

# standothenek

**Lack und Design.**



**Die Kunst des Lackierens.**



## Beauty fürs Blech.

**Die Arbeit eines Fahrzeuglackierers hat viel mit Kreativität zu tun. Von seiner Vorstellungskraft und seinem gestalterischen Können hängt es ab, ob die Vision vom schöneren Fahren Wirklichkeit wird. Er hat es in der Hand, ein ganz normales Serienmodell in einen markanten Typ mit unverwechselbarer Ausstrahlung zu verwandeln – durch einen perfekt inszenierten Auftritt in individueller Optik.**

In dieser Ausgabe der Standothek erfahren Sie alles Wissenswerte rund um das Thema Lack und Design. Am Anfang steht ein kurzer historischer Rückblick in die Lackgeschichte, anschließend stellen wir Ihnen das umfangreiche Spektrum von Standox für die hochwertige Effektlackierung vor. Nach einem Ausflug in die Welt der Farben und ihrer Bedeutung geht es praxisnah weiter: Auf den folgenden Seiten beschäftigen wir uns ausführlich mit der praktischen Kunst des Lackierens, informieren Sie über verschiedene Techniken und zeigen Ihnen zahlreiche Beispiele von gelungenen Designprojekten.

Übrigens: Professionelles Lack-Design entwickelt sich zunehmend zu einem beachtlichen Erfolgsfaktor im Lackierhandwerk. Voraussetzung dafür ist natürlich, dass Sie fachlich stets auf der Höhe des Fortschritts bleiben. Im breitgefächerten Weiterbildungs-Programm von Standox finden Sie eine Fülle von Angeboten, um Ihre Leistungsfähigkeit gezielt auszubauen.

Und nun wünschen wir Ihnen gute Unterhaltung und viele neue Erkenntnisse mit der neuen Standothek „Lack und Design“ von Standox.





## Lack & Design auf allen Seiten:

<b>Mit Lack gestalten</b>	<b>4</b>
<b>Idee und Entwurf</b>	<b>6</b>
<b>Lacke mit Effekt</b>	<b>8</b>
<b>Airbrush und mehr</b>	<b>10</b>
<b>Kreative Lackiertechniken</b>	<b>14</b>
<b>Farbe und Formen</b>	<b>18</b>
<b>Digitaldruck, Folienplot &amp; Co.</b>	<b>22</b>
<b>Software und Zubehör</b>	<b>26</b>
<b>Kompetenzgewinn am Standort</b>	<b>28</b>
<b>Quellennachweis</b>	<b>30</b>



## Mit Lack gestalten.



### Chronik einer glänzenden Karriere.

Die Geschichte des Lacks begann recht unscheinbar mit einer winzigen Laus, die seinerzeit vor allem in Nordindien sehr verbreitet war. Der Farbstoff dieser so genannten Lackschildlaus (*Tachardia lacca*) wurde in Sanskrit als „laksha“ bezeichnet, was so viel wie roter Baum-lack bedeutet. In der römischen Literatur begegnet uns das Wort in abgewandelter Form als „lacca“ wieder.

Die erste große Blütezeit erlebte der Lack jedoch im antiken China. Dort wurden bereits 1300 v. Chr. religiöse Kultbronzen mit Lackeinlagen verziert; über die Jahrhunderte hinweg entwickelte sich in Asien das dekorative Gestalten mit Lack zu einer anspruchsvollen Kunst von hohem Wert. Im 17. Jahrhundert gelangten ostasiatische Lacke auch nach Europa, wo sie einen wahren Nachfrageboom auslösten. Seit dieser Zeit dient der Begriff „Lack“ in unserem Sprachraum als Sammelbegriff für harzhaltige, haftende, glänzende Überzugstoffe.

Zwei Eigenschaften machten den Lack sehr schnell bei Verarbeitern wie bei Nutzern beliebt: Die Fähigkeit, Oberflächen zu schützen und farbig zu verändern. Da Lacke ausgezeichnet Farbpigmente binden können, eröffneten sich bislang unerreichte Einsatzmöglichkeiten. Sie gaben Musikinstrumenten ein brillantes Aussehen, brachten Möbel auf Hochglanz und verwandelten sogar simple Schnupftabakdosen aus Pappmaché in kleine, kostbare Schmuckstücke.

So verwundert es nicht, dass mit Beginn des automobilen Zeitalters die Lacke wieder eine wichtige, innovative Rolle spielten. Auch wenn die ersten Autos nichts anderes waren als Kutschen, die nun von einer Verbrennungsmaschine angetrieben wurden statt wie bisher von einem Pferd: Lacke waren vom Start weg dabei.





## Mit der Kutsche unterwegs zum Fortschritt.

Ob Maybach, Daimler oder Benz, die Autobauer von damals setzten bei der Karosse voll auf Holz. Beispielsweise bestand der Aufbau eines Wagens Baujahr 1893 aus einem Holzskelett, das entweder mit Segeltuch bespannt oder mit Holz beplankt wurde. Eine Lackierung aus Harz, Asphalt und Öl verlieh den neomodischen Fortbewegungsmitteln ein seriöses Aussehen in würdevollem Schwarz. Bei der Geschwindigkeit haperte es allerdings noch ein wenig. Für die Trocknung benötigten die damaligen Kutschenlacke immerhin rund vier Wochen. Doch die Lacke legten an Tempo zu. In den zwanziger Jahren revolutionierten schnelle Nitrozellulose-Lacke die Fließbandproduktion.

Sie wurden mit Druckluft aufgetragen und trockneten in kürzester Zeit. Anfang der fünfziger Jahre löste Kunstharz als Bindemittel die nicht allzu beständige Nitrozellulose ab.

### **Mensch und Umwelt atmen auf.**

Die Entwicklung reaktiv trocknender Zwei-Komponenten-Produkte auf Acrylharzbasis bedeutete einen weiteren Meilenstein in der Lackgeschichte. Doch während in der Serienfertigung und im Reparaturbereich die 2K-Lackierung gang und gäbe war, arbeiteten die Forscher in der Lackindustrie bereits an neuen ehrgeizigen Projekten. Sie hatten sich das Ziel gesetzt, besonders umweltfreundliche Materialien auf den Markt zu bringen.

Die Versuche in den Lacklabors führten zum Erfolg. Festkörperreiche High Solids brachten eine neue Qualität in der Lackierung von Pkws und Nutzfahrzeugen. Der ganz große Wurf gelang jedoch mit der Entwicklung wasserlöslicher Lackiersysteme, bei denen der Anteil organischer, umweltbelastender Lösemittel auf ein Minimum reduziert werden konnte. Heute gehören Wasserlacke zum Standard und kommen sowohl in der Fahrzeugproduktion als auch in der Lackierwerkstatt verstärkt zur Anwendung.



# Das Fahrzeug als persönliches Markenzeichen.

**In einer Welt voller austauschbarer Produkte hat Individualität einen hohen Stellenwert. Der Einzelne will sich von der Masse abgrenzen, möchte seine Persönlichkeit zeigen und seinen Status dokumentieren. Auf der Suche nach Originalität ist der mobile Mensch auf ein ideales Objekt gestoßen, das sich hervorragend zum Unikat eignet: Sein fahrbarer Untersatz, mit dem er täglich unterwegs ist.**

Ganz gleich, ob sportliches Cabrio, Familienkutsche, Firmenwagen oder schnittiges Motorrad – das Fahrzeug wird zum persönlichen Markenzeichen seines Besitzers. Mit Hilfe kreativer Lackiertechniken und phantasievoller Gestaltungsideen lassen sich so gut wie alle individuellen Design-Wünsche realisieren.

