

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis	XIII

Prolog – Das Bauhaus und die Begeisterung für das Objekt 1**1. Das Innovationsobjekt – ein vergessenes und verkanntes Objekt 5**

1.1 Der Coup mit dem Deo-Roller	7
1.2 Zentrale Fragestellung und Verlauf der Argumentation	10

2. Innovation und Innovationsmanagement 15

2.1 Von der Invention zur Innovation	17
2.2 Innovationsprozess und Innovationskontexte	29
2.3 Raum des Prototyps im Innovationsprozess	37
2.4 Einflussfaktoren des Innovationsdiskurses	42
2.5 Wider die Objektvergessenheit	53

3. Start-up-Unternehmen und Innovation 59

3.1 Entrepreneurship und Start-up-Unternehmen	60
3.2 Charakteristika und Schwierigkeiten von Start-ups	61
3.3 Konflikt zwischen theoretischem Diskurs und praktischen Handlungen	72

4. Erweiterung des Prototypdiskurses 83

4.1 Disziplinäre Differenzierung des Prototyps	87
4.2 Vom Subjekt zum Objekt und alternative Objektsichtweisen	95
4.3 Akteur-Netzwerk-Theorie als Basis eines objektbasierten Zugangs	99
4.4 Der Prototyp als epistemisches Ding, Quasiobjekt und Grenzobjekt	113
4.4.1 Epistemische Dinge und Experimentalsysteme	113
4.4.2 Quasiobjekte und soziale Bänder	129
4.4.3 Grenzobjekte und kontextuelle Welten	139
4.5 Der Prototyp als handelndes Objekt	160

5. Raum handelnder Objekte	175
5.1 Auseinandersetzung mit Raum	177
5.2 Handlungsräume	179
5.3 Raumrepräsentationen, Repräsentationsräume und Arenen	182
6. Prototypen als handelnde Objekte und taktische, ästhetische und rhetorische Praktiken	195
6.1 Taktische Praktiken	196
6.1.1 Kunst taktischen Handelns	198
6.1.2 Landung von Coups	201
6.1.3 Erfolgreiche Coups	205
6.2 Ästhetische Praktiken	213
6.2.1 Oberflächenästhetik	215
6.2.2 Tiefenästhetik	218
6.2.3 Ästhetische Praxis	230
6.3 Rhetorische Praktiken	238
6.3.1 Klassische und neue Rhetorik	238
6.3.2 Praktiken der Persuasion	241
6.3.3 Praktische Prosopopoieses	251
7. Handlungsrahmen prototypischer Praktiken	257
8. Die Kunst der Erinnerung	265
Literaturverzeichnis	269