

**SUPPLERENDE ANALYSE AF DE
VIDEREGÅENDE KUNSTNERISKE
UDDANNELSER - DESIGNERE**

Rapport

Styrelsen for
Videregående
Uddannelser

Januar 2015

INDHOLDSFORTEGNELSE

1.	INDLEDNING	2
2.	KONKLUSION	3
3.	EFTERSPURGTE KOMPETENCER	6
4.	KOMPETENCEMATCH	11
4.1	Nyuddannede versus erfarne designere	15
4.2	Snitflader til beslægtede uddannelser	16
5.	FREMTIDIGE KOMPETENCEBEHOV	18
6.	SAMARBEJDE MED UDDANNELSESERNE	19
7.	METODE OG DATAGRUNDLAG	23

1. INDLEDNING

Nærværende rapport beskriver resultaterne af en aftageranalyse på designområdet gennemført af Epinion ultimo 2014 - primo 2015 for Styrelsen for Videregående Uddannelser.

Aftageranalysens motivation skal findes i regeringens ønske om at fremtidssikre de kunstneriske uddannelser. I den forbindelse har regeringen nedsat et udvalg, som frem til marts 2015 skal udarbejde konkrete anbefalinger til, hvordan arkitekt- og designuddannelserne fremtidssikres fagligt og økonomisk, og som et led i dette arbejde ønsker udvalget at inddrage aftagerne af dimittender fra de kunstneriske uddannelser.

Det overordnede formål med aftageranalysen er at undersøge:

1. Aftagernes nuværende og fremtidige behov for kompetencer (*efterspørgsel*)
2. Aftagernes vurdering af de nuværende kompetencer (*udbud*)
3. (Mis)matchet mellem *udbuddet* og *efterspørgslen*

Analysen er baseret på telefoniske, kvalitative interview med 12 aftagere af designere, som er spredt på fire brancher: kunsthåndværk, medier-, grafik og IT, mode- og tekstil samt møbel og produktdesign. På den baggrund giver analysen et åbent, eksplorativt billede af de forskellige aftageres efterspørgsel efter kompetencer og vurdering af udbuddet, mens det ikke er muligt at konstatere generaliserbarheden af resultaterne.

Rapporten indledes med en samlet konklusion i kapitel 2. Herefter følger analysen:

- Analysen af de kompetencer, som aftagerne efterspørger i kapitel 3
- Analysen af aftagernes vurdering af (mis)matchet mellem de efterspurgte kompetencer og det reelle udbud - herunder snitflader til beslægtede uddannelser i kapitel 4
- Aftagernes bud på deres fremtidige kompetencebehov i kapitel 5
- Analyse af samarbejdet mellem aftagerne og uddannelsesinstitutionerne i kapitel 6

Metode og datagrundlag beskrives i kapitel 7.

2. KONKLUSION

Analysen er baseret på kvalitative telefoninterview med 12 aftagere af designere i Danmark. Aftagerne er spredt på brancherne kunsthåndværk, medier, grafik og IT, mode og tekstil samt møbel og produktdesign, hvilket betyder stor variation i de funktioner, som designerne varetager hos de interviewede aftagere. Funktionerne får en naturlig betydning for, hvilke kompetencer aftagerne efterspørger hos designerne (oversigt over alle funktioner hos de interviewede aftagere er at finde i tabel 1 i kapitel 3).

Hvilke kompetencer efterspørger aftagerne?

For flere af aftagerne er den grundlæggende skelnen mellem kunst og design væsentlig, når de taler om designernes kompetencer. Designeren skal – i modsætning til kunstneren - kunne designe et æstetisk smukt produkt, som *også* er funktionelt og realiserbart. Dvs. at en designer skal kunne designe et produkt, som er funktionelt i forhold til de behov en given målgruppe har og som kan realiseres - dvs. rent faktisk kan produceres. Foruden en række kunstneriske kompetencer, som omfatter bl.a. kreativitet og æstetisk sans/visuelt blik, efterspørges altså også evnen til at kunne designe med udgangspunkt i målgruppens/kundens behov samt at kunne varetage hele den kunstneriske proces, som af nogle aftagere også kaldes kreativ problemløsning. Sammen med disse kunstneriske kompetencer, skal designeren også have praktiske kompetencer som eksempelvis tegnekompetencer, materialekendskab og kunsthåndværk, så produktet kan realiseres. Aftagerne efterspørger også IT-kompetencer, det gælder naturligvis særligt i branchen medier, grafik og IT, og akademiske og kommunikative kompetencer, som særligt handler om at kunne søge information, analysere og anvende den indhentede viden og evne at kunne kommunikere et design og tankerne bag designet.

Udover de designfaglige kompetencer efterspørger aftagerne understøttende kompetencer såsom evnen til at kunne arbejde selvstændigt og struktureret, fleksibilitet, sociale kompetencer, sprogkundskaber, evnen til at indgå i tværfaglige samarbejder og forretningsforståelse.

En samlet oversigt over de efterspurgte kompetencer er at finde i tabel 2, kapitel 3. I kapitel 3 er også yderligere uddybning af kompetencerne og aftagernes prioritering heraf samt forskelle mellem brancherne.

Hvordan matcher designernes kompetencer de efterspurgte kompetencer?

Der er generelt bred enighed blandt de interviewede aftagere om, at de danske designere er dygtige. Det gode match gælder særligt de kunstneriske og de akademiske kompetencer, som anvendes i den kreative problemløsning. På de øvrige kompetencer er det ikke muligt at konstatere en systematik i aftagernes vurderinger af matchet mellem deres efterspurgte kompetencer og designernes reelle kompetencer, da aftagernes efterspørgsel og vurdering af designerne er så forskellige.

Nedenstående trækker alligevel nogle tendenser op:

- Generelt synes de kunstneriske kompetencer at imødekomme aftagernes virksomheder på tværs af brancherne. Designerne vurderes således at være kreative med et stærkt visuelt

blik. De er gode til at tegne i hånden og skaber æstetisk smukke designs. Nogle aftagere mener også, at designerne er gode til at varetage den kunstneriske proces fra idégenerering over at træffe valg til designet. Dog er der ifølge nogle aftagere i medier, grafik og IT et manglende match i den digitale forståelse og grafisk design.

- På tværs af brancher nævner flere aftagere en manglende sammenhæng mellem den æstetiske proces og praksis. Særligt produktionskendskabet og den organisatoriske forståelse anses som en mangelvare, der igennem flere eller længere praksisforløb kunne give den studerende de fornødne grundlæggende kompetencer.
- Her påpeger flere aftager ligeledes, at konkrete og virksomhedsnære problemstillinger ville give designstudenten et relevant indblik i virksomhedernes hverdag.
- En særlig problemstilling gør sig gældende i kunsthåndværkbranchen, hvor aftagerne generelt ser outsourcingen af produktionen som en fundamental problemstilling for kunsthåndværkets videre overlevelse og udvikling. I de øvrige brancher vurderer aftagerne generelt et passende match mellem forventninger til kunsthåndværkkompetencer og de reelle kompetencer hos designerne.

De understøttende kompetencer vurderes generelt sjældent eller sporadisk at være opfyldt hos nyuddannede designere, hvilket aftagerne mener skyldes, at det er kompetencer, som er svære at udvikle på en uddannelse. I stedet fremhæves her behovet for samarbejde med erhvervslivet.

Se oversigt over kompetencematch og mismatch i tabel 3 samt yderligere uddybning i kapitel 4.

Snitflader til andre uddannelser

Det er meget svært for de interviewede aftagere at skelne mellem de forskellige uddannelser. Det skyldes bl.a., at de ansætter fra mange forskellige institutioner og ikke selv skelner så entydigt mellem uddannelsesinstitutionerne. Alligevel nævnes eksempelvis følgende beslægtede uddannelser:

- Mellemlange designuddannelser, eksempelvis TEKO: En kortere uddannelse betyder bl.a., at disse designere vurderes mindre modne end designere fra de lange designuddannelser. Ligeledes er de mindre kreative, men de har bedre forretningsforståelse. En aftager foretrækker disse, fordi de bedre kan formes i virksomheden.
- Designuddannede fra AAU: Mere fokus på materialer, projektforløb og processtyring, mens de mangler den efterspurgte æstetiske del af designfaget.
- En aftager i medier-, grafik og IT-branchen nævner også Mediehøjskolen i København og K3 Malmö Högskola som konkurrerende uddannelser. Særligt Mediehøjskolen fremhæves for at have et teknisk højt niveau.
- Umeå Institute of Design, Sverige: Har et højt fagligt niveau, hvilket bl.a. begrundes med, at uddannelsens opbygning betyder, at de studerende på masteruddannelsen alle laver projekter i samarbejde med virksomheder.
- Design og konstruktion, DTU: Har god teknisk produktionsforståelse og forretningsforståelse, men dårligere designkompetencer.

