

# DESIGN "IST EIN EROTISCHER BERUF"

*Zu Besuch bei Gert Hildebrand im MINI Designcenter München*

*Wir wagen mit dem charismatischen MINI-Chefdesigner Gert Hildebrand einen Rundgang durch die MINI-Designabteilungen Exterior, Interior, Color & Trim, besuchen dabei die beiden Schweizer Kollegen, auf die der – wie er gerne selbst sagt – Halbschweizer (er stammt aus Inzlingen bei Lörrach nahe der Schweizer Grenze) besonders stolz ist, und eine der Ladies im Team (Ute Wellershaus), die in der MINI Abteilung Color & Trim arbeitet und für Oberflächen, Farben und Formen zuständig ist. Ein Stück in drei Aufzügen von Sandra Stella Triebel.*

**Erster Aufzug. Die Ankunft und die Schweizer.**

Presseverantwortliche Sarah Bauer führt die Autorin von Ladies Drive ins Herzstück oder vielleicht besser zum Filetstück der MINI-Designabteilung. In München erwartet sie nicht nur Chefdesigner Gert Hildebrand, sondern auch seine beiden Schweizer Designer sowie eine seiner Top-Frauen im Designteam. In einem kirchenhohen Innenhof steht das MINI Crossover Concept, ein Showcar, daneben sind Dutzende von Zeichnungen, Stoffe, Bilder, Kleidermuster zu finden. Darunter ist sogar das Design eines Ladies Drive MINI zu entdecken. Die Autorin ist geplättet, bevor sie mit den Designern überhaupt ein Sterbenswörtchen gewechselt hat. Es ist 14.00 Uhr.

Gert Hildebrand: Darf ich vorstellen: Ute Wellershaus und meine beiden Schweizer Designer Fabien Clottu und Michael Szavits. Vielleicht wollen Sie sich erst mal mit Ihren Landsleuten unterhalten?

Die Autorin: Nun, ich würde bevorzugen, wenn wir erst mal Fotos machen.

**Die vier Designer zeigen wahre Modelqualitäten, posieren vor und um das Showcar herum. Nach einer halben Stunde ist alles unter Dach und Fach – und die Designer sichtlich stolz.**

Die Autorin: Was ist für Sie das Schönste an Ihrer Arbeit und

seit wann sind Sie im MINI-Team?

Fabien Clottu: Ach, ich hab mit 13 schon gewusst, dass ich Autos designen will. Bei MINI bin ich seit fünf Jahren. Ich empfinde die Philosophie des Unternehmens, innovativ und zukunftsweisend sein zu wollen, grossartig. Wir wollen, dass andere uns kopieren, nicht umgekehrt.

Die Autorin (wendet sich zum zweiten Herrn der Runde): Und bei Ihnen?

Michael Szavits: Im MINI-Designteam bin ich seit sieben Jahren. Das Team ist jung, wir machen viel gemeinsam, auch abends – die Arbeitskollegen sind Freunde geworden. Wir haben eine Wachstumsstrategie, wollen neue Derivate eines MINI generieren – das bedeutet für mich als Designer, dass ich hier neue Autos gestalten kann, die es in dieser Form vorher nicht in unserem Hause gab. Das ist äusserst spannend.

Die Autorin: Gibt es eigentlich einen Austausch mit den BMW-Designern? Die sind ja nur einen Steinwurf entfernt ...

Michael Szavits: Die Philosophien sind komplett unterschiedlich. Sportlich luxuriös bei BMW und junger Lifestyle hier bei MINI.

Die Autorin: Und woher holen Sie sich Ihre Lifestyle-Inspirationen? Beispielsweise für das MINI Crossover Concept? »



Vorne: Gert Hildebrand. Hinten von links: Michael Szavits, Fabien Clottu, Ute Wellershaus.

