

La tecnología y el diseño de iluminación se dan la mano en el nuevo Audi A6 e-tron

- Con innovaciones como la segunda generación de pilotos traseros digitales OLED, el A6 e-tron lleva el diseño de iluminación, la funcionalidad y la seguridad a un nuevo nivel
- Un elemento de personalización destacado es el logo de la zaga con los cuatro aros iluminados, de serie en toda la gama A6 e-tron en el mercado español
- Stefan Staudacher y Christoph Häußinger explican cómo desarrolladores y diseñadores trabajan juntos para encontrar las mejores soluciones

Madrid, 10 de diciembre, 2024 – A primera vista, la tecnología de iluminación y el diseño de iluminación parecen tener mucho en común. Pero en realidad, detrás de todo ello se produce un cuidadoso equilibrio entre estética y funcionalidad. Stefan Staudacher, responsable de desarrollo de iluminación trasera, y Christoph Häußinger, diseñador de iluminación, explican cómo es el trabajo en equipo de diseñadores y desarrolladores para encontrar las mejores soluciones, a pesar de sus diferentes requisitos.

Con la segunda generación de pilotos traseros OLED digitales, el Audi A6 e-tron lleva el diseño de iluminación, la funcionalidad y la seguridad vial a un nuevo nivel. Con estas innovaciones, el A6 e-tron es el líder de su clase en tecnología avanzada de iluminación.

La firma lumínica digital activa, una primicia mundial introducida con el Audi Q6 e-tron, causa una impresión nueva y vibrante, señalando el camino hacia el futuro de la tecnología de iluminación en Audi. La segunda generación de la tecnología OLED digital da forma a la apariencia del nuevo Audi A6 e-tron y multiplica su gama de funciones, mejorando a su vez la seguridad vial, como demuestra la luz de comunicación de los pilotos traseros OLED digitales. Audi también subraya su papel protagonista en la personalización: con hasta ocho firmas lumínicas digitales en las rediseñadas luces diurnas de los faros Matrix LED y en las luces traseras digitales OLED 2.0, los clientes pueden personalizar el aspecto de su A6 e-tron para adaptarlo a sus gustos personales fácilmente a través del MMI o de la app myAudi.

Un elemento especialmente destacado del nuevo Audi A6 e-tron es la iluminación, de serie en España, de los cuatro aros de la zaga. Esta característica enfatiza claramente la identidad corporativa de Audi y confiere al nuevo A6 e-tron una personalidad propia.

Audi se compromete a crear un diseño y una tecnología de iluminación que combinen magistralmente el reconocimiento de la marca y la seguridad. El último ejemplo de ello es el A6 e-tron. ¿Siempre les resulta fácil trabajar juntos?

Stefan Staudacher: En general, nuestra colaboración funciona muy bien (risas). Tenemos muchas áreas de coincidencia pero, al mismo tiempo, muchos requisitos diferentes para lo que hacemos. Nuestro trabajo implica mucha comunicación entre nosotros, y como parte de ello se producen intensos debates.



Christoph Häußinger: Creo que pocas áreas del Grupo están tan estrechamente interrelacionadas como la nuestra. Stefan tiene razón: tenemos muchas conversaciones intensas; pero, por supuesto, solo a nivel constructivo (risas). Este tipo de cooperación es más un estímulo que un obstáculo. Los aros iluminados en el logo del A6 e-tron son un buen ejemplo de ello.

El nuevo A6 e-tron es el primer vehículo Audi que incorpora la iluminación de los cuatro aros en la parte trasera. ¿Cómo surgió este desarrollo?

Christoph Häußinger: Pensamos mucho en la forma correcta de presentar los aros. Al fin y al cabo, estamos hablando de nuestro logotipo, uno de los símbolos más importantes de la marca Audi y un rasgo identificativo clave de nuestros vehículos. También queríamos mostrar esta marca por la noche. Algunos de nuestros concept car llevaban el logo con los aros iluminados, una característica que causó sensación entre el público.

El siguiente paso era trasladar este elemento de los vehículos conceptuales a la producción en serie. ¿Cómo fue esa colaboración? ¿El departamento de Diseño tenía una visión y el de Desarrollo tenía otras premisas?

Stefan Staudacher: (Risas) Espero que no hayamos sido aguafiestas, pero la iluminación de los aros ha sido más complicada de lo que pensábamos.

Christoph Häußinger: Al fin y al cabo, se trata del logotipo de nuestra marca: tiene que lucir excepcional tanto de día como de noche.

Stefan Staudacher: Además, estaba la cuestión del cumplimiento de los requisitos legales, porque el uso del logo iluminado era toda una innovación. En aquel momento no existía ninguna normativa para el mercado europeo. Juntos tuvimos que reaccionar con mucha flexibilidad y rapidez a la evolución de los proyectos legislativos hasta que se adoptó la normativa definitiva.

¿Cuál fue el mayor reto al que se enfrentaron?

Christoph Häußinger: Sin duda, las especificaciones de diseño del logo con los aros iluminados. El logotipo de nuestra marca tiene que tener un aspecto preciso y de alta calidad cuando las luces están apagadas, como en todos nuestros vehículos. Sin embargo, cuando las luces están encendidas, necesitamos el tono perfecto de rojo para garantizar una apariencia general armoniosa con las demás luces traseras. Para ello, tuvimos que crear el tono ideal de rojo que brilla a través de la pintura blanca. A priori no parece algo difícil, pero en realidad costó mucho trabajo conseguir el resultado perfecto.

