

Volkswagen Group Design łączy synergie Grupy z wyrazistym charakterem marek

- Rodzina miejskich samochodów elektrycznych pokazuje, jak Volkswagen Group Design łączy synergie Grupy na całym etapie rozwoju z wyraźnie zróżnicowaną tożsamością marek.
- Volkswagen Group Design wyznacza wspólny kierunek, standardy jakości i jednocześnie wzmacnia indywidualny charakter każdej z marek.
- Rodzina miejskich samochodów elektrycznych odzwierciedla filozofię designu Volkswagena Pure Positive, zasady CUPRA – Passion, Boldness i Rebel – oraz język stylistyczny Škody Modern Solid.
- Cztery modele z odrębną tożsamością, ponad 80 procent wspólnych komponentów: modele z rodziny miejskich samochodów elektrycznych są autentycznymi ambasadorami swoich marek, a zarazem korzystają z synergii rozwojowych i efektu skali, które zapewnia Group Design.
- Opracowane we własnym zakresie oprogramowanie AI przekształca szkice projektowe w realistyczne wizualizacje samochodów, skracając czas prac projektowych i obniżając ich koszty o około jedną trzecią.
- W Paryżu Andreas Mindt po raz pierwszy wystąpił w nowej roli szefa Volkswagen Group Design.
- Udany debiut rynkowy rodziny elektrycznych samochodów miejskich. Prawie 150 000 zamówień na CUPRĘ Raval, Volkswagena ID. Polo, Škodę Epiq i Volkswagena ID. Cross to wspólny sukces i dowód uznania klientów.

Poznań, 14 października 2026 r. – Na przykładzie rodziny miejskich samochodów elektrycznych (Electric Urban Car Family) Volkswagen Group Design pokazuje, jak siłę wielomarkowej grupy można połączyć z wyraźnie zróżnicowaną tożsamością marek. Volkswagen ID. Polo i ID. Cross¹, CUPRA Raval oraz Škoda Epiq powstały na wspólnej platformie technologicznej i dzielą ponad 80 procent komponentów, jednocześnie oddają indywidualny charakter i wyrazisty język stylistyczny swoich marek. Paryż to także pierwsze wystąpienie Andreasa Mindta w roli szefa

VOLKSWAGEN GROUP

Volkswagen Group Design. Wraz ze swoim zespołem wyznacza on strategiczne ramy dla marek Grupy, dbając o to, by każda z nich zachowała wyrazistą tożsamość pod względem designu, charakteru i doświadczeń klienta. „Naszym zadaniem w Volkswagen Group Design jest tworzenie warunków dla silnych i wyrazistych marek. Wykorzystujemy skalę, kompetencje i synergie tam, gdzie ma to sens, a jednocześnie wzmacniamy to, co czyni każdą markę wyjątkową. Rodzina miejskich samochodów elektrycznych wciela to podejście w życie” – mówi Andreas Mindt.

Silne tożsamości marek

Volkswagen Group Design wyznacza kierunek strategiczny dla działów designu w Grupie oraz ustala wspólne metody, procesy i standardy jakości. Badania i analizy są prowadzone centralnie, dzięki czemu zespoły projektowe mogą skupić się na pracy kreatywnej. Wspólne rozwijanie cyfrowych narzędzi projektowych zwiększa efektywność na każdym etapie projektowania: aplikacje oparte na sztucznej inteligencji przekształcają szkice projektantów w fotorealistyczne wizualizacje i klipy wideo, które uzupełniają fizyczne modele projektów. Kolory i nowe materiały można zwizualizować w różnych warunkach oświetleniowych i otoczeniach, a powstające w ten sposób dane służą procesowi kreatywnemu w całej Grupie. Pozwala to zespołom projektowym przyspieszyć uzgodnienia i zaoszczędzić do jednej trzeciej czasu i kosztów. Marki korzystają w ten sposób ze wspólnej wiedzy i synergii, a jednocześnie wzmacniają swoją autentyczną, rozpoznawalną tożsamość. Rodzina miejskich samochodów elektrycznych przenosi tę zasadę do praktyki: na wspólnej platformie technologicznej powstają wyraźnie zróżnicowane charaktery stylistyczne. Volkswagen to Pure Positive, CUPRA – Passion, Boldness i Rebel, a Škoda – Modern Solid.

Volkswagen: Pure Positive

ID. Polo i ID. Cross są ucieleśnieniem filozofii designu Pure Positive marki Volkswagen. Opiera się ona na wartościach *Stability* (stabilność), *Likeability* (sympatyczność) i *Secret Sauce* (tajny składnik), łącząc wizualną siłę oraz przejrzystość z przystępnym, ludzkim charakterem. ID. Polo wyraża *Likeability* przyjaznym, niemal uśmiechniętym przodem i otwartą stylistyką pasa przedniego, które od pierwszej chwili budzą sympatię. ID. Cross podkreśla *Stability* mocnymi proporcjami i charakterystycznie ukształtowanym słupkiem C, który nadaje mu pewną siebie, solidną prezencję. *Secret Sauce* to z kolei drobne, nieoczekiwane detale, które dodają obydwu modelom charakteru i sprawiają, że od razu widać w nich ducha Volkswagena.

„Tworząc ID. Polo i ID. Cross, zaprojektowaliśmy samochody, które ludzie od razu rozumieją i w których od początku czują się dobrze. Pure Positive oznacza przejrzystość i pewność siebie, ale też ciepło i charakter. *Secret Sauce* kryje się w detalach – w elementach, które skłaniają, by spojrzeć jeszcze raz, wywołują uśmiech i sprawiają, że samochody są natychmiast rozpoznawalne jako Volkswageny” – mówi Andreas Mindt, szef Volkswagen Design.

