

„10 otázek pro...“ Christiana Bauera.



Christian Bauer se v červnu 2017 stal šéfdesignérem interiérů vozů MINI. Ve svých odpovědích na následujících deset otázek vysvětluje, co vlastně design interiéru představuje a o jak nesmírně náročnou práci se jedná, proč je automobilový design na pokraji dost možná jedné z největších změn jeho paradigmat a jakou roli v tomto procesu sehraje MINI.

1. Proč jste se stal automobilovým designérem?

Práce je pro mě životním posláním a obrovským privilegiem, protože jakožto designéři máme možnost učinit svět krásnějším místem pro život. Dokonce už jako dítě jsem miloval dvě věci: auta a kreslení. Měl jsem obrovskou sbírku angličáků Matchbox. Měl jsem také štěstí, že jsem žil neustále obklopen skutečnými automobily, protože můj otec trávil spoustu času „vrtáním“ se pod kapotou nejrůznějších modelů. A kreslení jsem si vždycky maximálně užíval. Takže volba zkombinovat mé dvě vášně a postavit na nich profesní kariéru se jevila jako logický krok. Příležitost studovat obor Dopravní prostředky – Konstrukce a design vozidel na Univerzitě aplikovaných věd v Pforzheimu se stala ideální vstupní branou.

2. Jaké věci poutají vaši představivost?

Vývoj, budoucnost – v podstatě jsem fascinován vším, co je nové. Nesnesu myšlenku na věci, které se z mého pohledu dlouhodobě nikam neposouvají. Pokrok je součástí lidské povahy a je to něco, čím se všichni zabýváme již od útlého dětství. Mé vlastní děti mi dokazují, jaká je to zábava. Jejich nadšení z poznávání či chápání nových věcí vyjadřují otevřeně a přímočaře. Potěšení z vlastního pozitivního vývoje je pro mě zdrojem motivace a fascinace – i já sám se permanentně „hecuji“ k neustálému pokroku a tvorbě nových věcí.

3. Co vás inspiruje?

Inspiraci čerpám z neobvyklého a nevidaného. Pokaždé, když někdo úspěšně aplikuje nový přístup, připomene mi to, že občas se až příliš držíme toho, co dobře známe. Nové přístupy také často stanovují nová měřítka. Takže pustit se do něčeho nového rozhodně stojí za to, i když to znamená nutnost překonat mnoho překážek a prokázat skutečnou odvahu. Inspirují mě úspěchy v nejrůznějších oblastech, od architektury přes biologii a fyziku až po design, samozřejmě. V současné době se nejrůznější obory prolínají, což může mít velký vliv na design. Například máte biology spolupracující s inženýry na inteligentních materiálech. V budoucnu by mohlo být možné, aby například povrchy, jako je kůže, tkanina nebo dřevo, komunikovaly pomocí světla, zvuku nebo pohybu. Funkce a komponenty budou sloučeny do jednoho, což otevírá zcela nové možnosti.

4. Co považujete za dobrý design?

Pro mě je dobrý design vždy odrazem aktuálního „ducha doby“, a zároveň velmi blízce reflektuje osobu, na kterou je produkt orientován. Způsob, jakým věci vnímáme, a v důsledku toho převažující vkus, se v průběhu času mění. Dominantním prvkem dnešního designu je například jednoduchost, protože svět, ve kterém žijeme, se stal velmi složitým a lidstvo je přetíženo množstvím věcí. To ovšem nutně neznamená, že dobrý design musí vždy odrážet současné preference – existuje také design, kterému se říká nadčasový. Dle mého názoru musí dobrý design nabízet přidanou hodnotu, a to jak funkčně, tak emocionálně.

5. Co se vám na práci designéra líbí nejvíce?

Pro mě design znamená mnohem více než jen estetiku formy. Vnímám ho jako něco, co se dělá pro lidi a s lidmi. To znamená, že design vždy vytváří přidanou hodnotu, která splňuje alespoň jeden požadavek lidí nebo zákazníků, a to i přesto, že je to „jen“ jejich pocit pohody. Jinými slovy, design pomáhá zlepšovat život. V tomto ohledu hraji aktivní roli, na kterou jsem velmi pyšný.

