aanpakken van de grootschalige en urgente uitdagingen waarvoor de samenleving staat. Door de krachten van <b>alle ontwerpers en de spelers op het gebied van design te bundelen</b>, zou de invloed en het werk van BEDA een reële impact kunnen hebben op het dagelijkse leven.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is de organisatie ingebed in een groter geheel?</li> </ul> <p>Het is een recent nalatenschap van laatste voorzitter Päivi Tahkokallio van Ornamo Art and Design, Finland: groei zowel in invloed als in aantal, met de benoeming tot eerste partner van het Nieuwe Europese Bauhaus-initiatief, en uitnodigingen om zitting te nemen in diverse comités van de EU-Commissie, waaronder de werkgroep voor de culturele en creatieve industrieën. Päivi heeft de aanzet gegeven tot de zeer succesvolle BEDA Open Doors Dialogues, die begin 2020 werden geïntroduceerd als reactie op de pandemie. Dit initiatief is nu uitgegroeid tot een belangrijk permanent en collaboratief platform voor BEDA-leden om van gedachten te wisselen over de toekomstige focus van BEDA binnen de context van design voor een succesvol Europa<sup>2</sup>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een onderlinge afhankelijkheid binnen een groter ecosysteem?</li> </ul> <p>?</p>

<sup>2</sup> Päivi said: "The New European Bauhaus is a unique initiative launched by the European Commission, providing unseen opportunities for design to participate in creating a Europe we Europeans want to live in. With opportunity comes the responsibility. It is up to the design community in Europe to show that we are up to the task. As the voice of design, BEDA has been happy to take part in the work since the early days, and with the next President and Vice President the work will continue. And the New European Bauhaus will not be the only context. BEDA will work on many arenas to do its share in the success of Europe through adding value to other industries."

