



15 października 2018

Nowatorskie oświetlenie samochodów przyszłości Volkswagena

- oświetlenie w samochodzie może pełnić rolę zarówno funkcjonalną, jak i emocjonalną
- „extraterior” – auta przyszłości będą rozświetlały otoczenie
- w przyszłości samochody będą wykorzystywały efekty świetlne do komunikowania się z ludźmi

Poznań – halogen, ksenon, LED, laser i OLED: w ciągu zaledwie dwóch dekad technologia oświetlenia w samochodach oraz design – światła i oświetlenia przeszły rewolucyjną zmianę. Oprócz roli funkcjonalnej, takiej jak poprawa widoczności podczas jazdy nocą, reflektory mogą obecnie pełnić także funkcję emocjonalną. Oświetlenie może nadać autu indywidualny wygląd, ze wszystkimi jego aspektami – ekspresją i charakterem, jak mimika ludzkiej twarzy. Rozwój technologii oświetlenia i jego zastosowanie będą miały w nadchodzących latach znaczący wpływ na pracę designerów Volkswagena.



Oświetlenie w samochodzie będzie mogło pełnić rolę funkcjonalną i emocjonalną

Przyszłość jest jasna jak dzień, inteligentna i ma ludzki wymiar.

Okrągłe reflektory, które przez lata charakteryzowały garbusa i były znakiem rozpoznawczym Golfa pierwszej generacji odeszły do historii. Już od dawna styliści mają znacznie więcej swobody w projektowaniu reflektorów, które podkreślają charakter samochodu. Indywidualny design oświetlenia aut będzie zyskiwał na znaczeniu. „Reflektory odpowiadają za postrzeganie samochodu zdecydowanie bardziej niż jego inne elementy. Przyciągają spojrzenie i powodują, że automatycznie patrzymy w samochodowe „oczy”. Przez to reflektory sprawiają, że samochód zyskuje niejako ludzką twarz” – uważa Klaus Bischoff, szef Volkswagen Design.

Natura światła sprawia, że samochody przyszłości będą miały bardziej „ludzki” charakter niż dotychczas. W autach następnej generacji światła będą służyły nie tylko do poprawy widoczności i zwiększenia bezpieczeństwa, ale również do interaktywnego komunikowania się z otoczeniem.

Kontakt

Volkswagen PR

Tomasz Tonder
PR Manager

Tel: +48 690 406 401

tomasz.tonder@volkswagen.pl

Patryk Tryzubiak

Koordynator ds. PR & Corporate Affairs

Tel: +48 690 406 416

patryk.tryzubiak@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw.press-bank.pl



Nowy wymiar: extraterior

W najbliższej przyszłości w stylistyce wnętrza i nadwozia samochodu pojawi się nowy element, tzw. extraterior. Pod tym pojęciem będzie kryło się otoczenie świetlne auta, które tchnie w nie nowe „życie”. W praktyce będzie to wyglądało tak, że za pośrednictwem reflektorów samochód będzie mógł „komunikować” się z otoczeniem. Nowy ID. VIZZION¹, na przykład, potrafi „puścić oko” do właściciela, kiedy wyczuje, że ten się do niego zbliża.

Inne zastosowanie może być takie: w godzinach szczytu, kiedy intensywnemu ruchowi pojazdów towarzyszy spory hałas i sygnały świetlne są najlepszym środkiem komunikacji, przednie reflektory przejmą zadanie utrzymania kontaktu z innymi użytkownikami dróg. Język światła sprawi, że samochód będzie widział m.in. gdzie inny pojazd chce pojechać, czy zauważył pieszego, czy będzie dłużej stał. Takie i inne funkcje świateł zwiększą bezpieczeństwo na drogach.

Dzięki odpowiedniemu oświetleniu samochody będą jednoznacznie wskazywać, czy poruszają się w trybie autonomicznym, czy są prowadzone przez kierowcę. Co więcej, za pośrednictwem sygnału świetlnego będzie można stwierdzić, czy akumulator w samochodzie wciąż się ładuje, czy jest naładowany w 100% i auto jest gotowe do drogi.

¹ – ID. VIZZION: model studyjny.

O marce Volkswagen: „Przyszłość bliżej Ciebie”

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach, w 14 krajach. W 2017 roku Volkswagen wyprodukował ponad sześć milionów samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan, Jetta czy Passat. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 198.000 pracowników na całym świecie. Marka posiada także ponad 7.700 punktów dealerskich, w których pracuje 74.000 osób. Volkswagen konsekwentnie napędza rozwój motoryzacji. Pojazdy elektryczne, inteligentna mobilność oraz cyfrowa przemiana to główne punkty strategii marki na przyszłość.