## „Das Thema für das Crossover-Concept war Onsen, schlichte japanische Bäder.“

Michael Szavits: Das Thema war Onsen, das sind schlichte japanische Bäder, die sich nun auch im Design widerspiegeln. Wir wollten ein potentes, neues Segment mit vier Türen eröffnen. Das ist ein Vorbote für eine neue Fahrzeuggruppe. Hier haben wir einen MINI, der asymmetrisch ist – von den Felgen bis zu den Türen ...

Die Autorin (*fällt ihm ins Wort*): Sonst gibt man sich doch immer Mühe, Dinge möglichst symmetrisch zu gestalten, weil sie das menschliche Auge als schöner wahrnimmt ...

Michael Szavits: Nun, wir haben gezeigt, dass auch Asymmetrien schön sind.

Gert Hildebrand (*der Chef meldet sich zu Wort*): In dieser Komplexität sind all die Ideen, die in diesem Auto stecken, für die Serie schwer umzusetzen. – Ein Showcar ist quasi wie die Haute Couture, ein Serienfahrzeug die Prêt-à-porter-Mode.

Die Akteure sprechen noch eine Weile über die Schweiz, dass man ihr den Rücken kehren muss, wenn man als Autodesigner arbeiten möchte, und wie gut den beiden Schweizern ihre Wahlheimat München gefällt. Nachdem die beiden der Autorin das Ladies Drive MINI Design gezeigt haben, wendet sie sich der Dame in der Runde zu. Die Schweizer gehen ab.

### Zweiter Aufzug. Der Kunststoff und das Talent der Frauen.

Die Autorin, der Chefdesigner und Ute Wellershaus nehmen sich des Themas Interior Design an.

Ute Wellershaus: Ich arbeite an der Entwicklung von Kunststoffen, wobei wir von Hartkunststoff sprechen und das Wort „Plastik“ zu vermeiden versuchen. Was uns sehr am Herzen liegt, ist die einheitliche und stilvolle Farbkomposition: Wenn ich einen Kunststoff in einer bestimmten Farbe haben möchte, zum Beispiel Schokoladenbraun, dauert das bis zur Freigabe mit allen Prüfungen gut ein Jahr. Erst dann haben wir einen Master, eine Basis für die anderen Farben und Materialien und wir können damit beginnen, Leder, Kunstleder oder Nähte auf diesen Master abzustimmen. Doch das ist noch nicht alles. Wir brauchen ja auch eine Oberfläche für den Kunststoff. Und um diesen zu prägen, ihm ein Oberflächendesign einzuhauchen, müssen wir Werkzeuge entwickeln. Das dauert wiederum ein Jahr. Und ein weiteres Jahr benötigen wir für alle Tests und Prüfungen, bis wir einen serienreifen Kunststoff in einer bestimmten Farbe und einer bestimmten Oberfläche kreiert haben.

Die Autorin (*auf der Suche nach Geschlechterunterschieden*): Arbeiten Männer und Frauen beim Interior anders?

Ute Wellershaus: Kann ich nicht sagen (*lacht verlegen*). Ich hatte noch nie einen direkten Colour-&-Trim-Kollegen.

Die Autorin: Dann kann man vielleicht sagen, dass Frauen für Haptik und Farben das bessere Händchen haben?

Ute Wellershaus: Ja, deswegen ist dieser Bereich auch so stark mit Frauen besetzt.

Gert Hildebrand: Aber ich würde nicht so chauvinistisch sein und behaupten, die Mädels machen die Stoffe, die Jungs die Rennwagen. Wir haben zwei Frauen im Interior Design und unser gesamtes MINI-Design-Team über alle Fachbereiche besteht aus 50% Frauen und 50% Männern, darauf bin ich stolz.

Die Akteure wenden sich einem Tisch zu, auf dem unterschiedlichste Materialien in einem warmen Schokoladenbraun liegen.

