

# RADIOGESCHICHTE ALS DESIGNGESCHICHTE

Die Apparate der Firma Braun

Tobias Hoffmann



Sibylle Haase und Professor Fritz Haase, Bremen  
Wellenempfänger: © BRAUN P&G und © systems studio



Fotos Rundfunkgeräte: Bert Bostelmann

Wer einen Wellenempfänger T 1000 von Braun besitzt, hat eines von 11 300 Geräten. Braun zeigte das tragbare Radio erstmals 1963 auf der Großen Deutschen Funkausstellung, wo die Qualität des Empfangs auf ebenso große Begeisterung stieß wie die Form des Transistorgeräts

**Unter den bekannten frühen Herstellern von Rundfunkgeräten wie Grundig, Graetz, Loewe und Mende hat sich die Firma Braun durch ihr klares Design einen besonderen Namen gemacht. Nach frühen Erfolgen mit Kofferradios Ende der 1930er-Jahre entwickelte das Unternehmen ab den 1950ern Radio-Modelle, die bis heute für moderne Design-Kultur stehen.**

1951 starb Max Braun völlig überraschend mit nur 61 Jahren. Ohne große unternehmerische Erfahrung übernahmen seine Söhne Erwin und Artur, 30 und 26 Jahre alt, den Betrieb, der zu diesem Zeitpunkt bereits 800 Mitarbeiter beschäftigte. „Vater war Firmengründer, Erfinder und brillanter Techniker in einer Person. Die Lücke, die er als Chef der gesamten Technik hinterließ, war riesengroß“, erinnerte sich Artur Braun später. Die Firma Braun war zu diesem Zeitpunkt ein Radio-geräteproduzent neben vielen anderen, die eigentliche Erfolgsgeschichte begann gewissermaßen mit dem Tod des Firmengründers.

Max Braun stammte aus Ostpreußen und hatte als Techniker bei der AEG begonnen. 1921 machte er sich in Frankfurt am Main mit einer Firma selbstständig, die Bauteile für die Radio-produktion fertigte. Er war ein typischer Selfmade-Unternehmer, der sogar das Firmenlogo – „Braun“ mit dem größeren gezogenen A – 1934 selbst entwarf. Früh hatte er die Bedeutung des Kunststoffs für die neue Technologie erkannt und sich als Zulieferer für Radiohersteller einen Namen gemacht. Erst in den frühen 1930er-Jahren begann die Firma, nach der Übernahme des Unternehmens Carl Sevecke, mit der Produktion eigener kompletter Endgeräte. In Deutschland waren das zu dieser Zeit überwiegend dunkle Kisten aus Holz oder Bakelit, und auch „Mozart“, das erste Modell von Braun, hatte ein, wenngleich relativ schlichtes, Holzgehäuse.

### **Die moderne Stadt Frankfurt**

Braun produzierte in Frankfurt, einem der interessantesten Orte der deutschen Moderne der 1920er-Jahre. Ab 1925 hatte die Stadt unter der Leitung des Stadtbaurats Ernst May ein groß angelegtes Siedlungsbauprojekt gestartet, für das innerhalb weniger Jahre 12 000 neue Wohnungen errichtet wurden – verteilt auf mehrere Stadtviertel. Hier, im „Neuen Frankfurt“, wurde das Leben in der Großstadt in großem Stil neu gedacht. Zur modernen Architektur der Gebäude schuf Paul Renner mit der Futura eine neue Typografie für den öffentlichen Raum, und Margarete Schütte-Lihotzky entwickelte die erste Einbauküche der Welt. Nicht dem Handwerk, sondern der Entwicklung von technischen Geräten wie Lampen und Telefonen galt das vorrangige Interesse der Gestalter. H. Fuld & Co. Telephon- und Telegraphenwerke, von Harry Fuld 1899 gegründet, stellte viele der in Deutschland genutzten privaten Telefonanlagen her. Technische und gestalterische Innovation gingen in Frankfurt Hand in Hand und bedingten sich wechselseitig. Und auch das Radio spielte dort eine besondere Rolle. Das „Neue Frankfurt“ experimentierte mit einem Extrasender für die neuen Stadtviertel, der mit einfachsten Endgeräten empfangen werden sollte.

