

## Die neue A-Klasse: Radikal anderes Design

**Die neue Mercedes-Benz A-Klasse sorgt schon vor ihrer Markteinführung im September für Furore. Ihr erster Auftritt beim Automobilsalon im März in Genf sorgte für Schlagzeilen: „A wie Alles richtig gemacht“ („Auto Motor und Sport“), „A wie alles anders“ („Focus“), „A wie alles neu“ („Spiegel“), und „A wie Angriff“ (Auto-Medienportal). Wer so viel Vorschusslorbern erhält, verdient einen Blick auf die Details, den wir in einer lockeren Folge von Artikeln ermöglichen wollen. Dieses Mal geht es ums Design.**

Dynamik signalisiert das Design der neuen A-Klasse schon auf den ersten Blick. Sie duckt sich 18 cm tiefer als ihr Vorgänger auf die Straße. Das in Shanghai im Herbst 2011 vorgestellte „Concept A-Class“ war zum Teil enthusiastisch begrüßt worden, weil die Formensprache radikal anders und jung war. Dieser Charakter wurde konsequent in die Serie umgesetzt: Wie man im März in Genf erleben konnte, folgt der Auftritt der neuen A-Klasse der neuen Mercedes-Benz-Designsprache. Ergebnis ist ein so genanntes Two-Box-Design mit besonders eigenständigem Charakter, sportlich emotionalem Exterieur und einem Interieur mit besonders hoher Wertanmutung.

„Den neuen dynamischen Stil von Mercedes-Benz in der Kompaktklasse umzusetzen; diese Herausforderung hat viel Spaß gemacht“, erläutert Gordon Wagener, Designchef von Mercedes-Benz. „Kein Auto in diesem Segment ist so progressiv wie die A-Klasse. Typisch Mercedes ist das Skulpturhafte der A-Klasse-Form. Die Charakterlinien speziell in den Seiten geben der A-Klasse Struktur und Spannung. Der neue dynamische Stil wird auch im Innenraum auf den ersten Blick erlebbar.“

Definierte Kanten und die straff gespannten Oberflächen bestimmen das Außendesign der neuen A-Klasse. Das Wechselspiel zwischen konkaven und konvexen Flächen erzeugt besonders auf den Flanken eine charakteristische Lichtwirkung und prägt das Erscheinungsbild.

Typisch für die sportlich-lange Front sind die starke Pfeilung, die eigenständigen Scheinwerfer, die Kühlermaske mit Zentralstern und Doppel-Lamellen links und rechts des Sterns sowie die zusätzlichen seitlichen Lufteinlässe. Die „Dropping Line“ der Seitenansicht läuft im Bereich der Fahrzeugfront aus. Die Gestaltung der Scheinwerfer

sowie die Umsetzung der Lichtfunktionen in ihrem Inneren sind wesentlicher Bestandteil des Designkonzepts.

Durch die Anordnung der Lichtmodule und LED hinter dem Scheinwerfer-Deckglas wurde das charakteristische „Fackelthema“ für Tagfahrlicht und Blinker umgesetzt. Zur so genannten „Fackel“ gehören über der Charakterlinie im Scheinwerfer die LED-Module für das Tagfahrlicht und die Leuchtmittel für den Blinker. Dieses Lichtsignet ist bestimmend für den energischen Blick und somit für ein neues jugendliches Mercedes-Gesicht.

Beim Dach wird das perfekte Zusammenspiel von dynamischer Formgebung und guter Aerodynamik augenfällig: Das Dach ist glattflächig und straff überspannt. Seine Silhouette geht fließend in den flachen Dachabschluss über. Der Dachspoiler, der unsichtbar alle Antennen enthält, setzt im weiteren Flächenverlauf einen sportlichen Akzent und strukturiert die Dachpartie.

Die Bordkante verläuft keilförmig nach hinten ansteigend. Die modellierten Flanken und markante Linien strukturieren die Seitenansicht. Die vordere Strukturkante oberhalb des Kotflügels fällt als so genannte „Dropping Line“ sanft überspannt nach hinten ab. Die kraftvoll modellierten „Schultermuskeln“ über der Hinterachse betonen den coupéhaften Charakter. Eine weitere Linie streckt sich schwungvoll vor dem hinteren Radlauf nach oben, wo sie sanft ausläuft. Durch diese Linien erhält das Profil mehr Tiefe und Dynamik. Dynamische Schwellerverkleidungen schließen den Fahrzeugkörper nach unten ab und verleihen ihm eine gestreckte Leichtigkeit.

Das breitenbetonte Heck zeigt sich in einem Wechselspiel aus konvex-konkaven Flächen und Kanten. Die Heckleuchten setzen die muskulösen Schultern zum Heck hin fort und betonen durch ihre Horizontal-Orientierung die kraftvolle Breite. Die Umsetzung der Lichtfunktionen erfolgt über Lichtleiter und LED-Module. Auch hier wird die Zusammenarbeit zwischen Design und Aerodynamik besonders deutlich: Die Oberfläche der Heckleuchten ist nicht nur gestalterisch interessant, sondern verbessert gleichzeitig die Fahrzeugumströmung durch definierte Abrisskanten im Heckbereich.

