

NR. 88/2026

Volkswagen Group Design: Unternehmensweite Synergien mit eigenständigen Marken

- Die Electric Urban Car Family zeigt, wie Volkswagen Group Design Synergien mit klar differenzierten Markenidentitäten verbindet.
- Volkswagen Group Design definiert eine gemeinsame Ausrichtung, Methoden und Qualitätsstandards und stärkt zugleich die individuelle Identität jeder Marke.
- Die Electric Urban Car Family spiegelt die Volkswagen Designphilosophie Pure Positive, die CUPRA Prinzipien Passion, Boldness und Rebel sowie die Škoda Designsprache Modern Solid wider.
- Vier Fahrzeugidentitäten, über 80% gleiche Bauteile: Die Modelle der Electric Urban Car Family sind authentische Botschafter ihrer Marken und profitieren dank Group Design von Entwicklungssynergien und Skalierungseffekten.
- Intern entwickelte KI-Software übersetzt Designskizzen in reale Fahrzeugbilder und spart rund ein Drittel Zeit und Kosten im Designprozess.
- In Paris tritt Andreas Mindt erstmals in seiner neuen Funktion als Leiter Volkswagen Group Design auf.

Paris, 11. Oktober 2026 – Mit der Electric Urban Car Family zeigt Volkswagen Group Design, wie sich die Stärke eines Mehrmarkenkonzerns mit klar differenzierten Markenidentitäten verbinden lässt. Der Volkswagen ID. Polo und ID. Cross¹, der CUPRA Raval und der Škoda Epiq basieren auf einer gemeinsamen Technologieplattform und verwenden über 80% gleiche Bauteile. Trotzdem verkörpert jedes Modell den individuellen Charakter und die unverwechselbare Designsprache seiner Marke. Paris markiert den ersten Auftritt von Andreas Mindt in seiner Funktion als Leiter Volkswagen Group Design. Mit seinem Team setzt er den strategischen Rahmen für die Konzernmarken und stellt sicher, dass jede Marke in Design, Charakter und Kundenerlebnis klar differenziert bleibt: „Unsere Aufgabe bei Volkswagen Group Design ist es, die Voraussetzungen für starke und unverwechselbare Marken zu schaffen. Wir nutzen die Größe, Expertise und Synergien des Konzerns dort, wo es sinnvoll ist, und stärken zugleich das, was jede Marke einzigartig macht. Die Electric Urban Car Family macht diesen Ansatz erlebbar.“

VOLKSWAGEN GROUP



Vier Fahrzeuge, drei Marken, eine Plattform: CUPRA Raval, Volkswagen ID. Polo, Škoda Epiq² and Volkswagen ID. Cross.

Für starke Markenidentitäten

Volkswagen Group Design gibt die strategische Richtung für die Designorganisationen des Konzerns vor und etabliert gemeinsame Methoden, Prozesse und Qualitätsstandards. Forschungs- und Analyseaktivitäten werden zentral gesteuert, so dass sich die Designteams auf die Kreativarbeit konzentrieren können. Die gemeinsame Entwicklung digitaler Designtools schafft zusätzliche Effizienzen im Designprozess: So übersetzen zum Beispiel KI Apps Designskizzen der Designer in fotorealistische Fahrzeugbilder und Videoclips zur Unterstützung der physischen

Modelle der Entwürfe. Farben und neue Materialien können in verschiedenen Lichtsituationen und Umgebungen dargestellt werden und konzernweit Daten für den Kreativeprozess liefern. Die Designteams beschleunigen damit Abstimmungsprozesse und sparen bis zu einem Drittel Zeit und Geld. So profitieren die Marken von gemeinsamer Expertise und Synergien und stärken zugleich ihre authentischen, wiedererkennbaren Identitäten. Die Electric Urban Car Family setzt dieses Prinzip in die Praxis um: Auf einer gemeinsamen Technologieplattform entstehen klar differenzierte Designcharaktere. Volkswagen steht für Pure Positive, CUPRA für Passion, Boldness und Rebel und Škoda für Modern Solid.

Volkswagen: Pure Positive

Der ID. Polo und ID. Cross verkörpern die Volkswagen Designphilosophie Pure Positive. Pure Positive basiert auf den Werten Stability, Likeability und Secret Sauce und verbindet visuelle Stärke und Klarheit mit einem zugänglichen, menschlichen Charakter. Der ID. Polo bringt Likeability mit seiner freundlichen, beinahe lächelnden Front und der offenen Frontgrafik zum Ausdruck und wirkt dadurch unmittelbar zugänglich. Der ID. Cross betont Stability durch seine kraftvollen Proportionen und die markante Gestaltung der C-Säule, die dem Fahrzeug eine selbstbewusste und solide Präsenz verleiht. Secret Sauce steht für die kleinen, unerwarteten Details, die beiden Modellen Charakter geben und sie unverkennbar zu Volkswagen machen. „Mit dem ID. Polo und ID. Cross haben wir Fahrzeuge geschaffen, die die Menschen sofort verstehen und in denen sie sich von Anfang an wohlfühlen. Pure Positive steht für Klarheit und Selbstbewusstsein, aber auch für Wärme und Charakter. Die Secret Sauce liegt in den Details, in den Elementen, die zu einem zweiten Blick einladen, ein Lächeln hervorrufen und die Fahrzeuge auf Anhieb als Volkswagen erkennbar machen“, sagt Andreas Mindt, Leiter Volkswagen Design.

