

## Design-Trends bei Auto-Oberflächen

# Authentisch ist „in“

Beim Autolack sind „Nichtfarben“ wie Schwarz und Silber nach wie vor im Trend.

Im Interieur sehen die Designer eine starke Nachfrage nach authentischen Materialien und Oberflächen wie Leder und Echtholz. Das sind Erkenntnisse aus einer Umfrage der JOT bei Automobilherstellern und führenden Zulieferern.

**W**ie entstehen Farbtrends? Warum waren in den 70er Jahren Autos in Orange und Ocker der letzte Schrei? Und woher schöpfen die Designer von heute ihre Ideen und Vorstellungen, wenn sie den Autoherstellern neue Farben vorschlagen? Die Antworten auf diese Fragen sind mindestens ebenso komplex wie die nach den Farbrezepturen. Und sie werden in Zukunft nicht leichter zu beantworten sein, denn die Trends sind flüchtiger geworden. Serife Celibi, Designerin Farben & Materialien Ford Europa: „Es ist nicht einfach, heutzutage von Farbtrends zu sprechen. Durch das Internet und unzählige Internet-Blogs wechseln die Trends fast über Nacht.“

### Schwarz verdrängt Silber

Dennoch gibt es Tendenzen, die klar zu beobachten sind. Zum Beispiel stehen die „Nichtfarben“ wie Schwarz, Silber und Weiß bei Ford und anderen Herstellern nach wie vor ganz oben in der Käufergunst. Allerdings gibt es hier eine Veränderung unter den „Top Three“. Hans-Joachim Walitschek, Interieur-Designer bei Mercedes Benz Cars: „Schwarz wird zur dominanten Farbe und verdrängt Silber



Serife Celibi, Designerin Farben & Materialien Ford Europa: „Die Farbtrends wechseln heute immer schneller.“

vom ersten Platz.“ Weiße Autos erfreuen sich – nicht nur bei Mercedes – weiterhin wachsender Beliebtheit; dasselbe gilt für Grautöne.

Bei BMW sieht man ebenfalls den Trend zu Schwarz. Martina Starke, Leiterin Farb- und Materialdesign BMW Individual: „Schwarz wird immer raffi-

nierter eingesetzt: Effektpigmente geben der Farbe neuen Ausdruck und nehmen Schimmer aus anderen Farben mit auf.“

### Pastellöne und strahlende Farben

Dass die Auto-Designer sich Farb-Anregungen bei der Mode sowie in Kunst und Architektur holen, liegt nahe – und dass nicht jeder Autokäufer sich mit Schwarz, Silber und Weiß zufriedengibt, ebenso. Ford-Designerin Serife Celibi: „Diesen Sommer waren Pastellöne gemixt mit fluoreszierenden Akzenten, ein großer Trend in der Modebranche. Wir haben diesen Trend zu strahlenden Farben frühzeitig erkannt und bereits auf der IAA 2011 die Außenlacke Sunset-Gelb (Tangerine Scream) für den Ford Focus ST und ‚Molten Orange‘ für den Ford Fiesta ST vorgestellt. Die Pastellöne findet man in der Modellreihe KA.“

### Flopeffekte: Nur noch gemäßigt

Es ist nicht lange her, da waren Flop-Effekte im Trend: Je nach Blickwinkel und Sonneneinstrahlung war eine andere Farbschattierung sichtbar. Diesen Effekt nutzt man heute nur noch in gemäßigter Form. Hans-Joachim Walitschek von Mercedes: „Die fließenden Übergänge



Bilder: Mercedes-Benz

Ein Trend, der sich fortsetzt: Die Karosseriefarbe Weiß ist und bleibt gefragt

der Karosserien von Kunststoff zu Metallteilen wirken sich negativ auf Flop-effekte aus, deshalb spielt dieser Effekt nur noch eine Nebenrolle. Wir nutzen ihn zwar als Hell-Dunkel-Flop, aber kaum noch im changierenden Farb-effektbereich.“

Auch bei Ford setzt man eher auf dauerhafte Effekte statt auf plötzliche Flop-Wirkungen. Serife Celibi: „Der Trend geht mehr zu klar greifbarem Design. Effektlacke sollten zeitlos schön sein. Wir versuchen durch die Kräfte der Natur, zum Beispiel der Sonne, Farben strahlender erscheinen zu lassen. Die Wirkung der Lacke verändert sich dann langsam und elegant, während die Sonne aufgeht. Man haucht dem Automobil dadurch Leben ein und gibt ihm einen Charakter.“

