

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	11
<b>Basisorientierung</b> .....	<b>12</b>
Drei Einleitungen. Was ist Design?.....	12
1. Erläuterung der Untersuchungsstrategie .....	13
2. Die Grenzfläche von Vorstellung und Gestaltung .....	14
3. Eine visuelle Übersicht der Argumentationslinien.....	15
[ Der theoretische Hintergrund ] .....	16

# **TEIL I Kulturelle Dynamik und Artefakte als theoretische Orientierung**

<b>A. Die ökonomische Perspektive des Design .....</b>	<b>30</b>
1. Die ökonomische Perspektive des Design .....	31
2. Das Produktdesign in der Marketingtheorie .....	39
3. Designorientierte Ansätze/Autoren.....	42
4. Ansätze zum Design-Management.....	48
5. Zusammenfassung und offene Fragen.....	49
<b>B. Ansatzpunkt: Systemisch-semiotischer Zugang.....</b>	<b>71</b>
1. Design und Systemtheorie.....	72
2. Der Beitrag der Semiotik zum Designverständnis .....	80
3. Semiotische Design- und Marketing-Ansätze .....	87
4. Zeichenmanagement als geplante Semiose.....	101
5. Systemmodell eines semiotischen Regelkreises für Produktentwicklungen .....	109
<b>C. Die kulturtheoretische Perspektive als Brücke zur methodischen Erfassung der sozialen Dynamik .....</b>	<b>128</b>
1. Design als Produktkultur.....	129
2. Kulturentstehung: Artefakte als symbolischer Ausdruck .....	137
3. Stammesgesellschaften: Mythen, Struktur und Gegenstände .....	143
4. Rituale, Industrialisierung und Design .....	148
5. Freizeitgesellschaft und digitaler Sinn .....	155

## **TEIL II Die Erfassung kultureller Dynamik**

<b>A. Designforschung: Theorie und Praxis.....</b>	<b>165</b>
1. Anforderungen an eine Designforschung.....	166
2. Designmarktforschung.....	169
3. Designtrendforschung.....	175
4. Ansätze in der Praxis.....	182
5. Informationsstruktur einer Designentwicklung .....	193
<b>B. Die Indikatoren des soziokulturellen Systems .....</b>	<b>199</b>
1. Der Kulturraum .....	200
2. Das Werteklima .....	204
3. Milieus und alltagsästhetische Schemata .....	213
4. Indikatoren für Design (Zeichenforschung).....	223
5. Integration im Designprozeß .....	235
<b>C. Gruppen- und Individualindikatoren.....</b>	<b>238</b>
1. Detailkulturelle Moden und Trends.....	239
2. Mythen und Symbolkosmos .....	248
3. Rituale und Alltagsnutzung .....	258
4. Individuelle Bedeutung .....	265
5. Integration in den Designprozeß .....	273

## **TEIL III Praxis und Zukunft des Design**

<b>A. Fallbeispiel: Innovation / PC / Computer des Jahres .....</b>	<b>275</b>
1. Systemmodell und Indikatorenwahl .....	276
2. Markt- und Designforschung .....	283
3. Anwendung soziokultureller Indikatoren .....	285
4. Strategie und Pflichtenheft .....	290
5. Die Konklusion SkyTower .....	293
<b>B. Experimentelle Designforschung .....</b>	<b>299</b>
1. Erkenntnisse aus dem SkyTower-Projekt .....	299
2. Artefakthypothesen für die Designforschung .....	301
3. Semiotische Strukturanalysen .....	303
4. Freie Designforschung .....	305
5. Versuche zur Nutzerbeteiligung am Designprozeß .....	308
<b>C. Ergebnis und Ausblick .....</b>	<b>311</b>
1. Zusammenfassung: Designforschung .....	311
2. Produktion wird zur Konsumtion: Der Nutzer als Designer? .....	313
3. Der kreative Visionär oder kulturelle Planbarkeit .....	316
4. Systembewußtsein: Zur Ökologie der Zeit .....	319
5. Ist Designmanagement Bedeutungsmanagement? .....	324
<b>Verzeichnis der Abbildungen und Grafiken .....</b>	<b>328</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>330</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>331</b>
<b>Index .....</b>	<b>351</b>