



Mode vom Autobauer: Was soll das?

AUTO BILD: Beinahe jede Automarke bietet eine eigene Bekleidungs- und Accessoires-Kollektion an. Warum?

Produkt-Designerin Melanie Weisweiler: Die Hersteller wollen mit ihren Accessoires neue Zielgruppen und Märkte erreichen. Nicht jeder kann sich ja einen Ferrari leisten, aber jeder Schumi-Fan hat einen Fan-Artikel zu Hause.

Was verbindet Mode und Auto?

Beides steht ganz vorn, um die eigene Persönlichkeit und den Lebensstil zum Ausdruck zu bringen.

Wer sind die Kunden?

Die Kunden sind so unterschiedlich wie die Automarken.

Nehmen wir BMW als Beispiel ...

Ich kenne langjährige BMW-Fahrer, die

Das ist ihm viel zu profan. Früher waren es vor allem die so genannten „Wannabees“, die Mochtégerns, die den 911er-Schlüsselanhänger auf den Tisch legten, aber den getunten Golf draußen vor der Tür stehen hatten.

Welche Automarke hat die stimmigste Kollektion?

Für mich sind es Mini und Smart. Die Accessoires sind sehr modisch, jung, frech und cool. Wobei Mini und auch Smart ihr Profil noch schärfen sollten,

auch BMW-Kleidung tragen. Der durchschnittliche BMW-Fahrer steht auf Kontinuität, Sicherheit, Komfort und identifiziert sich deshalb auch mit den BMW-Accessoires. BMW erreicht mit seinen Lifestyle-Produkten die bestehende Kundenschaft, neue Zielgruppen jedoch kaum.

Unterscheidet sich der BMW-Fahrer in seiner Accessoires-Auswahl vom Porsche-Kunden?

Ich denke nicht, dass sich der Porsche-Fahrer mit Porsche-Accessoires eindeckt.

um an Eigenständigkeit zu gewinnen.

Was würden Sie für ein Mini-Accessoire entwerfen?

Einen bunten, coolen Verbandkasten für das Auto und zu Hause.

Was wäre ein geeignetes Maybach-Produkt?

Ein Picknick-Koffer mit Kristall-Flachmann, Damastservietten, Silberbechern, Perlmutterlöffeln und eine mit Rochenhaut bezogene Thermoskanne – so wie in den 20er Jahren.



Melanie Weisweiler
Produkt- und Grafik-
designerin aus Tübingen