- Udenlandske designere opfattes af enkelte aftagere som mere vedholdende og insisterende.

Samarbejde mellem uddannelsesinstitutioner og erhvervsliv

De interviewede aftagere er generelt meget positive overfor et samarbejde med de forskellige uddannelsesinstitutioner. Der er i dag bl.a. tale om følgende former for samarbejde:

- Praktikforløb
- Samarbejder med studerende om projekter/opgaver
- Kurser eller studiebesøg i virksomheden
- (Gæste)undervisning
- Censoropgaver på uddannelserne
- Aftagerpanel

Generelt beskriver de interviewede aftagere samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne som givende og som en af de eneste måder at styrke den relation mellem teori og praksis, som flere af dem savner hos de nyuddannede designere. Samtidig bidrager samarbejdet til at give de studerende et indblik i designvirksomhedernes organisering og dagligdag.

Aftagernes motivation for samarbejdet skal findes i ønsket om større kendskab til uddannelsernes indhold og de studerende samt muligheden for at have direkte indvirkning på kurser og forløb. Derudover er der flere aftagere, der beskriver, hvordan de igennem samarbejder og dialog får mulighed for at arbejde sammen med de bedste studerende på en årgang – enten via praktik eller studierelevante studiejobs. På den måde kan samarbejdet bidrage positivt til virksomhedernes rekrutteringsmuligheder.

Enkelte aftagere i medier, grafik og IT-branchen oplever en manglende interesse fra uddannelsesinstitutionernes side i forhold til at opsøge samarbejdet med virksomhederne.

3. EFTERSPURGTE KOMPETENCER

Da de interviewede aftagere repræsenterer forskellige brancher, varierer de funktioner, som designerne i de pågældende virksomheder udfylder. Grundlæggende kan aftagernes beskrivelse af funktionerne kondenseres således:

Tabel 1. Oversigt over designernes funktioner hos de interviewede aftagere

Kunsthåndværk	Industrielt design	Medier, grafik og IT	Mode og tekstil	Møbel og produktdesign
Direkte eller indirekte kundekontakt og –forståelse				
Generel produktion af kunsthåndværk	Idégenerering og "user-journeys", usability	Kreativ problemløsning af konkrete problemstillinger fremstillet både af kunder og internt i virksomheden		
Formgivning	Konceptudvikling	Varetagelse af designprocesser og digitale produktudviklinger såsom hjemmesider, logoer, etc.	Skitsering af design	
	Produktudvikling	Skabelsen af virtuelle samt visuelle identiteter <ul style="list-style-type: none"> • Packaging • Motion Graphics • Grafisk design af digitale grænseflader (web/ app/ software) • Systemtænkning 	Bundne designkreationer til forud specificerede kollektioner	Produktudvikling – både af det enkelte produkt men også evnen til processuelt at udvikle fra idé til produkt
	CMS design	Symbiotisk anvendelse af æstetik og brugervenlighed samt designformidling	Procesforståelse i kreationen af enkelte pjecer og hele kollektioner	Præsentation af koncepter og design – særligt mundtligt
		Brandrådgivning		Grafisk design

Funktionerne varetaget af en designer i de enkelte brancher varierer i nogen grad, da der i design- og aftagervirksomhederne er stor forskel på konkret anvendelse af designeren. Dette skyldes primært stor diversitet mellem forskellige designspecialiseringer, men det er ligeledes påvirket af organiseringen af den enkelte aftagervirksomhed. Generelt for alle interviewede aftagere og netop deres ekspertiseområde er kundekontakt og forståelse. Derudover varierer funktionerne varetaget af designeren alt efter, hvilken afgren af designbranchen, der fokuseres på. De største overlap i funktioner findes mellem mode- og tekstilbranchen og møbel- og produktdesign, hvor både kreativ

problemstilling, skitsering af design samt materialeresearch beskrives som centrale arbejdsområder for en designer.

Da de interviewede aftagere, som beskrevet ovenfor, ansætter designere i mange forskellige funktioner, er der altså også meget forskel på, hvilke kompetencer de efterspørger. Efterspurgte kompetencer hænger derfor uomtvisteligt sammen med de funktioner, som den pågældende designer skal varetage. I nedenstående tabel opsummeres de kompetencer, som efterspørges af adspurgte aftagervirksomheder. Det er således ikke alle aftagere, som efterspørger alle kompetencer i oversigten nedenfor. Der er fokus på designfaglige kompetencer, som kategoriseres inden for tre områder, som udgør designuddannelsens tredelte videngrundlag: praksis, forskning og kunstnerisk udviklingsvirksomhed. Kompetencerne beskrives nærmere efterfølgende.

Tabel 2. Oversigt over efterspurgte kompetencer

Kunstnerisk udviklingsproces	Praksis	Forskning
Visuelt stærkt blik	Evnen til at designe realiserbare produkter	Akademiske kompetencer
Kreativitet	Materialekendskab	Kommunikative kompetencer
Forståelsen af tredimensionalitet	Være en dygtig kunsthåndværker	Evnen til at sætte sig ind i og forstå kundens/målgruppens behov
Evnen til at sikre både æstetik og funktionalitet	Computerforståelse og færdigheder	Viden om egne kompetencer og begrænsninger
Evnen til at designe med udgangspunkt i kundens behov	Tegnekompetencer/skitsering	Viden om kultur- og designhistorie
Kunne varetage udviklingsprocessen	Særligt for medier, grafik og IT: Forretningsforståelse og evnen til at tilpasse det visuelle sprog til virksomheden	
Særligt for medier, grafik og IT: Grafisk design		

Udgangspunktet for beskrivelsen af de efterspurgte kompetencer er for mange af aftagerne en skelnen mellem kunst og design. I den forbindelse fremhæves det, at en designer kan designe et æstetisk smukt produkt, som også er funktionelt og realiserbart. Dvs. at en designer skal kunne designe et produkt, som er funktionelt i forhold til de behov en given målgruppe har, og som kan realiseres - dvs. rent faktisk kan produceres. Det betyder også, at den kunstneriske proces for designeren tager udgangspunkt i kunden eller forbrugernes situation, behov og præferencer, og ikke – som for kunstneren – i egne interesser og præferencer. Flere aftagere har oplevelsen af, at mange studerende på designuddannelserne reelt har en drøm om at blive kunstner, men de har valgt en designuddannelse i håbet om at øge deres beskæftigelsesmuligheder og dermed øge chancen for selvforsørgelse. Men der er stor forskel på at lave unikaprodukter, man selv vælger til at masseproducere produkter, som laves for andres skyld. Det afspejler sig i de kompetencer, aftagerne efterspørger.

