

GANZ PERSÖNLICH  
REIN FACHLICH  
WELT OFFEN

ALWIN UND ULRICH ZENKEL (HG.)

# BRAUN ERLEBEN

avedition

I  
BRAUN ERLEBEN  
GANZ PERSÖNLICH

BRAUN EINLEITEN 14  
BRAUN ABLICHTEN 18  
BRAUN LIEBEN 24  
BRAUN NACHJAGEN 36  
BRAUN HÖREN 52  
BRAUN RESTAURIEREN 62  
BRAUN VERBINDEN 66  
BRAUN AUFS AUGEN 78  
BRAUN DURCHSCHAUEN 82  
BRAUN GEBRAUCHEN 100

II  
BRAUN ERLEBEN  
REIN FACHLICH

BRAUN VERPACKEN 126  
BRAUN VERSCHENKEN 138  
BRAUN INTERVIEWEN 144  
BRAUN ERLEBEN 150

III  
BRAUN ERLEBEN  
WELT OFFEN

BRAUN SAMMELN 250  
BRAUN AUFHÄNGEN 256  
BRAUN AUSSTELLEN 264  
BRAUN REZIPIEREN 274

NACHSCHLAG

BRAUN SCHMECKEN 284  
DANKSAGUNG 288  
HINTER DEN KULISSEN 290  
AUTOREN 294  
ZITATE BRAUN ERLEBEN 296  
FUSSNOTEN 298  
LITERATURHINWEISE 302  
BILDNACHWEIS 303  
IMPRESSUM 304

Braun+Design Börse 2004 in Darmstadt. Ein kalter Morgen. Pünktlich um zehn Uhr stehe ich am Eingang der Jugendstil-Villa im Eugen-Bracht-Weg, um als einer der Ersten die angebotenen Geräte zu sehen. An einem Verkaufsstand fällt mir ein Braun Uhrenradio ABR 21 mit leuchtend rotem Gehäuse auf, das ich bislang nur in schwarzer und weißer Ausführung kenne. Ein Gerät, das auf mich einen besonderen Reiz ausübt. Eine Vorserie, eine Sonderausführung oder nur eine Nachfertigung – eine Rarität? Während ich noch darüber nachdenke, schnappt es mir ein anderer Sammler vor der Nase weg. Mist! Einige Jahre später entdecke ich das rote Uhrenradio erneut und erfahre, dass es sich um eine seltene, nicht für den Verkauf bestimmte Kleinserie in Sonderfarben handelt. Diesmal zögere ich nicht – Glück gehabt!

Ja, es sind häufig die Raritäten, die bei Sammlern Begehrlichkeiten wecken. Ist es der Reiz des Seltenen, ein Gerät zu haben, das kein oder nur wenig andere Sammler besitzen? Ist es die Freude und Aufregung bei der „Jagd“ nach Unikaten? Ist es das Besondere, das Einmalige, das Emotionen hervorruft und eine Anziehungskraft entwickelt?

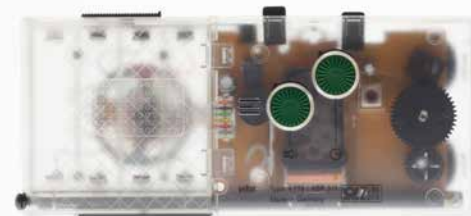
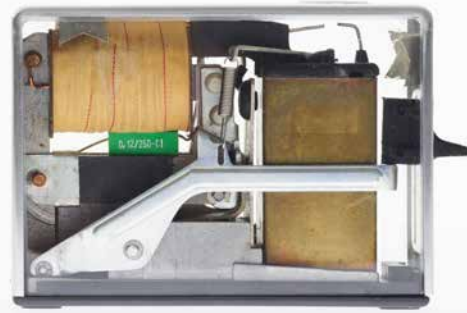
Entwicklungs- und Vorserienmodelle, Geräte mit einer modifizierten technischen oder optischen Ausführung sollen hier Erwähnung finden sowie ausgewählte Preziosen, die aufgrund geringer Produktionszahlen oder ihres Alters eine Seltenheit erlangt haben.