Ute Wellershaus: Sehen Sie hier die Clubman-Farbe „Hot Chocolate“. Wir haben hier unterschiedlichste Materialien. Von einem Verdeck über Leder bis zu Kunststoffteilen und Nähten, Fäden. Wir erlauben uns hier keine Toleranzen von Farbabweichungen. Alle Verbauteile müssen dieselbe Farbe tragen. Dies trägt viel zum Harmonieempfinden in einem Interieur bei. Die Kunden fühlen sich einfacher wohler, wenn alle Nuancen bestens aufeinander abgestimmt sind.

Die Autorin: Ich sehe hier Bilder mit Mode-Designs. Arbeitet ihr eigentlich auch mit den Trendforschern aus der Haute Couture?

Ute Wellershaus: Wir schauen uns das schon an. Die sind für uns aber mehr eine Bestätigung, denn eine Inspiration.

## „Wir sind die Berufsgruppe, die Trends setzt.“

Gert Hildebrand (*seine Augen beginnen zu leuchten*): Die Frage, die sich hier stellt, ist, wer macht die Trends, wer setzt die überhaupt. Und wir sind die Berufsgruppe, die Trends setzt. Wenn Trends untersucht werden, tut man das anhand unserer Arbeit. Denn wir können Trends nicht folgen.

Die Autorin (*sichtlich neugierig*): Wenn ihr die seid, die Trends setzen, müsst ihr also besonders visionär sein ...

Gert Hildebrand (*wie aus der Pistole geschossen*): Das ist der Kern des Berufes eines Designers. Wir gestalten nicht nur die Produkte von morgen, sondern auch von übermorgen. Sehen Sie, bis ein Produkt auf den Markt kommt, braucht es schon bis zu fünf Jahre Entwicklungszeit. Dann wird es im Normalfall acht Jahre lang produziert und erfährt eine Lebensdauer von sagen wir mal zwölf Jahren. Was wir jetzt zeichnen, ist demnach in 25 Jahren noch auf der Strasse zu sehen. Das ist nichts anderes als eine Vision.

Die Autorin: Und das kann man wiederum nicht lernen.

Gert Hildebrand: Genau. Wenn ein Kind kein Talent für Ballett in sich trägt, wird es nie eine Primaballerina, selbst wenn es jeden Tag üben würde. Man kann zeichnen lernen, das Handwerk – die Vision nicht.

Die Autorin: Es gibt ja Kinder, die mit fünf Jahren sagen können, was sie später mal tun wollen ...

Gert Hildebrand: Ich hab immer nur Autos gemalt. Es müssen Taten folgen. Reden allein hilft nicht. Ich hab alle meine Skizzen seit meiner Kindheit gesammelt.

Die Autorin: Und wo haben Sie die gelagert?

Gert Hildebrand (*fast etwas verlegen*): Bei mir zu Hause. Ich hab ein richtiges Portfolio mit Autos, Panzern, Flugzeugen, Schiffen – alles, was sich bewegt.

Die Autorin: Auch Frauen? – Die bewegen sich auch ...

Gert Hildebrand (*lächelnd*): Das kam später mit den Frauen.

Die Autorin: Wie waren Ihre Anfänge als Designer, um zum Talent zurückzukehren?

Gert Hildebrand: Ich hab nach einem Industrial-Design-Studium am Royal College of Art in England „Automotive Design“ gelernt, startete bei Opel und kam über Volkswagen, SEAT und Mitsubishi Anfang 2001 als Leiter Design zu MINI.

Die Autorin: In welchen Momenten sind Sie während der Arbeit am glücklichsten?

Gert Hildebrand (*überlegt nicht lange*): Wenn das Auto zum ersten Mal fertig dasteht, dann fühlt man sich wie ein Vater bei der Geburt seines Kindes. Eine Befriedigung ist es indessen, ein Auto zu bauen, wenn man in der Werkstatt sieht, wie die Teile zusammengesetzt werden, wenn aus etwas Kleinem etwas Grosses entsteht.

