

# Inhaltsverzeichnis

<b>Brand is a journey – was man über diese Reise wissen könnte ...</b>	<b>8</b>
<b>(Hochschul-)Lehrer</b>	<b>20</b>
Die Lehre oder „hin und zurück“	26
Designmanagement oder Designstrategie?	30
Von Titeln und Honoraren	32
China: Formfindung im „leeren Raum“?	34
Lehre an der deutschen Hochschule: Ambitionen und Grenzen	38
„Gestalterischer Alltag ist kein Wettbewerb um die beste gestalterische Lösung, sondern um die beste Begründung!“	43
Überlegungen zur Zukunft der Lehre	54
<b>Designgalerist</b>	<b>59</b>
Eine Galerie für den Moment der Idee	62
Fulminanter Start von IKON	65
Das Ende der Designgalerie	69
<b>Publizist</b>	<b>71</b>
General Interest versus Special Interest	75
<i>form</i> , letzte Instanz der Designpublizistik	77
Städteführer Design – eine neue Kategorie	83
Die Bücherfabrik	85

Nicht jedem Ende wohnt ein Zauber inne ...	87
Publizistik rund um Strategie und Beratung	89
<i>Detail</i> und <i>GRID</i>	92
<b>Entrepreneur und Manager</b>	97
Tapeten? Tapeten!	100
Unternehmensberater in Designfragen oder: Ausstieg aus dem Design als Event	102
Entdeckung der designfreien Zone	111
Globaler Weltmarktführer!	114
Unser Mondprogramm: der „integrierte Designkonzern“	118
Neustart nach dem Fehlstart	125
Blutige Nase	132
Abschied vom Network	134
Kontrastprogramm Boutique-Format	138
Das Einhorn Spark44	140
Mein Leben als Politiker ...	150
<b>Strategie</b>	185
Warum ich Designtheorie liebe und manchmal an Designtheoretikern verzweifle	187
Ein Abstecher zum Thema Konsum	190
Wissen als Vorbedingung von Entwurf	192
Gesellschaft und Haltungsgruppen	198
Auf der Suche nach einem Modell	200
Marke: eine Imaginationsfigur!	211
Der Diderot-Effekt	214

<b>Berater</b>	<b>217</b>
<b>CI, CD, Branding</b>	
[bisher: das Ökosystem der Agenturen]	218
Wie auf Augenhöhe mit den Unternehmen kommen?	232
„Die Wirtschaft“ gibt es gar nicht	237
Von Wert und Preis:	
Was ist der Wertbeitrag von Design?	239
Der Königsweg der Marken- und Designberatung oder: Wie vermeide ich es, den Kunden in die Flucht zu schlagen?	244
Produkt-Akzeptanz-Portfolio	247
Visuelle Evidenz <i>versus</i> Deskription	251
Nichts geht ohne Begründung!	252
Evidenz <i>und</i> Deskription – die „Leitbilder“	253
Leben und Denken im Labor	254
Das Ende des Labors	256
 <b>Ausblick oder: Was noch wichtig ist</b>	 259
Fähigkeiten gestern und heute	260
Das letzte Tabu: Geld!	262
 <b>Danke</b>	 266
<b>Personenverzeichnis</b>	267
<b>Textnachweise</b>	272
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	279
<b>Impressum</b>	282