Inden for den kunstneriske udviklingsproces efterspørger de interviewede aftagere følgende kompetencer:

- Et visuelt stærkt blik er nødvendigt for at kunne udlede tendenser og designe æstetisk smukke produkter.
- Kreativitet: En enkelt aftager mener, at kreativitet ikke er noget, man kan lære, men at man kan udvikle sin kreativitet på uddannelsen. Kreativitet er dog vigtigt for mange af de interviewede aftagere, som betragter kreativiteten som en grundforudsætning for at være en god designer. Det handler bl.a. om evnen til at kunne få gode idéer og til at kunne løse 'problemer' (eksempelvis et kunde- eller målgruppebehov) på en kreativ måde.
- Forståelse af tredimensionalitet, dvs. forståelsen af, hvad det vil sige at designe tredimensionelle ting, eksempelvis til en krop, hvis det er inden for mode- og tekstilbranchen.
- Evnen til at sikre både æstetik og funktionalitet, hvilket er et af de elementer, der adskiller designeren fra kunstneren, idet flere aftager fortæller, at design i højere grad handler om funktion end et unika kunstprodukt gør. Det er således væsentligt at både æstetik og funktionalitet udgør grundstenene i designet.
- Evnen til at designe med udgangspunkt i kundens/målgruppens behov: Som nævnt tidligere er det kunden/målgruppens situation, præferencer og behov, som er udgangspunktet for designerens opgave. Da flere aftagere oplever, at dette kan være svært for designere at acceptere, er det en central kompetence hos den dygtige designer at kunne designe med udgangspunkt i kundens/målgruppens behov.
- Kunne varetage udviklingsprocessen, dvs. at de skal evne at samle alle de øvrige dele under alle tre videnområder til en samlet kreativ proces, hvor produktet designes med udgangspunkt i en analytisk forståelse for kunden/målgruppen og den designhistoriske kontekst, det designes i. Hvor designet er visuelt smukt, men hvor det samtidig – pga. af materialekendskab mv. – kan realiseres, så det både er æstetisk stærkt og funktionelt. Og så skal designeren evne at kommunikere produktet, tankerne bag mv. både visuelt og skriftligt. Det er således ikke nok at kunne dele heraf, da det er processen, der er central for designeren. Det kræver således også visualiseringskompetencer.
- *For aftagerne i medier, grafik og IT* er specifikke kompetencer i grafisk design centrale.

Inden for praksis-videngrundlaget efterspørges følgende kompetencer:

- Evnen til at designe realiserbare produkter, hvilket er en forudsætning for at kunne designe med både æstetik og funktionalitet for øje. Særligt de interviewede aftagere i kunsthåndværkbranchen lægger vægt på betydningen af at have adgang til produktion, så designeren kender de konkrete betingelser for at kunne producere produktet. Det kræver i høj grad også materialekendskab, som fremgår nedenfor.
- Materialekendskab: For at kunne designe realiserbare produkter er det nødvendigt med et grundigt materialekendskab - herunder materialets egenskaber og hvordan det reagerer i produktionsprocessen. Nogle designere skal kende ét materiale grundigt. Det gælder særligt

designere i kunsthåndværksbranchen, som eksempelvis skal have indgående kendskab til glas- eller keramikmaterialet, men det gælder også i eksempelvis store virksomheder i mode- og tekstilbranchen, som er specialiseret i eksempelvis jersey eller denim. Andre designere arbejder med forskellige materialer og skal derfor kende til de forskellige materialers egenskaber og kunne tage højde for dette i design mv. Denne bredere materialeforståelse er særligt gældende i møbel- og produktbranchen.

- Være en dygtig kunsthåndværker, hvilket bl.a. handler om at kunne håndværket, hvor materialekendskabet bringes i anvendelse til design og produktion af produktet.
- Tegnekompetencer: Evnen til at visualisere tanker, ideer og betragtninger fra skitser til 3D for sig selv og andre.
- Computerforståelse og IT-færdigheder: Designeren skal have IT-forståelse og kompetencer til at arbejde i eksempelvis InDesign, Illustrator, Photoshop mv., herunder at tegne i IT-programmer, afhængigt af hvilke funktioner, de sidder med. Denne kompetence nævnes ikke af aftagere i kunsthåndværksbranchen. For mode- og tekstilbranchen handler det særligt om at kunne rentegne i de relevante programmer, hvorimod det i medie-, grafik og IT-branchen anses som en grundlæggende kompetence.
- *Særligt for medier, grafik og IT:* Forretningsforståelse og evnen til at tilpasse det visuelle sprog til virksomheden. Ifølge en af aftagerne er en almen forretningsforståelse nødvendig, for at kunne vurdere og rådgive en virksomhed om, hvordan virksomheden skal re-designes, så designeren sikrer, at det visuelle sprog tilpasses virksomheden. Desuden fremhæver disse aftagere også konceptudvikling som centralt.

Følgende kompetencer tilknyttet forskningsgrundlaget efterspørges af de interviewede aftagere:

- Akademiske kompetencer: For aftagerne handler de væsentligste akademiske kompetencer særligt om:
 - Designeren skal være i stand til struktureret og systematisk at afsøge forskellige muligheder og lokalisere problemer, skille problemerne ad, forstå dem og generere forskellige løsninger og udvælge de bedste løsninger.
 - Designeren skal være analytisk og have forståelse for, hvornår de skal opfinde den dybe tallerken, og hvornår de ikke skal. Designeren skal bemærke, hvad de lægger mærke til på gaden og de tendenser, de ser.
 - Konceptforståelse, dvs. evnen til at sætte sig ind i koncepter og kunne arbejde efter de rammer, som konceptet sætter.
- Kommunikative kompetencer, som omfatter at kunne kommunikere ideer og tanker bag, proces og resultat både skriftligt og visuelt samt at kunne argumentere for dem. Det kan være centralt både opadtil overfor eksempelvis ledere eller bestyrelse, i linje til andre afdelinger som eksempelvis marketingkolleger eller overfor en kunde. For en af de interviewede aftagere handler det også om at kunne trække på og henvise til kulturhistoriske referencer
- Evnen til at sætte sig ind i og forstå kundens/målgruppens behov: Det kræver både en analytisk forståelse, en viden om mennesker og grupper af mennesker, en forståelse af

vigtigheden heraf og et fokus på, at det er centralt. Det handler således både om at ville og at kunne sætte sig ind i, hvad kunden/målgruppen mangler eller efterspørger. Flere aftagere særligt i industrielt design siger, at designerne skal kunne bruge antropologiske tilgange til at observere og tilegne sig viden om, hvordan mennesker/brugere foretager en ting (userbility) og anskueliggøre det i en skitsering.

- Viden om egne kompetencer og konsekvenserne: Det handler for en aftager om at kende sine egne kompetencer, hvor grænserne for dem er, mens en anden aftager supplerer med, at det handler om at kende sine styrker allerede under uddannelsen og gennem sit arbejdsliv for hele tiden at kunne styrke dem yderligere.
- Viden om kulturhistorie og designhistorie: Særligt en af de interviewede aftagere mener, at grundlæggende forskningsbaseret viden om kultur- og designhistorie er helt centralt som fundament for den kunstneriske proces. Flere andre aftagere bakker op om, at designeren må have en grundlæggende viden og desuden en interesse for historie og stilmæssige perioder, men kompetencen prioriteres meget forskelligt af aftagerne. En mener desuden ikke, at det bør være nødvendigt fokus i eksempelvis uddannelsen, da vedkommende forventer, at personer med interesse inden for faget vil have en naturlig interesse for at holde sig opdateret.

Foruden de grundlæggende designfaglige kompetencer efterspørger de interviewede aftagere en række understøttende kompetencer:

- **Kunne arbejde selvstændigt, struktureret og overholde deadlines:** En designer skal ifølge de interviewede aftagere kunne arbejde selvstændigt og struktureret og overholde deadlines, som de fleste aftagere har mange af i hverdagen. En aftager fortæller, at det også handler om at have en forståelse for hele værdikæden og dermed af, at andres arbejde afhænger af den enkeltes arbejde, således at hvis en leverer for sent, bliver de øvrige også forsinkede.
- **Fleksibilitet:** Designeren skal være fleksibel og indstillet på at tilpasse sig, så processen fungerer. En aftager i en mode og tekstilvirksomhed fortæller eksempelvis, at man siden finanskrisen har skåret ned på nogle funktioner, så alle i spidsbelastede situationer skal være parat til at hente vand til fittingmodellen eller printe salgsmateriale, hvis det er nødvendigt.
- **Sociale kompetencer:** Flere af aftagerne fortæller, at sociale kompetencer er vigtige – designeren skal både være i stand til at kommunikere med andre fagligheder i virksomheden og med kunder og forretningsforbindelser eksternt. Det kræver eksempelvis evnen til at kunne aflæse og tilpasse sig situationen, kunne tilpasse sit sprog til dem, man taler med og at være rummelige i forhold til andre mennesker og fagligheder.
- **Sprogkundskaber:** De internationale virksomheder forudsætter gode sprogkundskaber. Der er særligt tale om engelsk, men tysk er også en fordel nogle steder.
- **Forretningsforståelse:** Designere med lidt mere erfaring skal have almen forretningsforståelse - herunder viden om hvad man skal se efter i markedet, benchmarking og evnen til at se tendenser i markedet.

