



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 1 von 12

Mladá Boleslav / Cham, 30. August 2022

Pressemappe EXPLORE MORE

Inhalt

ŠKODA AUTO stellt neuen Markenauftritt vor und beschleunigt E-Offensive	2
Fit für die Zukunft: ŠKODA AUTO präsentiert neue Corporate Identity	4
ŠKODA VISION 7S: Ausblick auf neue Designsprache und mehr als 600 Kilometer Reichweite	6
ŠKODA VISION 7S: Das passende Interieur für jedes Setting	9



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 2 von 12

ŠKODA AUTO stellt neuen Markenauftritt vor und beschleunigt E-Offensive

- › Neue Designsprache, neues Logo sowie umfangreiches Update der Corporate Identity
- › Konzeptstudie ŠKODA VISION 7S gibt konkreten Ausblick auf ein komplett neues E-Modell
- › Beschleunigte E-Offensive: Drei neue Modelle bereits bis 2026, weitere werden folgen
- › ŠKODA AUTO investiert in den nächsten fünf Jahren weitere 5,6 Milliarden Euro in E-Mobilität und 700 Millionen Euro in Digitalisierung

Mladá Boleslav / Cham, 30. August 2022 – ŠKODA AUTO stellt im Rahmen der NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 seinen neuen Markenauftritt vor. Im Zentrum stehen eine neue Designsprache, ein neues Logo sowie ein umfangreiches Update der Corporate Identity. Ausserdem beschleunigt und erweitert der tschechische Automobilhersteller seine E-Offensive: Bereits bis 2026 wird ŠKODA AUTO drei neue reine E-Modelle auf den Markt bringen, weitere werden folgen. Die Konzeptstudie VISION 7S gibt einen konkreten Ausblick auf eines dieser Modelle. Bis 2030 soll der Anteil rein batterieelektrischer Fahrzeuge an den Verkäufen der Marke ŠKODA in Europa auf über 70% steigen. Der tschechische Automobilhersteller investiert in den nächsten fünf Jahren weitere 5,6 Milliarden Euro in E-Mobilität und 700 Millionen Euro in Digitalisierung.

ŠKODA AUTO Vorstandsvorsitzender Klaus Zellmer betont: „Heute ist ein ganz besonderer Tag in der Geschichte von ŠKODA AUTO: Wir stellen unseren neuen Markenauftritt inklusive neuem Logo und Update der Corporate Identity vor. Wir geben mit der Konzeptstudie VISION 7S einen konkreten Ausblick auf ein völlig neues ŠKODA Modell, mit dem wir unser Produktportfolio und unsere Kundenbasis nach oben hin abrunden werden. Und wir beschleunigen unsere E-Offensive deutlich und bringen bereits bis 2026 drei zusätzliche, reine E-Modelle auf den Markt, weitere werden folgen. Wir stellen uns damit für das Jahrzehnt der Transformation noch stärker auf und werden in den nächsten fünf Jahren insgesamt 5,6 Milliarden Euro in E-Mobilität und weitere 700 Millionen Euro in die Digitalisierung und damit in die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens und der Arbeitsplätze investieren.“

ŠKODA AUTO Vorstand für Vertrieb und Marketing, Martin Jahn, ergänzt: „Mit dem neuen Markenauftritt machen wir unsere Marke fit für die elektrische Zukunft und positionieren ŠKODA klar im externen Wettbewerb und grenzen uns gleichzeitig noch deutlicher von den anderen Marken des Volkswagen Konzerns ab. Das Showcar VISION 7S ist Vorreiter unserer neuen Designsprache, die wir in den kommenden Jahren auf das gesamte Produktportfolio ausrollen und mit der wir unsere Kundenansprache schärfen. Wir heben die Marke damit auf das nächste Level, um sie an die neuen Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden in Bezug auf User Experience, Connectivity und die gesamte Customer Journey anzupassen.“

Beschleunigte E-Offensive: Drei neue Modelle bereits bis 2026, weitere werden folgen

Der tschechische Automobilhersteller beschleunigt deutlich seine E-Offensive und bringt bereits bis 2026 drei weitere vollelektrische Modelle auf den Markt. Neben einem Kleinwagen ist auch ein kompaktes SUV sowie ein Siebensitzer für Familien geplant. Einen konkreten Ausblick auf das siebensitzige Elektro-SUV bietet die Konzeptstudie VISION 7S mit einer Reichweite von über 600 Kilometern und einer Spitzenladeleistung von 200 kW. Bis 2030 strebt ŠKODA AUTO einen



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 3 von 12

Anteil reiner E-Modelle in Europa von über 70% an. In der Übergangsphase zur E-Mobilität stärkt die Marke ihr Produktportfolio hocheffizienter Verbrennungsmotoren und stellt in der zweiten Hälfte des nächsten Jahres die neue Generation des SUPERB sowie des KODIAQ vor. 2024 folgt dann der aufgefrischte OCTAVIA.

