
Interview: „Ein Auto, das weltweit als deutsches Auto bestehen kann“

Von Frank Wald, cen

War der erste Opel Mokka noch ein pausbäckiger und stämmiger Mini-SUV mit Allradantrieb und hoher Sitzposition, so erscheint die zweite Generation jetzt als kantig-straff gezeichneter Crossover. Warum der Imagewechsel für ein Auto, das in Opels Modellprogramm mit über einer Million Verkäufen als Bestseller gilt? Interview mit Opels Interieur-Chefdesigner Stefan Arndt über deutsches Design, Vizer-Varianten und digitales Detox.

Warum sieht der neue Mokka so ganz anders aus als der Vorgänger? Der war doch so wie er war ein Bestseller und sehr beliebt?

„Der Mokka X war tatsächlich sehr erfolgreich und sicher auch das passende Auto zum richtigen Zeitpunkt. Doch bei der Entwicklung des neuen Mokkas haben wir uns gefragt: Wie viele von den Mokka X-Kunden hatten denn wirklich Vierradantrieb bestellt? Und wie viele brauchen wirklich ein so hohes Auto? Und wie zeitgemäß ist es, zu sagen, es muss aussehen wie ein SUV? Das führte dann zu der Einsicht, dass leichter vielleicht besser ist und weniger mehr. Es muss natürlich ein sehr gutes Auto sein und robust aussehen. Das ist das, was die Leute bisher am Mokka mochten. Aber nun sitzt man nicht mehr auf dem Auto, sondern im Auto und ist fahraktiver unterwegs. Und dennoch besitzt der Wagen robusten Charme und Glaubwürdigkeit.“

Als erster Opel bekommt der neue Mokka das künftige Vizer-Frontdesign. Woher die Idee mit dem neuen Gesicht?

„Im PSA-Konzern sind wir die deutsche Marke. Und die Überlegung war: Wir entwickeln jetzt ein Auto, das als deutsches Auto bestehen kann, egal, wo wir es global verkaufen. Dann ergab sich die Frage: Was ist denn eigentlich deutsches Design? Nach internen Präsentationen wurde klar: Deutsches Design besteht häufig in der Reduktion aufs Wesentliche, ist zeitloser und langlebiger. Sozusagen ein visuelles Detox. So wurde die Silhouette dann wieder ein wenig klassischer mit einer Haube, unter der was steckt. Im zweiten Schritt haben wir dann überlegt, welches Frontdesign bei Opel erfolgreich war. In den 70er-Jahren war das der schwarze Kühlergrill mit den integrierten Lampen wie bei Commodore oder Rekord C, und am schönsten beim Manta A. Der hatte zwar runde Leuchten, aber diese auch an die äußeren Kanten gesetzt. Das sieht heute immer noch toll aus. Damit fühlten wir uns dann wohl. Wir machten diesen Schritt um ein langlebiges Design zu kreieren, bei dem man Opel erkennen kann und wir niemanden kopieren.“

Dieses Design wird sich dann also auch bei den kommenden Modellen wie dem für Ende des Jahres angekündigten neuen Astra wiederfinden?

"Ja genau. Wir wollten etwas entwickeln, was auch viele Jahre gut ankommt, um nicht mit jedem neuen Modell Opel wieder neu zu erfinden. Man könnte diesen Vizer auch auf andere Fahrzeugklassen und -größen variieren, der muss nicht so schlank bleiben. Bei größeren und höheren Autos wächst das noch ein bisschen. Oder die Bügelfalte in der Haube, die jetzt schon breiter geworden ist, könnte bei kommenden Autos in der Breite variieren. Wir glauben, dass ist ein tragfähiges Design."

Wie wichtig wird im jetzt noch einmal vergrößerten (Stellantis-) Konzernverbund das

Design für Opel?

„Design ist enorm wichtig für das ganze Markenerlebnis. Fahrwerk, Motoren und weitere Komponenten erhalten ein Opel typisches Setup oder auch den bekannten guten Sitzkomfort, was der Kunde dann als etwas Bekanntes wahrnimmt und wiedererkennt. Doch muss man die Marke auch nach vorne tragen. Und das geht vor allem über das Design. Wenn wir in der Vergangenheit unsere Astras oder Kadetts mal rund, mal schneller, mal mit Steilheck gezeichnet haben, dann waren die zwar immer neu, als sie auf den Markt kamen. Doch wie man am Erfolg eines anderen deutschen Kompaktwagens sehen kann, funktioniert im deutschen Automobilbau offensichtlich auch das reduzierte Design, das Qualität und Ruhe ausstrahlt.“

Wenn technische Plattformen, Motoren und Komponenten ähnlich sind, bleibt am Ende nur noch die Form, mit der Sie sich abgrenzen können?

„Und die Handhabung. Wie etwa mit unserem neuen Pure Panel, das ganz anders als das i-Cockpit (von Peugeot) aussieht. Es gibt Kunden, die das toll finden und andere, die eher zentrale Screens oder Dreh-Drück-Regler mögen. Das sind die Dinge, mit denen sich die Marken positionieren können. Wir sind da jetzt beständiger. Die Grundform des Cockpits gibt es schon mindestens seit dem Insignia. Damals war allerdings nur ein Bildschirm in dem Kombiinstrumenten-Loop integriert. Jetzt sind die Leute bereit für die digitale Darstellung.“

Neben ihrem neuen Pure Panel-Cockpit mit den großen digitalen Anzeige- und Bedienflächen finden sich aber auch das unverändert große Lenkrad, die bekannten Stockhebel, Drehregler und Schalter. War das Absicht?

„Moderne Touchscreens mit großen Anzeigen sind klasse. Aber wir waren schon immer der Meinung, dass man bestimmte Sachen schnell drücken muss, mit gutem taktilen Feedback und wenn es sein muss, auch mit Chrom am Drehregler, damit man sie gut findet. Uns war immer wichtig, dass egal was man anfasst, eine hohe Qualität haben muss. Wenn es ein Lenkrad ist, muss die Naht und die Form von der Rundung korrekt sein. Auch Schalter müssen eine Solidität besitzen. Damit man intuitiv weiß und nicht gucken muss, was man gemacht hat. Als wir beispielsweise den Adam in den Markt gebracht haben, war die Radiolautstärke auch zunächst über einen Slider zu steuern. Das haben wir mit dem Facelift geändert, weil wir gemerkt haben: kann schön aussehen, ist aber suboptimal in der Handhabung.“

Warum ist das Pure Panel nicht wirklich pur und trägt diesen breiten Dekor-Rahmen?

„Wir wollten noch eine Handauflage, auf die man den Handballen stützen kann, um während der Fahrt kontrolliert den Touchscreen zu bedienen. Ich denke, das ist eine wichtige Funktion, die wir übrigens schon beim Insignia gelernt hatten. Wenn wir große Screens bedienen, ist es beispielsweise während der Fahrt auf der Autobahn sinnvoll, dabei die Hand aufzulegen, um nicht unkontrolliert mit den Fingern auf dem Display herum zu rutschen.“ (ampnet/fw)

Bilder zum Artikel



Opel-Chefdesigner Stefan Arndt

Foto: Auto-Medienportal.Net/Opel