Braun Tisch- und Weckuhr phase 2  
Entwicklungsmodelle (Holz/Kunststoff)  
Dietrich Lubs, 1972





## BRAUN DURCHSCHAUEN

EIN BLICK INS VERBORGENE  
FASZINATION TRANSPARENTER GERÄTE

Manchmal tauchen sie auf, wie versteckte Schätze, auf dem Sammlermarkt, transparente Braun Geräte in Gehäusen aus Acrylglas. In Sammlerkreisen sind sie begehrt, da sie nicht nur Technikliebhaber ansprechen, sondern auch jene, die nach Außergewöhnlichem suchen. Doch was macht diese Geräte so besonders? Ist es der Reiz, der den Fokus vom Design weg auf die Technik des Geräts lenkt und damit ein neues Erlebnis schafft? Ist es die Seltenheit, die diese Geräte begehrenswert macht? Oder ist es vielleicht einfach Schaulust, eine Art Voyeurismus, der dazu verleitet, hinter die Hülle zu blicken, die eigentliche Funktion, die sonst verborgene Technik zu erspähen und hinter das „Geheimnis“ des Geräts zu kommen?

Bei meinen Recherchen und Gesprächen mit Hannes Strässle<sup>1</sup>, Günter Staeffler<sup>2</sup> und Thomas Guttandin<sup>3</sup> habe ich erfahren, dass transparente Geräte bei Braun vorwiegend für interne Firmenzwecke gefertigt wurden:

In der Produktentwicklung wurden transparente Modelle bzw. Prototypen angefertigt, um das Zusammenwirken der Technik zu zeigen. Die transparenten Gehäuse wurden in der ersten Phase nicht als Formgussteile hergestellt, sondern aus Acrylglas-Teilen, wie Platten, Leisten, Stäben manuell zusammengefügt und verklebt.

In der Fertigungskontrolle dienten transparente Geräte als Test- und Referenzmuster. Sie ermöglichten es, technische Situationen sichtbar zu machen und die korrekte Funktion der elektronischen und mechanischen Bauteile zu überprüfen.

Zu Schulungszwecken kamen sie als Lehr- und Anschauungsmaterial zum Einsatz und im Außendienst dienten sie dazu, Kreativität, Fortschritt und Qualität der Braun Geräte beim örtlichen Fachhandel zu demonstrieren. Händler nutzten sie auch als Vorzeigeobjekt gegenüber den Kunden.

Einige wenige Braun Produkte wurden sogar in geringer Stückzahl in transparenter Ausführung für den Markt produziert, darunter die Tischfeuerzeuge TFG 1 und TFG 2 aus den 1960er-Jahren sowie die Tisch- und Weckuhr phase 1 von 1971. Diese Produkte erhielten eigene Artikelnummern und wurden im Fachhandel verkauft.

Streng genommen sind auch der Lectron Rundfunkempfänger und die Lectron Wechselsprechanlage mit ihren transparenten Rückschalen zu nennen. Ab den 80er-Jahren wurden bei Braun auch einige Elektrorasierer in transparent-blauer/-schwarzer/-roter Ausführung aufgelegt, so zum Beispiel der Pocket Twist plus 370.

Die Tradition transparenter Gehäuse geht noch weiter zurück: Dass transparentes Kunststoffgranulat nicht erst seit den 60er-Jahren in der Anwendung ist, belegt das älteste mir bekannte Braun Gerät in transparenter Ausführung – der erste Elektrorasierer S 50 von 1950.

Vielleicht inspirierten transparente Braun Geräte auch andere Firmen. So brachte zum Beispiel Apple im Jahr 1999 die iMac G3-Serie mit transparenten Gehäusen in verschiedenen Farben auf den Markt und Loewe-Opta fertigte in den 80er-Jahren den Röhrenfernseher ME 16 in einem transparenten Acrylglas-Gehäuse.