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Speelt de organisatie een verbindende rol?</li> </ul> <p>Ja. Aanvankelijk konden alleen verenigingen uit de designsector lid worden, daarna ook alle categorieën ontwerpers en ook onderwijsinstellingen. Geografisch was er een focus op de EU. Na verloop van tijd werd het lidmaatschap uitgebreid ook naar ontwerpcentra en landen buiten de EU, maar binnen de "geografische grenzen van Europa". Als gevolg hiervan veranderde de vereniging haar naam van Bureau of European Designers' Association in <b>Bureau of European Design Associations</b>, ogenschijnlijk een kleine verandering maar in context een grote. De promotieorganisaties met hun unieke achtergrond, competenties en politieke expertise op nationaal en regionaal niveau, begonnen al snel politieke agenda's aan te pakken. Dit bleek niet alleen relevant en belangrijk te zijn voor het beroep van ontwerper, maar ook voor het algemene inzicht in de mogelijkheden van vormgeving als instrument voor verandering.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er sprake van krachten bundelen?</li> </ul> <p>Absoluut, zie hierboven.</p>
<p>1. Te onderscheiden categorieën op basis van profiel en doelstellingen</p>	<p><b>Welke doelen stelt de organisatie voorop op korte en op lange termijn? Hoe bepaalt deze keuze het profiel van de organisatie?</b></p> <p>5-Puntenplan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enhance the awareness and understanding of the value of design.</li> <li>2. Strengthen the design sector's capability to meet future needs.</li> <li>3. Build appreciation and use of design among EU businesses and intermediaries (Innovation Centres, Chambers of Commerce...).</li> <li>4. Advocate design for public sector renewal.</li> <li>5. Promote design as a new approach to policy-making (and implementation).</li> </ol> <p>Aan elk punt worden activiteiten gekoppeld.</p> <p><b>DOELSTELLINGEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie aan het imago van design in eigen regio/land/internationaal?</li> </ul> <p>BEDA is een Europese instelling die met de tijd is uitgebreid tot ontwerpcentra en landen ook buiten de EU, maar binnen de "geografische grenzen van Europa".</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie de economische impact van design te vergroten (privaat, publiek, micro- en macro niveau) + (people, planet, profit: immateriële waarden zijn onmiskenbaar)?</li> </ul> <p>Ja. Het doel is om design in Europa te omarmen als motor van duurzame groei en welvaart. BEDA werd opgericht in 1969, toen er nog weinig kennis was en weinig besef van de impact die designers in het bedrijfsleven konden hebben. BEDA bracht de <b>beroepsverenigingen van designers uit heel Europa samen</b> en verschaftte wegwijzers naar informatie over de designindustrie, die in die tijd nog erg jong was. De instelling hielp ook om het belang van design in het bedrijfsleven te promoten.</p> <p>BEDA voert <b>campagne</b> op meerdere fronten met een <b>complexe verscheidenheid aan behoeften</b>. Het vereist dat BEDA het bewustzijn van de waarde van design vergroot en tegelijkertijd de capaciteit van de designsector versterkt om zowel aan de vraag die ze creëren als aan de uitdagingen van de toekomst te voldoen. Het betekent een radicale verandering van de perceptie die bedrijven en regeringen hebben over hoe design <b>het innovatieve vermogen</b> kan voeden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenst de organisatie het nationale design policy (beleidsdomeinen) te informeren?</li> </ul> <p>De Europese designpolicy is de target.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er uitgegaan van design principes te hanteren om 'public value' te realiseren (design als noodzakelijk instrument in het beantwoorden van grote maatschappelijke uitdagingen)?</li> </ul> <p>Ja. Als gevolg van het werk van de voorbije jaren, staat design nu stevig op de agenda op de hoogste niveaus in Brussel. Dat betekent aanzienlijke concrete steun die het bereik en de <b>invloed van design in heel Europa</b> sterk zal vergroten. Dit is een belangrijke prestatie maar de taak blijft. Hoewel design nu goed wordt erkend binnen het Commission's Enterprise Directorate, zijn er <b>talrijke andere gebieden</b> waar het een essentieel verschil zou kunnen maken maar nog niet ingeburgerd is.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In hoeverre en op welke manier wordt ondersteuning geboden aan de verschillende doelgroepen?</li> <li>- Wordt gedacht aan een strategische niche? Welke?</li> </ul> <p>Zie vermelde thema's boven.</p> <p><b>PROFIEL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Top-down of bottom-up aanpak? Via bottom-up of peer-to-peer communicatie: actuele inzichten op peil houden door de sector regelmatig te bevragen</li> </ul> <p>De statuten en het huishoudelijk reglement van BEDA bepalen de wijze waarop BEDA wordt geleid. BEDA wordt bestuurd door een raad van bestuur die om de twee jaar door de leden wordt verkozen. Om de twee jaar</p>



