

Bericht über das Geschäftsjahr 2021

Erstellt und vorgelegt von:

Victoria Ringleb, AGD-Geschäftsführerin

Berlin, im Mai 2022

Inhalt

Das erste Jahr im neuen Normal

A Typische Aktivitäten und Aufgaben

1 Geschäftsbetrieb

- 1.1 *Geschäftstätigkeit in Berlin*
- 1.2 *Personal in der Geschäftsstelle*

2 Aufgaben und Projekte

- 2.1 *VTV Design*
- 2.2 *Verwaltungssoftware in der Geschäftsstelle/ IT-Ökosystem*
- 2.3 *Webinare*
- 2.4 *Gremienarbeit*
- 2.5 *AGD Gestalten*
- 2.6 *LDHR-Umfrage*

3 Veranstaltungen

- 3.1 *Mitgliederversammlung mit Spaß vornedran*
- 3.2 *Digitale Weihnachtsfeier*

B Allgemeine Informationen

1 Entwicklung der Mitgliederzahlen

2 Finanzen

- 2.1 *Entwicklung des Verbandsvermögens*
- 2.2 *Jahresergebnisse 2010/1–2021*

C Ausblick 2022

Das erste Jahr im neuen Normal

Das erste Jahr im neuen Normal stand ganz im Zeichen der Konsolidierung der neuen Normalität – Homeoffice, Hygienekonzept, regelmäßige Selbsttests, immer wieder neue Hilfsprogramme, die man kennenlernen und verstehen musste – im Zusammenspiel mit den notwendigen, weil begonnenen Weiterentwicklungen. Die drehten sich auch 2021 um die Entwicklung des VTV Design als WebApp im Speziellen und den damit verbundenen Aus- und Umbau unseres IT-Ökosystems, hier insbesondere unsere neue Verwaltungssoftware.

Politisch stand vieles ganz im Zeichen der Bundestagswahl im September, heben wir doch zum ersten Mal in Abstimmung mit unseren Partnern in der BAGSV und unseren Followern in den sozialen Medien zehn Wahlprüfsteine an alle demokratischen Parteien geschickt und die durchaus interessanten Ergebnisse mit unserem Netzwerk geteilt.

Intern hat sich das Personalkarussell weitergedreht, was zum einem nicht geringen Teil auch dem neuen Normal geschuldet war.

In jedem Fall war es wieder ein Jahr, für das wir allen verbandsinternen und -externen Freunden und Partnern, AGD-Regionalsprechern, -Gestalten, -Umfragenorganisierern danken möchten: Wir freuen uns, mit euch zusammenarbeiten zu können, weil es so konstruktiv, spannend, inspirierend und getragen vom gegenseitigen Respekt ist.

A Typische Aktivitäten und Aufgaben

1 Geschäftsbetrieb

1.1 Geschäftstätigkeit in Berlin

Nachdem 2020 unsere Arbeit thematisch und mit Blick auf den Umfang erheblich verändert und ausgeweitet hat, stand 2021 ganz im Zeichen der neu hinzugewonnenen Aufgaben einerseits und der konsequenten Weiterentwicklung unserer IT andererseits.

Dies haben nach einem Jahr Pandemie dann auch wir sechs Monate lang aus dem Homeoffice getan. Das war eine interessante Erfahrung. Wir können heute, immer noch teilweise im Homeoffice, sagen, dass es für uns gut funktioniert.

1.2 Personal

Personell hat sich in der Geschäftsstelle 2021 einiges getan.

AGD-Geschäftsführerin Victoria Ringleb hat vorübergehend ihre Stelle auf die Hälfte reduziert. Sie hat für zwei Semester eine Verwaltungsprofessur »Designmanagement« an der HAWK angenommen.

Katharina Guzdziol hat uns auf eigenen Wunsch im Sommer verlassen. Das kam durchaus überraschend und hat die personellen Ressourcen in der Geschäftsstelle bis zum Herbst auf 1,5 reduziert.

Die Situation verbesserte sich Ende Oktober, als Stefanie Ringleb als Buchhalterin zu uns stieß. Dafür sind wir sehr dankbar, da die Einführung der neuen Verwaltungssoftware erhebliche Auswirkungen auf unsere Buchhaltung hatte. Die machte und macht fundierte bilanzbuchhalterische Kenntnisse erforderlich. Stefanie Ringleb erledigt dies zuverlässig und stets freundlich im Rahmen eines Midijobs für uns.

Ende November stieß Daniela Plügge zu uns. Sie ist die freundliche erste Stimme am Telefon und kümmert sich um alle Belange unserer Mitglieder ihre Mitgliedschaft betreffend.