Für mich sind die transparenten Braun Geräte nicht nur faszinierend, sondern zugleich Ausdruck einer Haltung, die zeigt, dass gutes Design Hand in Hand mit guter Technik geht. Für einige mag das Design in den Hintergrund rücken, aber für Technik-Enthusiasten schaffen sie eine eigene Wahrnehmung, die die Technik auf eine besondere Art und Weise erlebbar macht.

Und so sind die transparenten Braun Geräte etwas Besonderes und für mich als Sammler ein kleiner, aber exklusiver Teil einer Sammlung, der in der Literatur bislang wenig Beachtung gefunden hat.

Eine kategorisierte Auswahl transparenter Braun Geräte aus verschiedenen Produktparten unserer Sammlung findet sich nachfolgend:

#### **Prototypen bzw. Entwicklungsmuster**

- Taschenempfänger T 3
- Sockelplattenspieler SK-Serie

#### **Geräte für interne Verwendung**

- Haartrockner HLD 1000
- Haartrockner P1200
- Kofferempfänger T 52
- Elektrorasierer S 50
- Elektrorasierer sixtant SM 31
- Elektrorasierer lady braun elegance 3
- Uhrenradio ABR 21
- Weckuhr DB 10 fsl
- Kaffeemaschine KF 20
- Kaffeemaschine KF 35
- Küchenmaschine KM 2

#### **Serienprodukte**

- Tischfeuerzeuge TFG 1, TFG 2
- Tisch- und Weckuhr phase 1
- Lectron Rundfunkempfänger und Wechselsprechanlage

Braun Taschenempfänger T 3  
Vormodell  
Dieter Rams/HfG Ulm, um 1958





**Braun Kaffeemaschine KF 20**  
**Florian Seiffert, 1972**

Der Kaffee, den meine Frau täglich zubereitet, duftet schon, wenn ich am Morgen in die Küche komme. In früheren Jahren waren es meist aktuelle Modelle von Braun Kaffeemaschinen. Jetzt ist es seit ein paar Jahren nach dem Umzug in ein Haus mit kleinerer Wohnfläche die KF 20. Platzsparend, gelb, der einzige Farbkleck in der sonst weiß-/anthrazitfarbenen Küche. Säulen-/turmartig und doch so elegant fragil wirkt der zuoberst angeordnete Wassertank, von nur zwei dünnen Aluminiumrohren gehalten, über der Bodenplatte schwebend, wenn die gläserne Kanne mit dem fertigen Kaffee entnommen wird.



**Braun Eismaschine Heladora IC 1**  
**Dieter Rams, 1982**

In heißen Sommertagen kommt ab und zu die Eismaschine, ein Produkt aus dem spanischen Programm, zum Einsatz. Bestehend aus einem weißen Kunststoffsockel mit Motorblock und einem weit ausladenden flachen Ausleger, an dem ein zylinderförmiger Topf aus Aluminium mit transparentem Deckel einschließlich Rührwerk einrastet. Nachdem die Eismasse in die richtige Konsistenz gerührt wurde, stellt man den Behälter ins Gefrierfach. Für mich ein besonderes Gerät mit einer außergewöhnlichen optischen Ausstrahlung.



**Braun Wanduhr ABW 31**  
**Dietrich Lubs, 1999**

Wichtig in jeder Küche – die aktuelle Uhrzeit. Wann kommen die Gäste? Wie viel Zeit bleibt noch für die Vorbereitung? Wann soll das Essen auf dem Tisch stehen? Unbrauchbar die viel zu kleine digitale Zeitanzeige am Backofen, unbrauchbar die Armbanduhr am Handgelenk, wenn beide Hände gerade für die Essenszubereitung benötigt werden. Nur ein kurzer Blick zur Wanduhr ABW 31. An der Küchenwand hängend, äußerst flach ausgestaltet, nimmt sie keinen Platz auf der Arbeitsfläche weg. Durch die drei unterschiedlichen Tiefen des Ziffernblattes und die klare typografische Gestaltung ist die Uhr im wahrsten Sinne des Wortes ein Hingucker, der in unserer Küche seit Jahren geschätzt ist.



**Braun Weltempfänger T 1000 / T 1000 CD**  
**Dieter Rams, 1963/68**

Zum täglichen Frühstück erklingen gedämpfte Musik sowie die aktuellen Nachrichten aus dem Radioprogramm Bayern 1. Seit vielen Jahren steht der Weltempfänger T 1000 / T 1000 CD, mal mit der üblichen schwarzen, mal mit der weißen Skala, aber auch mal die Ausführung mit schwarz-eloxiertem Gehäuse<sup>1</sup>, auf den zwei übereinandergestapelten Geräteschränken GS 3 der atelier Serie. Der morgendliche Blick auf diesen außergewöhnlichen Radioempfänger, die Anmutung, der optische Reiz, auch nach sechs Jahrzehnten, ist etwas sehr Schönes, eine tägliche Freude, bei einer Tasse Kaffee mit meiner lieben Frau. Ein guter Start in den neuen Tag.



## Geschichte und Braun Verpackungsgestaltung heute

Erforscht man Verpackungen, wird schnell klar: Hier findet sich eine lange und spannende Geschichte. Verpackungen sind Ausdruck ihrer Zeit und weniger schnelllebig, als man annehmen würde. Dennoch spiegeln sie sehr deutlich ihre Entstehungszeit durch Akzente von Mode, Trends und Lifestyles wider. Da machen auch Braun Verpackungen keine Ausnahme. Sowohl der ökonomische als auch der ökologische Anspruch sind zweifelsohne gewachsen. Hier zu erwähnen wäre der technische Anspruch auf Raumnutzung in effizientester Form bis hin zu Plagiatssicherungen. Selbstverständlich betrachtenswert auch der rechtlich ausgeweitete, weltweite Handel, die Berücksichtigung von Gesetzen, Sprachen etc. Und natürlich grundsätzlich auch der spezifische Einsatz, zum Beispiel als klassische Verkaufsschachtel, Promotionsverpackung oder Edition.

Braun Verkaufsschachtel

Kaffeemaschine KF 20, 1972  
Espresso Maschine E 250 T, 1991  
Kaffeemaschine KF 47 plus, 1990  
Kaffeemaschine KF 600, 2004



Nicht zu vergessen, bereicherten neue Techniken und Veredelungsformen wie Lacke und Prägungen die Möglichkeiten, mit dem Material umzugehen – um nur einige zu nennen. Aktuell in aller Munde ist der Ruf nach Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit. Entwickelte sich in den Jahrzehnten zuvor die Produktsicherung im Innern der Verpackung von Formteilen aus Karton zu einer Lösung aus Styropor, sucht man heute wieder nach Alternativen, mindestens jedoch nach Kartonage mit hohem Recycelanteil. Es dürfte spannend sein, Entwicklungen rund um die Verpackung, Schlagworte wie re-use, re-send usw. zu beobachten.

Was sind die Notwendigkeiten der Zukunft? Dies will und muss berücksichtigt werden. Es geht um vieles, um Glaubwürdigkeit, Unverwechselbarkeit und einmal mehr um Sinnhaftigkeit. Aber auch um Emotion und Ästhetik. Die Wiedererkennungswerte der Verpackung und damit der Marke sowie deren Wertigkeit müssen auch für kommende Generationen erhalten bleiben.

Braun Verkaufsschachtel

Zitruspresse CJ 3050, 2021  
zum 100-jährigen Firmenjubiläum



## Resumee

Klar ist: Die Bedeutung der Verpackung ist nicht zu unterschätzen. Sie stellt viel mehr als nur eine notwendige Schutzhülle für das Produkt dar. Sie ist Teil der Produktausgabe, ja ist gar Teil des Produkts. Ihr kommen viele Aufgaben zu, seien es rechtliche, inhaltliche oder optische. Sie stärkt das Markenbild und je weniger die Produkte im Handel von Fachpersonal erklärt werden können, umso wichtiger wird sie, denn sie ist oft die einzige Informationsquelle für die Kaufinteressierten und gleichzeitig auch Werbefläche für die Marke in der hart umkämpften Platzierung im Handel. Auch wenn heute beispielsweise die Nutzung des Internets, sei es vorab zu Hause oder mobil vor Ort, für die Information und Produktwerbung sowie dessen Erklärung einen hohen Stellenwert einnimmt, ist die Präsentation im Handel immer noch wichtig. Verpackung muss im Verkaufsraum, im Regal neben der Fülle der Mitbewerber wirken und überzeugen.

Aufgrund ihrer Fragilität und auch ihres primären Nutzens sind Verpackungsexemplare vergangener Zeiten mitunter schwer zu finden. Umso erfreulicher ihre Präsenz in Sammlungen, auf Fotos ehemaliger Verkaufsräume oder in Ausstellungen zum Thema. Bereichernd als Zeitzeugen und im Konkreten für Braun Gestaltende ein Stück Erinnerung und Rückblick für eine kluge Voraussicht.

Unter der wachsenden Konkurrenzsituation schafft die Verpackung im Erfolgsfall die Brücke zwischen Alleinstellung und Vergleichbarkeit sowie Verständlichkeit mit relevanter Botschaft. Auch durch sie wird das Produkt verstanden und auch sie weckt Begehrlichkeiten. Dabei ist es besonders für die Marke Braun wichtig, der Versuchung der vielen gestalterischen Möglichkeiten zu widerstehen, den Zeitkontext mit der Tradition abzugleichen. Stringente Entwicklung, Produkt und Verpackung sollten eine stimmige Einheit bilden. Wir sprechen hier auch gern von der Braun DNA. Gute Beispiele gab und gibt es. Es bleibt spannend zu sehen, wohin die Reise für Verpackungslösungen der Zukunft gehen wird.

Braun Verkaufsschachtel

Armbanduhr DW 20, 1977  
Armbanduhr DW 30, 1978  
Armbanduhr AW 55, 2003  
Armbanduhr AW 60, 1996  
Armbanduhr AW 21, 1998  
Armbanduhr AW 10, 1989  
Armbanduhr AW 12, 2003  
Armbanduhr AW 200, 2004  
Armbanduhr BN 0036, 2011





BRAUN ERLEBEN

SICHTBARE UND HÖRBARE WEITERENTWICKLUNG  
7 STATIONEN BRAUN AUDIO



KLAUS KLEMP



Braun Kompaktgerät studio 1  
Hans Gugelot, Herbert Lindinger, 1957

Braun Lautsprecher L 3  
Gerhard Lander, 1957





Braun Studio 1000

Plattenspieler PS 1000 AS  
Dieter Rams, 1965

Verstärker CSV 1000/1  
Dieter Rams, 1968

Empfänger CE 1000/2  
Dieter Rams, 1968

Tonbandgerät TG 550  
Dieter Rams, 1968

Lautsprecher L 1000  
Dieter Rams, 1965

Fernbedienung Tonband TGF 2  
Dieter Rams, 1968

Kopfhörer KH 1000  
Reinhold Weiss, 1967







Braun slimline 701

Endverstärker AP 701

Vorserienmodell

Dieter Rams, 1980

Vorverstärker AC 701

Dieter Rams, Peter Hartwein, 1980

Empfänger TS 501

Dieter Rams, Peter Hartwein, 1978

Cassettenrekorder C 301

Dieter Rams, Peter Hartwein, 1978

Plattenspieler P 701

Dieter Rams, Robert Oberheim, 1981

Lautsprecher SM 2150

Dieter Rams, Peter Hartwein, 1979







BRAUN AUSSTELLEN

PRÄSENTATION IN FERNEN LÄNDERN  
BRAUN DESIGN IN ASIEN

KLAUS KLEMP



Wenn man das Verhältnis von Braun zu Asien in Betracht ziehen will, dann ist zunächst festzustellen, dass das deutsche Unternehmen schon von Anfang an international ausgerichtet ist. Sowohl von den Produkten als auch von den Absatzmärkten her. Zum Volksempfänger mit seiner geringen Reichweite bietet man nach 1933 einen Fernempfangs-Vorsatz für Europaempfang an. Legendär wird der T 1000 Weltempfänger von 1963, mit dem man weltweit sämtliche Kurzwellensender empfangen kann.