### Nicht nur die Optik zählt

Die Designer schauen nicht nur auf die Farbe des Lackes, sondern auch auf die zusätzlichen Funktionalitäten, die die Lacktechniker implementieren. Serife Celibi: „Interessant ist für uns die Entwicklung von Lacken, die sich unter Wärmeeinfluss selbst heilen. Sogar tiefe Kratzer im Lack können somit wie von Zauberhand wieder versiegelt werden. In unseren Köpfen entwickeln sich schon Ideen, wie wir dies für unser Farbdesign nutzen können.“ Mercedes hat bereits Aluminiumfellen mit schmutzabweisender Beschichtung im Programm, und bei Elektrofahrzeugen werden Lacke auch die Aufgabe des Thermomanagements übernehmen.



Im Innenraum werden sich nach Einschätzung von Mercedes Benz sehr hell Töne durchsetzen. Hellgrau und Beige könnten eine Farbe werden.

### Matt statt glänzend

Zumindest auf den Amüsier- und Flaniermeilen der Großstädte werden hin und wieder Luxusfahrzeuge mit Mattlack gesehen. Ist das ein Trend, der sich bis in die Serie durchsetzen wird? Bei BMW ist man optimistisch und hat sogar schon einen Serien-Mattlack im Angebot. Martina Starke: „Wir entscheiden bei jedem Modell, was gut zur Karosserie passt. Matte Lacke wie ‚Frozen Bronze metallic‘, das wir exklusiv für das neue BMW 6er Gran Coupé entwickelt haben, können die Eleganz eines Fahrzeuges unterstreichen.“

### Warten auf Grün

BASF Coatings sieht in seinem aktuellen Trendbericht 2012/2013 eine Tendenz zu warmen, nuancierten Naturfarben wie Braun, Blau und Grün. Mark Gutjahr, Leiter Design Europa, blickt voraus: „Es zeichnet sich ab, dass das Bedürfnis nach mehr Farbigeit auf den Straßen anhält und wir zukünftig weitere Farbräume erschließen werden wie zum Beispiel Bronze- und Smaragd-töne.“ Neue Bedeutung gewinnt, so

Gutjahr, auch Grün: „Der nach wie vor hohe Stellenwert des Ökologiethemas darf sich zeigen und bringt die Farbe Grün in vier bis fünf Jahren wieder auf die Autos – so lange dauert es, bis eine Trendfarbe auf den Straßen zu sehen ist.“

### Interieur:

#### Sehnsucht nach Authentizität

Im Innenraum – da sind sich fast alle befragten Designer einig – geht der Trend zu wertigen und echten Materialien. Martina Starke von BMW: „Generell ist eine Sehnsucht nach natürlichen, authentischen Materialien im Fahrzeug-Interieur zu spüren.“ Das gilt auch für Mercedes. Hans-Joachim Walitschek: „In den großen Baureihen spielen weiterhin hochwertige, authentische Materialien eine wesentliche Rolle.“ Bei kleineren Fahrzeugen werden seiner Einschätzung nach Zierteile eine wichtigere Rolle spielen – zum Beispiel Kunststoffoberflächen, die durch hochwertige Drucke oder effektvolle Lackfarben veredelt wurden. Auch bei BMW sieht man hochwertige Materialien wie Leder im Trend und arbeitet an

neuen Kombinationen von Ledern, Hölzern und Stoffen.

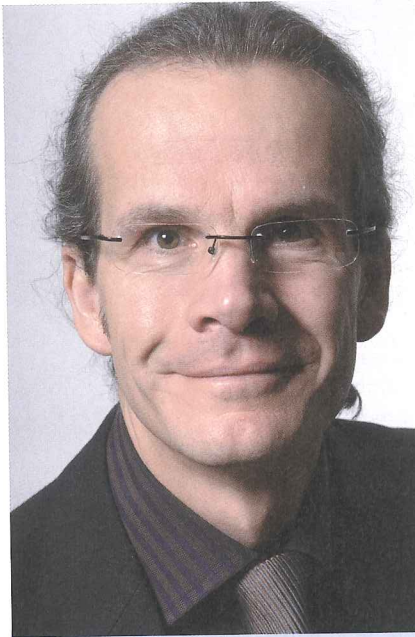
Dabei wird – so sieht man es bei Ford – die Harmonie als Design-Ziel immer wichtiger. Serife Celebi: „Der Innenraum eines Fahrzeuges wird immer ruhiger, und es ist wichtig, durch die Optik und Haptik eine Harmonie zu erschaffen.“ Dabei darf die Ergonomie nicht zu kurz kommen: „Effektlacke umrahmen die Bedienelemente und werden dadurch klar sichtbar. Ziel ist, dass der Kunde das Fahrzeug intuitiv steuern kann.“