## **Ein neues Outfit aus dem Computer.**

Viele Autofahrer haben den Wunsch, eine Fahrzeuglackierung nach eigenen Ideen und Vorstellungen verwirklichen zu lassen. Bisher fehlte aber die Möglichkeit, den Entwurf beurteilen zu können, bevor das Fahrzeug fertig lackiert ist. Nur logisch ist da der neue Trend, die Entwürfe professionell am Rechner zu erstellen. Mit Hilfe der Computertechnik und entsprechendem Know-how wirken die Designvorschläge nun so realistisch, dass sie einerseits als Argumentationshilfe bei der Präsentation beim Kunden helfen und andererseits später in der Lackierwerkstatt auch als Vorlage dienen.

Zuerst geht es aber darum, mit Intuition und Einfühlungsvermögen herauszufinden, was der Kunde wirklich will. Ist soweit alles klar, kommt es in der nächsten Phase entscheidend auf Ihr kreatives Können an. Schlagen Sie dem Kunden eine Lösung vor, die seiner Vorstellung nicht nur optimal entspricht, sondern auch technisch und qualitativ allen Ansprüchen gerecht wird. Sie sind der Profi. Davon sollten Sie Ihren Gesprächspartner durch fundierte Beratung und konzeptionelle Stärke überzeugen.



**Sie wollen vorab den neuen Look Ihres Fahrzeuges besser beurteilen können?  
Ein Tuning per Computer macht es möglich.**





**Profil gewinnen im Wettbewerb.**

Während Privatleute meistens an ungewöhnlichen, emotionalen Designs für ihr Fahrzeug interessiert sind, liegen die Prioritäten im Business woanders. Hier dient das Firmenfahrzeug in erster Linie als Werbeträger und Informant. Der Geschäftsinhaber möchte mit seinem Fuhrpark auf sein Unternehmen aufmerksam machen. Ihm liegt vor allem daran, sich vom Wettbewerb zu unterscheiden. Aus diesem Grund benötigt er einen markanten Auftritt, der im konkurrierenden Umfeld positiv auffällt. Gleichzeitig müssen alle relevanten Informationen auf den ersten Blick erkennbar und verständlich sein. Selbstverständlich spielt auch die Art des Unternehmens eine wichtige Rolle für Ihren Design-Vorschlag. Beispielsweise wird der Truck einer ansässigen Brauerei anders aussehen als der Transporter eines Blumenladens, der Kombi eines Pflegedienstes nicht mit dem Bus eines Reiseveranstalters vergleichbar sein.



Um diese verschiedenen Anforderungen perfekt zu erfüllen, müssen Sie sich in den betreffenden Unternehmer hineinversetzen. Deshalb steht am Beginn aller Aktivitäten die gründliche Recherche im Beratungsgespräch. Verschaffen Sie sich einen Überblick über die Marktsituation, in der sich Ihr gewerblicher Kunde befindet. Denn wenn Sie wissen, wie sich sein Wettbewerb präsentiert, können Sie gezielt eine bessere Lösung entwickeln.

So tragen Sie mit Ihrem Know-how entscheidend zum Geschäftserfolg des Kunden bei. Das wiederum ist gut für Ihr Geschäft. Denn Kompetenz in Lack und Design spricht sich schnell herum.



## Lacke mit Effekt.

**Atlantis Blue: Aufregend und geheimnisvoll.**



Der changierende Premium-Lack macht seinem berühmten Namen alle Ehre: Vom dunklen Schwarzblau über funkelnbes Smaragdgrün bis hin zum heiteren Aquamarin – seine Farben scheinen direkt aus dem Meer zu kommen und erinnern an den Mythos vom versunkenen Inselreich Atlantis.

**Miami Mint: Jung, modern, sommerfrisch.**



Der ganze Charme des beliebten Reiseziels an der Südspitze Floridas ist in diesem Lack eingefangen – ein Cocktail aus Spaß und Frische in den vielfältigen Farbnuancen der Grün-Blau-Palette – vom zart schimmernden Türkis bis hin zum kühlfrischen Blau des Atlantiks.

## Besonders effektiv. Die Exclusive Line von Standox.

**Einen besonderen Stellenwert im Standox Programm hat das Thema Individualität. Denn die Mehrzahl Ihrer Kunden wünscht sich ein Auto mit persönlicher Note. Ein Auto, das sich aus der Masse abhebt. Aus diesem Grund entwickelt und produziert Standox eine Premium-Edition der außergewöhnlichen Art: Exclusive Line – exklusive Effekt-Lacke für kreative Designlackierungen.**

Kreationen der neuen „Exclusive Line“-Generation wie „Miami Mint“ und „Red Rocket“ weisen den Weg in eine neue, innovative Lack-Dimension mit aufregender Ausstrahlung. Bereits mit dem neuartigen Wasserlack „Atlantis Blue“ wurde ein besonderer Maßstab in Optik und Wirkung gesetzt. Selbst bei bedecktem Himmel bleibt bei diesem Farbton die wechselnde Farbigkeit maritimer Töne erhalten.

Die limitierte Farbtonkollektion basiert auf einer innovativen Pigmentgeneration, die je nach Lichteinfall innerhalb eines bestimmten Farbspektrums changiert. So entstehen faszinierende Wechselwirkungen in einer Palette von Farbtönen.

Jedes Fahrzeug, das mit einer original Exclusive Line-Lackierung die Werkstatt verlässt, setzt einzigartige Akzente im Straßenbild. Aufsehen erregend anders und unwiderstehlich schön.





**Red Rocket: Ein Feuerwerk in Rot.**



Ein spektakuläres Farberlebnis in Rot, Gold und Bronze. Je nach Lichteinfall changiert der einzigartige Effektlack vom feurigen Orange über flammendes Zinnober bis hin zum dunklen, glutvollen Rot.

**Sciencefiction pur.**

Lackinnovationen aus der Edition Exclusive Line begeistern durch ein faszinierendes Farbspektrum in dynamischer, viel bestaunter 3D-Optik.





Geflamme Muster machen sich besonders gut auf dem Tank schwerer Maschinen. Das Flammenmuster wird per Schablone aufgebracht.

## Airbrush und mehr.

### Die Kunst der kreativen Illustration.

Das Wort Airbrush kommt aus dem Englischen und heißt übersetzt „Luftpinsel“. Eine Bezeichnung, die den Kern der Sache trifft. Denn die Airbrush-Technik lässt sich durchaus mit der Malerei vergleichen. Mit unglaublicher Präzision bringt ein erfahrener Airbrush-Profi die unterschiedlichsten Motive aufs Fahrzeugblech.

Das Spektrum der kreativen Möglichkeiten kennt so gut wie keine Grenzen. Beste Ergebnisse werden mit Airbrush vor allem bei gegenständlichen Darstellungen erzielt, da die spezielle Spritztechnik hauchdünne Linien ebenso brillant umsetzt wie seidenweiche Verläufe und Übergänge.



## Gut gerüstet für die Arbeit.

Als Grundausstattung sollten Sie sich zunächst einmal spezielle Airbrush-Pistolen mit auswechselbaren Glassteckbechern anschaffen. Damit können Sie bei Bedarf ohne aufwändige Zwischenreinigung schnell die Farben wechseln.

Je nach Art der Arbeit benötigen Sie Düsen von 0,1 bis 0,5 mm Ø. Außerdem einen Druckluft-Mikrometer für den Druckluftschlauch von 1 bis 3 bar, handelsübliche Folienschneidemeser sowie stufenlos verstellbare Parallelschneider und schneidende Zirkel.