ŠKODA VISION 7S: Siebensitziges SUV auf MEB-Basis mit mehr als 600 km Reichweite

Die Konzeptstudie VISION 7S gibt einen ersten konkreten Ausblick auf ein völlig neues ŠKODA Modell und zeigt gleichzeitig die neue Designsprache. Das rein elektrische SUV bietet ein grosszügiges Platzangebot für bis zu sieben Passagiere und zahlreiche Simply Clever-Details. Damit rundet der Autohersteller sein Produktportfolio und seine Kundenbasis nach oben hin ab. Die Konzeptstudie basiert auf dem Modularen Elektrifizierungsbaukasten (MEB) aus dem Volkswagen Konzern und verfügt über eine 89-kWh-Batterie. Damit lässt sich eine maximale Reichweite von mehr als 600 Kilometern im WLTP-Zyklus erzielen.

Neue Designsprache, neues Logo, Update der Corporate Identity

Für das elektrische und digitale Zeitalter hat ŠKODA AUTO eine neue Designsprache entworfen, die schrittweise ab nächstem Jahr eingeführt wird. Sie zeichnet sich durch klare, reduzierte Linien aus, die die Einfachheit und Wertigkeit der neuen ŠKODA Modelle betonen. Prägende Elemente sind die neue Fahrzeugfront mit dem sogenannten Tech-Deck sowie nachhaltige Materialien im Innenraum.

Das neue Markenlogo präsentiert sich ohne die skulptural wirkende 3D-Grafik. Damit trägt ŠKODA einer immer stärkeren Verlagerung der Marketing- und Kommunikationsaktivitäten von Print zu Online Rechnung. Auch die Corporate Identity wurde umfangreich überarbeitet: Farblich setzt ŠKODA AUTO nun auf zwei verschiedene Grüntöne: Smaragd- und Elektrogrün, die für Ökologie, Nachhaltigkeit und Elektromobilität stehen.

Ambitionierte Nachhaltigkeitsziele entlang der gesamten Wertschöpfungskette

In der Produktion tritt ŠKODA AUTO mit Nachdruck für Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein: So setzt das Unternehmen auf Strom aus erneuerbaren Quellen. In Mladá Boleslav sorgt die Produktion von Batterien unmittelbar im Werk für kurze Transportwege, zudem setzt der Automobilhersteller hier zwei elektrische LKW ein. Ab 2030 sollen die tschechischen und indischen Werke Fahrzeuge emissionsfrei (netto) produzieren. Das Werk Vrchlabí gibt die Richtung vor: Der Standort ist bereits seit 2020 CO₂-neutral.

Auch bei den Produkten setzt ŠKODA konsequent auf Nachhaltigkeit: Bei einem ENYAQ iV kommen über 13 Kilogramm recycelte Kunststoffe zum Einsatz, die aus alten Batteriegehäusen und Stossstangen gewonnen werden. Beim in der Karosserie verbauten Stahl liegt die Recyclingquote bei 40 Prozent, beim Aluminium sogar bei 60 Prozent. Die Seitenfenster bestehen zu 20 Prozent aus recyceltem Glas. Im Innenraum bietet der ENYAQ iV Sitzbezüge, die zu 40 Prozent aus natürlicher Schurwolle und zu 60 Prozent aus recycelten PET-Flaschen bestehen.

Gleichzeitig setzt ŠKODA AUTO bei der Umsetzung seiner ambitionierten Nachhaltigkeitsziele auf die Unterstützung eines Nachhaltigkeitsbeirats. Die fünf international erfahrenen Mitglieder bringen neue Impulse und Vorschläge zu aktuellen und künftigen Massnahmen im Bereich der Nachhaltigkeit ein. Auf diese Weise fördern sie einen vielseitigeren Dialog zu Nachhaltigkeitsthemen zwischen dem Automobilhersteller und seinen Stakeholdern.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 4 von 12

Fit für die Zukunft: ŠKODA AUTO präsentiert neue Corporate Identity

- › **Neue Corporate Identity von ŠKODA AUTO greift lange Tradition der Marke auf und weist gleichzeitig in die Zukunft der Mobilität**
- › **Neue Bildmarke für verbesserte Darstellung mit Schwerpunkt auf digitalen Kommunikationskanälen, stärkere Verwendung der neuen ŠKODA Wortmarke**
- › **Neuer Markenauftritt wird zunächst auf Informations- und Kommunikationsmaterialien ausgerollt, dann auch auf künftigen Modellen**