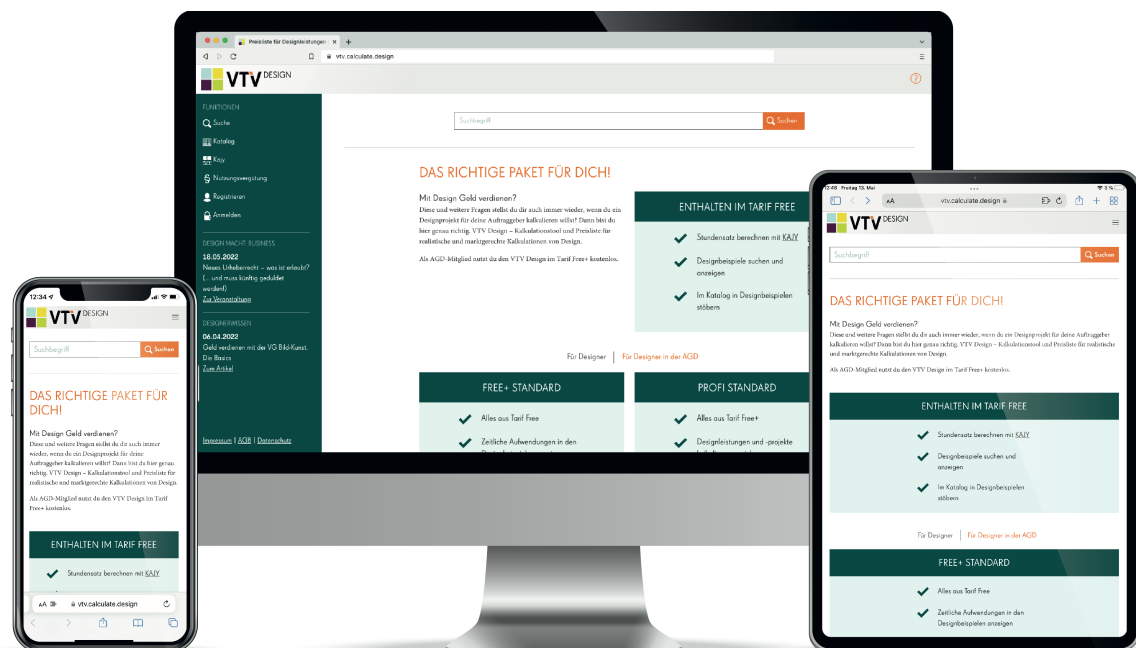
2 Aufgaben und Projekte

2.1 VTV Design

Anders als bei der Buchform wird er nun ein uns stets begleitendes Projekt sein. Nach einer ausführlichen Konzeptionsphase haben wir im April 2021 die erste Version live geschaltet. Wir waren froh, diesen Schritt endlich getan zu haben, denn die Resonanz hat uns bei der Planung und Umsetzung der folgenden Schritte sehr geholfen, mit Blick auf Inhalt, Funktionalitäten und Kommunikation. Das war durchaus auch ein Lernprozess, auch heftige Kritik anzunehmen, Dinge zu erklären und alles zusammen in die Weiterentwicklung einfließen zu lassen.

Eine der wesentlichen Triebfedern für die Transformation des VTV Design in eine Webanwendung ist die nun vorhandene Möglichkeit, den Inhalt kontinuierlich weiterzuentwickeln und nicht alle vier Jahre zu überarbeiten. Dafür arbeiten wir mit drei studentischen Hilfskräften zusammen, die uns inhaltlich vor allem bei den ganz neuen Designdisziplinen unterstützen. Die größte Herausforderung hierbei ist, die Designbeispiele so aufzubereiten, dass sie gleichermaßen bei der Suche, beim Blättern im Katalog und bei der Nutzung des Kalkulators funktionieren. Das wird uns noch eine Weile beschäftigen.

Dann noch ein paar Zahlen: Aktuell haben wir insgesamt 605 Abonnements (Stand: 12. Mai 2022), von denen 488 aktiv sind. Das ist noch ein bisschen wenig. Um das avisierte Ziel, dass die Kosten nach zwei Jahren Laufzeit gedeckt sind, zu erreichen, brauchen wir kontinuierlich 600 bis 700 aktive Abonnements. Dies wollen wir vor allem mit zielgruppenspezifischem Direktmarketing erreichen. Die Ergebnisse der Facebook- und Instagram-Anzeigen vom Jahreswechsel stimmen uns da ganz optimistisch.



Grafik: Bernard Teske

2.2 Verwaltungssoftware SEWOBE/ IT-Ökosystem

Auch mit Blick auf den VTV Design muss es an dieser Stelle mal gesagt werden: Die AGD wird digitaler. Viele unserer Leistungen und Angebote haben wir an die Anforderungen der digitalen Welt angepasst. Wer diese Berichte alljährlich aufmerksam liest, weiß, dass wir bereits seit einigen Jahren dieses Thema hier immer wieder dabei haben. Das hat nicht ausschließlich etwas mit schlechtem Zeitmanagement zu tun. Diesen Schritt zu tun, heißt auch zu akzeptieren, dass jeder Abschluss nur ein vorübergehender sein kann. Grundsätzlich haben wir uns auch für kontinuierlich fortlaufende Prozesse entschieden mit kurzen Halbwertszeiten bei den Ergebnissen und immer wieder neuen Entwicklungen in unserem Umfeld, denen wir uns stellen müssen und wollen.

So ist auch unsere neue Verwaltungssoftware, die wir Anfang letzten Jahres angefangen haben zu implementieren, nicht einfach eine neue Software. Wir haben sie so ausgewählt und konzipiert, dass sie der Datenhub für alle weiteren Anwendungen ist:

- Website
- VTV Design
- Design macht: Business, Webinare
- Newslettertool Mailjet



Grafik: Christhard »Otto« Landgraf

Daher dauern die Dinge manchmal, solange sie dauern. Und deshalb gelingen notwendige Veränderungen gelegentlich später, als sie gelingen sollten.

Die neue Software erlaubt uns den vollständigen Verzicht auf Mitgliederakten aus Pappe und Papier. Wir haben einen schnellen Überblick über wesentliche Beratungsthemen, was eine gute Grundlage für Beiträge im Designerwissen bildet. Auch unsere Buchhaltung läuft nun hier kompakt zusammen, das Rechnungswesen findet an einer Stelle statt und erfordert nicht mehr die Handhabung mehrerer Anwendungen. Der Datenaustausch mit der Steuerberaterin erfolgt nun über eine Schnittstelle, was vieles schneller und geschmeidiger macht. Wir gehen davon aus, dass die nächste Kassenprüfung auch ganz komfortabel über das entsprechende Modul im System erfolgen kann.

Ein wesentliches Kriterium für die Wahl der neuen Software war die Möglichkeit, segmentiert via E-Mail und Newsletter kommunizieren zu können. Das funktioniert inzwischen schon sehr gut, vor allem bei unseren Kampagnen für den VTV Design. Wir gehen davon aus, dass wir uns das System dafür bis Ende 2023 vollständig erschlossen haben.

Eine weitere wesentliche Aufgabe wird hier die Schnittstelle zwischen SEWOBE und der Website sein. Bevor wir hier jedoch richtig aktiv werden, brauchen wir eine überarbeitete Website, die ab Herbst 2022 Thema sein wird.

2.3 *Webinare*

Sie liefen ohnehin schon gut und zunehmend besser. 2021 haben wir sie konsequent fortgesetzt, natürlich auch hier zunächst mit Rücksicht auf die pandemische Situation, sowohl inhaltlich als auch in der Preisgestaltung. Bis einschließlich Juni 2021 haben wir die **14-tägig mittwochs von 11 bis 12 Uhr** stattfindenden Webinar zu einem Soli-Standardpreis von 9,- EUR angeboten, AGD-Mitglieder nehmen kostenlos teil. Seit September 2021 beträgt der Standardpreis 26,- EUR pro Webinar. Die Mitschnitte der Webinare können im Nachhinein angeschaut und die Unterlagen heruntergeladen werden: <https://www.eventbrite.de/o/design-macht-business-der-allianz-deutscher-designer-agd-18734194769>.