Eine der Fabriken von Braun befand sich im Gallusviertel, wie die Siedlung Römerstadt einer der jungen Stadtteile. Hier kombinierte Max Braun schon in den 1930er-Jahren Radio und Plattenspieler in einem Gehäuse und produzierte Kofferradios, unter anderem ein Modell mit Bezug in Krokoderprägung. Dennoch lässt sich für diese Zeit eine unmittelbare Beeinflussung der gestalterischen Neuansätze auf Braun nicht registrieren. Allerdings kann man vielleicht in der



Das Design des T 1000, entworfen von Dieter Rams, gilt als wegweisend für das Produktdesign der darauffolgenden Jahrzehnte

Foto: © BRAUN P&G



Braun baute ab den 1930er-Jahren eigene Radioapparate und hatte zu nächst einigen Erfolg mit tragbaren Empfängern und mit Kombigeräten. Der Koffersuper BSK36 von 1936 kostete stolze 212 Reichsmark



Das Modell Phonosuper 639W brachte Braun 1938/39 auf den Markt

für die Stadt typischen konsequenten Durchdringung des Alltags der Menschen durch Gestaltung die Keimzelle des Neuansatzes von Erwin und Artur Braun in den 1950er-Jahren sehen, die für ihr Unternehmen eine von Design bestimmte Firmenkultur anstrebten.

### Designrevolution Volksempfänger

Ins Bewusstsein der gesamten deutschen Bevölkerung gelangte der Rundfunk spätestens nach der Machtübernahme der Nationalsozialisten 1933 und wurde in der Folge zum entscheidenden Kommunikationsmittel der Zeit. Zwar wurde das Programm schon zuvor, trotz privater Beteiligungen an den regionalen Rundfunkanstalten, von Innenminister und Landesregierungen kontrolliert, doch die „phantastische Welle politischer Beeinflussung, Agitation und Propaganda in jeder Form“, so Reichssendeleiter Eugen Hadamovsky, begann mit den Wahlsendungen zur Reichstagswahl 1933. Nachdem Reichspräsident Paul von Hindenburg Adolf Hitler zum Reichskanzler ernannt hatte, übertrugen die Rundfunkanstalten den Fackelzug zu Ehren des „Führers“, tags darauf folgte dessen erste Radioansprache. Nur wenige Wochen später erklärte Joseph Goebbels, der Leiter des neuen „Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda“ den Rundfunkintendanten, dass die Fantasie „alle Mittel und Methoden in Anspruch nehmen“ müsse, um die neue Gesinnung den breiten Massen „modern, aktuell und interessant zu Gehör zu bringen“. Den zu diesem Zweck entwickelten Apparat, den sogenannten Volksempfänger, hatte Goebbels beauftragt. Er war mit 65 bis 76 Mark vergleichsweise günstig – jeder sollte sich das Gerät leisten können. Mit seinem dunklen Bakelit-Gehäuse und der einfachen und reduzierten Form war der Volksempfänger durchaus auch ein gestalterischer Meilenstein – von Braun gab es ab 1935 dafür Vorsatzgeräte, 1937 den Braun VE 301 Volksempfänger. In gewisser Weise war er für die spätere Gestaltung von Braun gleichermaßen Vorbild, was etwa die reduzierte Gestaltung betrifft, als auch Kontrast, vor allem hinsichtlich der Farbgebung.

### Demokratie durch Design

Nach Kriegsende waren die Frankfurter Werke der Firma Braun zerstört und mussten nach und nach neu aufgebaut werden. Ein erstes Radiogerät brachte die Firma 1947 auf den Markt, aber erfolgreich waren vor allem ein Rasierapparat und eine Küchenmaschine, der Multimix, ab 1950. Dass sich Erwin und Artur Braun nach dem unerwarteten Tod ihres Vaters bei der Neuausrichtung der Firma auf das Radio fokussierten, war ein mutiger Schritt, denn fünf Jahre nach dem Ende der NS-Herrschaft war der Rundfunk immer noch diskreditiert. Doch den Braun-Brüdern war die elementare Bedeutung des Radios für die gesellschaftliche Entwicklung der jungen Bundesrepublik bewusst. Die Inhalte des Rundfunks hatten sich geändert, deshalb wollten sie auch das Aussehen der Endgeräte ändern. Der inhaltlich vollzogene Bruch mit dem Rundfunk als NS-Propagandainstrument sollte sich visuell in den Geräten widerspiegeln, und nichts sollte mehr an die dunklen Jahre der NS-Zeit erinnern.