### Braun ist im Kommen

Auch farblich gibt es neue Tendenzen im Innenraum. Hans-Joachim Walitschek erläutert den Trend aus Sicht von Mercedes: „Aus den Interieurfarben Hellgrau und Beige könnte künftig eine Farbe werden. Braun wird wieder verstärkt in das Interieur einziehen, sowohl in einem klassischen Cognacfarbton als auch in einem satten Dunkelbraun.“

### Auf das Detail kommt es an

Neben Materialien und Farben gewinnt ein weiterer Faktor immer stärker an Bedeutung, wenn es um die Bewertung



Andreas Wlasak, Vice President Industrial Design von Faurecia: „Im Interieur künftiger Fahrzeuge werden die dekorativen Materialien mehr zur Geltung kommen. Sie nehmen wesentliche Flächen von Innenraumkomponenten wie Instrumententafeln, Türverkleidungen oder Sitzblenden ein.“

des Innenraums geht. Martina Starke von BMW: „Die Präzision und Detailgenauigkeit, auf die wir bei der Verarbeitung größten Wert legen, muss im Fahrzeug zu spüren und zu sehen sein. Das sieht man bei Ford genauso. Serife Celebi: „Der Kunde schätzt Qualität. Deshalb legen wir großen Wert auf hochwertige Materialien und hochwertige Verarbeitung. Bei der Lederverarbeitung ist der natürliche Griff des Leders wichtig. Auch die Stoffe müssen einen weichen Griff haben und dennoch den höchsten technischen Beanspruchungen standhalten.“

### Echtholz, Leder und Aluminium

Im Innenraum-Design arbeiten die Autohersteller eng mit großen Zulieferern wie Faurecia und Johnson Controls zusammen, die auch eigene Design-Studien entwickeln und dabei in die Zukunft schauen. Andreas Wlasak, Vice President Industrial Design von Faurecia: „Authentische Materialien wie Echtholz, Leder, Aluminium und hochwertige technische und dekorative Textilien werden zukünftig im Fahrzeuginterieur noch stärker dominieren, vor allem bei Premium-Fahrzeugen. Auch



Sichtbar leicht: Mit der Studie „Prêt-à-Porter“ gibt Faurecia einen Ausblick auf das Interieur der Fahrzeuge von morgen



Johnson Controls liefert für den Innenraum der Mercedes A-Klasse eine optionale Premium-Variante mit viel Leder

die dekorativen Materialien werden mehr zur Geltung kommen und nehmen wesentliche Flächen von Innenraumkomponenten wie Instrumententafeln, Türverkleidungen oder Sitzblenden ein.“

Dabei sind – so Andreas Wlasak – die dekorativen Elemente, zumindest zum Teil, nicht mehr funktionslos. So werden Bordcomputer und Bedienkonzepte genauso wie zum Beispiel Luftausströmer, Lautsprechergrills oder Sitz-Bedienelemente mit dekorativen Materialien wie Knöpfen, Tasten oder Einfassungen aufgewertet.

Einen weiteren starken Trend sieht Faurecia in der Kombination einzelner Premium-Materialien in denselben Bauteilen wie zum Beispiel im Fall von aluminiumgefasstem Echtholz, Holzintarsien auf Holzoberflächen oder auch 3D-Filmen, die in Echtmaterialien integriert sind. Andreas Wlasak: „Zudem werden die Technologien der Oberflächen wie Häute, Folien oder eingespritzte Oberflächen und dekorative Technologien kombiniert und in Einklang gebracht. Wir setzen das im Rahmen von Deco-Skin, Deco-Print, Deco-Stitch oder dem Infoskin unseres Designkonzepts Prêt-à-Porter um.“ Darüber hinaus wird es nach Einschätzung von Faurecia echte „Eyecatcher“ in Form von dekorativen Luftausströmern, Infotainment-Zonen, Displays und Screens oder auch Lichtszenarien geben. Hier können die Designer ihrer Kreativität freien Lauf lassen.

### Weg mit Lamellen und großen Bildschirmen

Generell sieht Andreas Wlasak den Trend, ausgestellte, sicht-bare Strukturen zu zeigen und ein „architektonisches“ Design zu verwirklichen. Dazu gehört auch, dass man traditionelle, aber negativ besetzte Funktionselemente wie Luftausströmlamellen oder rechteckige Bildschirme vermeidet. Belüftungselemente zum Beispiel kann man heute unsichtbar gestalten und – wie Faurecia es beim Prêt-à-Porter getan hat – ins Kombiinstrument integrieren.

