

Aufbruch in Mailand: Audi zeigt neues Design

- **Audi Concept C verkörpert neue Designphilosophie**
- **CEO Gernot Döllner: „Klarheit, Fokus und eine konsequente Umsetzung – mit dieser Haltung gestalten wir unser Design und unser Unternehmen.“**
- **CCO Massimo Frascella: „Wir wollen mit unserer Designphilosophie unsere Marke stärken, sodass sie Begehrlichkeiten weckt und kulturelle Relevanz entfaltet.“**

Mailand/Ingolstadt, 2. September 2025 – Mit der Vorstellung der Studie Audi Concept C in Mailand gibt Audi einen konkreten Ausblick auf das Design künftiger Modelle. Die vier Ringe gehen dabei einen progressiven Schritt: In einer immer komplexeren Welt setzt Audi kompromisslos auf Klarheit. Die neue Designphilosophie ist ein Teil der fundamentalen Neuaufstellung von Audi und steht für den Aufbruch im gesamten Unternehmen. Sowohl Produkte als auch Prozesse und Strukturen fokussieren sich auf das Wesentliche und spielen so Raum für Innovation und Technologieführerschaft frei.

Der Aufbruchsmoment „Strive for Clarity“ in Mailand markiert das nächste Kapitel der Unternehmenstransformation. Mit einem Design, das den Fokus auf Klarheit legt, geht Audi einen mutigen Schritt hin zu einer reduzierten und zeitlosen Ästhetik, die das Unternehmen auch künftig im verstärkten Wettbewerb differenzieren soll. Dieser Aufbruch beginnt nicht ohne Grund an einem Ort, der über Jahrhunderte hinweg für Design, Technologie und beeindruckende Persönlichkeiten steht. Wenige Ideen inspirieren heute noch so sehr wie die der Renaissance. „Visionäres Denken und der Antrieb, über das bereits Bekannte hinaus zu gehen, sind für Audi Vorbild“, sagt Audi CEO Gernot Döllner. Italiens Designhauptstadt sei auch deshalb der perfekte Ort für den Start in eine neue Ära. Hier werde das Ideal spürbar, dem Audi folgt.

Neue Designphilosophie legt Fokus auf Klarheit

Diesen Anspruch macht die Designsprache auf den ersten Blick sichtbar. Sie verkörpert unverwechselbar die Identität der Marke. Audi steht für einzigartiges Design, kompromisslose Qualität und Wertigkeit.

„Radikale Einfachheit steht im Mittelpunkt unseres Handelns. Klarheit erreichen wir durch die Reduktion auf das Wesentliche“, sagt Chief Creative Officer Massimo Frascella. Dies gilt sowohl für das Exterieur-Design der Fahrzeuge als auch für den Innenraum.

Die angegebenen Ausstattungen, Daten und Preise beziehen sich auf das in Deutschland angebotene Modellprogramm. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

**Die gesammelten Verbrauchs- und Emissionswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieses Textes.*

Neueste technische Lösungen und Materialien setzt Audi mit Präzision dort ein, wo sie Kundinnen und Kunden neue Möglichkeiten eröffnen – und mit einfachen Mitteln Wirkung maximieren. Für Frascella geht es dabei auch darum, was ein Modell abseits der rationalen Erfahrung begehrenswert macht. Emotionen spielen in der Designphilosophie eine wichtige Rolle. „Wir wollen mit unserer Designphilosophie unsere Marke stärken, sodass sie Begehrlichkeiten weckt und kulturelle Relevanz entfaltet.“

Audi Concept C gibt Ausblick auf Design künftiger Modelle

Der Audi Concept C, den die Öffentlichkeit auf der IAA in München erleben kann, ist eine erste Manifestation dieser neuen Designphilosophie. Das Konzeptfahrzeug gibt einen Ausblick auf die Formensprache künftiger Produkte sowie auf ein neues Innenraumerlebnis und verkörpert universelle Designprinzipien: eine Reduktion auf das Wesentliche – ohne überflüssige Linien oder Elemente – und ein Bekenntnis zu geometrischer Klarheit. Prägendes Element ist der sogenannte vertical frame, inspiriert vom ikonischen Rennwagen Auto Union Typ C. Die vertikale Ausrichtung im Fahrzeugdesign fokussiert den Blick des Betrachters. Die Reduktion auf das Wesentliche findet sich auch im Innenraum wieder. Sie befreit von Ablenkung und liefert mit intelligenten Technologien die richtigen Informationen zur richtigen Zeit.

„Unsere Geschichte ist geprägt von mutigen Innovationssprüngen und modernster Technologie in Verbindung mit kompromisslosem Fokus auf Klarheit im Design“, betont Gernot Döllner. „Unsere legendärsten Modelle verkörpern genau diese Verbindung.“ Der Allradantrieb quattro revolutionierte die Automobilwelt. Im Motorsport siegte Audi mit leistungsstarken Motoren, innovativen Materialien und aerodynamischer Gestaltung – ein Erfolgsrezept, das weit über die Rennstrecke hinaus Einfluss auf die Automobilentwicklung hatte.

