

Audi Concept C: Manifestation einer neuen Designphilosophie

- **Audi präsentiert emotionalen vollelektrischen Sportwagen**
- **Neu entwickeltes Dach des Roadsters vereint Eleganz eines Coupés mit emotionalem Erlebnis des offenen Fahrens**
- **Vertical frame als zentrales Element des neuen Gesichts der Marke**
- **Konzeptfahrzeug steht für radikale Reduktion auf das Wesentliche**

Mailand/Ingolstadt, 2. September 2025 – Es ist die Weltpremiere des Audi Concept C: ein vollelektrischer Sportwagen mit zwei Sitzen, der die neue Audi Designphilosophie verkörpert und den Weg in die Zukunft weist. In allen Bereichen steht das Konzeptfahrzeug für eine radikale Reduktion auf das Wesentliche: Der sogenannte vertical frame interpretiert die Historie der Marke neu. Gemeinsam mit einer individuellen Lichtsignatur aus vier Elementen prägt er das neue Markengesicht. Das Dachkonzept verbindet die Vorteile eines Cabriolets mit der Essenz einer monolithischen Karosserieform. Im Innenraum demonstrieren hochwertige Materialien Präzision bis ins letzte Detail. Das minimalistische Design befreit das Interieur von Ablenkung. Subtil integrierte Technologie und taktile physische Steuerelemente sorgen für eine intuitive und emotionale Nutzererfahrung.

Optisch verkörpert der Audi Concept C athletischen Minimalismus – seine puristische Form strahlt Präzision und Kraft aus. Das Zusammenspiel aus vollen und reduzierten Flächen, geteilt durch eine durchgängige Linie, erzeugt Spannung und definiert die Essenz der räumlichen Architektur.

Der vertical frame bestimmt die Front

Der vertical frame steht im Mittelpunkt der neuen Front. Von hier aus entwickelt sich das gesamte Fahrzeug. Mit seiner klaren aufrechten Form, die vom Auto Union Typ C (1936) und der dritten Generation des Audi A6 (2004) inspiriert ist, steht der vertikal ausgerichtete Rahmen für Präsenz und Identität. Als progressive Interpretation der Historie von Audi setzt er die vier Ringe in Szene und integriert Zukunftstechnologien. Eine starke Schulterlinie definiert das Volumen des zweisitzigen Sportwagens, die Proportionen resultieren aus der Mittelbatteriearchitektur. Die Dachlinie streckt sich weit nach hinten und ruht auf der Karosserie. Erstmals setzt Audi bei einem Roadster auf ein elektrisch einfahrbares Hardtop. Es besteht aus zwei Dachelementen, die der monolithischen Form des Fahrzeugs folgen und zugleich offenen Fahrspaß ermöglichen. Am Heck unterstreichen klare Flächen und horizontale Fugen den sportlichen Charakter.

Mit dem Audi Concept C debütiert eine neue Lichtsignatur, die aus vier horizontal angeordneten Elementen in jedem Frontscheinwerfer und jeder Heckleuchte besteht. Dieses Designelement definiert bei Tag und Nacht die visuelle Identität von Audi und erzeugt auf der Straße eine unverwechselbare Präsenz. Das Exterieur präsentiert sich in der Farbe „Titanium“. Dieser Farbton verströmt warme, technische Eleganz und ist vom namensgebenden Metall inspiriert – einem Werkstoff, der Präzision, Leichtigkeit und Stärke verkörpert.