	<p>worden ook een voorzitter en een vice-voorzitter verkozen. Het hoofdkantoor van BEDA is gevestigd in Brussel. De voorzitter vertegenwoordigt BEDA en promoot de waarde en het potentieel van design bij de Europese Commissie, het bedrijfsleven en de designsector zelf. Hij/zij coördineert en ziet toe op de uitvoering van de strategie die door de leden en het bestuur van BEDA wordt ontwikkeld. Verder is de voorzitter ook verantwoordelijk voor het voorzitten van alle vergaderingen van het bestuur en de algemene vergadering. BEDA kan bogen op een illustere alumni van vroegere voorzitters<sup>3</sup>.</p> <p>BEDA heeft een sterk leiderschapsteam: sinds vrijdag 28 mei 2021 is BEDA's nieuwe voorzitter Isabelle V�rilhac, hoofd internationale zaken en innovatie bij Cité du design, Saint Etienne, en BEDA's nieuwe vicevoorzitter Christina Melander van het Danish Design Centre.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt de link met de samenleving vergroot?</li> </ul> <p>Via de bedrijven zeker.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke relatie wordt uitgebouwd tegenover de doelgroepen?</li> </ul> <p>Het lidmaatschap werd met de jaren aanzienlijk uitgebreid ook tot ontwerpcentra en landen buiten de EU, maar binnen de "geografische grenzen van Europa". De promotieorganisaties met hun unieke achtergrond, competenties en politieke expertise op nationaal en regionaal niveau, begonnen al snel politieke agenda's aan te pakken. Dit bleek niet alleen relevant en belangrijk te zijn voor het beroep designer, maar ook voor het algemene inzicht in de mogelijkheden van design als instrument voor verandering.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan de designer gedacht doorheen de volledige loopbaan (starterssteun, groeistimulansen, loopbaanbegeleiding enz.) of worden hierin keuzes gemaakt?</li> <li>- Wordt de designer gezien als iemand met een zakelijk talent of eerder met een creatief talent?</li> <li>- Is er een relatie met de burger?</li> </ul>
<p>2. Dimensies van designexpertise-centra</p> <p>(pijlers, rollen, acties)</p>	<p>Welke rollen en acties worden ondernomen om te kunnen beantwoorden aan de doelstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/studierol:</b> research and knowledge transfer (input-output) <i>Fungeert de organisatie als onderzoeksforum en als agent (colloquia, workshops, debatten, opiniestukken, meerwaarde van de designsector, motor van innovatie)</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>BEDA wil het beleid blijven beïnvloeden bv. via <b>BEDA INTEGRATES</b>: een Insight Forum om te inspireren, communiceren en discussiëren met leiders van de Commissie, het bedrijfsleven en de publieke sector en, uiteindelijk, een reeks 'Design Davos' - <b>topontmoetingen</b> op hoog niveau om design op de hoogste niveaus binnen de Commissie te verankeren. Verder zijn er nog initiatieven en een hele reeks activiteiten, workshops, debatten, publicaties, etc. Er is een heel grote output.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Informeren/aanjaagrol:</b> dialoog voeren, databanken uitbouwen <i>Hoe functioneert de organisatie proactief in verband met ondersteuning aan de diverse doelgroepen?</i> → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>BEDA definieert een van zijn belangrijkste doelstellingen als <b>aanjager van verandering</b> in functie van een beter leven voor alle burgers. BEDA heeft daarin successen geboekt. Als gevolg van jarenlang lobbyen in Brussel, maakt design tegenwoordig deel uit van het innovatiebeleid voor Europa, genaamd <i>Innovation Union 2020</i>. BEDA pleit ervoor bij de Commissie om bij het <b>onderwijsprogramma</b> design te erkennen als drijvende kracht achter groei en design naar behoren op te nemen in de opleiding van toekomstige generaties.</p>