### Leder nicht nur auf dem Sitz

Johnson Controls liefert für die neue Mercedes B-Klasse die Instrumententafel und die Türverkleidungen inklusive einer optionalen belederten Premium-

Variante und sieht bei hochwertigeren Fahrzeuginnenräumen generell den Trend zu belederten Oberflächen.

Han Hendriks, Vice President Global Product Development Interiors: „Leder ist ein klarer Wachstumsmarkt. In immer mehr Fahrzeugen sehen wir belederte Elemente im Fahrzeuginnenraum, entweder als Komplet- oder als Hybridlösungen in Kombination mit anderen Oberflächen.“

Das liegt nach Einschätzung von Johnson Controls auch daran, dass das Interieur in allen Fahrzeugsegmenten immer wichtiger für die Kaufentscheidung der Endkunden wird. Deshalb nimmt auch die Bedeutung der optischen und haptischen Anmutung von Innenraumkomponenten zu. Das betrifft neben den Sitzen insbesondere die Instrumententafel, die Türverkleidung, die Tunnelkonsole und den Dachhimmel. Unter den verfügbaren Oberflächentechnologien stehen hier Leder und lederähnliche Materialien bei Herstellern und Endkunden gleichermaßen hoch im Kurs.

### Neue Materialien: Natürlich sollen sie sein

Als Werkstofflieferant steht BASF am Anfang der Prozesskette, wenn es um die Gestaltung des Innenraums geht, und beschäftigt ebenfalls eine eigene Designabteilung, die vorausdenkt und



Leder ist im Trend – nicht nur als Material für die Sitze, sondern auch für Dekor-Oberflächen

Konzepte entwickelt. Diplom-Designerin Eva Höfli aus der Designfabrik der BASF SE in Ludwigshafen: „Besonders im Trend liegen zurzeit natürlich anmutende Oberflächen: Materialien, die Naturprodukte imitieren und doch überraschen. Unregelmäßigkeiten sind erlaubt und tragen zur Individualität bei.“

Ein zukünftiges Beispiel hierfür könnte Hanf sein. Ein Designer hat einen stapelbaren Stuhl entwickelt, der aus Hanf und dem BASF-Bindemittel Acrodur besteht. Anwendungen im Automotive-Bereich stehen noch aus, sind aber durchaus denkbar – denn hier sind Materialien im Trend, die sich durch ihre Nachhaltigkeit auszeichnen.

### Materialstrukturen werden sichtbar

Mit Blick auf die sichtbaren Oberflächenstrukturen sieht Eva Höfli ebenfalls neue Trends: „In dem Maße, in dem mehr Composite-Bauteile Einzug ins Fahrzeug halten, wird die Sichtbarkeit von Faserstrukturen, zum Beispiel von

Natürliche Werkstoffe – wie hier Hanf – werden künftig im Automobil-Interieur stärker eingesetzt



Carbonfasern, ein Designaspekt. Das ist neu, denn bisher versucht man meist, mit edlen Oberflächen und Lacken die technische Struktur eines Bauteils zu verbergen.“

Ein weiterer Trend, so Eva Höfli, ist der Einsatz von transparenten beziehungsweise lichtdurchlässigen und hinterleuchteten Materialien. Und das Innenraum-Design wird durch neue Fertigungsverfahren noch weiter individualisiert: „Das Rapid Prototyping ermöglicht eine ganz neue Formsprache – ein-

zigartige Designs beziehungsweise Strukturen entstehen. Diese neue Ästhetik hat Einfluss auf viele Bereiche, unter anderem auch auf Oberflächen.“

Last but not least gibt es für die Autombildesigner neben Mode, Kunst und Architektur auch neue Vorbilder, auf die sie schauen. Ford-Designerin Serife Celibi: „Apple war in der Vergangenheit auch Vorreiter von Oberflächentrends. Wir warten gespannt auf das Oberflächendesign des iPhone 5“.

Gerald Scheffels

**EISENMANN**

# Oberflächen gut behandeln!

Als einer der führenden Anlagenbauer planen und bauen wir umweltfreundliche Lackierstraßen für Produkte aus

- Metall,
- Kunststoff und
- neuen Werkstoffen.

[www.eisenmann.com](http://www.eisenmann.com)