

# Upgrade aus China

## Wie chinesische Automobilhersteller das Interieurdesign von morgen prägen

Neue und fortschrittliche Gestaltungsmuster für automobiler Innenräume gab es auf der Shanghai Auto Show 2017 Ende April zu sehen. Chinesische Hersteller emanzipieren sich zunehmend von westlichen Geschmacksmustern und finden zu eigenen Interieurdesigns. In Kombination mit der Größe der angesprochenen Zielgruppe wird dies weltweit vermehrt Einfluss haben.



Bisher waren Sitze, Türgriffe oder Verkleidungsteile für den Betrachter eher sekundär in der Interieurwahrnehmung. Durch Digitalisierung und gesteigerte Wahrnehmung des Innenraums durch die autonom fahrenden Passagiere rücken sie nun in den Fokus. Das ist exemplarisch am Fahrzeug Tiggo Coupe Concept des chinesischen Herstellers Chery zu sehen (© J. Friedrich)

Nach Jahren der Adaption des westlichen Geschmacks finden chinesische Fahrzeughersteller nun zu einer eigenen Interieur-Interpretation. Das bewirkt eine segmentübergreifende Aufwertung des chinesischen Fahrzeuginnenraums, besonders in Verbindung mit Elektrofahrzeugen und dem „Autonomen Fahren“. Zwei große, marktverändernde Entwicklungen stützen diese Behauptung. Zum einen vollzieht sich derzeit ein Paradigmenwechsel vom konventionell angetriebenen Fahrzeug hin zum elektrischen Antrieb, der eine Neuordnung der gesamten Fahrzeuginnenraum-Architektur auslöst. Zum anderen wächst mit der chinesischen Wirtschaft auch das Bewusstsein für Design und Qualität, ge-

trieben durch eine junge, progressive, wachsende Mittelschicht im Alter zwischen 25 und 45 Jahren, die zunehmend gut gebildet, informiert und über soziale Medien vernetzt ist (Bild 1). In Deutschland hat diese junge Mitte in den Fünfziger-Jahren für den wirtschaftlichen Aufschwung gesorgt – heute kommt dieser Wachstumsmotor in China gerade auf Touren.

Die höhere Bildung und bessere Information der Endkunden steigert auch die Erwartungen und Ansprüche an die Güte der Produkte. Um diesem neuen Anspruchsdenken der Endkunden gerecht zu werden, lassen sich chinesische OEMs durch westliche Designer unterstützen. So haben die italienischen

Studios Pininfarina und Bertone vielen chinesischen Marken Starthilfe gegeben. Die Ausbildung der chinesischen Designer, in Europa und verstärkt nun auch vor Ort, läuft auf Hochtouren. Gerade findet in der Branche ein Wandel von einer chinesischen „Design-Pubertät“ hin zu einem erwachseneren Umgang mit Formen, Materialien und Farbe statt.

### Diktat der Digitalisierung

Chinesische, aber auch westliche Fahrzeughersteller, befinden sich aktuell im Spannungsfeld planungsrisanter Veränderungen durch neue Antriebsenergien, neue Wettbewerber und die Digitalisierung. Auf diese Herausforderungen »



**Bild 1.** Durch das junge Durchschnittsalter der Gesellschaft in China ändern sich auch die Bedürfnisse der Zielgruppe. Die neue Marke Lynk & Co des etablierten Geely-Konzerns richtet sich mit frischem Design und hoher Qualität an ein progressives, jüngeres Publikum. Das Bild zeigt das Fahrzeug Model 01 IP auf Volvo V40-Basis, das auf der Shanghai Auto Show vorgestellt wurde

(© J. Friedrich)

reagieren sie mehr oder weniger mutig. Konventionelle Muster stellt die Dynamik der Digitalisierung schneller in Frage als noch vor einigen Jahren. Lange Entwicklungszyklen werden durch die Digitalisierung und die damit aufkommenden neuen Wettbewerber wie Apple, Tesla, Nio oder Google sowie deren kurzweiliges Konsumgüter-Staccato abgelöst. Die Taktzahl der Neuentwicklungen erhöht sich dadurch.

