

# Inhalt

---

## 1. Einleitung | 9

- A. Fragen | 13
- B. Design und Geschichte | 20
- C. Professionalisierung | 24
- D. Quellen | 27
- E. Zeitlicher Rahmen und Gliederung | 31

## 2. Anfänge einer neuen Profession | 33

- A. Beginn der Industriedesigner in der Bundesrepublik | 34
  - 1. Entwicklungen des Berufsbilds ‚Industriedesigner‘ | 35
  - 2. Akademisierung und Designinstitutionen in der frühen Bundesrepublik | 42
  - 3. Rat für Formgebung gegen Werkbund:  
kunst- oder wirtschaftsnahes Industriedesign? | 57
- B. BASF AG – Industriedesign kommt in Unternehmen | 66
  - 1. Kunststoffe und die BASF AG | 68
  - 2. Anonymdesign und Produktnullserien – Designdienstleistungen bei der BASF AG | 73
  - 3. Förderung von Kunststoffen durch Design | 83
- C. Zusammenfassung | 92

## 3. Industriedesigner und wissenschaftliches Wissen | 95

- A. Argumentieren mit explizitem Wissen – Strategien der Selbstlegitimierung im Industriedesign | 96
  - 1. Verwissenschaftlichungsdiskurse im Industriedesign | 98
  - 2. Produktplanung und Produktionssysteme im Design | 113

**B. Siemens AG – Designkommunikation als Legitimierungs- und Professionalisierungsstrategie | 128**

1. Industriedesign als Handlungsfeld in einem Großkonzern | 129
2. Firmeninterne Kommunikationsstrategien im Design | 136
3. Organisation von Investitionsgüter- und Konsumgüterdesign im Bereich der Elektrotechnik | 142

**C. Zusammenfassung | 149**

**4. Industriedesigner im Wandel der 1970er Jahre | 151**

**A. Designer nach dem Boom – Neue Professionalisierungsstrategien in den Krisen | 152**

1. Neupositionierungen der Industriedesigner nach 1973/74 | 153
2. „Umwelt wird in Frage gestellt“ – Designkonzepte im Wandel | 163
3. Versuche von Ausbildungsreformen im Industriedesign | 178

**B. Rosenthal AG – Design als verbindendes Element | 187**

1. Rosenthal als „Manufaktur des Wohnens“ | 189
2. Philip Rosenthal – Ein „Pionier für Kunst, Design und Wirtschaftsdemokratie“? | 196
3. Design als Bestandteil von Unternehmenskultur und Werbung | 201

**C. Zusammenfassung | 207**

**5. Das Überwinden von Grenzen im Designjahrzehnt der 1980er Jahre | 209**

**A. Enttäuschungen und neue Ansätze im Industriedesign der 1980er Jahre | 210**

1. Krisenphänomene in den Designinstitutionen der 1980er Jahren | 211
2. Debatten über die Postmoderne im Industriedesign | 223
3. Computer Aided Design | 231
4. Frauen im Industriedesign | 237

**B. MAN AG – Grenzen und Abgrenzungen im Industriedesign | 242**

1. Von der Architektur zum Industriedesign:  
Gestaltexperten bei der MAN AG | 243
2. Gestaltungsfragen bei Nutzfahrzeugen | 253

**C. Zusammenfassung | 262**

## **6. Industriedesigner in der Globalisierung | 265**

### **A. Globalisierte Gestaltung | 267**

1. Internationalisierungsdiskurse unter Industriedesignern | 268
2. „Deutsches Design“ international | 276

### **B. Transnationale Vernetzung der Industriedesigner | 281**

1. Institutionen der transnationalen Vernetzungen | 282
2. Industriedesign im Kalten Krieg | 295
3. Der „Sonderfall“: Deutsch-deutsche Designbeziehungen | 307

### **C. Zusammenfassung | 321**

## **7. Schluss | 323**

## **8. Dank | 331**

## **9. Wissenschaftlicher Apparat | 335**

### **A. Abkürzungsverzeichnis | 335**

### **B. Tabellen | 339**

### **C. Index | 349**

### **D. Literatur und Quellen | 366**

1. Archive | 366
2. Primärliteratur (vor 1991) | 367
3. Sekundärliteratur (ab 1991) | 437
4. Unveröffentlichte Arbeiten | 475
5. Audiovisuelle Beiträge | 477
6. Internetressourcen | 479
7. Patente | 479

