



Volkswagen

---

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

---

## Nueva York dice: "¡bye bye!"

**Puebla, Pue. 19 de junio de 2019.** En 2019, el Beetle celebra su despedida con una edición final. Para la ocasión, Volkswagen organizó un evento de despedida en Nueva York, en donde explicó a sus invitados la manera en que el auto se convirtió en un icono de diseño.

Un best seller que vendió millones de unidades, un objeto de culto, un icono de diseño. La idea del Beetle comenzó hace más de 80 años en una hoja de papel blanca e inicialmente sus desarrolladores sólo tenían tres requisitos: espacio para cuatro personas, recorrido a un máximo de 100 kilómetros por hora y un costo máximo de 1,000 marcos imperiales. Hoy, el Beetle se considera un símbolo del milagro económico alemán y el resurgimiento de la movilidad en los años de la posguerra. Con más de 21 millones de unidades vendidas, el Beetle fue el auto con mejores ventas en el mundo en el siglo XX.

En Estados Unidos, el Volkswagen Beetle también se considera un icono, un símbolo de calidad y lo fundamental del vehículo Volkswagen por excelencia desde que se exportó el primer vehículo a Estados Unidos a principios de la década de los 50. En consecuencia, Estados Unidos fue también el lugar donde el Beetle celebró su retro reencarnación en 1998, apodado como el Nuevo Beetle, con referencias de diseño basadas en el original, la designación de nombre se sustituyó posteriormente por el modelo sucesor bajo el nombre nuevo/antiguo: Beetle, en 2011.

Este año, Volkswagen termina la producción del último Volkswagen Beetle. En el final de una era, en 2019 la Marca de nuevo desarrolló una edición especial limitada final del Beetle como un cupé y un convertible para el mercado estadounidense. Con motivo del final de la producción, en julio, y la larga tradición del Beetle en Estados Unidos, Volkswagen le dio la despedida al icono de diseño en un importante evento: "Bye Bye, Beetle", en Nueva York el 10 de junio de 2019. El lugar del evento: el legendario Museo de Arte Moderno, que tiene una estrecha alianza con Volkswagen desde 2011.

### Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

[mauricio.galvez@vw.com.mx](mailto:mauricio.galvez@vw.com.mx)

[sara.serrano@vw.com.mx](mailto:sara.serrano@vw.com.mx)

[www.facebook.com/VolkswagenMexico](https://www.facebook.com/VolkswagenMexico)

[www.twitter.com/Volkswagen\\_MX](https://www.twitter.com/Volkswagen_MX)

[www.youtube.com/VolkswagenMx](https://www.youtube.com/VolkswagenMx)

[www.plus.google.com/+VolkswagenMexico](https://www.plus.google.com/+VolkswagenMexico)



Volkswagen

---

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

---

INFOKASTEN

## Evento Bye Bye, Beetle

Un punto culminante del evento “Bye Bye, Beetle” fue una plática sobre diseño con expertos tales como Klaus Bischoff (Jefe de Diseño de Volkswagen), la Prof. Rebeccah Pailles-Friedman (Pratt Institute), Paul Galloway (Curador de Diseño en el MoMA) sobre la importancia del Beetle como un icono de diseño, las transformaciones en el diseño automotriz y el diseño en el futuro. Paul Galloway también está encargado de los automóviles que forman parte de la colección del MoMA e informó que son los favoritos del público y se encuentran entre los objetos más fotografiados. La Prof. Rebeccah Pailles-Friedman, que imparte diseño industrial en el Pratt Institute y diseña ropa funcional tecnológica con su empresa Interwoven Design Group, a menudo encuentra inspiración para su trabajo en el diseño automotriz. El evento se realizó el lunes 10 de junio, en cooperación con el Museo de Arte Moderno de Nueva York. Fue una expresión de la perdurable alianza entre Volkswagen Group of America y el museo. Entre los invitados, estuvieron representantes de la política, los negocios y la cultura, además de periodistas y corresponsales estadounidenses.

## Evento en Nueva York

En conjunto con Volkswagen Group of America, Volkswagen tiene un profundo vínculo con esta renombrada institución cultural. El MoMA fue uno de los primeros museos en el mundo que incluyó autos como objetos de diseño dentro de su colección. Con el respaldo de Volkswagen Group of America, el MoMA también adquirió un Volkswagen Beetle (Sedán tipo 1, 1959) para integrarlo en su colección en 2002. El Jefe de Diseño de Volkswagen, Klaus Bischoff, también asistió al evento en Nueva York. Ahí participó en un Panel con otros expertos en diseño, como la Prof. Rebeccah Pailles-Friedman y el Curador de Diseño del MoMA, Paul Galloway, acerca de la forma en que Volkswagen – comenzando con la producción del primer Beetle – creó hitos en diseño, la influencia que ha tenido hasta nuestros días, además de la manera en que Volkswagen continúa este caso de éxito en la era de la electromovilidad.

