

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 Erlhoff 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