

# Klassenkampf

Die Interieurs von Verkehrsflugzeugen sind Lehrstücke über Design und Ökonomie. Unter dem dünnen Firnis des jeweiligen Airline-Brandings konkurrieren in ein und derselben Flugzeugkabine zwei konträre Geschäftsmodelle.

AUTOR: MARTIN KRAUTTER



Cathay Pacific ließ ihre neue First-Class-Möblierung von Foster + Partners gestalten.



Mehr Platz dank V-Stellung der Sitze: die neue Business-Class der Lufthansa-Langstreckenflüge



Singapore Airlines setzt in ihrer First-Class auf starke Abschottung seiner solventen Passagiere.

**WÄHREND KONSUMENTEN** in den meisten Lebensbereichen die Wahl zwischen vielen differenzierten Komfortoptionen haben, öffnet sich im Luftverkehr die Schere zwischen Billigfliegern und der nüchternen Enge der Economy-Class einerseits sowie dem Raum und Luxus von Business- oder First-Class andererseits immer weiter. Vollanbieter wie Lufthansa oder British Airways trifft der Konflikt härter als die jeweiligen Spezialisten an den Enden der Skala. Nur 10 bis 15 Prozent der Fluggäste buchen auf Langstreckenflügen Business- und First-Class, bringen damit aber rund die Hälfte des Umsatzes dieser Fluglinien – eine prekäre Mischkalkulation. Vor diesem Hintergrund hat das Design der aktuellen Flugzeuginterieurs einen klaren Imperativ: In der Economy-Class gilt es, die Transportkapazität bis an die Schmerzgrenze zu maximieren. In den oberen Klassen hingegen wird die lukrative Kundschaft nicht nur mit schmeichelndem Service umworben, sondern auch mit einem komfortablen, luxuriös gestalteten Ambiente. So oder so finden sich Flugzeughersteller, Zulieferer und Fluglinien in hoch kompetitiven Situationen wieder, was die Kreativität der Gestalter und Ingenieure befeuert.

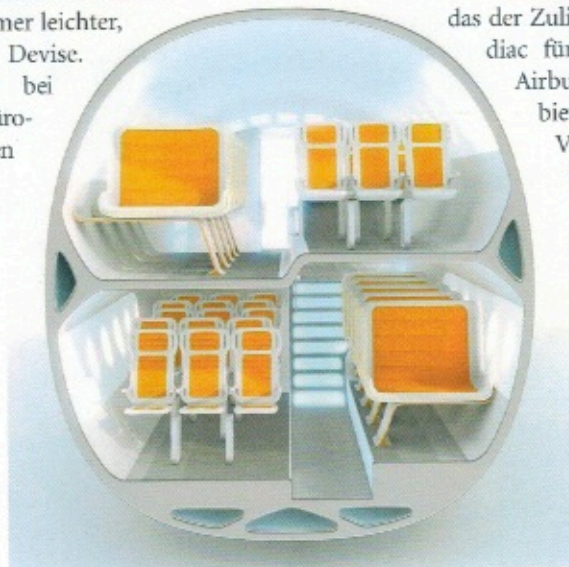
## Jedes Zoll zählt

Das Codewort für die Wirtschaftlichkeit des Flugzeuginterieurs lautet: Pitch. Es bezeichnet hier den Abstand von Sitz zu Sitz in Zoll. Standard in der Economy-Class sind 29 bis 32 Zoll (74 bis 81 Zentimeter), in der Business-Class eines Langstreckenfliegers rund das Doppelte. Je kleiner der Pitch, desto höher die Kapazität – mit der menschlichen Anatomie als natürlichem Limit. Damit rückt der Flugsitz als einzige Designvariable dieser Rechnung in den Fokus: immer schlanker, immer leichter, lautet die Devise. Ähnlich wie bei modernen Bürostühlen ersetzen elastische Meshgewebe dicke Polster aus Schaum, Composite-Materialien voluminöse Metallgestelle. Verstellbarkeit ist

bei engem Pitch auf Kurz- und Mittelstrecken keine Option mehr, der Sitzwinkel muss den bestmöglichen Kompromiss von Design und Ergonomie darstellen.

Willkommen sind Designideen, die zumindest auf der Kurz- und Mittelstrecke mehr Flexibilität bei der Klasseneinteilung schaffen – wie das Sitzsystem „Checkerboard“ des Designstudios Paperclip aus Hongkong: Mit wandelbaren Einzelsitzen lässt sich das Kabinenlayout schnell an die Nachfrage anpassen.