- **Tværfagligt samarbejde:** En aftager vægter højt, at designerne kan samarbejde tværfagligt med de andre fagligheder i virksomheden.

Da de **kompetencer aftagerne prioriterer som de væsentligste** varierer relativt meget mellem de interviewede aftagere, kan der ikke laves en entydig, generel prioritering af kompetencerne. Det er i nedenstående forsøgt at fremhæve aftagernes præferencer. Det skal dog understreges, at efterspørgslen generelt varierer både internt i brancherne og internt i virksomhederne i den enkelte branche.

De kompetencer, der generelt efterspørger på tværs af brancherne – og i nogen grad anses som en forudsætning for ansættelse – er særligt designerens evne til at producere æstetisk smukke og samtidigt funktionelle design. I forlængelse heraf nævner virksomhederne ofte det visuelle stærke blik og den grundlæggende kreativitet og kreative tankeproces eller problemløsning. En designer skal evne at tænke ud af boksen samt særligt i mode- og tekstil samt medie-, grafik- og IT-branchen at skabe funktionalitet. En aftager fra medie-, grafik- og IT-branchen formulerer det således: *"[...] evnen til at løse problemer, [er det] den kreative branche har som fornemmeste opgave"*.

Tempo og struktur er for design- og tekstilbranchen ikke beskrevet som en nødvendig kompetence, men beskrives som et klart konkurrenceparameter, da forståelse for særligt deadlines af kollektioner og produktionen heraf kræver et vist tempo. Tempoet giver ligeledes et behov for struktur – flere aftagere udtrykker en klar bekymring over det lave tempo og lange deadlines på uddannelsesinstitutionerne, da det kan risikere at skabe en "sovepude for de studerende".

Materialekendskab er særligt for møbel- og produktionsbranchen samt for kunsthåndværkerne en væsentlig kompetence. Materialekendskab anses som en forudsætning for en reel produktionsforståelse, som også beskrives som essentiel. Selve produktionskendskabet beskrives særligt af kunsthåndværkerne som en fundamental kompetence for at kunne udøve kunsthåndværk i praksis.

Slutteligt beskriver flere af aftagerne – på tværs af brancherne – det kommunikative aspekt som en klar fordel. Det forventes dog ikke af alle aftagere, at kommunikative kompetencer er noget uddannelsesinstitutionerne i vid udstrækning skal løfte.

4. KOMPETENCEMATCH

De interviewede aftagere har meget forskellige opfattelser af, hvor danske designeres kompetencer matcher de efterspurgte kompetencer, og hvor der er et manglende match. Nogle af de forskellige opfattelser skyldes muligvis forskelle mellem forskellige brancher og funktioner, men det ser også ud til inden for samme brancher og funktioner at være så store forskelle mellem aftagernes vurderinger, at der ikke kan laves én generaliserende konklusion. I dette kapitel beskrives aftagernes vurderinger af kompetencematchet med de forskelligheder, der er.

Til trods for meget store forskelle mellem de interviewede aftagere er det i nedenstående tabel forsøgt at lave en samlet oversigt over de mere generelle og overordnede tendenser i aftagernes vurderinger af kompetencematchet.

- Kompetencer, som af de fleste eller alle interviewede aftagere, vurderes at være opfyldt hos danske designere er markeret med et flueben.
- Kompetencer, som nogle aftagere, men ikke alle, vurderer, er opfyldt, er markeret med et flueben i parentes.

Når der ikke er nogen kompetencer i oversigten uden flueben, er det udtryk for, at der er så stor variation i aftagernes vurderinger, at der ikke er nogen af kompetencerne, som ingen aftagere mener, ikke er opfyldt. Men der er dog stadig flere aftagere, som oplever mangler i de kompetencer, som har et flueben i parentes. Aftagernes vurderinger beskrives nærmere nedenfor.

Tabel 3. Oversigt over kompetencematch

Kunstneriske udviklingsproces	Praksis	Forskning
Visuelt stærkt blik ✓	Evnen til at designe realiserbare (✓) produkter	Akademiske kompetencer ✓
Kreativitet ✓	Materialekendskab (✓)	Kommunikative kompetencer (✓)
Forståelsen af tredimensionalitet ✓	Være en dygtig (✓) kunsthåndværker	Evnen til at sætte sig ind i og (✓) at forstå kundens/målgruppens behov
Evnen til at sikre både æstetik (✓) og funktionalitet	Computerforståelse og (✓) færdigheder	Viden om egne kompetencer (✓) og begrænsningerne
Evnen til at designe med (✓) udgangspunkt i kundens behov	Tegnekompetencer ✓	Viden om kulturhistorie og (✓) designhistorie
Kunne varetage udviklings- (✓) processen	<i>Særligt for medier, grafik og IT: (✓)</i> Forretningsforståelse og evnen til at tilpasse det visuelle sprog til virksomheden.	
<i>Særligt for medier, grafik og IT: (✓)</i> Digital forståelse og grafisk designkompetencer		

Det er en klar tendens, at aftagerne vurderer designernes kunstneriske kompetencer positivt. Designerne vurderes således til at være kreative med et stærkt visuelt blik. De er gode til at tegne i hånden og skaber æstetisk smukke designs. Nogle aftagere mener også, at designerne er gode til at varetage den kunstneriske proces fra idégenerering over at træffe valg til designet. Designernes kunstneriske kompetencer vurderes at afspejle en stærk dansk designtradition, hvor man historisk har været rigtig gode til at definere en klar designlinje. Flere mener også, at håndværket generelt er på plads, mens særligt aftagerne fra kunsthåndværksbranchen er helt uenige i det. Aftagerne fra kunsthåndværksbranchen begrundes de manglende kunsthåndværksmæssige kompetencer i deres

branche med den historiske udvikling på området i Danmark, hvor nogle produkter er outsourcet til udlandet. Konkret kan det betyde, at det er svært for de studerende at få konkret erfaring med og forståelse for produktionsprocessen, herunder materialekendskab og evnen til at skabe realiserbare produkter. I den forbindelse fremhæves forskellen på at være kunstner, der producerer unikaprodukter til designere, som skal kunne designe produkter, som meningsfuldt kan masseproduceres. Men det er på baggrund af de gennemførte interview uklart, hvorvidt der er tale om lokale forhold i enkelte, små brancher, da andre aftagere mener, at netop de kunstneriske kompetencer og håndværket er de områder, hvor danske designere udmærker sig.

En væsentlig kritik blandt særligt mode- og tekstil- samt møbel- og produktbrancherne er, at de danske designere mangler tempo i deres designproces. Designkvaliteten er utrolig høj, men produktionsprocessen er ofte langsommelig. Flere aftagere fra større modevirksomheder beskriver eksempelvis tempoet som essentielt, når der på et år skal produceres op mod seks forskellige kollektioner. En aftager fra en møbel- og produktvirksomhed tilføjer endvidere, at de danske designere ikke er produktive nok, da: *”Der er altså ofte kun ét projekt og de [danske designere] tager det ofte personligt – jeg generaliserer selvfølgelig – men jeg hører ikke fra dem igen, hvis de har fået et nej. Der er mange udenlandske designere, der bare bliver ved: Jeg har én, der sender en til to ting hver uge. Han bliver ved, selvom han nogle gange møder modstand – der et andet drive. De [danske designere] mangler nok sælgeren”*.

