



STORY

RENAULT SOUNDDESIGN: DER KLANG DER STILLE

Mit dem Debüt der ersten Elektromodelle von Renault ergab sich eine ganze Reihe von Fragen rund um das nahezu lautlose Arbeitsprinzip des Elektromotors: Wie warnt man Fussgänger vor einem näher kommenden Fahrzeug, dessen Antrieb fast kein Geräusch von sich gibt? Wie erzeugt man ein akustisches Warnsignal, das zwar wirkungsvoll ist, aber niemanden erschreckt? Und wie kreiert man ein markentypisches Sounddesign für Elektrofahrzeuge? Laurent Worms, Leiter der Audiostrategie bei der Renault Group, berichtet, wie ein Vehicle Sound for Pedestrians, kurz: VSP, entsteht.

Es mag paradox erscheinen, ein Elektrofahrzeug, das von Natur aus vorbildlich leise ist, mit einem künstlichen Geräusch lauter zu machen, aber die Sicherheit geht vor: Ohne Warnton können Fussgänger langsam fahrende E-Mobile schlichtweg nicht hören. Ein solcher Vehicle Sound for Pedestrians ist sogar Vorschrift und daher fester Bestandteil des Entwicklungsprozesses neuer Fahrzeuge mit E-Antrieb. Der Lösungsansatz bei Renault lautet „Warnen durch Beruhigen“ und eröffnet den Sounddesignern spannende Möglichkeiten.

„Was in einem Elektroauto auffällt, ist die Stille. Wir wollen ihr eine Stimme geben.“ **Laurent Worms, Audio Strategy Manager, Renault Gruppe**

WARNEN OHNE ZU ERSCHRECKEN

Renault setzte bereits 2012 im damals neuen ZOE einen VSP in Serie ein. Der spezifische Sound sollte nicht nur warnen, er sollte auch eine Botschaft verkünden: „Ich bin elektrisch, ich bin innovativ, ich bin ein Renault“. Von Beginn an sollte es ein Sound sein, der an die Werte der Marke erinnert. Ein Signatursound, der später auch bei anderen elektrischen Renault Modellen erklingen sollte. „Die Idee ist natürlich, Fussgänger zu warnen, ohne sie zu erschrecken. Gleichzeitig müssen wir eine positive Assoziation zwischen dieser Warnung, Elektroautos und der Marke Renault herstellen“, sagt Laurent Worms. Heute geben die Concept Cars Mégane eVision und R5 Prototype einen Vorgeschmack auf die kommende Generation von Renault Elektromodellen. Auch diese Modelle werden einen eigenen Sound bekommen, der wie schon die Klangkulisse für den ZOE von den Perception und Sound Design Forschungsteams in den Studios und Labors des IRCAM entwickelt wurde (Institute for Research and Coordination in Acoustics/Music). Renault arbeitet seit 1994 mit dem renommierten Institut im Pariser Centre Pompidou zusammen, lange bevor der Hersteller den Weg für den Elektroantrieb als Technologie der Zukunft ebnete.

EINE GUT GESCHRIEBENE PARTITUR, FEIN ABGESTIMMTE INSTRUMENTE

Sounddesign erfordert Weitblick, technisches Geschick, Geduld und Liebe zum Detail. Viele Bereiche der Renault Group, darunter die Abteilungen Produkt, Design und Engineering, arbeiten im Team eng zusammen. Um einen VSP zu komponieren, werden ausserdem externe Partner und Experten hinzugezogen. Auch der Akustikingenieur und passionierte Musiker Laurent Worms erlernte sein Handwerk beim IRCAM, bevor er zu Renault wechselte und sich der angewandten Akustik verschrieb.