Mladá Boleslav / Cham, 30. August 2022 – Mit der umfassendsten Veränderung seiner Corporate Identity (CI) seit 30 Jahren hebt ŠKODA AUTO seinen Markenauftritt auf eine neue Stufe. Eine neue Bildmarke sorgt für eine verbesserte Darstellung, insbesondere auf digitalen Kommunikationskanälen. Ausserdem wird die ŠKODA Wortmarke künftig häufiger verwendet als die Bildmarke des Unternehmens. Der neue Markenauftritt wird zunächst auf Informations- und Kommunikationsmaterialien und anschliessend auf künftigen Modellen ausgerollt.

Martin Jahn, ŠKODA AUTO Vorstand für Vertrieb und Marketing, sagt: „Mit unserer neuen Corporate Identity heben wir den gesamten Markenauftritt auf das nächste Level. Nicht nur unser Modellportfolio entwickelt sich weiter, unsere Kunden tun es auch. Für uns ist das die perfekte Gelegenheit, um unsere Marke fit zu machen für das Jahrzehnt der Transformation und das Look and Feel an die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden anzupassen. Unsere Corporate Identity zeichnet sich durch ein modernes, unverwechselbares Design aus und bringt unseren Digital-First-Ansatz klar zum Ausdruck.“

Unter Leitung der Marketingabteilung waren an der Ausarbeitung der neuen Corporate Identity Mitarbeiter aus verschiedenen Unternehmensbereichen beteiligt. Um das künftige Logodesign festzulegen, wurden ausserdem 2'200 Personen aus sechs Schlüsselmärkten – Deutschland, Indien, Israel, Italien, Norwegen und Tschechien – zu ausgewählten Versionen des Logos interviewt. Diese Entwürfe wurden aus insgesamt 165 Designs ausgewählt.

Neu gestaltete ŠKODA Wortmarke wird künftig häufiger verwendet als die Bildmarke

In der Marketingkommunikation wird die ŠKODA Wortmarke künftig deutlich stärker verwendet als die Bildmarke des Unternehmens. Die komplett neue Typografie kombiniert symmetrische Formen mit Rundungen und Kanten. Eine Herausforderung war die Integration des Hakens über dem „S“, der sogenannte Háček verweist auf das historische tschechische Erbe von ŠKODA. Nun ist das Schriftzeichen in den Buchstaben integriert. Die Umfragen hatten ergeben, dass die typografische Wortmarke einen höheren Wiedererkennungswert bietet und höhere Identifikationswerte erzielt.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 5 von 12

Neue Bildmarke: Schwerpunkt auf digitaler Kommunikation

Das Logo mit dem geflügelten Pfeil wurde ebenfalls verändert, allerdings weniger grundlegend als die Wortmarke. Künftig präsentiert sich das neue Markenlogo ohne die skulptural wirkende 3D-Grafik. Damit trägt der Automobilhersteller einer immer stärkeren Verlagerung der Marketingaktivitäten von Print zu Online Rechnung. Das schlichere, zweidimensionale Logo kommt insbesondere auf mobilen Endgeräten deutlich besser zur Geltung, zudem lässt es sich flexibler in verschiedene Formate integrieren.

Neue Corporate Identity: Farben, die für Elektromobilität und Nachhaltigkeit stehen

Farblich setzt ŠKODA AUTO nun auf zwei verschiedene Grüntöne: Smaragd- und Elektrogrün. In entsprechenden Umfragen wurden sie von vielen Teilnehmern mit Ökologie, Nachhaltigkeit und Elektromobilität in Verbindung gebracht.

Die neue Corporate Identity wird schrittweise über sämtliche Touchpoints ausgerollt, zunächst auf Informations- und Kommunikationsmaterialien, ab 2024 auch auf neu eingeführten Modellen. Auch die Infotainmentsysteme und andere Elemente der ŠKODA Fahrzeuge werden im neuen Design gestaltet sein. Im Rahmen der Neugestaltung wird sich auch das Design in den Niederlassungen der Vertragshändler verändern.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 6 von 12

ŠKODA VISION 7S: Ausblick auf neue Designsprache und mehr als 600 Kilometer Reichweite

- › Konzeptstudie mit 89-kWh-Akku, bis zu 200 kW Ladeleistung
- › Frontpartie mit Tech-Deck Face, neue T-Leuchtgrafik, flache Dachlinie für mehr Effizienz
- › Innenraum: Nachhaltige und widerstandsfähige Materialien, interaktive Türverkleidungen

