

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 11 (1998)
Heft: 1-2

Artikel: Der Kleingrosse : der Industriedesigner Franco Clivio und der Ingenieur Stephan Hauri kritisieren den Smart
Autor: Clivio, Franco / Hauri, Stephan
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-120769>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

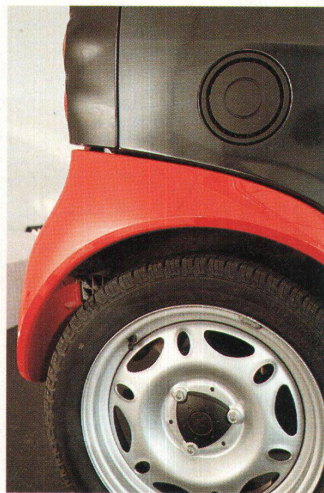
Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Der Kleingrosse

Der Smart, Kleinwagen von SMH und Daimler Benz, hat den Elchtest nicht bestanden. Die Turbulenzen sind beträchtlich, das mit etwa 270 Mio. Franken bisher schon höchste Werbebudget der Schweiz wird erheblich aufgestockt werden müssen. Im Herbst soll der Smart fahrtüchtig sein.

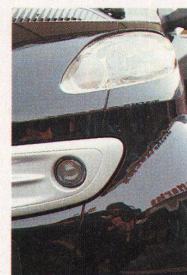
Sein Design ist aber definiert. Ralf Michel sprach mit Stephan Hauri, Chefredaktor der Zeitschrift «Autotechnik», und dem Industriedesigner Franco Clivio über den Smart.



1



2



4

Bilder: Pimlin Rösti



3

Was ist Ihr erster Eindruck vom Smart?

Clivio: Der wird im Strassenbild erfrischend wirken. Mit seiner lachenden Schnauze erinnert er mich an den Smilie aus den siebziger Jahren. Die Interpretation des Kunststoffes in den runden, relativ schwülstigen Formen hat etwas von den fünfziger Jahren. Dank der Farben wirkt er jung und modisch. **Hauri:** Für mich ist das Verhältnis von Länge zu Sicherheit das herausragende an der Konstruktion.

Das auffällige Äussere hat einen konstruktiven Grund. Welche Vorteile bietet der Wagen?

Hauri: Der Kunststoff ist nicht nur als markante Verkleidung verwendet worden. Beim Smart wurde Gewicht und Preis durch die Kombination von Stahlrahmen mit Kunststoffteilen wesentlich verringert. Normalerweise verringert man Gewicht durch teure Aluminiumkarosserien. Die bunten Teile am Smart bestehen aus durchgefärbtem Kunststoff, der nur angeschraubt ist und ganz recycelt werden kann. In der Produktion und bei Schäden spart man aufwendige Lackierungen und reduziert Lösungsmittelausstoss. Kratzer behalten die ursprüngliche Farbe.

Sie sprachen das Sicherheitssystem an. Was ist das Besondere daran?

Hauri: Die Ingenieure und Designer sind unkonventionell mit den Fahrzeugelementen umgegangen. Der Motor ist ein Winzling und verschwindet mit seinen 599 cm³ und den drei Zylindern im Hinterteil des Autos. Im extrem kurzen Heck wirkt er als Stossfänger – falls es mal kracht, dringt das Teil nicht in den Innenraum. Überhaupt ist das Sicherheitssystem raffiniert. Die Stahlkonstruktion wirkt wie ein starker Käfig. Airbags, Gurtstraffer und die flexiblen Sitze fangen die zerstörende Energie eines Unfalls auf.

Wie ist das Design des Innenraumes?

Clivio: Zuerst störte mich der hohe Einstieg. Einmal drin, war ich erstaunt, wie geräumig der Knirps ist. Man sitzt gut, hat genügend Freiraum nach vorn und zur Seite. Die Armaturen sind übersichtlich angeordnet. Die Sitze wirken durch die Netze an der Rückenlehne leicht, stabilisieren seitlich und sind erstaunlich bequem. Na ja – Thonet wendet das Prinzip mit dem Netz ja schon seit 150 Jahren bei Stühlen an. Ausserdem hat man nicht wie beim alten Cinquecento oder dem Mini das Gefühl, auf der Strasse zu sitzen. Das erhöht mein Sicherheitsempfinden.

