

# WRAPS

Die Spezialausgabe – Vollverklebung im Fokus



## Originell

Besondere Projekte  
und anspruchsvolle Designs

**PROJEKTE IM FOKUS:** Neue Trends beim Carwrapping

**SZENE IM BLICK:** Wichtige Events für Folierer



# VERPASSEN SIE IHREM AUTO EINE STILVOLLE VERWANDLUNG!

**NICHT NUR FÜR DEN  
INNENRAUM GEEIGNET**

## WER SAGT, DASS NUR DAS ÄUSSERE ZÄHLT?

Verleihen Sie dem Interieur Ihres Fahrzeugs  
Persönlichkeit – ob sportlich mit Carbon,  
edel mit Leder oder extravagant mit Textil.  
Unsere Imprimax-Folien machen es möglich!

**JETZT GRATIS IMPRIMAX  
FARBFÄCHER ANFORDERN!**

 **imprimax**<sup>®</sup>  
AUTO-ADESIVOS





deutsche adp




Bossert

deutsche adp, F+Z und Bossert sind Marken der Vink König Deutschland GmbH

 Ditterker Weg 13, 30989 Gehrden

 + 49 5108 60 72 0

 [info@deutsche-adp.de](mailto:info@deutsche-adp.de)

 [www.deutsche-adp.de](http://www.deutsche-adp.de)

**RENOLIT**  
Rely on it.

**RENOLIT PRINT EX**

15. September 2024

## RENOLIT PRINT EX - EXPERIENCE THE DIFFERENCE.

„Unser Entwicklungsteam hat intensiv daran gearbeitet, eine Alternative zu Standardfolien zu schaffen, die eine hohe Leistung bietet und den strengen Anforderungen führender Marken im Handel gerecht wird. Mit RENOLIT PRINT EX haben wir eine Lösung eingeführt, die ...

**WRAPS**  
Das Spezialmagazin - Verklebung im Fokus

**Mit Stil** Verklebungsprojekte, die nicht alltäglich sind.

MIT RECHERCHE: Übersicht zu aktuellen Folienmaterialien.  
MIT EXPERTISE: Tipps und Tricks für Folierer!

**HIER die aktuelle Ausgabe für 8,50€ kaufen!**  
Zuzüglich MwSt. Inklusiv Versandkosten

DO YOU HAVE WHAT IT TAKES TO BE EUROPE'S NEXT GREAT CAR WRAPPER?

ROLAND DG PRESENTS. **THE WRAP ACADEMY**

Yiannimize

BWT ALPINE F1 TEAM   Roland

OFFICIAL SUPPLIER

24. September 2024

## Workshop für Carwrapper

Roland DG und das BWT Alpine F1 Team haben sich zusammengeschlossen, um Europas besten Carwrapper zu finden: Zehn ausgewählte, angehende Autoverklebungsprofis können ihre Fähigkeiten am Donnerstag, 7. November, in einem Workshop unter ...

**Das WRAPS Folierer-Verzeichnis**

Hier finden Sie den richtigen Profi-Folierer in Ihrer Nähe.

THE EVENT FOR VINYL WRAPPING, PPV, WINDOW FILMS AND DETAILING.

**REGISTER NOW TO VISIT** **WRAP FEST** 03-04 OCT/24

USE PROMO CODE: **WFFH405** FOR DISCOUNTED TICKETS

[WWW.WRAP-FEST.COM](http://WWW.WRAP-FEST.COM)

PLATINUM SPONSORS: 3M, ADAPT, DOL, LDF, METALMARK, QUALITYPP, SILVERSTONE

**wetec**

Internationale Fachmesse für Werbetechnik, Digitaldruck, Lichtwerbung & Digital Signage

**13.02. – 15.02.2025**  
Messe Stuttgart

**Surftipps**

- > [Farben-Frikell](#)
- > [Yellotools Superstore](#)
- > [werbetechnik.de](#)
- > [WETEC – Die Fachmesse für Werbetechniker](#)

**Professionelle Vektorgrafiken zum Download auf**

[www.wraps-online.de](http://www.wraps-online.de)



