

Philipp Oswalt

Marke Bauhaus
1919-2019

Der Sieg der
ikonischen
Form über den
Gebrauch

Scheidegger & Spiess

Marke Bauhaus	9	Einleitung
	11	1919–1925 Von der Gründung zur virtuellen Marke
	31	1925–1933 Krise und Relaunch
	50	1933–1989 Posthume Glättung und Kalter Krieg
	69	1990–2019 Touristifizierung
	87	Produktkennzeichnungen
	96	Markeneintragungen
	107	Markentransfers

Bildmarken	120	Wortmarke Ein dynamisches Logo
	144	Gebäudeschriftzug Reklamefassade
	160	Schlemmerkopf und Bauhaustreppe Ein Bild vom neuen Menschen
	178	Quadrat Dreieck Kreis Urformel der Gestaltung
	204	Wagenfeld-Lampe Ein Gebrauchsobjekt als Bildikone
	230	Bauhausstil Die verleugnete Absicht
Bauhausorte	268	Bauhausstadt Dessau Weltmarke in deutscher Provinz
	292	Weißer Stadt Tel Aviv Eine deutsch- israelische Fiktion
Epilog	325	Ist das Bauhaus aktuell? Plädoyer für einen Abschied vom untoten Bauhaus