## „Wenn das Auto zum ersten Mal fertig dasteht, dann fühlt man sich, wie ein Vater bei der Geburt seines Kindes.“

Die Autorin: Und was sind die schwierigen Momente?

Gert Hildebrand (*seine Stimme wird etwas leiser*): Als Designer stellt man sich immer einer Auswahl, einem Wettbewerb. Wenn wir eine Farbe, ein Exterieur oder Interieur Design suchen, offeriert jeder Designer seinen Vorschlag, es kann aber nur einer davon weiterverfolgt werden. Man hat also immer auch Verlierer am Tisch und das ist in kaum einem anderen Beruf in dieser Regelmässigkeit der Fall. Man muss also seine Designer auch stets aufs Neue motivieren, wieder kreativ zu sein.

Ute Wellershaus entschuldigt sich höflich und zieht sich zurück. Gert Hildebrand öffnet die von der Autorin mitgebrachten Appenzeller Biberli und geniesst die leckeren Süßigkeiten sichtlich.

### Dritter Aufzug. Der Visionär und sein Baby.

Nachdem alle einen Beitrag zur Erhöhung des Blutzuckerspiegels geleistet haben, setzt man sich zur letzten verbleibenden halben Interviewstunde zusammen.

Die Autorin: Es gibt viele Kreative, Visionäre, die einen Leidensdruck brauchen, um gut arbeiten zu können.

Gert Hildebrand: Ja, manchmal ist dieser Job auch fürchterlich. Should we tone this down? To „schwierig maybe?“

Die Autorin: Geht einem Kritik eigentlich sehr nahe, wenn Sie sagen, Sie sehen ein neues Design wie ein Baby?

Gert Hildebrand: Ja, man nimmt es schon persönlich.

Die Autorin: Sie haben aber schon ein Privatleben und Ihre Kinder erkennen Sie, wenn Sie nach Hause kommen?

Gert Hildebrand: Ja, ja. Der Sohn manchmal weniger, die Tochter mehr, weil die jeden Morgen um sieben zum Schulbus muss und ich derjenige bin, der sie hinholt und ihr abends eine Geschichte erzählt.

Die Autorin: Liegen Genie und Wahnsinn nah beieinander als Kreativer?

Gert Hildebrand (*lacht*): Nun, Design und Grossindustrie widersprechen sich eigentlich vom Charakter her. Die Autoindustrie ist aber Grossindustrie und ich möchte Autos kreieren. Also muss ich mit diesem Zwiespalt leben. Das ist schon ein tägliches Herantasten an die Grenzen. Hingegen braucht man diese Leidensfähigkeit als kreativer Mensch. Dafür lebt man.

Die Autorin: Wie verhält sich das Leiden zur Kreativität?

Gert Hildebrand: Design ist Teamarbeit, dennoch ist man als Designer immer messbar. Wir ziehen uns quasi jeden Tag nackt aus. Wir müssen uns immer bekennen, unterliegen dem Risiko, dass unsere Arbeit abgelehnt wird. Jeden Tag stehen wir auf dem Prüfstand. Ich



kann mich hinter keiner Präsentation verstecken. Wenn jemand vom Vorstand da ist und ich ihm unsere neusten Ideen präsentiere, muss ich sie mit aller Vehemenz und all meinem Herzblut darbieien. Ich muss für unsere Kreationen kämpfen. Wenn der Vorstand spürt, dass ich mich nicht dahinterstelle, werde ich unsere Ideen nie in die Tat umsetzen können. Es ist immer ein bisschen Kampf.

## „Man muss seine Ideen mit all seinem Herzblut darbieien.“ Ich muss für unsere Kreationen kämpfen.“

Die Autorin: Haben Sie nach all den Jahren immer noch die Energie zu kämpfen?

Gert Hildebrand: Doch, durchaus! Ich wüsste nicht, wo ein besserer Platz für mich gewesen wäre als hier bei MINI.

