

# Inhalt

<b>Einleitung</b>	<b>6</b>
<b>Pollopas – ein neuer Werkstoff</b>	<b>10</b>
Die Troisdorfer Kunststofffabrik	11
Pläne für Konsumartikel aus Harnstoffharz	13
Die DAG trifft Absprachen mit der Konkurrenz	17
Der Markt für Pressmassen und Pressstoffartikel	20
<b>Ludwig König – eine biografische Skizze</b>	<b>24</b>
Kindheit und Jugend 1891–1921	25
Karlsruhe 1922–1929	28
Köln 1930–1940	37
Bunzlau und Dachau 1940–1974	42
<b>Ludwig König als Kunststoffgestalter</b>	<b>44</b>
Allgemeine Gestaltungsregeln für Kunststoffe	45
Ludwig Königs Gestaltungsgrundsätze	46
Entwurfsarbeit für die DAG	47
Zur Debatte um andere Gestalter bei der DAG	54
Entwurfsarbeit für die Firma Runge	58

<b>Der Werbefeldzug</b>	<b>68</b>
Verkaufsstart in der Rezession 1931	69
Verkaufsfördernde Botschaften	70
Pollopas als Marke	79
Pollopas im Einzelhandel	80
<b>Pollopas in der NS-Propaganda</b>	<b>90</b>
Rohstoffautarkie für den Krieg	91
Großveranstaltungen	93
Produkte für das WHW und Parteiveranstaltungen	97
Die Idee vom „Ersatzstoff“ kehrt zurück	98
<b>Zur Rezeption nach 1945</b>	<b>102</b>
Wiederaufbau und Ausverkauf	103
Nachfolgeprodukte in beiden deutschen Staaten	104
Historisierung und museales Interesse	107
Schlussbemerkung	109
<b>Modell-Liste der DAG</b>	<b>118</b>
<b>Modell-Liste der Firma Runge</b>	<b>134</b>
<b>Anhang</b>	
Interview mit Ludwig König aus „Die Form“	150
Werbematerial der DAG	153
Archivbestände	155
Literaturverzeichnis	156
Abbildungsverzeichnis	159