
Interview mit Jorge Díez: „Ein Geist von Traum und Emotion“

Von Alexander Voigt

Ein strategisches Schlüsselprojekt für den gesamten Volkswagen-Konzern soll das „urbane Elektrofahrzeug“ werden, von dem die Seat-Performance-Marke mit dem Concept Car Cupra Urban Rebel jetzt einen ersten Eindruck vermittelte. Seit Dezember 2020 zeichnet Jorge Díez verantwortlich für das Design beider Marken. Unser Autor Alexander Voigt sprach mit dem Spanier:

Sie begannen Ihre Karriere im Jahr 2001 bei Audi in Ingolstadt. Was war Ihr erstes Projekt für den Volkswagen Konzern?

„Genaugenommen machte ich bereits im Jahr 2000 ein Praktikum bei Audi. Das war die Zeit, als Walter de Silva die Kühlergrills der Autos veränderte. Eines der ersten richtigen Projekte war dann die Arbeit an der zweiten Generation des Audi TT. Einer der Gründe, warum ich überhaupt zu Audi gekommen bin, denn die erste Generation des TT war ein Traum. Ich war hin und weg. Damals war für mich klar, dass der beste Ort, um mehr über Design zu lernen, Audi ist. Dass mein erstes großes Projekt dann der TT war, hat mich natürlich sehr stolz gemacht.“

Sie unternahmen eine Reise durch den Volkswagen Konzern. Können Sie uns Ihre Eindrücke aus der Zeit schildern?

„Zu dieser Zeit war ich bei Seat; designte aber auch für Audi. Da ging Walter de Silva nach Wolfsburg, um die Kernmarke Volkswagen zu verändern. Für mich war das äußerst interessant, denn Wolfsburg ist der Ort, wo alles anfängt. Hier schlägt das Designherz des gesamten Konzerns. Auch wenn das Wetter nicht so schön ist wie in Barcelona, war es für mich sehr interessant, denn hier kam alles zusammen. Ich habe in Wolfsburg sehr viel gelernt.“

Ihre Zeit als Chef der Seat Exterieur-Design-Abteilung steht für einige der Erfolge der vergangenen Jahre: die dritte Generation des Leon, die vierte des Ibiza und das erste SUV der Seat Geschichte. Was charakterisiert diese Modelle?

„Was ich bei Audi und Volkswagen lernte, half mir dabei, eine präzisere Designsprache und Perfektion in jedem Detail zu entwickeln – dies aber mit spanischem Flair. Soll heißen: Mit etwas mehr Kultur und mehr Dynamik. Unsere beiden Marken Cupra und Seat wurden getrennt, damit sie eigene Identitäten entwickeln können. Das ist eine bemerkenswerte Aufgabe. So können wir für Seat etwas Schönes kreieren: sehr mediterran und auch für Familien. Mit Cupra auf der anderen Seite haben wir eine Marke ohne Geschichte. Es ist, als hätte man ein weißes Blatt Papier und könnte frei entscheiden, was man in der Zukunft sein will. Wirklich schön.“

Wie wichtig sind Umwelt und Kultur in Spanien, besonders Barcelona für ihre tägliche Arbeit?

„Mit einem Auto bringt man nicht einfach nur einen Gegenstand in ein anderes Land, sondern hat auch die Chance, Kultur zu transportieren. Wenn sie sich Audi oder Volkswagen ansehen, sind die Linien logisch und rational. Dies hängt mit dem Deutschen Bauhaus zusammen. Dadurch gibt es eine Tradition der Perfektion im Automobil. In südlichen Ländern ist das etwas anders. Dort gibt es einen Geist von Traum und Emotion. In Spanien haben wir ein ganz besonderes Licht, das uns beeinflusst. Außerdem ist Barcelona lauter. Das zeigen auch unsere Autos an, die ebenfalls lauter und ausdrucksstärker sind. So lässt sich Kultur sehr schön zum Auto hinzufügen.“

Was sind die Top-Design-Aspekte beim Cupra Urban Rebel Concept Car?

„Für mich ganz klar die Linien, die den Charakter und die Einstellung prägen. Sie kennen das, wenn jemand eine großartige Einstellung hat, kann er alles erreichen, was er will. So ist der Geist dieses Autos, seine Bestimmung zu kennen, zu wissen, was es will. Und das wird durch die Linienführung deutlich. Wir haben eine Linie, die ist für mich sehr wichtig: Auf der Seite gibt es eine diagonale Linie, die von Barcelona inspiriert wurde. Aus der Draufsicht ist die Architektur der Stadt sehr rechteckig und besteht aus zahlreichen Quadraten. Doch es gibt eine große diagonale Straße, die „Avinguda Diagonal“ Barcelonas. Sie führt auf schnellstem Wege in das Herz der Stadt. Deshalb haben wir diese Linie kreiert, um die Dynamik aufzugreifen. Für mich ein sehr schöner Aspekt. Der zweite Punkt ist die Lichtsignatur. Sie ist sehr besonders und anders. Sie besteht aus drei Dreiecken, die künftig öfter als Zeichen für Cupra genutzt werden. Sie stammen aus der Dekonstruktion des Cupra Logos. So wird es auch im Dunkeln erkennbar sein.“

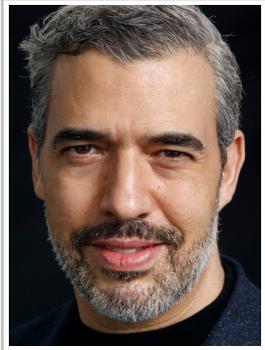
Was sind Ihre wichtigsten Seat- und Cupra-Themen der kommenden fünf Jahre?

„Nach der Arbeit am Tavascan, einem SUV mit wirklich coolem Charakter, werden wir unseren Fokus auf kleine batterieelektrische Autos richten. Ein kleiner Stromer ist das wichtigste Projekt für uns, denn wir wollen Spanien elektrifizieren. Daher geht es nicht nur darum, ein Auto zu bauen, sondern unserem Land zu helfen, elektrisch mobil zu werden und die Vision zu ändern. Deswegen arbeiten wir intensiv daran, Spanien in das Elektro-Zeitalter zu führen. Es ist schließlich immer etwas ganz Persönliches, wenn man sein Land voranbringen kann.“

Der Cupra Born ist ein Modell, das heraussticht, nicht nur für die Marke, sondern auch für den Volkswagen Konzern.

„Die Front ist unglaublich dynamisch, wie auch das Interieur. Doch wir lieben es zu fahren. Also haben wir alles, was der Fahrer mag, in seiner Umwelt belassen. Wir arbeiten zudem mit recycelten Materialien. Die Sitze etwa bestehen aus Meeresplastik. Da Barcelona am Meer liegt, hat dies für uns auch eine unmittelbare Bedeutung. Dies werden wir künftig immer öfter beim Nutzungserlebnis und der Produktion der Autos erleben.“ (aum/Alexander Voigt)

Bilder zum Artikel



Jorge Díez.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Seat



Jorge Díez mit dem Cupra Urban Concept.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Seat



Jorge Díez an einem Cupra Born.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Seat