Mladá Boleslav Cham, 30. August 2022 – Mit seiner siebensitzigen Studie VISION 7S gibt ŠKODA einen ersten konkreten Ausblick auf die neue Designsprache der Marke, die sich solide, funktional und authentisch präsentiert. Die VISION 7S ist ausserdem der erste ŠKODA, der eine matte Aussenfarbe hat. Im Interieur bestimmen nachhaltige Materialien und interaktive Oberflächen das Ambiente. Die Reichweite des Konzeptfahrzeugs liegt dank einer 89-kWh-Batterie bei mehr als 600 Kilometern im WLTP-Zyklus.

Johannes Neft, ŠKODA AUTO Vorstand für Technische Entwicklung, sagt: „Die VISION 7S bietet dank einer 89-kWh-Batterie eine Reichweite von mehr als 600 Kilometern und beherrscht Schnellladen mit 200 kW. Diese Parameter verdeutlichen, welche technischen Möglichkeiten der Modulare Elektrifizierungsbaukasten bietet. Einen Blick in die Zukunft individueller Mobilität werfen wir im Interieur: Verschiedene Innenraum-Konfigurationen für unterschiedliche Situationen, der Kindersitz auf der Mittelkonsole integriert und die besonders intuitive Bedienung des grossen, drehbaren Zentraldisplays geben die Richtung vor.“

Oliver Stefani, Leiter ŠKODA Design, sagt: „Gemeinsam haben wir in den vergangenen Monaten eine komplett neue Designsprache entwickelt. Ich danke meinem Team für den grossen Einsatz und die herausragende Arbeit an diesem intensiven und spannenden Projekt. Wir haben bewährte Tugenden weiterentwickelt und sind mutig neue Wege gegangen. Das minimalistisch-funktionale Design vermittelt Geborgenheit und strahlt Kraft aus, gleichzeitig werden die Fahrzeuge, die unser Portfolio künftig ergänzen werden, sehr aerodynamisch sein.“

Neue Frontansicht mit sogenanntem Tech-Deck Face

Als erstes Modell prägt die ŠKODA VISION 7S die neue, markante Designsprache des tschechischen Automobilherstellers. Sie zeichnet sich neben dem Tech-Deck Face an der Fahrzeugfront durch einen soliden Unterbau und aerodynamische Dachlinien aus, die eine hohe Effizienz ermöglichen. Ein lang gestreckter Fahrgastraum deutet auf den ersten Blick die grosszügigen Platzverhältnisse an.

Die Fahrzeugfront trägt nur mit der typischen ŠKODA Linie auch bereits bekannte Designelemente. Der neu gestaltete ŠKODA Schriftzug tritt an die Stelle des Markenlogos und ergänzt eine neue Ambientelichtleiste. Sie zieht sich an der Oberkante der Frontpartie über die gesamte Fahrzeugbreite und bringt illuminierte Grafiken zur Ansicht. Das sogenannte Tech-Deck Face interpretiert den bekannten ŠKODA Grill auf moderne Weise. Trotz einer ähnlichen Linienführung ist das Tech-Deck Face deutlich flacher und breiter als das bisherige Markenzeichen. An die Stelle der Rippen tritt dunkles Glas, das die Fahrzeugsensorik verbirgt.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 7 von 12

Neue T-Leuchtgrafik an der Front und im Heck

Die schmalen Scheinwerfer sind weit nach aussen gerückt, in zwei Reihen übereinander angeordnet und erweitern die Vier-Augen-Leuchtgrafik zu einem „T“. Dabei reicht das Tagfahrlicht seitlich weit bis in die Kotflügel hinein und bildet die scharf gezeichnete obere Linie des „T“. Auf diese Weise wird die Front optisch eingerahmt. Die LED-Heckleuchten sind ebenfalls als „T“ angeordnet. Auch hier reicht die obere Linie seitlich bis in die Kotflügel. Dieser Designakzent findet sich auch an den Kamera-Aussenspiegeln sowie den in die Karosserie versenkten, hochkant angeordneten Sensortürgriffen.

