

## INHALTSVERZEICHNIS:

<b>0 Einführung</b>	5
<b>1 Design aus der Konsumentensicht</b>	7
1.1 Mensch — Objekt — Raumbezüge	7
1.2 Funktionsanalyse	8
1.2.1 Die praktische Funktion	10
1.2.2 Die ästhetische Funktion	13
1.2.3 Die symbolische Funktion	18
1.3 Kostenanalyse	22
1.4 Produktanalyse — Grundschemata	23
<b>2 Design aus der Produzentensicht</b>	26
2.1 Design bringt Wettbewerbsvorteile	26
2.2 Design ist ein Kaufargument	27
2.3 Design macht Qualität sichtbar	27
2.4 Design leistet Innovation	28
2.5 Design liefert Werbeargumente	28
2.6 Design prägt das Firmenimage	29
2.7 Design kann Kosten senken	29
<b>3 Design als Prozeß</b>	31
3.1 Geschichtlicher Rückblick	31
3.2 Ablauf des Designprozesses	34
3.2.1 Phase 1: Analysieren	38
3.2.2 Phase 2: Konzipieren	42
3.2.3 Phase 3: Entwerfen	46
3.2.4 Phase 4: Ausarbeiten	52
<b>4 Design-Fallstudien</b>	57
4.1 Moped Puch Maxi Plus	58
4.2 Maschinenbaukasten Emco U1	66
4.3 Kabelhalterung Mosdorfer KABFA	71
4.4 GVB Haltestelleneinrichtungen	76
4.5 Kommunal-Trak Rasant	82
4.6 Erntegerät Pessl raccomobile	86
4.7 Behindertenfahrzeug Graf Carello	89
4.8 Sesselliftgehänge Wopfner WS 90.3	94
4.9 Alpinbekleidung Löffler	97
4.10 Lawinen-Pieps DF motronic	100
4.11 Kopfhörer AKG Jetphone	104
4.12 Lufttaucher airrow AL-KO	108
4.13 Sesselprogramm Thonet Thondo	112
4.14 Niedervoltleuchtensystem VEST Trans/Minitrans	116
4.15 Elektronischer Trafo STE	120
4.16 Modul-Telefon motronic TZB	123
4.17 CNC-Ausbildungsmaschinen EMCO	128
4.18 Spritzgießmaschinen Battenfeld CD-Serie	132
<b>5 Anmerkungen</b>	137
5.1 Zusammenarbeit mit Designern	137
5.2 Design-Institutionen	139
5.3 Begriffserläuterungen	140
5.4 Literaturhinweise	141
5.5 Bildnachweis	141