Stefan Staudacher: Una vez que conseguimos ese resultado, decidimos añadir el paquete de estilo negro; eso ocurrió hacia el final del ciclo de desarrollo. En este paquete, los aros delanteros y traseros son oscuros. Una vez más, fue un reto crear la misma imagen coherente para garantizar no sólo el estilo deportivo, sino también el aspecto de alta calidad de los aros.



El desarrollo de los aros luminosos no fue su primer proyecto conjunto: llevan mucho tiempo trabajando juntos. ¿Qué es lo que más les entusiasma de su trabajo?

Christoph Häußinger: Las luces de Audi son componentes muy técnicos. Me parece inspirador darles vida de forma que lleguen a la gente de una forma emocional. Por un lado, los clientes pueden elegir diferentes firmas luminosas digitales en función de sus preferencias y gustos. Por otro, la personalización de su Audi encaja perfectamente en su vida digital cotidiana. Hoy en día, la gente no sólo controla sus hogares y sus electrodomésticos a distancia, sino también las luces de su Audi, gracias a la amplia digitalización. Esta interacción entre personas y vehículos me parece especialmente emocionante.

Stefan Staudacher: Desde un punto de vista técnico, me fascina la interconexión completa de nuestros vehículos, incluidos, por supuesto, los faros delanteros y traseros. La digitalización facilita la individualización, como acaba de explicar Christoph; pero también favorece la seguridad. La luz de comunicación, que avisa a los demás usuarios de la carretera con antelación de accidentes o averías, sólo es posible gracias a nuestras luces traseras digitales de segunda generación. Estamos orgullosos de poder ofrecer a nuestros clientes estas funciones. Y esto es sólo el principio de una comunicación entre usuarios de la carretera basada en luces completamente nuevas.

Comunicación, seguridad, digitalización, individualización... ¿cómo se consigue compaginar todos esos elementos en dos ámbitos tan diferentes?

Christoph Häußinger: Con trabajo duro, buena comunicación y una comprensión clara de las distintas necesidades de nuestros colegas, todo es posible. Yo soy responsable del diseño, del aspecto de las luces; mientras que Stefan es responsable de lo que ocurre en el interior y de la tecnología que hace que nuestros vehículos sean visibles desde atrás. Pero también nos influye mucho el diseño exterior. Por ejemplo, ¿qué aspecto tiene el lenguaje de diseño? ¿Y el tratamiento superficial de la carrocería? Al final, el vehículo debe tener una apariencia general coherente en la carretera.

Stefan Staudacher: Nuestra estrecha colaboración demuestra que el trabajo en equipo hace realidad los sueños. Nos esforzamos por conseguir los mejores resultados posibles. Y ahora, nuestros clientes pueden esperar unos aros muy atractivos y, sobre todo, iluminados en la parte trasera del A6 e-tron.

Breve biografía

Stefan Staudacher, jefe del equipo de Desarrollo de Iluminación Trasera, Lateral y Ambiental de Audi AG desde 2021. Impulsado por su entusiasmo por el diseño emocional de automóviles y su fascinación por la tecnología, Staudacher comenzó su carrera profesional en la implementación de diseños y se mantuvo fiel a esta pasión durante más de dos décadas en diversos puestos de especialización y gestión. Para él, el desarrollo de la iluminación combina diseño, innovación y seguridad de una forma única y crea muchos momentos emotivos e inspiradores tanto durante



el proceso de desarrollo como a través de la experiencia del cliente. Esto es lo que impulsa a los desarrolladores de iluminación de Audi a seguir iluminando la oscuridad cada día.

Christoph Häußinger, apasionado diseñador de iluminación en AUDI AG desde 2009. La trayectoria profesional de Häußinger comenzó en Erlangen, donde se licenció en Ingeniería Mecánica por la Universidad Friedrich-Alexander. Después continuó sus estudios en la Universidad Técnica de Dresde, especializándose en diseño técnico. Durante ese tiempo realizó prácticas en el campo del diseño de iluminación en AUDI AG. Häußinger terminó sus estudios en 2008, centrándose en el diseño de iluminación para su tesis. Justo después de graduarse comenzó su carrera como diseñador de iluminación en AUDI AG. Desde entonces, ha sido corresponsable del diseño de las luces del TT, el R8, el A8 y, más recientemente, de los A6 e-tron y Q6 e-tron.

Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: alejandro.martin@audi.es

Información y fotos en las websites de prensa de Audi

<http://prensa.audi.es>

<https://www.audi-mediacycenter.com>

El Grupo Audi es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento Premium y de lujo. Sus marcas Audi, Bentley, Lamborghini y Ducati producen en 21 plantas distribuidas en 12 países. Audi y sus socios están presentes en más de 100 mercados en todo el mundo.

En 2023, el Grupo Audi entregó a sus clientes 1,9 millones de automóviles de la marca Audi, 13.560 vehículos Bentley, 10.112 vehículos Lamborghini y 58.224 motocicletas de la marca Ducati. En el año fiscal 2023, el Grupo Audi alcanzó una facturación de 69.865 millones de euros y un beneficio operativo de 6.280 millones de euros. El Grupo Audi emplea a nivel mundial a más de 87.000 trabajadores, 53.000 de ellos en Alemania. Con sus atractivas marcas y nuevos modelos, el grupo continúa avanzado sistemáticamente en su objetivo para convertirse en un proveedor premium de movilidad sostenible y completamente conectada.