Antalis bietet Klebefolien für Fahrzeug-, Flotten-, Architektur- und Werbegrafiken sowie Schutzlaminat für alltägliche und spezielle Anwendungen. Als Handelspartner von Arlon sind alle Produkte über Antalis Deutschland ab Lager lieferbar. Alle Produkte & Informationen unter [www.antalis.de/arlon](http://www.antalis.de/arlon)



EMPOWERING  
**VISUAL**  
EMOTIONS



# Mit viel Leidenschaft zum Ergebnis



Ich möchte ganz ehrlich zu Ihnen sein: Während die Sommermonate für den ein oder anderen zwischen Freibad, Cocktails und Urlaub die entspanntesten des ganzen Jahres sind, herrscht bei uns in der Redaktion im Juli, August und September immer Hochbetrieb. Neben zwei anderen Fachmagazinen aus unserem Verlag, die dann meistens parallel laufen, haben wir mit der einmal jährlich erscheinenden WRAPS in dieser Zeit alle Hände voll zu tun. Dann möchte der ein oder andere Mitarbeiter natürlich auch ein paar Tage in den wohlverdienten Sommerurlaub fliehen, und als wäre das nicht genug, haben wir in diesem Jahr intern noch den Umzug unseres Verlags von Hohenschäftlarn nach Geretsried-Gelting gestemmt. So saß ich also in den letzten Monaten teilweise zwischen gepackten Kisten, abgehängten Bildern und leeren Regalen an meinem Schreibtisch und wusste nicht, wo oben und unten ist.

Was mein – ja, nennen wir das Kind mal beim Namen – Jammern nun alles mit der WRAPS zu tun hat? Immer in den Momenten, in denen ich Schreibblockaden hatte oder nicht wusste, welche der unzähligen Aufgaben jetzt zuerst Priorität hat – die hatten sie nämlich alle –, habe ich einen Artikel für unsere WRAPS geschrieben. Ist das nicht konträr – Schreibblockade und Artikel schreiben? Nein, denn das Spezialmagazin ist für mich ein Stück weit anders als



unsere restlichen Fachmagazine – und das nicht nur, weil es lediglich einmal pro Jahr erscheint: Jedes einzelne Kundenprojekt, das eingereicht wird, strahlt seine ganz individuelle Kreativität aus und zeigt die Leidenschaft, die jeder einzelne Folierer in seine Tätigkeit steckt. Der Schreibprozess und die Arbeit an der WRAPS haben mir immer ein wenig Leichtigkeit in die stressigen Sommermonate gebracht, und seien Sie sich sicher: In jedem Artikel steckt nicht weniger Leidenschaft als in den Projekten und Produkten, die wir vorstellen.

Jetzt aber wünsche ich Ihnen viel Spaß beim Lesen unserer WRAPS, die neben inspirierenden Projekten und informativen Servicebeiträgen viele Neuigkeiten aus der Szene für Sie bereithält.

*Regina Pawlowski*

Regina Pawlowski | Chefredakteurin

# Inhalt 2024

## WERKSTATT

### 6 Vergoldete V-Klasse:

Klebwerk veredelte einen Mercedes mit einem matten Look.

### 10 29 Kunstwerke:

Eine BMW-Flotte von Koch Folientechnik für die Messe Art Basel

### 12 Im Käsehimmel!

Käseservice Poppinga fährt nun einen LKW im Corporate Design.

### 14 Flotte Fahrzeugflotte:

Neu designte Fahrzeugflotte des Radsportteams Bora-hansgrohe

### 16 Durchs wilde Finanzis-

tan: Der Job Steuerberater muss nicht immer konservativ sein.

### 18 Die Flaschen hoch!

Die Wände der Füllerei Palmbräu zierte nun das Brauereisortiment.

### 32 65 Sternstunden:

Cifol Werbetechnik folierte vollständig einen Mercedes G-Klasse.



Gewa – Was habe ich davon?