In Zahlen sah das Jahr 2021 so aus: 21 Webinare in 53 Wochen mit insgesamt 1.466 Teilnehmer:innen an den live Webinaren und 819 Ansichten der Mitschnitte. Danken möchten wir den Kolleg:innen, die mit ihren Webinaren dazu beigetragen haben, dass uns ein wunderbarer thematischer Mix gelingen konnte.

2.4 Gremienarbeit

2.4.1. KSK-Beirat

Alle fünf Jahre wird er neu berufen, und 2021 war es wieder soweit. Die berufenen Beiräte wählen aus ihrer Mitte zwei Vorsitzende, ein:n aus dem Kreis der Abgabepflichtigen und eine:n aus dem Kreis der Versicherten. Letzteres ging für die AGD (und den KSK-Beirat) diesmal richtig gut aus, da AGD-Geschäftsführerin Victoria Ringleb zur Vorsitzenden gewählt wurde. Damit übernimmt den Vorsitz erstmals eine Frau und eine Vertreterin aus dem Designbereich.

2.4.2. Initiative Urheberrecht

Die Initiative Urheberrecht erforderte bei den Stellungnahmen zu der im Mai 2021 vom Bundestag verabschiedeten Urheberrechtsreform einige Mithilfe ab. Nicht alles konnte erreicht werden. Die größten schlimmsten Vorschläge der Gegenseite wie völlige Freigaben im Internet oder Reduzierung des Urhebervertragsrechts konnten erfolgreich verhindert werden. Einzelne Themenbereiche hat die AGD in drei Design macht Business-Webinaren vorgestellt.

2.4.3. Kulturrat | Fachausschuss Urheberrecht

Ebenso verhielt es sich bei dem Deutschen Kulturrat im Fachausschuss Urheberrecht. Bis zur Verabschiedung des Urheberrechtsreformpakets hat der Fachausschuss sich mit Stellungnahmen an dem Gesetzgebungsprozess beteiligt. Nach dem Reformpaket wurde die Evaluation des 2017 verabschiedeten Wissenschaftsgesellschaftsgesetzes behandelt.

2.4.4. VG Bild-Kunst

Bereits vor der Verabschiedung des Urheberrechtsreformpakets hat die VG Bild-Kunst begonnen, die Vorgaben des Gesetzgebers in die Tat umzusetzen. In diversen Fachausschusssitzungen wurde bei der Plattformlizenz u.a. diskutiert, welche Social-Media-Plattformen anzusprechen sind und wie geeignete Tarife gefunden werden können. Damit verbunden ist die Verabschiedung der neuen Wahrnehmungsverträge sowie die Höhe der künftigen Beteiligung von Verlegern. Des Weiteren wurden die Grundlagen für die (für 2022 geplante) Zusammenlegung der Verteilungspläne und der beiden Sozialwerke der Berufsgruppen I (Kunst) und II (Design, Fotografie, Illustration) gelegt. Ferner baut die VG Bild-Kunst ihre IT-Struktur um, damit die Mitglieder ihre Daten und Meldungen besser verwalten können. Mit dem BKM-Förderprojekt »Neustart Kultur« konnte vielen Kolleginnen und Kollegen geholfen werden.

2.4.6. DT | Rat für Urheberrecht

Der neuerdings beim Deutschen Designtag eingerichtete Rat für Urheberrecht diente im Geschäftsjahr vornehmlich dem Zweck, dass Vertreterinnen und Vertreter von Designverbänden sich zu den beim Kulturrat, aber auch in der Initiative Urheberrecht oder im Verwaltungsrat der VG Bild-Kunst behandelten Themen unter designspezifischen Aspekten austauschen zu können. Wegen des zeitaufwendigen Urheberrechtsreformpakets konnte dieser Rat keine eigenen Initiativen starten.

2.4.7. Initiative Bild

Ähnlich verhielt es sich in der von Fotografenverbänden gegründeten Initiative Bild. Diese konnte zudem einen Beitrag zur Plattformhaftung in der Stuttgarter Zeitung platzieren.

2.4.8. Kulturrat | Fachausschuss für Arbeit und Soziales

Hier lag der Schwerpunkt der Arbeit ganz klar auf den vielfältigen Coronahilfen und ihre Brauchbarkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Genauso jedoch setzte sich der Fachausschuss mit einer Initiative der EU auseinander, die es Selbstständigen und ihren Organisationen leichter machen will, kollektive Vergütungsregelungen zu treffen, also so etwas wie der VTV Design für alle. Das ist ein wichtiger Schritt, denn kommt es so, wäre hier eine wichtige kartellrechtliche Hürde beseitigt, und Selbstständige hätten mehr Möglichkeiten, eine angemessene Vergütung ihrer Leistungen abzusichern. So ganz grundsätzlich ging es in dem Ausschuss 2021 viel um die Frage, ob ein bedingungsloses Grundeinkommen eine sinnvolle Lösung zur Abmilderung sozialer Verwerfungen sein kann. Die Diskussion darüber wurde durchaus kontrovers geführt und ist noch nicht abgeschlossen.

2.4.9. Deutscher Designtag – DT

Der Dachverband Deutscher Designtag wächst um weitere Mitglieder. Dieses Jahr fanden im März wieder die Vorstandswahlen statt. Torsten Meyer-Bogya vertritt die AGD dort. Er wurde vom Vorstand als Vizepräsident bestätigt. Mit den Vorstandswahlen wurden auch die Räte neu besetzt. Hier vertreten nun 111111 die AGD:

Rat für Arbeit und Soziales des Deutschen Designtag (RfA)

- Victoria Ringleb
- Jan-Peter Wahlmann

Rat für Europa & Internationales des Deutschen Designtag (RfE)

- Katja Kresnik

Rat für Geschlechtergerechtigkeit und LGBT*IQ (RfG)

- Thomas Hoyer

Rat für Inklusion des Deutschen Designtag (RfI)

- Albert-Jan Pool

Rat für Nachhaltigkeit des Deutschen Designtag (RfN)

- Lesley Stralek

- Bert Odenthal

Rat für Rechtsfragen des Deutschen Designtag (RfR)

- Alexander Koch

- Jan-Peter Wahlmann

Rat für Vergaberichtlinien und Ausschreibungen des Deutschen Designtag (RfV)

- Torsten Meyer-Bogya

Rat für Wirtschaft, Digitalisierung und Medien des Deutschen Designtag (RfW)

- Katja Kresnik

- Torsten Meyer-Bogya (Leitung)

Der größte Teil der Räte ist mit denen der Fachausschüsse des Deutschen Kulturrates (DK) gleich, um auf die Sitzungen die DT-Positionen zu erarbeiten. Als eine von acht Sektionen des DKR vertritt der DT das Design. Die primären Ansprechpartner des DKR sind das Bundeswirtschaftsministerium und die Bundesbevollmächtigte für Kultur und Medien. Der DT stellt mit Boris Kochan auch einen der Vizepräsidenten.

