



Irena Nalepa ist im Kunsthandel tätig. Sie war Gründerin der Galerie Nalepa und Geschäftsführerin der Galerie Schoen+Nalepa in Berlin. Für den HAUPTSTADTBRIEF hat sie die „Braun-Sammlung Ettel – Museum für Design“ besucht und mit dem Museumsgründer Werner Ettel über seine Sammlung und das legendäre Braun Design gesprochen.

Ein privates Berliner Museum pflegt die Erinnerung an Braun Design

In der Braun-Sammlung Ettel ist zu besichtigen, welche hohe gestalterische und funktionale Qualität Produkte „Made in Germany“ einst hatten | Von Irena Nalepa

Das Privatmuseum des Sammlers Werner Ettel ist ein Ort, an dem formvollendetes Produktdesign aus vier Jahrzehnten zu bewundern ist. Auf 142 Quadratmetern zeigt er in der Elberfelder Straße in Berlin-Moabit seine Schätze aus der Produktpalette des Elektrogeräte-Herstellers Braun der Jahre 1955 bis 1995. Mit Sorgfalt arrangiert, dokumentieren vollständige Produktreihen von Küchen- und Kosmetikgeräten, Fernseh- und Radioapparaten, Stereoanlagen und Kameras die Entwicklungsgeschichte des legendären Braun Design. Und sie zeugen von der großen Sammelleidenschaft Werner Ettels.

Seine liebevolle Beziehung zu jedem seiner Objekte und seine profunden

Kenntnisse lassen einen Museumsbesuch bei ihm zu einer außerordentlich anregenden Begegnung werden. Der Sammler weiß unendlich viel über die Braun-Produkte zu erzählen und führt die noch funktionsfähigen Geräte genauso gern vor wie seine umfangreiche Bibliothek mit Buch- und Fachpublikationen zum Thema Design. Den Kaffee serviert er aus der Braun-Maschine KF20 – da werden Erinnerungen an die Braun-Geräte der eigenen Kindheit und Jugend lebendig, und die Fragen an den Sammler ergeben sich ganz von selbst.

Ich wollte etwas sammeln, was absolute Spitzenqualität hat – also habe ich mich auf Braun Design konzentriert.

IRENA NALEPA: Warum sammeln Sie gerade Gebrauchsprodukte von Braun – und nicht etwa zeitgenössische Kunst oder seltene Rotweine?

WERNER ETTEL: Als Kunstlehrer konnte ich mir damals kein kostspieliges Sammlungsgebiet leisten. Ich habe schnell gemerkt, dass ich mit meinem Berliner Lehrergehalt nicht weit kam, wenn ich mich in Galerien umsah. Aber ich wollte schon immer etwas sammeln, was gut ist und absolute Spitzenqualität hat. Also habe ich mich auf das Sammeln von Design konzentriert, denn auf diesem Gebiet konnte ich mir tatsächlich noch

die Spitzenqualität leisten. Und da bot sich das Braun Design fast von selbst an, weil es das Beste auf dem Sektor war, was jemals in Deutschland

entstanden ist. Seine minimalistische, zeitlose Formensprache hat bis heute Gültigkeit.

Was war der ausschlaggebende Moment für Ihre Sammelleidenschaft?

Schon als Jugendlicher habe ich mir die Nase an den Schaufenstern platt gedrückt und die moderne Gestaltung der Braun-Produkte bewundert, insbesondere die beeindruckenden Phono-Innovationen, die eine Provokation für den damaligen barocken und verschnörkelten Zeitgeschmack waren. In den 1980er-Jahren habe ich



Sammler und Museumsgründer Werner Ettl vor einigen seiner Exponate im klassischen Braun Design.



Radio-Phono-Kombinationen – zwei aus einer langen Reihe von Geräten der Unterhaltungselektronik, mit denen die Firma Braun seit den 1960er-Jahren Designgeschichte schrieb.



Das „Cylindric“ Tischfeuerzeug von Braun in drei Farbvarianten – ein Entwurf von Dieter Rams von 1968.

dann Plattenspieler gesammelt, weil der CD-Player aufkam und die Leute ihre Plattenspieler entsorgten. Ich dachte mir, so ein Kulturgut wie den Plattenspieler kann man nicht wegwerfen – ich wollte beispielhafte Exemplare davon erhalten. Ab 1992 habe ich dann beschlossen, eine wissenschaftlich fundierte Sammlung von Braun-Geräten aufzubauen, sie zu bewahren und auszustellen.

Sie besitzen über 1000 Objekte. Nach fast 25 Jahren Sammlertätigkeit als rastlosen Sucher nach immer neuen Exponaten: Ist das auch eine Sucht?

