

GfDg

Gesellschaft für Designgeschichte e. V.

**DESIGN
HISTORY
SOCIETY**

DHS Panel proposal

The Cost of Design

University of Northumbria

5 – 7 September 2019

The Business of the Bauhaus

Esther Cleven, Bauhaus-Archiv Berlin

Jeremy Aynsley, University of Brighton

In this centenary year of the Bauhaus, the Design History Society (DHS) and the German Gesellschaft für Design Geschichte (GfDG) collaboratively welcome proposals for papers that offer fresh perspectives on the many relationships between the famous school and business. Reflecting the conference theme of The Cost of Design, papers should consider the ways in which Bauhaus design has been part of the broader context of economy. With regards to the historic period of the Bauhaus in Germany papers should consider the practice and understanding of design as a commercial activity, product and system in the studio and workshop teaching, through the professional activities of staff and students, and as an institutional goal. Papers might also address how 'the business of the Bauhaus' went beyond the specific years of the school's existence, from the New Bauhaus in Chicago, through the reception of the Bauhaus in Post-War Germany (East and West) and the subsequent careers and legacies of the Bauhaus staff and students across a wide diaspora, to the worldwide professionalization of (Industrial) Design as a significant economical force and the commercialisation of Bauhaus as an international brand.

In particular, we highlight the following potential themes:

Business in the Bauhaus teaching and curriculum

Cooperation with industry, materials and work at the Bauhaus

Production lists, product lines and sales

Bauhaus advertising, prospectuses, catalogues

Bauhaus and exhibitions

Bauhaus books and public relations at the Bauhaus

Professional careers of former Bauhaus members and students

German Post-War economy and Bauhaus

Bauhaus as industrial design catalyst
Intellectual property
The contemporary Bauhaus brand
Bauhaus design editions

Proposals should be submitted (200 words maximum) with a short CV to the convenors Esther Cleven e.cleven@bauhaus.de and Jeremy Aynsley j.aynsley@brighton.ac.uk by 11 March 2019. Proposals will be double blind peer-reviewed by members of the DHS and GfDG committees or the host organising committee of the Northumbria University.

DHS Vorschlag für ein Panel

The Cost of Design / Design und seine Kosten

University of Northumbria

5 – 7 September 2019

The Business of the Bauhaus / Das Bauhaus als Geschäft

Esther Cleven, Bauhaus-Archiv Berlin

Jeremy Aynsley, University of Brighton

In diesem Jahr des hundertjährigen Bauhaus-Jubiläums laden die Design History Society und die deutsche Gesellschaft für Design Geschichte (GfDG) gemeinsam Vorträge ein, die neue Perspektiven auf die vielen Beziehungen zwischen der berühmten Schule und der Wirtschaft eröffnen. In Anlehnung an das allgemeine Konferenzthema „The Cost of Design“ sollten die Beiträge das Design am Bauhaus als Teilbereich wirtschaftlicher Aktivitäten in den Blick nehmen. Im Hinblick auf die historische Periode der Existenz des Bauhaus in Deutschland wäre beispielsweise zu fragen, in welchem Maße Gestaltung im Unterricht und den Werkstätten, im Rahmen der beruflichen Aktivitäten von Mitarbeitern und Studenten sowie im institutionellen Kontext als kommerzielle Aktivität, Produkt und System betrieben und verstanden wurde. Beiträge könnten sich darüber hinaus auch auf die Frage beziehen, wie „das Bauhaus als Geschäft“ über die spezifischen Jahre des Bestehens der Schule hinausging, vom Neuen Bauhauses in Chicago, über die Rezeption des Bauhaus im Kontext der ost- und westdeutschen Nachkriegswirtschaft und die späteren Karrieren der Bauhaus-Mitarbeiter und Studenten in einer breiten Diaspora, bis hin zu der weltweiten Professionalisierung von Gestaltung und des Industriedesigns als maßgeblicher Faktor der Wirtschaft sowie auch in Perspektive der Kommerzialisierung von Bauhaus als internationaler „Marke“.

Insbesondere werden folgende potenzielle Themen hervorgehoben:

Wirtschaft im Unterricht und Lehrplan

Wirtschaftskooperationen, Materialien und Arbeit am Bauhaus

Produktionslisten, Produktlinien und Vertrieb

Bauhaus-Werbung, Prospekte, Kataloge

Bauhaus und Ausstellungen

Bauhausbücher und public relations am Bauhaus
Berufliche Werdegänge von Bauhäuslern im Design
Deutsche Nachkriegswirtschaft und Bauhaus
Bauhaus als Katalysator des Industriedesigns
Das Bauhaus und Urheberrechte
Bauhaus als Marke
Bauhaus Design Editionen

Vorschläge (max. 200 Wörter) sind mit einem kurzen Lebenslauf bis zum 11. März 2019 an die Veranstalter Esther Cleven (e.cleven@bauhaus.de) und Jeremy Aynsley (j.aynsley@brighton.ac.uk) einzureichen. Die Beiträge werden in einem kooperativen Blind-Peer-Review-Verfahren ausgewählt, in dem sowohl Mitglieder der GfDg als der DHS eingebunden sind.