

60 Jahre Designentwicklung bei Elektrokleingeräten

Pauline Klünder

Elektrokleingeräte sind heute aus keinem Haushalt mehr wegzudenken. Sie sind praktische Helfer im Alltag, Lifestyleprodukte und Statussymbol. Das war nicht immer so. Die Bedeutung und damit verbunden das Design der Elektrokleingeräte hat sich im Laufe des letzten Jahrhunderts nachhaltig gewandelt. Auch wirtschaftspolitische Ereignisse hatten ihre Auswirkungen auf diese Entwicklung. Spiegelbild dieser beeindruckenden Historie ist die Ambiente in Frankfurt.

Messe Frankfurt



»Alles geht elektrisch, was man heute tut, alles geht elektrisch, billig, schnell und gut« hieß es in einem Berliner Gassenhauer Anfang der 30er Jahre des letzten Jahrhunderts. Wer sich heute in seinen eigenen vier Wänden umschaute, wird dem Schlagertext nur beipflichten: »Kochen, braten, backen, fahren, Kraft und Licht, ohne Elektrizität geht es heute nicht.« Die Energie kommt wie das Wasser ganz selbstverständlich aus der Wand. Zu der Zeit, als der Text entstand, sah dies jedoch durchaus noch anders aus. Zwar war eine Vielzahl elektrischer Haushaltsgeräte schon vor dem ersten Weltkrieg auf dem Markt, dennoch konnte von einer massenhaften Verbreitung bei Weitem noch nicht die Rede sein. Es fehlten eine flächendeckende Infrastruktur und auch das nötige

Kleingeld des deutschen Durchschnittsbürgers. Und als die gesamte stahlverarbeitende Industrie während des zweiten Weltkrieges für die Rüstung zu arbeiten begann, kam die Entwicklung bereits wieder zum Erliegen. Erst im Nachkriegsdeutschland der 50er Jahre entsprach der Schlagertext tatsächlich der Realität. Nachdem die Alliierten den Krieg beendet hatten und sich die Welt neu aufzuteilen begann, setzte Amerika in den Westzonen auf eine wirkungsvolle Strategie: Westintegration durch Konsumförderung. Der Marshallplan als milliardenschwere Wiederaufbauhilfe leitete die Jahre des deutschen Wirtschaftswunders ein – und die deutschen Konsumenten schlossen nahezu rauschhaft an amerikanische Konsumstandards an. Die Produktion von Haus-



Liebherr

Die Liebherr-Hausgeräte GmbH in Ochsenhausen wird gegründet. Zum Angebot gehört ein breites Sortiment hochwertiger Kühl- und Gefriergeräte.



Osrarn



Die Einschätzung des Wiedererkennungswertes von Marke und Verpackung aus dem Jahre 1954 setzt sich bis heute fort. Die orangefarbene Banderole und die ovale Bildmarke sind weiterhin dominierende Designelemente. Osram errichtet in diesem Jahr auch einen zweiten Firmensitz in München.

1954

1954

haltsgeräten versiebenfachte sich von 3,9 Millionen (1950) auf 27,4 Millionen im Jahr 1953. Es fand offenbar ein erster großer Ausstattungsschub in den westdeutschen Küchen statt. Elektrogeräte wurden erschwinglich und zum Statussymbol der wohlhabenden Hausfrau.

Unternehmen wie der Esge AG begannen ihre Erfolgsgeschichten. Im Jahr 1950 meldete der Schweizer Roger Perrinjaquet ein neuartiges Gerät

zum Patent an. Die Patentschrift beschrieb den ersten Stabmixer der Welt. Der »Bamix«, eine Abkürzung aus den französischen Worten »battre et mixer« (schlagen und mixen), wurde geboren. Vier Jahre später verkaufte Perrinjaquet sein Patent an die damals in Deutschland sitzende Firma Esge. Bis heute hat sich die Marke »Bamix«, in Deutschland vielleicht besser als »Zauberstab« bekannt, als Klassiker bewährt.



