

„Wir feiern den Aufbruch von Audi in eine neue Ära der Klarheit“

Ingolstadt/Mailand, 3. September 2025 – Mit der Vorstellung der Studie Audi Concept C in Mailand hat Audi einen konkreten Ausblick auf das Design künftiger Modelle gegeben und das nächste Kapitel der Neuaufstellung des Unternehmens aufgeschlagen. Die Aussagen von CEO Gernot Döllner und Chief Creative Officer Massimo Frascella von der Veranstaltung im Überblick.

Gernot Döllner

- „Audi hat in der Vergangenheit Maßstäbe beim Design gesetzt – das tun wir jetzt wieder. Wir feiern in Mailand den Aufbruch von Audi in eine neue Ära der Klarheit.“
- „Klarheit ist nicht nur in unserem Design das gestaltende Prinzip. Es ist für uns auch ein unternehmerischer Grundsatz: Wir fokussieren Produkte, Strukturen und Prozesse auf das Wesentliche. So spielen wir Raum für Innovation und Technologieführerschaft frei.“
- „Der Audi Concept C verkörpert, wofür das Audi Design in Zukunft steht: Klarheit und eine Reduktion auf das Wesentliche – auch im Innenraum.“
- „Sportwagen faszinieren. Sie zelebrieren Geschwindigkeit, Design und Emotion. Als Identitätsstifter wird der Audi Concept C einen besonderen Platz im Audi Portfolio einnehmen und die Begehrlichkeit der Marke stärken.“
- „Der Audi Concept C setzt konsequent auf unverfälschten Fahrspaß. Eine Besonderheit ist das innovative Dachkonzept, das die Designsprache im offenen und geschlossenen Zustand verkörpert. Das Bedienkonzept verbindet gestalterischen Minimalismus mit einer Vielzahl an Funktionalitäten.“
- „Hinter jedem Konzept, das wir zeigen, steht eine konkrete Produktionsentscheidung. Der Audi Concept C ist also keine Vision ferner Zukunft, sondern ein konkreter Ausblick auf ein Serienmodell. Das Auto wird in den Böllinger Höfen gebaut.“

Massimo Frascella

- „Audi ist schon immer eine mutige Marke. Radikale Innovationsprünge, modernste Technologie und bahnbrechendes Design prägen die strahlendsten Momente unserer Geschichte. Jetzt ist es Zeit, wieder mutig zu sein.“
- „Audi in seiner besten Form ist eine unverwechselbare Kombination aus Klarheit, Technik, Intelligenz und Emotion. Radikale Einfachheit ist der Kern unserer Philosophie. Wir erreichen Klarheit, indem wir alles auf das Wesentliche reduzieren: Das Ergebnis davon muss immer eine Emotion sein.“

- „Unsere Modelle mit dem höchsten Wiedererkennungswert eint eine gemeinsame DNA: eine akribische Fokussierung auf Klarheit und Geometrie in Verbindung mit einer Intelligenz, die Emotionen weckt. Diese Merkmale aus unserer Vergangenheit haben wir aufgegriffen, um eine Designphilosophie für unsere Zukunft zu schaffen. Wir nennen sie: ‚The Radical Next‘.“
- „Wir verstehen Design in einem umfassenden Sinne – für uns schließt der Begriff alle Aspekte des Audi Erlebnisses ein. Nicht nur wie Audi aussieht, sondern auch wie sich Audi verhält, wie Audi denkt und wie sich Audi anfühlt. Wir wollen unsere Marke stärken, sodass sie Begehrlichkeit weckt und kulturelle Wirkung entfaltet.“

**Globale Kommunikation, Politik,
Außenbeziehungen**

Dirk Arnold
Leiter Globale Kommunikation, Politik,
Außenbeziehungen
Telefon: +49 841 89-92033
E-Mail: dirk.arnold@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.