Robuste Stossfänger mit markanten Lufteinlässen

Besonders markant sind die robusten Stossfänger an Front und Heck. Sie bestehen aus widerstandsfähigen, recycelten Altreifen. Dieses Material findet sich auch an den Radhausverkleidungen und sorgt optisch für einen robusten Akzent. In der Front sind sieben vertikale Lufteinlässe integriert, durch die Luft zu den Kühlern und den Bremsen geleitet wird. Im Heckstossfänger verfügt die VISION 7S über neun vertikale Luftauslässe. Jeweils mittig findet sich vorn und hinten ein in leuchtendem Flashy-Orange lackiertes Bedienelement. Es lässt sich als Haken herausziehen, ausserdem kann dort bei Bedarf von aussen der Hochvolt-Stromfluss im Fahrzeug sicher gekappt werden.

Hohe Tornadolinie und sanft abfallendes Dach für aerodynamische Effizienz

Eine hoch positionierte Tornadolinie grenzt den soliden Unterbau von den Seitenfenstern ab und betont mit ihrem Schwung die kraftvoll prägnant ausgearbeiteten Schulterpartien. Die darunter liegenden, quadratischen Radhäuser sind ausgestellt und deutlich abgesetzt. Die Räder haben einen Durchmesser von 22 Zoll, die aerodynamisch optimierten Felgen sind fast vollständig geschlossen. Zwischen den Radhäusern befinden sich oberhalb der Seitenschweller zusätzliche Luftauslässe. Diese wirken für die gegenläufig aufschwingenden Portaltüren wie Trittbretter und verfügen ebenfalls über Abdeckgitter. Durch diese Gitter wird die bei der Kühlung der Hochvoltbatterie entstehende warme Luft nach aussen geleitet. Die flache Dachlinie fällt sanft nach hinten ab und geht für eine hohe aerodynamische Effizienz in einen deutlich ausgeformten Dachspoiler über. Markant geformt ist die nach hinten auslaufende, dreieckig gestaltete D-Säule. Im unteren Bereich trägt sie den neuen ŠKODA Schriftzug, der auch die Heckklappe ziert und dort ebenso beleuchtet ist wie an der Fahrzeugfront. Die matte Metallic-Lackierung im hellen Farbton Explorer-Green unterstreicht den minimalistisch reduzierten Look der VISION 7S. Das Konzeptfahrzeug ist zudem der erste ŠKODA, der eine matte Aussenfarbe hat.

Nachhaltige Materialien im Interieur, noch intuitivere Bedienbarkeit

Der minimalistisch gestaltete Innenraum ist markentypisch grosszügig und vermittelt ein Gefühl von Geborgenheit, das durch die Kombination von dunklen und hellen Materialien zusätzlich verstärkt wird. Die verwendeten Materialien sind lederfrei, stammen grösstenteils aus nachhaltigen Quellen und sind dank cleverer Materialkombinationen sehr widerstandsfähig. Ein Beispiel ist der Boden der VISION 7S, auch er besteht aus recycelten Altreifen. Ebenfalls nachhaltig sind Zierteile im Innenraum. Diese sind mit einer feinen, matten Metallic-Schicht lackiert und sparen so wertvolle Ressourcen. Die verwendeten Stoffe bestehen zu 100 Prozent aus wiederverwerteten Polyester-Garnen.

Besonders im Fokus stand eine weiter optimierte Bedienbarkeit. So wurde die Menüstruktur der Fahrzeug- und Infotainmentfunktionen weiter vereinfacht. Die Bedienung über den zentralen, frei



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 8 von 12

stehenden Touchscreen sowie haptische Tasten für wichtige oder häufig genutzte Funktionen gelingt besonders intuitiv.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 9 von 12

ŠKODA VISION 7S: Das passende Interieur für jedes Setting

- › **Geräumiger Siebensitzer vermittelt Gefühl der Sicherheit und Geborgenheit**
- › **Zwei verschiedene Innenraum-Konfigurationen für unterschiedliche Situationen: Fahren und Relaxen**
- › **Natürliches Human Machine Interface sorgt für ideale Balance zwischen haptischen und digitalen Bedienelementen und perfekte Ergonomie**
- › **Kindersitz befindet sich vor der zweiten Sitzreihe auf der Mittelkonsole an der sichersten Stelle im Fahrzeug**
- › **Gesamtes Interieur prägen nachhaltige, langlebige Materialien**

Mladá Boleslav / Cham, 30. August 2022 – Die VISION 7S ist eine überzeugende Weiterentwicklung des ŠKODA Innenraumkonzepts, mit einem geräumigen, sicherheitsorientierten Interieur für bis zu sieben Personen und einem völlig neu konzipierten, natürlichen Human Machine Interface. Zu den Highlights gehören zwei verschiedene Innenraum-Konfigurationen (Fahren und Relaxen) und die Schaffung einer idealen Balance zwischen haptischen und digitalen Bedienelementen. Sicherheit und Geborgenheit vermittelt der innovative Kindersitz, der entgegen der Fahrtrichtung vor der zweiten Sitzreihe auf der Mittelkonsole installiert ist. All dies ist umgeben von langlebigen, nachhaltigen Materialien und vielen Simply Clever-Ideen. Abgerundet wird das Innenraumdesign durch die einzigartigen X-förmigen Ziernähte, die den SUV-Charakter unterstreichen.

