

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