Die Autorin: Was war eigentlich Ihr erstes selbst gekauftes Auto?

Gert Hildebrand: Ein Käfer Cabrio. Ich hab immer noch zwei davon, ein rotes mit schwarzem Verdeck und ein dunkelsilbernes mit sandfarbenem Verdeck. Damit verbinde ich unendlich viele Erinnerungen.

Die Autorin (*neugierig*): Lassen Sie uns an einer teilhaben?

Gert Hildebrand (*ohne zu zögern*): Ja, es gibt eine schöne Geschichte, die geschah, als ich mein Käfer-Cabrio (Bj. 1966) »





Das MINI Design. In den Hauptrollen: Gert Hildebrand (55), seines Zeichens Chefdesigner. Hat ein Flair von Sean Connery, Mag Süesses und liebt die Schweiz. In tragenden, unterstützenden Rollen: Fabien Clottu (32) aus Neuchâtel. Der Romand wollte schon immer Autodesigner werden. Michael Szavits (35) aus Turgi im Kanton Aargau. Der Deutschschweizer im Team liebt den jungen Lifestyle von MINI. Ute Wellershaus (45). Ist verantwortlich für die schönsten Kunststoffoberflächen in unserer Milchstrasse. [www.mini.ch](http://www.mini.ch)

bekommen hab. Meine zwei Jahre jüngere Schwester Heidrun wollte, dass ich ihr Fahrstunden gebe. Also sind wir auf einen Waldparkplatz gedüst und ich hab sie fahren lassen. Doch sie hatte Probleme beim Einlegen der Gänge. Und mein kleiner Bruder, damals gerade mal neun Jahre alt, sass hinten drin und mäkelte ohne Punkt und Komma an meiner Schwester rum. Irgendwann sagte ich mir: Na, dann soll er doch mal zeigen, ob er es besser kann. Ich hab ihm den Gang eingelegt, bin ausgestiegen und er fuhr alleine auf diesem Waldparkplatz im Kreis. Bis er anfing zu weinen, weil er feststellte, wie schwer das alles ist. So bin ich reingehüpft und hab das Auto gestoppt (*grosses Gelächter*). Da denk ich heute noch dran. Der Gunther mit seiner weissen Mütze in diesem Cabrio ... und das 1975 mit meinem ersten Auto, meinem Augenschein!

Die Autorin: Nach dem Blick zurück nun noch einer nach vorne. Wo soll die Reise hingehen mit MINI, was ist Ihre Mission?

Gert Hildebrand: Die Marke und die Markenwerte beschützen, Authentizität beibehalten und darauf achten, dass alles, was mein Team und ich in Zukunft machen, keine Selbstverwirklichung von Pseudovisionen sind, sondern immer auf der Urvision vom Original MINI basiert. So viel wie möglich für den Kunden, den Passagier und der Rest: MINImal. Das ist unser Grundkonzept!

Die Autorin: Was gibt Ihnen für Ihre Kreativität wieder Nahrung? Ist es der Austausch mit anderen Designern?

Gert Hildebrand: Nein, eher weniger. Für mich sind es die Bücher. Ich kaufe mir jeden Tag zwei neue.

Die Autorin: Welche waren es heute?

Gert Hildebrand: Ich hab mir grad ein Land-Rover-Buch gekauft. Das ist sehr inspirierend.

Die Autorin: Waren Sie schon als Kind so eine Leserratte?

Gert Hildebrand: Ja. Ich hab Alistair MacLean rauf und runter gelesen. Dann, durch meine Mutter, John Steinbeck und Hemingway.

Die Autorin: Darf ich nun noch auf das Thema „Frauen und Auto“ kommen? Was assoziieren Sie mit diesen Begriffen?