<sup>3</sup> Het BEDA-bestuur bestaat uit ten minste vijf en ten hoogste elf bestuursleden, bestaande uit een voorzitter, een vice-voorzitter en ten hoogste negen andere personen. Het bestuur kiest uit zijn midden twee personen die elk de functie van penningmeester en secretaris bekleden. De penningmeester is verantwoordelijk voor het opstellen van de jaarlijkse begroting, het voorstellen van de jaarlijkse lidmaatschapsbijdragen, het voorstellen van andere heffingen en het toezicht op de dagelijkse financiële verrichtingen van de vereniging. De secretaris is de bewaker van de statuten en het huishoudelijk reglement van BEDA en ziet erop toe dat te allen tijde de juiste procedures worden nageleefd. De leden van het BEDA-bestuur worden gekozen door en uit de BEDA-leden. Zij hebben een zittingstermijn van twee jaar en kunnen zich herkiesbaar stellen voor nog eens twee opeenvolgende termijnen. De stemming vindt plaats tijdens de jaarlijkse algemene vergadering van BEDA. De algemene vergadering wordt elk jaar georganiseerd door een lidorganisatie. Mocht er om welke reden dan ook een vacature ontstaan, dan kan het bestuur een ander lid coöpteren om de vacature in te vullen, maar deze moet zich wel verkiesbaar stellen tijdens de eerstvolgende vergadering van de algemene ledenvergadering waarop bestuursverkiezingen worden gehouden. Naast de jaarlijkse algemene vergadering komt het bestuur nog drie keer bijeen om de zaken van BEDA te regelen. De bestuursvergaderingen worden gewoonlijk georganiseerd door leden en vallen samen met designgerelateerde evenementen die in het gastland plaatsvinden.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promoten/communicatierol:</b> promotie om design naar waarde te schatten (design awareness <i>Is de organisatie <b>promotor</b> van design via bewustmakingsactiviteiten?</i>)  → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>De afgelopen jaren heeft BEDA ontmoetingen gehad met ambtenaren op het allerhoogste niveau, onder wie de toenmalige voorzitter van de Europese Commissie Barroso en de toenmalige vicevoorzitter Günter Verheugen, toen ook Europees commissaris voor Ondernemingen en Industrie. BEDA heeft onvermoeibaar gelobbyd bij de Commissie, met als resultaat dat zij in 2011 het Europees initiatief voor designinnovatie lanceerde, met de voorzitter en vicevoorzitter van BEDA in de leiderschapsraad en in 2013 het actieplan voor designgedreven innovatie. Van 2012 tot 2014 werden de inspanningen beloond met de lancering van een aantal Europese designinnovatie-initiatieven, waaronder het <b>Design for Europe-project</b>.</p> <p>Onlangs heeft BEDA, met medefinanciering van het programma Creatief Europa, het project <b>Design Europe 2021</b> gelanceerd, dat erop gericht is het netwerk van BEDA als Europese designautoriteit te versterken en uit te breiden. Verder worden er ook een hele reeks communicatieactiviteiten gehouden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Netwerken/netwerkrol:</b> bewust netwerk uitbouwen (zie nog verder in meer detail)  <i>Als een <b>transparant 'venster'</b> met eigen autoriteit en als onmisbare partner</i>  → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>De leden zijn zich ervan bewust dat ze in hun eigen land indrukwekkend werk kunnen verrichten om de voordelen van design aan te tonen. Zij weten echter ook dat zij exponentieel meer kunnen doen als deel van een netwerk.</p> <p>Via actie: Capaciteitsopbouw door <b>BEDA GA+</b>. Dit programma, dat samen met de Algemene Vergadering wordt georganiseerd, bestaat uit een volledige dag van peer-to-peer leren en heeft tot doel alle betrokkenen in staat te stellen een doeltreffender "<b>netwerkmotor</b>" te worden. Er zijn een hele reeks networking activiteiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ondersteunen/ faciliterende rol:</b> zowel naar zakelijke als naar artistieke vormen  <i>Als <b>facilitator, moderator en inspirator</b> voor een grotere <b>impact</b></i>  → Via welke ACTIE?</li> </ul> <p>Het eerste doel van het programma van BEDA is het <b>vergroten van het bewustzijn en het begrip van de waarde van design</b>. Bij bepaalde doelgroepen wordt design nog steeds uitsluitend in termen van esthetiek en vormgeving opgevat. Daarmee wordt voorbijgegaan aan het grote vermogen van design om functionele, emotionele en sociale aspecten te integreren als antwoord op de behoeften van de gebruiker en om in elke fase van de product- en dienstenontwikkeling waarde toe te voegen. Uit onderzoek blijkt dat hoe vroeger het deel uitmaakt van het proces, hoe beter de resultaten.</p>
<p>3. Betrekking tussen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de designspelers</li> <li>- de overheid</li> <li>- de onderwijsinstellingen</li> </ul> <p>(netwerken)</p>	<p>Hoe wordt networking opgevat in de driehoeksverhouding tussen de designspelers, de overheid en de onderwijsinstellingen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de 'design agents' (designspelers) die een rol te vervullen hebben in de werking van de organisatie?</li> </ul> <p>Elke instelling die met design werkt is welkom. Er worden ook samenwerkingsverbanden uitgebouwd. Een voorbeeld is de EUROPEAN REGIONS RESEARCH AND INNOVATION NETWORK (ERRIN). ERRIN, dat in 2001 is opgericht, is een uniek, in Brussel gevestigd platform van meer dan 120 regionale belanghebbende organisaties, waarvan de meeste vertegenwoordigd zijn vanuit hun Brusselse kantoren. ERRIN bevordert de uitwisseling van kennis tussen zijn leden en richt zich op gezamenlijke acties en projectpartnerschappen om de regionale onderzoeks- en innovatiecapaciteiten te versterken. Via deze acties wil ERRIN bijdragen tot de uitvoering van de Europa 2020-strategie, het vlaggenschipinitiatief "Innovatie-Unie" en de strategieën voor slimme specialisatie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch ecosysteem en aan een verbondenheid met designspelers?</li> </ul> <p>Ja. Networking is een van de doeleinden. Men tracht alle ontwerpers en spelers op het gebied van design te bundelen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er een motivatie voor een sterke link tussen onderzoek, onderwijs en innovatie (sociale verandering teweeg brengen, kennis omzetten naar waarde, onderwijs moet de capaciteit voor vernieuwing verhogen) die via een netwerk wordt bewerkstelligd?</li> </ul> <p>Ja.</p> <p>DESIGNSPELERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe functioneert de organisatie als aanspreekpunt voor designspelers (tweerichtingsverkeer, actieve matchmaking, belangenbehartiging)?</li> </ul> <p>Het tweede doel is het vermogen van de designsector om in zijn toekomstige behoeften te voorzien en ze te versterken. BEDA tracht toekomstige trends te identificeren en <b>ontwerpers de juiste vaardigheden bij te brengen om de bruto toegevoegde waarde van de Europese ontwerpsector te verhogen</b>.</p>