La primera idea del Beetle, que se registró en una hoja de papel blanco en 1938, tenía un enfoque de diseño concreto. El desarrollo del Beetle no era sólo estético o funcional. El Beetle se diseñó para ser más ligero y de producción más rápida. Se requería una carrocería con

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

[mauricio.galvez@vw.com.mx](mailto:mauricio.galvez@vw.com.mx)

[sara.serrano@vw.com.mx](mailto:sara.serrano@vw.com.mx)

[www.facebook.com/VolkswagenMexico](http://www.facebook.com/VolkswagenMexico)

[www.twitter.com/Volkswagen\\_MX](http://www.twitter.com/Volkswagen_MX)

[www.youtube.com/VolkswagenMx](http://www.youtube.com/VolkswagenMx)

[www.plus.google.com/+VolkswagenMexico](http://www.plus.google.com/+VolkswagenMexico)



Volkswagen

---

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

---

menos partes, pero más grandes. El resultado fue un auto que tuviera todas las funciones y sirviera para todos. En el periodo de la posguerra, el Volkswagen Beetle, un símbolo del milagro económico y la movilidad, abrió nuevos horizontes e hizo que muchas personas soñaran con destinos de vacaciones distantes.

Con las exportaciones a Estados Unidos y muchos otros países al comenzar los años 50, la producción del Volkswagen Beetle en la planta de Volkswagen en Wolfsburg y numerosas plantas de producción y ensamblado adicionales alrededor del mundo, fue cada vez más exitosa. Su sencillez en el diseño lo convirtió en un icono, pero el éxito continuo del Volkswagen también se convirtió en una carga: no había a la vista un sucesor que pudiera competir con el anticuado Beetle. Se necesitaba una idea nueva para los 70.

### **El Golf estableció nuevos estándares**

Mientras que el Volkswagen Beetle contribuyó a que la movilidad fuera accesible para todos, con el desarrollo del Golf en los 70, el diseño reflejó un contexto contemporáneo. Con el motor al frente y transmisión a las ruedas delanteras, se garantizó una experiencia de conducción significativamente más segura y gran espacio para lograr la variabilidad. El Golf aportó comodidad a la clase compacta y ofreció a Europa un nuevo estilo de vida. El Golf fue simbólico para una nueva generación, una que nunca experimentó la guerra, pero era cada vez más consciente de que la paz y el respeto ambiental no se deben dar por hecho. A partir de entonces, cada una de las siete generaciones anteriores del Volkswagen Golf estableció nuevos estándares para la clase compacta y se transformó en un icono. A la fecha, el Volkswagen Golf ha vendido más de 30 millones de unidades y en 2002 reemplazó temporalmente al Volkswagen Beetle como el auto con mayores ventas.

### **La movilidad eléctrica es el futuro**

Actualmente, la industria automotriz está en el umbral de una nueva era de movilidad. El futuro de la industria automotriz es la electromovilidad. Eléctrica, eficiente y sin emisiones. El Beetle se desarrolló para permitir la movilidad masiva y el diseño del Golf desarrolló estándares más altos, en esta nueva era el centro está en la experiencia del producto. El enfoque ha cambiado del auto hacia el cliente. La Familia ID. se diseñó para proporcionar una experiencia de cliente icónica.

#### **Contacto con medios:**

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

[mauricio.galvez@vw.com.mx](mailto:mauricio.galvez@vw.com.mx)

[sara.serrano@vw.com.mx](mailto:sara.serrano@vw.com.mx)

[www.facebook.com/VolkswagenMexico](http://www.facebook.com/VolkswagenMexico)

[www.twitter.com/Volkswagen\\_MX](http://www.twitter.com/Volkswagen_MX)

[www.youtube.com/VolkswagenMx](http://www.youtube.com/VolkswagenMx)

[www.plus.google.com/+VolkswagenMexico](http://www.plus.google.com/+VolkswagenMexico)



Volkswagen

---

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

---

O, en palabras de Klaus Bischoff, en el evento “Bye Bye, Beetle” en Nueva York: “Una gran parte de esta experiencia de producto tiene sus raíces en la fascinación original por el automóvil, que incluye la sensación del movimiento en sí mismo. Los automóviles son los productos más emotivos que existen. Son como parte de la familia. El diseño de un auto es una expresión de esta fascinación”. La Prof. Rebecca Pailles-Friedman, que da clases en el Pratt Institute for Industrial Design, además de diseñar ropa funcional de alta tecnología, añadió: “Un auto es como una prenda de ropa que me pongo. Sin embargo, es también una expresión de mi personalidad”. El Curador de Diseño Paul Galloway confirmó la fascinación que emana del automóvil. El antiguo Volkswagen Beetle en la Colección del MoMA es uno de los objetos más fotografiados en el museo.

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

[mauricio.galvez@vw.com.mx](mailto:mauricio.galvez@vw.com.mx)

[sara.serrano@vw.com.mx](mailto:sara.serrano@vw.com.mx)

[www.facebook.com/VolkswagenMexico](http://www.facebook.com/VolkswagenMexico)

[www.twitter.com/Volkswagen\\_MX](https://twitter.com/Volkswagen_MX)

[www.youtube.com/VolkswagenMx](http://www.youtube.com/VolkswagenMx)

[www.plus.google.com/+VolkswagenMexico](http://www.plus.google.com/+VolkswagenMexico)