
Interview mit Oliver Stefani: Böhmisches Tradition und Moderne

Von Walther Wuttke

Skoda hat in den vergangenen Jahren eine neue eigenständige Designsprache entwickelt und schöpft dabei aus dem reichen Erbe der Marke sowie der böhmischen Tradition. Jüngstes Beispiel für die Mischung aus Moderne, Tradition und Emotion ist der neue Octavia, der im kommenden Jahr auf den Markt rollen wird. Unser Autor Walther Wuttke hat mit Chefdesigner Oliver Stefani gesprochen.

Die Formensprache entsteht in einer 1890 erbauten Villa in Cesana am Rande von Mlada Boleslaw, dem wichtigsten Produktionsstandort des Unternehmens. In dieser idyllischen Umgebung am Ufer des Flusses Jizera entwickeln rund 100 Designer aus 25 Ländern das Design, mit dem sich die Marke, die im kommenden Jahr ihr 125-jähriges Bestehen feiert, aus der Masse heraushebt. Verantwortlicher Chefdesigner ist Oliver Stefani, der im Gespräch mit dem Auto-Medienportal die Entwicklung der Designsprache für die gesamte Modellpalette erklärt.

Was ist das Besondere am Skoda-Design?

Oliver Stefani: Das kristalline Design der Marke basiert auf der böhmischen Kristallkunst, die hier seit Jahrhunderten in der Region verwurzelt ist und unser Design seit Jahren bestimmt und begleitet. Und das macht unsere Formensprache mit ihren klaren Linien so einzigartig und fast ikonenhaft. Ein vergleichbares Gestaltungsprinzip hat keine andere Marke. Das Zusammenspiel von Funktionalität und Praktikabilität gepaart mit dem emotionalen Auftreten macht unser Design so außergewöhnlich. Die kristallinen Elemente finden sich in allen Bereichen der Karosserie und im Interieur wieder. Das zeichnet uns aus.

„Simply Clever“ ist ein Alleinstellungsmerkmal für pfiffige Lösungen. Welche Rolle spielt dieser Ansatz beim Design?

Oliver Stefani: Skoda ist aus der Tradition heraus eine sehr innovative Marke, und dieses „simply clever“ findet sich in vielen Details wieder. Zum Beispiel der Regenschirm in der Fronttür oder der Eiskratzer im Tankdeckel und die eigene Tasche für Handys. Wir wollen den Kunden mit unseren Lösungen das Leben einfacher machen. Die Ideen entstehen nicht nur in der Designabteilung, sondern überall im Unternehmen, weil alle Beteiligten diesem Geist dienen und dieses Alleinstellungsmerkmal aufrechterhalten wollen.

Wie gelingt es Ihnen, das Design kontinuierlich weiterzuentwickeln und dabei gleichzeitig immer wieder neue Formen zu entwickeln, ohne die Markenwerte zu verwässern?

Oliver Stefani: Das hat mit unseren Designwerten zu tun, die man bewahren und weiterentwickeln muss. Diese Kontinuität über Jahre hat den Charakter einer Marke geprägt. Das ist natürlich mit viel harter Arbeit verbunden. Jeder Skoda hat ein sehr markant gezeichnetes und unverwechselbares Gesicht. Darum muss man das jeweilige Fahrzeug so entwerfen, das auf den ersten Blick klar zu erkennen ist, um welches Modell der Marke und Segment es sich handelt, ob es zum Beispiel ein SUV oder eine Limousine ist. Wir setzen bei unserer Arbeit ganz bewusst auf eine evolutionäre Kontinuität und

wechseln nicht bei jedem neuen Modell die Formensprache. Stattdessen bleiben wir konsequent unserer Linie treu.

Wieviel Menschen arbeiten in ihrem Team?