Mark Fetherston (35) arbeitete am Design des Supersportwagens SLS AMG und danach an der A-Klasse. Er hat eine klare Meinung zum Design: „Die A-Klasse beendet die Langeweile im Segment“, sagt er und freut sich, dass er mit dem Design, das mit einigen Vorurteilen gegenüber der Marke bricht, beim Vorstand offene Ohren fand: „Ganz ehrlich – am Anfang hätte ich nicht gedacht, dass wir bei Mercedes uns trauen, so ein Auto zu bauen. Aber der Vorstand hat uns bei der Gestaltung der A-Klasse enorme Freiheiten

gegeben. Ja, er hat uns sogar ermuntert, noch progressiver zu werden.“

Fetherstone hat auch eine Erklärung für die besondere Form: „Die Skulptur der A-Klasse haben wir von Hand aus Ton geformt – das geht nicht am Computer. Schauen Sie sich als Beispiel die muskulöse Ausformung über der Hinterachse an. Die Charakterlinien speziell in den Seiten geben dieser Skulptur dann Struktur und Spannung. Dabei ist die Dropping Line der elegante Link zur Mercedes-Heritage, die hochgezogene Schwellerlinie sorgt für Dynamik. Die A-Klasse ist ein klares Statement zur Dynamik der Marke Mercedes-Benz.“

Ausgangspunkt für das Innenraumdesign war die Interieur-Skulptur „Mercedes-Benz Aesthetics No. 2“, die im Januar 2011 auf der Detroit Motorshow die Aufmerksamkeit auf die neue Mercedes-Designsprache auch im Innenraum lenkte. Die erste konkrete Umsetzung, noch entstanden im Advanced Design Studio von Mercedes-Benz im norditalienischen Como, zeigte dann das „Concept A-Class“ im April 2011.

„Die Inspiration aus dem Flugzeug-Design setzt sich bei der A-Klasse fort“, erläutert Designer Jan Kaul. „Die Instrumententafel ist klar in ein flügelprofilartiges Oberteil und ein athletisch ausgeprägtes Unterteil gegliedert. Das erweckt den Eindruck, als ob sich das Oberteil wie auf einem Muskel abstützt.“ Der Innenraum der A-Klasse stelle einen Sprung in Qualität dar, sowohl bei den verwendeten Materialien als auch beim konsequenten Design, sagt Kaul. Beide Ziele seien mit einer eigenen Formensprache und den Kombinationsmöglichkeiten der ausgewählten hochwertigen Materialien umgesetzt worden.

Auch die A-Klasse hat den rund drei Jahre dauernden Weg von der von der ersten Zeichnung bis zur Modellabnahme hinter sich. In dieser Zeit durchläuft ein neuer Mercedes eine Folge von Arbeitsschritten, in denen sich die Designer an das endgültige Fahrzeug herantasten:

**Zeichnung/Rendering:** Am Beginn des Designprozesses steht immer eine Zeichnung, sei es per Hand auf dem Papier oder am Bildschirm. Ideen, die bislang nur im Kopf des Designers existieren, werden sichtbar.

**Package:** Grundlage für jedes Design ist das Package, die Summe aller technischen Vorgaben. Auf dieser Basis müssen die Skizzen so umgesetzt werden, dass Proportionen, Dimensionen und Linienführung ein stimmiges Bild ergeben.

**1:4 Tonmodelle:** Nicht alles kann am Computer simuliert werden, daher werden im

weiteren Verlauf von jeder Variante eines neuen Automobils Tonmodelle angefertigt. Erst jetzt können die Designer entscheiden, ob ihre Entwürfe auch in drei Dimensionen die gewünschte Wirkung entfalten. Parallel dazu entstehen auch immer virtuelle Modelle am Computer.

Modellauswahl: Aus zahlreichen Varianten wird die endgültige Form des neuen Automobils ausgewählt. Es entstehen mit Hilfe von Abtast- und Fräsmaschinen erste „Prototypen“ in voller Größe.

1:1 Modell: In Handarbeit werden alle Einzelheiten des neuen Modells gefertigt. Ein täuschend echtes Vorbild entsteht.

Interieurskizzen: Auch für die Innenraumgestaltung werden im ersten Schritt Zeichnungen und Renderings erstellt. Hier entstehen die verschiedenen Ausstattungslinien, also das Interieur, in dem sich der künftige Fahrer wohlfühlen soll.

Interieur-Tonmodell: Am besten erlebt der Designer die Formentwicklung im 1:1 Tonmodell, das sozusagen von innen heraus aufgebaut wird. In der Regel werden dabei drei alternative Interieurs aufgebaut und zur Entscheidung gebracht.

Color & Trim/Bedien- und Anzeigeconzepte (BAK): Material- und Farbauswahl für das Interieur werden festgelegt. Alle Bedien- und Anzeigenelemente werden entworfen und bis zum Optimum weiterentwickelt.

Interieur-Datenkontrollmodell: Alle Materialien und Farben werden an aufwändig hergestellten 1:1 Innenraummodellen unter „Echtbedingungen“ auf ihre Wirkung überprüft. Jedes Material und jede Farbe erhält einen Code und wird spezifiziert.

Finales Modell: In Handarbeit werden das Exterieur und das Interieur mit allen Einzelheiten in einem Modell vereinigt. Ein täuschend echtes Abbild entsteht.

Modellabnahme: Abschluss eines jeden Designprozesses ist die Modellabnahme durch den Vorstand. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel:



Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.

Das Design der A-Klasse: Design-Chef Gordon Wagner.



Das Design der A-Klasse: Designchef Gordon Wagener.



Das Design der A-Klasse: Gordon Wagener (rechts) und Hartmut Sinkwitz.  
Das Design der A-Klasse: Mark Fetherstone.



Das Design der A-Klasse: Hartmut Zinkwitz.



Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.  
Das Design der A-Klasse.





Das Design der A-Klasse: Jan Kaul.



Das Design der A-Klasse.  
Das Design der A-Klasse.





Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.  
Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.  
Das Design der A-Klasse.



Das Design der A-Klasse.  
Das Design der A-Klasse.