„Ich habe in meiner Karriere Frauen kennengelernt, die oft zielgerichteter arbeiteten als Männer.“

Gert Hildebrand (*schaut ernst und antwortet mit sonorer Stimme*): Im Beruf pflege ich eine sehr hohe Wertschätzung, was Disziplin und Durchhaltevermögen der Frauen betrifft. In meiner Karriere hab ich viele Frauen kennengelernt, die oft zielgerichteter arbeiteten als Männer.

Die Autorin: Weshalb hat dieses Wortpaar auch eine erotische Komponente?

Gert Hildebrand (*gänzlich unverlegen*): Design ist ein erotischer Beruf. Es ist wie ein Kind zeugen, gebären, grossziehen, entlassen ins Erwachsenenleben. Klar spielen wir auch mit erotischen Formen und arbeiten mit Aspekten aus der Wahrnehmungspsychologie an der Begehrlichkeit. MINI ist einfach: Wir haben die drei Archetypen Mann, Frau, Kind. Die kindliche Form ist die Proportion mit grossem Kopf, kleinem Körper, dann der muskulöse Mann mit breiten Schultern und die sensuelle Skulptur der Frau. Zusammenfassend: Die Skulptur ist weiblich, die Proportion kindlich und der Eindruck auf der Strasse muskulös männlich. Das ist auch das Erfolgsrezept!

Die Presseverantwortliche mahnt zum Aufbruch, zeigt auf ihre Armbanduhr: Es ist 16 Uhr.

Die Autorin: Wie geht Ihr Abend nun weiter?

Gert Hildebrand: Jetzt hab ich eine Vorstandspräsentation und dann geh ich nach Hause (*lacht*). Dann werde ich Alix, meiner Tochter, eine selbst erfundene Fortsetzungsgeschichte aus Inzlingen bei Riehen erzählen. Ich erzähle immer was, weil ich zu faul zum Vorlesen bin und es schon dunkel ist, wenn ich nach Hause komme. Also erfährt sie jeden Tag Neues vom Jäger Armin von Inzlingen.

Durch Sicherheitsschleusen gelangen alle Akteure wieder ins Freie. Draussen angekommen, verabschiedet man sich herzlich. Kaum ist Gert Hildebrand wieder in seinem Büro verschwunden, fährt ein schwarzer 7er-BMW vor. Ein eleganter Herr im schwarzen Anzug steigt aus. Der Vorstand. Es ist 16.10 Uhr. «

## ONITSUKA TIGER FOR MINI ALS EXKLUSIVES LESERANGEBOT

Onitsuka Tiger trifft MINI CLUBMAN. Zwei absolute Kultur-Klassiker für Individualisten.

Die Unternehmen haben ihre Werte zusammgelegt und gemeinsam einen Schuh der Marke Onitsuka Tiger entwickelt, der vom Design des MINI CLUBMAN inspiriert wurde: den Onitsuka Tiger for MINI.

Die drei Farben sind in Anlehnung an den MINI CLUBMAN entstanden: „Schokoladenbraun/Crème“, „Schwarz/Silber“ sowie „Crème/Grün“. Ausserdem finden sich viele weitere Designelemente in Details des Schuhs wieder. Die Schuhe sind lediglich in limitierter Auflage erhältlich.

Ladies Drives exklusives Leserangebot: Wir freuen uns, Ihnen diese einzigartige Kollektion zum Ladies-Drive-Spezialpreis von CHF 140.00 (statt regulär CHF 200.00) anbieten zu können. Bestellen können Sie die exklusive Kreation Onitsuka for MINI ...

per E-Mail an: [info@ladiesdrive.tv](mailto:info@ladiesdrive.tv)  
oder schriftlich an: Swiss Ladies Drive GmbH, Im Dorf 97, 9428 Walzenhausen am Bodensee, Schweiz

Bitte vergessen Sie nicht, Ihre Lieferadresse, gewünschte Farbe und Schuhgrösse anzugeben. Die Lieferung erfolgt durch Onitsuka Tiger Schweiz in Neuendorf auf Rechnung.

