

Inhalt

	Vorbemerkung	↘7
1	Einleitung	↘9
1.1	Abstract	→9
1.2	These	→10
1.3	Aufbau der Arbeit	→10
2	Begriffserklärung	↘13
2.1	Ethik	→13
2.2	Design-Ethik	→14
2.3	Ökologisches Design	→17
2.4	Nachhaltigkeit	→17
2.4.1	Moderne Ökologie	→22
2.4.2	Indikatoren für Nachhaltigkeit	→23
3	Relevanzbegründung	↘27
3.1	Die Relevanz für die Designbranche	→28
4	Methoden für eine nachhaltige Entwicklung	↘31
4.1	Greenwash – »grün und blau schmückt die Sau«	→31
4.2	Corporate Social Responsibility (CSR)	→36
4.3	Designmüll	→40
4.4	Von der Wiege zur Wiege	→41
4.5	Dematerialisierung	→43
4.6	EcoDesign	→44
4.7	Interdisziplinarität	→45
4.8	Konsum	→47
4.9	Service Design	→50

4.10	Slow Design	→51
4.11	User Centered Design	→55
4.12	Stellenwert Design in Unternehmen	→57
5	Gestalterische Ansätze	↘59
5.1	Diskursvermittlung	→59
5.2	Sag' es mit einem Manifest	→60
6	vorbehaltlich nachhaltig	↘62
6.1	Die Kommunikation	→64
7	Ausblick	↘65
8	Anmerkungen	↘67
8.1	Literaturverzeichnis	↘68
8.2	Weblinks	↘69
8.3	Abbildungsverzeichnis	↘69
9	Anhang. Die Autorin im Gespräch mit ...	↘71
	Uli Burchardt	→72
	Michael Erhoff und Uta Brandes	→85
	Ruedi Baur	→104
	Aladdin Jokhosha	→117
	Ulrike Niesmann	→121
	Kurt Weidemann	→123
	Kijima San	→139
	Reinhard Komar	→141
	Über die Autorin	↘177