Dazu kommt noch praktisches Zubehör wie Glasfaser-Radierer, eine Gummwalze zum Aufbringen von Folien und Klebebändern, ein flexibles Metermaß, diverse Lineale und feine Malpinsel zum Ausbessern und Korrigieren.



## Vignetten, Tribals und Co.

Vignetten, Tribals und Symbole sind ein Blickfang der eleganten Art. Sie fallen auf, ohne zu plakativ zu wirken, werben zurückhaltend um Aufmerksamkeit. Die kultigen Verzierungen sind die ideale Lösung für Anwendungen, bei denen es mehr auf Stil als auf Dominanz im Auftreten ankommt. Die Vorlagen lassen sich einzeln verwenden oder attraktiv kombinieren. Um diese filigranen Motive aber perfekt umsetzen zu können, müssen die einzelnen Schablonen exakt passen und die Farben gut aufeinander abgestimmt sein.





## Abstrakte Formen in reizvollen Varianten.

**Viele Design-Freaks fahren heute auf Graffiti am Fahrzeug ab. Denn die Kunst, die ursprünglich von der Straße stammt, gibt Auto und Bike einen ganz besonderen Kick.**

Was locker und spontan wirkt, ist oft das Ergebnis aufwändiger Planung und hoher Gestaltungssicherheit. Selbstverständlich ist auch kreative Phantasie gefragt. Die richtigen Könner gestalten sogar in Freihandtechnik die unterschiedlichsten Motive – von schrill bis dezent, in allen Farben des Regenbogens oder mit Understatement Ton in Ton.

Wichtig ist in jedem Fall, dass Sie den Entwurf dynamisch und ausdrucksstark anlegen. So bringen Sie Kunst in Bewegung.



## Figürliche Motive.

**Ob Naturabbildung, Fantasiecreatur, lustiger Comic oder das Liebespaar vor untergehender Sonne: Mit Airbrush entstehen reale Bilderwelten, die durch ihre extreme Intensität beeindrucken.**

Bei der Umsetzung können Sie durch Hervorheben, Weglassen, Überzeichnen oder punktuell Betonen ungewöhnliche Akzente setzen. Jedes Szenario, das Sie auf die Karosserie übertragen, besitzt echten Unikat-Charakter. Selbst aufwändige 3D-Optiken sind machbar. Hier zeigt sich die gestalterische Kraft des Airbrush-Designs in Vollendung.



# Kreative Lackiertechniken. Das Spektrum der unbegrenzten Möglichkeiten.

**Nichts ist unmöglich! Mit modernen Lacken und ausgefeilten Methoden können Sie auch sehr ausgefallene Design-Ideen perfekt in die Praxis umsetzen. Die Vielfalt der Lackiertechniken bietet eine Fülle von Alternativen; angefangen von den Classics, die aus dem Malerhandwerk stammen, bis zu avantgardistischen Verfahren, mit denen sich völlig neue Oberflächen-Effekte erzielen lassen.**

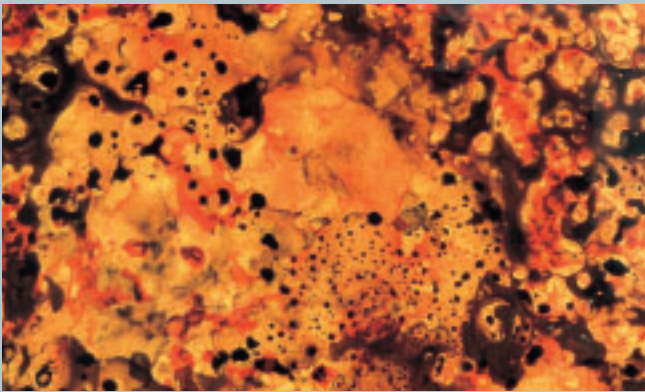
Diese Vielfalt versetzt Sie in die Lage, Ihren Auftraggebern maßgeschneiderte Design-Lösungen anzubieten. Ein Parkett-Hersteller ist sicherlich von einem Holzmaser-Effekt (siehe unten) auf seinem Firmenwagen sehr angetan. Dagegen wird ein Getränke-Verlag bestimmt den erfrischenden Auftritt mit perlender Wassertropfen-Technik (S. 16) vorziehen, während für einen Jeans-Shop das Geschäftsfahrzeug im typisch blauen Textil-Look äußerst kleidsam wäre.

Eine Werkstatt für Heizung und Klimaanlage wiederum wird sich für die Verlaufftechnik begeistern, die den Übergang von kühlem Blau zu heißem Rot klimatechnisch perfekt visualisiert.



So gibt der kreative Lackierer einem schlichten Fahrzeug einen trendigen „Jeans-Look“.





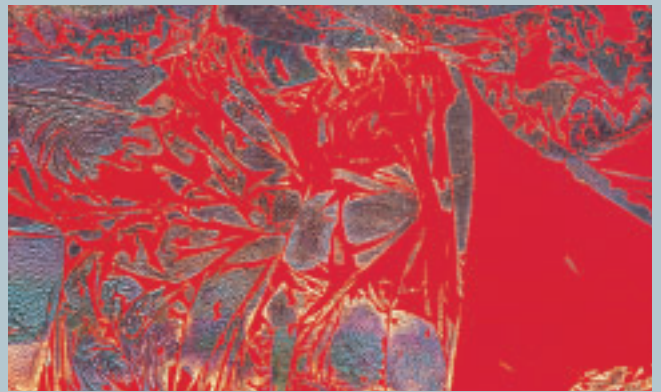
**Wurzelholzeffekt mit der Spiritustechnik**



**Holzeffekt durch das Maserieren der Lackfläche in Kammzug-Technik mit Gummirakeln und mit dem Pinsel**



**Marmorieren: Fast wie Originalmarmor sieht eine in Fließtechnik behandelte Fahrzeugkarosserie aus.**



**Einlegetechnik**



**Effekt durch Verlauftechnik**



**Durchschliff-Technik**



**Wickeltechnik**



**Wassertropfen-Technik: Blättern Sie einfach um! Auf der nächsten Seite erfahren Sie, wie der Lackeffekt erzeugt wird.**

## Kreative Lackier-Ideen mit Wasser.

**Alle Wünsche können Sie mit der entsprechenden Lackiertechnik optisch einwandfrei realisieren. Haben Sie Mut, neue Wege zu gehen statt auf eingefahrenen Gleisen zu bleiben.**