CUPRA: Passion, Boldness, Rebel

Modelem Raval marka CUPRA wnosi do rodziny miejskich samochodów elektrycznych swój niekonwencjonalny charakter stylistyczny. Tożsamość designu CUPRA kształtują pasja (*Passion*), odwaga (*Boldness*) i buntowniczy duch (*Rebel Spirit*), które wyznaczają dążenie marki do podważania konwencji, wzbudzania emocji i redefiniowania kodów projektowania samochodów. CUPRA Raval urzeczywistnia tę wizję dzięki atletycznej sylwetce, rzeźbionym powierzchniom, mocnym liniom nadwozia i ekspresyjnej stylistyce oświetlenia. Efektem jest śmiała

VOLKSWAGEN GROUP

interpretacja miejskiego samochodu elektrycznego, w której nie sposób nie rozpoznać duszy marki CUPRA.

„W CUPRA mamy obsesję na punkcie designu. Nasz buntowniczy duch skłania nas do podważania status quo, łamania konwencji i odkrywania nowych możliwości w jednym celu: tworzenia niezapomnianych doświadczeń. Modelem CUPRA Raval przesuwamy granice projektowania samochodów i na nowo definiujemy, czym może być miejski samochód elektryczny” – mówi Jorge Diez, dyrektor ds. designu CUPRA.

Škoda: Modern Solid

Modelem Epiq Škoda wyraża swój charakterystyczny język stylistyczny Modern Solid. Opiera się on na wartościach *Solid* (solidność), *Functional* (funkcjonalność) i *Authentic* (autentyczność). Ta filozofia designu łączy wizualną solidność i prostotę z silnym naciskiem na funkcjonalność, użyteczność na co dzień i autentyczny wyraz marki Škoda. Epiq przekłada te zasady na kompaktowy samochód elektryczny o wyraźnie zarysowanych bryłach, pewnej sobie prezencji i oszczędnej stylistyce. Charakterystyczne elementy, takie jak przód Tech-Deck Face i wyrazista sygnatura świetlna, nadają pojazdowi silną, niepowtarzalną tożsamość Škody. Jednocześnie Epiq posiada cechy funkcjonalne, z których Škoda tradycyjnie słynie: łączy kompaktowe wymiary zewnętrzne z praktycznym i przestronnym wnętrzem.

„W modelu Epiq stosujemy nasz język stylistyczny Modern Solid w kompaktowym samochodzie elektrycznym. Jego charakter kształtują wartości *Solid*, *Functional* i *Authentic*: auto jest wyraziste i solidne z wyglądu, wysoce funkcjonalne w codziennym użytkowaniu i niewątpliwie w stylu Škody” – mówi Oliver Stefani, szef działu designu Škody.

Jedna rodzina, wyraziste charaktery

Rodzina miejskich samochodów elektrycznych w pełni wykorzystuje atuty Volkswagen Group Design: dzięki zdefiniowaniu elementów, które nie decydują o tożsamości marki, synergia można osiągać na całym etapie rozwoju, co przekłada się na oszczędności w wysokości 600 mln euro. Jednocześnie powstały cztery wyraziste samochody, w których wszystkie widoczne i wyczuwalne w dotyku komponenty oraz powierzchnie dopasowano do oczekiwań klientów danej marki. Dzięki temu Grupa może rozwijać i produkować w Europie samochody, które odpowiadają zróżnicowanym wymaganiom rynkowym jej marek, a jednocześnie pozostają dostępne dla szerokich grup klientów.

¹ Volkswagen ID. Cross: zużycie energii w cyklu mieszanym 16,9–14,3 kWh/100 km; emisja CO₂ w cyklu mieszanym 0 g/km; klasa CO₂: A

Tomasz Tonder

Volkswagen Group Polska

Dyrektor PR i Corporate Affairs Grupy

Dyrektor e-Mobility Grupy

+48 690 406 401

tomasz.tonder@vw-group.pl | www.vw-group.pl

VOLKSWAGEN GROUP

O Grupie Volkswagen

Grupa Volkswagen jest jednym z wiodących producentów samochodów na świecie, z siedzibą w Wolfsburgu w Niemczech. Prowadzi działalność globalną, posiadając 111 zakładów produkcyjnych w 16 krajach Europy oraz w 10 krajach obu Ameryk, Azji i Afryki. Na całym świecie zatrudnia około 663 tys. pracowników, a jej pojazdy sprzedawane są w ponad 150 krajach.

Dzięki szerokiemu portfelowi silnych globalnych marek, wiodącym technologiom rozwijanym na dużą skalę, innowacyjnym pomysłom pozwalającym wykorzystywać przyszłe źródła zysków oraz przedsiębiorczemu zespołowi zarządzającemu, Grupa Volkswagen dąży do kształtowania przyszłości mobilności poprzez inwestycje w pojazdy elektryczne i autonomiczne, cyfryzację oraz zrównoważony rozwój. Cel: jako „Global Automotive Tech Driver” udostępniać najlepsze technologie motoryzacyjne klientom na całym świecie – od mobilności podstawowej po segment luksusowy.

W 2025 r. łączna liczba pojazdów dostarczonych klientom przez Grupę wyniosła 9 mln (2024: 9 mln). Przychody Grupy w 2025 r. wyniosły 321,9 mld EUR (2024: 324,7 mld EUR). Wynik operacyjny wyniósł 8,9 mld EUR (2024: 19,1 mld EUR).

THE GLOBAL AUTOMOTIVE TECH DRIVER.