Der Innenraum der VISION 7S bietet bis zu sieben Personen ŠKODA typisch viel Platz und vermittelt gleichzeitig ein Gefühl von Sicherheit und Geborgenheit. Das Interieur ist symmetrisch gestaltet und lässt alle Insassen ein gleichermassen üppiges Raumgefühl genießen. Der obere Abschluss des Kombiinstrumentes setzt sich in den Türverkleidungen fort und vervollständigt das schützend wirkende Wrap-around-Design. Das breite, horizontale Armaturenbrett erstreckt sich bis zu den Türen und steigert so das grosszügige Raumgefühl.

Zwei Innenraum-Konfigurationen: Fahren und Relaxen

Die VISION 7S bietet ihren Insassen zwei verschiedene Innenraum-Konfigurationen. Der drehbare, zentrale Touchscreen und verschiebbare Elemente sorgen für das passende Ambiente in unterschiedlichen Situationen: Fahren oder Relaxen. Während der Fahrt befinden sich alle Bedienelemente gut erreichbar für den Fahrer in ihrer idealen Position und der zentrale, 14,6 Zoll grosse Touchscreen ist zur bequemen Bedienung und übersichtlichen Darstellung von Informationen vertikal angeordnet. Bei Lade- oder Zwischenstopps kann per Knopfdruck in der Mittelkonsole der Relax-Modus aktiviert werden. Elegant synchronisierte Abläufe lassen den Innenraum nun neue Gestalt annehmen: Das Lenkrad und die Instrumententafel schieben sich nach vorn, weg von Fahrer und Beifahrer, um mehr Platz zu schaffen. Die Vordersitze drehen sich nach innen und neigen sich nach hinten – dies schafft eine angenehmere Sitzposition und gibt gleichzeitig den Blick auf den Bildschirm für die Fondpassagiere frei. Die Sitze im Fond neigen sich ebenfalls nach hinten. So genießen alle Passagiere eine bequemere Sitzposition und einen besseren Blick auf den Bildschirm, der sich für eine optimale Anzeige von Entertainment-Inhalten nun horizontal ausrichtet.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 10 von 12

Neues Konzept zur intuitiven Bedienung des HMI-Systems und 2 Modi: Fahren und Relaxen

Mit der VISION 7S hat das ŠKODA Designteam das HMI-System (Human Machine Interface) des Fahrzeugs von Grund auf neu durchdacht, wobei der Schwerpunkt auf der perfekten Balance zwischen haptischen (manuellen) und virtuellen (bildschirmbasierten) Bedienelementen liegt. Alles wurde mit dem Ziel gestaltet, das Benutzererlebnis zu vereinfachen. Die Bedienelemente sind intuitiv, so dass der Fahrer die gesuchte Funktion immer leicht finden und nutzen kann.

Im Fahren-Modus steht dem Fahrer ein fortschrittliches AR-Head-up-Display-System für die wichtigsten Fahrerinformationen sowie ein digitales 8,8-Zoll-Instrumentendisplay für die übrigen Informationen zur Verfügung.

Komplett neu gestaltet ist das Lenkrad mit zwei massiven Speichen auf der 12- und 6-Uhr-Position. Der neue ŠKODA Schriftzug ist mittig angeordnet. Der Lenkradkranz ist oben und unten abgeflacht und ermöglicht so einen freien Blick auf das 8,8 Zoll grosse digitale Instrumentendisplay. Für die wichtigsten Fahrfunktionen gibt es eigene haptische Scrollräder, die zur besseren Orientierung Farbakzente in Flashy-Orange tragen. Im Relax-Modus kann der Fahrer kompliziertere Funktionen über das integrierte Touchpad an der unteren Speiche steuern.