Unter der Leitung von Fritz Eichler, einem früheren Kriegskameraden Erwin Brauns, der seit 1955 beim Unternehmen war, entstand 1960 die Abteilung für Formgestaltung, später Produktgestaltung, bei Braun. Dazu stieß 1956 Dieter Rams, zunächst als Innenarchitekt, bald als Produktdesigner. Rams überarbeitete zunächst einen Radioentwurf für den Wohnungskunst-Verband, der Reformmöbel vertrieb, und entwickelte danach, zusammen mit Hans Gugelot, einem Dozenten der Hochschule für Gestaltung in Ulm, das Radio-Phono-Gerät Phonosuper SK 4. Die Kombination bekam dank einer Abdeckung aus Plexiglas – damals neu auf dem Markt – bald den Spitznamen „Schneewittchensarg“. Fritz Eichler erinnerte sich Jahre später an die Entstehung des SK 4, der „am meisten zum Begriff für das Braun-Design wurde“, so: „Es war eine schwierige Geburt. Rams und ich hatten uns verrannt. Die obere Anordnung von Plattenspieler und Bedienungselementen war klar. Sie hatte bereits das Gesicht, das sie auch heute noch hat. Aber mit dem entscheidenden Teil – der Gehäusekonstruktion – wurden wir nicht fertig. Wir bastelten an einem Holzgehäuse in diversen Variationen herum. Wir kamen einfach nicht weiter. Ich reiste zu Dir (Gugelot) nach Ulm. Schon nach ein paar Tagen kamst Du mit einem fertigen Modell an: ein weißes, U-förmig gebogenes Blechgehäuse, zwischen zwei Holzswangen gespannt – eine so selbstverständliche einfache Lösung.“



Werbebroschüre für eine Braun-Musiktruhe, 1950er-Jahre

### Zusammenarbeit mit externen Gestaltern

Dies sollte nicht die letzte Zusammenarbeit mit der Ulmer Hochschule bleiben, die Inge Aicher-Scholl, die ältere Schwester von Hans und Sophie Scholl, mitgegründet hatte, um einen Beitrag zum Aufbau einer demokratischen Gesellschaft zu leisten. In Ulm wollte man die passenden Objekte für diese Gesellschaft entwerfen. Die Suche nach der perfekten Form im Hinblick auf die Funktion verband sich dabei mit der Forderung nach Ehrlichkeit. Die Form sollte genau das zum Ausdruck bringen, was das Objekt war, „der Designer ein gleichwertiger Partner im Entscheidungsprozess der industriellen Produktion“, so HfG-Mitbegründer Otl Aicher.

Artur und Erwin Braun setzten auf die Zusammenarbeit mit den Ulmer Designern, beauftragten aber auch weitere innovative Gestalter wie Wilhelm Wagenfeld und Herbert Hirche, beide erfolgreiche ehemalige Bauhausschüler. Anfang der 1950er-Jahre hatten sie Berlin verlassen und waren in Stuttgart gelandet. Wagenfeld, der als Designer sehr erfolgreich für WMF, Schott und Rosenthal tätig war, entwickelte 1955 die Radio-Phono-Kombination combi für Braun, Herbert Hirche entwarf eine ganze Reihe von Geräten, darunter 1958 den Musikschrank HM 6-81, im Unterschied zu Wagenfelds weicher Formensprache ein Modell mit klaren Kanten und harten Ecken.

