



7. Oktober 2019

## New Volkswagen R

- Volkswagen R präsentiert neues Markenlogo und ergänzt damit die Neuausrichtung von Volkswagen
- Klare Designsprache definiert künftigen Markenauftritt
- Erstmalsiger Fahrzeugeinsatz am Atlas Cross Sport R-Line in Nordamerika

**Rundenzeiten am Wochenende und Schulläufe wochentags: Die Performance Marke Volkswagen R steht für die sportlichsten Modelle im Volkswagen Portfolio. Seit 2002 sind die R Modelle an den Rennstrecken der Welt zuhause und bieten ihren Besitzern neben leistungsstarken Motoren, Alltagstauglichkeit und stilbewusstes Understatement. Das Portfolio beinhaltet neben dem Golf R in vier Generationen, den Passat R36, den Touareg R50, den Scirocco R und das Golf R Cabriolet. Aktuell ist neben dem Golf R<sup>1</sup> und dem Golf R Variant<sup>2</sup> auch der neue T-Roc R<sup>3</sup> verfügbar.**



Mit der Vorstellung des neuen R-Logos leitet Volkswagen R seine Neuausrichtung ein. Jost Capito, Geschäftsführer Volkswagen R, sagt: „Volkswagen R bringt Emotionen in die Marke Volkswagen, und das werden wir zukünftig noch weiter ausbauen. An tollen Produkten und einer einzigartigen Customer Experience arbeiten wir strategisch und operativ.“

Sinnbild für den Neuaufbruch der Performance Marke ist das neue R-Logo. Es ist moderner, klarer und puristischer: Reduziert auf seine essenziellen Bestandteile und flexibel einsetzbar insbesondere in den digitalen Medien. Entwickelt wurde das neue Logo im Volkswagen Designcenter. Das Team um Klaus Bischoff erarbeitete das neue R-Logo gemeinsam mit der technischen Entwicklung und dem Marketingteam von Volkswagen R.

Das neue Firmenzeichen zeichnet sich durch die sauber geführte Strichstärke und eine klare horizontale Ordnung mit dynamischen Kurven aus. Der starke Bruch durch die deutliche Diagonale unterstreicht die Progressivität der Marke. Die lange Streckung des R erzeugt eine breitere, kraftvollere Wirkung und definiert den Anspruch von Volkswagen an Performance und Exklusivität der Zukunft.

Klaus Bischoff, Leiter Volkswagen Design: „Die R-Line ist das elegante Athletikprogramm für unsere Modelle. In tiefgreifender Detailarbeit entfalten wir das volle Designpotential. Das neue R-Line Logo ist das Signet dieser Ästhetik und Sportlichkeit. Analog zum neuen Markenlogo gewinnt es an Klarheit und Strahlkraft in unserer emotionalen Markenwelt.“

### Medienkontakt

Volkswagen R GmbH  
Emilie Lagelbauer  
Public Relations  
Tel: +49 172 135 3281  
emilie.lagelbauer.vwr@volkswagen.de

Volkswagen Communications  
Janine Zyciora  
Sprecherin Design Communications  
Tel: +49-5361 9-29960  
janine.zyciora@volkswagen.de



Mehr unter  
volkswagen-newsroom.com



Jost Capito betont: „Mit den neuen Logos für R-Modelle und die R-Lines geht auch eine Neuausrichtung der Marke Volkswagen R einher. Unser gesamtes Team arbeitet intensiv an dem Marken- und Produktauftritt und wir freuen uns diesen in den kommenden Monaten weiter auszurollen.“

Erstmals auf dem Fahrzeug zu sehen ist das überarbeitete R-Line Zeichen am Atlas Cross Sport R-Line in Nordamerika. Das Fahrzeug, das als Konzept auf der New York Autoshow im Frühjahr gezeigt wurde, feiert seine Weltpremiere am 11. Oktober 2019, 16.00 Uhr Mitteleuropäischer Sommerzeit.

<sup>1)</sup> Golf R - Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 8,2 - 8,1/ außerorts 6,6 - 6,5 / kombiniert 7,2 - 7,1, CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 164 - 162; Effizienzklassen: D.

<sup>2)</sup> Golf R Variant- Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 8,2 - 8,1/ außerorts 6,6 - 6,5 / kombiniert 7,2 - 7,1, CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 164 - 161; Effizienzklassen: D-C.

<sup>3)</sup> T-Roc R - Kraftstoffverbrauch, l/100 km: innerorts 9,5 - 9,1 / außerorts 6,6 - 6,5 / kombiniert 7,7 - 7,5; CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert, g/km: 176 - 171; Effizienzklasse: D

---

#### Über die Marke Volkswagen:

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als in 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 50 Standorten in 14 Ländern. Im Jahr 2018 hat Volkswagen rund 6,2 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 195.878 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 10.000 Handelsbetriebe mit 86.000 Mitarbeitern. Volkswagen treibt die Weiterentwicklung des Automobilbaus konsequent voran. Elektromobilität, Smart Mobility und die digitale Transformation der Marke sind die strategischen Kernthemen der Zukunft.

---