einem Labyrinth zu seinem Schreibtisch findet, auf dem noch maximal 50 x 50 cm freier Platz sind. Da kann man gerade noch den Leihvertrag unterschreiben. Also alles 2010 wieder auf die Reise zurück nach Asien. Koreaner sind verliebt in die neueste Technik, umso erstaunlicher, dass die historischen Braun Geräte dort solch einen Anklang finden. Immerhin gibt es 42.362 präzise gezählte Besuchende, vor allem junge Menschen. Und es gibt Interesse am deutschen Design. Dazu wird der Autor kurz vor Weihnachten zur Gastvorlesung an der renommierten Seoul National University of Science and Technology eingeladen.

Am 18. Dezember 2010 findet ein International Academic Seminar, mitten in Seoul in der Olleh Square Dream Hall der privaten Korea Telecom, vor 200 Zuhörerinnen und Zuhörer statt. Es ist schon nach wenigen Stunden im Internet ausgebucht. Teilnehmer sind Prof. San Gyu Kim von der Seoul National University, Joo Yeon Lee, Direktor des Daelim Museums; Prof. Byung Yong Lee von der Yonsei University; Prof. Soon Yong Lee, Präsident des Korea Design Industry Research Center, der Autor als Vertreter des Museum Angewandte Kunst in Frankfurt und selbstverständlich Dieter Rams.

Die Presseresonanz kann man sehen lassen: ein ganzseitiger Artikel in der größten koreanischen Tageszeitung Chosun (Auflage 2,5 Mio.) sowie in zahlreichen anderen Tageszeitungen, ein 4-seitiger Bericht im koreanischen Harper's Bazaar, 8 Seiten im Magazin Design. Dieter Rams wird bei der jährlich unter Studierenden durchgeführten Umfrage des Magazins Design mit der Frage, wer der wichtigste lebende Produktdesigner sei, für das Jahr 2011 auf Platz 1 gewählt (2010 war er noch nicht einmal unter den ersten zehn). Rams und Braun Design sind in Seoul angekommen.

Auch das Daelim Museum ist ein privates Museum und wird von einem gleichnamigen südkoreanischen Bau-

unternehmen getragen. Deren leitende Mitarbeiter ‚dürfen‘ sich in einem Firmenseminar dann auch noch die Designauffassung der Deutschen sowie der japanischen Kuratorin anhören.

Südkorea ist anders. Ob Kaufhaus oder Galerie, man kommt stets durch ein Spalier hübscher, schlanker, wohlgekleideter und stets lächelnder Hostessen. Im Taxi in Seoul hat man das Gefühl, eigentlich immer im Stau zu stehen. Wundersamerweise kommt man dann aber doch mit passabler Reisezeit an. Gezahlt wird mit der U-Bahn-Karte oder der Kreditkarte. Für 15 Euro Fahrpreis kommt man durch die ganze Stadt. Im Stadtteil Itaewon gibt es 2.000 Geschäfte, davon viele mit Fakes. Man sagt, die Koreaner machen die besten Handtaschenkopien der Luxusmarken, die kaum vom Original zu unterscheiden sind. Aber auch das ist ein Fakt: Hyundai und Kia haben den deutschen Automobil designer Peter Schreyer, vormals VW und Audi, zum Chefdesigner inklusive Vorstandstätigkeit gemacht, was durchaus nicht ganz erfolglos war. Mit drei regionalen Designstudios von KIA in Tokio, Kalifornien und Frankfurt am Main entwickelt man eine eigene Gestaltungshaltung. Beide Marken haben sich auch in Europa und Amerika etabliert. Hyundai Motor ist heute nach Toyota und VW der drittgrößte Autohersteller.

Und als wenn das mit Seoul noch nicht genug gewesen wäre, kommt eine weitere Anfrage aus dem San Francisco MoMA. Da kann der Transport ostwärts weitergehen. Das ist nicht mehr Asien, aber es wird der abschließende Top Act mit dort mehr als 200.000 Besuchenden. Insgesamt waren es auf der ganzen Tour etwa 400.000. Eine ganze Menge für eine ursprünglich klein geplante Ausstellung in Japan.