Der Austausch mit den anderen Berufsverbänden in der Sektion Berufsverbände des DTs stärkt unsere gemeinsamen Positionen und hat durch intensive Gespräche dazu beigetragen, dass mit Viktoria Ringleb als Vorsitzende des Beirates der KSK die AGD eine wichtige Position besetzt.

Mehr über den DT erfährt ihr unter: www.designtag.org.

2.4.10. Wahlprüfsteine zur Bundestagswahl 2021

Sie sind ein typisches Instrument zur Meinungsbildung und Entscheidungsfindung für eine Wahl. Im Zentrum stehen Fragen, die die Interessen der eigenen Community betreffen. Wir haben uns dafür zum einen mit den Kolleg:innen der BAGSV-Partnerverbände abgestimmt, zum anderen haben wir mögliche Wahlprüfsteine unseren Followern in den sozialen Medien zur Abstimmung gestellt und dieses Ergebnis erhalten:



<https://agd.de/designwirtschaft/2021/die-qual-der-wahl-unsere-wahlpruefsteine>, 18.05.2022

2.5 Mitentscheiden. Mit »AGD Gestalten«.

Die »AGD Gestalten« haben sich zusammengefunden, um Mitgliedern die Möglichkeit zu geben, auch außerhalb von Mitgliederversammlungen aktiv zu werden, Prozesse und Entscheidungen voran zu bringen. Die Initiative ging aus von Helga van Veen, der wir an dieser Stelle ganz herzlich dafür danken. Zum Kern gehörten 2021 außerdem Thomas-Erno Weidner, Thomas Fels und Christina Sahr.

»AGD Gestalten« jedoch sind alle AGD-Mitglieder, die das sein wollen! Die sich austauschen und etwas bewegen wollen. Hier wurde und wird nichts von Vorstand oder Geschäftsstelle vorgegeben – Vertreter aus beidem nahmen jedoch als gleichberechtigte Partner an verschiedenen Treffen teil.

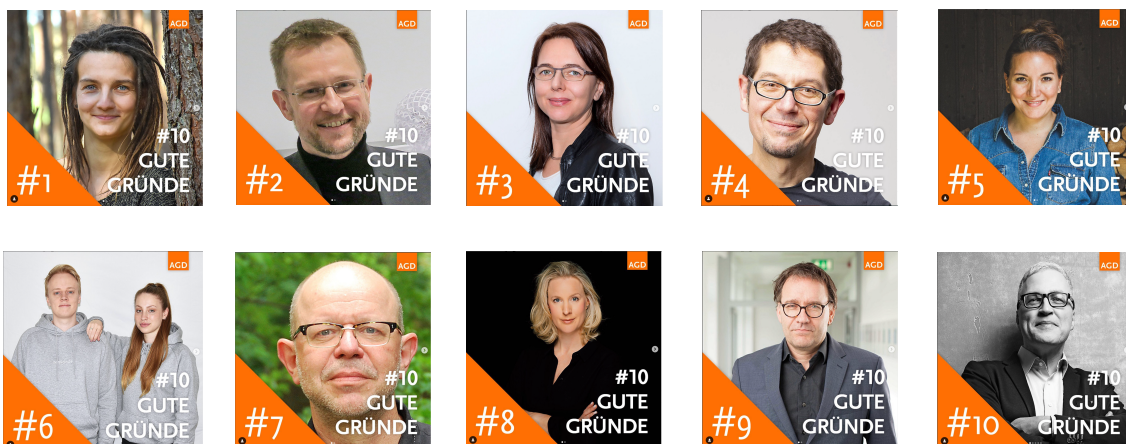
Aus den »AGD Gestalten« konnten sich im Jahr 2021 Projektteams bilden, und verschiedene Vorhaben wurden in die Tat umgesetzt.

- Das »Umfrageteam (LDHR)« führte eine Mitgliederbefragung durch. Ergebnisse folgten 2022.
- Die Gruppe »Sprit & Soul« arbeitete zu Außenwahrnehmung und Selbstverständnis. Konkret entstand daraus die Beschreibung:
»Der größte Berufsverband für Designer in Deutschland. Der vielfältigste in seinen Disziplinen.
Wir sind: für die Sache, für die Zukunft, füreinander. AGD.«
- Im Bereich »Social Media« entstanden verschiedene Kampagnen, zuletzt »10 Gute Gründe« mit Blick auf die Leistungen der AGD und die Möglichkeitsräume im Verband.
- Für die virtuelle Weihnachtsfeier 2021 gab es Ideen und Unterstützung.

In Zukunft soll durch die »AGD Gestalten« weiter und verstärkt Partizipation stattfinden. Als konkrete Vorhaben stehen u.a. auf der Liste: die Unterstützung der Konferenz 2023 in Coburg und die Fortsetzung der erfolgreichen Social Media Kampagne.

#mitmachen sehr erwünscht.

Christina Sahr



3 Veranstaltungen

3.1 Mitgliederversammlung digital am 17. September 2021

Nach 1,5 Jahren hatten wir uns alle an digitale Versammlungen gewöhnt und durchaus ihre Vorzüge zu schätzen gelernt. Daher nun auch die AGD-Mitgliederversammlung als Videokonferenz.

Da es zuvor wiederholt die Bitte gegeben hatte, dass es mehr Zeit zum Reden und zum Austausch über die Themen der Mitgliederversammlung geben soll, haben wir an ihrem Vorabend zu einem informellen Treffen in der AGD-Villa auf wonder.me eingeladen. Hier konnten die Anwesenden unterschiedlichen Beschäftigungen nachgehen:

- Bier verkosten
- Kalligrafie
- Origami
- Anträge an die Mitgliederversammlung besprechen
- Sich über ein neues Branding der AGD austauschen
- Der Frage nachgehen, inwieweit die vielfältigen Möglichkeiten der geschlechtergerechten Sprache kompatibel mit der AGD sein könnten

Die Angebote wurden rege genutzt, dies sicherlich auch mit Blick darauf, dass es zwei einander ausschließende Anträge zur Entwicklung der Mitgliedsbeiträge bei der AGD und eine vollständig überarbeitete Satzung gab.