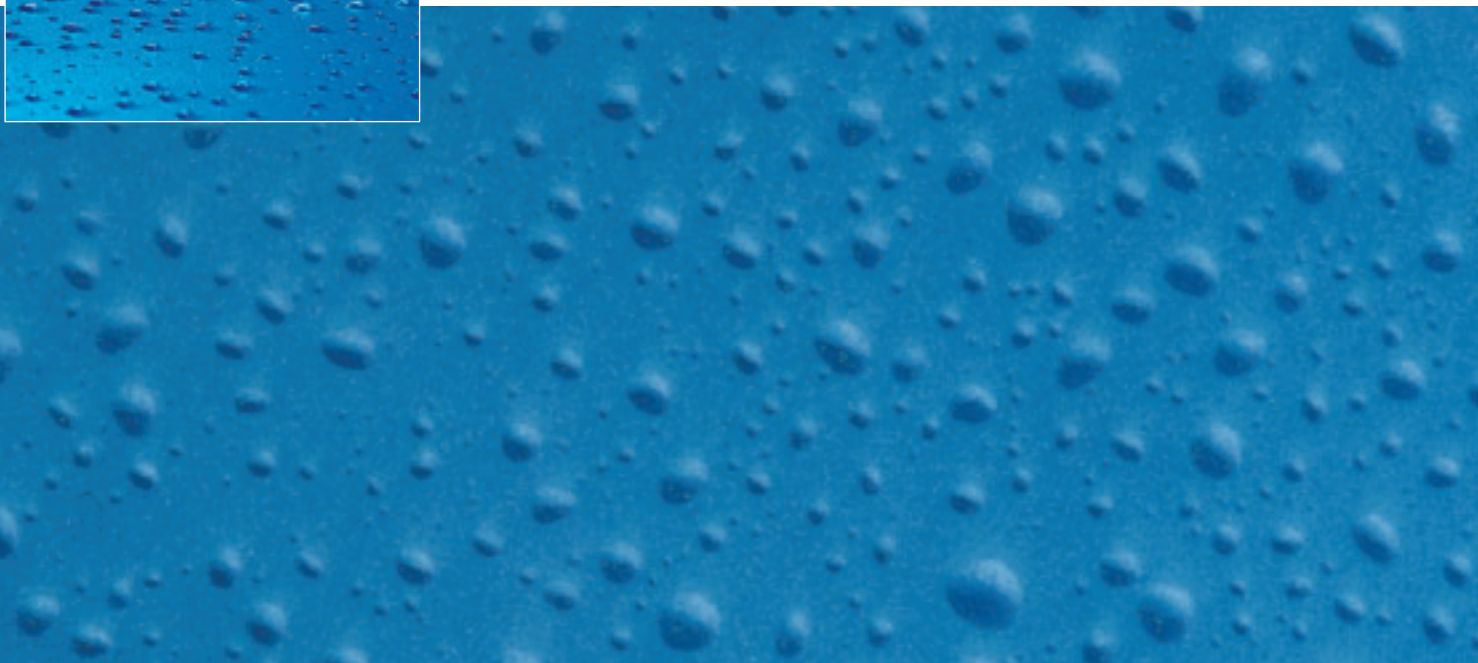
Dabei werden Sie feststellen, dass bisherige Regeln oftmals für den Design-Bereich nicht gelten. Etwa „Wasser und Lack vertragen sich nicht“: Dies hat bei der normalen Fahrzeuglackierung durchaus seine Richtigkeit. Bei der Oberflächengestaltung können Sie diese Unverträglichkeit aber als Stilmittel einsetzen, um einen täuschend echten Wassertropfen-Effekt zu erhalten.

Deshalb haben wir aus der Palette der zahlreichen Lackiertechniken gerade dieses besonders attraktive Praxisbeispiel ausgewählt, um es Ihnen hier etwas ausführlicher vorzustellen.

Die Vorlage aus der Natur

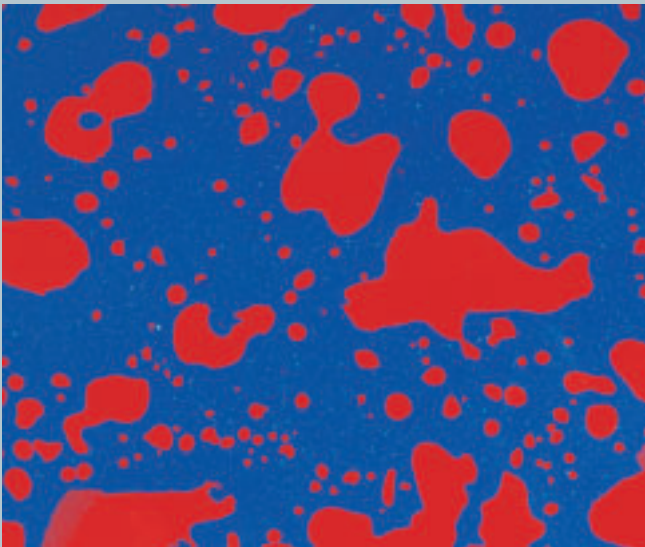


Lackfläche mit Wassertropfen-Effekt

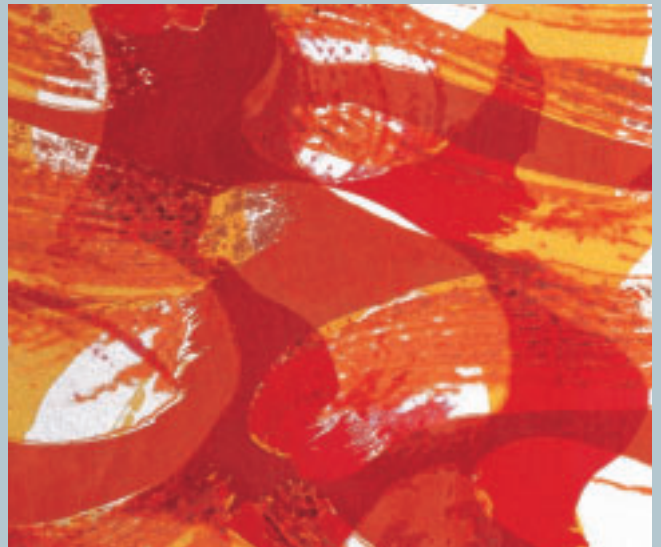


**(1) So lackieren Sie Ihren Wassertropfen-Effekt: Nachdem Sie die betreffende Fläche gefüllt und mit 800er-Papier geschliffen haben, tragen Sie ein mittelhelles Blau oder Türkis als Grundton auf. (2) Anschließend spritzen Sie mit geringem Druck zwischen 0,2 bis 0,5 bar Wassertropfen in der gewünschten Größe auf den Basislack auf. Die Düse sollte einen Durchmesser von 1,4 oder 1,5 mm haben. (3) Danach wird von einer Seite mit dunkelblauem Decklack aus spitzem Winkel angenebelt, von der entgegengesetzten Seite weißer oder silberner Basislack appliziert. Wassertropfen und Lack trocknen lassen. (4) Dann zweimal 2K-Klarlack auftragen. Nach einigen Tagen vorsichtig zwischenschleifen und nochmals klar lackieren.**



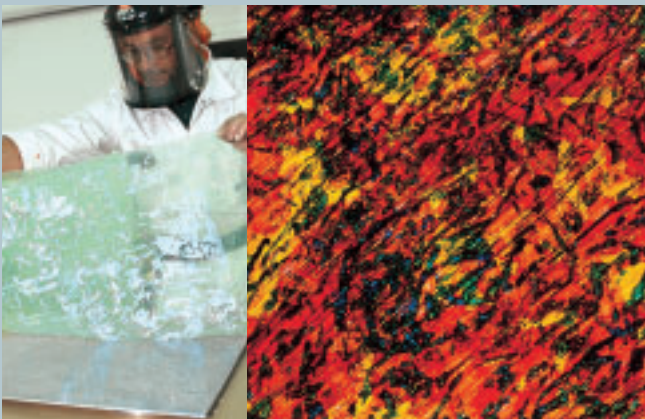


**Wasserflächen-Technik:** Wasserlachen werden überlackiert, nach Trocknung des Lacks abgewischt und mit Klarlack mehrfach beschichtet.