#### China

Auch andere haben das Braun Design in Asien bekannt gemacht. Das noch

recht neue China Museum Of Design der Architekten Álvaro Siza und Carlos Castanheira in Hangzhou, 190 km süd-südwestlich von Shanghai, zeigt im Winter 2019/20 die Ausstellung „A Face of Second Modernity: The BraunDesign 1951–1967“ unter Beteiligung des Archivs der HfG Ulm, des Berliner Sammlers Werner Ettl und der Hamburger Sammler und Herausgeber der Zeitschrift *Design+Design* Jo Klatt und Hartmut Jatzke-Wigand. Dabei hat das Museum, das auch schon über eine größere Bauhaus-Sammlung verfügt, reichlich von den deutschen Sammlern eingekauft. Man versucht ein wenig, für China die Deutungshoheit über deutsches Design zu erlangen.

#### Braun in Asien

Die Marke Braun und ganz besonders auch Dieter Rams sind in den drei wichtigsten asiatischen Industrieländern China, Japan und Korea alles andere als unbekannt. Noch haben dort Produkte aus Deutschland ein hohes Renommee, was auch mit technischen Qualitäten zu tun hat. Das dort identifizierte solide „deutsche Design“ basiert zumeist auf einer Haltung der 1960er- bis 80er-Jahre. Da ist die letzten 30 Jahre im deutschen Industriedesign nicht sehr viel Neues passiert. Deutsche Gestalterinnen und Gestalter wären nicht schlecht beraten, einen Blick auf die eigene Tradition zu werfen, wozu das Wissen um Designgeschichte ein probates Mittel wäre. Allerdings sind die entsprechenden Professuren an deutschen Hochschulen in den letzten 15 Jahren immer mehr abgebaut und durch reine Theorieprofessuren ersetzt worden: Weimar, Wuppertal, Saarbrücken, Kassel und jetzt auch Offenbach. Ohne fundierte Geschichtskennntnisse – und dazu gehört auch eine entsprechende universitäre Forschung – bleibt Designtheorie jedoch beliebig.

Wenn uns da mal Asien nicht rechts überholt.



Less and More Ausstellung  
Daelim Museum, Seoul



Das außergewöhnliche Design der Firma Braun aus vielfältiger Sicht: Sammler und Designbegeisterte, Kunst- und Designhistoriker, Braun Mitarbeiter und Kuratoren berichten in 18 Textbeiträgen über ihre Leidenschaft beim Sammeln und Reparieren dieser Geräte, über deren alltäglichen Gebrauch, mit Erinnerungen und Emotionen, mal euphorisch, mal kritisch.

Braun Geräte aus der umfassenden Sammlung Zenkel werden in neues Licht gesetzt. Die Produktabbildungen zeigen, wie sich die Objekte auch heute noch in unser tägliches Leben und den Wohnraum integrieren. Fotograf Gerhardt Kellermann spielt in seinen Aufnahmen gekonnt mit dem natürlichen Licht und schafft neue reizvolle Blicke auf lange Vertrautes.

- **Weltbekanntes Design einer Kultmarke, neu erlebt**
- **Fundus an passionierten Sammlergeschichten und Hintergrundinfos**
- **Großformatige exklusive Produktfotografie**

BRAUN    LIEBEN    NACHJAGEN    HÖREN    DURCHSCHAUEN  
VERPACKEN    ERLEBEN    AUFHÄNGEN    SCHMECKEN  
ABLICHTEN    AUSSTELLEN    U.V.M.



Produktfotos: Gerhardt Kellermann, Adam Laycock (oben links), Portraitfotos Einklapper: Jana Lenhard

ISBN 978-3-89986-411-3

Preis: 65,00 €



9 783899 864113

MIT BEITRÄGEN VON:

FRITZ FRENKLER, OLIVER GRABES, TOBIAS HOFFMANN, PETER KAPOS,  
KAUS KLEMP, ERIK SPIEKERMANN, GÜNTER STAEFFLER U.A.