(<https://agd.de/szene/2021/vor-der-mv-ist-nach-der-mv>, 17.05.22)

Abgesehen davon, dass solche Möglichkeiten zum Austausch einem Verband und seinen Mitgliedern immer guttun, waren positive Effekte für die Mitgliederversammlung selbst nicht zu übersehen: Vieles war bereits ausgesprochen und eingeordnet, bevor sie losging.

Entsprechend konstruktiv war der Tag. In der Sache klar, aber jederzeit respektvoll und wertschätzend im Umgang miteinander wurden alle Themen diskutiert und abgestimmt. Wir haben die Stimmung in Testimonials einiger Teilnehmer eingefangen, und das liest sich so:

»Sehr produktiv / es hätten mehr sein können / wir schaffen das, auf ins nächste Jahr!«
Christoph Jahn (AGD-Mitglied)

»Die MV 2021 zeichnete sich durch eine ruhige und ergebnisorientierte Diskussionskultur aus.«
Bernard Teske (AGD-Mitglied)

»Ich fand es beeindruckend, wie unaufgeregt und respektvoll auch über die kontroversen Themen diskutiert wurde [...]. Stimmung und Ergebnis haben mir für die Vorstandsarbeit viel neuen Schwung gegeben.«
Thomas Hoyer (AGD- und Vorstandsmitglied)

»Eine virtuelle MV ist die beste Möglichkeit gewesen, daran teilzunehmen und andere Designer*innen kennenzulernen [...]. Das hat das Zusammengehörigkeitsgefühl gestärkt.«
Katja Hero (AGD-Mitglied)

»Das Beste gehofft und ein wenig mit dem Schlimmsten gerechnet. Überrascht und eingefangen vom guten Ton miteinander und dem bereits weit im Vorfeld begonnenen konstruktiven Austausch. Entgegen aller Erfahrung diesmal in allen wesentlichen Punkten mehrheitsfähig bei meinen Voten. Und mit dem Ergebnis zum Mitgliederbeitrag glücklich. Nicht weil mir an höheren Ausgaben liegt, aber an der AGD und deren Fortentwicklung auf dem guten Weg. Note to myself: Mehr Vertrauen in unsere MVs haben. Am Ende wird alles gut. Immer!«
Thomas Fels (AGD-Mitglied)

»Auch ohne einen direkten Draht zu den Themen zu haben, weiß ich, dass die Diskussionen der verschiedenen Standpunkte darum durch großen Respekt voneinander geprägt waren.«
Annemieke Ploenus (AGD-Team)

»Es war das erste Mal, dass ich bei der MV dabei war. Ich fand es super, dass diese virtuell stattfand und man nicht durch die Republik reisen musste. Beachtlich fand ich das Engagement und die Worte von Torsten, den AGD-Gestalten und anderen, die ihr Verständnis von Ehrenamt im beruflichen Umfeld dargestellt haben. Der neue Mitgliedsbeitrag ist für mich für die von der AGD gebotenen Leistungen angemessen.«
Petra Jörger (AGD-Mitglied)

»Die Sehnsucht nach dem Wiedersehen wächst, wenn man die Kolleginnen und Kollegen so nah auf der Matschscheibe hat. Und doch gelang es den Teamspirit zu spüren. Danke!«
Sabine Reister (AGD-Mitglied)

»Eine Online-MV war im Vorfeld für mich eine Horrorvorstellung. Meine Bedenken wurden aber nach kurzer Zeit zerstreut. Durch die ausgezeichnete Vorbereitung (Anträge, Technik ...) und die ausschließlich konstruktive, offene und kollegiale Mitwirkung aller Beteiligten war es eine sehr dichte, sehr konzentriert arbeitende MV. Danke an alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Es hat mich wieder einmal stolz gemacht zusammen mit Euch in der AGD zu sein. Danke auch an Victoria, Torsten und Alexander. (Es wäre als Präsenz noch schöner gewesen, aber wir haben ja jetzt Hybrid.)«
Christhard »Otto« Landgraf (AGD-Mitglied)

Auf eine Sache sei hier rückblickend gesondert noch einmal eingegangen: Ursprünglich gab es einen Antrag zur termingerechten Bereitstellung des Protokolls der Mitgliederversammlung. Wir haben die Botschaft verstanden und eine Woche nach der Veranstaltung die Beschlüsse der MV veröffentlicht und in einem Newsletter an alle Mitglieder, die dem Erhalt unseres Newsletters nicht widersprochen haben, zugänglich gemacht. (<https://agd.de/wp-content/uploads/2021/09/Ergebnisse-Abstimmungen-.pdf>, 19.05.22)

Das ist nicht das »richtige« Protokoll, aber das braucht ohnehin immer etwas Zeit. Letztes Jahr war absehbar, dass es länger brauchen würde, weil wir bis Ende Oktober 1,5 Personen in der Geschäftsstelle waren. Das ist nicht gut, war aber in diesem Fall tatsächlich diesem nicht eben günstigen Umstand geschuldet.

