

Gutes Design ist wenig Design

Autor(en): **Brandes, Uta**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **3 (1990)**

Heft 1-2

PDF erstellt am: **17.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-119169>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Gutes Design ist wenig Design

Eines ist sicher: Viele der Massenprodukte in unserem Alltag würden weniger gut funktionieren und sähen scheusslicher aus, wenn es keinen Dieter Rams gäbe. Seine Plattenspieler, Rasierapparate, Filmkameras, Haartrockner für die Firma Braun haben einen Stil geprägt: Gutes Design ist so wenig Design als möglich.

Kronberg ist ein grosses Dorf am Rand des im Vergleich mit den Schweizer Bergen kleinen Taunus. Der Ortskern ist hässlich, langweilig, kleinkariert. Drumherum aber, an den Hängen, wohnen die Leute, die es sich leisten können. Kronberg ist einer der feinsten und teuersten Vororte von Frankfurt.

Auch Dieter Rams wohnt und lebt dort. Doppelt: Sein Wohnhaus hat er – wie er mit zurückhaltendem Stolz nebenbei anmerkt – selbst entworfen; aber die Ausführung ist «doch nicht in jedem einzelnen Detail so geworden, wie ich es wollte – man muss eben Kompromisse machen, und ausserdem hätten ja auch die Kosten eine Rolle gespielt. Sein anderes Heim, in dem er zweifellos mehr Zeit verbringt, ist die Braun AG – eine Fabrik für Haushaltgeräte vom Reisewecker bis zur Stereoanlage. Kennzeichen seit 30 Jahren: Braun-Design ist Rams-Design. Knapp, karg, deutsch. Ein Mythos.

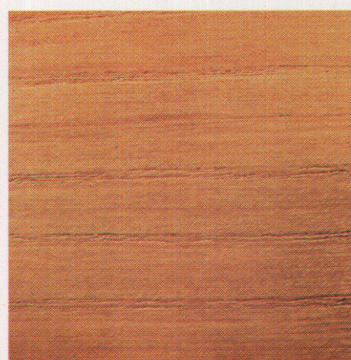
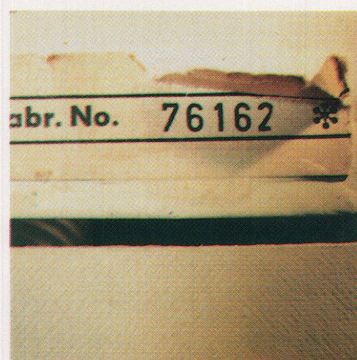
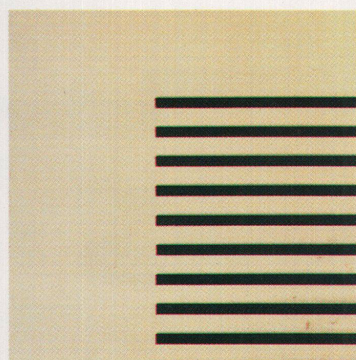
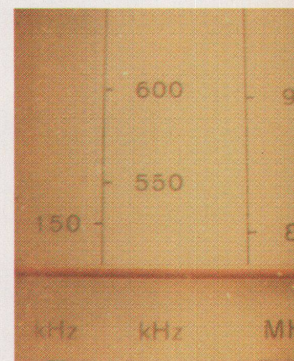
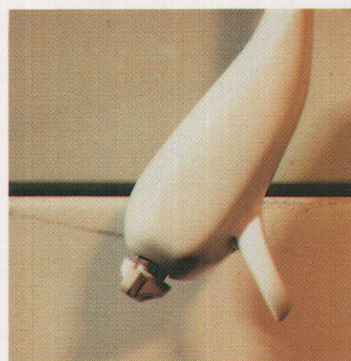
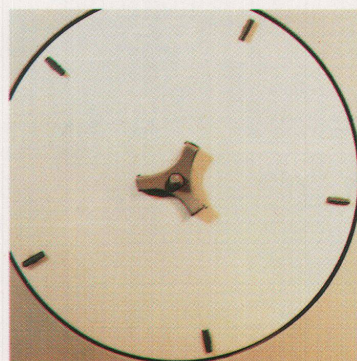
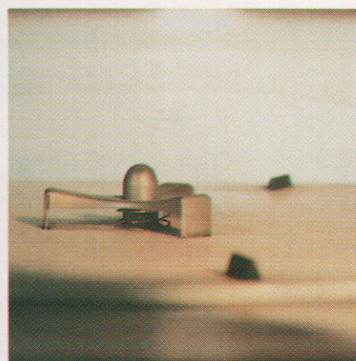
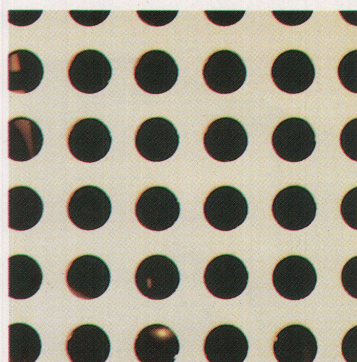
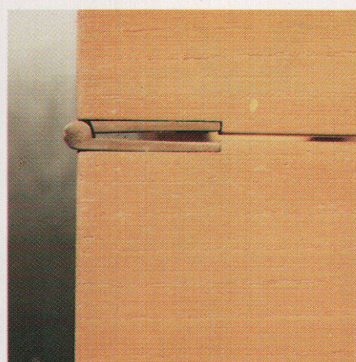
Das Verwaltungsgebäude, das 1967 bezogen wurde, hat Dieter Rams nicht gebaut, obwohl er doch als Architekt für Braun arbeiten sollte. Die Archi-

