

DESIGNASPEKTE VON ANDREAS KOOP



Andreas Koop

25

ist Grafikdesigner und führt seit 15 Jahren ein renommiertes Designbüro im Allgäu. Unter dem Begriff »oekoop« werden dort zudem ökologisch sinnvolle Gestaltungslösungen entwickelt. Nebenbei engagiert sich Andreas Koop als Dozent, Autor und in einer sich derzeit konstituierenden Designforschung.

www.designgruppe-koop.de

Ausgeräkelt

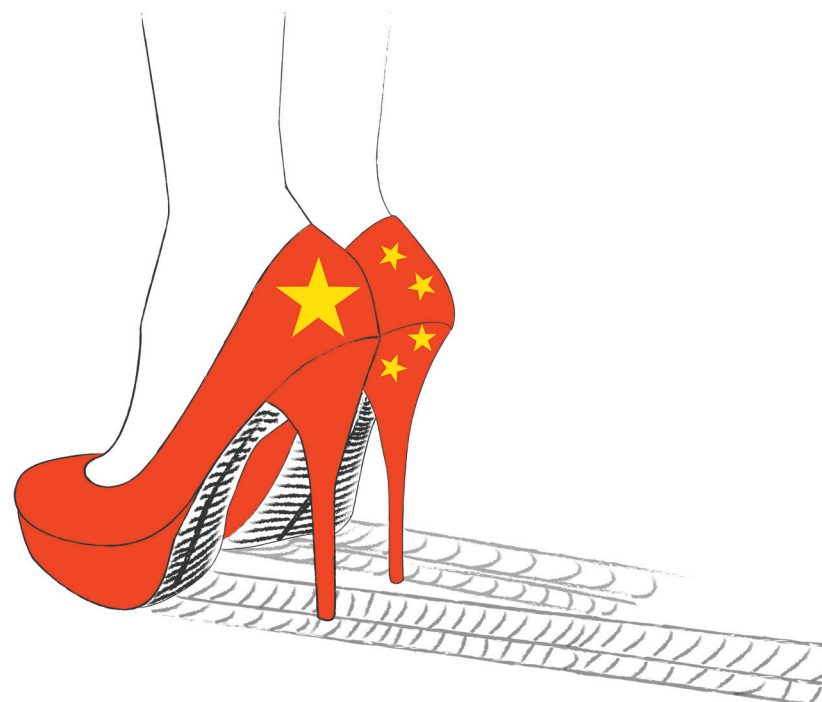
Das Auto muss in China wieder ausreichen. Immerhin das, nicht ein, es droht also zur Beruhigung der Vermögenden vor Ort keine »Ein-Auto-Politik«. Obschon das Auto ja auch seinen Lebensraum fordert, wie man nicht nur in den Städten dieser Welt unschwer sehen kann. Nein, es geht um die Automobilmessen, deren Attraktivität unabhängig von neuen Medien und dem lediglich Anschauen-Dürfen (und Nicht-Fahren-Können) ungebrochen ist.¹ Und das natürlich erst recht im autobegeister-ten und konsumfreudigen Asien. Dort allerdings gab es gewisse »Auswüchse«, weshalb man durchaus zweifeln darf, ob es denn wirklich nur um die Autos ging. Oder: was Mittel ist und was Zweck.

Denn die Hersteller wetteifern nicht nur mit dem Blech ums wertere Publikum, sondern auch mit Haut. Nur knapp verhüllter, klar. Von der Shanghai Motor Show kursieren Videos im Web, die sich tatsächlich nicht mehr so ums Automobil drehen und einen schon verstehen lassen, dass die Kommunistische Partei durchgreift. Das Pekinger »Amt für zivilisiertes Benehmen« hat auf den Messen im Lande eindeutig »zu viel enthüllende Kleidung« bei den Models festgestellt und Angst vor »negativen sozialen Folgen«. ² Man kann sich lebhaft vorstellen, wie da ältere Herren in grauen Anzügen diskutierten, wie kurz ein Minirock sein darf – und wo die Grenzen erreicht sind. Wahrscheinlich benötigte man dafür einiges an Anschauungsmaterial, um zu einer verantwortungsvollen Entscheidung zu kommen! Doch man muss schon zugeben, dass anderswo die Frage nach dem Sinn dieses – letztlich ja einfach doch nur sexistischen – »Treibens« vielleicht sogar schon früher gestellt worden wäre.

Insofern werden vermutlich die »Tanzeinlagen« auf den Ständen verschwinden, wie auch das – wirklich! – kollektive Autowaschen von mehreren gleich und wenig bekleideten jungen Frauen, die mit viel Schaum und Schwämmen, nein, nicht kämpfen, sondern das Auto feucht bearbeiten und streicheln. Lustig (und sicher erlaubt) bleibt die Parallele oder vielmehr Analogie des »Catwalks«: wo Autos auf dem Laufsteg in eine Halle mit Lichtshows und Riesen-Screens fahren, dann auf einer runden Fläche gedreht und damit gewendet werden, und wieder hinaus können – ein »Carwalk« gewissermaßen.

Und jetzt muss, neben den sich ohnehin immer weiter angleichenden technischen Details, das Design der (Blech-)Hülle wieder reichen? Nein, nicht wirklich, obwohl es kurz danach aussah. Denn ganz so streng wird die Regelung dann doch nicht ausfallen und zudem sind die Automobilhersteller ja Großmeister darin, Grenzwerte durch Lobbyarbeit hoch zu halten oder, wenn es sein muss, ganz zu umgehen. Obwohl sie offiziell froh um diese strengeren Regeln sind, gibt es wohl schon Überlegungen, die Hostessen einfach umzubenennen: in Informationsassistentinnen, Protokollmitarbeiterinnen oder hochrangige Verkaufsbereiterinnen. ³ Kompetenz auf höchstem Niveau durch entsprechendes Schuhwerk, das ist doch schlüssig.

Unglaublich aber bleibt, wohin letztlich einfach übersättigte Märkte, das Ausschöpfen technologischer Potentiale und eine zwanghaft wachstumsgetriebene Wirtschaft führen können. Deren Credo ist ja: Liberalisiert weiter, der Markt regelt alles. Und es kommt nur Tolles heraus! Schöne Autos, schöne Frauen, schöne Gewinne. Man kommt nicht umhin, einmal mehr die Werbung als einen Treibstoff des Ganzen zu sehen – und müsste eigentlich in Parallele zu Daniel Fuhrhops Buch »Verbietet das Bauen!« eines über »Verbietet die Werbung!« schreiben. Ebenfalls als Streitschrift, die nicht das Verbot direkt zum Ziel hat, aber das Nachdenken über gängig gewordene Praktiken, die gleichermaßen fragwürdiger werden. Solche Kaliber wird man auffahren müssen, um wahrgenommen zu werden, in einer Branche, die mit »viel hilft viel« (hier: PS) so virtuos wie mit »weniger ist mehr« (hier: Bekleidung) hantiert.



¹ Auf der IAA, der größten Automobilmesse der Welt, sind jedes Mal (sie findet alle zwei Jahre statt) knapp eine Million Besucher; die korrekte Genderdarstellung muss hier wohl aus gutem Grund unterlassen werden. Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/151722/umfrage/anzahl-der-besucher-auf-der-iaa-pkw/> (Stand 30.10.2016)

² URL: <https://www.welt.de/wirtschaft/article137897429/China-befieh-lt-das-Aus-der-Motorhauben-Maedchen.html> vom 2.03.2015 (Stand 30.10.2016)

³ Ebd.