34 Unter Wasser auf dem Auto: Ein „Findet Nemo“-Design für eine Influencerin

36 Folierung mit Wohltat: Mit einem folierten Rallye-Fahrzeug Spendengelder sammeln

38 Fassaden-Folierung: Der Modepark Röther hat seine Außenfassade folieren lassen.

42 Knalliger „Bonbonladen“: Ein veredelter Wissenskiosk für ein Mitmach-Museum

44 Design für Bierliebhaber: Fahrzeugfolierung für die Flensburger Brauerei

46 Engel und Teufel: Modernes Fahrzeug mit nostalgischem Design vereint

48 Drei Autos für Autohaus Reber: Ein Kunde, drei verschiedene Foliendesigns



42 Knalliger „Bonbonladen“



# 46 Engel und Teufel

## PRAXIS

**8 Smart geklebt:** Brändma hat seine Fahrzeuge mit Folien von Arlon veredelt.

**20 Sternenstaub-Effekt:** Apa entwickelte eine Folie für die Veredelung von Motorrädern.

**24 Für alle Wetterfälle:** Einsatz und Anwendung von Korrosionsschutzfolien

**26 Unsichtbare Gefahr:** Bruxsafol hat nun eine Reihe von Vogelschutzfolien im Sortiment.

**28 Chancen nutzen:** Interieurbereich als weiteres Geschäftsfeld für Folierer

**40 „Tape That“ in München:** Ein Projekt der Berufsschule für Farbe und Gestaltung

**50 Visualisieren kommt vor Folieren:** Die Software Zeno kann Carwrapper unterstützen.

## WISSEN

**22 Alles rechtens?** Wie sich Folierer vor ungewollter Markenrechtsverletzung schützen können.

**30 Gewa – Was habe ich davon?** Die Gewa hat für Mitglieder viele Vorteile zu bieten.

## SZENE

**52 Neues Pony im Stall:** Der Gewinner der Antalis Wrap & Remix Challenge von Antalis

**54 Gemeinschaft schaffen:** HP veranstaltete erstmals die „Masters of Wrapping“.

**56 Mekka für Carwrapper:** Im Rahmen der Essen Motor Show findet die Wrapping World statt.

**58 Automobilkunst in Silverstone:** Rückblick zum Wrap Fest in Northamptonshire

# 34

## Unter Wasser auf dem Auto



# Vergoldete V-Klasse

Klebwerk verpasste einem Mercedes einen edlen Look.



Der neu folierte Mercedes von Björn Muster

Für die Hauptfläche wurden 22 Laufmeter benötigt.



„Prinzipiell ist die Nachfrage nach matten Folien immer noch sehr groß“, äußert Dawid Tomczyk, Geschäftsführer vom Dresdner Unternehmen Klebwerk, auf die Frage nach aktuellen Trends. Und genau so ein Fahrzeug – ein Unikat in matt – wünschte sich Björn Muster, der zu Klebwerk mit seinem Mercedes der V-Klasse kam.

## Innenverkleidung demontieren

Nachdem das Design durch einen internen Grafiker festgelegt war, wurde es auf Kundenwunsch im Plottverfahren umgesetzt. „Wir drucken mit der HP-Latexmaschine



Bei Klebwerk sind matte Folierungsdesigns gefragt.

700 W alle Folien und Materialien. Für uns ist die schnelle Verarbeitung nach dem Druck und der Bonus des Weißdrucks entscheidend. Im Haus können wir dann Folienmuster in Rost, Holzoptik oder spezielle Wünsche schnell gestalten und drucken, ohne auf externe Dienstleister zurückgreifen zu müssen“, erklärt der Geschäftsführer. Demontiert wurden dann im ersten Schritt Griffe, Spiegel, Heckscheinwerfer, Reflektoren und die Frontstoßstange – aber auch die kompletten Innenverkleidungen der Türen. „Besonders herausfordernd gestaltete sich jedoch die Dachverkabelung der Solaranlage, um so wenig wie möglich mit Einlegern oder Überlappungen arbeiten zu müssen“, sagt Dawid Tomczyk. In Kooperation mit dem Tuning-Partnerbetrieb Carat konnten am Ende aber alle Demontagen vorgenommen und mit den KFZ-Meistern zusammen für die Folierung vorbereitet werden.