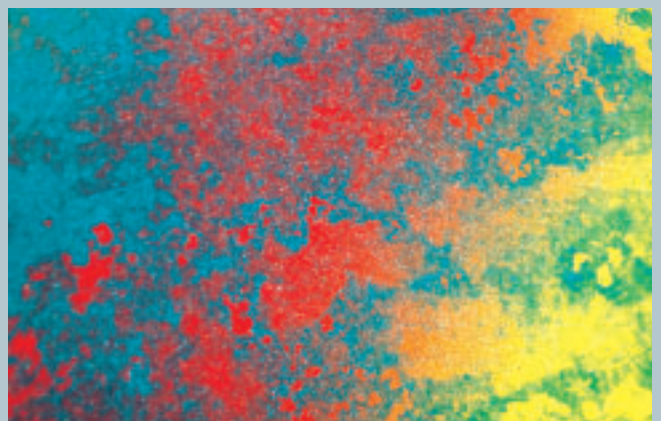
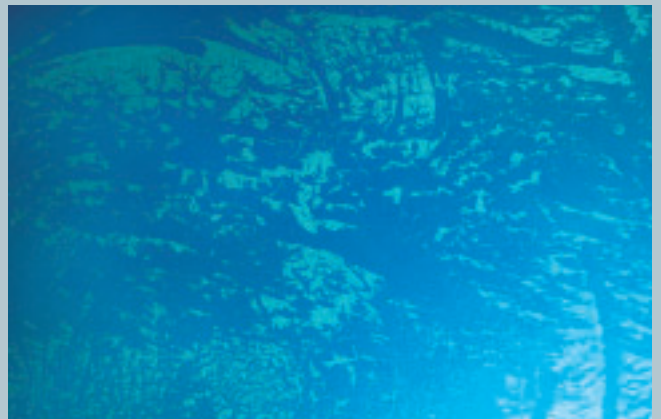


**Kleister-Technik:** Bei diesem Verfahren wird dickflüssiger Tapetenkleister als Trennmittel verwendet.

## Genial einfach: Lackeffekte mit Folie.



Effekte werden durch Lackauftrag bzw. -abtrag mit Hilfe von Folie erzielt.



Neugierig auf mehr? Dann empfehlen wir Ihnen die beiden Fachbücher „Kreative Lackiertechniken“ und „Neue kreative Lackiertechniken“ von Michael Rehm, erschienen in der Deutschen Verlags-Anstalt, München.

# Farbe und Formen.

# HOT

# COLD

## Von Stimmungsmachern und Signalgebern.

**Unsere Welt ist bunt. Sehr bunt sogar. Und die natürliche Farbigkeit lässt sich weiter steigern. Werden die angenommenen 160 Farbtöne des Spektrums mit Weiß und Schwarz gemischt, entstehen rund 100.000 für uns noch wahrnehmbare Zwischentöne. Eine unvorstellbare Zahl.**

Ein Leben ohne Farben wäre trist und langweilig. Jede Jahreszeit hat ihre eigenen Farben, was beispielsweise Mode und Kosmetik für die individuelle Typberatung nutzen. So werden dem Frühling pastellige Farben wie Apricot, Kamelhaar, Graublau, Lachsrosa, Beige und Zartblau zugeordnet. Für den Sommer sind Dunkelblau, Tiefbraun, bläuliche Rottöne, Silbergrau und Lila kennzeichnend. Im Herbst begegnen wir warmen, kräftigen Farbtönen wie Rostbraun, Khaki, Petrol und Tomatenrot, Jadegrün und der Palette von Kupfer- und Bronzetönen. Der Winter kommt dagegen kühl, aber dennoch intensiv gefärbt daher. Seine Farben sind Schwarz, Nachtblau, Kirsch- und Rubinrot.

Wir empfinden Farben unterschiedlich. Doch in Grundzügen kann man die Ausstrahlung bestimmter Farben ziemlich eingrenzen. Ein Blick auf das Stimmungsbarmeter gibt Aufschluss darüber, welche Farbe für welche Wirkung steht.

- Gelb** = extrovertiert, dominant, zeigt Veränderungen an
- Grün** = lebensfroh, naturverbunden
- Türkis** = Spannung, Beharrlichkeit
- Cyan** = Konzentration, Pflichtbewusstsein
- Orange** = fanatisch, überschäumend
- Rot** = Tatendrang, Erregung
- Magenta** = Individualität
- Blau** = kühl, beruhigend
- Violett** = würdevoll, mystisch
- Braun** = erdhaft, gesund
- Schwarz** = ernst, elegant
- Weiß** = heiter, rein
- Grau** = ausgleichend, neutral
- Gold** = majestätisch, glanzvoll
- Silber** = licht, strahlend

COLD

HOT

Diese Zuordnung von Farbe und Text widerspricht unseren Sehgewohnheiten und Erfahrungen.



## Farbtrends und Zeitgeist.

**Jede Zeit hat ihre Farben. Dies gilt besonders für den Automobilbau. In den Goldenen Fünfzigern fuhr man auf Pastellfarben ab. Zehn Jahre später war kontrastreiche Zweifarbigkeit angesagt. In den Siebzigern hieß die Parole: Hauptsache starke Farben, während die Achtziger bevorzugt Schwarz und Weiß sahen. Danach ging es in den neunziger Jahren bunt weiter, bis ein neuer Trend zu Metallic-Tönen eine edle Variante in die Palette brachte.**

Auf der Beliebtheits-Skala ganz oben rangieren weltweit die so genannten neutralen Farbtöne wie Grau, Weiß, Schwarz, Beige und vor allem silbrige Varianten. Bei den Pkw-Neuzulassungen hält Silber seit Jahren den Spitzenplatz. Jeder dritte Neuwagen in Europa ist inzwischen in dieser Farbe lackiert. Nur in Japan droht dem Favoriten ernsthafte Konkurrenz: Hier holt Weiß mächtig auf.

Die goldenen Zeiten für Silber werden wohl nicht so schnell vorbei gehen. Zumal da phantasievolle Oberflächeneffekte mit andersfarbigen Glitzerpigmenten für trendige Abwechslung sorgen. Mit raffinierten Kompositionen in changierender Optik bringt das innovative Lack-Design immer wieder neue Spannung in das farbneutrale Spektrum.

Im Straßenbild mischen aber auch noch andere Töne mit. Beispielsweise Blau, das nach wie vor sehr populär ist.

Außerdem im Kommen: Rot, Orange und Grün in attraktiven Abstufungen von intensiver Signalwirkung bis zu dezenter Eleganz. Besonders im Sport- und Kleinwagenbereich setzen die farbigen Trendsetter bereits unübersehbare Akzente.

Beim Design ist die Farbgebung von entscheidender Bedeutung. Vor allem im Businessbereich prägen Farben das Erscheinungsbild und sind unverzichtbarer Bestandteil des Corporate Designs. Charakteristisches Beispiel dafür ist unter anderem das Rot von Ferrari, das Silber der Silberpfeile oder das blau-weiße Logo von BMW. Können Sie sich dagegen den Coca-Cola-Schriftzug in Grün oder die Nivea-Dose in Gelb vorstellen? Eher nicht.

Aus diesem Grund kommt es darauf an, Ihren gewerblichen Kunden auch farblich ein Design zu bieten, das exakt zum Firmenauftritt passt.





## Warnen, Tarnen, Zeichen setzen. Farben sind Informationsträger.

Farben sind nicht nur einfach ein naturgegebenes Phänomen. Farben lösen in uns ganz unterschiedliche Empfindungen aus. Farben stimmen heiter oder traurig, warnen vor Gefahr, verführen, schrecken ab, machen Appetit, harmonisieren miteinander oder vertragen sich nicht. Farben sind aber auch Geschmacksache.

Und weil das so ist, spielen Farben im Fahrzeug-Design eine immens wichtige Rolle. Denn je nachdem, welche Farbtöne Sie verwenden, erzielen Sie eine ganz bestimmte Wirkung. **Akzeptanz**, wenn die ausgewählte Farbe nach dem allgemeinen Verständnis zum Objekt passt – die Sonne hat gelb zu sein und nicht blau. **Ablehnung**, wenn die Farbe dem Material nicht gerecht wird – Schnee ist weiß, aber niemals rot. **Neugier**, wenn die Farbe im betreffenden Zusammenhang überrascht – eine lila Kuh ist dafür ein treffendes Beispiel. Sie sollten sich daher genau überlegen, wie Sie mit Farben umgehen.