»Beste Funktion, exzellente Qualität und innovatives Design sind die Basis des Erfolgs der Marke WMF.«

Frank Gfrörer, Leiter Bereich Vertrieb bei der WMF AG



»Neben innovativen Aspekten und nachhaltiger Qualität, die zu Bekanntheit, Kaufbereitschaft und Sympathie führen, nehmen Verbraucher die Marke vor allem über ihr Design wahr.«

Michael Geisler, Director Home Appliances bei der Grundig Intermedia GmbH

Im Wandel der Zeit

Den guten Geschmack der damaligen Zeit bestimmten zunächst in erster Linie die Vorbilder aus dem »Land der Sieger und Befreier«. Mit der Stromlinienform hatte sich dort bereits in den 30er Jahren ein Stil durchgesetzt, der auch das Küchen-

Die Wirtschaft boomt – um der Nachfrage an Personal nachzukommen, werden Italiener als Gastarbeiter angeworben. Der italienische Außenminister Gaetano Martino und Bundesarbeitsminister Anton Storch unterzeichnen in Rom ein Abkommen, das die Beschäftigung von zunächst 100.000 italienischen Arbeitern in der Bundesrepublik vorsieht.

1955

geräte-Design die nächsten Jahrzehnte prägen sollte. Ergibt sich ein stromlinienförmiger Körper sinnvollerweise dort, wo Schnelligkeit und Windschlüpfrigkeit durch geringe Strömungswiderstände erreicht werden sollen, stand »Streamline« nun generell als Synonym für Fortschritt und Eleganz. Die Troy Metal Products Company etwa brachte unter dem Markennamen KitchenAid ein Küchenmaschinen-Modell auf den Markt, das als Beispiel für die Stromlinienbewegung Designgeschichte schrieb und noch heute nahezu unverändert im Design seinen Platz behaupten kann. Auf der kommenden Ambiente in Frankfurt, feiert das Unternehmen seinen 90zigsten Geburtstag mit einer großen Sonderpräsentation. 1949 entschloss sich der Deutsche Bundestag eine unabhängige Institution ins Leben zu rufen, die durch gezielte Designaufklärung der deutschen Wirtschaft zu mehr Designkompetenz verhelfen sollte. 1953 wurde der »Rat für Formgebung« gegründet. Er nimmt seither seine Aufgabe in vielfältige Weise wahr. Unter anderem verleiht er mit dem »Designpreis Deutschland« die höchste offizielle bundesrepublikanische Design-Auszeichnung. Als angemessenen Rahmen der Preisverleihung hat sich der »Preis der Preise« das internationale Messeumfeld der Ambiente gewählt, die 2009 vom 13. bis 17. Februar in Frankfurt stattfindet. Nähere Informationen gibt es unter www.ambiente.messefrankfurt.com. Ebenfalls Anfang der 50er Jahre gründete sich ein weitere Institution, die nachhal-

tigen Einfluss auf die Gestaltung (nicht nur) deutscher Produkte bekommen sollte: Die Hochschule für Gestaltung in Ulm. Die strenge Verknüpfung von Form und Funktion, die »Gute Form«, fand von hier aus ihre Verbreitung und prägte insbesondere das Design von Küchen- und Haushaltsgeräten die folgenden Jahrzehnte. Die neue deutsche Sachlichkeit, am prominentesten verkörpert wohl durch Produkte der Firma Braun, fand Anerkennung weit über die Landesgrenzen hinaus. »Made in Germany« wurde zu einem geschätzten Qualitätssiegel.

In den 70er Jahren, als

eine gewisse Konsumsättigung einsetzte und dem »bürgerlichen PrestigeKonsum« harsche Kritik entgegenwehte, stagnierte die Designentwicklung bei Haushaltsgeräten weitestgehend. Vor allem aber die Energiekrise rechtfertigte wohl, dass ökonomische und technische Aspekte sich den ästhetischen überordneten.