Tillige er der dog også aftagere i eksempelvis mode og tekstilbranchen, som kan savne kompetencen til at omsætte de gode ideer, tegningerne og de gode designs til konkrete produkter. Her beskrives mere en udfordring med, at designerne uddannes til at kunne det samme, mens der efter aftagerens mening reelt er behov for i højere grad at differentiere allerede gennem uddannelsen. Differentieringen for mode og tekstilbranchen kan ifølge aftageren eksempelvis være mellem kommercielt design og haute couture. Den pågældende designer fortæller eksempelvis, at en af hendes rigtig dygtige designere blev vurderet dårligt på uddannelsen, fordi hun var for kommerciel, men hun passer godt ind i den pågældende virksomhed, fordi hun netop er dygtig til det mere kommercielle design. En anden aftager fra mode- og tekstilbranchen fortæller, at nogle nyuddannede designere kan være udfordret på den konstruktive viden, som er nødvendig for at skabe realiserbart design, men det betragtes som en kompetence, der kommer med erfaringen. Det vigtigste er således, for denne aftager, at nyuddannede designere enten igennem praktik skaber en større praksisforståelse eller igennem konkrete praksisnære problemstillinger får indblik i realiserbart og relevant design. En designer skal desuden være indstillet på fortsat at skulle lære meget efter endt uddannelse. Det er i høj grad de understøttende kompetencer som eksempelvis at lære virksomheden at kende, evnen til at opbygge kollektioner, sociale kompetencer mv., som opfattes som kompetencer, der ikke kan læres på en skole, men skal læres i praksis. Særligt evnen til at respondere med æstetisk smukt og funktionelt design på konkrete problemstillinger er efterspurgt generelt på tværs af brancherne. Der nævnes også af andre aftagere forskellige virksomhedsspecifikke understøttende kompetencer, som nyuddannede typisk mangler, fordi de er svære at lære på en uddannelse:

- Det kommercielle perspektiv: Opbygning af netværk i branchen, forståelsen for hvordan design er organiseret i en virksomhed og organisationsforståelse.
- Forståelsen af produktion og økonomi - herunder at prissætte sit eget arbejde samt forståelsen af hvad det koster at producere de designede produkter. En aftager mener dog, at uddannelsen skal fokusere på de kompetencer, som ikke kan læres på en arbejdsplads, som eksempelvis de akademiske kompetencer, den grundlæggende viden og de kunstneriske kompetencer.
- Virksomhedsspecifikke processer og systemer, eksempelvis forståelse for virksomhedens værdikæde fra design over produktion til markedsføring og salg, IT-systemer til oprettelse af stylenumre mv. samt kalendersystemer til oprettelse af kollektioner mv.

På samme måde er der forskellige opfattelser blandt aftagerne i forhold til de øvrige kompetencer. Generelt ser der dog ud til at være nogle gab mellem aftagernes forventninger til designernes IT-færdigheder og designernes reelle kompetencer. En aftager i medier, grafik og IT mener eksempelvis, at designernes digitale kompetencer kan være mangelfulde, det samme gælder en aftager i mode- og tekstilbranchen, som mener, at designerne er gode til at tegne i hånden, men endnu mangler kompetencer indenfor digitale 2D tegninger. En aftager i medier, grafik og IT mener, der er store mangler i designernes digitale forståelse, og at det kræver meget træning og oplæring, før de er fuldt funktionsdygtige. Også en aftager i møbel- og produktdesign efterspørger stærkere IT-færdigheder. Han efterspørger samtidig dybere viden om kunst- og kulturhistorien og bedre evne til at anvende det i designprocessen og -formidlingen. Det sidstnævnte kobles af den pågældende aftager til de akademiske kompetencer: *"Det er meget svært at finde en der passer – det skyldes især mangel på kompetencer, særligt de computermæssige kompetencer og den akademiske del: kunsthistorien. De kan lave modeller og udvikle projekter, men de mangler den akademiske tankegang"*. En aftager fra medier, grafik og IT supplerer dette med en efterspørgsel på stærkere akademiske og kommunikative kompetencer – nærmere bestemt evnen til at kunne perspektivere og præsentere designprojekterne, hvilket vedkommende kobler til et for lavt ambitionsniveau på uddannelserne: *"Der er mangel på perspektivering og præsentation af projekterne. At man bruger et halvt år på det er så håbløst, de piller jo næse – skolens ambitioner er himmelråbende lave. Der er ingen ambitioner – der er ikke nok udfordringer – mere hvad kan der passes ind i modulerne. Jeg kender selv en underviser og han siger selv at det er skræmmende, hvor kassetænkende det er."* En aftager i industrielt design mener desuden, at mange designere kan blive bedre til at forstå kundens/brugerens perspektiv og betydningen for det produkt, der skal designes.

Selvom der ikke kan laves en samlet konklusion på aftagernes opfattelse af matchet mellem de danske designeres kompetencer og virksomhedernes efterspørgsel, kan der alligevel trækkes nogle bløde grænser. Generelt synes de kunstneriske kompetencer at imødekomme aftagernes virksomheder på tværs af brancherne. På tværs af brancher nævner flere aftagere, i større eller mindre grad, gabet mellem den kunstneriske proces og praksis. Særligt produktionskendskabet og den organisatorisk forståelse anses som en mangelvare, der igennem flere eller længere praksisforløb kunne give den studerende de fornødne grundlæggende kompetencer. Her påpeger flere aftager ligeledes, at konkrete og virksomhedsnære problemstillinger ville give designstudenten

et relevant indblik i virksomhedernes hverdag. En særlig problemstilling gør sig gældende i kunsthåndværkbranchen, hvor aftagerne generelt ser outsourcingen af produktionen som en fundamental problemstilling for kunsthåndværkets videre overlevelse og udvikling.

4.1 NYUDDANNEDE VERSUS ERFARNE DESIGNERE

De interviewede aftagere har svært ved at vurdere kompetencer hos erfarne designere, fordi deres kompetenceprofiler er så forskellige. Ovenstående om efterspurgte kompetencer og kompetencematchet tager derfor i vis udstrækning udgangspunkt i aftagernes opfattelse af nyuddannede designere. Som supplement til ovenstående efterspurgte kompetencer vægter en stor del af de interviewede aftagere personlighed og en række personlige kompetencer højt, når der er tale om nyuddannede. Der er tilsyneladende blandt nogle aftagere en holdning om, at en god designers personlighed kommer til udtryk i designet. Andre designere – i større virksomheder – vægter i højere grad evnen til at kunne indgå i et team og være tro mod et brand og designlinje, som ikke er ens egen. Som tidligere nævnt oplever flere aftagere, at mange designstuderende og nyuddannede designere inderst inde drømmer om en tilværelse som kunstner eller designer under eget navn, men det er de færreste det lykkedes for. Aftagerne er delte i spørgsmålet om, hvorvidt den form for ambitioner er positive eller negative. Men generelt er aftagerne positive overfor drømme og ambitioner, fordi det kan være en positiv drivkraft for den unge designer. Men det er nødvendigt, at de kan indgå i virksomheden og have en kollektiv forståelse af designprocessen, idet for mange individualister besværliggør arbejdet. De er også nødt til at have en forståelse af, hvilken virksomhed de er i, så deres arbejde afspejler dette.

Aftagerne vægter i den forbindelse følgende tilgang til faget og arbejdet hos nyuddannede designere højt:

- **Intelligens og lærenem:** Generelt skal særligt nyuddannede designere være intelligente og have nemt ved at lære, fordi der er meget, de først lærer, når de kommer ud på arbejdsmarkedet - herunder også meget at lære om den enkelte virksomhed
- **Ydmyghed:** Enkelte aftagere efterspørger en vis ydmyghed hos nyansatte designere. Det gælder også særligt ved designere med ingen eller kort anciennitet. Med ydmyghed mener den ene aftager, at de skal have en bevidsthed om, at selvom de har taget en lang designuddannelse, er der stadig meget at lære og ikke mindst, at man kan lære meget af sine nye kolleger. Den pågældende aftager fortæller eksempelvis, at designerne i den pågældende virksomhed arbejder tæt sammen med en konstruktør med 20 års erfaring, og at det er hendes erfaring, at nye designere kan have svært ved at respektere feedback fra konstruktøren, selvom dennes feedback som regel er berettiget. En anden aftager siger: *”De dårligste designere har for meget attitude og for lidt ydmyghed (...). Det er en tilpas ydmyghed og hvordan designer man noget, der er producerbart, som giver mening for en*

bruger. (...) I produktudviklingsprocessen er der 200 dygtige mennesker, så det svært for nogle at forstå, de ikke er de eneste. Det bliver ofte for elitært”.