„Meine Aufgabe ist es, einen Kurs zu setzen. Ich stütze mich dabei auf das reichhaltige Feedback unserer Kunden und auf aktuelle Trends, um die Sound-Spezifikationen auszuarbeiten, die im Einklang mit unserer Markenidentität die gewünschten Eindrücke wecken.“ Laurent Worms

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation
karin.kirchner@renault.com / Tel.: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Kommunikationsattaché
marc.utzinger@renault.com / Tel.: +41 (0) 44 777 02 28



Die Sounds zukünftiger Renault Elektrofahrzeuge orientieren sich an früheren Klangschemata, um eine historische Verbindung herzustellen, eine Arbeit, die wie geschaffen ist für das IRCAM. Unter der Leitung von Nicolas Misdariis, Forschungsleiter und Manager der Project-&-Development-Services-Teams am IRCAM, und des Komponisten und Sounddesigners Andrea Cera, machten sich die Akustik-Profis des Instituts ans Werk.

MIT INSTRUMENTEN, AUFNAHMEGERÄT UND COMPUTER

In mehreren Etappen nähern sich die Akustik-Spezialisten mit Hilfe von Bildern, Klangbibliotheken und auch Geräuschen dem Wunschsound an. Auf Basis dieser Erkenntnisse startet dann das eigentliche Sounddesign.

Dabei müssen die Fachleute die Grundelemente mit Hilfe von Instrumenten, realen, aufgenommenen Klängen oder synthetischen Computersounds zunächst in hörbares Material umwandeln, wobei die grundlegenden Regeln der Harmonie den Leitfaden bilden. So ruft ein Dur- oder konsonanter Akkord am besten ein Gefühl der Erleichterung oder Freude hervor. Umgekehrt suggeriert eine Dissonanz, wie gering auch immer, sofort eine Spannung... Achtung! Eine Dualität, die sich für einen Sound wie den VSP als nützlich erweist. Es folgt die Ausarbeitung von Rhythmen und Modulationen. Diese passen sich den Bewegungen des Fahrzeugs an und tragen so zu einem dynamischen, lebendigen und unverwechselbaren Klang bei.

Der letzte Schritt besteht darin, aus mehreren Soundentwürfen den Richtigen auszuwählen. Dabei können sich manche Fallen eröffnen. Die erste besteht darin, sich zu sehr auf den eigenen Geschmack zu stützen, eine weitere darin, alle Meinungen unter einen Hut bringen zu wollen, so konträr sie auch sein mögen. Hier schlägt die Stunde des Customer Sound Experience Managers, der die im Vorfeld von den Teams definierte Linie sicherstellt und konsequent bis zu Ende verfolgt. Denn nur so lässt sich ein unverwechselbarer Signature-Sound mit starkem Charakter realisieren, der sich auf Dauer bewährt..

* * *

ÜBER RENAULT

Seit 1898 steht die Marke Renault für Mobilität und die Entwicklung innovativer Fahrzeuge. So gilt Renault als ein Pionier der Elektromobilität in Europa. Mit dem Strategieplan "Renaulution" richtet sich die Marke noch stärker in Richtung Technologie-, Energie- und Mobilitätsdienstleistungen aus.

Die Marke Renault ist seit 1927 in der Schweiz vertreten und wird durch die Renault Suisse SA importiert und vermarktet. Im Jahr 2020 wurden 14'520 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Renault in der Schweiz immatrikuliert. Mit mehr als 3'300 Neuzulassungen für die 100 % elektrisch angetriebenen Modelle ZOE E-TECH ELECTRIC, Kangoo E-TECH ELECTRIC und Master E-TECH ELECTRIC. In 2020 verfügt Renault in dieser Sparte über 15 % Marktanteil. Das Händlernetz wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile mehr als 200 Partner, die Autos und Dienstleistungen an 228 Standorten anbieten.

* * *

Die Medienmitteilungen und Bilder befinden sich zur Ansicht und/oder zum Download auf der Renault Medien Seite: www.media.renault.ch.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation
karin.kirchner@renault.com / Tel.: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Kommunikationsattaché
marc.utzinger@renault.com / Tel.: +41 (0) 44 777 02 28