

EINLEITUNG

- 13 **Vorwort**
Bernd Kracke
- 15 **Der Offenbacher Ansatz.
Zur Einleitung**
Thilo Schwer, Kai Vöckler

ARCHIV

- 27 **Designtheorie auf neuem Wege.
Anfänge, Etappen und Kontexte des
Offenbacher Ansatzes**
Dagmar Steffen
- 38 **Dialektik der Gestaltung**
Jochen Gros (1971)
- 66 **Sinn-liche Funktionen im Design**
Jochen Gros (1976)
- 85 **Formalästhetische Funktionen**
Lore Kramer (1978)
- 88 **Grundlagen einer Theorie der
Produktsprache. Einführung**
Jochen Gros (1983)
- 123 **Grundlagen einer Theorie
der Produktsprache. Anzeichenfunktionen**
Richard Fischer, Gerda Mikosch (1984)
- 184 **Grundlagen einer Theorie
der Produktsprache. Symbolfunktionen**
Jochen Gros (1987)
- 208 **Wie kommt ein ›funktionalistischer
Designer‹ zum Ornament?**
Richard Fischer (2000)
- 213 **des-in – ein neues Ornament?
Weniger Konsum durch mehr Sinnlichkeit –
Produkte als Leitbilder zur
Umweltfreundlichkeit**
»des-in Arbeitsgruppe« (1974)

KONTEXT

- 225 **Kontexte. Zur Vorgeschichte
des »Offenbacher Ansatzes«**
Petra Eisele
- 233 **Stilwandel unter Mitsprache des Designs
Rückblick auf die Entwicklung und den
Gebrauch der Theorie der Produktsprache**
Jochen Gros
- 248 **»... im Rückblick habe ich schon
den Eindruck, dass wir für lange Zeit
Avantgarde waren.«**
Bernhard E. Bürdek (2010)
- 257 **»Für uns stand dagegen immer der
praktizierende Designer im Vordergrund.«**
Jochen Gros (2009)
- 269 **Design muss Sinn machen.
Zu einer neuen Designtheorie**
Klaus Krippendorff (1989)
- 284 **»Man schafft keine Theorie des Designs,
indem man sich einfach nur im diskursiven
Raum aufhält ...«**
Gui Bonsiepe, Hugo Palmarola (2001)
- 289 **»... mit dieser Theorie kann nur umgehen,
wer auch aktiv gestaltet«**
Petra Kellner
- 296 **»Es ging darum, durch Design zu
umweltbewussten Lösungen zu kommen.«**
Philine Bracht
- 300 **Der diskrete Charme der Ökologie**
Werner Lorke
- 304 **Entfernung Luftlinie 18,3 km:
Design in Offenbach und Kronberg.
Produktsprachen bei Dieter Rams/Braun
und an der HfG Offenbach**
Klaus Klemp

- 310 **Horst Oehlke und der erweiterte Funktionalismus in der DDR**
Siegfried Gronert
- 325 **Functional, Beautiful, and Meaningful Products Designed To Be Loved ...**
Josiena Gotzsch

POSITIONEN

- 333 **Design Discourse**
Klaus Krippendorff
- 342 **Vom Design Turn zum Project Turn**
Gui Bonsiepe (2016)
- 351 **Schnee und öffentlicher Raum. Über das Verhältnis von Design und Sprache im öffentlichen Interesse.**
Peter Eckart
- 362 **In-Formation. Zur produktsprachlichen Analyse von Mobilitätsprozessen**
Kai Vöckler
- 383 **Die Bedeutung der Produktsprache für die Gestaltung interaktiver Medien**
Andrea Krajewski
- 392 **»Wir müssen die Schnittstelle zur Gesellschaft und unseren Auftraggebern besser gestalten ...«**
Sebastian Oschatz
- 398 **Produktsprache, unter anderem**
Frank Zebner
- 402 **Der Offenbacher Ansatz – und was aus der Produktsprache heute wird**
Martin Gessmann
- 407 **»Gestalterischer Alltag ist kein Wettbewerb um die beste gestalterische Lösung, sondern um die beste Begründung!«**
Alex Buck

- 412 »Design muss als politisch hoch
aufgeladene Praxis gelehrt werden ...«**
Georg-Christof Bertsch
- 417 Vom erweiterten Funktionalismus
zur erweiterten Symbolfunktion:
Resonanzerfahrungen in der
Sozial- und Fiktionsdimension**
Thilo Schwer
- 432 Gestaltung in einer digitalen Welt –
zur Designforschung und der Simultanität
intuitiver und systemischer Prozesse
im Materialdesign**
Markus Holzbach

ANHANG

- 449 Biografien**
- 477 Danksagung**
- 478 Bildnachweis**