- **Mod:** En aftager ønsker, at særligt nyuddannede designere har mod og vilje til at prøve ting af, fordi det kan være en del af den kreative proces.
- **Interesse og engagement:** Flere aftagere mener, at en personlig interesse og engagement i sit fag er en forudsætning, fordi det gør det langt nemmere at blive ved at lære og at udvikle sig. En aftager i mode og tekstil-branchen forventer eksempelvis, at designere har øje og interesse for mode, så de bliver ved at følge med og interessere sig for udviklingen i faget.

4.2 SNITFLADER TIL BESLÆGTEDE UDDANNELSER

Det er meget svært for de interviewede aftagere at skelne mellem de forskellige uddannelser. Det skyldes bl.a., at de ansætter fra mange forskellige institutioner og ikke selv skelner så entydigt mellem uddannelsesinstitutionerne.

Forskellen på de to interviewede aftagere i mode- og tekstilbranchen er et godt eksempel på, hvor forskellige aftagernes vurderinger er. Mens den ene aftager i denne branche foretrækker designere fra de klassiske uddannelser, da vedkommende oplever, at designere fra de mellemlange uddannelser, herunder nævnes bl.a. TEKO, er mindre kreative. Da designerne fra de mellemlange uddannelser ifølge denne aftager alligevel typisk har større forståelse for værdikæden og en stærkere realitetssans, kan de dog være et udmærket supplement til de klassisk uddannede designere i et samlet designteam. Netop det er en af grundene til, at den anden interviewede aftager i mode- og tekstilbranchen oftest ansætter fra de mellemlange uddannelser på TEKO. Vedkommende begrundet det således: *”Når man kigger på Designskolen Kolding kontra TEKO, så er det to vidt forskellige uddannelser, hvor TEKO er mere målrettet efter industrien og det, vi arbejder ud fra. Vi ansætter nogle gange fra Kolding, men sjældent direkte fra Kold. Det er meget en kunstneriske tilgang – hvor TEKO er mere industrielt. Så det er nemmere at forme dem fra TEKO. Kolding er jo en længere uddannelse, så det gør også, at de lige et lidt mere modne, da uddannelsen er længere. De har en anden forventning om at starte et andet sted – det er nemmere at forme TEKO, og de har ikke samme forventningsniveau som Kolding har”.* Den pågældende aftager fortæller, at hvis virksomheden havde færre årlige kollektioner og et mindre kommercielt perspektiv, så ville de formentlig ansætte flere designere fra Designskolen i Kolding, fordi de ifølge denne aftager er virkelig dygtige designere, men altså er sværere at forme til virksomhedens egne rammer.

En aftager i en møbel- og produktdesignvirksomhed foretrækker designere fra Designskolen Kolding eller KADK. Virksomheden har også haft praktikanter fra AAU, men har oplevet, at de er mere fokuseret på materialer, projektforløb og processtyring, mens de mangler den efterspurgte æstetiske del af designfaget. Den pågældende aftager foretrækker således designere fra KADK eller Kolding, fordi vedkommende vægter den kreative proces over den projektstyring, analyse og produktionsforståelse, som AAU-designerne repræsenterer.

En aftager i medier-, grafik og IT-branchen fortæller, at vedkommende ikke har nogen præferencer i forhold til designernes uddannelse, men at de altid ser efter, hvor de bedste kandidater er.

Virksomhedens nuværende ansatte er uddannet ved KADK, Mediehøjskolen i København og K3 Malmö Högskola. Den pågældende aftager fremhæver særlig designere uddannet ved Mediehøjskolen, som designere, virksomheden på nuværende tidspunkt holder øje med.

Dimittender herfra vurderes at være teknisk rigtig dygtige indenfor de grafiske kompetencer, som virksomheden efterspørger, til gengæld er deres designfaglige niveau væsentligt lavere. En anden aftager i samme branche fremhæver også visuelt design på KEA som en relevant uddannelse for dem. De vurderes at være på et fagligt lavere niveau, men til gengæld har de bedre realitetssans.

En anden aftager fortæller, at de inden for området industrielt design har ansat flere designere fra Umeå Institute of Design, som de opfatter som en skole med meget høj kvalitet. Den høje kvalitet bundet ifølge aftageren i, at uddannelsens opbygning betyder, at de studerende på masteruddannelsen alle laver projekter i samarbejde med virksomheder. Det giver en høj grad af relevans i deres projekter, selvom der er tale om det, aftageren kalder "visionsprojekter", som måske ikke ligefrem skal realiseres i morgen, men som adresserer et virkeligt problem hos virksomhederne. Det betyder både, at projekterne er relevante, og at de studerende styrker kompetencen til kreativ problemløsning. Aftageren mener dog også, at kvaliteten bliver høj, fordi skolen optager på baggrund af optagelsesprøver, hvorfor de studerende starter med et højt bundniveau. Når den samme virksomhed ansætter danskuddannede designere, ansætter de oftest kandidater fra arkitektskolerne eller fra designuddannelserne på KADK eller fra Kolding. I forhold til disse uddannelser oplever den pågældende aftager:

- Designskolen Kolding og på KADK har rødder i en kunsthåndværkstilgang, som ifølge denne aftager betyder, at dimittenderne er mere fokuseret på den kunstneriske del, som handler om at udforske materialitet og æstetik fremfor at løse problemer med en kreativ tilgang, som er det virksomheden efterspørger.
- At arkitektuddannelserne har mere fokus på møbel og rum end på industrielt design. Virksomheden har traditionelt ansat mange fra arkitektuddannelserne, men har de seneste år oplevet, at de studerende har mindre tid til at fordybe sig, og at kvaliteten af de industrielt designuddannede er blevet for ujævn og usikker.

Aftagerne i industrielt design fortæller, at de begynder i stigende grad at ansætte personer uddannet i Design og konstruktion på DTU, idet de nærmer sig både at besidde de tekniske ingeniørkompetencer og formgivning. Den pågældende aftager forventer, at det kan reducere både indsats og tid, at de har produktionsforståelsen allerede som nyuddannede. Samtidig har de dog ikke den samme evne til at tænke design og æstetik med udgangspunkt i brugere – det flere aftagere kalder "antropologiske tilgange".

Enkelte aftagere oplever, at udenlandske designere kan være mere attraktive for virksomheden, fordi de er dygtigere og mere tålmodige. De fortæller særligt, at de udenlandske designere er mere ihærdige, mens de danske designere tager det mere personligt og hurtigere giver op, hvis de får nej til en ansøgning. En aftager siger eksempelvis: *"Med de danske designere er det altså ofte kun et*

projekt de henvender sig med, og de tager det ofte personligt – jeg generaliserer selvfølgelig – men jeg hører ikke fra dem igen, hvis de har fået et nej. Der er mange udenlandske designere, der bare bliver ved: Jeg har en, der sender én til to ting hver uge. Men han bliver ved, selvom han nogle gange møder modstand – der et andet drive. De mangler nok sælgeren, det er personen eller designeren /designet – det passer bare ikke altid til os”. En anden aftager fortæller, at et skandinavisk blik er nødvendigt i deres design, men at de godt kan lide at ansætte danske designere uddannet i Holland eller London.