Aber auch das Konzept „Isis“, das der Zulieferer C&D Zodiac für den Klassiker Airbus A320 bietet, bietet handfeste Vorteile, wobei es an ganz anderer Stelle ansetzt: Ein neues Gepäckfachsystem schafft erstaunliche 60 Prozent mehr Stauraum, insbesondere für die wachsende Flut von Rollkoffern, die das



Rechts: Das Sitzkonzept „Checkerboard“ von Paperclip erlaubt die rasche Anpassung der Kabine an die Nachfrage durch variable Einsätze.

Unten: Ein herausfordernd neues Fluggefühl verspricht der Entwurf „Aviation 2050“ von Jonathan Hillig, der in Zusammenarbeit mit EADS Innovation Works entstand: Die Übertragung von Außenbildern auf die Kabineninnenflächen lässt Grenzen verschwimmen.

Linke Seite unten: Eine Studie des BDLI sieht für den Kurz- und Mittelstreckenflug der Zukunft zwei Etagen mit flexibler Bestuhlung vor.



pro Person zugestandene Volumen auf den Millimeter ausnutzen. Dabei verbesserten die kalifornischen Designer von Zodiac die Kopffreiheit sogar noch und integrierten zeitgemäße Details wie LED-Moodlight sowie komfortable Bedienpaneele für Lüftung und Leselicht.

#### Automarken geben Premium-Flair

Andere Fragen beschäftigen die Verantwortlichen für Business- und First-Class-Interieurs: Was ist den verwöhnten Passagieren dieses Segments wichtiger, mehr Platz oder die Garantie, zum Gang hin nicht über einen Sitznachbarn klettern zu müssen? Die Lufthansa entschied sich bei ihrer neuen Business-Class bewusst gegen den „Direct Aisle Access“ und für das so genannte „V-Konzept“, dessen Sitzanordnung wiederum etwas Fußraum schindet. British Airways lässt die Oberklassenpassagiere für mehr Raumökonomie erstmals auch rückwärts zur Flugrichtung sitzen

beziehungsweise liegen, dagegen setzt Cathay Pacific auf das „Reverse Herringbone“-Layout, und Singapore Airlines verzichtet zugunsten des Raumgefühls schlicht auf einige Sitze Mehrkapazität.

Während Lufthansa mit dem im Luftfahrtsegment erfahrenen Londoner Designbüro PearsonLloyd zusammenarbeitet und Cathay Pacific mit Foster & Partners einen Stararchitekten engagiert, hoffen andere auf das Gespür von Designern der Premium-Automarken für die Zielgruppe: Singapore Airlines ließ ihre First-Class-Kabinen von BMW DesignworksUSA entwerfen; die Business-Version des Hubschraubers EC145 von Eurocopter wurde von Mercedes-Designern ausgestattet.

Ein wachsendes Geschäftsfeld sind VIP- und Privatjets. Die Fertigung ihrer luxuriösen Interieurs ist für Firmen wie die Lufthansa Technik AG ein wichtiges Standbein. Die individuelle Gestaltung

obliegt dabei spezialisierten Interiordesignern, die oft auch Superyachten für die gleiche Klientel gestalten – etwa Andrew Winch Designs in London. Aber auch hier entdecken Unternehmen aus dem Automotive-Bereich neue Märkte, wie der Bottroper Fahrzeugveredler Brabus mit seinem neuen Geschäftsbereich Private Aviation.

#### Der Blick in die Zukunft

Während im VIP-Segment immer neue Variationen von gestepptem Leder, Velours und Wurzelholz, dem Geschmack der Zielgruppen gemäß, das Bild bestimmen, geben Studien von Hochschulen und Industrieverbänden einen Eindruck, wie das Fliegen auch für Normalverbraucher in der Zukunft aussehen könnte. Das Kompetenznetzwerk Cabin/Cargo im Bund der Deutschen Luftfahrt-Industrie (BDLI) präsentiert solche Visionen für die Kabine der Zukunft unter dem Slogan „Imagine innovations flying tomorrow“ mit dem Fokus auf die Kurz- und Mittelstrecke: zum Beispiel eine doppelstöckige Kabine mit flexibler Bestuhlung, ein revolvierendes automatisches Aufbewahrungssystem für Handgepäck, interaktive Oberflächen und neue Lösungen in der Flugzeugtoilette. Eine Studienarbeit von der TU Dresden führt die Vorstellung der Kabinenwand als großflächigen Monitor noch weiter: Die Übertragung von Außenbildern auf die Oberflächen soll in dem Entwurf „Aviation 2050“ von Jonathan Hillig für ein völlig neues Fluggefühl sorgen. ■