Ja, das ist schon so. In meiner Sucht, neue Objekte unbedingt besitzen zu müssen, habe ich auch manchmal Fehler gemacht und habe oft einen übersteuerten Preis für die Geräte bezahlt. Aber die Braun-Geräte werden nun einmal heute als einzige überhaupt gezielt gesammelt. Sie haben einen Sammlerwert und einen gut organisierten Sammlermarkt, der sich alljährlich in Darmstadt austauscht.

Die Marke Braun war lange stilprägend und einzigartig. Seit dem Ausscheiden des Chiefdesigners Dieter Rams 1995 und der Übernahme der Firma durch Procter & Gamble 2005 gibt es keine nennenswerten Innovationen mehr. Was hielten Sie von Retroauflagen klassischer Braun-Geräte?

Das wäre in meinen Augen kein wünschenswerter Ansatz. Die Geräte, die Braun vor 30 oder 40 Jahren herausbrachte, hatten Originalitätscharakter, und neben der bahnbrechenden Gestaltung und langen Nutzungsdauer hatte die bedienungsfreundliche Nutzung der Braun-Produkte immer Priorität. Durch moderne Farbgebung und einfache Beschriftung waren die Bedienelemente für den Nutzer selbsterklärend.

Gutes Design hat zehn Merkmale

Gestaltung und Funktionalität der Geräte von Braun waren lange unübertroffen

Wer ein Elektrogerät der Firma Braun kaufte, konnte jahrzehntelang praktisch nichts falsch machen – die Produkte waren ebenso form-schön und funktional, wie sie langlebig waren. Nicht zuletzt Dieter Rams, der Chefdesigner des Hauses, war es, der mit seiner Arbeit für das 1921 von Max Braun in Frankfurt am Main gegründete und später von den beiden Söhnen Artur und Erwin aus Kronberg im Taunus weitergeführte Unternehmen den hohen Qualitätsstandard verantwortete.

Von 1961 bis 1995 leitete Rams bei Braun die Abteilung für Formgestaltung, und er tat es mit hohem Anspruch und klar formulierten Zielen. Seine zehn Thesen für gutes Design fanden nicht nur auf die Geräte von Braun Anwendung, sie sind von zeitloser Gültigkeit:

Die Qualität und der Erfolg von Braun verdanken sich nicht zuletzt seinen herausragenden Designern – allen voran Chefdesigner Dieter Rams. Über seine Biographie und sein Wirken, ebenso wie das seiner Kollegen, informieren Schautafeln in der Braun-Sammlung Ettel.

- Gutes Design ist innovativ.*
- Gutes Design macht ein Produkt brauchbar.*
- Gutes Design ist ästhetisch.*
- Gutes Design macht ein Produkt verständlich.*
- Gutes Design ist unaufdringlich.*
- Gutes Design ist ehrlich.*
- Gutes Design ist langlebig.*
- Gutes Design ist konsequent bis ins letzte Detail.*
- Gutes Design ist umweltfreundlich.*
- Gutes Design ist so wenig Design wie möglich.*

Visualisierung der 10 Thesen:

<https://www.vitsoe.com/de/ueber-vitsoe/gutes-design>



R. HOFFMANN

Das ist bis heute nicht zu toppen. Dieter Rams selbst, der hierfür maßgeblich mitverantwortlich war, hat einmal gesagt, er begrüße es, dass es heute beispielsweise eine Firma wie Apple gebe, die bei ihren Computern und Smartphones sein stilbildendes Design-Credo „Gutes Design ist so wenig Design wie möglich“ zitiert, zum Teil sogar kopiert und somit gewissermaßen fortsetzt.

Sie haben sich den Traum eines eigenen Museums erfüllt – drückt sich darin auch der Wunsch nach ästhetischer Vermittlungsarbeit aus? Unbedingt. Als pensionierter Kunsterzieher versuche ich natürlich, einen Beitrag zur Geschmacks-

bildung und Designerziehung zu leisten und einen interessierten und interessanten Austausch mit den Besuchern zu führen. Das Braun Design ist eine hervorragende Ausgangsbasis für eine allgemein zugängliche, alltagsrelevante ästhetische Erinnerungskultur. ◆



Braun-Sammlung Ettel.
Museum für Design, Elberfelder Straße 37, 10555 Berlin-Moabit.
Geöffnet Sonntag und Montag von 11 bis 17 Uhr.
Sondertermine für Schulklassen und Hochschulgruppen jederzeit möglich. Eintritt frei, Spende erbeten.
www.braundesignsammlung.de