5. FREMTIDIGE KOMPETENCEBEHOV

De interviewede aftagere er blevet bedt om, at overveje mulig udvikling i de kompetencer, de vil efterspørge i fremtiden. Følgende fremtidige kompetencer er defineret af de interviewede aftagere:

- Generelt
 - Designeren skal generelt være bedre til ikke kun at hylde egne design- og produktideer. Design er en kreativ proces mellem flere elementer, der til tider kræver evnen til at sætte sig ud over egne prioriteter uden at lukke den kreative ild
- Tekstil- og møbeldesign
 - Omstillingsparathed inden for tekstil- og møbeldesign er på nuværende tidspunkt helt essentielt, men vil ligeledes fremadrettet have en helt central betydning
 - Større detaljeorientering og – særligt i mode- og tekstilbranchen – fokus på forædlingen, der ofte, på lige fod med dyb produktforståelse, bliver sekundært til det primære design, men er essentielt for helheden og det æstetiske udtryk
 - Effektivitet i den kreative produkt- og designudvikling – særligt i møbel- og produktdesign
- Medier, grafik og IT
 - Evnen til at være konkret og fokuseret omkring en konkret problemstilling sideløbende med at bibeholde det smukke æstetiske islæt i designet
 - Forretningsforståelse
 - Flere medie, grafik og IT-virksomheder har behov for den nuværende grundlæggende teoretiske forståelse designuddannelserne allerede byder ind med – men forretningsforståelse samt konkret forståelse af, hvordan man skaber værdi for kunder igennem design efterspørges som mere eksplicit
 - Semiotik og semiotisk forståelse
 - Evnen til at levere virksomhedsrettet rådgivning og præsentere designet for kunden.
- Kunsthåndværk
 - Bevægelse tilbage mod den mere traditionelle læring og forståelse af kunsthåndværket som praksis
 - Større fokus på design frem for kunst, hvis designbranchen i Danmark på dette område skal bestå

- Industrielt design
 - Digitalisering – med tiden kommer flere og flere digitale komponenter til de fysiske produkter, så sammenhængen mellem digitale og fysiske produkter bliver vigtigere
 - Mangfoldigt og internationalt fokus så der hentes inspiration og viden fra hele verden

Der ses desuden en generel tendens til, at flere af nuværende relevante kompetencer vurderes som værende en del af relevante fremtidige kompetenceprofiler:

- Der skal ikke ændres på de nuværende kompetencer – de skal dygtiggøres og have tværfaglig forståelse
- Evnen til at bringe den kreative problemløsning og kreative processer er fortsat central
- Kunsthistorisk og grundlæggende designforståelse
- Evnen til at italesætte, hvorfor design skaber værdi samt argumentere for konkrete designløsninger
- Omstillingsparathed

Desuden udtrykkes der blandt kunsthåndværkerne i højere grad tendenser mod outsourcing til billigere produktionslande, hvorfor der nødvendigvis må værnes om de enkelte produktions- og kunsthåndværkerværksteder, der stadig befinder sig i Danmark. Kompetencerne beskrives særligt i disse fag som drevet af evnen til at relatere teori og praksis – at produktion og materialekendskab skal følge hinanden i stedet for at anse disse som to separate dele: Håndværk og kunst. Netop dette skel beskrives af aftagerne inden for kunsthåndværkerbranchen som definerende for kunsthåndværkets udvikling de sidste 30-40 år, som tillige ikke beskrives som vellykket i forhold til at sikre det danske kunsthåndværk.

Alt i alt, anskues designerens kompetencer generelt som værende tilfredsstillende men med rum til forbedring og optimering. Væsentligt i denne sammenhæng er aftagervirksomhedernes definerende af kompetencers fremtidige betydning, som bærer stærkt præg af de enkelte designbranchers nicheområder.

6. SAMARBEJDE MED UDDANNELSERNE

De interviewede aftagere er generelt meget positive overfor et samarbejde med de forskellige uddannelsesinstitutioner og størstedelen af virksomhederne samarbejder allerede i større eller mindre grad med uddannelsesinstitutionerne. Der er bl.a. tale om følgende former for samarbejde:

- Virksomheden har eller har haft praktikanter fra uddannelserne
- Virksomheden samarbejder med studerende om projekter/opgaver
- Virksomheden har eller har haft kurser eller studiebesøg i virksomheden
- Medarbejdere (gæste)underviser på uddannelserne

- Medarbejdere fungerer som censorer på uddannelserne
- Virksomheden er repræsenteret i aftagerpanel

To aftagere i medier, grafik og IT-branchen oplever ikke særlig stor interesse fra uddannelsesinstitutionernes side i forhold til at etablere samarbejde. Den ene fortæller: *”Der er et kæmpe stort miljø af designere som gerne vil designskolerne og gerne vil dialogen, men det virker som om, at designskolerne ikke rigtig benytter sig af det. De kunne have et meget stærkere forhold til både producenter, møbelvirksomheder, designvirksomheder, konsulenter – virksomhederne, som gerne vil samarbejde. Mange af de udenlandske skoler invitere virksomhederne indenfor ved afslutningsopgaverne – hvor problemstillingerne er for rigtige virksomheder. Det er en helt anden virkelighed. Det er nogle helt andre krav, deadlines og forhold man så arbejder under”*. En enkelt aftager har valgt helt at sige nej til samarbejde på nuværende tidspunkt, fordi de i virksomheden oplever, at det er for tidskrævende i forhold til udbyttet. Virksomheden har dog stadig praktikanter ansat både fra Danmark og fra udlandet.

Generelt beskriver de interviewede aftagere, som samarbejder med uddannelsesinstitutionerne, samarbejde med uddannelsesinstitutionerne som givende. Relationen mellem parterne er og skal bygges op omkring et gensidigt udbytte – ikke kun for aftageren og uddannelsesinstitutionerne, men også for de designstuderende. Der skal være et klart formål for alle parter. Særligt fremhæves de studerendes indblik i designvirksomhedernes organisering og dagligdag som et essentielt mål med samarbejdet. Flere aftagere påpeger dog, at der med tiden er skabt et større og større gab mellem praksis og uddannelse.

Samarbejdet mellem virksomheder og uddannelsesinstitution beskrives som værende båret af **motivationsfaktorer** såsom større kendskab til uddannelsernes indhold og studerende samt muligheden for at have direkte indvirkning på kurser og forløb. Tillige er der flere aftagere, der beskriver, hvordan de igennem samarbejder og dialog får mulighed for at arbejde sammen med de bedste studerende på en årgang – enten via praktik eller studierelevante studiejobs. En mindre aftagervirksomhed nævner eksempelvis: *”Vi har ikke noget formaliseret samarbejde med nogen institutioner. Vi har dog nogen kontakt med Kolding og Kunstakademiet i Kbh. Det betyder også, at de sender os de praktikanter, som de synes er dygtige. Det er en rigtig god kontakt at have, for det er svært at finde gode folk. Det ville være en hjælp, hvis man kunne lave yderligere samarbejde med skolerne på en eller anden måde”*. Langt de fleste aftagere beskriver muligheden for at finde det ”gode match” eller de bedste studerende på en årgang som en væsentlig motivationsfaktor for at bibeholde eller øje samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne. En større aftagervirksomhed fra mode- og tekstilbranchen underbygger ligeledes, at; *”[...] det er en slags præinvestering. Plus at deres sidste del af uddannelsen bliver mere målrettede – og det er godt”*.

Aftagere i alle de interviewede brancher efterspørger en større grad af praksisnærhed i uddannelsen. En aftager beskriver tilmed, hvordan sammenhængen mellem kunst og håndværk igennem de sidste 10-30 år kontinuerligt er blevet mere separerede grundet manglende symbiose mellem uddannelserne og reel praksis: *”Vi har tidligere lavet en del kurser især med det Kongelige Kunstakademi [...]. Det har fungeret fantastisk godt! [...] Det er klart, det koster penge, og det er ud*

af et budget, som allerede er beskåret – så det tror jeg ikke vi kommer til igen". Samspillet mellem 1) relevante praksiserfaringer, 2) konkrete problemstillinger, 3) praktik og 4) uddannelsernes akademiske tilgang til design og kunst beskrives som nødvendig, men som ikke tilstedeværende på flere af uddannelsesinstitutionerne. Aftagerne hylder dimittendernes æstetiske evner og kreativitet – men kreativiteten og æstetikken skal kunne sættes i relation til realiserbare løsninger på konkrete problemstillinger.

