

Kommentar: Neue Welt

Von Peter Schwerdtmann

Das Wort "Armaturenbrett" hat nun wirklich ausgedient. Was die Interieurdesigner von Mercedes-Benz nun für die neue C-Klasse hingestellt haben, verdient einen anderen Begriff, vielleicht an Anlehnung an die Möbelwirtschaft den Begriff "Wohnlandschaft" oder "Wohlfühlzone". Andere sprechen ja auch schon mal von der Loungeatmosphäre. Wie immer: Was die Mannschaft um Helmut Sinkwitz heute in Stuttgart vorstellte, ist nicht mehr und nicht weniger als eine neue Welt im Innenraumdesign.

Dabei ist es nicht der Stil, der überrascht. Es ist vielmehr die Tatsache, dass die Stuttgarter diesen Stil aus der S-Klasse um zwei Fahrzeugklassen nach unten in die C-Klasse hieven. Sie haben sich dabei nicht verhoben, zumal sie davon ausgehen können, dass heutige und erst recht zukünftige Generationen von Fahrzeugkäufern mehr auf das Ambiente eines Autos achten werden als das bisher oft der Fall war.

Man will sehen, was man gekauft hat. Selbst ehemalige Schlichtautos aus Asien, die sich früher mit billigsten Massenkomponten einen Innenraum schufen, dem man den Preis ansah, wissen heute, dass man Käufer leichter gewinnen kann, wenn man in den Innenraum investiert. Wieviel mehr muss das erst für eine Marke wie Mercedes-Benz gelten, die mit dem Slogan "Das Beste oder nichts" antritt. Bei Gestaltung, Materialauswahl und Verarbeitung wollen sie diesem Anspruch nun auch bei dem Auto gerecht werden, das einst als "Baby-Benz" bezeichnet wurde und sich im Innenraum kaum von anderen unterschied. Der hatte noch ein richtiges Armaturenbrett.

Noch kennen wir nicht mehr als den Innenraum. Den Rest werden wir erst im Januar bei der North American International Auto Show erleben. Und dann bleibt immer noch die Frage, ob er denn auch so gut fährt wie sein Innenraum aussieht. Im Interieurdesign hat Mercedes-Benz die Latte jetzt sehr hoch gelegt. Mal sehen, wie die anderen darauf reagieren. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Peter Schwerdtmann