Die Mitte des Innenraums wird von dem grossen, drehbaren 14,6-Zoll-Bildschirm dominiert – es ist der grösste, der je in einem ŠKODA Fahrzeug verbaut wurde. Im Fahrmodus ist das Display vertikal ausgerichtet, um eine perfekte Anordnung der Informationen zu ermöglichen. Der obere Bildschirmbereich ist dabei für wichtige visuelle Inhalte wie Kartenanzeigen und Navigationshinweise vorgesehen. Der untere Teil ist sehr bequem zu erreichen und zu bedienen, wozu auch die ergonomisch platzierte Handauflage am oberen Rand der Mittelkonsole beiträgt. Der Benutzer kann den Umfang der Informationen durch einfaches Wischen nach oben oder unten anpassen. Mit dem Menü-Widget lassen sich per Scroll-Bewegung verschiedene Funktionen auswählen. So lässt sich etwa das Bild der Babykamera an einer beliebigen Stelle im benutzerdefinierten Bereich platzieren. Der verbleibende Bereich kann z. B. in hoher Auflösung für Karten verwendet werden. Im Relax-Modus, insbesondere bei horizontaler Ausrichtung des Bildschirms, lassen sich vom Benutzer installierte Apps zum Ansehen von Filmen oder zum Spielen nutzen. Wegen des grösseren Abstands zum Bildschirm bei zurückgelehnten Sitzen kann das Infotainmentsystem auch per Smartphone bedient werden.

Drei Drehknöpfe für einfachste Bedienung

Die neu gestaltete Mittelkonsole verfügt über sechs zusätzliche Tasten, mit denen der Fahrer direkten Zugriff auf die Menüs Infotainment, Telefon, Fahrzeugeinstellungen, Navigation und Apps hat; die Funktion der sechsten Taste kann vom Benutzer definiert werden. Darunter platziert sind drei grosse Drehregler. Die beiden äusseren dienen zur Bedienung der Klimaanlage, während der mittlere den Bildschirminhalt steuert: Er kann zum Zoomen der Karte, zum Scrollen von Listen usw. verwendet werden. Darunter befinden sich zwei Tasten zum Umschalten zwischen Fahr- und Relax-Modus sowie ein eigenes Scrollrad für die Lautstärke. Wie die Bedienelemente am Lenkrad sind auch die Tasten und Drehknöpfe zur besseren Orientierung mit Farbakzenten in Flashy-Orange versehen.

Smartphones werden in die Mittelkonsole gelegt. Sie dienen als Hauptinformations- und Personalisierungsquelle für das gesamte System und können auch als Remote-Trackpad verwendet werden. Sie werden von Magneten gehalten und zum Schutz teilweise von der mittleren



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 11 von 12

Armlehne abgedeckt. In dieser Position dient die Armlehne für perfekte Ergonomie in Verbindung mit der Handauflage unter dem Bildschirm bei Bedarf als Armstütze.

Passagiere in der zweiten und dritten Sitzreihe können ihr eigenes Endgerät magnetisch an der Rücklehne des vor ihnen liegenden Sitzes befestigen, um optimale Sicht zu haben. Die Türverkleidungen beinhalten interaktive Flächen, bei denen farbiges Licht durch den Stoff scheint; ein helles Licht in Flashy-Orange weist beispielsweise auf die im unteren Teil der Verkleidung verborgenen Türöffner hin, während ein blaues oder rotes Licht Temperaturänderungen der Klimaanlage visualisiert. Man kann auch mit dem Finger auf den Stoff schreiben – etwa um kurze Notizen zu hinterlassen oder Kinder kleine Bilder malen zu lassen.

Effektiver Schutz für die kleinsten Mitfahrer: Kindersitz an der sichersten Position im Fahrzeug

Innovativ ist auch die Position des Kindersitzes. Dieser befindet sich an der sichersten Position im Fahrzeug. Er ist entgegen der Fahrtrichtung in die Mittelkonsole integriert, die bis zu den Rücksitzen verlängert ist. Ein mitfahrendes Kind ist auf diese Weise optimal geschützt und die Passagiere der zweiten Reihe haben es jederzeit im Blick. Eine optionale Innenraumkamera im hinteren Dachbereich kann auch ein Videobild des Kindes auf das zentrale Infotainment-Display übertragen. So können auch Fahrer und Beifahrer die Kleinsten an Bord immer im Auge behalten.

Weitere Simply Clever-Features

Die VISION 7S enthält eine Reihe neuer Simply Clever-Features von ŠKODA: Die Lüftungsdüsen auf dem Armaturenbrett arbeiten im diskreten Diffusormodus, bis eine direktere Belüftung erforderlich ist; auf Knopfdruck schieben sie sich dann nach oben und liefern auf Wunsch einen gerichteten Luftstrom. Unter der schwebenden Mittelkonsole finden die Passagiere zudem magnetische Flächen, an denen sich metallene ŠKODA Getränkeflaschen oder ein Verbandskasten sicher befestigen lassen. Zur Ausstattung der VISION 7S gehören auch praktische Rucksäcke, die man magnetisch an den Rücklehnen befestigen und auf Ausflügen mitnehmen kann. Ein grosses Panorama-Glasdach durchflutet den Innenraum der VISION 7S mit Licht. Vor dem zentralen Display im Cockpit befindet sich ein grosser Kristall, der den Batterie- und Ladestatus der VISION 7S in verschiedenen Farben anzeigt. Dies ist auch von aussen gut zu erkennen.