Was halten Sie vom Cockpit, dem Interface des Wagens?

Clivio: Mich stört, wie ausgiebig die Designer runde Formen nutzen. Lüftungsauslass rund, Zusatzgeräte rund, Armatur – überhaupt alles rund. Das ist beliebig. Zum Beispiel machen runde Knöpfe bei den Schieberegler der Lüftung keinen Sinn. Da widerspricht die Form der Funktion, weil man drehen möchte statt schieben. Das transparente Dach hingegen gibt den optimalen Eindruck den Raum zu vergrössern.

Wird das nicht zu heiss bei Sonnenschein?

Hauri: Nein, das Material lässt sich nur Licht durch, nicht die Hitze. Vielleicht noch etwas zum Einstieg, Franco Clivio. Sie sagten, der sei Ihnen zu hoch. Das ist er aber nur, weil sich die Konstrukteure bemühten, den Schwerpunkt tief zu halten. Sie bauten die schweren Teile in den Boden und stabilisierten so den kurzen Wagen.

Clivio: Das mit dem Einstieg ist verzeihen, weil ich hier drin ja schön hoch sitze. Mir gefällt auch die Tür. Die ist grosszügig bemessen, sie öffnet einen Raum. Von der Seite fällt mir auf, wie die Designer mit kleinen Details technische Kompetenz vermitteln wollen. Am Tankdeckel werden viele Schrauben offen gezeigt, die es gar nicht braucht. Das ist übertrieben, zumal die Felgen direkt darunter mit nur drei Schrauben gehalten werden.



5



6

1 Das Rad ragt über das Heck hinaus

2 Das Gesicht: Psychedelisches Lächeln und schräge Augen

3 Gestalterische Meisterleistung: Die Form- und Farbübergänge

4 Schwulstige Rundungen integrieren den Radüberstand



7



8

Das Heck ist fast so wichtig wie die Schnauze, die gestalterischen Probleme sind vielseitiger. Wie gehen die Designer damit um?

Clivio: Im Gegensatz zur modischen Schnauze sind formale Probleme hinten gelöst. Das fällt insbesondere an den Stellen auf, wo die Rücklichter mit dem Abschluss des Daches, den Fenstern, dem Fahrzeugrahmen und der Heckklappe zusammenstossen. Die Übergänge sind trotz der unterschiedlichen Materialien gut gelöst, weil sie die Einzelteile klar definieren und alles zusammen ein schlüssiges Ganzes ergibt. Selbst der etwas übertrieben wirkende Spoiler macht Sinn, weil er den Wagen scheinbar verlängert – der wäre sonst einfach abgeschnitten und wirklich kurz. Die Hecktür ist eine angenehme Überraschung, weil sie horizontal geteilt ist wie bei den grossen Amischlitten. Die untere Klappe hängt an offenen Stahlseilen.

Das ist ein gutes Detail und Sinnbild für den Werbespruch «reduce to the max». Wie finden Sie die Markteinführung?

Hauri: Die ist sehr aufwendig inszeniert. Sicher, weil an dem Smart auch eine ganze Fabrik mit 2000 Arbeitsplätzen hängt. Offen bleibt die Frage, ob der Wagen wirklich die Zahl der Autos in den Städten verringert. Ich den-

