

Eugen Leitherer

Industrie-Design

Entwicklung – Produktion – Ökonomie

C. E. Poeschel Verlag Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Einführung

Seite 3 Vorwort

Seite 6 Industrie-Design und Industrie-Wirtschaft

Industrie-Design als wissenschaftlicher Gegenstand: Wechsel der Perspektive 9

Schwaches und starkes Design-»Wollen« und -»Können«: Die Stilbewegungen 10

Kritik am Ende des 20. Jahrhunderts: Ein gewisses Unbehagen am Design 13

Was ist Industrie-Design? Eine vorläufige Begriffsfassung 15

Erster Teil

Seite 21 Bestandsaufnahme: Produktgeschichte des 19. Jahrhunderts

Formen und Ornamente im Design der Zeit 21

Beginn mit der Eisenbahn 24

Zur Genese des Historismus: Sein Umfeld 29

London 1851 32

Wohnformen des Historismus 36

Unterströmungen im 19. Jahrhundert: Anfänge des Funktionalismus 41

Die Bugholzmöbel 41

Funktionalismus bei Alltagsprodukten des 19. Jahrhunderts 43

Design der Verpackung im 19. Jahrhundert, insbesondere: Genese des Markenartikels 44

Neue gesellschaftliche Mächte und Industrie-Design: Beispiel Arbeitsplatz – Sportplatz 50

Was die Industrieprodukte dem 19. Jahrhundert vermittelt haben – was dieses Jahrhundert von allen vorigen unterscheidet 54

Zweiter Teil

Seite 61 Bestandsaufnahme: Produktgeschichte des 20. Jahrhunderts

Einschätzung der Produktkultur um 1900 61

Die Moderne, »moderne« ideologische Bewegungen; »Aufbruch« 62

Die Frau 64

	Neue wirtschaftliche Kräfte: Das Beispiel der Werbung	65
	Plakat und Inserat	67
	Industrie-Design und »Jugendstil«	73
	Gewerbe-Romantik – Werkstättenbewegung; ihr Einfluß auf das Industrie-Design	76
	Der Deutsche Werkbund	77
	Das Design der 1920er	82
	Das Bauhaus	86
	Art-déco	89
	Die Dreißiger	92
Seite 97	Exkurs: Zum Design der Fahr- und Flugzeuge	97
	Der PKW: Zur Phylogenese und Akzeptanzgeschichte	97
	Produkt- und Marktwandlungen in Deutschland von 1920 bis 1939	98
	Die Ausstrahlung des Innovationsfeldes Luftfahrzeuge	100
	Materialien und Bauweisen als Gestaltungsfaktoren im Flugzeug-Design	102
	Der stromlinienförmige Sportwagen als Experimental- und Prestigeobjekt	105
	Weitere Design-Faktoren	106
	Massenfertigung und Design: Die Entwicklung der »Volks«-Wagen	107
	Die Vierziger	110
	Die konsumierende Gesellschaft der 1950/60er und ihre Symbolprodukte	111
	Die Sechziger	125
	Die Siebziger	126
	Wesentliche Züge des Industrie-Designs von 1969–1990	127
	Dritter Teil	
Seite 131	Erkenntnisse aus der Geschichte des Industrie-Designs	
	Verbesserte Begriffsfassung nach der Bestandsaufnahme	131
	Quellen von Industrie-Design	133
	Strukturen im Industrie-Design	135
	Produktgröße – Proportionen	148
	Die haptische und die taktile Qualität der Produkte – der Mensch als »Hand-Wesen«	151
	Ornament vs. Ästhetik der Zweckform	152

Technische Form – verborgen oder unverhüllt? 154

Stilbildung, Mode 160

System- und Kompaktdesign 163

Einfach- und Alltagsdesign 167

Vierter Teil

Seite 171 **Elemente einer gesellschaftsorientierten Theorie des Industrie-Designs**

Wahrnehmung und Design-Milieu 171

Die Konditionierung der Wahrnehmung durch das Design-Milieu 173

Wertewandel – Generationen – Milieuwandel: Das Beispiel der 1950er in Deutschland 176

Kulturfaktor Ästhetik 180

Fünfter Teil

Seite 185 **Industrie-Design als unternehmerischer Aktionsbereich – zukünftige Forschungskomplexe**

Produktgestaltung – Design 185

Design in der Theorie des Produktes: Das Qualitätsbündel 186

Konsequenzen: Design-Entscheidungen durch die Instanzen des Unternehmens 188

Die Gestaltung des Qualitätsbündels als Inhalt der Produktpolitik 189

Zu einigen fertigungswirtschaftlichen Seiten von Industrie-Design 191

Produktcharakter und Marktstrategie 193

Industrie-Design im Rahmen des Zielsystems der Unternehmung 195

Seite 207 **Anmerkungen**

Seite 219 **Zusammenfassende Literatur**

Seite 221 **Auswahl aus den im Text erwähnten Personen und Institutionen**