tektur war seine heimliche Liebe, und sie ist es geblieben. Vielleicht begann sein Weg als einer der erfolgreichsten Industriedesigner der Welt mit einer Niederlage als das, was er eigentlich so gern gewesen wäre: Architekt. Aber irgendwie kam immer alles ganz anders, und irgendwie staunt der inzwischen 57jährige immer noch darüber. Statt Architektur zu studieren, ging der in Wiesbaden geborene Rams bereits 1947 an die gerade wiedereröffnete Wiesbadener «Handwerker-Kunstgewerbeschule» und studierte Innenarchitektur.

Noch heute sind ihm sowohl seine Begeisterung für die Architektur als auch die Kränkung, dass er seinen Traum nicht verwirklichen konnte, anzumerken. Mit Enthusiasmus spricht er über seine kurze Zeit im Frankfurter Architekturbüro Otto Apel, einem Tessenow-Schüler, und vor allem über seine Bewunderung für das amerikanische Büro Skidmore, Owings und Merrill, mit dem einige Chefarchitekten des Apel-Büros («alles Eiermänner») zeitweilig zusammenarbeiteten – «aber die machten nur die Bauleitung». Und wunderbar kann Dieter

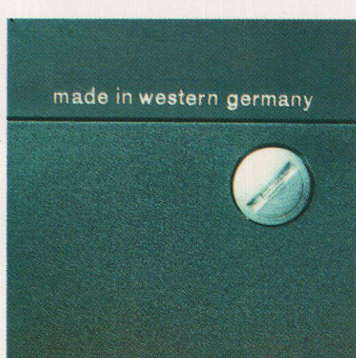
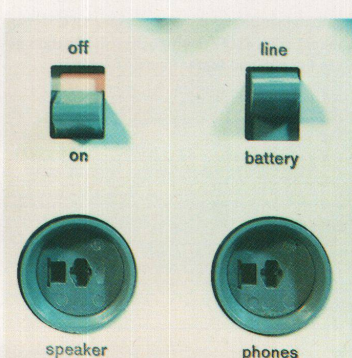
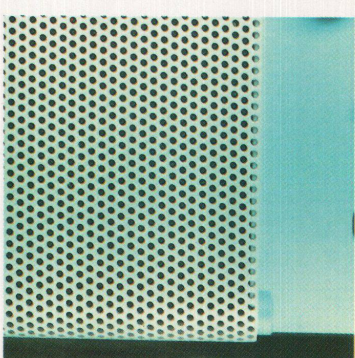
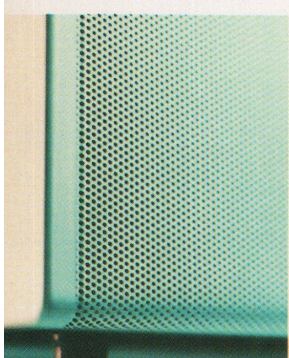
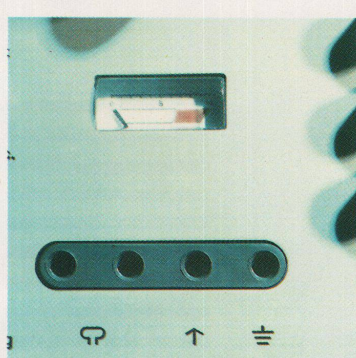
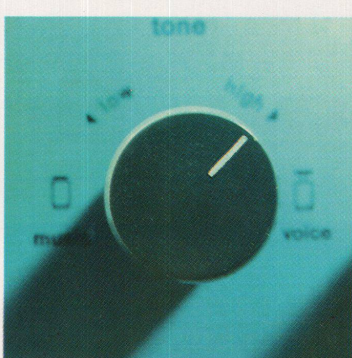
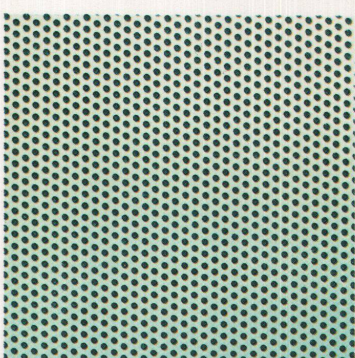
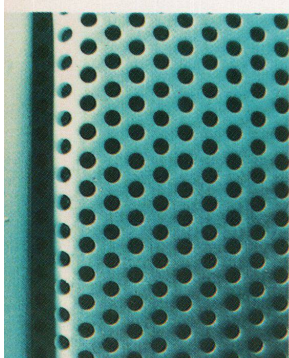
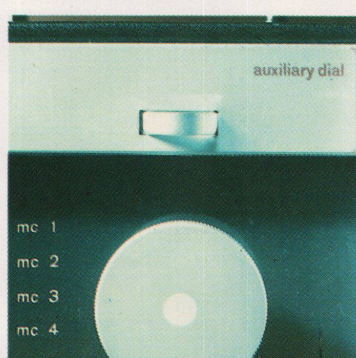
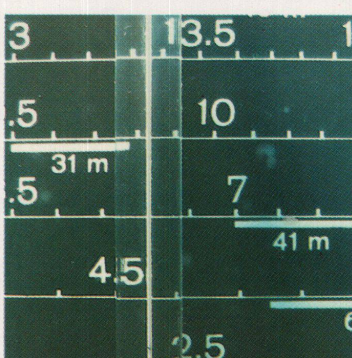
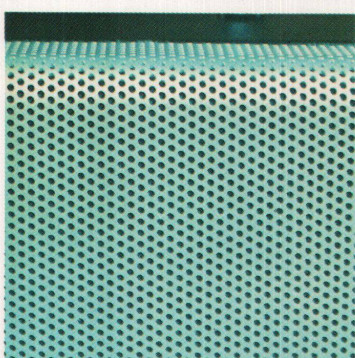
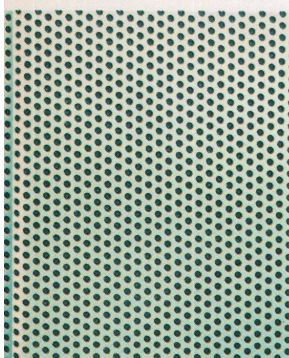
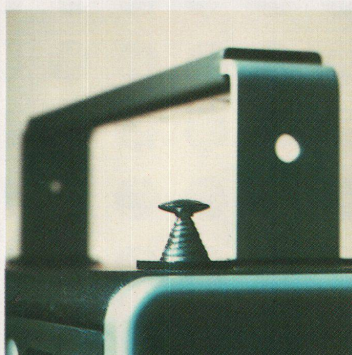
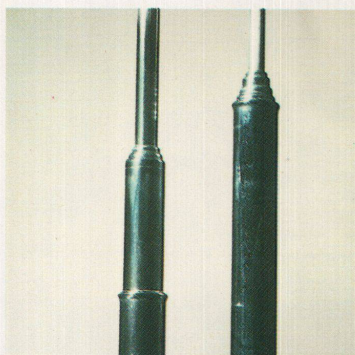
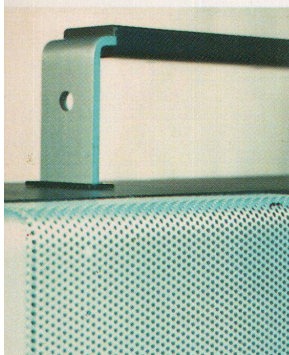
VON UTA BRANDES UND