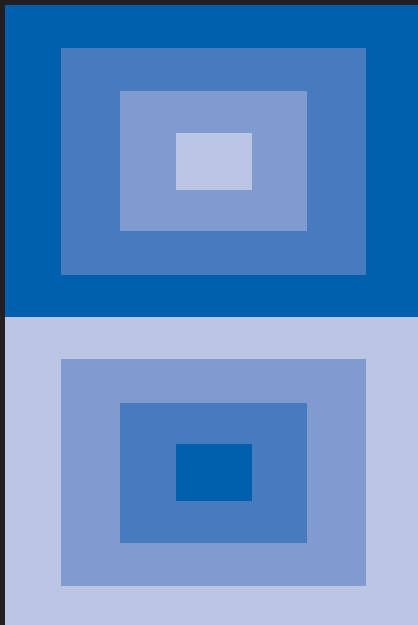
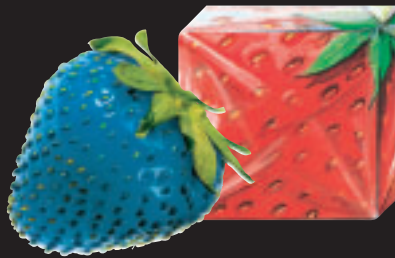




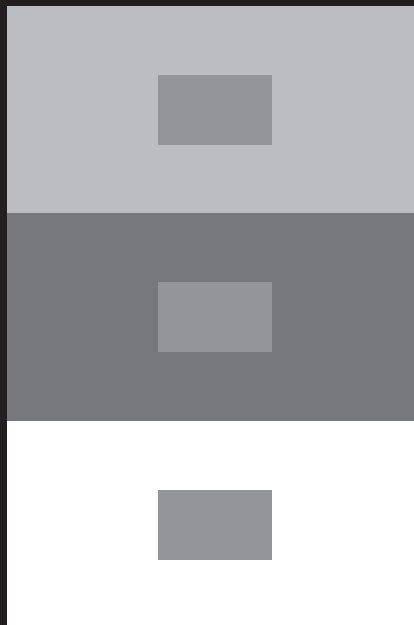
## Von großer Symbolkraft.

Wenn wir von Farben sprechen, darf die Form nicht fehlen. Beide Elemente gehen eine untrennbare Verbindung ein, die Sie gezielt nutzen können. Dabei kommt Ihnen zugute, das zahlreiche Kombinationen aus Farbe und Form beim Betrachter feste Vorstellungen freisetzen. Denken Sie beispielsweise an Verkehrszeichen, denen eine bestimmte Farbe zugeordnet ist. Blau-Weiß für Autobahnschilder, Gelb-Schwarz für Warnbaken, ein roter Kreis mit weißem Querbalken für das Durchfahrverbot.

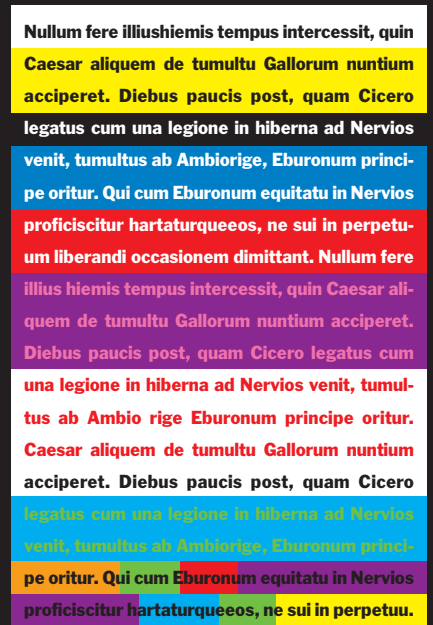
Wenn also Farben und Formen in falschem Zusammenhang oder mit falscher Bedeutung zum Einsatz kommen, führen sie zu Irritationen und letztendlich zur Ablehnung.



Richtig verwendet, können Farben das menschliche Auge aber auch täuschen. Durch geschickte Farbabstufungen lässt sich beispielsweise eine bestimmte räumliche Wirkung erreichen.



Auch das Umfeld ist in der Lage, den optischen Effekt zu beeinflussen. In der Abbildung ist der Grauwert im Zentrum bei allen drei Rechtecken identisch. Nur das verschiedenartige Umfeld macht den Unterschied.



Ein weiteres wichtiges Thema ist der Zusammenhang zwischen Schrift und Farbe. Je nachdem, welche Farben Sie für den Untergrund und den Text verwenden, ist die Lesbarkeit gut oder wenig gut. Testen Sie doch einfach Ihre Wahrnehmung. Unser Beispielfeld verdeutlicht die unterschiedlichen Effekte.

# Digitaldruck, Folienplot & Co.



## Realität in Fotoqualität.



**Direkt vom Computer auf die Folie: Neuartige Verfahren und Techniken bringen Dynamik in die Fahrzeuggestaltung. Der Digitaldruck gehört unbedingt dazu. Vor allem bei der Produktion fotorealistischer Motive zeigt dieses System seine ganze Stärke. Im Zusammenspiel mit den traditionellen Lackiertechniken lassen sich Ergebnisse von außergewöhnlicher Qualität und hohem Aufmerksamkeitswert erzielen – wichtige Kriterien für ein professionelles Design.**

Es ist offensichtlich, dass der Digitaldruck viele Vorteile bietet. Zum einen ist er ungeheuer schnell. Und im Vergleich zu anderen Druckverfahren erübrigen sich aufwändige Arbeitsschritte wie Filmbelichtung oder Druckplattenherstellung. Der Produktionsprozess läuft ohne Zwischenstation in einem Arbeitsgang vom Rechner zum Drucker. Zum anderen haben Sie natürlich die Möglichkeit, bis kurz vor dem Ausdrucken per Computer beliebige Änderungen am Motiv vorzunehmen und auch auf kurzfristige Kundenwünsche noch einzugehen. Den Ausdruck gibt es dann als Meterware. Selbst gigantische Sattelzüge lassen sich so werbewirksam in Szene setzen. Dennoch reicht der Digitaldruck allein meist nicht für die gesamte Fahrzeuggestaltung. In der Regel findet sich auf den Fahrzeugen eine Kombination unterschiedlicher Gestaltungstechniken.

Zum Beispiel die klassische Lackierung und Airbrush für den Hintergrund, der Digitaldruck für das Fotomotiv und der Folienplot für die Beschriftung – alles zusammen gibt Ihnen freie Hand bei der Umsetzung Ihrer Ideen.

## Lichte Momente im Dunkeln.

Digitaldrucke können auf unterschiedlichen Trägermaterialien durchgeführt werden. Etwa auf Folie, Planen, PVC oder Textilbannern. Besonders wirkungsvoll ist der Einsatz von Reflexfolien, die nachts das Designmotiv auf dem Fahrzeug zum Leuchten bringen. Ein zusätzlicher Werbe-Effekt, der bei Ihren Kunden mit Sicherheit gut ankommt.





