

# EINLEITUNG

- 13 **Vorwort**  
Bernd Kracke
- 15 **Der Offenbacher Ansatz.  
Zur Einleitung**  
Thilo Schwer, Kai Vöckler

# ARCHIV

- 27 **Designtheorie auf neuem Wege.  
Anfänge, Etappen und Kontexte des  
Offenbacher Ansatzes**  
Dagmar Steffen
- 38 **Dialektik der Gestaltung**  
Jochen Gros (1971)
- 66 **Sinn-liche Funktionen im Design**  
Jochen Gros (1976)
- 85 **Formalästhetische Funktionen**  
Lore Kramer (1978)
- 88 **Grundlagen einer Theorie der  
Produktsprache. Einführung**  
Jochen Gros (1983)
- 123 **Grundlagen einer Theorie  
der Produktsprache. Anzeichenfunktionen**  
Richard Fischer, Gerda Mikosch (1984)
- 184 **Grundlagen einer Theorie  
der Produktsprache. Symbolfunktionen**  
Jochen Gros (1987)
- 208 **Wie kommt ein >funktionalistischer  
Designer< zum Ornament?**  
Richard Fischer (2000)
- 213 **des-in – ein neues Ornament?  
Weniger Konsum durch mehr Sinnlichkeit –  
Produkte als Leitbilder zur  
Umweltfreundlichkeit**  
»des-in Arbeitsgruppe« (1974)

# KONTEXT

- 225 **Kontexte. Zur Vorgeschichte des »Offenbacher Ansatzes«**  
Petra Eisele
- 233 **Stilwandel unter Mitsprache des Designs**  
**Rückblick auf die Entwicklung und den Gebrauch der Theorie der Produktsprache**  
Jochen Gros
- 248 **»... im Rückblick habe ich schon den Eindruck, dass wir für lange Zeit Avantgarde waren.«**  
Bernhard E. Bürdek (2010)
- 257 **»Für uns stand dagegen immer der praktizierende Designer im Vordergrund.«**  
Jochen Gros (2009)
- 269 **Design muss Sinn machen.**  
**Zu einer neuen Designtheorie**  
Klaus Krippendorff (1989)
- 284 **»Man schafft keine Theorie des Designs, indem man sich einfach nur im diskursiven Raum aufhält ...«**  
Gui Bonsiepe, Hugo Palmarola (2001)
- 289 **»... mit dieser Theorie kann nur umgehen, wer auch aktiv gestaltet«**  
Petra Kellner
- 296 **»Es ging darum, durch Design zu umweltbewussten Lösungen zu kommen.«**  
Philine Bracht
- 300 **Der diskrete Charme der Ökologie**  
Werner Lorke
- 304 **Entfernung Luftlinie 18,3 km:  
Design in Offenbach und Kronberg.  
Produktsprachen bei Dieter Rams/Braun  
und an der HfG Offenbach**  
Klaus Klemp

- 310 **Horst Oehlke und der erweiterte Funktionalismus in der DDR**  
Siegfried Gronert
- 325 **Functional, Beautiful, and Meaningful Products Designed To Be Loved ...**  
Josiena Gotzsch

## POSITIONEN

- 333 **Design Discourse**  
Klaus Krippendorff
- 342 **Vom Design Turn zum Project Turn**  
Gui Bonsiepe (2016)
- 351 **Schnee und öffentlicher Raum.  
Über das Verhältnis von Design und Sprache im öffentlichen Interesse.**  
Peter Eckart
- 362 **In-Formation. Zur produktsprachlichen Analyse von Mobilitätsprozessen**  
Kai Vöckler
- 383 **Die Bedeutung der Produktsprache für die Gestaltung interaktiver Medien**  
Andrea Krajewski
- 392 **»Wir müssen die Schnittstelle zur Gesellschaft und unseren Auftraggebern besser gestalten ...«**  
Sebastian Oschatz
- 398 **Produktsprache, unter anderem**  
Frank Zebner
- 402 **Der Offenbacher Ansatz – und was aus der Produktsprache heute wird**  
Martin Gessmann
- 407 **»Gestalterischer Alltag ist kein Wettbewerb um die beste gestalterische Lösung, sondern um die beste Begründung!«**  
Alex Buck

- 412** »Design muss als politisch hoch aufgeladene Praxis gelehrt werden ...«  
Georg-Christof Bertsch
- 417** Vom erweiterten Funktionalismus zur erweiterten Symbolfunktion:  
Resonanzerfahrungen in der Sozial- und Fiktionsdimension  
Thilo Schwer
- 432** Gestaltung in einer digitalen Welt – zur Designforschung und der Simultanität intuitiver und systemischer Prozesse im Materialdesign  
Markus Holzbach

## **ANHANG**

- 449** Biografien
- 477** Danksagung
- 478** Bildnachweis