

Inhalt

Vorwort	5
1. Einleitung	13
2. Design und Wirtschaft	30
Qualität zahlt sich aus	31
Jede Idee braucht eine Form	35
Der Kunde entscheidet	39
3. Design und Wert	45
Designwert	46
Designertrag	58
Designkontinuität	63
Designstärke	71
Design Eigentum	81
4. Design und Unternehmensführung	107
Stellenwert des Designs	108
Design als Strategie	125
Wertschöpfung mit Design	149
Designwert und Börsenwert	159
Designwert und Unternehmenswert	177
5. Die Designwerte	185
Unterhaltungselektronik	186
Mobile Kommunikation	200
Licht- und Leuchtenindustrie	208
Automobilindustrie	219
Elektrowerkzeuge	230
Anhang	239