## Vorlieben und Material

Hierbei erfolgten aufgrund von Politur und Hohlraumkonservierungsrückständen eine Grundreinigung aller relevanten Bauteile und das Säubern mit einem Alkoholwasergemisch. Bei der Hohlraumkonservierung empfiehlt es sich laut dem Geschäftsführer, die unteren Türbereiche sowohl mit einem Drucklufttornado als auch mit einem Föhn zu bearbeiten. Dadurch lasse sich sicherstellen, dass keine Wachsrückstände zurückbleiben. Folierungsarbeiten finden bei Klebwerk grundsätzlich in Teamarbeit von zwei bis vier Technikern parallel statt, die sich je nach Vorliebe für die unterschiedlichen Rakeln selbst aussuchen können, welches Werkzeug sie verwenden

Bilder: Klebwerk



den möchten. Wichtig ist allerdings bei Filz oder Alcántara-Stripes, diese vor dem Rakeln anzufeuchten, um Kratzern vorzubeugen. Schnitte an der Folie und am Fahrzeug werden hingegen immer mit Knifeless-Tape umgesetzt. „Nach der Demontage und Reinigung werden bei uns im ersten Schritt direkt die kleinen Teile wie Griffe und Spiegel beklebt, nach dem Motto ‚eat the frog!‘“, erklärt Dawid Tomczyk. Für die Hauptfläche des Mercedes kamen 22 Laufmeter vom Hexis-Folienmaterial Hx30n71m Golden Black Metallic Matt zur Anwendung. „Wichtig ist beim Metallic-Material, auf die Laufrichtung zu achten“, fügt Dawid Tomczyk hierzu an. Für das Faltdach und Dechroming aller Zierleisten inklusive Grill und Diamanten kam zusätzlich die 3M-Folie 2080 M12 zum Einsatz; hiervon wurden nochmals sieben Laufmeter verarbeitet. Als Bonus gab es noch die Beschriftung mit dem geschliffenen Goldmaterial von Aslan CA 23.

### Gleiches Auto, andere Optik

Am Ende benötigte Klebwerk insgesamt zehn Werkzeuge für die Mercedes-Folierung; hier sind alle Arbeiten von der

Logo-Gestaltung über die Reinigung und Montagearbeit bis hin zur Beklebungszeit mit 48 Stunden Ruhezeiten und dem Finish berücksichtigt. Björn Muster holte gemeinsam mit seiner Familie das veredelte Fahrzeug ab: „Die Kinder haben erst nach dem Besteigen des Fahrzeuges realisiert, dass es sich noch um dasselbe Familienauto handelt“, blickt der Klebwerk-Geschäftsführer zurück. Er sieht neben matten Farben im Camper-Markt gehäuft auch individualisierte Designs im Kommen – darunter etwa Folien mit Besonderheiten wie grellen Carbon-Tönen und Rostoptik. „Der Trend geht zur Individualisierung des Fahrzeuges, um die eigenen Hobbys, die Lebensart zu zeigen oder einfach nicht nur einer von 20 weißen Teslas am Parkplatz zu sein. Somit verstehen wir uns als Berater, um am Ende ein Resultat zu erzielen, welches den Kunden glücklich macht“, sagt Dawid Tomczyk.

*Regina Pawlowski*

[www.deutsche-adp.de](http://www.deutsche-adp.de)  
[www.klebwerk.de](http://www.klebwerk.de)

**APA WRAPPING**

**SERIE ULTRA MATT  
KRATZFEST**

Selbstklebefolie mit matter Oberfläche, die sich wie Samt anfühlt. Durch eine spezielle Oberflächenbehandlung ist die Folie sehr kratzfest, sodass der matte Effekt auch durch häufige Waschstraßennutzung erhalten bleibt. Leichte Anbringung aufgrund Luftkanaltechnik.



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

**SIE WERDEN DEN UNTERSCHIED SOFORT MERKEN**



# Smart geklebt

Der Ad-Blue-Tankwagen von „team“ macht in dem leuchtenden Blau schon von Weitem auf sich aufmerksam.