Nachhaltige Materialien und Ambientebeleuchtung

Die gesamte Innenraumausstattung besteht aus nachhaltigen, langlebigen Materialien. Der obere Teil des Armaturenbretts und der Türen ist in dunklem Kunstleder gehalten und von einer indirekten Ambientebeleuchtung eingefasst, die das Geborgenheit vermittelnde Wrap-around-Design hervorhebt. Die unteren Bereiche z. B. des Armaturenbretts und die Türarmlehnen sind mit einem helleren Kunstleder bezogen, das die Aussenfarbe Explorer-Green aufgreift und von einem direkten Ambientelicht in Szene gesetzt wird. Im Bereich der fehlenden B-Säule, wo sich die gegenläufig angeschlagenen Türen treffen, ist der untere Teil der Türverkleidung schräg nach oben gezogen und findet seinen Abschluss jeweils in einem Kristall an der vorderen und der hinteren Tür. Diese Kristalle weisen etwa beim Einsteigen mit einem laufenden weissen Licht den Weg ins Fahrzeug oder warnen bei geöffneter Tür mit rotem Licht vor einem sich nähernden Fahrzeug oder Radfahrer. Der mittlere Bereich der Türverkleidungen ist mit einem schwarzen Stoff bezogen, der aus recycelten Polyesterfasern besteht. Ein recycelter Stoff kommt auch bei den Mittelbahnen



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEMAPPE

Seite 12 von 12

der Sitze und an der Instrumententafel zum Einsatz. Abgerundet wird das Innenraumdesign durch die einzigartigen X-förmigen Ziernähte, die den SUV-Charakter unterstreichen.

Zum ersten Mal ersetzt ŠKODA seine traditionellen Chromakzente durch eine einzigartige Mattlackierung. Alle funktionalen Elemente wie Knöpfe, Sicherheitsgurte, Verbandskasten usw. sind mit der auffälligen Farbe Flashy-Orange hervorgehoben.

Das Nachhaltigkeitskonzept zieht sich bis hin zum Fussboden und Kofferraum, die vollständig aus Reifenzyklat bestehen. Dieses spezielle Material ist kratzfest und pflegeleicht und unterstreicht damit neben dem Outdoor-Charakter des Fahrzeugs auch seine hohe Funktionalität und dessen Familienfreundlichkeit.

Weitere Informationen:

Sandra Zippo

PR ŠKODA

T +41 56 463 98 07 / skoda.pr@amag.ch

www.skoda.ch / www.skodapress.ch

ŠKODA Media Room

skoda-storyboard.com

Download the ŠKODA Media Room app



Folgen Sie uns auf twitter.com/skodaautonews, um die neuesten Nachrichten zu erhalten. Alle Inhalte zu EXPLORE MORE finden Sie unter [#SKODAEExploreMore](https://twitter.com/skodaautonews).

ŠKODA AUTO

- › steuert mit der NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 erfolgreich durch das neue Jahrzehnt.
- › strebt an, bis 2030 mit attraktiven Angeboten in den Einstiegssegmenten und weiteren E-Modellen zu den fünf absatzstärksten Marken Europas zu zählen.
- › entwickelt sich zur führenden europäischen Marke in wichtigen Wachstumsmärkten wie Indien oder Nordafrika.
- › bietet seiner Kundschaft aktuell zwölf Pkw-Modellreihen an: FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA und SUPERB sowie KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ iV, ENYAQ COUPÉ iV, SLAVIA und KUSHAQ.
- › lieferte 2021 weltweit über 870'000 Fahrzeuge an seine Kundschaft aus.
- › gehört seit 30 Jahren zum Volkswagen Konzern, einem der global erfolgreichsten Automobilhersteller.
- › fertigt und entwickelt selbständig im Konzernverbund neben Fahrzeugen auch Komponenten wie Motoren und Getriebe.
- › unterhält drei Standorte in Tschechien; hat Fertigungskapazitäten unter anderem in China, Russland, der Slowakei und Indien vornehmlich über Konzernpartnerschaften sowie in der Ukraine mit einem lokalen Partner.
- › beschäftigt 45'000 Mitarbeitende weltweit und ist in über 100 Märkten vertreten.