ANATOL KOTTE (FOTOS)

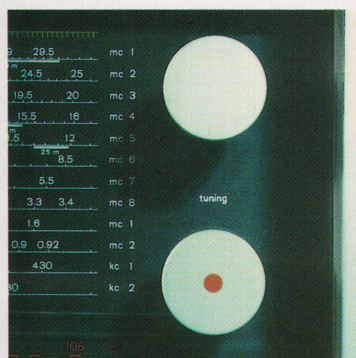
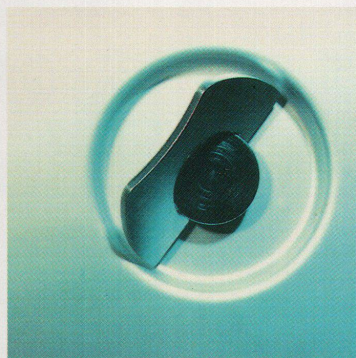
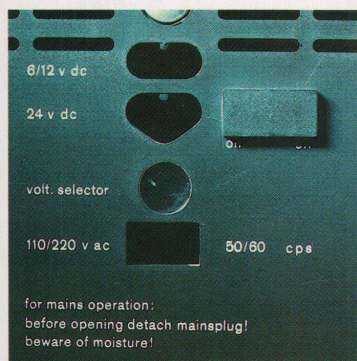


Die fünfziger Jahre: Der Phonosuper SK4,
genannt auch «Schneewittchensarg». Gestaltung
Hans Gugelot und Dieter Rams.

50^{er}



60^{er}



Die sechziger Jahre: Der Weltempfänger T1000. Gestaltung: Dieter Rams, 1962.

Rams sich erregen, wenn er auf die «verkitschte Postmoderne» zu sprechen kommt. Über Philip Johnson's New Yorker AT & T-Gebäude: «unten faschistoid, in der Mitte langweilig und oben das Biedermeierhäubchen». Auf die Frage, ob er heute gern Architektur entwerfen würde, fürchtet Dieter Rams seine Stirn und quetscht verlegen heraus, dass ihn das schon reizen könnte, um dann schnell hinzuzufügen, «aber dafür habe ich ja gar keine Zeit». Ausserdem weist er mich darauf hin und zurecht, er sei ja schliesslich auch bei Braun immer noch für die Innen- und Aussengestaltung der Räume und Gebäude verantwortlich.