## OVERHEID

- Wordt er een design action plan/ondersteuningsprogramma's mede ontwikkeld?

Ja. BEDA **werkt samen met de nationale autoriteiten** om tastbare voorbeelden te laten zien van hoe design waarde toevoegt aan de Europese economie. BEDA voert ook campagne om design een integrerend onderdeel van de Europese onderzoeksprogramma's te laten zijn.

- Is er überhaupt een dialoog?

Toen er al een zekere erkenning kwam voor het beroep van designer, begon BEDA te bekijken hoe het de **politieke agenda kon beïnvloeden**. BEDA wilde een groter bewustzijn creëren over het belang van design als bedrijfsinstrument. Zij wilde dat politici begrepen dat design een **aanjager van verandering** kan zijn en het concurrentievermogen van de Europese industrie kan verbeteren, maar ook het leven van de Europese burgers. BEDA blijft sterk betrokken bij het beleid van Europa door deel te nemen in de bestuursniveaus van de Europese Unie en zal design ook promoten als een instrument voor industriële en maatschappelijke innovatie omwille van zijn actualiteitsgehalte.

## ONDERWIJS/ONDERZOEK

- Wordt gericht onderzoek gedaan ter ondersteuning van het vakgebied design en initieert de organisatie onderzoek?

BEDA initieert verschillende projecten. Een voorbeeld is **BEDA Cluster Measuring Design**. Voortbouwend op de erfenis van het Design EDII-project (2012-2014), is deze Cluster gericht op het verder werken aan initiatieven voor het **meten en monitoren van de bijdrage van design aan de economie**, het creëren van banen en over de relevantie van deze gegevens voor beleidsmakers en de design-, innovatie- en bedrijfsgemeenschappen. Design heeft betrekking op een reeks toepassingen binnen bedrijven en biedt een middel om functionaliteit, look en gebruikerservaring te integreren voor **goederen of diensten**. Design kan ook een middel zijn om een bedrijfsidentiteit en merkherkenning op te bouwen. Daarom hebben 13.122 Europese bedrijven informatie over design verstrekt op basis van een breed concept van vormgeving. Met de gegevens van de Innobarometer, die niet alleen betrekking hebben op vormgeving maar ook op innovatie, beschikt BEDA over een solide basis om de impact van vormgeving op de creatie van economische waarde in te schatten. Anderzijds heeft het Cluster andere relevante rapporten en onderzoeken over het meten van designwaarde verzameld om andere visies en methoden die worden gebruikt te confronteren. Het is bedoeld als een **oproep tot actie** voor een collectieve inspanning om te blijven werken aan de meting van de bijdrage van design als een sleutelfactor van succesvolle innovatie, teneinde de effectiviteit van designinnovatiebeleid en -strategieën in heel Europa te verbeteren<sup>4</sup>. Het tot nog toe belangrijkste onderzoek<sup>5</sup> is **Design Europe 2021 - Design for Growth and Prosperity**. Het heeft een grotere invloed gehad dan eender welke voorgaande actie van BEDA. De cijfers getuigen van de reikwijdte ervan - vanaf november 2017 zijn er meer dan twintig evenementen georganiseerd, waaronder seminars en conferenties, en zijn er ongeveer dertig studies en publicaties geproduceerd.

