

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
Basisorientierung	12
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

A. Die ökonomische Perspektive des Design	30
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. Ansatzpunkt: Systemisch-semiotischer Zugang	71
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
C. Die kulturtheoretische Perspektive als Brücke zur methodischen Erfassung der sozialen Dynamik	128
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

A. Designforschung: Theorie und Praxis.....	165
1. Anforderungen an eine Designforschung.....	166
2. Designmarktforschung.....	169
3. Designtrendforschung.....	175
4. Ansätze in der Praxis	182
5. Informationsstruktur einer Designentwicklung	193
 B. Die Indikatoren des soziokulturellen Systems	199
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
 C. Gruppen- und Individualindikatoren.....	238
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

A. Fallbeispiel: Innovation / PC / Computer des Jahres	275
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. Experimentelle Designforschung.....	299
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
C. Ergebnis und Ausblick	311
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
 Verzeichnis der Abbildungen und Grafiken.....	 328
Abkürzungsverzeichnis	330
Literaturverzeichnis	331
Index	351