Die Ulmer

Als Architekt also sollte Rams 1955 bei «Radio-Braun», wie die noch in Frankfurt ansässige Firma damals bei den Frankfurtern hiess, anfangen. Es blieb bei einer Probearbeit. Obwohl Dieter Rams offensichtlich wegen eines Architekturentwurfs eingestellt worden war, schien niemandem so recht klar gewesen zu sein, woran ein Architekt bei Braun eigentlich arbeiten sollte. Rams redet nicht gern darüber – und da ist sie wieder, die Kränkung. In einem viel später geschriebenen Brief an Erwin Braun, einen der beiden Söhne des Firmengründers Max Braun und damaligen Mitinhaber des Unternehmens, beklagt sich Rams 1979: «Der «Spiegel» hat geschrieben, dass ich in der ersten Zeit bei Braun nur die Schreibtische geraderücken durfte. Das ist die typische «Spiegel»-Schreibe. Ich habe mich auch dagegen verwahrt. Tatsächlich gab es aber damals auch eine Menge kleinerer harmloser (wenn auch wichtiger!) innenarchitektonischer Aufgaben.»

Und nie würde es Dieter Rams einfallen, Erwin Braun zu kritisieren. Auch wenn dieser ihm in der Anfangszeit «interessante Projekte» überantwortete, die dann entweder nie realisiert oder, wie Erwin Brauns Privathaus, «später von Hans Gugelot gebaut wurden». Gugelot – das war Rams' Problem und Glück zugleich. Denn der an der berühmten hochschule für gestaltung ulm Lehrende arbeitete seit kurzer Zeit mit Braun zusammen an neuen Plänen und Gestaltungen von Funk- und Phonogeräten. Und so rutschte Rams, der keine klare Arbeit hatte, in das Design. An der Funkausstellung 1955 in Düsseldorf, wo Braun die neuen Produkte vorstellte und mit den neuen Formen für eine Sensation sorgte, hatte er noch so gut wie keinen Anteil. Die Lorbeeren gebührten Wilhelm Wagenfeld, Herbert Hirche und vor allem Hans Gugelot. Aber den zum Kultobjekt avancierten «Phonosuper SK 4» von 1956, genannt

«Schneewittchensarg», reklamiert Rams auch ein bisschen für sich – mit unterschiedlichem Schwung. In manchen Versionen hat er mit Gugelot «von Anfang an» daran mitgearbeitet, in unserem Gespräch weiss er «gar nicht mehr so genau, wie sich das ergeben hat».

Aufstiegsroman

Braun mauserte sich zu einem Unternehmen, dessen Name gleichbedeutend mit technischer und gestalterischer Innovation wurde.

Auch mit Dieter Rams, der versuchen musste, sich als «Nicht-Ulmer» Boden unter den Füßen zu verschaffen, ging es aufwärts. Dabei half ihm, dass er bei Braun angestellt, im Haus und damit immer erreichbar war. So nutzte er seine Präsenz, um, wie er es selbst einmal formulierte, «die Ulmer langsam abzulösen», da er «sozusagen am längeren Hebel» sass, «ein ganz organischer Vorgang». 1962 wurde er als Chefdesigner Leiter der Braun-Produktgestaltung, schliesslich Generalbevollmächtigter, und seit kurzem gehört er dem erweiterten Vorstand an.

Und nun könnten wir die Geschichte von Braun und Rams oder Rams und Braun im einzelnen nachzeichnen. Ein deutscher Aufstiegsroman, eine Geschichte des Erfolgs, der gegenseitigen Unterstützung, der Freiheit des Designers und so weiter und so weiter. So möchte auch Dieter Rams die Geschichte gern erzählen, und er tut es auch, immer wieder, schriftlich und mündlich, in Interviews und Vorträgen auf Designerkongressen und auch seinen Studenten in der Hamburger Hochschule für Bildende Künste, wo er seit 1981 Professor ist. Nimmermüde erläutert er seine immergültigen Thesen zur Bestimmung guten Designs – unter anderem hat es innovativ, brauchbar, ästhetisch, unaufdringlich, langlebig, umweltfreundlich zu sein –, und allzuhäufig landet er bei seinen beiden Lieblingsmotiven: «Gutes Design ist so wenig Design wie möglich» oder «weniger ist mehr». Die Inkarnation all dieser Werte und Tugenden ist Braun.

Ein Gläubiger

Das, was an Dieter Rams zugleich äusserlich und sympathisch ist: Jenseits aller Änderungen in Unternehmen und Alltag beharrt er eigensinnig und häufig auch starrköpfig auf dem von ihm aufgestellten Designkodex. Er ist ein Gläubiger, unerschütterlich. Er glaubt wirklich und ernsthaft an seine Werte, an die ästhetische und gestalterische Erziehung der Menschen und vor allem an Braun. Erwin Braun ist immer noch die grosse, gütige Vaterfigur, obwohl die Braun AG längst der

amerikanischen Gillette Company gehört und Erwin Braun mit seinem beträchtlichen Vermögen in die Schweiz übersiedelt ist und eine «Gesellschaft für Präventivmedizin» gegründet hat. Braun ist unantastbar, die Firma ist Rams zur Heimat geworden. Hier fühlt er sich aufgehoben, in seinem kleinen weissen, ordentlichen Büro mit den offenen Türen zu den Entwicklungs- und Werkstattsräumen. Und in der Tat wird selbst Aussenstehenden sofort klar, dass die Arbeitsatmosphäre gut sein muss, Zusammenarbeit, Gleichwertigkeit zwischen Technikern, Ingenieuren, Designern und dem Sekretariat selbstverständlich sind. Ein Verdienst von Dieter Rams, der alles andere als unnahbar, autoritär oder gar arrogant ist.