Zukünftige Fahrzeuginterieurs werden besonders durch zwei Hauptrichtungen geprägt: Die deutlichen Auswirkungen der Digitalisierung sowie der sich formierende Gegentrend aus Handwerkskunst (Craftsmanship) verbunden mit Natürlichkeit und verstärkter Sensualität (**Bild 2**). Als Konsequenz der Interieur-Digitalisierung ist beispielsweise zu beobachten, dass Komponenten verschwinden oder mit anderen fusionieren und Schalter sowie Stellteile durch größere Touch-Displays reduziert werden. Diese „Auflösungstendenzen“ werden an der Mittelkonsole besonders deutlich. Bei dieser Baugruppe sind drei verschiedene Schritte der Veränderung zu beobachten. Hervorgerufen durch die gestiegene Nut-

zung von Automatikgetrieben ergeben sich für die Gestaltung der Mittelkonsole deutliche Materialeinsparungen. Das Design greift die Idee des Leichtbau-Looks

auf. Der erste Modernisierungsschritt ist eine scheinbar schwebende Mittelkonsole. Der zweite Schritt beschreibt die Integration der Mittelkonsole in andere Komponenten, etwa den Sitz (auch als Component-Fusion bekannt). Im letzten Schritt verschwindet die Mittelkonsole. Hier werden Funktionen in der Instrumententafel oder in anderen Komponenten platziert.

### **Minimalisierung wertet Oberflächen und Sekundärbauteile auf**

Das Verschwinden oder Fusionieren von Komponenten bewirkt, dass zunehmend Konzeptfahrzeuge mit einem eher minimalistischen Interieur gezeigt werden. Displays werden größer und vielfältig an verschiedenen Orten im Innenraum integriert, oft mit Touch-Funktionen ausgestattet. Als Konsequenz dieser weniger überladenen Gesamtatmosphäre der neuen Fahrzeuginnenräume wird die Qualitätsanmutung der Oberflächen wichtiger. Sensuelle Materialien, d.h. natürliche Materialien wie Holz, Metall, Leder, kommen vermehrt zum Einsatz. Ihre Oberflächen zeigen eine komplexere Struktur. Außerdem werden Materialkombinationen vielfältiger.

Die Zunahme an Komplexität im Detail sieht man auch bei der Entwicklung neuer Baugruppen. Im eher minimalisti-



**Bild 2.** Sieht aus wie hohe Handwerkskunst, ist aber ausgefeilte Fertigungstechnik: Die kontrastierenden Nahtverläufe am Fahrzeugsitz entsprechen dem Kundenwunsch nach „Craftsmanship“, genauer gesagt nach visuellen und haptischen Highlights selbst im kleinsten Detail (© J. Friedrich)

schen Interieur ist eine generelle Aufwertung und erhöhte Komplexität der noch vorhandenen Komponenten zukunftsbestimmend. Beispielhaft dafür ist die Aufwertung von Bauteilen, die für Designer bisher noch nicht im Fokus standen. Medienintegration wie etwa Displays in den Türen als Abbildung der ehemaligen Seitenspiegelfläche (Verschwinden der Rückspiegel, hin zur Kamera). Auch die Aufwertung der Sitze ist bemerkenswert. Die Seitenteile und rückwärtigen Bereiche der Sitze rücken in den Fokus. Die Verweildauer im Interieur nimmt zu, die visuellen und haptischen Komfortzonen werden wichtiger. Die Passagiere haben mehr Zeit, sich mit dem Interieur zu beschäftigen, dadurch steigen die Ansprüche.

