

	Seite		Seite
Teil I	7	<i>Klaus Jürgen Maack – Design und Corporate Culture</i>	44
<i>Dieter Rams – Vorwort Design und Marketing: Miteinander, nicht gegeneinander</i>	9	<i>Günter Horntrich/Reiner Reeg – Ökologie & Design: Widerspruch oder Perspektive?</i>	48
<i>Sepp D. Heckmann – Vorwort Design-Management: Anregungen für die Zukunft</i>	10	<i>Ulrich Kern/Rudolf Schönwandt – Design-Management: Modell einer neuen unternehmensstrategischen Funktion</i>	52
<i>Michael Erlhoff – Design-Management, die unabdingbare Perspektive</i>	11	<i>Fritz Hahne – Design und deutsches Management</i>	59
<i>Guido Brune – Mut zur Vernetzung</i>	13	<i>Bernd Roland/Christiane Hoffmann-Horner Vom guten Design zur perfekten CI – Beispiele für Design-Management</i>	64
<i>Alexander von Boch – Design-Management in der Gebrauchsgüterindustrie</i>	21	<i>Auswahlbibliografie zum Thema Design-Management</i>	69
<i>Michael Hardt – Design-Management: In der Praxis kaum vorhanden</i>	24	<i>Autoren</i>	73
<i>Fritz Jörn – Wie designed man einen Computer?</i>	31		
<i>Michael Peters – Design-Management als unternehmerische Aufgabe</i>	37		

	Seite		Seite
Teil II	75	<i>Die Ausstellung:</i>	
		Der Produktentwicklungsprozeß	97
<i>John H. McArthur</i> – Vorwort	81	Vorläufige Ergebnisse	100
		Bahco	102
<i>Earl N. Powell</i> – Einführung	83	Black & Decker	105
		Braun	109
<i>Robert H. Hayes</i> – Design:		Canon	112
Die neue Kampfarena des Wettbewerbs	85	CKD	115
		Dictaphone	118
<i>Earl N. Powell</i> – Design und Entscheidungen	89	Digital Equipment Corp.	122
		ERCO	126
<i>Karen J. Freeze</i> – Forschungsstrategie und die		Philips	129
Fallstudienmethode	94	Sharp	133
		Sony	136
		Texas Instruments	139
		Yamaha	143
		Danksagungen	147
		Fallstudien Firmen	151