



Prof. Dr. Peter Zec, Medien-, Kunstwissenschaftler und Psychologe, „**president elect**“ des internationalen Designdachverbandes ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) und geschäftsführender Vorstand des Design Zentrums Nordrhein Westfalen

Z E C K O N T R O V E R S

Zeige mir dein Auto ...

Als Vater von einem munteren einjährigen Zwillingsspärchen kommt man nicht umhin, die Welt wieder neu zu entdecken. Natürlich sind die Sprösslinge noch nicht in dem Alter, in dem sie einen mit den ewigen Warum-Fragen in Erklärungsnöte bringen, doch sind sie ständig auf Entdeckungstour. Dabei ist es immer wieder faszinierend zu beobachten, welch unterschiedliche Gegenstände ihre Aufmerksamkeit zu fesseln vermögen. Während mein Töchterchen ihre ersten wackligen Schritte zur Zeit vor allem in Richtung Treppen und Zimmerpflanzen lenkt, robbt sich mein Sohn immer wieder in Richtung Haustür, denn seit gut einer Woche bereits besteht der Höhepunkt seines Tages darin, ein paar Minuten krähend und juchzend hinter dem Lenkrad meines Auto zu sitzen und Knöpfe drücken zu dürfen. Damit bedient er schon früh das alte Klischee, dass zwischen dem starken Geschlecht und dem Auto eine ganz besondere Beziehung besteht. Ob dies in seinem Falle auf Instinkt, Sozialisation oder Erbgut beruht (denn mit seiner Leidenschaft für Autos schlägt er ganz nach mir), vermag ich nicht mit letzter Sicherheit zu beantworten.

Fest steht jedoch, dass Autos eine ganz spezielle Faszination auf Männer ausüben. Diese kann sich darin manifestieren, dass man, wie mein Nachbar, jeden Samstag hingebungsvoll das Auto poliert, damit die Nachbarschaft zum Lästern und die eigene Frau zur Weißglut bringt, darin, dass man sonntags keine Verabredungen mehr annimmt, um nicht das Formel 1-Rennen zu verpassen, oder jede freie Minute nutzt, um am Oldtimer herumzubasteln, den VW-Bus auszubauen oder den Corsa zu tunen. Oder aber,

wie in meinem Fall, kein Auto passieren kann, ohne das Design zu kommentieren. Und angesichts der Vielfalt der automobilen Erscheinungsbilder ist auch das eine Macke, die zum Leidwesen meiner Frau jede Autofahrt dominiert.

Design ist gerade in der Automobilindustrie einer der wichtigsten Faktoren für wirtschaftlichen Erfolg. Es muss Erhebliches leisten: den Nerv der Zeit treffen, ohne gefällig zu sein, innovativ sein und dabei Sicherheits- und Umweltschutzstandards berücksichtigen. Vor allem aber muss es das Bedürfnis des Nutzers nach Differenzierung und Individualisierung befriedigen, denn ein Auto ist auch Statussymbol und spiegelt die Lebenseinstellung wider. Persönlich finde ich bei Autos die Gesichter, also die Frontpartien, am charakteristischsten, denn sie tragen entscheidend dazu bei, ob wir ein Auto als vertrauenerweckend (wie den Mini mit seinem freundlichen, immer ein wenig erstaunt wirkenden Kinder Gesicht), als aggressiv (etwa der Lamborghini Murciélago Coupé, dessen Front an einen Hammerhai erinnert) oder als freundlich (wie das Renault Concept Car „Zoé“, das mit seinen weit aufgerissenen Augen einem japanischen Manga entsprungen zu sein scheint) empfinden. Wenn man vom Auto auf den Fahrer schließen könnte, würden meine Frau und ich das klassische Rollenbild erfüllen: Sie in ihrem großen, freundlichen und beschützenden Gefährt und ich in meinem schnellen und aggressiver aussehenden Auto, in dem ein Zwillingsskinderwagen keinen Platz hat. Aber so einfach ist es dann doch nicht, denn Autos zeigen manchmal auch nur, wer, was oder wie wir gerne wären ... ■