

CLASSIC DRIVER

Fünf Fragen an Karim Habib, Exterieur-Designchef BMW

Lead

Beim Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2012 haben BMW und Zagato eine gemeinsame Coupé-Studie enthüllt. Classic-Driver-Autor Jan Baedeker hat sich mit BMW-Exterior-Designchef Karim Habib über die ungewöhnliche Kooperation und die Entwicklung des Automobildesigns unterhalten.

Herr Habib, beim Concorso d'Eleganza zeigen Sie das BMW Zagato Coupé. Wie kam es zu dieser ungewöhnlichen Kooperation?

Adrian van Hooydonk und Andrea Zagato kam die Idee für ein gemeinsam entwickeltes, zweisitziges Coupé vor zwei Jahren hier in der Villa d'Este. Ich bin darauf hin mit einem unserer Ingenieure nach Italien geflogen, um die Möglichkeiten zu prüfen – und dann begann schon die Arbeit daran. Wir von BMW haben zwar die gesamte Entwicklung begleitet, das Design ist aber vollständig in Mailand entstanden. Norihiko Harada, der Chefdesigner von Zagato, hat die Skizzen gemacht und wir haben unsere Kommentare und Vorschläge dazu gegeben, dabei aber immer einen gewissen Abstand gewahrt. Auch zwischen den deutschen und italienischen Ingenieuren gab es solch ein Ping-Pong-Spiel. Aus München kam zunächst das technische Konzept und in Mailand wurde daraufhin überlegt, was man in diesem Rahmen verändern kann. Das oberste Ziel war es, jeglichen Fake zu vermeiden. Das Auto sollte vollständig funktionieren.

Hätte eine Koproduktion wie das BMW Zagato Coupé überhaupt einen Platz in Ihrem Portfolio? Wäre eine Kleinserie denkbar?

Zunächst ist der Wagen ein One-Off, ein Einzelstück. Aber natürlich stellen wir uns die Frage, ob das eine Möglichkeit für uns ist, und sind sehr gespannt auf die Reaktionen. Beim Concorso d'Eleganza hat man dafür ja ein ideales Publikum: Wer hier herkommt, hat meist ein gutes Gespür für Ästhetik. Und ein Zagato ist dazu natürlich etwas ganz Besonderes. Für uns hat sich bei diesem Projekt die Frage gestellt, ob ein exklusiver Exot überhaupt zu unserer Marke passt. Andrea Zagato beispielsweise unterscheidet in seiner Markenstrategie ganz bewusst zwischen Collector Cars und Customer Cars – denn dass man 1,6 Millionen Autos verkaufen kann, bedeutet im Umkehrschluss eben nicht unbedingt, dass man auch mit einer Kleinserie von neun Exemplaren Erfolg haben kann. Ob und wie diese beiden Philosophien zusammen passen, ist für uns spannend zu beobachten.





Angesichts der versammelten Automobilgeschichte an diesem Wochenende: Was verbindet Ihre Arbeit von heute mit den Herausforderungen eines Karosseriegestalters aus den 1930er Jahren?

Ganz plakativ ausgedrückt ist es die Suche nach Schönheit, nach Charakter, nach Daseinsberechtigung. Das ist heute vielleicht noch wichtiger als jemals zuvor. Damals hat ja praktisch jedes Auto etwas Neues mit sich gebracht und ganz automatisch Automobilgeschichte geschrieben. Heute ist das viel schwieriger. Aber die Ziele sind die selben geblieben. Auch wenn unsere Autos in Zukunft wahrscheinlich nicht für Millionen gehandelt werden. Bei einem emotionalen Projekt wie dem Zagato fließt die Begeisterung aller Beteiligten als Seele mit ein. Um das zu Erkennen, muss man einfach nur einen Blechdengler eine Weile bei seiner Arbeit beobachten. Die Klassiker, die man beim Concorso sieht, werden interessant durch ihre individuelle Entstehungsgeschichte. Auch beim BMW Zagato Coupé ist das der Fall – da sind eben nicht nur Unternehmen, sondern auch Menschen aufeinander getroffen. Und all das macht die Aura aus.

Noch vor Jahrzehnten durfte der Charakter eines Autos über die Jahre reifen, heute muss ein neues Modell sein Image quasi schon ab Werk nach außen tragen, um entsprechend der Markenstrategie zu emotionalisieren. Beneiden Sie die Designer von einst um ihre Freiheit?

Ehrlich gesagt nein. Vielleicht bin ich zu sehr im System. Aber wenn ich bei Rahmenbedingungen, die ja manchmal schon sehr eng gefasst sein können, etwas Gutes entwickeln, ist der Belohnungsfaktor noch größer, als wenn man keine Grenzen hat. Ich glaube nicht an das Klischee des Kreativen, der morgens mit einer genialen Idee aufwacht. Alle großen Künstler haben sehr hart gearbeitet und sicherlich ist auch ein großer Teil ihrer Arbeit im Papierkorb gelandet. Auch wir fangen mit einem Dutzend Entwürfe an und am Ende bleibt ein einziges Automobil. Als Industriedesigner sind wir heute vor allem gefordert, Differenzierung zu schaffen. Dabei geht es nicht mehr nur darum, gut aussehende Traumautos zu entwerfen, sondern das Auto von Anfang an als technisches Produkt zu begreifen. Als Designer ist man deshalb immer auch Ingenieur, immer auch Aerodynamiker. Das Verständnis für das Auto als komplexes Ganzes ist heute die große Herausforderung.



Welches Auto beim Concorso ist Ihr persönlicher Favorit?

Mir und meiner Generation entspricht der erste Lamborghini Countach. Das Design stand für die Idee einer Zukunft, in der alles immer noch schneller und fortschrittlicher sein würde. Damals glaube man fest daran, in ein paar Jahren Roboter als Haushaltshilfen zu haben und mit dem Auto durch die Städte zu fliegen. Diesen Traum, den man da in Marcello Gandini's Entwurf erkennen kann, empfinde ich heute als schön – auch, oder gerade weil er aus heutiger Sicht fast naiv erscheint.

Fotos: Jan Baedeker/ Nanette Schärf

Galerie

Source URL: <https://www.classicdriver.com/de/article/autos/f-nf-fragen-karim-habib-exterieur-designchef-bmw>
© Classic Driver. All rights reserved.