

9. November 2026

MHP gewinnt Red Dot Design Award für Online-Konfigurator bei Aston Martin

Neue digitale Fahrzeug-Experience überzeugt internationale Jury

- MHP erhält den Red Dot Design Award in der Kategorie „Web-Konfigurationen" für die neue digitale „Luxury Journey" bei Aston Martin
- Der Konfigurator wurde von Grund auf überarbeitet – von der Nutzerführung und Navigation bis zur Fahrzeugdarstellung in Echtzeit-3D
- Das Ergebnis überzeugt nicht nur bei der digitalen Nutzererfahrung: Die Conversion Rate stieg um 184 Prozent, die Zahl der Leads pro Tag um 241 Prozent

Ludwigsburg/Berlin – MHP ist gemeinsam mit Aston Martin für den Relaunch des Online-Konfigurators mit dem Red Dot Award: Brands & Communication Design 2026 in der Kategorie „Web-Konfigurationen" am vergangenen Freitag ausgezeichnet worden. In einem hochkarätigen Teilnehmerfeld mit zahlreichen Einreichungen aus aller Welt würdigt die internationale Red Dot Jury die Gestaltungsqualität und kreative Leistung des gemeinsamen Projekts „Redefining Digital Luxury Journey at Aston Martin".

Im Mittelpunkt steht eine neu gedachte digitale Fahrzeugkonfiguration, die das Markenerlebnis von Aston Martin mit einer klaren und intuitiven Nutzerführung verbindet. Dabei werden die Markenwerte des britischen Luxusautomobilherstellers in eine digitale End-to-End-Erfahrung übersetzt und anspruchsvolles Design, intuitive Navigation sowie immersive 3D-Personalisierung mit klar messbarem Geschäftsnutzen verbunden.

Federico Magno, Group CEO der Management- und IT-Beratung MHP: „Die Auszeichnung zeigt, welche Wirkung entsteht, wenn exzellentes Design, innovative Technologie und unternehmerische Ziele zusammenkommen. Gemeinsam mit Aston Martin haben wir den Premium-Anspruch der Marke in eine digitale ‚Luxury Journey' übersetzt, die durch Klarheit, Präzision und ein besonderes Kundenerlebnis überzeugt. Wir verstehen, was unsere Kunden bewegt, denken einen Schritt voraus und entwickeln Lösungen, die Erwartungen übertreffen und begeistern."

Vom ersten Klick bis zum individuellen Aston Martin

Seit 2021 ist der „Aston Martin Configurator" ein zentraler digitaler Kontaktpunkt für die Fahrzeugpersonalisierung. Kundinnen und Kunden sowie Handelspartner weltweit können darin ihr Fahrzeug zusammenstellen, Farben, Materialien und Ausstattungen auswählen und das Ergebnis in photorealistischer Echtzeit-3D erleben. Für den Relaunch wurde die bestehende Nutzererfahrung grundlegend überarbeitet. Das Ziel: weniger Komplexität, mehr

MHP
A PORSCHE COMPANY

Presse-Kontakt

MHP Management- und IT-Beratung GmbH

Benjamin Brodbeck
Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Governmental Affairs
+49 (0) 152 33 14 58 09
Benjamin.Brodbeck@mhp.com

Rebecca Vlassakidis
Sprecherin Digital Factory, Logistics & Customer Experience
+49 (0) 152 55 86 10 49
Rebecca.Vlassakidis@mhp.com

MHP Media / Newsroom
www.mhp.com/newsroom

Orientierung und eine digitale Fahrzeugpräsentation, die dem Anspruch der Marke entspricht. Gleichzeitig sollte der Konfigurator stärker zum digitalen Vertrieb beitragen.

Digitale Luxury Journey wurde neu gedacht

Im Mittelpunkt des Redesigns stand die Frage, wie sich die oft komplexe Fahrzeugkonfiguration einfacher und intuitiver gestalten lässt. Die neue Journey führt deshalb klar strukturiert durch die einzelnen Schritte – von der Modellwahl über Exterieur und Interieur bis hin zu Ausstattungs-Optionen und -Details, die Zusammenfassung und Übergabe an den Kunden. Das Fahrzeug bleibt dabei im Mittelpunkt. Eine reduzierte Benutzeroberfläche schafft mehr Raum für die Inszenierung des Autos. Nutzerinnen und Nutzer können Materialien, Farben und Details in einer hochwertigen 3D-Umgebung erleben und ihre Auswahl direkt am Fahrzeug nachvollziehen. Auch auf mobilen Endgeräten wurde die Nutzung gezielt verbessert.