Mám také rád aspekt předvídavosti, tedy pochopení lidských potřeb, které se budou v budoucnu rozvíjet, a hledání způsobů, jak je nejlépe uspokojit. Tato vizionářská role umožňuje, aby design působil jako hnací síla technologických inovací, a dokonce inspiroval vývojáře. To je jedna z nejzajímavějších a nejuchvatnějších částí mé práce.



6. Pokud jde o design automobilu, lidé mají tendenci vnímat nejprve vzhled exteriéru, nikoliv interiéru. Proč?

Exteriér je první věc, kterou na autě vnímáte – vytváří okamžité emoce. Exteriér vozidlu propůjčuje určité vlastnosti, jako je síla, rychlost nebo agilita, a vytváří osobitý charakter. A není neobvyklé, že produkt zřetelně sděluje informaci o postavení a charakteru majitele. Design exteriéru je nesmírně důležitý. Ovšem to, co z dlouhodobého hlediska zákazníka přitahuje k určité značce, což ostatně potvrdilo mnoho studií, je interiér.

7. Co je tak zvláštního na designu interiéru?

První zkouškou ohněm, pokud jde o zákazníka, je usednutí do vozu – a aby vše klaplo, jak má, to je daleko těžší úkol, než se na první pohled zdá. Pokud se ve voze necítíte dobře, nedosáhnete na všechny ovládací prvky, nelíbí se vám použité materiály nebo si myslíte, že kvalita zpracování je mizerná, pak je velice nepravděpodobné, že si koupíte další auto stejné značky. Designér interiéru se musí vyznat v řadě různých oblastí. Musíte znát základy ergonomie, lidského chování, akustiky, logiky řízení a mnoho dalšího. Člověk se uvnitř vozu nesmí cítit omezen v pohybu, a to jakýmkoliv způsobem, ovšem současně se musí orientovat intuitivně a musí cítit, že on je tady tím hlavním. Nesmí ho nic oslňovat, a přesto musí být vše jasně rozpoznatelné. A to nikoliv v jediné konkrétní situaci, ale v celém spektru různých pohybových scénářů a využití, od konfigurování automobilu na chytrém telefonu, přes nastoupení do vozu a samotnou jízdu až po vystoupení z vozu. A vše musí být samozřejmě snadné a intuitivní. Pak je tu třešnička na dortu: design povrchů, promyšlený vzhled jednotlivých částí, celkový dojem z interiéru. Dále je třeba zdůraznit, že pracujeme v rámci mnoha velmi striktně daných technických omezení, jako je pevnost, charakteristika materiálů v případě nárazu, zvuková izolace, kabelové svazky či tloušťka materiálu. S těmito omezeními musí být zacházeno tak, aby existoval větší prostor a volnost pro samotný design. Vytvoření čisté linie nebo povrchu tak, aby to nevypadalo pouze jako zakrývání technických omezení, je samo o sobě docela náročné.

Umění interiérového designu spočívá v uplatňování emocí a vytváření faktoru pohody, zatímco se striktně pohybujete v komplexně vymezeném rámci možností. Pocit, kdy správná rada schválí interiér sériového automobilu s širokým úsměvem na rtech, je těžko popsatelný a je skutečnou odměnou za veškeré úsilí.

8. Co považujete za klíčové otázky pro budoucnost MINI a jakou roli bude hrát design interiéru?

V automobilovém průmyslu se v současné době odehrává mnoho velkých zvratů. Snažíme se vytvořit smysluplnou a emocionálně působící nabídku menších modelů v prémiovém segmentu, postavenou na vysoce komplexním pozadí digitalizace, autonomního řízení a samozřejmě také elektromobility. V MINI chceme být aktivním hráčem, který prosazuje tento přechod do nového světa tak, jak tomu bylo v minulosti. V průběhu tohoto vývoje sehraje design interiéru naprosto zásadní roli.