Diese zunehmende Aufwertung dieser Bauteile in „Secondary Zones“ (d.h. Bereiche, die nicht im Fokus der Passagiere sind) ist schon seit einigen Jahren zu beobachten, bekommt jedoch mit den Entwürfen für autonomes Fahren einen zusätzlichen Schub durch eine längere Verweildauer des Endkunden im Auto und damit einhergehende entspannte Sitz- und Liegepositionen. Die Sitze des SUV-Fahrzeugs Tiggo Coupe Concept (**Titelbild**) vom Automobilhersteller Chery Automobile Co., Ltd., Wuhu, Anhui Provinz/China, erhalten diese Aufwertung durch:

- Carbon-Look-Oberflächen
- Warmton-Metallic-Deko
- Media-Integration in Kopfstützen
- Aufwertung der oberen Sitzkomponenten
- 3D-Charakter der Sitzpolsterung

### **Authentizität und Tradition in chinesischen Mainstream-Fahrzeugen**

Dieses Jahr zeigten die auf der Shanghai Auto Show ausgestellten Fahrzeuge eine Entwicklung hin zu einer deutlich gesteigerten Design- und Qualitätsanmutung im Fahrzeuginterieur. Dies war nicht nur bei den chinesischen Mainstream-Fabriken (Geely, Haval, JAC, Chery, Roewe), sondern auch bei den sich neu entwickelnden Premiummarken (WEY, Hybrid Kinetic Group, Borgward) zu beobachten, die sich in ersten Signalen schon die letzten beiden Jahre angedeutet hatte.

Einige der chinesischen Marken versuchen, sich als „Young Premium“ für progressive jüngere Zielgruppen zu positionieren, wie beispielsweise die neue Marke



**Bild 3.** In diesem Jahr war auf der Shanghai Auto Show ein Trend zu einer deutlich gesteigerten Design- und Qualitätsanmutung im Fahrzeuginterieur zu beobachten, selbst bei Mainstream-Herstellern. Dies zeigt beispielsweise die Türtafel des Geely GS-Fahrzeugs mit vielfältigen Dekor-, Material- und Oberflächenkombinationen (© J. Friedrich)

Lynk & Co. des Konzerns Geely Automobile Holdings Ltd., Wanchai, Hongkong/China. Deren Fahrzeuge kennzeichnen eine sehr frische Erscheinungsform, sie sind nach aktuellen Designrends gestaltet und erfüllen die westlichen Qualitätsansprüche bei Material und Design. Die Türtafel des Geely GS kombiniert Materialien, Oberflächendekore, Farbkontraste und imitierte Nahtverläufe mit traditionellen chinesischen Mustern und Carbon-Optik (**Bild 3**).

So kann sich chinesisches Automobil-design mit internationalen Standards messen und wird durch die Größe der angesprochenen Zielgruppen weltweit vermehrten Einfluss haben. Dies ist schon in der allgemeinen Zunahme an Komplexität beim Exterieur und Interieur in der Fahrzeuggestaltung zu erkennen. Die Chancen stehen gut, dass China das neue Zentrum des globalen Automobildesigns werden wird. Die besondere Brisanz der sich verschlechternden Umweltbedingungen in den chinesischen Metropolen beschleunigt die Entwicklung elektrischer beziehungsweise alternativer Antriebskonzepte inklusive der damit verbundenen Designs.

Die Darstellung von vermeintlich hochwertiger Handarbeit ist ein sehr wichtiges Designinstrument, um im Fahrzeuginterieur mithilfe einer markentypischen Handschrift eine unverwechselbare Atmosphäre zu erzeugen. Ein Beispiel

für den Einsatz von „Craftsmanship“ sind visuelle und haptische Komfortzonen durch hochwertige Oberflächen. Authentizität durch Patina (Retro- oder Classic-Charakter), Sensualität in Form von Haptik und Designqualität spielen eine wichtige Rolle und bilden einen Kontrast zu den virtuellen, medialen Oberflächen.

Diese Beispiele für Bereiche mit qualitativer Anmutung werden von den Herstellern genutzt, um eine gezielte Atmosphäre im Fahrzeuginnenraum zu erzeugen. Aktuell zeigen chinesische Marken im Interieur eine größere Designvielfalt als im Exterieur. Der Einsatz von zunehmend farbigen Flächen und größeren Dekorelementen ist charakteristisch für die expressiven Tendenzen in den chinesischen Mainstream-Fahrzeugsegmenten.