3.2 *Digitale Weihnachtsfeier am 16.12.2021*

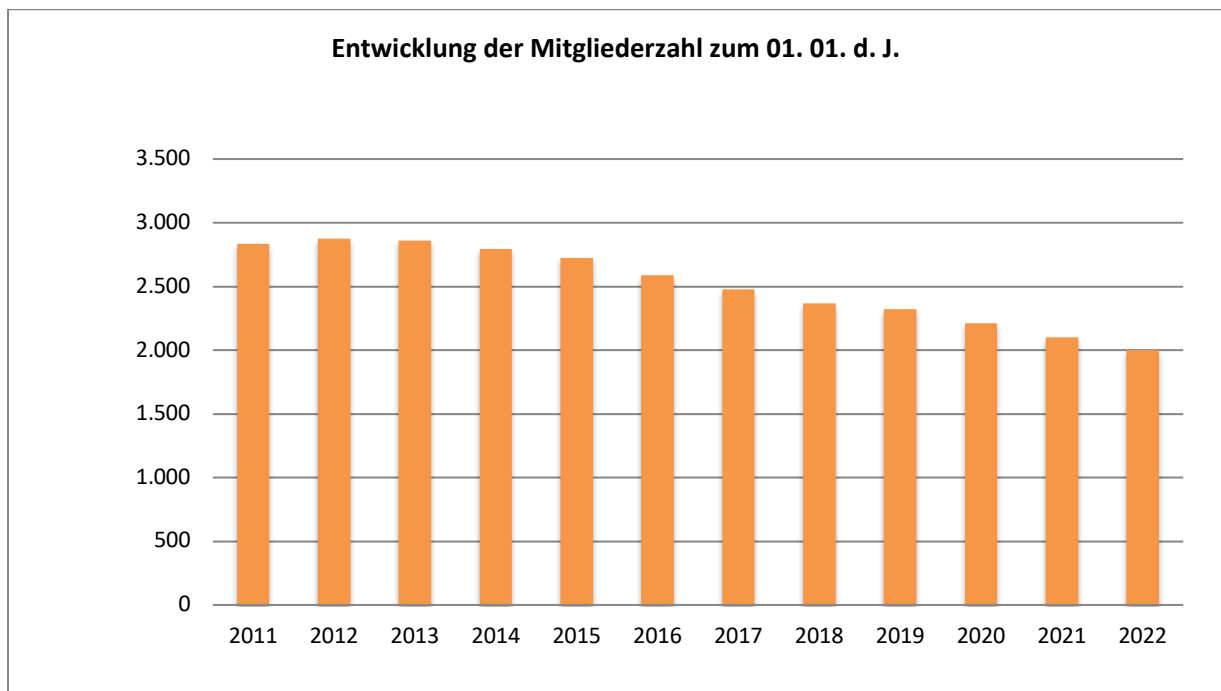
Auch 2021 haben wir so getan, als hieße es »Alle Jahre wieder ...«, wenn wir zur zweiten digitalen Weihnachtsfeier laden. Allerlei nette Angebote gab es wieder:

- Gin-Tasting
- Kalligrafie
- GarticPhone
- Justizias Kuriositätenkabinett

Und selbstverständlich viel Gelegenheit zum Plaudern und Austauschen. Die Resonanz war auch diesmal gut, und es hat lange gedauert ... was wir mal als ein gutes Zeichen gewertet haben. Zudem sei an dieser Stelle unbedingt erwähnt, dass ein Großteil der Vorbereitungsarbeit von den AGD Gestalten geleistet wurde. Diesem Engagement gilt unser Dank. Und wenn nicht alle der digitalen Events überdrüssig sind, wird es auch 2022 heißen »Alle Jahre wieder ...«

B Allgemeine Informationen

1 Entwicklung der Mitgliederzahlen 2011 bis 2022 (Stichtag jeweils 01.01. d. J.)



2021 war zu unserer Überraschung zäher als 2020, aber zumindest hat die nach der Mitgliederversammlung bekannt gewordene Beitragserhöhung nicht zu vorsorglichen Austritten geführt. Das Gros der Austritte im Jahr 2021 ist auf Geschäftsaufgaben und berufliche Neuorientierungen bzw. Aufnahme einer abhängigen Beschäftigung zurückzuführen.

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
2.835	2.872	2.857	2.796	2.725	2.589	2.479	2.366	2.322	2.210	2.101	2.001

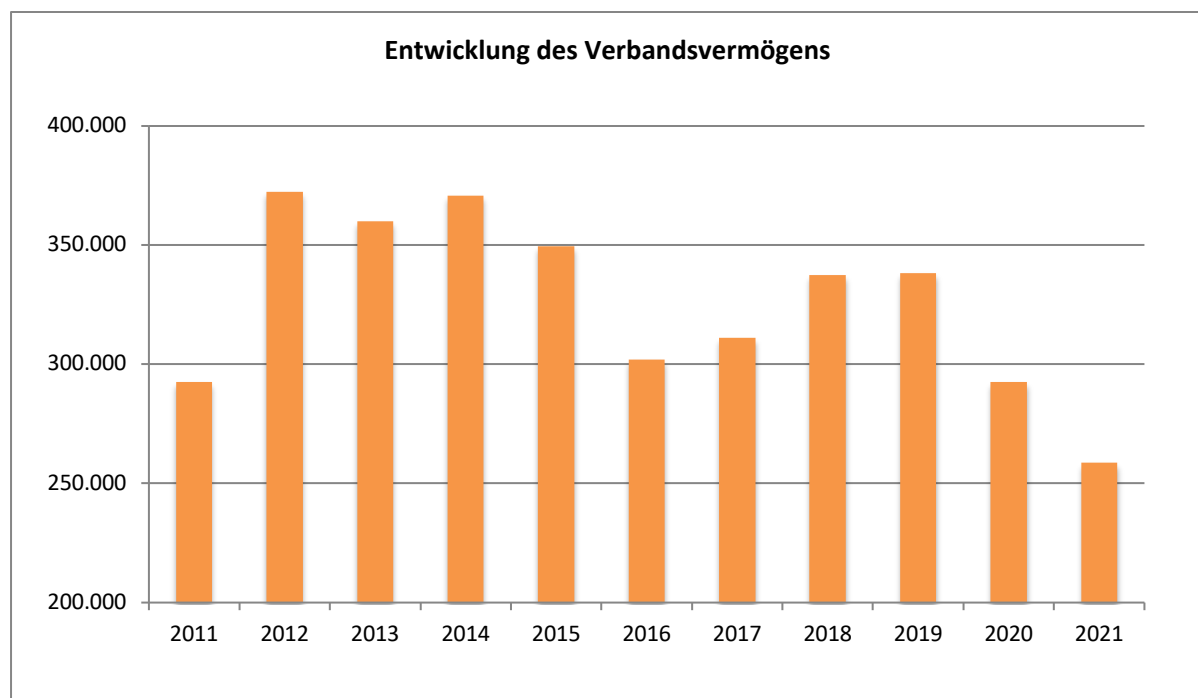
Mitgliederzahlen jeweils zum 01.01. d. J.

2 Finanzen

Sinkende Mitgliederzahlen sind das eine. Das wird sich wieder ändern, allerdings müssen wir bereits heute anerkennen, dass es künftig keine »lebenslangen« Mitgliedschaften mehr geben wird. Ende 2021 hat ein Mitglied im Alter von 90 Jahren seine Mitgliedschaft gekündigt bzw. darum gebeten, keinen Beitrag mehr zahlen zu müssen. Die Dauer der Mitgliedschaften wird sich verkürzen, was bedeutet, dass die Fluktuation bei den Mitgliedern weiter zunehmen wird. Darum ist es umso wichtiger, weitere Einnahmequellen konsequent zu erschließen, um Diskontinuitäten bei den Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen auszugleichen. Hier sind wir mit den Webinaren und dem neuen VTV Design auf einem guten Weg.