Wichtigster Partner in der Phase der Neuausrichtung bei Braun war aber die HfG Ulm mit Hans Gugelot als vorrangigem Ideenlieferanten. Die Ulmer entwickelten Geräte, halfen bei der Lösung von gestalterischen Problemen und prägten das visuelle Erscheinungsbild neu, so auch einen Messestand der Rundfunk- und Fernsehausstellung in Düsseldorf 1955, wo Braun



Mobil sein und Radio hören: Das Braun Piccolino 51, ein Röhren-Kofferradio von 1951/52, funktionierete mit Batteriebetrieb und mit Netzteil

Foto: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung



Nach dem Zweiten Weltkrieg war das Braun-Werk I in der Idsteiner Straße in Frankfurt zerstört, wurde aber wiederaufgebaut. Zusätzlich entstand in unmittelbarer Nähe Werk II

die neuen Apparate präsentierte und darüber seine Kundschaft informierte: „In dem Bestreben, unsere gesamten Geräte einem zeitgemäßen Lebensstil anzupassen, habe wir unser gesamtes Rundfunk-Geräteprogramm auf moderne Formen umgestellt.“

### Design als Firmenkultur

Danach kam der Erfolg für Braun Schlag auf Schlag: Auf der internationalen Bauausstellung in Berlin waren viele der neuen Wohnungen im Hansaviertel mit Braungeräten bestückt. Die Fotos der Architektur und der Einrichtungen gingen um die Welt, und erstmals wurden Radio/Phonogeräte auf Design-Fotos mit abgebildet. 1958 durfte Braun auf der ersten Weltausstellung nach dem Zweiten Weltkrieg in Brüssel das neue demokratische Deutschland repräsentieren. Den viel gelobten Pavillon hatten Egon Eiermann und Sep Ruf entworfen, die dann auch mit den Bonner Regierungsbauten zu den Architekten der frühen Bundesrepublik wurden. Bei Braun wurde Design zur Firmenkultur. Die Produktgestaltung, das grafische Erscheinungsbild und die Werbeauftritte waren perfekt aufeinander abgestimmt. Dem Unternehmen war es gelungen, die Ästhetik der jungen Bundesrepublik entscheidend mitzuprägen.

Die Entwicklung ihrer Produkte lief parallel zu Bemühungen deutscher Designer, den international besser kommunizierbaren Begriff „Design“ auch in Deutschland zu etablieren. Nach einem Treffen der wichtigsten Protagonisten in Brüssel auf der Weltausstellung gründete sich 1959 der VDID, der Verband deutscher Industriedesigner, Herbert Hirche war eines der Gründungsmitglieder.

### Neue Zeiten, neues Design

War es Braun Mitte der 1950er-Jahre gelungen, eine neue Ästhetik mitzudefinieren, die sich zu Beginn der 1960er-Jahre zum Inbegriff, ja geradezu zur Staatsästhetik der jungen Bundesrepublik entwickelt hatte, veränderte sich Ende der 1960-Jahre die Republik gravierend und

damit auch der Geschmack neuer Käufergruppen: Die CDU musste erstmals in die Opposition, SPD-Kanzler Willy Brandt forderte das Land auf, „mehr Demokratie zu wagen“, und die 68er-Bewegung entwickelte völlig neue Lebens- und Wohnkonzepte. Die Architektur, die sich aus der Moderne heraus entwickelt hatte, mit viel Glas, Flachdacharchitektur und der autogerechten Stadt, wurde jetzt hinterfragt. Die Jugend entdeckte den Charme der Altbauviertel, die Ästhetik der Elterngeneration wurde radikal infrage gestellt. Dies führte auch im Design zu völlig neuen Vorgehensweisen. Neue Kunststoffe ermöglichten poppige Farben und runde Formen, das Design von Verner Panton und Luigi Colani begann seinen Siegeszug in Deutschland. Als Zeichen und Paukenschlag dieses Wandels wurde 1968 die HfG Ulm geschlossen.

