



NEWS – MAZDA AUSTRIA

Inside Mazda: Interview mit Designerin Maria Greger

Seit Maria Greger 1995 zu Mazda kam, hat sich das Design der japanischen Marke stetig weiterentwickelt und ist zu einer viel beachteten Instanz in der Automobilwelt avanciert. Bevor sie 2021 in den Ruhestand geht, blickt die Leiterin der Abteilung Colours & Material im europäischen Designzentrum von Mazda auf mehr als ein Vierteljahrhundert Interieur-Design zurück.

Wie macht man aus dem Interieur eines Fahrzeuges einen einladenden Raum?

Mit Qualität und Handwerkskunst. Als japanisches Unternehmen kultiviert Mazda die Bedeutung, die in Japan traditionell auf Handwerkskunst gelegt wird. Es geht um die akribische Liebe zum Detail. Heutzutage müssen wir uns daran gewöhnen, dass die gewohnten Oberflächen im Innenraum verschwinden. Wo früher ein Armaturenbrett und eine Mittelkonsole mit Schaltern und Knöpfen waren, haben wir heute große Displays, die bündig mit ihrer Umgebung abschließen. Es gibt keine Ecken, keine Kanten und keine Verzierung. Natürlich geht es darum, die Benutzerfreundlichkeit zu verbessern, aber das macht unsere Arbeit als Farb- und Materialdesigner auch schwieriger. Als Designer freue ich mich, wenn wir es schaffen, Knöpfe oder Schalter zu erhalten. Diese sind für mich wie kleine Schmuckstücke, die wir mit besonderer Sorgfalt gestalten um ihnen Anmut zu verleihen. Vielleicht fällt es dem Fahrer nicht sofort auf, aber solche Details tragen zum Qualitätsgefühl im Innenraum und zu einer angenehmen Atmosphäre bei.

Was ist die Vision von Mazda?

Mazda hat sich seit 2010 der Designphilosophie Kodo verschrieben. Kodo, was auf Japanisch "Seele der Bewegung" bedeutet, steht für die Kraft und Schönheit der Bewegung.

Wie wird das in der Praxis umgesetzt?

Mazda weiß, dass Maschinen das Können und die Kunstfertigkeit der menschlichen Hand nicht ersetzen können, und das gilt für jeden Teil des Fahrzeugentwicklungsprozesses. Vor allem, wenn es um das Modellieren geht. Clay-Modelle werden von Hand geformt. Die Takumi-Handwerker - die Besten ihres Fachs - können Metall hauchdünn schleifen, und die Ingenieure stellen den Menschen in den Mittelpunkt aller Überlegungen. Und dann ist da natürlich noch die Designsprache Kodo, die zum Beispiel beim Mazda3 durch das Spiel von Licht und Schatten entlang der Karosseriefächen ein Gefühl von Bewegung und Dynamik vermittelt.



NEWS – MAZDA AUSTRIA

Wie hat sich die Innenraumgestaltung während Ihrer Zeit bei Mazda verändert?

Materialien und Handwerkskunst sind noch wichtiger geworden, als sie es ohnehin schon waren, und der Aufwand, den die Designer von Colour & Material bei der Auswahl der Innenraummaterialien betreiben, ist entsprechend gestiegen. Die Ausstattung und die Details, ja die Qualität des Innenraums insgesamt, haben sich im Laufe der Jahre stark verändert. Schauen Sie sich nur das Leder, das Holz und die Metallic-Lackierungen an, die wir haben.

Erzählen Sie uns mehr über den Designprozess bei Mazda Research Europe.

Wir konzentrieren uns bei MRE in Frankfurt auf den europäischen Markt, recherchieren und wählen die Trends aus, die für Mazda wichtig sind. Diese Erkenntnisse dienen dann als Grundlage für unsere Designs. Nehmen Sie zum Beispiel ein Zukunftsmodell wie den nächsten Mazda6. Wir stellen uns vor, wie ein Auto, das es noch nicht gibt, aussehen könnte, schlagen Materialien und Farben und komplette Innenausstattungen vor, und unsere Designkollegen in den USA und Japan tun dasselbe. Die Ergebnisse werden in unserer Zentrale in Hiroshima vorgestellt, die ja letztlich für das Endprodukt verantwortlich ist. Sie machen dort übrigens einen großartigen Job. Es gibt aber auch einige Konzepte, die in Frankfurt entstanden sind und dann direkt eins zu eins so übernommen wurden, wie zum Beispiel der Mazda CX-30.

Wollten Sie schon immer im Bereich Autodesign arbeiten?

Ich habe schon in der zehnten Klasse überlegt, Innenarchitektin zu werden, habe mich aber nach der Schule für ein Textildesign-Studium entschieden. Ich habe mein Netzwerk genutzt: Eine Kommilitonin arbeitete bei einer Firma in Trier, die Stoffe für die Automobilindustrie herstellte. Ich habe mich beworben und wurde eingestellt. Zunächst hatte ich keine Ahnung, wie viel der Job tatsächlich mit Textildesign zu tun haben würde. Aber als ich dann zu Mazda wechselte, war es ehrlich gesagt viel spannender, da wir auf relativ kleinem Raum mit vielen verschiedenen Oberflächen und Farben Innenräume gestalten. Kabinentextilien gehören zu den am härtesten getesteten Stoffen der Welt, aber auch zu den preiswertesten - im Gegensatz zu Möbelmaterialien. Das macht es zu einer ständigen Herausforderung, wirklich exzellente Designs zu entwerfen.