## Von A bis Z präzise geplottet.

**Computergeschnittene Texte und Logos sind aus der fortschrittlichen Fahrzeuggestaltung nicht mehr wegzudenken. Mit hundertprozentiger Genauigkeit fertigen moderne Schneidplotter aus den vorgegebenen Daten oder Papiervorlagen die gewünschten Schriften und Grafiken. Schnell, flexibel und bemerkenswert vielseitig.**

Ganz gleich, ob Sie mit undurchsichtigem oder transparentem, bedrucktem oder lackiertem Folienmaterial arbeiten; völlig unerheblich, ob es sich um Glasdekor-, Effekt- oder Reflexfolien handelt: Die Einsatzbreite innovativer Folienschnitt-Technik ist enorm. Selbstverständlich lassen sich auch diverse kreative Spielarten ohne weiteres realisieren. Beispielsweise können Sie feinste Schriften oder Strukturen nach dem Schnitt aus der Folie negativ ausheben und im Anschluss an die Montage auf dem Fahrzeug im klassischen Lackierverfahren darstellen.

## Rentable Leistung im Angebot.

Mit leistungsfähiger Folienplot-Technik, Digitaldruck und Airbrush-Know-how verfügen Sie über ein Spitzenangebot, mit dem Sie so gut wie allen Kundenanforderungen gerecht werden können.



**Bild rechts oben: Digitaldrucker**  
**Bild rechts: Folienschneidegerät**



## Abziehen, Tauchen, Kleben.

**Fahrzeug-Design und Folien gehören seit langem untrennbar zusammen. Der Vorteil liegt auf der Hand: Folien machen bei der Verarbeitung wenig Probleme, sind vielseitig in der Anwendung und verzeihen sogar Fehler bei Dekor und Applikation – ist eine Fläche nicht nach Wunsch gelungen, kann ohne Schwierigkeiten nachgebessert und sogar später noch leicht repariert werden.**

Denkbar einfach und schnell ist beispielsweise die Applikation der Klebe-Folien auf der jeweiligen Fahrzeugfläche.

Darüber hinaus sind inzwischen auch neue Anwendungsmöglichkeiten entwickelt worden, die Ihnen den Weg zu zusätzlichen interessanten Design-Lösungen eröffnen.



## So arbeiten Sie mit „Abziehbildern“.



Nach dem feinen Anschleifen wird das vorgeweichte Motiv samt Trägerpapier „schwimmend“ aufgebracht und ausgerichtet. Nach dem Anrakeln und erneutem Durchfeuchten des Trägerpapiers wird dieses abgeschoben – nicht abgehoben. Restwasser und Luftpinschlüsse vorsichtig und ohne Druck von innen nach außen herausrakeln. Mit heißem Wasser passt sich das Motiv auch problematischeren Formen an. Nach der Trocknung Kanten vorsichtig brechen. Abschließend 2 bis 3 Spritzgänge Klarlack mit jeweiligem Zwischenschliff auftragen.





## Frisch gemustert aus dem Wasserbad.

**Fahrzeug-Folien für außen stehen in einer Riesenauswahl zur Verfügung; für den Einsatz im Innenraum sieht es dagegen eher spärlich aus. Vor allem dreidimensionale Teile wie Lenkräder oder auch Felgen lassen sich auf herkömmliche Art nur schwer mit Folien verschönern.**



Abhilfe bringt der Wassertransfer-Druck, bei dem eine Folie im Wasserbad auf das betreffende Kfz-Teil aufgelegt wird. Dabei löst sich die Trägerschicht nach ca. drei Minuten vom hauchdünnen Musterfilm ab, der nunmehr frei auf der Wasseroberfläche schwimmt. Das Teil wird in das Bad getaucht, wobei sich der Musterfilm bis in die kleinsten Ecken verteilt. In einem anschließenden Spezialbad werden überschüssige Farbreste abgespült, als letzter Schritt folgt ein Klarlackauftrag.

Dieses Oberflächenbeschichtungsverfahren macht es Ihnen möglich, komplex geformte Komponenten, die sich bislang mit konventionellen Drucktechniken nur schwer oder gar nicht bearbeiten ließen, mit attraktiven Dekoren zu versehen.



Gut zu wissen: Die Wassertransfer-Technologie eignet sich sowohl für metallische Untergründe als auch für Kunststoffe. Sie können jetzt nicht nur die Autos und Motorräder Ihrer Kunden verschönern, sondern auch Handy-Schalen, Lampen, Schalter und Steckdosen, Sportgeräte und noch vieles, vieles mehr.

Machen Sie Ihren Kunden doch einfach mal ein überraschendes Angebot!



# Software und Zubehör.



## Spezialitäten für besondere Aufgaben.

**Viele der kreativen Techniken, die in dieser Standothek beschrieben werden, haben eher etwas mit der Tätigkeit eines Grafikers als mit der Arbeit eines Lackierers zu tun. Aus diesem Grund brauchen Sie erst einmal das richtige Werkzeug, um als Fahrzeug-Designer gute Leistung zu bringen.**



Die beste Anlaufstelle für die Werkzeugbeschaffung ist der Fachhandel, der sich auf die spezifischen Bedürfnisse von Grafikern und Künstlern spezialisiert hat. Sie finden diese Geschäfte in jeder größeren Stadt. Ein Blick in die lokalen Gelben Seiten oder den Anzeigenteil der Tageszeitung hilft Ihnen bei der Suche.

Das Sortiment an Geräten und Werkzeugen für den Profi bietet eine derart umfangreiche Auswahl, dass Sie sich vor dem Kauf unbedingt ausführlich beraten lassen sollten. Oder wollen Sie auf Verdacht aus 43 unterschiedlichen Airbrush-Pistolen diejenige herausfischen, die optimal für Ihre Arbeit ist? Wissen Sie auf Anhieb, welcher Kleinkompressor für Sie in Frage kommt? Oder welcher Plotter über das beste Preis-Leistungs-Verhältnis verfügt? Es lohnt also, sich umfassend zu informieren.

Übrigens: Ihr Standox Fachhandels-partner steht Ihnen als kompetenter Ansprechpartner jederzeit gern mit Rat und Tat zur Seite. Sprechen Sie ihn bei nächster Gelegenheit gleich einmal auf das Thema Werkzeug an.



## Das Zeug für gute Arbeit.

**Profis schätzen Perfektion. Standox liefert das passende Equipment dafür. Zum Beispiel intelligente Color Tools, mit denen Sie schnell und sicher den richtigen Farbton treffen.**



Farbtonfächer



MotoColor Motorradfarbtöne



Farbtonmessgerät Genius<sup>+</sup>



Standox Color Box mit Autoserien-Farbtönen



Professional Color Tools



Online Informationen



„Standofleet“ Lkw-Programm mit Color Box und Farbählern

Zur Grundausrüstung, die in keiner Werkstatt fehlen sollte, gehört die bewährte Standox Color Box. In einem stabilen Metallkasten finden Sie griffbereit eine Zusammenfassung aller aktuellen Autoserien-Farbtöne mit Varianten der europäischen und asiatischen Automobilindustrie. Die extragroßen Paspeln sind mit Original Standox Produkten lackiert und tragen auf der Rückseite den jeweiligen Farbtoncode. Eine vergleichbare Color Box gibt es auch für Lkw- und globale Flottenfarbtöne. Außerdem stehen Farbtonfächer für Motorräder aus deutscher und internationaler Produktion zur Verfügung.

Sie informieren sich häufig im Internet? Dann machen Sie sich doch einfach online auf die Formelsuche. Ein Klick auf Ihre Standox Landesseite genügt und schon gelangen Sie zu den aktuellen Farbton-News.

