



Kreativer Design-Prozess

CUPRA Formentor: So entsteht ein Concept Car

- > **Von der ersten Zeichnung bis zum fertigen Prototyp vergehen sechs Monate**
- > **Fokus liegt auf perfekter Kombination aus Technologie und anspruchsvollem Design**
- > **Umfassender Einsatz von Virtual-Reality-Technologie**

Martorell/Weiterstadt, 18.03.2019 – Gerade oder geschwungene Linien? Ein Display in schwebender Position oder in der Armaturentafel integriert? Das Design eines Konzeptfahrzeugs ist eine gestalterische Aufgabe, die die Fahrzeugentwicklungen maßgeblich beeinflusst. Dabei wirft das Design auch zahllose Fragen auf und erfordert nicht nur stundenlanges Zeichnen und eine Vielzahl von Renderings, sondern auch immer wieder einen Neustart, um realisierbare Ideen einzugrenzen. Im Falle des CUPRA Formentor dauerte dieser Prozess rund sechs Monate und lässt sich dabei in drei Phasen einteilen.

Phase 1: Aus Ideen werden Bilder

„Ein Fahrzeug, das man gerne anfassen würde“: An dieser Vorstellung orientierte sich Alberto Torrecillas, Exterior Designer des CUPRA Formentor, als er mit den ersten Skizzen anfang. **„Beim Design eines Konzeptfahrzeugs haben wir mehr kreative Freiheit. Zuerst halten wir unsere Ideen auf Papier fest. Einige Designer machen die ersten Skizzen gerne auf einem Grafik-Tablet, aber ich bevorzuge Freihandzeichnungen mit einem Bleistift auf Papier und halte dabei verschiedene Versionen meiner Ideen fest.“** Diese Ideen fließen



in Skizzen und Dutzende von Zeichnungen ein, aus denen allmählich die realen Proportionen ersichtlich werden und die einen dynamischen Eindruck erwecken.

Dieses Vorgehen wird sowohl auf das Exterieur als auch das Interieur des Fahrzeugs angewendet. Die Herangehensweise an das Design des Interieurs hat sich zudem in den letzten Jahren grundlegend geändert. **„Früher haben wir das Gesamtpaket entworfen und erst zuletzt festgelegt, wo sich das Radio oder die Bedienelemente befinden sollen. Heute beginnen wir mit der Position des Bildschirms und entscheiden etwa über die Art und Position des Displays, erst dann kümmern wir uns um den Rest“**, betont Jaume Sala, der bei SEAT für das Interieur-Design verantwortlich ist.

Um sich an diese geänderte Herangehensweise anzupassen, verfügt SEAT über ein Design Digital Lab, in dem definiert wird, wie der Nutzer mit dem digitalen Display interagiert. Im Labor wird der Schwerpunkt auf eine vereinfachte Bedienung und die übersichtliche Bereitstellung von Informationen gelegt. Beim CUPRA Formentor haben diese Tests etwa zwei Jahre im Simulator in Anspruch genommen. Außerdem waren mehr als 3.000 Symbole nötig, um die digitale Instrumententafel auf einem 10-Zoll-Bildschirm zu entwerfen.

Phase 2: Der CUPRA auf Probefahrt in Barcelona

Sobald der Designprozess abgeschlossen ist, wird der Entwurf zum Leben erweckt. CAD-Designer (Computer Aided Design) verwandeln die Zeichnungen in 3D-Grafiken, um die Formen des Autos detailgetreu zu modellieren und alle Elemente anzuordnen. In dieser Phase durchläuft das Modell zudem verschiedene Tests, um sicherzustellen, dass alle technischen Anforderungen für die Fertigung des Fahrzeugs erfüllt sind.



Mithilfe von Virtual Reality kann das Fahrzeug die Avenida Diagonal in Barcelona entlangfahren, so, als ob es echt wäre. **„Zweidimensional können wir rund 75 Prozent des Designs überprüfen, während wir in einer 3D-Umgebung bis zu 100 Prozent erreichen“**, erklärt Manel Garcés, der für die Virtualisierungsabteilung verantwortlich ist.

Phase 3: Die Formung eines 1 : 1-Modells aus Ton

Das Modellbauteam benötigt für diesen Schritt etwa 700 Kilo Modelliermasse, um den Entwurf des CUPRA Formentor in ein physisches Modell in Originalgröße zu verwandeln. **„Während der Gestaltung eines Konzeptfahrzeugs nehmen die Designer ständig Änderungen am Modell vor, die von uns umgesetzt werden müssen. Der künstlich hergestellte Werkstoff ermöglicht uns das Vornehmen von Änderungen innerhalb kürzester Zeit. Beim Anblick des Endergebnisses würde niemand glauben, dass das Fahrzeug nur eine Skulptur aus Modellierton ist“**, sagt Carlos Arcos, der für die Exterieur-Modellierung verantwortlich ist.

Währenddessen gilt die volle Aufmerksamkeit des Color & Trim-Teams den berührungsempfindlichen Oberflächen und Lacken. Dabei treffen neueste Technologien auf echte Handwerkskunst: Stoffe und Materialien müssen ausgesucht und die Farben für das Interieur und Exterieur festgelegt werden. Für dieses Modell wurde ein Konzeptauto mit **„sportlichem Chic“** gewählt, so Amanda Gómez, die Designerin des Color & Trim-Teams: **„Leder, sichtbare Nähte, Aluminiumstrukturen und die speziell für dieses Modell entworfene Farbe, Petrolblau, erinnern allesamt an die Werkstatt eines Motorsport-Fans.“**



Die Zahlen hinter einem Konzeptfahrzeug

- 500 Skizzen
- 100 Renderings
- 700 Kilo Modellierton für jedes Modell
- 1.800 Symbole für die Bildschirm-Anzeige und 1.300 für die Armaturentafel
- 1 Kilometer Faden für Nähte
- Mehr als 50 Farbttests

Weitere Informationen:

Melanie Stöckl

Leiterin Kommunikation

Telefon: 0 61 50/1855 450

E-Mail: melanie.stoeckl@seat.de

Über CUPRA

CUPRA ist die besondere Marke für besondere Menschen und wird genau die Kunden begeistern, die für dieselben Werte wie die neue Marke stehen: Einzigartigkeit, Eleganz und Leistung. Seit die Marke CUPRA als eigenständiges Unternehmen etabliert wurde, konnte sie bereits beeindruckende Erfolge verbuchen: Mit insgesamt 14.400 verkauften Fahrzeugen stiegen die Verkaufszahlen 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 40 Prozent. CUPRA wird nicht nur neue Modelle einführen, sondern durch die Teilnahme an der TCR- und ETCR-Serie auch die Tradition des Motor- und Rennsports fortführen. Die CUPRA Welt sprüht vor Energie und wird bei mehr als 260 speziell ausgewählten Händlern in ganz Europa erlebbar sein, um von dort aus neue Fans zu erobern.