Im Folgenden werden wir wieder eine Übersicht über die Entwicklung des Verbandsvermögens und die Jahresergebnisse in den Jahren 2011 bis 2021 geben.

2.1 Entwicklung des Verbandsvermögens



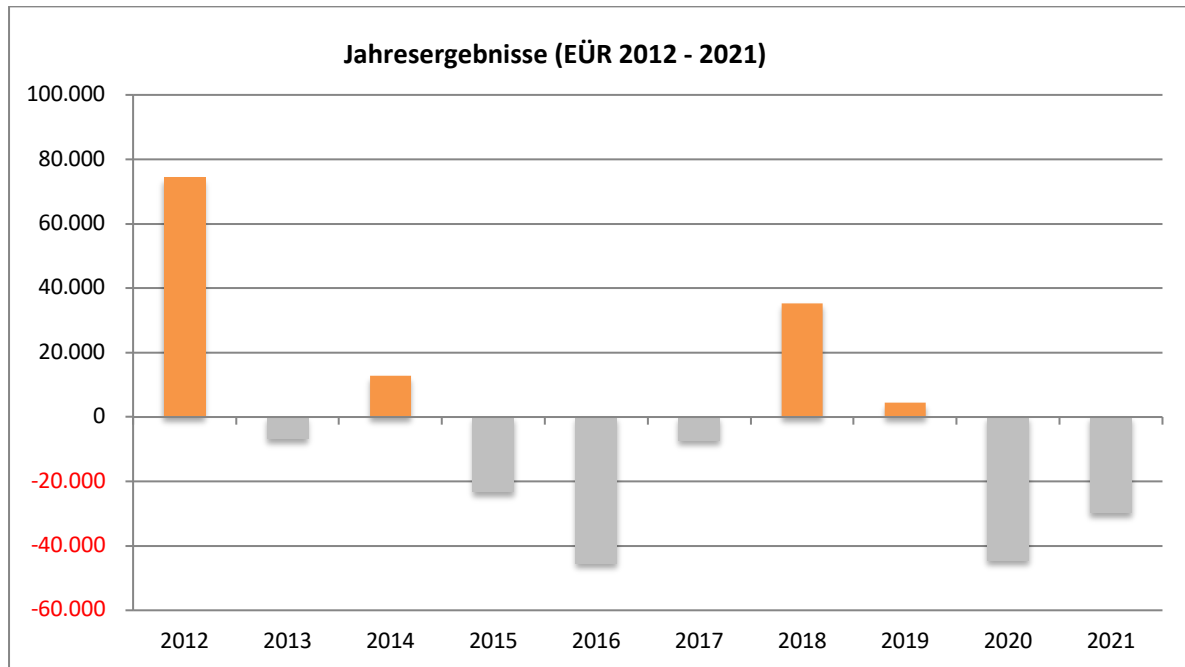
In den Jahren 2010 bis 2020 ist das Verbandsvermögen mit kleineren Auf- und Abs kontinuierlich gestiegen. Das ist gutem Wirtschaften geschuldet. Allerdings handelt es sich dabei nicht um Rücklagen in Form barer Mittel, die auf Konten und in Depots aufbewahrt werden um ihrer selbst willen.

Wie die Reduzierung in den Jahren 2020 und 2021 (von 338.171,- EUR über 292.448,- EUR auf 258.780 EUR) zeigen, dient der Teil des Vermögens, der tatsächlich bar zur Verfügung steht, notwendigen Investitionen in Leistungen und Produkte der AGD, die so marktfähig sind, dass sie für dauerhafte, verlässliche Einnahmen sorgen können. Sie sollen sicherstellen, dass die Mitgliedsbeiträge auch künftig nicht unkontrolliert steigen. (Wobei der Fokus hier auf »unkontrolliert« liegt und wir wirklich sehr entschlossen sind, die zusätzlichen Einnahmen aus einer möglichen Anpassung der Mitgliedsbeiträge so zu gestalten, dass in den nächsten mindestens zehn Jahren keine weitere Erhöhung nötig sein wird.)

Wesentliche aktuelle Investitionen, für die die Mittel benötigt werden, sind die Entwicklung des VTV Design, die kontinuierliche Durchführung unserer Webinare sowie der weitere Umbau des AGD-IT-Ökosystems. Während Letzteres Ende des Jahres vollzogen ist, rechnen wir mit einem *return on investment* beim VTV Design frühestens 2043, bei den Webinaren Ende 2023. Bis dahin wird das vorhandene Geld dafür benötigt, diese Projekte nicht abrupt beenden zu müssen.

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
292.606	372.287	359.926	370.868	349.561	301.941	311.237	337.387	338.171	292.448	258.780

2.2 Jahresergebnisse 2012 – 2021



Positive Jahresergebnisse sind immer eine erfreuliche Sache, können aber auch für eine geringe Innovations- und damit Investitionstätigkeit stehen. 2020 haben wir – endlich – angefangen, in ein neues IT-Ökosystem zu investieren ... und wir haben uns natürlich Solidarität geleistet. Das war es wert. 2021 haben wir die Investitionen konsequent fortgesetzt.

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
74.230	-6.814	12.874	23.090	-45.400	-7.306	35.291	4.414	-44.462	-29.792

Aber auch hier zeigt sich, dass unser Augenmerk auf der Verbesserung unserer Einnahmesituation liegen muss. Dabei kann es nicht allein um mehr Mitgliedsbeiträge gehen. Wir müssen unser Geschäftsmodell weiterentwickeln sowie neue, marktfähige Produkte entwickeln und verkaufen und auf diese Weise neue Einnahmen für die AGD generieren. »Design macht: Business« im Jahr 2018 war ein guter Anfang. Mit Blick auf den administrativen Aufwand für öffentliche Gelder sollten solche Projekte jedoch nicht als dauerhaft verlässliche Einnahmequellen gewertet werden.

C Ausblick 2022

VTV Design

Die wesentliche und wirklich kostenintensive Entwicklung ist Anfang 2022 zunächst abgeschlossen. Darauf aufbauend geht es darum, nötige Anpassungen beim Datenmodell vorzunehmen, den Inhalt der Datenbank zu verbessern und webtauglicher zu machen und mittels Vertriebsaktionen und direktem Marketing einen verlässlichen Sales Funnel aufzubauen, der zum einen kontinuierlich neue Nutzer bringt und bestehende davon abhält, ihr Abonnement zu kündigen.

