



Die Designphilosophie von Thomas Ingenlath: "Das volle Potenzial der Marke Volvo frei setzen"

Die Designphilosophie von Thomas Ingenlath: "Das volle Potenzial der Marke Volvo frei setzen"

Interview mit Thomas Ingenlath, Senior Vice President Design bei der Volvo Car Group
Thomas Ingenlath arbeitete nach seinem Wechsel zu Volvo nahezu ein Jahr lang "hinter verschlossenen Türen". Nun ist es an der Zeit, erste Ergebnisse seiner Arbeit zu präsentieren.
"Als ich 2012 angefangen habe, steckte Volvo bereits mitten in einem rasanten Umgestaltungs- und Weiterentwicklungsprozess. Mein Team und ich haben uns auf die Neuinterpretation der Designsprache konzentriert. Damit tragen wir dazu bei, diese großartige Marke in die gewünschte Richtung zu bringen."
Warum Volvo?
"Jeder, der mich kennt, wird sagen: Volvo passt perfekt zu dir. Mir hat noch nie das gefallen, was allen anderen gefallen hat, ich mag kein schnelles und lautes Design. Ich bin nachdenklich und entdecke gerne die intellektuellen Elemente unter der Oberfläche. Wenn man das richtig macht, kommt die Ästhetik ganz von allein.
Volvo ist eine Marke mit einer außergewöhnlich starken Geschichte. Sie stellt den Menschen in den Mittelpunkt. Es ist eine besondere Herausforderung, ein neues Design zu entwickeln, das die bewährten Markenwerte aufgreift und auch die Neupositionierung hin zu einer noch markanteren Premium-Marke ermöglicht."
Was ist Ihre Vorstellung von skandinavischem Design?
"Da Volvo die einzig verbliebene Automarke in Schweden ist, sind wir per Definition der einzige Automobil-Hersteller, der skandinavisches Design schaffen kann. Doch wir müssen eine moderne, begehrenswerte Interpretation kreieren.
Für mich ist das skandinavische Volvo Design eng mit den Werten der schwedischen Gesellschaft und deren Lebensstil verbunden. Doch es reicht nicht, einfach Designelemente in die Autos zu integrieren. Wir müssen das Wesen und das Selbstverständnis verstehen, das skandinavisches Design so besonders macht. Und das übertragen wir dann auf das Fahrzeugdesign."
Welchen Ansatz verfolgen Sie?
"Skandinavisches Design wird nur dann als attraktiv wahrgenommen, wenn es sich durch Präzision und Liebe zum Detail auszeichnet. Eine akribische Ausführung und permanent hohe Qualität sind Voraussetzungen, um sich unter den Premium-Herstellern zu etablieren."
Wie würden Sie das neue Design beschreiben?
"Das Volvo Design strahlt seit jeher eine natürliche Autorität aus. Diese ruhige, intelligente und starke Seite der Marke wollen wir mit mehr Modernität und Ausdruckskraft unterstreichen. Das Volvo Concept Coupé ist dafür ein gutes Beispiel.
Draußen sein spielt eine wichtige Rolle im schwedischen Lebensstil. Wir festigen die starke Verbindung zwischen Volvo und der Naturverbundenheit. So wird Funktionalität zum emotionalen Erlebnis. Wie eine exklusive Daunenjacke vereinen unsere Fahrzeuge Hochwertigkeit und Robustheit.
Kreativität gehört seit jeher auch zur schwedischen Gesellschaft - sowohl in den Bereichen Design und Technik als auch bei Mode, Musik und Kunst. Davon inspiriert, schaffen wir jetzt eine völlig neue Art von erschwinglichem Luxus. Unsere Autos spiegeln auf spannende Art die schwedische Seele wider."
Welche Vorteile bietet die neue skalierbare Produkt-Architektur für Designer?
"Mit der neuen Architektur schaffen wir spannende Proportionen, die wichtig für ein Premium-Design sind. Der Abstand zwischen Armaturenbrett und Vorderachse ist großzügiger als bei allen anderen Plattformen, mit denen ich bisher gearbeitet habe. Dadurch schließen wir bei den Proportionen zu den führenden Premium-Marken auf.
Der Hüftpunkt ist ein weiteres Beispiel. Er ist tief genug, um das niedrige Profil einer schlanken Limousine zu zeichnen, ohne Kompromisse bei der Kopffreiheit einzugehen."
Was sind die markantesten Designelemente?
"Jede starke Marke braucht ein Alleinstellungsmerkmal, das sie einzigartig macht. Künftige Modelle werden durch ein markantes Volvo Logo im scheinbar schwebenden Kühlergrill gekennzeichnet, der von T-förmigen Tagfahrleuchten eingerahmt wird. Eine größere, akzentuierte Motorhaube, die sich in einem eleganten Bogen um das gesamte Fahrzeug ziehende Gürtellinie sowie die scharfkantige und mit den Heckleuchten verbundene Schulter sind weitere wichtige Designelemente. Sie tragen allesamt zu einem selbstbewussten Auftritt bei, dessen Schlichtheit - sowohl außen wie innen - eine starke Verbindung zum skandinavischen Lebensstil bildet."
Apropos innen, wie sieht es denn im Interieur aus?
"Wir bauen auf dem Premium-Niveau des Volvo V40 auf. Dank des neuen Bedienkonzepts mit einem großen Touchscreen in der Mittelkonsole können wir nahezu auf alle Tasten und Knöpfe verzichten. Diese Einfachheit befindet sich in perfektem Einklang mit dem skandinavischen Design-Erbe. Es eröffnet uns die Möglichkeit, die Oberfläche zu bereinigen und ein luxuriöses Interieur mit völlig neuen Formen zu schaffen.
Im Sinne unseres Markenversprechens sollen sich Volvo Fahrer einzigartig und besonders fühlen. Dieser Anforderung werden wir mit klassischen, handgemachten Elementen sowie markanten und überraschenden Details gerecht."

Volvo Car Germany GmbH
Ringstraße 38-44
50996 Köln
Deutschland
Telefon: +49 (0)221 9393-0
Telefax: +49 (0)221 9393-155
Mail: olaf.meidt@volvocars.com
URL: <http://www.volvocars.com>

Pressekontakt

Volvo

50996 Köln

volvocars.com
olaf.meidt@volvocars.com

Firmenkontakt

Volvo

50996 Köln

volvocars.com
olaf.meidt@volvocars.com

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage