Volvo er bevis på at tre designchefer er bedre end en

I fællesskab etablerede de Volvo Cars som et af verdens førende premium bilmærker. Thomas Ingenlath, Robin Page og Maximilian Missoni arbejdede tæt sammen, da de med hver sin tilgang udviklede et slagkraftigt designsprog.

Ved et særligt arrangement i Stockholm for nylig uge bragte Volvo for første gang de tre herrer sammen i selskab med hele programmet af nye biler, de har designet.

Det nye program viser de senere års transformation af Volvo’s finansielle og operationelle aktiviteter. Således har virksomheden siden 2014 sat fem verdensomspændende salgsrekorder i træk og opnået stærk forbedring af indtjeningen.

Efter at have ændret Volvo’ernes udseende og forynget mærket retter de tre designere nu fokus mod de fremtidige designmuligheder, der er resultatet af virksomhedens el-drifts beslutning og ultimativt selvkørende biler.

Den store SUV, XC90, der blev introduceret i 2014, var den første model, der præsenterede Volvo’s nye designsprog. Den slog tonen an for alle efterfølgende nye 90-, 60- og 40-serie biler, bygget på SPA- og CMA-platformene, der åbner for sande premium proportioner.

Alle tre SUV’er har vundet prestigefyldte Car of the Year priser i Nordamerika, Asien og Europa, hvilket må siges at være bevis på, at Volvo er lykkedes med sit nye designsprog.

”At arbejde med Max og Robin er rigtig rart. Vi har det godt og er gode inspirationskilder for hinanden,” siger Thomas Ingenlath, der er designchef. ”Det, jeg er mest stolt over, er at kunne placere dette herlige mærke i de rammer, hvor et førsteklasses, skandinavisk bilmærke skal være. Et design, der resulterer i et eftertragtelsesværdigt produkt”.

”Vi er gode venner og gode kolleger,” siger Robin Page, chef for interiørdesign. ”Før Max og jeg begyndte hos Volvo, grundlagde Thomas strategien, og derefter samlede vi det team, der skulle til for at udleve hans vision. Resultatet ser vi i dag med en fantastisk række af biler”.

”Jeg synes virkelig, vi har løftet Volvo’s design op i premium-segmentet,” siger Maximilian Missoni, chef for eksteriørdesign. ”Thomas’ største styrke er, at han er visionær og har en udtalt fornemmelse for, hvad der bliver det næste store. Robin har ændret Volvo’s interiørdesign og kvaliteten til et absolut benchmark”.

Teamets samarbejdstilgang strækker sig ud over blot designet. F.eks. arbejdede de tæt sammen med Volvo’s sikkerhedseksperter omkring udvikling af kommunikationsmetoder til fremtidige, selvkørende biler. Det blev vist i 360c konceptet, som også illustrerer værdien af et kreativt design, der åbner for nye, potentielle forretningsmuligheder.

”Vi har set omfattende forandringer i de seneste fem år. Fra hvor Volvo var, til hvor vi er nu,” siger Robin Page. ”En masse handler om bilernes design og den kendsgerning, at de er gode repræsentanter for Volvo og Skandinavien. Ser man på næste bilgeneration, bliver det spændende at se, hvordan vi tager nye teknologier til os og skaber essensen af skandinavisk design i de nye produkter”.