Erst in den 80er Jahren befreite eine neue Generation in erster Linie italienischer Gestalter die Produktlandschaft vom Diktat der »Guten Form«. Die so genannte Postmoderne eroberte mit kräftigen Farben, einer unbegrenzten Formenvielfalt und einer neuen Lust an Dekor und Stilzitate rasch die Herzen der Konsumenten. Die Produkte füllten sich mit Leben, sollten Assoziationen, Erinnerungen, Gefühle auslösen.

Selbstverständlich machte die gesamte Entwicklung auch vor der Hausratsbranche nicht halt. Ästhetische Aspekte beeinflussten zunehmend die Kaufentscheidung und liefern der technischen

Argumentation den Rang ab. 1983 entschieden sich 100 Unternehmen der Haushaltsbranche, künftig auf der »Frankfurter Frühjahrsmesse«, der heutigen Ambiente, auszustellen. Hier präsentierten sie sich in direkter Nachbarschaft zu den Ausstellern von Glas-, Keramik- und Metallwaren. Im häuslichen Umfeld wuchsen Hauswirtschafts- und Wohnbereich zu einer Einheit zusammen. Nach gleichem Prinzip profitierte das Messegeschäft von der Nähe der sich ergänzenden Produktwelten. Hersteller von Elektrokleingeräte folgten 2004 nach Frankfurt. Der Markt ist entwicklungsfähig und in diesem Zusammenhang verwundert es nicht, dass der Isolierkannenhersteller Alfi kürzlich die Branche mit der Markteinführung eines Kaffeevollautomaten überraschte.

Ständige Veränderung

Wie sich die Konsumlandschaft verändert, spiegelt sich auf dem Frankfurter Messegelände beispielhaft wider. Die Konsumenten sind anspruchsvoller geworden. Technische Leistungsfähigkeit und höchste Qualität werden nahezu als Standard vorausgesetzt. Das Angebot soll überraschen. So darf eine Kaffeemaschine wie die WMF1 ruhig die Kochnische verlassen und sich als Lifestyle-Objekt direkt auf dem Schreibtisch wieder finden.

Wer sich nicht durch ein stimmiges Sortiment an Produkten, durch Stil, Qualität und Unverwechselbarkeit auszeichnet, hat im Handel schnell verloren. Nicht von ungefähr liefern international und national bedeutende Designauszeichnungen, sorgfältig inszenierte Trendreale und Produktschauen dem Fachpublikum in Frankfurt wichtige Inspirationsquellen und dienen als Orientierung in einer fein ausdifferenzierten Warenlandschaft.

anz. nivona



Braun

Der legendäre Schneewittchensarg von Braun sorgt für Aufsehen. Designed wurde die Radio-Phono-Kombination SK4 von Hans Gugelot, Dieter Rams und Herbert Lindinger.



AEG

Haarstyling leicht gemacht – mit einem Foen der Marke AEG.

Design für den Tisch

Ob Einladung zum Raclette oder Grill-Abend zu zweit, Feiertags-Fondue oder low fat cooking auf dem heißen Stein – mit dem Multi-Raclette 4-in-1 von Unold steht dem nichts mehr im Wege. Damit nichts anhängt oder anbrennt sind die Raclette-Pfännchen, der Fondue-Topf und die Grillplatte



Unold

hochwertig beschichtet. Zusätzliche Features sind ein Spritzschutz für den Fondue-Topf und längenverstellbare Fondue-Gabeln. Dank einer Aussparung in der Grillplatte kann gleichzeitig auch das Fondue benutzt werden. Der heiße Stein ist aus Granit und verfügt über einen Fettablauf mit Auffangbehälter. Das Gerät ist für bis zu acht Personen ausgelegt. Die Temperatur ist stufenlos regelbar.

