

## Neue Design-Ära bei Bentley

- **Luxusautohersteller startet mit einem überarbeiteten Logo und neuem Designstudio in die Zukunft elektrischer Mobilität**
- **Vollelektrisches Konzeptfahrzeug kombiniert klassische Bentley-Merkmale mit zeitgemäßer Technik**
- **Vorstandsvorsitzender Frank-Steffen Walliser: „Wir erleben derzeit die größte Designrevolution in der Geschichte von Bentley.“**

**Crewe, 8. Juli 2025 – Neues Kapitel bei Bentley: Die britische Luxusmarke präsentiert nicht nur ihr überarbeitetes Markenzeichen, sondern auch ein vollelektrisches Konzeptfahrzeug im neuen Design. Das über fünf Meter lange Fahrzeug entsteht im ebenfalls neu eröffneten Designstudio am Firmensitz in Crewe (England).**

### **Bentley enthüllt ein neues Markenzeichen**

Mit dem neuen Logo geht Bentley gestalterisch neue Wege und verleiht dem Logo, dem geflügelten „B“ mit klaren Linien und kantiger Formsprache, ein zeitgemäßes Design. Die Flügel zeigen nun eine dynamischere Form, inspiriert vom Flug eines Wanderfalken. Das Unternehmen gestaltet das Symbol als dreidimensionalen Edelstein, der facettenreich geschliffen ist und von einem feinen Metallrahmen eingefasst wird. Die feinen unteren Federn lässt das Designerteam bewusst weg. Das ikonische „B“ bleibt aber weiterhin im Mittelpunkt. Das neue Logo funktioniert sowohl in Kombination mit den klassischen Flügeln als auch als eigenständiges Markenzeichen.

### **Neues Designstudio in Crewe**

Ein weiterer Schritt in Richtung Zukunft ist das neue Designstudio in Crewe: Künftig arbeiten rund 50 Designer und Designerinnen unter einem Dach und auf etwa doppelt so viel Fläche wie zuvor. „Wir erleben derzeit die größte Designrevolution in der Geschichte von Bentley“, sagte Vorstandsvorsitzender Frank-Steffen Walliser. „Ein gemeinsamer Raum schafft neue Möglichkeiten, unsere Zukunft durch Design zu gestalten.“ Das neue Studio ist Teil der umfassenden Investitionen in die sogenannte „Dream Factory“. Neben einer hochmodernen Lackiererei und einer Montagelinie für batterieelektrische Fahrzeuge setzt Bentley dabei gezielt auf eine nachhaltige Entwicklung und restauriert bestehende Gebäude, anstatt neu zu bauen.

### **Der erste Elektro-Bentley**

Einen konkreten Ausblick in die elektrische Zukunft der Marke gibt Bentley mit dem Konzeptfahrzeug EXP 15. Die Studie zeigt, wie sich das Unternehmen einen modernen Luxus-Grand-Tourer vorstellt. Es kombiniert klassische Bentley-Merkmale mit zeitgemäßer Technik. Die Proportionen erinnern an Modelle aus den 1930er-Jahren: eine lange Motorhaube, der Fahrerbereich weit nach hinten versetzt, dazu ein markanter, aufrechtstehender Kühlergrill.

Das Fahrzeug besitzt ein dreisitziges Layout – das bedeutet einen Fahrersitz, einen hinteren Einzelsitz und einen Beifahrersitz, der sich elektrisch verstellen und schwenken lässt. Die rechte Fahrzeugseite ist mit zwei gegenläufig öffnenden Türen ausgestattet, während sich links nur eine Tür befindet. Im Mittelpunkt steht das neue Bedienkonzept „Magical Fusion“: es erlaubt, digitale Inhalte je nach Bedarf ein- oder auszublenden. So lässt sich das Armaturenbrett per Knopfdruck von einem digitalen Interface in eine Holzfläche verwandeln.

### **Kommunikation Bentley**

Bruce Wayne

Kommunikationsdirektor Bentley

Motors Ltd.

Telefon: +44 (0) 7780 004537

E-Mail: [wayne.bruce@bentley.co.uk](mailto:wayne.bruce@bentley.co.uk)

[www.audi-mediacycenter.com](http://www.audi-mediacycenter.com)



---

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 21 Standorten in 12 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, vollnetzter Premiummobilität konsequent fort.

---