Werbung prügeln

Dieter Rams, der so gern alles harmonisch hätte und zugleich nur die besten technischen und gestalterischen Resultate gelten lassen möchte, muss sich häufig dem Werbe- und Verwertungsinteresse beugen. Anfänglich versucht er in unserem Gespräch aufrechtzuerhalten, dass «Ideale, Begeisterung und ein fester Glaube an die Designqualität Berge versetzen» könnten. Später begreift er Design als rationale Vermittlungs- und Koordinationsinstanz zwischen dem Gebrauchswert der Produkte und unternehmensbezogenen Vermarktungsinteressen. Zum Schluss schimpft er auf die Werbe- und Marketingstrategen, die Design unter die reine Verkäuflichkeit zwingen wollen – und sich öfter durchsetzen und damit ebensooft lediglich den Status quo beschwören oder Fehlentscheidungen treffen. Gern gibt er das nicht zu, weil er im Grunde seines Herzens und Kopfes daran glaubt, dass gutes Design für sich spricht, sich selbst erklärt und dies die Menschen – die er Geld und nicht Verbraucher nennt – auch merken.

Dieter Rams glaubt an die Durchsetzung der Ideale eines guten und immer besseren Designs – und was das ist, davon hat er genaue Vorstellungen –, im gleichen Atemzug jedoch gibt er zu, «ich habe immer Kompromisse gemacht», und «später stumpfen Ideale in Richtung Realität ab».

Versuchen

Schöne, durchdachte Prototypen füllen die Regale seines kleinen Büros. Kaffeemaschinen, Uhren, Wecker, tragbare Fernsehgeräte, auch zwei Thermoskannen, deren Gestaltungen mir sofort einleuchten und Tauglichkeit versprechen. Und ich kenne mich da aus. Ich trinke viel Tee und muss mich oft über die komplizierten und tropfenden Krüge ärgern.

Als Prototypen stehen diese Objekte teilweise fünf oder mehr Jahre herum und werden nicht realisiert. Während Dieter Rams mir erklärt, man müsse nur beharrlich und geduldig sein, und sich selbst ermutigt, «steter Tropfen höhlt den Stein», steht er auf, klaubt einen Weltempfänger aus dem Regal (nein, nicht den legendären T1000, der wurde 1963 tatsächlich realisiert) und beschwert sich, dass der inzwischen so lange als Modell herumstehe, dass er heute nicht mehr produziert werden könne. Und dann beruhigt er sich und mich erneut und zwinkert mir zu, «es ist einiges auf der Schiene», es dauere nur, bis die letzte Firmenhürde genommen sei. Und dann setzt er sich mit der Ankündigung in Erstaunen, Alessi würde gerade sein – bei Sammlern auch längst heiss gehandeltes – Tischfeuerzeug TFG 2 (später: cylindric) von 1968 neu herausbringen. Er zeigt mir den transparenten Prototyp der ersten Version, demonstriert mir, wie Funktion, Proportion und Haptik ineinander verschmelzen, und findet an diesem Feuerzeug immer noch so gut wie nichts zu verbessern; höchstens der Daumendruck auf die Mulde, die den Zündkontakt herstellt, könne heute dank besserer Technik sanfter und weniger tief durchgezogen sein. Unter Umständen ist bei seinem Alessi-Deal eine sanfte Rache im Spiel, denn die Braun-Lizenz ist abgelaufen, Braun war an einer Neuproduktion nicht interessiert. Aber ausgerechnet Alessi, eine italienische Firma, deren Serie von Edelstahl- und Silberprodukten auf all jene ungeliebten «postmodernen» oder «disfunktionalen» Designer (Graves, Hollein, Jencks, Mendini, Venturi...) zurückgeht? Na ja, der Doktor Alessi habe wohl inzwischen einige Lernprozesse gemacht und eingesehen, dass gutes Design vielleicht funktionales Design sei. Offenbar beginnt Dieter Rams vorsichtig, seine Fühler nach den ihn irritierenden Rändern auszustrecken, gelassener zu werden, auf bisher gemiedenem Terrain Neues zu probieren. Und was hält er von seinen italienischen Designkollegen, zum Beispiel von Ettore Sottsass und Alessandro Mendini, die regelmässig in den Medien Spektakel und Furore machen? Auch hier kommt Erstaunliches zutage. Zwar kann man Dieter Rams bei jeder Gelegenheit fluchen hören über den «modernen Kitsch», die «Hybris des Spektakulären» und über die Medien, die diese Sensationshascherei förderten, aber Sottsass und Mendini schätzt er als kluge Köpfe und gute Designer. «Ich kann verstehen, dass Ettore mal etwas anderes, wie zum Beispiel Memphis, machen wollte. Der eine steigt so aus, der andere so.» Rams glaubt indes, bei-