Het project werd opgevat als het belangrijkste instrument om de strategie van BEDA tot 2021 uit te voeren, die de volgende **strategische doelstellingen** nastreeft:

1. Het bewustzijn en het begrip van de waarde van design vergroten.
2. De capaciteit van de ontwerpsector versterken om aan toekomstige behoeften te voldoen.
3. Bij de bedrijven in de EU capaciteit voor design opbouwen.
4. Design bepleiten voor vernieuwing van de publieke sector.
5. Design promoten als een nieuwe benadering van beleidsvorming.
  - Coördineert de organisatie een verspreiding van kennis van de academische wereld naar de industrie, de publieke sector en de samenleving?

Alle inhoud en stappen worden beargumenteerd en ondersteund met resultaten uit de academische wereld.

- Is er aandacht om met scholen af te stemmen over het belang van design in het algemeen?

BEDA voert campagne om de erkenning van het belang van design en daarom ook design in de programma's van scholen in te voeren.

- Helpt de organisatie afgestudeerden hun weg te vinden op de markt?

<sup>4</sup> Theme: Design Management Design Policy Design Support and Promotion Design Value and Business Dialogue  
Cluster: Design & IPR Design Business Models Design Stats Measuring Design Value Supporting Documents: BEDA Cluster Measuring Design Value – Report 2017.pdf Date : 27/11/2017

<sup>5</sup> Design Europe 2021 <https://www.beda.org/eu-projects/design-europe-2021> 2016 06 18