### **Zurückhaltende Gestaltung von Premium-Fahrzeugen**

Bei den aufkommenden chinesischen Premiummarken ist ein etwas zurückhaltenderer Stil im Umgang mit Farbe und Kontrasten zu erkennen. Hier orientiert man sich größtenteils an traditionellen westlichen Premiummarken und folgt eher im Detail dem Trend der Komplexität und expressiven Materialoberflächen. Der Einsatz von Dekorelementen nimmt zu – sowohl in dimensionalem Ausmaß als auch in Anzahl und Platzierung an bisher ungewohnten Orten im Interieur. Metalloberflä- ➤



**Bild 4.** Mit rund 100 Mitarbeitern wird das Design des chinesischen Start-up-Herstellers von Elektrofahrzeugen Nio von München aus gestaltet. Kein Zufall, dass der Innenraum des Konzeptfahrzeugs Nio Eve mit der Anmutung einer europäischen Premiummarke daherkommt (© J. Friedrich)

## Der Autor

**Jörg Friedrich** ist Managing Director der Car Men GmbH, Idstein/Kröftel; [jf@car-men.de](mailto:jf@car-men.de)

## Service

### Digitalversion

» Ein PDF des Artikels finden Sie unter [www.kunststoffe.de/3640647](http://www.kunststoffe.de/3640647)

chen bleiben als durchgängiger Standard erhalten und werden oft auf komplexe Art und Weise mit Holz, hochwertigen Kunststoffen (seidenmatt oder glänzend) oder Displays kombiniert. Der Einsatz von Kunststoffen zeigt sich vermehrt bei den Konzepten für Elektrofahrzeuge – dann oft in Verbindung mit Illumination oder fortschrittlicher Oberflächengestaltung wie etwa 3D-Anmutungen und Tiefenwirkung durch transparente Folien. Diese 3D-Tiefenwirkung wird gern bei der Verwendung von Carbon-Optik-inspirierten Dekorflächen benutzt. Carbon-Interpretationen sind in China zurzeit im Trend und werden vielfältig im Innen- und Außenraum verwendet.

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt sehen sich die stilsicheren westlichen Premiumhersteller durch das Thema Elektrofahrzeuge mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Sie sind in einer Findungsphase, wenn es darum geht, eine markenadäquate Designsprache zu schaffen, die eine gewohnte Langzeitqualität erfüllt. Die neuen chinesischen Premiumhersteller stehen vor derselben Herausforderung. Sie können sich aber freier, ohne die Zwänge einer langen Markenhistorie, bewegen und freuen sich über tatkräftige Unterstützung von abgeworbenen Designern von Premiummarken. Bestes Beispiel dafür ist das private Start-up-Unternehmen Nio, das vor drei Jahren vom Internet-Milliardär William Li in Schanghai/China gegründet wurde. Er warb weltweit zahlreiche erfahrene Automobilexperten an, unter anderem Kris Tomasson, der von BMW kam und nun mit rund 100 Mitarbeitern von München aus das Nio-Design verantwortet (**Bild 4**). ■

ungen konfrontiert. Sie sind in einer Findungsphase, wenn es darum geht, eine markenadäquate Designsprache zu schaffen, die eine gewohnte Langzeitqualität erfüllt. Die neuen chinesischen Premiumhersteller stehen vor derselben Herausforderung. Sie können sich aber freier, ohne die Zwänge einer langen Markenhistorie, bewegen und freuen sich über tatkräftige Unterstützung von abgeworbenen Designern von Premiummarken. Bestes Beispiel dafür ist das private Start-up-Unternehmen Nio, das vor drei Jahren vom Internet-Milliardär William Li in Schanghai/China gegründet wurde. Er warb weltweit zahlreiche erfahrene Automobilexperten an, unter anderem Kris Tomasson, der von BMW kam und nun mit rund 100 Mitarbeitern von München aus das Nio-Design verantwortet (**Bild 4**). ■

# Exquisite Veranstaltungen.

[www.hanser-tagungen.de](http://www.hanser-tagungen.de)

**HANSER**  
Tagungen und Messen