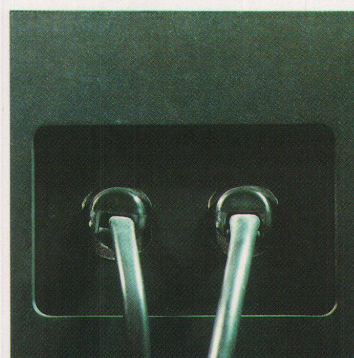
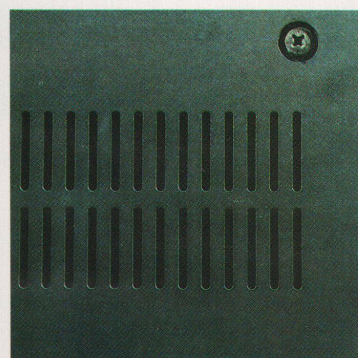
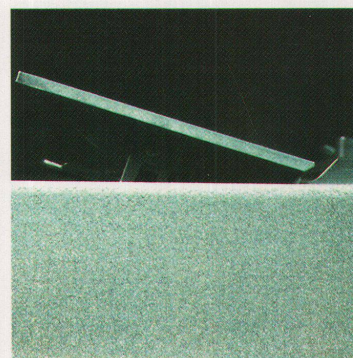
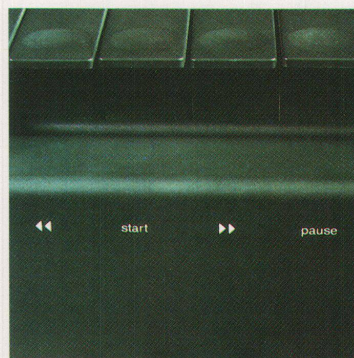
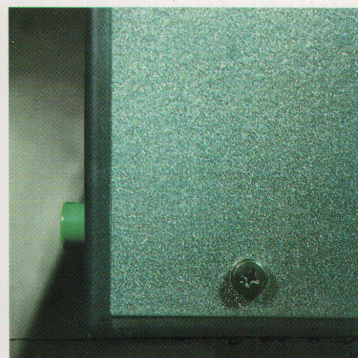
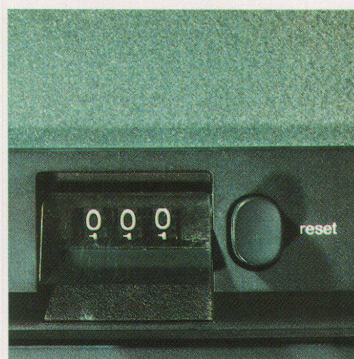
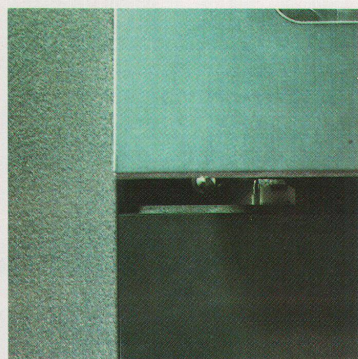
de hätten nur «Anregungen und Anstösse» geben und die Designdiskussion in Bewegung bringen wollen.

Stolz erzählt Rams, dass er von «ich glaube, es war Gismondi» gefragt worden sei, ob er nicht ein Objekt bei Memphis realisieren wolle. Dabei fällt ihm einer seiner Sessel aus den Studentenzeiten ein, den er gern noch irgendwann realisieren würde. Mit schnellen Füllfederstrichen wirft er eine Z-Form plus vertikaler Strebe aufs Papier, grinst kurz – «der könnte heute was für Memphis sein» –, um dann ernst und nachdenklich fortzufahren: «Ich habe mich immer verpflichtet gefühlt, wenn ich das einmal so sagen darf, nicht herumzuhuren.»

Dieter Rams ist widersprüchlich, aber bestimmt in seinen Vorstellungen von gutem Design. Er ist unsicher und manchmal fast linkisch im Auftreten, mit den Worten ringend und kämpfend, um verständlich zu machen, warum welches Design gut und den Menschen angemessen sei, aber öffentlich verteidigt er den Markterfolg durch gutes (deutsches) Design am Beispiel Braun ohne jegliche Einschränkung. Er ist gehetzter Manager und möchte am liebsten nur entwerfen. Er hätte sich längst erfolgreich selbstständig machen können, bleibt aber bei Braun. Er redet gläubig von Idealen und ist ständig zu Kompromissen gezwungen.

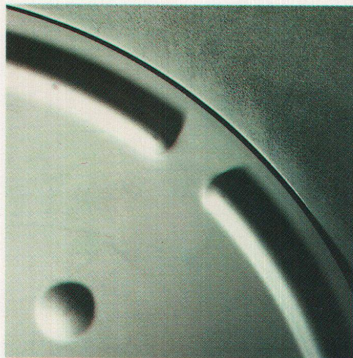
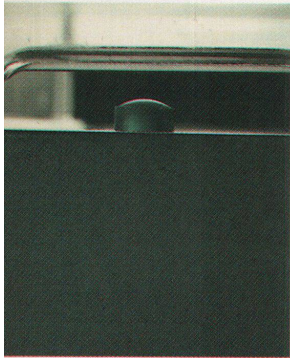
Leitbild