ke, dass er zum Drittwagen wird: zum Einkaufen für die Ehefrau, als Anfängerauto für die Kinder reicher Eltern. Clivio: Karottenraffeln auf Weihnachtsmärkten werden mit mehr Herzblut präsentiert als der Smart hier im Supermarkt. Ein paar Scheinwerfer, die mikrige, zusammengeschraubte Theke, schöne Mädchen und Videoclips machen aus einer Ansammlung von Automobilchen keine glaubwürdige Vorstellung. Das hat der Wagen nicht verdient, wo doch soviel Werbegeld bereitsteht. MCC sieht den Smart als Ergänzung zum öffentlichen Verkehr. Das funktioniert nur, wenn Bahnen, Autovermieter, Autoteiler und Stadtverwaltungen mitspielen und das Potential des Kleinwagens erkennen. Sonst fahren besser Betuchte mit dem Knirps zur Arbeit und sind sonst mit dem Porsche unterwegs um zu repräsentieren. Damit würde die Gesamtzahl der PKWs nicht reduziert, was aber, machen wir uns nichts vor, nicht im Interesse von Daimler Benz ist. Die leben davon, dass sie Autos verkaufen.

Smart-Geschichte

1972 Johann Tomforde, Ingenieur und Designer bei Daimler Benz, stellt in der Konstruktionsabteilung das Konzept eines zweisitzigen Stadtautos vor. Das verschwindet in den Schubladen der Marketingabteilung.

Sommer 1992 Tomforde zeigt den Prototypen des zweisitzigen Stadtautos Mercedes Micro Car und erhält vom Vorstand die Projektleitung für die Anti S-Klasse.

1992 Der neue VW Boss Piëch kippt das Projekt Swatch Mobil mit SMH und verabschiedet sich von ökologischen Mobilitätskonzepten.

Januar 1993 Nicolas Hayek, Chef von SMH, und Johann Tomforde treffen sich in Biel und vereinbaren eine Zusammenarbeit. Der Daimler Benz Vorstand gibt vor: Der neue Mercedes darf nicht Mercedes heissen und braucht neue Vertriebswege. Die Leute von Swatch bieten beides. Dazu gelten sie mit ihren Uhren als Trendsetter und bringen als Autodidakten wichtige Neuerungen in den Automobilbau ein (z.B. durchgefärbte Kunststoffe).

April 1994 MCC (Micro Compact Car AG) wird gegründet. Teilhaber: Daimler Benz 81 Prozent und SMH 19 Prozent. Ziel des Unternehmens ist die Entwicklung von zukunftsweisenden Mobilitätssystemen. Erster Schritt: Serienproduktion des Smart.

14. Oktober 1995 Grundsteinlegung für das neue Werk in Hambach in Lothringen.

5 Reduziert auf das notwendige, ohne die Funktionen einzuschränken: Aufhängung der Heckklappe und winziger Dreizylinder

6 Die Linienführung am Heck definiert die einzelnen Elemente und ergibt doch ein Ganzes

7 Leichtbau à la Thonet am Sitz

8 Das Interface des Frosches könnte differenzierter ausfallen

November 1997 Einweihung des Werkes und Beginn der Serienproduktion. Zusammen investierten beide Firmen etwa 583 Mio. Franken in die Entwicklungs- und Werkzeugkosten und 690 Mio. Franken in das Automobilwerk in Lothringen.

320 Mio. Franken bezahlten Zulieferer für die Anbauten und Einrichtungen der Fabrik.

Die Zürcher Werbeagentur Weber, Hodel, Schmid bereitet die Markteinführung mit dem höchsten Werbebudget (geschätzte 270 Mio. Franken) der Schweiz vor.

Bis zur Markteinführung in acht europäischen Ländern haben alle Teilnehmer etwa 2 Mrd. Franken investiert. Ab dem Jahr 2000 soll die Fabrik maximal 200 000 Stück mit 2000 Arbeitskräften produzieren.

Dezember 97 Johann Tomforde, der Smart-Entwicklungschef, wird entlassen. Das Auto hat den Elchtest nicht bestanden. Es wird erst ab Herbst 98 auf den Strassen fahren.

Daten

Länge 2,5 m
Breite 1,45 m
Höhe 1,55 m
Leergewicht 680 kg
Zuladung ca. 250 kg
sequenzielles Sechsganggetriebe (ohne Kupplung) oder Automatik
Höchstgeschwindigkeit auf 130 km/h elektronisch begrenzt
Verbrauch 4 l Super auf 100 km