

Persberichten

Aug 29, 2013 | ID: 131353

De designrichting van Thomas Ingenlath: Haarscherpe expressie van het merk Volvo

De designrichting van Thomas Ingenlath: Haarscherpe expressie van het merk Volvo

Het werk van Thomas Ingenlath, Senior Vice President Design bij Volvo, is tot nu toe een van de best bewaarde geheimen van het afgelopen jaar. 'Volvo Car was al bezig met een flinke transformatie toen ik in 2012 begon. Samen met mijn team heb ik sindsdien gefocust op verdere vernieuwing van de designtaal, om de uitstraling van dit prachtige merk in de gewenste richting te sturen', aldus Ingenlath, die in een interview zijn visie geeft op zijn design aanpak.

Waarom Volvo Car?

'Wie mij kent, weet dat Volvo voor mij de perfecte match is. Ik waai niet met alle winden mee en ik switch niet om de haverklap naar weer een ander schreeuwerig design. Ik ben bedachtzaam. Ik ga liever voor het intellect onder de oppervlakte. Als je dat goed doet, dan ontstaat de esthetiek vanzelf.'

'Volvo is een merk met menselijke waarden en met een exceptioneel lange historie. Het is een grote uitdaging om een nieuwe designexpressie te ontwikkelen die de gevestigde merkwaarden in zich heeft, maar ook de ontwikkeling tot een onderscheidend premium merk in gang zet.'

Wat is uw visie op Scandinavisch design?

'Nou, nu Volvo Car nog het enige Zweedse automerk is, zijn we in feite ook de enige autoproducent die Scandinavisch design vertegenwoordigt. Het is de kunst om daarvan een moderne en begerenswaardige interpretatie te creëren.'

'In mijn ogen is Scandinavisch design, vanuit de optiek van Volvo, sterk verankerd in de normen en waarden van de Zweedse samenleving en in de sterk op de natuur georiënteerde levenswijze. Onze aanpak behelst niet alleen het doorvoeren van kenmerkende items en details van Scandinavisch design in het uiterlijk van onze auto's. Het is onze taak om de diepere waarden te doorgronden die Scandinavisch design zo speciaal maken en daarvan een vertaalslag te maken naar autodesign.'

Hoe pakt u dat aan?

'Scandinavisch design dankt zijn aantrekkingskracht aan de perfecte afwerking en het oog voor detail. Zeer nauwgezet werk afleveren en constante kwaliteit bieden zijn ook de eerste vereisten om je te kwalificeren als producent van een premium merk.'

Leg de nieuwe designrichting eens uit.

'Naar mijn mening heeft Volvo-design altijd een zekere autoriteit gehad. Die rustige, intelligente en sterke kant van ons merk willen we versterken met krachtige, modernere en expressieve elementen. De Concept Coupé laat duidelijk zien in welke richting wij denken.'

'Outdoor-activiteiten vormen een wezenlijk deel van de Zweedse manier van leven. We gaan door met het verfijnen van Volvo's sterke reputatie op dit vlak, maar dan wel in een moderner jasje. We moeten van functionaliteit een emotionele ervaring maken. Net als een exclusief donzen winterjack moeten onze modellen een sterk gevoel van verfijning uitstralen, met onderliggende kracht en

functionaliteit.’

‘Creativiteit gedijt goed in de Zweedse maatschappij. Het uit zich niet alleen in design en technologie, maar ook in de mode, de muziek en de kunst. We laten ons inspireren voor het creëren van nieuwe vormen van bereikbare luxe. Onze toekomstige modellen zullen aantonen dat er nieuwe, opwindende manieren zijn om de ziel van Zweden te uiten.’

Welke mogelijkheden biedt de nieuwe Scalable Product Architecture voor de vormgevers?

‘De nieuwe architectuur maakt de grote proporties mogelijk die belangrijk zijn om de premium look te krijgen. De afstand tussen dashboard en vooras is royaler dan bij elke andere structuur waarmee ik voorheen heb gewerkt. Dit biedt ons de kans om ons te meten met andere premium merken als het aankomt op designverhoudingen.’

‘De plaats van de heup in de auto is een ander voorbeeld. Die is laag genoeg om het profiel te scheppen van een stijlvolle sedan zonder dat de hoofdruimte in het geding komt.’

Wat zijn de meest in het oog springende punten van het nieuwe design?

‘Elk sterk merk heeft duidelijke visuele kenmerken die uniek zijn voor het merk. Toekomstige Volvo’s worden gekenmerkt door een opvallend metalen logo in de grille, geflankeerd door de T-vormige dagrijverlichting. De lange motorkap met zijn nieuwe lay-out, de gebogen lijn van voor naar achter over de flanken en de scherpe lijn onderlangs de zijruiten die doorloopt tot aan de achterlichten zijn andere karakteristiek designelementen. Ze dragen stuk voor stuk bij aan het krachtige voorkomen. De eenvoud van het design, zowel in het interieur als het exterieur, hebben een sterk verband met de Scandinavische manier van leven.’

En het interieur?

‘We gaan door met het premium gevoel dat in de V40 is te vinden. De nieuwe interface met een grote, centrale touchscreen in de middenconsole maakt de meeste knoppen overbodig. Deze eenvoud van de bediening past perfect bij ons Scandinavisch design-erfgoed. De vrijkomende ruimte kunnen we benutten om het interieur met nieuwe vormen een luxe uitstraling te geven.’

‘We houden vast aan onze visie dat Volvo-rijders zich speciaal moeten voelen door de mix van klassiek vakmanschap in de afwerking en karakteristieke, verrassende details.’

Keywords:

Life Style, Technology, Design, Sustainability, Press Releases, Volvo Concept Coupé

Omschrijvingen en feiten in dit persmateriaal zijn gerelateerd aan Volvo Cars’s internationale auto gamma. Omschreven features kunnen optioneel zijn. Voertuigomschrijvingen kunnen variëren per land en mogen worden aangepast zonder voorafgaande notificatie.

Contact

Roger van Polanen Petel

PR Manager

Volvo Car Nederland B.V.

Telefoon: +31 (0)345 688 288

roger.van.polanen@volvocars.com

Relevante foto's



[Meer foto's >](#)

aanverwante video's



[Meer video's >](#)

[media.volvocars.com >](https://media.volvocars.com)

[volvocars.com >](https://volvocars.com)

Copyright Volvo Car Corporation