Wie meistern Sie solche Herausforderungen?



NEWS – MAZDA AUSTRIA

Wir drei vom Team Colour & Material in Frankfurt halten uns ständig auf dem Laufenden. Wir gehen auf Mode-, Möbel- und Designveranstaltungen, sondieren den Markt und erkennen Trends.

Wie die von Li Edelkoort, einer niederländischen Trend- und Design-Forscherin, vorhergesagten Trends?

Haben Sie sie schon einmal live gesehen? Sie ist sehr charismatisch, hat ein großes Einfühlungsvermögen und schafft es, ihr Publikum zu fesseln. Sie ist eine Koryphäe, wenn es darum geht, Trends aufzuspüren und aufzuzeigen. Wir besuchen ihre Vorträge regelmäßig.

Wenn wir über Farben in der Automobilbranche sprechen, scheinen wir ja immer an den gleichen Außenfarben festzuhalten. Was erwarten Sie, was die Zukunft bringen wird?

Ich denke, Weiß ist ein gutes Beispiel. Weiß war in den letzten Jahren en vogue, und es ist immer noch da. Tatsache ist, dass der Wiederverkaufswert nach wie vor ein wichtiger Faktor bei der Farbwahl ist, so dass viele Käufer in Richtung Silber, Schwarz oder Weiß tendieren werden. Mazda ging mit Rot seinen eigenen Weg und kreierte herausragende Rottöne für die Kodo-Designs. Ich bin stolz darauf, sagen zu können, dass wir hier ein Trendsetter waren und ein Rot-Revival eingeleitet habe - und das nicht nur für Sportwagen. Was die Zukunft angeht, gibt es eine allgemeine Bewegung hin zu wärmeren Farben, also könnten wir künftig mehr davon sehen. Ich erwarte auch mehr grüne Autos, da Grün in der Modeindustrie wieder im Kommen ist, aber man weiß ja nie. Auf jeden Fall werden Silbertöne noch eine ganze Zeit lang aktuell bleiben.

Was sind die größten Herausforderungen für Ihr Team?

Wir müssen uns mit neuer Technik und neuen Formen der Mobilität auseinandersetzen. Auch Autos werden immer schlichter, haben dafür aber mehr Displays. Die Frage für uns Designer lautet daher: Kann ich trotz alledem eine schöne Atmosphäre schaffen? Und die muss nicht nur angenehm sein, sondern auch intuitiv. Außerdem versuchen wir, Materialien und Formen so einzusetzen, dass sie die Konzentration des Fahrers fördern. Es ist also eigentlich ziemlich spannend, an Innenräumen zu arbeiten.

Was ist das eine grundsätzliche Fragestellung, die die Autoindustrie beschäftigt?

Das ist ein komplexes Thema. Es gibt viel kurzfristiges Denken in der Autoindustrie. Elektrofahrzeuge kommen auf den Markt, und ich denke, Wasserstoffautos sind nicht mehr weit entfernt. Aber ich glaube, wir müssen die Mobilität in den Mittelpunkt stellen und dann im nächsten Schritt festlegen, welche Art



NEWS – MAZDA AUSTRIA

von Fahrzeug man bauen sollte, um die gegebenen Mobilitätsanforderungen zu erfüllen - nicht andersherum. Wir müssen uns zum Beispiel überlegen, wie viele junge Menschen in Zukunft überhaupt noch Auto fahren wollen. Stadtplaner und Mobilitätsplaner müssen enger zusammenarbeiten, Hand in Hand arbeiten. Auf jeden Fall ist es ein spannendes Thema, das uns sicher noch eine ganze Weile begleiten wird.

Gibt es ein Auto, von dessen Design Sie träumen?

Nicht wirklich. Ich finde den CX-30 außerordentlich gelungen. Das kleine SUV ist perfekt geworden; es ist vielleicht das schönste Fahrzeug, an dem ich je gearbeitet habe, besonders mit dem Soul Red Crystal Exterieur. Er ist nicht zu groß, hat bequeme Sitze und sehr hochwertige Materialien und Verarbeitung. Die Größe passt sehr gut zu mir, da ich meistens alleine unterwegs bin. Der MX-5 ist auch ein Auto, das mich begeistert. Obwohl er eigentlich eher ein Zweitwagen ist, ist er für mich immer noch ein kleines Traumauto und macht so viel Spaß beim Fahren.

Welcher Aspekt Ihrer langen Karriere bedeutet Ihnen am meisten?

Teil eines internationalen Teams zu sein, das mit so vielen verschiedenen Kulturen zusammenarbeitet. Wir haben Leute aus ganz Europa und darüber hinaus, und es war faszinierend, mit Japanern und Asiaten sowie Amerikanern und anderen Nationalitäten zu arbeiten und deren Kulturen kennenzulernen. Das war eine großartige Erfahrung für mich.

Welchen Rat würden Sie Ihrem jüngeren Ich geben?

Genieße alles, was du tust. Und motiviere und inspiriere andere, das Gleiche zu tun. Wenn ich auf meine Karriere zurückblicke, muss ich zugeben, dass ich mit meiner Arbeit sehr zufrieden bin. Farben und Materialien sind meine Welt!

+++