CUPRA: Passion, Boldness, Rebel

Mit dem Raval bringt CUPRA seinen unkonventionellen Designcharakter in die Electric Urban Car Family ein. Die Designidentität von CUPRA wird von Passion, Boldness und einem Rebel Spirit geprägt. Sie stehen für den Anspruch der Marke, Konventionen infrage zu stellen, Emotionen zu wecken und die Codes des Automobildesigns neu zu definieren. Der CUPRA Raval erweckt diese Vision mit einem athletischen Auftritt, skulpturalen Flächen, kraftvollen Charakterlinien und einer ausdrucksstarken Lichtgestaltung zum Leben. Das Ergebnis ist eine mutige Interpretation des urbanen Elektroautos, die unverkennbar CUPRA ist. „Bei CUPRA sind wir besessen von Design. Unser rebellischer Geist treibt uns an, den Status quo infrage zu stellen, Konventionen zu brechen und neue Möglichkeiten auszuloten – mit einem Ziel: unvergessliche Erlebnisse zu schaffen. Mit

VOLKSWAGEN GROUP

dem CUPRA Raval verschieben wir die Grenzen des Automobildesigns und definieren neu, was ein urbanes Elektroauto sein kann“, sagt Jorge Diez, Design Director bei CUPRA.

Škoda: Modern Solid

Mit dem Epiq bringt Škoda seine charakteristische Designsprache Modern Solid zum Ausdruck. Modern Solid basiert auf den Werten Solid, Functional und Authentic. Die Designphilosophie verbindet visuelle Solidität und Schlichtheit mit einem starken Fokus auf Funktionalität, Alltagstauglichkeit und einen authentischen Ausdruck der Marke Škoda. Der Epiq überträgt diese Prinzipien auf ein kompaktes Elektrofahrzeug mit klar definierten Volumen, einer selbstbewussten Präsenz und einer reduzierten Designsprache. Charakteristische Elemente wie das Tech-Deck Face und die markante Lichtsignatur verleihen dem Fahrzeug eine starke und unverwechselbare Škoda Identität. Zugleich verkörpert der Epiq die funktionalen Qualitäten, für die Škoda traditionell steht, und verbindet kompakte Außenabmessungen mit einem praktischen und geräumigen Innenraumkonzept. „Mit dem Epiq übertragen wir unsere Designsprache Modern Solid auf ein kompaktes Elektrofahrzeug. Solid, Functional und Authentic sind die Werte, die seinen Charakter prägen: klar und robust im Erscheinungsbild, hochfunktional im Alltag und unverkennbar Škoda“, sagt Oliver Stefani, Leiter Škoda Design.

Eine Familie, eigenständige Charaktere

Die Electric Urban Car Family spielt die Stärke des Volkswagen Group Design voll aus: Durch die Definition von Fahrzeugelementen, die nicht markenprägend sind, werden Synergien im Entwicklungsprozess ermöglicht, die zu Einsparungen in Höhe von 600 Millionen Euro geführt haben. Trotzdem sind vier eigenständige Fahrzeuge entstanden, die bei allen sicht- und fühlbaren Bauteilen und Oberflächen auf die Kundenwünsche ihrer jeweiligen Marke zugeschnitten sind. So kann der Konzern Fahrzeuge in Europa entwickeln und produzieren, die zu den vielfältigen Marktanforderungen an seine Marken passen und für breite Kundengruppen zugänglich sind.

¹ Volkswagen ID. Cross: Energieverbrauch kombiniert 16,9 – 14,3 kWh/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert 0 g/km, CO₂-Klasse A

² Škoda Epiq Sportline: Seriennahes Konzeptfahrzeug. Das Modell ist noch nicht im Handel erhältlich.

Sonja Tyczka

Unternehmenskommunikation

Sprecherin Design

+49 (0) 160 93 97 45 73

sonja.tyczka@volkswagen.de | www.volkswagen-group.com

Štěpán Řehák

Sprecher Design & Concept Cars

Tel. +49 (0) 172 5122078

stepan.rehak@volkswagen.de | www.volkswagen-group.com



VOLKSWAGEN GROUP

Über den Volkswagen Konzern:

Die Volkswagen Group ist einer der weltweit führenden Automobilhersteller mit Hauptsitz in Wolfsburg, Deutschland. Sie ist global tätig und verfügt über 111 Produktionsstätten in 16 europäischen Ländern und 10 Ländern in Nord- und Südamerika, Asien und Afrika. Der Konzern beschäftigt rund 663.000 Mitarbeiter. Die Fahrzeuge der Gruppe werden in über 150 Ländern verkauft.

Mit einem umfassenden Portfolio starker globaler Marken, führenden Technologien im industriellen Maßstab, innovativen Ideen zur Erschließung künftiger Profit Pools und einem unternehmerisch denkenden Führungsteam setzt sich der Volkswagen Konzern dafür ein, die Zukunft der Mobilität durch Investitionen in elektrische und autonom fahrende Fahrzeuge, Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu gestalten. Das Ziel: Als „Global Automotive Tech Driver“ die besten automobilen Technologien für Kunden weltweit zugänglich zu machen - von der Einstiegsmobilität bis zum Luxussegment.

Im Jahr 2025 betrugen die weltweiten Auslieferungen von Konzernfahrzeugen 9,0 Mio. (2024: 9,0 Mio.). Der Umsatz des Konzerns belief sich im Jahr 2025 auf 321,9 Mrd. Euro (2024: 324,7 Mrd. Euro). Das operative Ergebnis betrug im Jahr 2025 8,9 Mrd. Euro (2024: 19,1 Mrd. Euro).

THE GLOBAL AUTOMOTIVE TECH DRIVER.