Dieter Rams ist ein Designer, ohne den Massenprodukte heute anders und schlechter funktionieren und aussehen würden. Er hat ganze Generationen von Produkten geprägt – die Images: schwarz, weiss, silbergrau, rechteckig, pur und doch unverwechselbar; neue Materialien und Materialkombinationen; neue Systeme, Variabilität und Multifunktionalität; technische und gestalterische Neuerungen. Und nicht zuletzt die Präzision im Detail – wenn Rams von der Sorgfalt berichtet, Bedienungselemente, vor allem Knöpfe an den Elektrogeräten verständlich, übersichtlich, ergonomisch und rutschfest zu gestalten; und davon, wie alle davor gewarnt und den Kopf geschüttelt haben, als er statt der gewohnten konkaven konvexe Knöpfe gestaltete (die heute alle Geräte haben). Oder ihm alle einen Flop vorher sagten, als er den Griff des Haartrockners schräg stellte, damit der Anstellwinkel das Trocknen der hinteren Haare erleichtern sollte. Alle Haartrockner für den Privatgebrauch haben dieses Prinzip mittlerweile nachgeahmt. Wenn er etwa einmal in einem Filmfeature formulierte, «ich will, dass Natur Natur bleibt», und deshalb eine Schlüssel nicht wie ein Salatblatt aussehen, sondern den Salat in der Schüssel

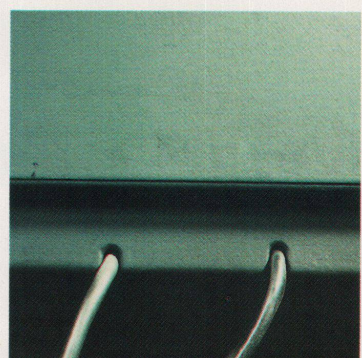
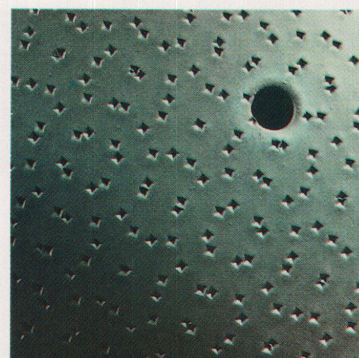
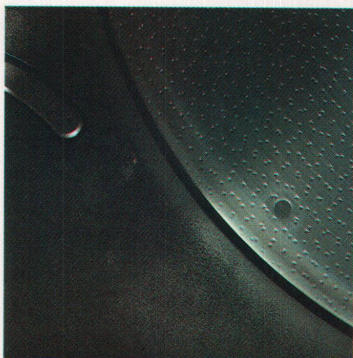
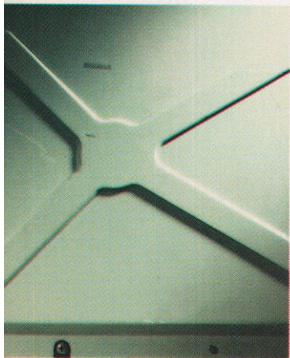
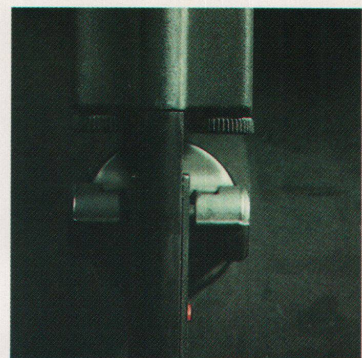


Die siebziger Jahre: Das Kassettentonbandgerät
TGC 450. Gestaltung: Dieter Rams.

70^{er}

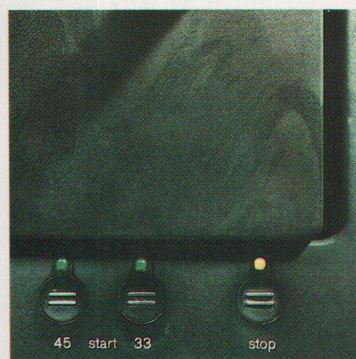
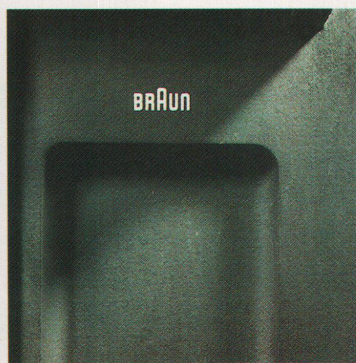


er ziehen!
ening detach ma
vrir enlever la fi
stickproppen ur
on del av apparat



Die achtziger Jahre: Plattenspieler P 501,
Basisentwurf 1976, Braun-Produkte-Gestaltung
Dieter Rams/Robert Oberheim

80^{er}



zur Geltung kommen lassen will, überzeugt mich das. Und offensichtlich erinnern wir uns alle irgendwie an bestimmte Braun- oder Rams-Objekte, weil sie – trotz oder wegen ihrer Einfachheit – identifizierbar bleiben und aus dem Supermarkt der Designangebote herausfallen.

Reaktionen

Deshalb ist es auch gar nicht so unverständlich, wenn die jüngeren, als schräg gehandelten und gegen funktionale Strenge protestierenden Designer Dieter Rams anerkennen und achten. Selbstverständlich besitzen diese Designer Rams-Produkte.

Der Berliner Designer Andreas Brandolini sieht Dieter Rams als glänzendes Beispiel dafür, wie ein Designer das Bild eines Unternehmens über mehr als dreissig Jahre hinweg so prägen kann, dass eine Linie entsteht und gehalten werden kann und ein Gesamterscheinungsbild dabei herauskommt, das stimmt. Er nennt Dieter Rams gar einen Poeten, der Dinge an sich und für uns sehen und benennen kann. Als junger Designer musste er sich anfangs von Rams absetzen, um sich zu befreien. Brandolini akzeptiert Rams' Grundthesen des guten Designs, schrecklich findet er die Trittbrettfahrer, die ihn kopieren und aus der ihm eigenen Designphilosophie ein Second-Hand-Dogma machen. Brandolini wünschte sich mehr Firmen wie Braun, möchte allerdings in ihnen Designer mit je unterschiedlichen Konzepten sehen.

Die Frankfurter Designer Klaus-Achim Heine und Uwe Fischer, als Ginbände bekannt, sehen sich selbst eine weite Strecke in Übereinstimmung mit Dieter Rams. Sie mögen seine Zurückhaltung und sprechen Produkten eine lediglich dienende Funktion zu. Das Design selbst solle unaufdringlich sein, entscheidend sei der Rest, der durch das Produkt hindurch entstehe: das Konzept, die Kommunikation, der Versuch, Wahrnehmungen zu sensibilisieren, neue Erfahrungen zu ermöglichen. Allerdings bevorzugt Ginbände die früheren Rams-Produkte, da die neueren so optimiert und ausgereift seien, dass sich bis auf Kleinigkeiten in Technik und Design nichts Wichtiges mehr verändere, die Arbeiten konzeptuell abgeschlossen seien und der Rest seit einiger Zeit blosser Marktpolitik dokumentiere, die jedoch dem Unternehmen und nicht Dieter Rams angelastet werden müsse.

Wolfgang Laubersheimer, zwischen Köln und Frankfurt und der Gruppe Pentagon pendelnd, war – wie bei ihm üblich – in Hektik und formulierte deshalb auf dem Sprung nach Japan zwei eilige Sätze: «Dieter Rams ist Er-

gonomie, also dieser grandiose, leicht kugelförmige Knopf an der Kassenmaschine, der rundum abgeflachte Knopf am Taschenrechner. Und ich dachte immer, Ergonomie wäre oval.»

Volker Albus, Architekt und Designer in Düsseldorf und Frankfurt, sieht Rams als konstante Herausforderung und indirekten Ansprechpartner. Albus plädiert für eine Trennung in technische Geräte und Möbel. Er schätzt Rams' Herangehensweise an technische Geräte, kritisiert aber seine Möbel. Rams entwerfe immer Geräte, auch seine Sessel, Stühle, Hocker usw. seien pure «Sitzgeräte». Möbel aber hätten emotionale Gehalte in die Definition von Funktion und Gestaltung einzubeziehen, denn in ihnen werde nicht nur gearbeitet, sondern auch gelebt. Rams übertrage Design pur auch in den Wohn- und Bürobereich – «er zerdenkt seine Möbel in reine Nutzungsaspekte».

Dieter Rams aber, der Begeisterungsfähige und Beharrliche, der Unsichere und Starrköpfige, der preisüberhäufte und offizielle deutsche Designer, möchte eigentlich am liebsten nur immer reduzierteres und besseres Design machen, damit die Menschen die sie umgebenden Dinge begreifen lernen. «Ich habe nie den Begriff Funktionalismus gebraucht, sondern ich spreche von Funktion. Selbstverständlich ist Funktion heute viel weiter gefasst, zum Beispiel gehören auch psychologische Funktionen dazu. Es bleiben aber auch ästhetische Werte, und die müssen zurückhaltend sein.» Und er hat ja gar nichts gegen unterschiedliche Designkonzepte. «Ich habe immer von Pluralität im richtigen Sinn gesprochen. Aber hinter jedem vermeintlichen Trend herzurennen, das ist nicht Pluralität, das ist nur spektakulär und verlogen.»

Es ist spät geworden, die Assistentin von Dieter Rams ist längst gegangen. So kämpft er allein mit Notiz- und Telefonbüchern und schliesslich mit dem Telefon selbst, um mir ein Taxi zu rufen. «Bis das Taxi kommt, zeige ich Ihnen noch schnell unsere Prototypenwerkstätten.» Das Taxi muss lange vor der Braun-Zentrale warten. Dieter Rams begleitet mich schliesslich durch die verlassen Gänge des Braun-Gebäudes zum Ausgang. Irgendwo stehen Paletten mit einer neuen Papierlieferung herum. Zornig und hilflos zugleich bemerkt er sofort, dass da etwas nicht so ist, wie es sein soll. Die Palette darf nicht hier stehen. «Können Sie sich das vorstellen: Da arbeitet man Jahrzehnte für eine gute Gestaltung nicht nur der einzelnen Produkte, sondern an der inneren und äusseren Gesamtordnung. Und dann passiert immer wieder so etwas!» ■