

Freitag, 11. Oktober 2019

Sindelfingen • Welt der Stadt

Designed in Sindelfingen – bald auch Made in Sindelfingen? Auf der Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt hat Mercedes-Benz im September die Vision EQS präsentiert – das Konzept eines voll-elektrischen Fahrzeugs der Luxusklasse.
Foto: MB



„Design ist nicht demokratisch – nie“

Chief Design Officer Gorden Wagener wird bei Jugendbürgerstiftungs-Reihe im Sindelfinger Oberlichtsaal zur absoluten Zugnummer

Seit elf Jahren ist er höchst erfolgreicher Chef des Daimler-Designs – und über diese Dekade ist Gorden Wagener selber zur Marke geworden. Kein Wunder, dass der Oberlichtsaal der Galerie brechend voll war, als die Jugendbürgerstiftung Sindelfingen den 51-jährigen am Mittwoch zum Vortragsabend lud.

VON SIEGFRIED DANNECKER

SINDELFINGEN. Es ist die offensive, unkomplizierte Art, die Gorden Wagener ein wenig zu einer Art Popstar des Automobil-Designs macht. Cool will er die Möbde des Konzerns haben – und cool gibt sich jener Mann, dem es an Selbstbewusstsein nicht mangelt, ja auch selber. Spontane Sprüche haut er auch immer mal wieder raus, gerne mit Anglizismen mit leichtem American Accent verknüpft. Beispiel gefällig? „Design ist nicht demokratisch“, antwortet er auf Publikumsfrage: „Je mehr da reinlabern, desto schlimmer wirds.“ Nein, abgesegnet wird jedes Design(detail) letztlich vom Boss der AG „Vom Dieter“, wie Wagener den ehemaligen Konzernchef Zetsche salopp beim Vornamen nennt. Beziehungsweise seit einigen Wochen vom Neuen, „vom Ola“ (Källentis).

Welche Voraussetzungen es brauche, um ein erfolgreicher Designer zu werden, fragt ein Schüler. „Hmmm“, überlegt der Stargast am Headset: „Talent natürlich“, antwortet der Gefragte. Und: „Hard work.“ Außerdem sportlichen Ehrgeiz, Kampfsgeist. Das zähle im Wettbewerb. „Ihr müsst competitive sein“, blaut er dem in der Mehrzahl jungen Publikum ein. So wie er es gewesen sei. Auch am Ende langer Studientage erst in Essen, später London, habe er abends weitergezeichnet, um besser zu werden. „Man muss machen, was man liebt – und das richtig“, grinst Wagener in die Sitzreihen – und setzt nach: „Das Geile an meinem Job ist: Es macht Spaß und jeder Tag ist komplett anders.“ Es geht um Pkw, Lkw, Busse und noch einiges mehr. Etwa 22 Millionen Instagram-Follower und die Werbung.

Eigentlich habe er Design nicht aus Karrieregründen gewählt, sondern weil ihm BWL, Mathe oder Jura viel zu langweilig gewesen wären. Nun ja, Karriere hat er dann ja doch gemacht, der Mann, der mittlerweile Chef von 500 Designern(innen) in Sindelfingen und weiteren 200 weltweit ist. Und auf



Peter Braumann, Hannah-Lea Braun, Ann-Mareike Schmid und Jörg Prigl (von links) umrahmen ihren Stargast Gorden Wagener (Mitte)

dessen Visitenkarte „Prof. Dr. h. c. Chief Design Officer“ steht. Ob er die Autos, die er entwerfe, geschenkt bekomme, will ein Schüler in der den Präsentationen folgenden Frageunde wissen. Gelächter im Saal. Nein, aber die Mietkonditionen für ihn als Mitarbeiter seien gute, schmunzelt Gorden Wagener. Und die beiden Moderatorinnen des Abends, Hannah-Lea Braun und Ann-Mareike Schmid von der Jugendbürgerstiftung, schieben nach, dass er ja vermutlich auch nicht ganz schlecht verdiene. Wovon man ausgehen kann. Eine Summe nennt der Chefdesigner nicht. „Alles relativ“, sagt er mit breitem Lächeln.

Es brauche aber auch einen guten Mentor, räumt der 51-Jährige ein. Den habe er in Peter Pfeiffer, seinem Vorgänger, gefunden. Den Böblinger hat Wagener 2008 beerbt, als Pfeiffer 65-jährig in den Ruhestand ging. Damals war dessen Erbe an der Design-Spitze im Renzo-Piano-Design-Vorzeigebau 39 und damit der jüngste Designer an der Spitze des Industriedesigns („als Nobody“). Ex-Konzern-Chef Dieter Zetsche habe ihn vertraut und damit einen sehr mutigen Schritt unternommen. „Und jetzt blockiere ich den Job auch schon über eine Dekade“, ulkte Wagener.

