

Braun Designgeschichte - Der Aufstieg: 1921 - 1951

in: Bernd Polster, *Braun. 50 Jahre Produktinnovationen*, Köln 2005, S.29 ff

Braun-Produkte sind so häufig in Ausstellungen gezeigt worden wie die keiner anderen vergleichbaren Firma. Für manch einen spiegeln sich in ihnen menschliche Grundwerte wie Echtheit und Ehrlichkeit. Für andere sind sie der Inbegriff deutscher Perfektion. Braun ist nicht nur ein Markenzeichen, sondern steht auch für ein umfassendes Konzept. Seit fünf Jahrzehnten sind innovative Produkte in einer solch beispiellosen Regelmäßigkeit daraus hervorgegangen, die nach Erklärungen sucht. Zumal die Zeitspanne, die die Geschichte des Braun-Designs umfasst, nicht eben durch Kontinuität gekennzeichnet ist. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts vollzog sich vielmehr ein dramatischer Wandel der Lebensumstände. Er brachte Wohlstand und Erleichterungen in unseren Alltag, aber auch weit verbreitete Desorientierung und Entfremdung. Es ist das Verdienst derjenigen, die das Projekt Braun-Design in Gang setzten, dieser Entfremdung, die für sie nicht zuletzt in schlecht gestalteten Gebrauchsgegenständen zu Tage trat, die Vision einer Designreform entgegengesetzt zu haben. Versuche dieser Art hatte es bereits gegeben» Neu war, dass ein Unternehmen sich an die Spitze setzte. Neu war die Systematik, die Anwendung auf moderne Produkte und die dadurch ausgelöste innovative Dynamik. Und neu war schließlich auch der beachtliche kommerzielle Erfolg. All dies führte zur Entstehung einer Designabteilung, die nicht nur Anhängsel war, sondern die Entwicklung der Produkte vom ersten Moment an mitbestimmte. Auf diese Weise wurden Braun und Design zu Synonymen. Zu Beginn der 50er Jahre hatte noch nichts auf einen Sonderweg hingedeutet. Als Max Braun 1951 unerwartet starb, erschien das auch geschäftlich gesehen als großes Unglück. Der Firmengründer, der lange in Berlin gelebt hatte und vom Facharbeiter zum Fabrikbesitzer aufgestiegen war, war eine starke, charismatische Persönlichkeit und schien kaum ersetzbar. Er verkörperte den damals in Deutschland gar nicht so seltenen Typus des Erfinderunternehmers. Der Selfmademan, der seine Kenntnisse in Elektrotechnik und Englisch — noch in der Kaiserzeit — im Abendstudium erwarb, war ein Rastloser, dabei von robuster Statur und preußischer Strenge. Der Aufstieg der Firma basierte auf seinen praktikablen Produktideen, darunter ein leicht handhabbarer Riemenverbinder, eine mechanische Taschenlampe und der spätere Welterfolg, der Elektrorasierer mit Scherblatt. Die Anfänge der Firma liegen in den frühen 20er Jahren, als Radios Marke »Eigenbau« noch die Regel waren und es Max Braun schließlich gelang, mit selbst entwickelten Detektoren und anderen Bauteilen in der im Entstehen begriffenen Rundfunkindustrie Fuß zu fassen. Der gebürtige Ostpreuße hatte damals eine Hessin geheiratet und war daraufhin zuerst nach Wiesbaden und schließlich nach Frankfurt gezogen. Aus der Ehe gingen bald die Söhne Erwin und Artur hervor. Frauen trugen jetzt Bubikopf und auch mancher andere alte Zopf wurde abgeschnitten. In der zweiten Hälfte der 20er Jahre, als der Wirtschaftsmotor allmählich auf Touren kam, brachte der amerikanische...