Oliver Stefani: Wir sind rund 100 Mitarbeiter im Design. Das Team ist zwar kleiner als Designteams anderer Marken, dafür aber sehr international ausgerichtet. Bei uns arbeiten Designer aus 25 Ländern. Diese Vielfalt aus unterschiedlichen Kulturen bringt viel Kreativität in unsere tägliche Arbeit.

Wie lange dauert es, bis ein Design abgeschlossen ist?

Oliver Stefani: Bis zur endgültigen Form vergehen ungefähr neun bis zwölf Monate, um das Design zu finden, reifen zu lassen und zu perfektionieren. Aber wirklich fertig ist man als Designer nie. Irgendwann muss man uns das Modell einfach wegnehmen, sonst würden wir immer weiter daran optimieren.

Vor welchen Herausforderungen standen Sie beim Interieur des neuen Octavia?

Oliver Stefani: Mit dem Einzug der neuen Technologien entstehen neue Freiräume, aber auch neue Herausforderungen. Die Bildschirme zum Beispiel mussten so in die Instrumententafel integriert werden, dass sie sowohl vom Fahrer wie auch dem Beifahrer gesehen werden können. Bei Skoda arbeiten wir mit einem demokratisch ausgerichteten und nicht mit einem auf den Fahrer ausgelegten Cockpit, sodass auch der Beifahrer Einblick auf die wichtigsten Daten hat. Um die Handhabung zu erleichtern, haben wir beim neuen Octavia zum Beispiel einen Teil der Schalter unter dem Display platziert.

Wie ist das Skoda-Design-Team im Konzern eingebettet?

Oliver Stefani: Wir treffen uns regelmäßig alle acht Wochen mit unseren Kollegen von den anderen Konzernmarken, um uns auszutauschen. So sprechen wir uns ab, was die anderen Marken planen, um Überschneidungen von vornherein zu vermeiden.

Wie werden sich die Aufgaben für das Design in Zeiten der E-Mobilität verändern?

Oliver Stefani: Die Aufgaben werden sich mit der neuen Technologie natürlich neu definieren. Die Autos werden wegen der Platzierung der Batterien im Wagenboden durchweg höher erscheinen, und deshalb müssen wir uns bemühen, möglichst flüssige, gut proportionierte Grundkörper zu erzeugen, die mit dem Höhenzuwachs sauber umgehen. Man darf auch bei der neuen Antriebstechnik seine Markenwerte nicht verlieren. Darüber hinaus gibt es neue Herausforderungen wie die Frage, ob und wo Kühlöffnungen platziert werden müssen. Denn ganz ohne Kühlung kommt man auch bei Elektromobilen nicht aus. Im Interieur gibt es ebenfalls neue Möglichkeiten, die von den neuen Medien und den großzügigeren neuen Platzverhältnissen definiert werden. Das Design wird sich zwar verändern und neue Akzente setzen, aber auch der elektrisch angetriebene Skoda wird auf den ersten Blick als Skoda erkennbar sein. (ampnet/ww)

Bilder zum Artikel



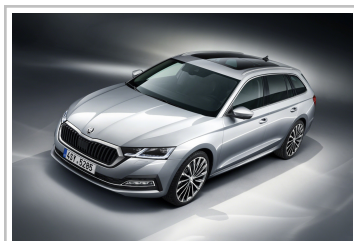
Oliver Stefani.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Škoda



Von links: Karl Neuhold (Exterieurdesign), Oliver Stefani (Chefedesigner), Andrea Jensen (Koordinatorin Color&Trim-Team), Norbert Weber (Interieurdesign).

Foto: Auto-Medienportal.Net/Škoda



Škoda Octavia.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Škoda



Škoda Octavia.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Škoda



Škoda Vision iV.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Škoda



☒ koda Vision iV.

Foto: Auto-Medienportal.Net/☒ koda



☒ koda Vision iV.

Foto: Auto-Medienportal.Net/☒ koda



☒ koda Vision iV.

Foto: Auto-Medienportal.Net/☒ koda



☒ koda Karoq.

Foto: Auto-Medienportal.Net/☒ koda