Zetsche werde die Entscheidung nicht bereut haben. Schließlich sei es in dieser Zeit gelungen, Mercedes technologisch immer schon an der Spitze, auch beim Design vom altväterlichen Image einer tradierten Luxusmarke in die Moderne zu überführen. Mithin Showcars, Studien zu entwickeln, die Avantgarde verströmen. Und Autos auf

die Straße zu lassen, die dort „den gewünschten Wow-Effekt“ erzeugen. Wie die AMG's mit dem Panamericana-Grill, der in seiner Formsprache sagen soll: Wo wir sind, ist vorne. Die Überholspur Wagener's Motto: nicht Trends hinterherhecheln, sie selber setzen. Jahre vorher wissen, wohin sich Kundengeschmäcker entwickeln und/oder welches Design sie mitgehen.

Im 150-köpfigen Publikum viele junge Leute, die bei der Platzreservierung bevorzugt worden sind bei den Anmeldungen. „Wir hatten weit über 200“, sagt vor der Veranstaltung Regine Göppner, Geschäftsstellenleiterin der Bürgerstiftung. Das Gros im Saal – zwischen 13 und 20. Sogar Elf-jährige aus Kunstzügen der Gymnasien sind darunter. Und viele, die im Führerschein-Alter sind, also womöglich potenzielle Kunden für den ersten Mercedes (sofern Eltern, Oma/Opa als Mitsponsoren auftreten).

Smart fällt durchs Raster

Gorden Wagener jedenfalls weiß, dass diese jungen Leute von einem AMG, wie er selber einen fährt, träumen mögen. Aber auch schon mit der aktuellen A-Klasse genau das richtige Gefühl finden. „Die fährt sich doch klasse“, sagt er aus eigener Erfahrung. Und gegenüber ihren biedereren Vorgängern habe das neue Modell das Einstiegsalter der Mercedes-Kundschaft mal um schlappe zehn Jahre verjüngt. Hat man diese Zielgruppe erst mal an der Angel, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie der Marke mit dem Stern über ihren automobilen Lebenslauf erhalten bleibt, durchaus hoch.

Und so sprach „Car Guy“ Wagener viel über „Modern Luxury“ und sinnliche Klarheit in der Formsprache, in der es technische Intelligenz mit der Emotion des Herzens zu verbinden gelte („Hot and Cool“).



Volles Haus: 150 in der Mehrzahl junge Gäste wollten im Oberlichtsaal der Galerie hören, was der Daimler-Chefdesigner zu sagen hatte. Fotos: sd

Und doch kam in seinem Vortrag über Mercedes und seine Submarken Maybach, AMG und Elektro-EQ der Smart gar nicht mal vor, obwohl der ja auch ein urbanes Publikum ansprechen, eine Antwort auf Verkehrs- und Klimaprobleme sein soll. Auch Fragen der Nachhaltigkeit (im Wagener-Sprech „Sustainability“) nahmen keinen breiteren Raum ein, ebensowenig wie der Diesel und die Diesel-Affäre. Für den Chef-Designer ein zu schlüpfriges politisches Parkett? Kritische Nachfragen freilich kamen auch nicht wirklich aus dem Publikum.

Nun gut. Vielleicht für die Jugendbürgerstiftung Anlass, mal einen weiteren führenden Daimler-Mann einzuladen. Bei so vielen Kontakten gewiss herzustellen.

Welpartage: 28...

Regelmäßig sparen? Goldrichtig!



Panamericana-Kühlergrill: Markenzeichen der AMG-GT-Linie. Wo wir sind, ist vorne, soll die markante Optik sagen

Hintergrund

Einzig unter den Stiftungen

- Die Jugendbürgerstiftung Sindelfingen (JBS) wurde **Ende 2012 gegründet** – im selben Jahr wie der erstmals gewählte Jugendgemeinderat. Sie ist die **erste und mittlerweile wieder) einzige Jugendbürgerstiftung in Deutschland**.
- Ihr **Jahresbudget in Höhe von 3000 Euro** verwendet sie naheliegenderweise für Themen, die die Jugend ansprechen und betreffen (das Geld stiften **Jürgen Hubbert**, Gründer und ehemaliger Vorsitzender der Bürgerstiftung, und seine Ehefrau Jutta). So war und ist die JBS beispielsweise aktiv an Schulen. Etwa bei „Schule als Staat“ am Stiftungs-gymnasium, beim Modell „United Nations of Gold-berg“ am GGS oder beim Erklären des Kommunalwahlsystems für 16-Jährige,

die in diesem Jahr erstmals an die Wahlurnen durften. Auch im „Dit-is-schade“- (Musik-)Festival hat sich die Jugendbürgerstiftung eingebracht.

- Fünf Köpfe zwischen 16 und 23 Jahren bilden die Truppe: **Raven von Güler** (Vorsitzender), **Ann-Mareike Schmid** (Stellvertreterin), **Hannah-Lea Braun**, **Jacqueline Gräse** und **Solveig Schmid**.
- Peter Braumann**, Vorsitzender des Stiftungsrats, betreut die JBS. Die Gesprächsreihe „Sindelfingen hautnah“ hat **Jörg Prigl** von der Bürgerstiftung ins Leben gerufen. Sie wird Ende November mit dem Thema Einkaufen in der (Innen-)Stadt im Zeitalter von Online-einkäufen fortgesetzt. „Ein hochbrisantes Thema“, so Prigl. (sd)

www.kskbb.de/goldkonto