
Der neue China-Style im Autodesign hat deutsche Wurzeln

Von Guido Reinking

Am Gepäckband des Pekinger Flughafens empfängt Besucher eine Audi-Werbung: Der A8 „Horch“ wird angepriesen. Den historischen Namen trägt die Luxuslimousine der höchsten Ausstattung nur in China: Zweifarblackierung, große Kühlermaske, mächtige Aluräder, viel Chrom, ein gekröntes „H“ auf der C-Säule – so stellen sich deutsche Automanager Luxusautos für Chinesen vor. Doch die meist junge Kundschaft im Reich der Mitte machen solche Bling-Bling-Autos – wie auch den ähnlich überladenen Mercedes-Maybach – nicht mehr an. Sie wollen ein anderes Design, frischer, schlichter, nicht so überladen.

Ironischerweise haben vor allem deutsche Designer den Chinesen eine neue Formensprache gezeigt: Stars der Branche wie Stefan Sielaff (ehemals Bentley, heute Geely), Klaus Zyciora (ehemals VW, heute Chongqing Changan) und Wolfgang Egger (ehemals Alfa Romeo und Audi, heute BYD Group). Es wird erwartet, dass auch der kürzlich abgesetzte Audi-Designer Marc Lichte bald in China arbeitet. Wolfgang Egger verantwortet bereits seit sieben Jahren als Chefdesigner des chinesischen Autobauers BYD die Formensprache des mittlerweile größten Elektroautobauers der Welt. Er entwerfe dort keine Autos für China, sagt Egger, sondern für den Weltmarkt: „Schönheit ist global“, sagt er im Gespräch mit Car-Editors.Net. (aum)

Bilder zum Artikel



Denza Z9 GT.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BYD



Wolfgang Egger.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BYD



BYD auf der Auto China 2024 in Peking.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BYD



BYD-Designcenter.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BYD