Limitierte Auflage

Mit edlen Chrom-Applikationen und eleganter Lackierung in Anthrazit-Metallic ist die CafeRomantica 620 Limited von Nivona nicht nur optisch, sondern auch ausstattungsmäßig ein Highlight. Sie punktet mit einem Edelstahl-Behälter für die Milch, die in diesem Thermo-Cooler kühl und frisch bleibt. Das Modell ist kompakt, mit Dialogdisplay einfach bedienbar und mit Technik auf Schweizer Qualitätsniveau ausgestattet. Die entnehmbare Brühgruppe lässt keinen Sauberkeits-

und Hygienewunsch offen, und der professionelle Milchaufschäumer »Spumatore« ist ebenfalls enthalten. Der 0,35 Liter fassende Thermo-MilchCooler ist nur für begrenzte Zeit serienmäßig ohne Aufpreis inklusive. Die spezielle Brühgruppe im Gerät sorgt für eine optimale Aroma-Ausbeute, da beim Brühvorgang das einströmende Wasser mit dem frisch gemahlene Kaffeepulver verwirbelt wird.



Nivona



Neff

Der erste Neff-Mikrowellenherd in Europa, der so genannte »Elektronenherd« sorgt für Furore.

1957

1957



Rowenta

Bereits 1949 kommt das erste Rowenta Bügeleisen mit Thermostat auf den Markt. Im Jahr 1957 folgt das revolutionäre Dampfbügeleisen (hier im Bild).

1957



WMF

Der Haupteingang der WMF in den 1950er Jahren.

1958



Black & Decker

In Düsseldorf wird die deutsche Black & Decker-Gesellschaft gegründet. Wenige Jahre später entsteht in Idstein ein großes, modernes Werk. Die ersten Elektrowerkzeuge »Made in Germany« laufen vom Band.

Design im Miniformat

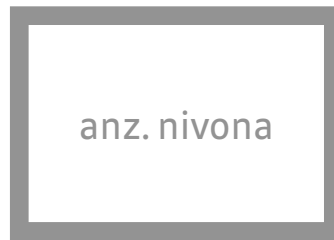


Saeco

Die Saeco Produktlinie »Xsmall« zu der die Modelle »Xsmall Plus« und »Xsmall Steam« gehören, ist in einer puristischen Anthrazit/Silber oder in frischer Rot/Weiß-Variante erhältlich

360°-Design in besonders ergonomischer Form. Ansprechendes Design, komfortable Bedienbarkeit und moderne Funktionalität sind hier auf nur 295 x 419 Millimetern Grundfläche gebündelt. Beide »Xsmall«-Modelle verfügen über ein Scheibenmahlwerk aus Keramik, das die Kaffeebohnen unmittelbar vor dem Brühvorgang mahlt und damit ein intensives Aroma garantiert. Ausgestattet mit dem Automatic-Dose-System stellen sich die Mahlwerke zudem automatisch auf die verwendete

und trägt wie bereits die Vorgängerlinien Odea, Talea und Prima die Handschrift des Münchener Designstudios von BMW Group Designworks-USA. Beide Modelle präsentieren Saecos charakteristische, klare Linienführung im



Kaffeebohnsorte ein und richten die Mahlmenge je nach Bohnensorte aus. Mit der automatischen Abschaltung der Maschinen nach 60 Minuten bieten die neuen Saeco-Modelle überdies eine zeitgemäße Energiesparfunktion.

Kompaktes Design-Highlight

Die Küchenwaage KS 22 von Beurer findet durch ihr kompaktes Format in jeder Küche Platz und wird somit zum Helfer beim Kochen und Backen. Zum Design: Die Wiegefläche ist vom eigentlichen Gehäuse abgesetzt und verbreitert durch den gebürsteten Edelstahl eine kühle Eleganz. Unterhalb der Wiegefläche befinden sich das gut ablesbare LCD-Display sowie zwei Touch-Buttons. Darüber wird die KS 22 ein- bzw. ausgeschaltet, des Weiteren kann der Nutzer hier die Umschaltung von Gramm auf Unzen vornehmen sowie die Tara- und Zuzwiegefunktion steuern. Das Gerät verfügt über eine Tragkraft von drei Kilogramm und eine auf ein Gramm genaue Messeinteilung. Durch die rutschfesten Gummifüße bleibt die KS 22 stets sicher an ihrem Platz. Die mitgelieferte Lithiumbatterie wird dank der integrierten Abschaltautomatik nicht unnötig belastet und sorgt somit für eine komfortable Betriebsdauer.