Name: *Design Europe 2021 – Design for Growth and Prosperity*

Value: € 592 648,76

Funder: CREATIVE EUROPE PROGRAMME

Dates: 12/2014 – 11/2017

<p><b>4. De relatie tussen designspelers onderling</b>  (netwerken)</p>	<p><b>Hoe wordt networking opgevat tussen designspelers onderling en waarom?</b></p> <p>NETWORKING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie zijn de <b>design actoren</b>, de '<b>design agents</b>' (designspelers) (design en culturele centra, netwerk rond design zoals associaties, clusters, actief met een link tussen de regering, ondernemingen, de designsector en de academische wereld?</li> </ul> <p>Men wil alle ontwerpers en spelers op gebied van design bundelen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er gewerkt aan een dynamisch design ecosysteem/cohesie van het designsector (onderwijs, burger, publieke sector, bedrijven, scène van de beeldende kunsten maar ook de regelgeving, het onderzoek en innovatie)</li> </ul> <p>Ja absoluut, zie de andere onderdelen. <b>Networking is een van de belangrijkste doeleinden</b> om zo kennis te verspreiden. Het streefdoel is voor de komende twee jaar om <b>multidisciplinaire samenwerkingsverbanden</b> op verschillende schalen te ontwikkelen, om de beloften van het BEDA-beleidsplan na te komen.</p> <p>WAAROM?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan cross-sectorale benadering gedaan en het bevorderen van hybride beroepspraktijken die steeds meer ontwerpogaven vereisen (multidisciplinaire vertaling)?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt belang gehecht aan omgevingsbewustzijn en flexibiliteit die nu belangrijker zijn dan ooit?</li> </ul> <p>Ja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt in de samenwerkingsverbanden gewogen op 'het grotere belang' = kwaliteit, urgentie, positionering uitstraling qua instelling/centrum?</li> </ul> <p>Ja.</p>
<p><b>5. Actoren en hun financiering</b>  (ondersteunen)</p>	<p><b>Hoe ondersteunt de organisatie de actoren financieel?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welke fondsen en budgetten staan ter beschikking? Wat is de verhouding tussen de publieke en de private financiële middelen (EU, nationaal)?</li> </ul> <p>BEDA is een non-profitorganisatie die in haar geheel door haar leden wordt gefinancierd.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Past de organisatie zelf 'design leadership' toe (bv. <i>Business Support Canvas</i><sup>6</sup>)</li> <li>- Wordt er gekozen voor een 'explicit' en/of 'tacit' design policy?</li> <li>- Welke <b>ondersteuningsinstrumenten</b> worden uitgebouwd voor designers/bedrijven?</li> </ul>
<p><b>6. Verantwoordelijkheden</b>  (informereren, promoten)</p>	<p><b>Hoe neemt de organisatie de verantwoordelijkheid van informereren en promoten op?</b></p> <p><b>De kerntaken: BEDA wil een beweging worden die over design informeert en die design promoot.</b></p> <p>INFORMEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe wordt gewerkt aan <b>beeldvorming</b> van design in het algemeen?</li> </ul> <p>Door samen te werken kan BEDA kennis en vaardigheden delen en cumulatief bewijsmateriaal verzamelen en verspreiden. Door over de steeds meer veranderlijke nationale grenzen van Europa heen te werken, kan BEDA samenwerken aan projecten die voor beide partijen voordelig zijn en helpen capaciteit op te bouwen. In het bijzonder kan BEDA samenwerken om het begrip voor design te verspreiden naar gebieden waar er momenteel te weinig gebruik van wordt gemaakt - en naar de hoogste bestuursniveaus van de Europese Unie. Hieruit zal de vitale steun voortvloeien die nodig is om het netwerk te voeden en uit te breiden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op welke thema's wordt gefocust bij informatieverstrekking en sensibilisering (zakelijk- (artistiek)inhoudelijk, meerwaarde van design en design thinking, etc.)?</li> </ul> <p>Design als motor voor groei en welvaart.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt gedacht aan verschillende doelgroepen?</li> <li>- Is er puur informatieverstrekking of worden ook pro-actief congressen en pilootprojecten opgezet met het oog op het stimuleren?</li> </ul> <p>PROMOTEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is de promotionele strategie van de organisatie?</li> </ul>

<sup>6</sup> in *Building next generation design support programmes*, 2012, p. 8-11.