IT-Ökosystem in der AGD-Geschäftsstelle einschließlich Website

Hier geht es um die kontinuierliche Pflege und der Systeme und ihre Abstimmung aufeinander, die die ab Herbst 2022 zu überarbeitende Website zu unserem Hub macht, bei dem alle unsere Webanwendungen zusammenfließen und miteinander harmonisieren. Schon jetzt lässt sich sagen, dass die neue Website erheblich schlanker und übersichtlicher sein wird, da sie nicht mehr als Monolith im Internet daherkommt, der alle Anforderungen abdeckt. Dieses Ziel hatten wir im Blick, als wir vor zwei Jahren anfangen, bestimmte Teile/Leistungen der Website outsourceen, wie das Handbuch an das Wiki Designerwissen oder der Ausbau unserer social media Aktivitäten als Vernetzungsmöglichkeiten anstatt der komplizierten Funktion auf der Website.

»Design macht: Business« ausweiten und weiterentwickeln

Hier geht es zunächst darum, weiterhin alle zwei Wochen ein Webinar anzubieten. Darauf aufbauend denken wir über weitere Formate und Inhalte nach, die gut in die Marke »Design macht: Business« passen. Unser Schwerpunkt wird dabei zunächst darauf liegen, auch für unsere Webinare einen gut funktionierenden Sales Funnel aufzubauen. Darin sehen wir einiges Potential. Rückmeldungen von Teilnehmer:innen lassen zudem darauf schließen, dass wir mit unseren Webinaren gleichermaßen junge Mitglieder (und auch Nicht-Mitglieder) wie erfahrenere Kolleg:innen erreichen. Staffel 5 beginnt im September 2022. Wir sind hier mitten in der inhaltlichen Vorbereitung, und es zeichnet sich bereits jetzt ab, dass uns wieder ein guter thematischer Mix gelingt dank unserer Kolleg:innen, die immer wieder zu einem Webinar für die AGD bereit sind.

AGD-Treffen *aka* AGD-Jahrestagung

Wir planen eine kleine, feine Veranstaltung, die mit einer Keynote Speech am ersten Abend aufwartet, die weit über die Grenzen der AGD hinausstrahlt, am Folgetag Raum und Zeit gibt für die Vorstellung spannender Designprojekte und ein AGD-Barcamp in eigener Sache, vor allem jedoch Gelegenheit zum Plaudern und Austausch ist. Und das nicht etwa virtuell, sondern echt und analog hier in Berlin. **Wir freuen uns auf euch!**

Mitgliederbindung und -gewinnung

Dem Thema sei aus gegebenem Anlass ein gesonderter Absatz gewidmet. Alles, was wir tun, ist darauf ausgerichtet, ein moderner, interessanter, gegenseitig wertschätzender Verband zu sein, dessen bestehende Mitglieder sich richtig aufgehoben fühlen und dem neue Mitglieder gern beitreten.

Die Mitgliederbindung und -gewinnung bewegt sich seit Jahren in einem Kontext, der sich auszeichnet durch eine schwindende Bereitschaft der Menschen, sich in langfristige Mitgliedschaften zu begeben. Das heißt, und das zeigen auch die Ein- und Austritte, dass die durchschnittliche Verweildauer von Mitgliedern in der AGD rasant abnimmt. Das weiter oben gebrachte Beispiel der 90-jährigen Kollegin wird es so nicht mehr geben. Geschuldet ist dies zum Beispiel dem Umstand, dass Berufsbiografien heute viel mehr als noch vor 10 Jahren durch Wandel und Dynamik gekennzeichnet sind, sei es bei der Beschäftigungsform, sei es bei den beruflichen Inhalten. Daher müssen wir uns darauf einstellen, dass wir immer wieder neue Mitglieder gewinnen, was wir tun, weil bestehende Mitglieder nach vergleichsweise kurzer Zeit zu neuen Ufern aufbrechen. Die langjährigen Mitglieder dürfen wir dabei aber auch nicht aus dem Blick verlieren, so dass wir hier von mehreren unterschiedlichen Zielgruppen sprechen können, denen wir mit unterschiedlichen Angeboten gerecht werden wollen. Das ist mit sechs Vorständen und rund drei Mitarbeitern nicht immer einfach.

Daher ist unser Handeln aus wirtschaftlicher Sicht auch darauf ausgerichtet, dass die AGD-Institutionen handlungsfähig bleiben. Darum zum Beispiel auch die konsequente Weiterentwicklung unserer Angebote, die nicht nur Mitglieder im Blick haben, wie der VTV Design und die Webinare. Dies werden wir langfristig als zusätzliche Einnahmequelle brauchen. Schaut man auf die Beweggründe, Verbandsmitglied zu sein, so ist heute die wichtigste Motivation, Teil eines guten Netzwerkes zu sein, das Werte hat, die den eigenen entsprechen. Dies können nicht allein die AGD-Institutionen wie der Vorstand oder die Geschäftsstelle hervorrufen.

Feststellen können wir, dass der VTV Design und die Webinare interessante Customer Journeys erzeugen: Mr. X abonniert zunächst den VTV Design Free+, entscheidet sich kurze Zeit später für das Upgrade auf VTV Design Profi, wird dann Mitglied und meldet sich kurz darauf das erste Mal zu einem Webinar an (= Mitgliedergewinnung). Kürzlich haben wir von einem langjährigen Mitglied die Rückmeldung bekommen, dass sie ganz, ganz glücklich ist über unsere Webinare und an jedem teilnimmt. So fühlt sie sich in die digitale Arbeits(um)welt der Designer:innen mitgenommen (= Mitgliederbindung). Das beobachten wir aufmerksam, ziehen unsere Schlüsse und richten unsere Aktivitäten darauf aus.

Und weil dies ja das Kapitel mit dem Plan für 2022 ist: In allem, was wir tun, spüren wir zum einen die Potentiale für die Gewinnung neuer Mitglieder auf. Zum anderen schauen wir auf diejenigen, die bereits bei uns sind, und wollen sie an die AGD so binden, dass sie gern bei uns bleiben.

Berlin, Mai 2022

Victoria Ringleb
AGD-Geschäftsführerin