



## NEWS – MAZDA AUSTRIA

### Der Mazda MX-30 aus dem Blickwinkel einer neuen Designer-Generation

Mit seinem innovativen Elektroantrieb und seinem unverwechselbaren Design repräsentiert der neue MX-30 die jüngste Mazda Fahrzeuggeneration. Nun hat Mazda junge Designer aus anderen Disziplinen gebeten, den MX-30 aus ihrer Perspektive zu betrachten.

Zum Start seines ersten vollelektrischen Fahrzeugs hat Mazda junge Produktdesigner gebeten, den MX-30 und sein „Human Modern“-Designkonzept zu beurteilen. Rachel Griffin, amerikanische Designerin von Alltags- und Dekogegenständen, und Wisse Trooster, niederländischer Industrial Designer und Scout für zukunftsweisende Designprojekte, haben das erste Mazda Elektroauto und sein von Minimalismus und Handwerkskunst geprägtes Design unter die Lupe genommen.

#### **Eine Zukunftsvision von Design**

Seit 2010 prägt die Kodo Philosophie das Mazda Design: Die Formensprache wurzelt in zeitlosen japanischen Traditionen, steht für das „Die Form folgt der Funktion“-Prinzip und strebt danach, dynamische Bewegung und die Seele des Fahrzeugs zum Ausdruck zu bringen.

„Mit Kodo wollen wir ein Design kreieren, das die dynamische Schönheit des Lebens verkörpert und diese Energie auf unterschiedliche Arten vermittelt“, sagt Ikuo Maeda, Global Design-Chef von Mazda. „In Japan glauben wir, dass Objekte, die von Handwerkern auf eine sorgfältige und liebevolle Art hergestellt werden, eine lebendige Kraft erhalten, eine Seele. Als japanischer Automobilhersteller glauben wir deshalb daran, dass eine aufrichtig und gewissenhaft von Menschenhand hergestellte Form eine Seele besitzt.“

Minimalismus und Handwerkskunst prägen auch den Mazda MX-30 und sein am Menschen orientiertes, mit Anmut und Akribie umgesetztes Design. Eine Schlüsselkomponente ist die kompakte 35,5-kWh-Batterie des Fahrzeugs: Sie spielt eine wesentliche Rolle bei der Reduzierung der Gesamt-CO<sub>2</sub>-Emissionen über die Lebenszeit, trägt mit ihrem geringeren Gewicht zu den herausragenden Handling- und Fahreigenschaften bei und stellt damit auch die „Größer ist besser“-Haltung anderer Elektroauto-Hersteller in Frage. Aus einer ökologischen Perspektive ist dies nämlich nicht der Fall.



## NEWS – MAZDA AUSTRIA

Darüber hinaus hat Mazda auf überflüssige „futuristische“, von anderen Elektroautos bekannte Elemente verzichtet und stattdessen nachhaltige Technologien und Materialien wie recyceltes PET und Kork gewählt. Dies macht den Mazda MX-30 zum Elektroauto für zukunftsorientierte Fahrer.

### **Zukunftsgerichtete Designer**

Anstatt Automobilexperten nach ihrer Meinung zum neuen MX-30 zu fragen, hat Mazda Vertreter der nächsten Generation von Produktdesignern um ihr Urteil gebeten: junge Designer, die auf ihren jeweiligen Feldern ebenfalls Minimalismus und Handwerkskunst umsetzen und dabei stets den Aspekt Nachhaltigkeit im Auge behalten.

Rachel Griffin, in Amerika geboren und in Rotterdam ansässig, ist die Gründerin von Earnest Studio. In ihren Arbeiten erforscht sie Modularität und Vielfältigkeit und wird dabei von einer Faszination für einfache, flexible Strukturen und von einer offenen Einstellung gegenüber Materialien angetrieben. Ihren Ansatz nennt sie „sanften Minimalismus“. Die industriellen Designs von Wisse Trooster konzentrieren sich auf Nachhaltigkeit und Skalierbarkeit. Er haucht alten Werkzeugen neues Leben ein, indem er sie in frische funktionale Produkte umfunktioniert. Zusammen nehmen Rachel und Wisse den Mazda MX-30 unter die Lupe.

### **Auf gelassene Art nachhaltig**

Die Kodo Designphilosophie von Mazda basiert auf drei japanischen Konzepten: Ma, die Schönheit des leeren Raums; Sori, Selbstsicherheit und Balance; und Utsuroi, das Zusammenspiel von Licht und Schatten. Der MX-30 erweitert diesen Ansatz um pure Funktionalität.

„Die Form folgt der Funktion und die Funktion dem Kontext“, sagt Rachel Griffin. „Der MX-30 vermittelt ein Nutzererlebnis, das auf Vertrautheit basiert und auf unnötige Elemente verzichtet. Das ist nicht nur im Hinblick auf die Benutzerfreundlichkeit ideal, sondern auch im Hinblick auf Nachhaltigkeit: Wir sollten nicht mehr benutzen, als wir wirklich brauchen.“

„Das Auto enthält einfach alles, was nötig ist, es gibt keine Ablenkungen“, sagt Wisse. „Mazda hat den MX-30 mit einer kompakten Batterie, die Energie für rund 260 Kilometer besitzt, zu einem Elektroauto gemacht, das anders aussieht als jedes andere Elektroauto. Futurismus ist out, moderne Zweckmäßigkeit ist in. Elektroautos sind für die Fahrer von heute da.“



## NEWS – MAZDA AUSTRIA

Rachel Griffin, die in ihren Produkten das Gleichgewicht von Minimalismus, Handwerkskunst und Nachhaltigkeit auslotet, ergänzt: „Mir gefällt, wie durchdacht und detailgenau die recycelten Materialien im Innenraum verwendet werden. Ein attraktives Feature sind außerdem die Freestyle-Türen, die einen flexiblen Zugang zum Fahrzeug bieten. Das Auto wirkt fast wie ein Wohnraum.“

### **Funktion, Form und Fühlen**

„Junge Leute sind sehr offen für neue und nachhaltige Technologien wie vollelektrische Fahrzeuge“, erklärt Wisse, der als Designer stets an die Bedürfnisse bewusster Endverbraucher denkt. „Im Design des vollelektrischen MX-30 zeigt sich, dass Mazda diese Anpassungsfähigkeit erkannt hat.“

„Das Nutzererlebnis lässt sich niemals vollständig steuern, denn die Menschen finden immer ihren eigenen Weg, mit einem Produkt in Beziehung zu treten“, so Rachel weiter. „Aber die Autofahrer der nächsten Generation machen sich zunehmend bewusst, welchen Einfluss sie auf die Umwelt haben. Mit seinem durchdachten Design macht der MX-30 dieses Streben nach einem kleineren Fußabdruck deutlich und leichter zugänglich.“

Der erste vollelektrische Mazda setzt eine größere Diskussion darüber in Gang, wie wir in Zukunft leben wollen. Zweifellos wird die nächste Generation von Autofahrern zunehmend nach Möglichkeiten suchen, ihre Erfahrungen und Erlebnisse auf eine zukunftsfähigere Art zu gestalten – sei es mit nachhaltiger Mode, durch die Reduzierung von Bildschirmzeiten oder durch eine stärkere Verbindung zur Natur etwa durch Lebensmittel oder Sport. „Design kann unsere Gefühle beeinflussen“, sagt Rachel. In einer Welt bewusst gestalteter Lebensstile müssen Produkte auf einer tieferen Ebene überzeugen: durch Funktion, Form und Fühlen.

+++