Beurer

In neuem Design

Die neue Generation der Nescafé Dolce Gusto von Krups arbeitet mit 15 Bar statt bisher 14 Bar Profi-Pumpendruck und schaltet sich nach 20 Minuten automatisch ab – ein gutes Argument in punkto Energieeffizienz.

Eine größere, höhenverstellbare Abstellfläche für die Tasse oder ein Glas und chromfarbene Bedienelemente verleihen ihr ein noch hochwertigeres Aussehen. Der neue Brühkopf verfügt über einen Feststellhebel. Noch mehr Sicherheit gewährleistet der neue Kapselhalter. Das Gerät ist nur betriebsbereit, wenn er eingesetzt ist. Zudem ist der Kapselhalter magnetisch, so dass er sich leichter in den Maschinenkopf einsetzen lässt. Der Wahlhebel für Kalt- oder Heißgetränke ist durch eine mechanische Federung leicht zu bedienen. Die Geräte sind in den Farben Schwarz matt, Weiß glänzend und Rot glänzend erhältlich.



Krups

Außergewöhnliche Farbgebung

Solac präsentiert die neuen Siebträger »Squissita« und »Squissita Plus«, die für Pads und gemahlen Kaffee geeignet sind. Beide arbeiten mit dem »Double Cream System«, das den Brühdruk erhöht und für eine feine Crema sorgt (18 bar Druckpumpe). Das automatische Druckablasssystem lässt den Restdruck nach Durchlauf des Kaffees entweichen und verhindert ein Nachtropfen. Die mit 2-Tassen-System ausgestatteten Geräte arbeiten besonders leise. Die Dampfdüse ist aus Edelstahl und der Tank mit einem Wasserstandindikator versehen. Die Squissita Plus verfügt über das Com-

fort Clean System. D.h. der Filtereinsatz benötigt kein Zubehör, sondern kann zur Zubereitung von ein oder zwei Tassen genutzt werden. Das Kaffeepulver wird automatisch ausgeworfen.



Extra schlankes Design

Die Stabmixer Generation »mixxo quattro« von Bosch arbeitet mit vier, statt mit zwei Klingen. Um allen Anforderungen zu genügen, hat Bosch den Stabmixer MSM75PRO cuisine professional mit einem 600 Watt Motor ausgestattet. Hierbei kann zwischen Normal- und Turbo-Betrieb gewählt werden. Der offene Schäumfuss aus Aluminium unterstützt bei allen luftig zahlreichen Kreationen. Und der vierschneidige Edelstahlmixfuß kann sogar Eis zerkleinern. Der Stabmixer bleibt dennoch leise und vibrationsarm. Durch ihr Design fallen auch die beiden Liniengeräte der Baureihe sofort ins Auge: Der MSM7250 (500 Watt) mit schwarzer Blende hat alle wichtigen Features für die Küchenarbeit integriert. Mit 750 Watt zählt der MSM7400 zu den kraftvollsten Geräten auf dem Markt. Durch elektronische Drehzahlregelung und die neue LED Geschwindigkeitsanzeige ist seine Leistung gut dosierbar. Durchdacht ist bei beiden Geräten die Kabellösung mit Aufhängelasche und Kabelclip. Alle Mixfüße und mitgelieferten Mix- und Messbecher eignen sich für die Reinigung in der Spülmaschine.



1/2
210 x 150mm