Příjemné a flexibilní prostředí pro jízdu z bodu A do bodu B je stále důležitější. Autonomní jízda změní interiér vozidla. Pro mnoho lidí se jejich vozidlo stane po jejich domově druhým obytným prostorem. V budoucnu budeme v automobilech trávit s největší pravděpodobností spoustu času, snad ještě víc, než je tomu nyní. Ale budeme v nich schopni dělat i jiné věci. Číst, spát, nakupovat věci online nebo si hrát s dětmi. Možnosti se zdají nekonečné. Interiéry vozidel proto musí reflektovat nové podoby jejich využití. A my, jakožto designéři interiérů, máme schopnost vytvářet zcela nové světy a zkušenosti a posouvat kvalitu života na zcela novou úroveň. Zde očekávám největší posun paradigmat ve výrobě automobilů.

9. Jak přesně to bude vypadat v případě MINI?

MINI je o maximalizaci zážitků s co možná nejmenší ekologickou stopou. Technické požadavky na elektrickou mobilitu znamenají, že mnoho oblastí musí být zcela přehodnoceno. Tím se pro MINI otevírají obrovské možnosti. Také interakce s vozidly bude hrát stále důležitější roli. I v budoucnu se zákazníci MINI uvnitř vozu okamžitě zorientují výhradně díky intuici. MINI ukáže, že interakce nemusí být nudná, přetechnizovaná nebo uživatelsky komplikovaná. Důležité je, že každý, kdo v budoucnu usedne do MINI, se i nadále bude cítit v naprosté pohodě. A v ideálním případě nebude chtít vystoupit.

10. Jak podle vás vypadá dokonalý interiér budoucnosti?

Myslím, a opravdu v to doufám, že něco takového jako „dokonalý“ interiér neexistuje, jinak bychom přišli o práci! Budoucnost jistě přinese mnohem vyšší stupeň flexibility a propojení mezi všemi zainteresovanými oblastmi, jako jsou materiály, displeje, pohyb, zvuk, vůně a obsluha. Jsem nadšený tím, co nás čeká, a doufám, že konstruktéři i inženýři získají svobodu, kterou potřebují, aby přišli s něčím zcela novým.

Děkujeme za rozhovor!

ŽIVOTOPIS:

Christian Bauer je šéfdesignérem interiérů MINI od června 2017. Před příchodem do MINI měl 43letý Bauer na starosti design interiérů BMW i. Předtím pracoval jako týmový manažer a generální ředitel designu interiérů BMW.

Kontakt

David Haidinger, Corporate Communications Manager, BMW Group Česká republika
Telefon: +420 739 601 171; e-mail: david.haidinger@bmwgroup.com
BMW PressClub CZ: www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/cz/startpage.htm
Internet: www.bmw.cz; Facebook CZ: <https://www.facebook.com/BMW.Ceska.Republika>

BMW Group

BMW Group je se svými značkami BMW, MINI a Rolls-Royce vedoucím výrobcem prémiových automobilů a motocyklů, stejně tak jako poskytovatelem prémiových finančních produktů a služeb



mobility. BMW Group je globální společností s 31 výrobními a montážními závody ve 14 zemích a celosvětovou prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích.

V roce 2016 společnost BMW Group prodala po celém světě přibližně 2,367 milionu automobilů a 145 tisíc motocyklů. Zisk před zdaněním ve finančním roce 2016 činil 9,67 miliardy Euro, příjmy dosáhly 94,16 miliardy Euro. K 31. prosinci 2016 pracovalo pro BMW Group 124 729 zaměstnanců.

Úspěchy společnosti BMW Group se vždy opíraly o dlouhodobé strategie a odpovědnost. Celý hodnotový a výrobní proces je zaměřen na ekologickou a sociální udržitelnost, k životnímu prostředí odpovědné produkty a jednoznačné zaměření na ochranu zdrojů. To vše je pevnou součástí celkového přístupu.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>