

<b>0</b>	<b>VORWORT</b>	<b>4</b>
<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>8</b>
1.1	Geschichtlicher Rückblick	9
1.2	Designdisziplinen	14
1.3	Designdefinition	16
1.4	Berufsfeld Industrial Design	19
<b>2</b>	<b>DESIGN AUS DER KONSUMENTENSICHT</b>	<b>20</b>
2.1	Vorbemerkungen zur Konsumentensicht	21
2.2	Praktische Funktionen	27
2.3	Produktsprache	33
2.4	Ästhetische Funktionen	37
2.5	Produktsemantik	44
2.6	Anzeichenfunktionen	49
2.7	Symbolfunktionen	53
2.8	Produktanalyse	59
<b>3</b>	<b>DESIGN AUS DER PRODUZENTENSICHT</b>	<b>62</b>
3.1	Vorbemerkungen zur Produzentensicht	63
3.2	Design als strategisches Instrument	64
3.3	Design ist ein Kaufargument	65
3.4	Design macht Qualität sichtbar	66
3.5	Design leistet Innovation	67
3.6	Design liefert Werbeargumente	68
3.7	Design prägt das Firmenimage	68
3.8	Design kann Kosten senken	69
<b>4</b>	<b>DESIGN ALS PROZESS</b>	<b>70</b>
4.1	Vorbemerkungen zum Designprozess	71
4.2	Recherchieren und Analysieren	81
4.3	Konzipieren	87
4.4	Entwerfen	95
4.5	Optimieren und Ausarbeiten	107
4.6	Faktoren eines erfolgreichen Designprozesses	114
<b>5</b>	<b>FALLSTUDIEN</b>	<b>120</b>
5.1	Vorbemerkungen zu den Fallstudien	121
5.2	Luftbefeuchter ›AIR‹	123
5.3	Fahrrad-Roller ›MIRO‹	135
5.4	Sportbogen ›COMPOUND BOW P 560‹	143
5.5	Aufklärungsfahrzeug ›SCOUT‹	153
5.6	Lösch- und Erkundungsroboter ›SCOPSTER‹	165
5.7	Forstwirtschaftliche Kombinationsmaschine ›TREEHUGGER‹	175
5.8	Light Car Concept ›AUDI TUNE‹	187
5.9	Luftschiff ›E-KARUS‹	203
<b>6</b>	<b>AUSBLICK</b>	<b>216</b>
6.1	Gerald Steiner: Entwicklungsperspektiven Design	217
6.2	Sechs Vorschläge von Italo Calvino	220
<b>7</b>	<b>ANHANG</b>	<b>222</b>
7.1	Begriffserläuterungen	223
7.2	Adressen/Websites/Literatur	228