Wertige Atmosphäre im Interieur

Zwischen architektonisch anmutenden Flächen und klaren geometrischen Formen im Interieur finden zwei Personen gleichermaßen Platz. Zugleich rückt der Fahrer geschickt in den Mittelpunkt. Schalter und Tasten aus eloxiertem Aluminium sorgen zusammen mit dem unverwechselbaren „Audi Klick“ für ein taktiler Bediengefühl mit mechanischer Qualität. Im Zentrum des Bedienerlebnisses steht das Lenkrad: Seine runde Form, die hochwertigen haptischen Elemente und die Audi Ringe aus Vollmetall im Zentrum sind mit höchster technischer Präzision gefertigt. Im Zusammenspiel sorgen die Materialien für eine klare und hochwertige Atmosphäre. Dabei inspiriert das Leichtmetall Titan auch die Farbpalette im Interieur. Ihre Töne harmonisieren perfekt. Natürliche Werkstoffe heben den warmen und hochwertigen Gesamteindruck auf eine neue Stufe. Die indirekte Ambientebeleuchtung mit naturnahen Lichttemperaturen setzt die Materialien in Szene und hebt die physische Anmutung des Designs hervor.

Subtil integrierte Technologie sorgt für ein intuitives Nutzererlebnis

Technologie ermöglicht Fortschritt. Im Audi Concept C ist sie jederzeit verfügbar, drängt sich aber niemals auf. Die nahtlose Nutzererfahrung mit intelligenten Technologien spricht alle Sinne an. Der neuen Designphilosophie folgen auch das Bedienkonzept und die Displays. Zentral platziert, bietet ein ausfahrbares 10,4 Zoll-Display alle relevanten Informationen intuitiv, situationsgerecht und kontextbezogen. Zusammen mit den haptischen Steuerelementen am Lenkrad und der Mittelkonsole betont das Design Klarheit und Präzision auch in der Bedienung. Die Interaktionspunkte sind dabei genau dort platziert, wo Nutzerinnen und Nutzer sie erwarten.

Wegbereiter einer neuen Zukunft für Audi

Auf dem Weg in die Zukunft fokussieren sich die Modelle von Audi von nun an noch stärker auf das Wesentliche: eine unverwechselbare Kombination aus Klarheit, Technik, Intelligenz und Emotion. Der Audi Concept C versinnbildlicht mit seiner neuen Designphilosophie einen entscheidenden Moment in der Geschichte der vier Ringe. Er gibt einen Ausblick auf ein zukünftiges Serienmodell und wird auch weitere Modelle nachhaltig inspirieren.



Die Audi Designphilosophie

KLAR:

Die radikale Reduktion auf das Wesentliche ist Kern der Philosophie. Audi erreicht dadurch Klarheit.

TECHNISCH:

Ohne Präzision gibt es keine Exzellenz. Audi verschiebt die Grenzen von Technologie und Design.

INTELLIGENT:

Neue Wege führen zu neuen Ergebnissen. Audi treibt das technisch Mögliche auf die Spitze.

EMOTIONAL:

Das Ergebnis von Design muss eine Emotion sein. „Understatement that takes the breath away.“

Kommunikation Produkt und Technologie

Oscar da Silva Martins
Leiter Kommunikation Produkt /
Technologie
Telefon: +49 152 01659962
E-Mail: oscar.martins@audi.de
www.audi-mediacycenter.com

Kommunikation Produkt und Technologie

Silvia Saporetti
Pressesprecherin Design
Telefon: +49 151 44635001
E-Mail: silvia.saporetti@audi.de



Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium- und Luxussegment. Die Marken Audi, Bentley, Lamborghini und Ducati produzieren an 22 Standorten in 13 Ländern. Audi und seine Partner sind weltweit in mehr als 100 Märkten präsent.

2024 hat der Audi Konzern rund 1,7 Millionen Automobile der Marke Audi, 10.643 Fahrzeuge der Marke Bentley, 10.687 Automobile der Marke Lamborghini und 54.495 Motorräder der Marke Ducati an Kundinnen und Kunden ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2024 erzielte der Audi Konzern bei einem Umsatz von €64,5 Mrd. ein Operatives Ergebnis von €3,9 Mrd. Zum Stichtag 31. Dezember arbeiteten weltweit mehr als 88.000 Menschen für den Audi Konzern, davon mehr als 55.000 bei der AUDI AG in Deutschland. Mit seinen attraktiven Marken sowie einer Vielzahl neuer Modelle setzt das Unternehmen den Weg zum Anbieter nachhaltiger, vernetzter Premiummobilität konsequent fort.