„Wir haben nicht einfach unseren bestehenden Konfigurator schöner gemacht. Entscheidend war, die gesamte Nutzererfahrung neu zu denken und dabei Marke und Produkt in den Fokus zu stellen, sowie Nutzerbedürfnisse und Business-Ziele zusammenzuführen. All das für ein einzigartiges und bedachtes Kundenerlebnis", sagt Emma Schröder, Associated Partner bei MHP.

Research statt Bauchgefühl

Dem Redesign ging eine umfangreiche Analyse der bestehenden Nutzererfahrung voraus. Dazu gehörten unter anderem Heatmap-Analysen, Befragungen von Handelspartnern und die Auswertung relevanter Nutzungsdaten. Auf dieser Grundlage entwickelte das Projektteam die neue UX- und UI-Strategie.

Dabei wurden konkrete Fragen beantwortet: Wo verlieren Nutzerinnen und Nutzer die Orientierung? Welche Informationen sind an welcher Stelle relevant? Wie lässt sich die Zahl der visuellen Elemente reduzieren? Und wie können Materialien, Handwerkskunst und die Fahrzeuge selbst digital stärker zur Geltung kommen?

Aus den Erkenntnissen entstanden neue Gestaltungsprinzipien für die gesamte Journey. Dazu gehören eine klarere Navigation, eine stärkere Fokussierung auf das Fahrzeug, weniger visuelle Ablenkung sowie eine optimierte Nutzung auf mobilen Geräten.

„Dies war das methodischste Redesign eines digitalen Produkts, das wir jemals bei Aston Martin umgesetzt haben – mit einem klaren Fokus auf Insights, Customer Experience und Design", erklärt Celina Schüle, verantwortlich für die Umsetzung des Designs.

Business-Impact im Premium-Retail: Höhere Conversion und mehr Leads

Dass die Überarbeitung nicht nur optisch Wirkung zeigt, belegen die Ergebnisse nach dem Relaunch. Sam Allen von Aston Martin: „Die Conversion Rate hat sich mehr als verdoppelt, während sich die Zahl der pro Tag übermittelten Leads verdreifacht hat." Das sind individuelle Optionen, die von den Nutzerinnen und Nutzern als Empfehlung angenommen werden.

Damit erfüllt der Konfigurator zwei Funktionen: Er macht die Marke und das Fahrzeug digital erlebbar und unterstützt gleichzeitig den Vertriebsprozess. Aus einem digitalen Produktkonfigurator wird so ein relevanter Kontaktpunkt zwischen Marke, Interessenten und Handel. „Der Relaunch hat gezeigt, welchen echten Unterschied gutes Design sowohl für das Kundenerlebnis als auch für die wirtschaftliche Performance machen kann. Umso mehr freut es uns, dass die positive Wirkung des Redesigns mit einem Red Dot Award gewürdigt wird", sagt Sam Allen von Aston Martin.

Über die Management- und IT-Beratung MHP

MHP ist eine Management- und IT-Beratung mit Hauptsitz in Ludwigsburg. Seit über 30 Jahren verbindet MHP tiefes Industrieverständnis mit technologischer Expertise und begleitet führende Unternehmen bei komplexen Strategie- und IT-Transformationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Das Branchenspektrum reicht von Automotive und Manufacturing über Aerospace, Defense und Energy bis zum Public Sector. MHP berät strategisch und operativ in zentralen Zukunftsfeldern wie Business Transformation, Künstliche Intelligenz, SAP- und Cloud-Transformation, Digitalisierung von Produktion und Lieferketten, Software-defined Products und Operations, datengetriebene Geschäftsmodelle, Customer Experience sowie die Entwicklung von Plattformen und Ökosystemen. Im Mittelpunkt steht der Anspruch, technologische Exzellenz in industrielle Skalierung zu überführen – schnell, souverän und

resilient. So stärkt MHP die globale Wettbewerbsfähigkeit seiner Kunden. Rund 4.500 Mitarbeitende weltweit arbeiten gemeinsam an diesem Anspruch. Weitere Informationen finden Sie unter www.mhp.com.