

# Der Babyauto-Boom : die Antwort der Autobranche auf das Negativ-Image des Autos

Autor(en): **Oeder, Werner**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **6 (1993)**

Heft 9

PDF erstellt am: **11.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-119820>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

A trend is born, mit dem die gebeutelte Autobranche wieder ein paar Jahre gut leben kann: Small is macromässig beautiful. Die Kleinwagen der 90er Jahre setzen mit Soft-Design auf Emotion. Und wie.

NEUES AUTODESIGN AUS DER KINDERSTUBE

# Der Babyauto-Boom

Das Styling der neuen Citycars à la Twingo ist eine wahrnehmungspsychologisch feine Mischung aus Teddybär, Idefix und Babyface. Kindchenschema heisst die diminutive Design-Devise: hohe Stirn, gedrängte Kinnpartie, Kulleraugen, runde Linien und sanfte Proportionen. Das Kindchenschema, das lehrt uns die Verhaltensforschung, hält hungrige und eifersüchtige Löwenväter mit genetisch einprogrammierter Sicherheit davon ab, die Jungtiere einfach wegzuputzen. Es stimmt auch genervte Mütter triebgesteuert günstig. Jenseits der Windschlüpfrieger bricht diese Auto-Physiognomik sämtliche Gefühlswiderstandswerte. Im Verkehrsgetümmel wirkt der Schnuckel-Habitus der Micras, Mazdas und Minis gegen innen und aussen: herzwärts und prophylaktisch gegen die Grimmig-Grossen. Zeichentheoretisch gesprochen markiert ihre demonstrative Kleinheit pure Unschuld und suggeriert ein einfaches Beherrschen der Maschine.

Renaults Design-Coup «Twingo» verlängert die neue Kindlichkeit gnadenlos ins Interieur. Knautschiger Duplo-Look ziert die Armaturen, launiger Leggings-Pop überzieht die Schalensitze. Der kleine Bruder des berühmten

«Espace» ist als Minivan oder, einfacher gesagt, als «Mini-Grossraumfahrzeug», konzipiert und überrascht seine Kategorie mit viel Platz. Die Neudimensionierung des Kleinwagens antwortete, so Renaults Markteinschätzung, einem kulturellen Wandel. Moderne Beifahrer und Beifahrerinnen verstehen sich als Fahrgäste und wünschen sich das «Leben an Bord» als bruchlose und bequeme Fortsetzung ihres häuslichen Glücks. Das «Auto als Lebensraum-Konzept» (Prospekt) verwandelt die Strasse also definitiv in die «Wohnung des Kollektivs» (Walter Benjamin) respektive in dessen rollendes Kinderzimmer. Vielleicht löst das Raumfahrt-Konzept des Twingos ein, was Frederic Vester in seiner Verkehrsanalyse «Ausfahrt Zukunft» vom Design fordert: Die Gestaltung müsse die sekundären Transportbedürfnisse wie Spass, Individualität, Prestige mit Eleganz und Emotion befriedigen und zugleich Macho-Gelüste dämpfen. Nicht aggressives Beschleunigen, sondern Komfortgenuss solle das gute Fahrgefühl erzeugen. Tatsächlich zielt die designtechnische Verkehrsberuhigung des Twingo in die richtige Richtung, auf den Fahrer. Aber sie trifft ihn noch nicht an den entscheidenden Stellen.

Kulleraugen, runde Linien und sanfte Proportionen: Das Baby-Auto strahlt Unschuld aus

Denn die Gestaltungsinnovationen tasten scheinbar irreduziblen Auto-Konstanten wie das Lenkrad, das Gaspedal und die Gangschaltung nicht an. Warum fährt man im Zeitalter der interaktiven Medien, der sprechenden und hörenden Computer immer noch mit soviel Hand- und Fussarbeit? Weil uns die Metaphysik noch in den Gliedern steckt. Das autonome Subjekt ist seit 100 Jahren das automobile Individuum. Und es bildet sich an materiellen Schnittstellen, ironischerweise an den Extremitäten. Die Füsse bremsen, geben Gas und Dutzenden von Pferden die Sporen. Am Lenkrad behält der Fahrer das Steuer in der Hand und die Finger im Spiel. Lenksäule und Schaltknüppel verkuppeln Menschentriebe mit Fünfgang-Getrieben. Wahrhaft revolutionäres Auto-Design löste die antiquierte Kopplung von Fahrer und Auto und beförderte ihn zum Gast. Schliesslich denkt und lenkt der Computer längst diskret im Mikrosekundenbereich. Doch wie hart-

näckig sich die paradoxe Fiktion purer Auto-Mobilität am Leben erhält, zeigt das High-Tech-Verbot des Formel 1-Weltverbands Fisa. Ab 1994 soll das Rasen wieder reines, unteilbares Menschenwerk sein, ohne elektronische Hilfsmittel wie aktive Radaufhängung, das automatische Getriebe, die Telemetrie sowie Funk zwischen Boxen und Auto. Vielleicht lässt sich dem Autofahren die monströse Leiblichkeit austreiben, indem wir die Kinderstube ernster nehmen. Das hiesse: An die Stelle der Steuerräder, Pedalen, Schalter und Hebel tritt ein omnipotenter Joystick, mit dem der kleine Finger spielend das Ruder übernimmt. Und für die Freizeitfahrten, der Hauptantrieb des automobilen Dort-Seins, bewohnen die Fahrgäste das immobile und definitiv abgasfreie virtuelle Spielzeugauto: Cybermobil statt Citycar.

Werner Oeder