Praktikken kan meget vel, ifølge flere af aftagerne, være løsningen på ovenstående problematik. Den konkrete praktiske erfaring, de studerende kan erhverve sig igennem et praktikforløb, beskrives som særlig betydningsfuld for aftagerne. Det skyldes særligt, at det mindsker den diskrepans aftagerne oplever, når designdimittenderne lukkes ud på arbejdsmarkedet, hvor konkrete virksomhedsprocesser og –forståelse ikke er en del af deres repertoire. Flere af de interviewede aftagere benytter sig allerede af praktikken enten systematisk hvert enkelt semester eller mere sporadisk, når en designstuderende passer ind i virksomheden. Der synes ikke at være nogen generelle tendenser for hvilke virksomheder, typer af design eller virksomhedsstørrelser, der er afgørende for, hvordan virksomheden anvender praktik. Praktikken kan give de studerende viden inden for eksempelvis den konkrete designproces og problemløsning samt analyse og brugerorienteret design. En aftager fra en mindre designvirksomhed eksemplificerer det ved at beskrive design som; *"[...] et fag ligesom alle andre, der er et pensum, som man skal igennem – det er også fint, men [...] man skal kunne gå på moderne kunststillinger og samtidigt forstå produktionen, det er universelt, designeren skal kunne varetage utrolig mange forskellige kompetencer, som normalt er spredt på forskellige områder, men her skal de være samlet!"*. Design er altså ikke kun et spørgsmål om at kunne designe æstetisk smukke ting, men også et spørgsmål om en grundlæggende forståelse for produktion og virksomhed. En aftager fra en større virksomhed kommenterer dette således: *"De [studerende] er rigtig dygtige, men det er blevet sværere at følge med og kunne integrere nyuddannede i en virksomhed"*. En aftager i medier, grafik og IT har ledt efter kvalificerede praktikanter, men endnu uden held.

Væsentligt for denne tendens er, at den ikke tilhører en specifik branche i designaftagernes råderum. Det er samtlige aftagere, der – mere eller mindre eksplicit – beskriver gabet mellem uddannelse og praksis.

Færre aftagere samarbejder omkring **opgaver og specialer**. En af de større aftagervirksomheder forsøger på nuværende tidspunkt at indgå et mere eksplicit samarbejde med en uddannelsesinstitution i forbindelse med eksamens- og afgangsprojekter. Flere virksomheder har i stedet forsøgt at give sig i kast med undervisning eller foredrag, men beskriver processen som tidskrævende – for tidskrævende: *"Den tid og det engagement der skal til, for at alle får noget ud af det, det føler jeg ikke, vi har lige nu. Alle er spændt helt for. Vi føler ikke, at alle får ligeligt ud af det"*. Det er særligt de større virksomheder, hvor ressourcerne beskrives som for få og udbyttet for småt.

Muligheden for at løse opgaver eller specialer i samarbejde med virksomheder beskrives som særlig relevant for det industrielle og medieorienterede design, hvor der oftere stilles konkrete problemstillinger. Aftagerne fra medie, grafik og IT-branchen efterspørger i højere grad

brugerorientering og den mere konkrete designanalytiske tilgang end aftagere fra eksempelvis møbel og produktionsdesignvirksomheder. Det understreges også af en mindre aftagervirksomhed, der argumenterer for, at den mere grafiske, industrielle og medierelaterede designkategori; *"[...] repræsenterer en mere analytisk og brugerorienteret tilgang til designfaget, så et tættere samarbejde med den type virksomhed, som kandidaterne skal ud og arbejde med er en god ide"*. Den studerende kan altså igennem mere praksisorienterede opgaver få lov til at skabe projekter og designs til konkrete problemstillinger, hvilket er en væsentlig kompetence for aftageren. Her opstår også rum til, at den enkelte studerende kan udfolde egne idéer og eksekvere designs som i højere grad er præget af den enkelte designer – og dermed også et mere sandfærdigt billede af den enkelte designers evner. En aftager fra en mindre designvirksomhed beskriver det som: *"[...] når man får ansøgninger fra en årgang, er det ofte den samme problemstilling. Der er ikke noget lix i ansøgningerne, som viser, at de har lært noget andet. Det er meget ensartet og ens ud fra en uddannelsesforventning om hvordan de regner med, at vi gerne vil modtage tingene. [...] Farver og striber har først værdi, når de sættes i kontekst – og hele den kontekst mangler der"*.

I de få virksomheder, hvor én eller flere medarbejdere fungerer som **undervisere, censorer eller som medlemmer i et aftagerpanel** beskrives samspillet mellem institution og virksomhed, som en styrke, der bygger bro mellem to uadskillelige – men ofte inkompatible – dele af designerens udvikling. Inkompatibiliteten ér et produkt af gabet mellem uddannelse og praksis, som samtlige aftagervirksomheder beskriver i interviewene. Én aftager mener, at det netop er gabet mellem designer og produktion, der skaber de mange genvordigheder i designfaget. En anden aftager beskriver gabet mere eksplicit: Som et produkt af manglende aktion blandt de klassiske uddannelsesinstitutioner: *"[...] hvis de [uddannelsesinstitutionerne] gerne vil ændre noget, så vil vi gerne stille op! Jeg kan kun tale for, hvad jeg hører og ser – men det handler om at uddannelsesmålene ... hvem sætter de i verden og for hvem?"*.

Der ses en tydelig tendens til, at aftagerne ønsker en større praksisforståelse eller mere praksisnære forløb i uddannelsen. Flere af aftagervirksomhederne mener, at dette kan muliggøres *uden* at reducere designuddannelsens nuværende kompetenceniveau indenfor formgivning, æstetik og forståelse. En reduktion af den kunstneriske og akademiske tilgang er for størstedelen af aftagervirksomhederne ikke formålet eller tilnærmelsesvist hensigtsmæssigt. Tværtimod.

Samarbejdet mellem uddannelse og praksis bør derfor motiveres af et konkret udbytte igennem større praksisforståelse. Det betyder, at motivationsfaktoren, under de nuværende rammevilkår, primært er drevet af muligheden for semesterpraktikker, samarbejde over konkrete problemstillinger samt aftagervirksomhedernes mulighed for at identificere talenter på de enkelte årgange. Aftagerne er villige til at tage *deres tørn* i de studerendes praktiske læringsproces og stiller gerne praktikpladser eller konkrete problemstillinger til rådighed, hvis uddannelsesinstitutionerne vil implementere dette som en del af designuddannelserne.

7. METODE OG DATAGRUNDLAG

Der er gennemført telefoniske, kvalitative interview med 12 aftagere af designere. Informanterne er rekrutteret via en liste over relevante aftagere leveret af Styrelsen for Videregående Uddannelser.

Disse repræsenterer spredning på geografi, størrelse og branche:

- Geografisk spredning dog med overvægt af virksomheder placeret i København. Otte af de 12 virksomheder har desuden aktiviteter i udlandet.
- Virksomhedernes størrelse: Fra omkring fire medarbejdere op til flere tusinde medarbejdere med et meget varierende antal designere.
- Branche: To aftagere fra industrielt design, to fra kunsthåndværk, fire fra medier, grafik og IT, to fra mode og tekstil og to fra møbel og produktdesign.

Størstedelen af de interviewede aftagere er uddannede designere eller arkitekter. Resten er uddannet eksempelvis cand.merc, kaospilot eller kunsthistoriker. De interviewede aftagere har alle lederstillinger – dog på forskellige niveauer – og er i varierende grad involveret i ansættelser og personaleledelse i virksomheden. Mens nogle decideret er ansvarlig for ansættelse og personaleledelse, er andre primært involveret når der ansættes til vedkommendes eget område.

Alle interviewene er gennemført med udgangspunkt i en semi-struktureret interviewguide godkendt af Styrelsen for Videregående Uddannelse. Interviewet har typisk haft en varighed på 30-40 minutter og er dokumenteret med meningstranskription, som efterfølgende er kodet tematisk og analyseret.



OM OS

Vi er et af Skandinaviens største konsulent- og analysefirmaer med kontorer i Danmark, Grønland, Norge, Storbritannien, Sverige, Tyskland, Vietnam og Østrig.

Vi er en mangfoldig arbejdsplads med internationalt perspektiv og samarbejdspartnere i hele verden og beskæftiger mere end 150 fastansatte medarbejdere og 500 interviewere.

Vi leverer skræddersyede undersøgelser, der sikrer et solidt grundlag for optimale beslutninger. Vores mål er altid at præsentere analyseresultater og yde rådgivning af højeste kvalitet.

EPINION KØBENHAVN
RYESGADE 3F
2200 KØBENHAVN N
T: +45 87 30 95 00
E: TYA@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.DK

EPINION AARHUS
NORDHAVNSGADE 1-3
8000 AARHUS C
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.DK