

ŠKODA



Genève Motorshow 2011

Skoda Auto presenterar ny logotype och ett nytt designkoncept

"VisionD" – nytt designkoncept som ger inblick i framtidens design från Skoda
Ny logotyp – understryker Skodas framtida planer

Under parollen "The New Power of Skoda" presenterade Skoda Auto, under bilsalongen i Genève, en ny logotyp och CI (Corporate Identity) samt designkonceptet "VisionD". Det ger en smak av Skodas framtida designspråk på kommande modeller.

Skoda Auto presenterar en facelift för hela företaget under bilsalongen i Genève. För första gången visas Skoda Autos nya logotyp och design vars utmärkande faktorer för framtiden är nytt, fräscht, tillväxt och kvalitet.

"Vi är ivriga att få visa det nya Skoda inte enbart genom framtida produkter utan även hur Skoda Auto presenteras mot kunder och partners. Skoda är synonymt med prisvärda produkter, smarta lösningar och kvalitet vilket Skoda vill understryka med dess nya corporate design. Den nya designen stärker varumärket på den internationella arenan säger Jürgen Stackman styrelsemedlem och ansvarig för marknad och försäljning. Den största förändringen som har skett med Skoda Autos logotyp, är att den bevingade pilen lyfts fram, blir större och mer visuell. Texten Skoda Auto plockas bort från logotypen samt att ett nytt typsnitt presenteras. Den får även en ny färg där den gröna färgen lättas något och får en klarare och fräschare framtoning "The new Skoda Green". Den bevingade pilen omges av en kromad yttre ring som ramar in logotypen och ger den en modern framtoning.

Ny konceptbil – "VisionD"

Genom att visa konceptbilen "VisionD" ger Skoda en förhandsvisning av märkets framtida design. Med Skodas högt uppsatta tillväxtmål, krävs ett nytt fokus gällande framtiden för varumärket med inspiration av 110 års tillverkningstradition. "VisionD" understryker Skodas designelement och guidar betraktare in i framtiden.

Skodas nya logotyp framhävs i bilens front och är startpunkten för de horisontella designlinjer som ger "VisionD" dess karakteristiska form. Med bilens skarpa linjer i fronten och Skodas nya logotyp ger det bilen en kvalitets- och framgångskänsla.

Med konceptet "VisionD" tar Skoda ett stort kliv in i framtiden. Bilens design och dynamik attraherar betraktaren utan att provocera och ger en klar indikation om hur bilar som produceras i Mladá Boleslav kommer att se ut i framöver. Skoda Autos ingenjörer och designers har stakat ut framtida framgång, med dess ambitiösa tillväxtmål och nya design.

För ytterligare information kontakta Henrik Svensson pressansvarig Skoda Sverige, 08-553 865 17, 070 618 65 17, henrik.svensson@skoda.se alt Mikael Sandberg, 073-26 26 043, mikael.sandberg@skoda.se.

Fabrikerna i Tjeckien och sex andra länder producerade sammanlagt 762 600 bilar under 2010. Företaget tillverkar för närvarande sina bilar i Tjeckien, Ukraina, Kazakstan, Ryssland, Bosnien-Hercegovina, Indien och Kina. Totalt har Skoda Auto 27 000 anställda world wide med en ambition att öka försäljningsvolymen ytterligare mot nya framgångar.