	<p>BEDA promoot design als een instrument voor industriële en maatschappelijke innovatie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er met ambassadeurs gewerkt met het doel op internationalisering?</li> </ul> <p>Er is een wereldwijde aanpak die het Europese overstijgt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doet de organisatie aan publiekswerking?</li> <li>- Is er ook promotie via awards, publicaties, beurzen, aanwezigheid in de media, inzetten op trends?</li> </ul>
<p>7. Soorten ondersteuning specifiek voor centra, organisaties en steunpunten</p> <p>(ondersteunen anders dan subsidies)</p>	<p>Welke ondersteuning biedt de organisatie anders dan financiële bijdrage en aan welke actoren?</p> <p>AAN DE DESIGNER</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kan de designer op <b>praktijk</b>ondersteuning rekenen of hulp in het proces van <b>professionalisering</b> en welke?</li> </ul> <p>Het opzetten en beheren van designexpertisegroepen via BEDA CLUSTERS is een kans om vaardigheden en competenties te verbeteren en de vitale informatie te verzamelen en te communiceren die zal helpen bij het bouwen aan een betere samenleving in een groeiende designsector.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Treedt de organisatie op als <b>aanspreekpunt</b> voor de designer?</li> </ul> <p>Neen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heeft de organisatie een takenpakket voor de designers gericht naar hun <b>ontwikkeling</b> te ondersteunen (residentieplekken, doorgroeitrajecten, etc.)?</li> </ul> <p>Neen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe worden designers gesteund in hun <b>presentaties</b> (toonplekken, deelname beurzen, etc.)?</li> </ul> <p>Niet.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Werkt de organisatie mee aan het ontwikkelen van <b>reflectie</b> of faciliteert het al dan niet in samenwerking met designcritici?</li> </ul> <p>BEDA ontwikkelt en faciliteert reflectie over design via studies en data verzamelingen.</p> <p>AAN BELEIDSMAKERS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt er vanuit de organisatie aan permanente veldanalyse gedaan in de context van <b>praktijkontwikkeling</b> om zo beleidsadvies te geven aan de overheid of in het algemeen kennis en discours te ontwikkelen over het veld?</li> </ul> <p>Doel 4 pleit voor <b>design voor vernieuwing van de publieke sector</b>. Ontwerpmethodologie stelt burgers in staat om actieve scheppers te worden van de openbare diensten die zij gebruiken en van hun interacties met openbare instellingen. Dit komt omdat ontwerpers samenwerken met eindgebruikers om hun behoeften te begrijpen en vervolgens oplossingen testen door middel van prototyping. Dit vermindert risico's en zo kan design een zeer doeltreffende methode zijn om de levenskwaliteit te verbeteren, maar ook om de kosten te drukken. BEDA helpt instellingen doeltreffender te worden met een sterke focus op de gebruiker en zal de capaciteit van de ontwerpsector opbouwen om dit te verwezenlijken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt met beleidsmakers samengewerkt voor het ontwikkelen van design support programma's, hoe leren design te gebruiken als beleidsinstrument?</li> </ul> <p>Doel 5 is het <b>bevorderen van design als een nieuwe benadering van beleidsvorming (en -uitvoering)</b>. Dezelfde beginselen die design doeltreffend maken voor openbare diensten, gelden ook op beleidsniveau: d.w.z. het vermogen om diverse belanghebbenden te betrekken bij het vaststellen van behoeften en het beperken van risico's.</p> <p>BEDA streeft een veel bredere beleidsagenda na op meerdere bestuursniveaus in heel Europa, met inbegrip van onderzoek, milieu, gezondheid en sociaal beleid.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt aan kennisoverdracht gewerkt in verband met de noden van de designers (werkgelegenheid, intellectueel eigendom, etc.)?</li> </ul> <p>AAN BEDRIJVEN</p> <p>Een van de doelen (nr. 3) is: de <b>waardering en het gebruik van design bij bedrijven en intermediairs in de EU (innovatiecentra, kamers van koophandel, enz.) vergroten</b>. Gesteund door onderzoek, stelt BEDA dat bedrijven die design strategisch toepassen, een groter rendement op hun investeringen genereren dan bedrijven die er helemaal geen gebruik van maken of het slechts als een toevoeging zien. Bedrijven en overheidsinstanties hebben echter moeite om design te begrijpen en in gebruik te nemen. BEDA zal daarom de publieke sector inspireren om design te gebruiken en samenwerken met <b>nationale overheden</b> en bemiddelende instanties om de beste praktijken op het gebied van designopdrachten uit te wisselen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bedrijfsondersteunende programma's: hoe leren design te gebruiken (korte, intensieve projecten of met actieve, langdurige begeleiding)</li> <li>- ondersteuning voor het opmaken van een subsidiedossier</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gaat de organisatie actief op zoek naar opportuniteiten voor bedrijven?</li> </ul> <p>Er zijn actie's om leden in contact te brengen met groeimogelijkheden via <b>BEDA CONNECTS</b>. Een jaarlijkse gelegenheid om elkaar te ontmoeten, het bereik te vergroten en in contact te komen met nieuwe projecten, partnerschappen, samenwerkingen, programma's en financiering.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wordt <i>design management</i> voor strategisch beheer en <i>design leadership</i> voor visie, innovatie en transformatie gepromoot?</li> </ul> <p>Absoluut. Zie boven.</p>
8. Noodzakelijk in te voeren best/next practices <sup>7</sup>	
9. Doelstellingen/rollen met bijzondere betekenis voor Vlaanderen	
10. Mogelijke valkuilen	Pandemie?

---

<sup>7</sup> 'We are all familiar with the notion of best practice. But the concept is a static one. Perhaps, in the world of support programmes, we should be considering the idea of 'next practice'; identifying and describing the changes in working practice as they occur. in *Building next generation design support programmes*', 2012, p. 6.