Um up to date bleiben zu können, hätte Braun einen radikalen Schritt in der Gestaltung wagen müssen. Und natürlich verschwanden die Braun-Objekte nicht augenblicklich aus den Läden und fanden auch noch ihre Käufer. Aber das Image hatte sich gewandelt. Die Objekte waren nun nicht mehr cool, sondern Statussymbole einer Generation, deren gesellschaftliche und politische Positionen von der Jugend angezweifelt wurden. Die Brauns reagierten auf diesen Wandel: Am 19. Dezember 1967 übernahm die Gillette Company die Aktienmehrheit des Unternehmens. Die erfolgreichen Rasierapparate von Braun hatten das Interesse der amerikanischen Firma geweckt. Der Radio/Phono- und auch TV-Bereich verlor in dem amerikanischen Unternehmen aber an Bedeutung und wurde in den 1980er-Jahren aufgelöst.

Dennoch ist der Aufstieg des Designs im Nachkriegsdeutschland und die Etablierung des Begriffs „Design“ bis heute eng mit der Firma Braun verbunden.



Foto: © BRAUN P&G

Nach dem Tod des Firmengründers Max Braun krepelten seine Söhne Erwin und Artur die Firma um und kooperierten mit Gestaltern der Ulmer Hochschule für Gestaltung. Hans Gugelot entwarf die Radio-Phono-Kombination PK-G 1955, die Braun 1955 auf der Düsseldorfer Rundfunk-Ausstellung präsentierte; hier waren nicht nur die Geräte, sondern auch der Stand von auffälliger Eleganz und Schlichtheit – die Marke trat in einheitlichem Corporate Design an die Öffentlichkeit



Konnte nur noch UKW empfangen:  
der Radio-Klassiker Braun SK 1 von  
Fritz Eichler und Dieter Rams, 1954,  
kostete neu 129 Mark



„Ein weißes, u-förmig gebogenes  
Blechgehäuse, zwischen zwei  
Holzwangen gespannt“, dazu  
ein Plexiglas-Deckel – wieder  
waren es Dieter Rams und Hans  
Gugelot, die mit dem SK 4, dem  
sogenannten Schneewittchen-  
sarg, Designgeschichte schrieben



Das Braun RT 20 Radio, Design Dieter Harms,  
gab es in mehreren Ausführungen und Farben



Der Radiowecker von Dieter Rams  
für Braun kam 1978 auf den  
Markt; drei Jahre später übertrug  
das Unternehmen den Bereich  
Unterhaltungselektronik an die  
„Braun Electronic GmbH“ (BEL)  
in Kronberg, deren Gesellschafter  
die Gillette Company und das  
amerikanische Unternehmen  
„Analog & Digital Systems Incor-  
porated“ wurden

Und auf ihrer Website würdigen die heutigen Namensinhaber sowohl die innovativen Unter-  
nehmer Erwin und Artur Braun als auch die Gestalter Fritz Eichler, Dieter Rams, Otl Aicher  
und Hans Gugelot mit ihrer Gabe, „harmonische Formen mit der geringstmöglichen Menge  
an Material zu kreieren für Geräte, die bis heute durch ‚Einfachheit, Ordnung und Harmonie‘  
überzeugen“.

#### Literatur und Quellen

Fritz Eichler: Nachruf auf Hans Gugelot, zitiert nach: Hans Gugelot: Die Architektur des Design, in: HfG Archiv/  
Museum Ulm und Christiane Wachsmann (Hg.), aedition, Stuttgart 2020

Klaus Klemp: Ein Glückskind mit einigen Vätern, ebd.

Hartmut Watzke-Wiegand, Jo Klatt: Wie das Braun-Design entstand, in: Zero + Zero, unabhängige Zeitschrift für  
Design-Sammler, Dezember 2011

<https://www.braun.de/de-de/world-of-braun/braun-design/braun-designers>

<https://www.braun.de/de-de/world-of-braun/braun-design/brauncollection>

<http://www.sterkrader-radio-museum.de/eigenelp/ve/seite%20braun.htm>

#### Dr. Tobias Hoffmann

ist Kunsthistoriker, seit 2013 leitet er das Bröhan Museum, Landesmuseum für Jugendstil, Art déco und Funktio-  
nalismus, in Berlin Charlottenburg. Ab 21. Januar 2021 zeigt das Museum eine Ausstellung zum Design der  
Firma Braun