Designphilosophie prägt jeden Aspekt des Unternehmens

Die Rückbesinnung auf das, was Audi ausmacht, und eine Reduktion auf das Wesentliche spielen nicht nur im Design eine zentrale Rolle: „Wie wir das Design unserer Fahrzeuge gestalten, so werden wir auch unser Unternehmen gestalten“, sagt Gernot Döllner. Die neue Designphilosophie ist für Audi deshalb ein unternehmerischer Grundsatz, der sich in der Gestaltung des Modellportfolios und der Angebotsstruktur genauso zeigen soll wie in der organisatorischen Aufstellung des Unternehmens. Gernot Döllner: „Klarheit ist eine Haltung und der Kompass, der Audi durch diese Zeit führt.“

Gleichzeitig steht die Präsentation der neuen Designphilosophie in Mailand für einen Aufbruchsmoment. „Die Phase der Bestandsaufnahme ist vorbei. Jetzt ist Zeit, nach vorne zu blicken und Tempo aufzunehmen. Wir konzentrieren uns auf das, was wirklich zählt, um bei Design und Qualität Maßstäbe zu setzen“, so der Audi CEO.

„Grundlagen für Neuausrichtung des Unternehmens geschaffen“

Mit der Audi Agenda hat das Unternehmen seit 2023 tiefgreifende Veränderungen angestoßen. Im ersten Halbjahr 2025 hat Audi die Umsetzung weiter forciert, um seine Innovationsfähigkeit zu stärken und sein Geschäftsmodell zukunftssicher aufzustellen.

**Die gesammelten Verbrauchs- und Emissionswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieses Textes.*

„Wir sehen nun erste Erfolge“, sagt Gernot Döllner. „Etwa mit unserer Modelloffensive und in unserem fokussierten Portfolio, das uns ermöglicht, in Qualität und Innovationen zu investieren. Oder in unserem Geschäftsmodell für China, wo wir mit der neuen Schwestermarke AUDI erneut Pioniergeist bewiesen haben.“ Auch die Zukunftsvereinbarung, die Vorstand und Betriebsrat im März geschlossen haben, stärkt die Zukunftssicherheit und Wettbewerbsfähigkeit. Zudem investiert Audi bis 2029 rund acht Milliarden Euro an den deutschen Standorten.

Audi setzt Modelloffensive fort

Ende des laufenden Jahres wird Audi binnen 24 Monaten mehr als 20 neue Modelle vorgestellt haben und über das jüngste Angebot im Premiumsegment verfügen. Nach der Erneuerung zentraler Baureihen wie dem Audi A6 im Frühjahr und dem Audi Q3 im Sommer zeigen die vier Ringe auf der IAA den Q3 Sportback e-hybrid*.

Auch im kommenden Jahr führt das Unternehmen seine Modelloffensive fort. Beispielsweise mit einem rein elektrischen Einstiegsmodell, das ab 2026 in Ingolstadt produziert wird, sowie mit Performance-Modellen von Audi Sport. Der Dreiklang aus reinen Elektromodellen, Plug-in-Hybriden und einer neuen Generation an Modellen mit Verbrennungsmotor sichert für den Übergang zur E-Mobilität eine robuste und flexible Position in den Kernmärkten Europa, China und Nordamerika.

Gleichzeitig arbeitet Audi bereits am nächsten Innovationszyklus. Strategische Partnerschaften wie die des Volkswagen-Konzerns mit Rivian ermöglichen es, Innovationen – insbesondere im Bereich Software – schneller und kosteneffizienter zu entwickeln. 2026 steigt Audi zudem in die Formel 1 ein: eine Chance, neue Technologien, Materialien und Prozesse im härtesten Innovationslabor der Welt zu erproben. Gernot Döllner: „Die Vorbereitungen für unseren Start in der Formel 1 laufen auf Hochtouren.“ Und nur wenige Wochen nach der Vorstellung des neuen Designs in Mailand stehe bereits ein weiterer besonderer Moment für die vier Ringe bevor: „Wir freuen uns, allen Fans schon bald einen konkreten Ausblick zu geben, was uns ab dem kommenden Jahr in der Formel 1 erwartet.“

Globale Kommunikation, Politik, Außenbeziehungen

Dirk Arnold

Leiter Globale Kommunikation, Politik, Außenbeziehungen

Telefon: +49 841 89-92033

E-Mail: dirk.arnold@audi.de

www.audi-mediacyber.com



**Die gesammelten Verbrauchs- und Emissionswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieses Textes.*

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, vollverbundener Premiummobilität konsequent fort.

Verbrauchs- und Emissionswerte der genannten Modelle:

Audi Q3 Sportback e-hybrid 200 kW

Kraftstoffverbrauch (gewichtet kombiniert): 2,2–1,7 l/100 km; Stromverbrauch (gewichtet kombiniert): 15,1–14,0 kWh/100 km; CO₂-Emissionen (gewichtet kombiniert): 50–40 g/km; CO₂-Klasse (gewichtet kombiniert): B; Kraftstoffverbrauch bei entladener Batterie (kombiniert): 6,7–6,0 l/100 km; CO₂-Klasse bei entladener Batterie: E