Nützliche Hilfe bei der Farbtonermittlung leistet ebenfalls Genius<sup>+</sup>, ein elektronisches, netzunabhängiges Messsystem mit unglaublichen Fähigkeiten. Das dreiwinklige Kompaktgerät wird direkt auf die Fahrzeugkarosserie platziert, wo es zuverlässig den richtigen Farbton identifiziert. Sogar bei starker, witterungsbedingter Lackalterung, lässt sich die Rezeptur in kürzester Zeit fehlerfrei bestimmen. Dafür sorgt Standowin, die Software, die alle Messdaten von Genius<sup>+</sup> am PC in fertige Mischformeln umrechnet. Auf diese Weise erhalten Sie ohne Verzögerung sämtliche erforderlichen Informationen aus über 200.000 gespeicherten Formeln.

Noch Fragen? Dann nutzen Sie den Color-Service Ihres Fachhändlers. Dort bekommen Sie am Experten-Telefon jederzeit sachkundige Unterstützung.

# Kompetenzgewinn am Standort.

## Gezielte Unterstützung für Ihren Geschäftserfolg.



Management und  
Organisation



Marketing und  
Verkauf



Distribution



Sicherheit,  
Gesundheit und  
Umwelt



Produkt-Service  
und Prozesse



Informations- und  
Kommunikations-  
technologie

**Wer im Wettbewerb bestehen will, ist als Unternehmer im Handwerk voll gefordert. Standex möchte Sie bei dieser schwierigen Aufgabe unterstützen. Zu diesem Zweck haben wir das Service-Programm „Standex Consulting“ entwickelt, das Ihnen gezielte Hilfestellung in unterschiedlichen Bereichen bietet. Was Sie auch benötigen, damit Ihre Geschäfte in Zukunft noch besser laufen: Standex Consulting hilft Ihnen, künftig noch effizienter und profitabler zu arbeiten.**

Alle Bereiche, die Ihre unternehmerische Tätigkeit berühren, werden mit Standex Consulting abgedeckt. Angefangen von der praxisnahen Produktschulung über technischen Service und Umweltberatung bis zu allgemeinen betriebswirtschaftlichen Fragen. Das komplette Service-Paket umfasst insgesamt sechs verschiedene Leistungsmodule, die Sie ganz individuell nach Ihren Bedürfnissen einsetzen können. Damit sind Sie in der Lage, genau das Know-how zu nutzen, das Sie für den eigenen Erfolg am Standort benötigen.

Übrigens: Die Inhalte der einzelnen Standex-Consulting-Module richten sich nach den speziellen Anforderungen, die an das Lackierhandwerk gestellt werden. Sie können daher sicher sein, dass alle Vorschriften und Gesetze berücksichtigt sind.

Mehr zum Thema Standex Consulting erfahren Sie von Ihrem Fachberater vor Ort. Als kompetenter Ansprechpartner wird er Sie auch bei der Auswahl der Leistungsmodule objektiv beraten und Ihnen bei der praktischen Umsetzung weiterhelfen.



## Weiterbildung auf dem neuesten Stand.

**Auf Dauer können Sie nur im Markt gewinnen, wenn Sie mit den neuen Technologien und steigenden Managementanforderungen Schritt halten. Voraussetzung dafür ist, dass Sie sich kontinuierlich weiterbilden, um auf dem aktuellen Stand zu bleiben.**

Stadox macht Sie fit für die Zukunft. Unser Programm bietet Ihnen eine Vielzahl von Schulungen und Fortbildungsmaßnahmen zu den unterschiedlichsten Themen. Einen großen Stellenwert hat dabei die Vermittlung von fachlichem Wissen. Im Stadox Center in Wuppertal bekommen Sie Gelegenheit, direkt am Objekt Ihre Fähigkeiten und Kenntnisse zu vertiefen. Unter anderem beschäftigen wir uns detailliert mit der zeitgerechten Reparaturlackierung, führen spezielle Nutzfahrzeug-Kurse durch und verbessern in Coloristik-Workshops Ihre Fertigkeiten beim Nuancieren.

Darüber hinaus möchten wir Ihnen helfen, Ihren Geschäftserfolg auch betriebswirtschaftlich weiter auszubauen. Aus diesem Grund organisieren wir Vortragsveranstaltungen, auf denen es beispielsweise um Diversifikation, Akquisition und Kalkulation geht. Dies und mehr finden Sie in unserem umfangreichen Angebot. Nutzen Sie diese Chance, auf einfache Weise mehr Kompetenz und Leistungsfähigkeit zu gewinnen.



# SEMINAR

## Quellenangaben

### Bildnachweise:

Titelseite:  
Crazy Colors, Roland Horst, Remchingen

Seiten 4 und 5:  
Kunstdruck-Portfolio  
„Kostbarkeiten ostasiatischer Lackkunst“,  
und  
„Glänzende Partnerschaft“,  
100 Jahre Automobil & Lack,  
erschienen bei  
Neuer Merkur GmbH  
sowie  
Standex Archiv

Seite 6:  
Mitte:  
VW-Trendstyle, Stefan Eder, München  
unten:  
Creativ Studio, Christian Kobler, Passau

Seite 7:  
oben:  
Becker-Design GmbH, Nieder-Olm  
Mitte:  
Frankenheim Alt, Düsseldorf

Seiten 8 und 9:  
oben:  
alle Fotos Standex Archiv  
unten:  
Hollisters Motorcycles, www.hollisters.de  
Foto: Peter Hillert, Sinzheim

Seite 10:  
oben (gr.):  
Creativ Studio, Christian Kobler, Passau  
oben (kl.):  
Standex Archiv  
unten:  
Pfeil-Design, A – Ried im Innkreis

Seite 11:  
oben links und Mitte:  
Becker-Design GmbH, Nieder-Olm  
unten:  
Dragonmoon Airbrush Arts & Crafts,  
Lienen (Kattenvenne)  
ganz unten:  
Pfeil-Design, A – Ried im Innkreis  
alle anderen Fotos:  
Standex Archiv

Seite 12:  
oben (alle Fotos):  
Pfeil-Design, A – Ried im Innkreis  
unten:  
Litgers Airbrushservice  
Peter Litger, Lohmar-Neuhonrath

Seite 13:  
alle Fotos:  
Dragonmoon Airbrush Arts & Crafts,  
Lienen (Kattenvenne)

Seiten 14 bis 17:  
alle Fotos:  
Michael Rehm, DVA München  
Illustrationen:  
Standex Archiv

Seiten 18 und 19:  
alle Fotos Standex Archiv

Seiten 20 und 21:  
ganz oben:  
creativ collection Verlag GmbH, Freiburg  
oben links:  
Flughafen Köln/Bonn  
Seite 20, unten rechts:  
Ingram Publishing  
alle anderen Abb.:  
Standex Archiv

Seiten 22 und 23:  
alle Fotos:  
Becker-Design GmbH, Nieder-Olm

Seite 24:  
oben:  
Firma Böttinger, Neu-Ulm  
beide Fotos unten:  
Redaktion „Airbrush Total“  
übrige Abb.:  
Perfect-Line, Buchen  
bzw. Standex Archiv

Seite 25:  
alle Fotos:  
Wolfgang Groffot, Overath

Seite 26:  
alle Bilder (außer ganz unten rechts):  
Pfeil-Design, A – Ried im Innkreis

Seite 26 (unten rechts) und die  
Seiten 27 bis 29:  
alle Abb.: Standex Archiv

### Literatur:

„Kreative Lackiertechniken“ und  
„Neue kreative Lackiertechniken“  
Autor Michael Rehm,  
erschienen bei  
Deutsche Verlags-Anstalt, München

„Handbuch der Farbe“  
Autor Hans Gekeler,  
erschienen bei  
DuMont Buchverlag, Köln





Standex GmbH · Postfach · D-42271 Wuppertal · Deutschland