## Brändma foliert Fahrzeugflotte von „team“ und Kieler IT-Dienstleister.

Manchmal stehen die Zeichen auf Runderneuerung. Doch man muss nicht gleich den ganzen Fuhrpark austauschen: Eine optische Auffrischung mittels einer Autofolierung ist sowohl nachhaltiger als auch oftmals wirtschaftlicher. Deshalb hat Tobias Lühje von Brändma für das Unternehmen „team“ eine Flotte von Fahrzeugen in einem neuen Design folieren lassen. Ab sofort erkennt man schon von Weitem, wenn sich der leuchtend blaue Ad-Blue-Tankwagen seinem Ziel nähert. Zum Einsatz kam die Arlon SLX+ mit dem High Gloss Laminat Series 3270. Auch eine Smart-Fahrzeugfolierung des IT-Dienstleisters DBM wurde mit der SLX+ realisiert.



**Tobias Lühje und sein Brändma-Team haben viel Erfahrung mit Fahrzeugfolierungen.**

Die Entscheidung, für diese Projekte die Arlon SLX+ Cast Wrap-Druckfolie zusammen mit dem Laminat Series 3270 Gloss zu verwenden, fiel den Carwrappern leicht. Tobias Lühje betont: „SLX+ Cast Wrap gehört seit der Markteinführung zu unserem Standardportfolio.“ Ein großer Vorteil sei die einfache Anbringungsmöglichkeit der Folie. Der Geschäftsführer weiter: „Die besondere Repositionierbarkeit des Flite-Technology-Klebstoffs ermöglicht es unserem von Arlon zertifizierten Wrap-Team, Aufträge in kürzester Zeit zu erledigen.“ Dank der Schulung und Unterstützung durch Arlons Technisches Team und Wrap-

Profi Andreas Ley sei man immer auf dem neuesten Stand, was die Tipps und Tricks rund um die Fahrzeugverklebung angehe. Tobias Lühje lobt außerdem, dass sich Vertiefungen und komplexe 3D-Formen mit Arlons No-Stretch-Applikationstechniken mühelos bewältigen lassen. Die Entscheidung für das verwendete Material hatte einen weiteren Grund. Dazu führt der norddeutsche Autofolierer aus: „Mit der zehnjährigen Garantie für sauberes Entfernen von Arlons SLX+ wussten wir, dass wir sicher sein würden und, was noch wichtiger ist, deutlich weniger Ressourcen benötigen als mit anderen verfügbaren Folien.“ Tobias Lühje freut sich über diese gelungenen Projekte: „Seit wir SLX+ verwenden, hatten wir noch nie einen Lieferengpass, und der Lieferant ist immer da, um uns zu unterstützen, wenn ein Problem auftritt.“

*Bettina Sewald/Tony Harmann*

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



**Das IT-Unternehmen DBM ist mit dem Halbleiter-Design smart unterwegs.**



Internationale Fachmesse für Werbetechnik,  
Digitaldruck, Lichtwerbung & Digital Signage

Mitten im Markt

Messe Stuttgart



we love  
to tec you!



13. – 15.02.2025 | Messe Stuttgart

#wetecexpo [www.wetec-messe.de](http://www.wetec-messe.de)

## Spotlight auf die Werbetechnik!

Die wetec ist der Place to be in Deutschland wenn es um die Themen Werbetechnik, Digitaldruck, Lichtwerbung und Digital Signage geht. Sichern Sie sich schon heute Ihren Standplatz und präsentieren Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen einem qualitativ hochwertigem Publikum. **Jetzt anmelden!**

EXPO  
4.0

Print.  
Produce.  
Promote.

Die wetec ist Teil der EXPO 4.0



# 29 Kunstwerke

Koch Folientechnik verwandelte für die Art Basel 29 BMW in rollende Gemälde.

Die Kunstmesse Art Basel ist jedes Jahr das Mekka für den weltweiten Kunsthandel. Als wahre Kunstwerke präsentierten sich im vergangenen Frühsommer dabei auch die Fahrzeuge der VIP-Shuttle-Flotte: Markus Dobke und sein Team von Koch Folientechnik hatten die 29 iX5 Hydrogen-Modelle von BMW rundum mit einem collagenartigen Gemälde der britischen Künstlerin und Set-Designerin Es Devlin foliert. Seit jeher produziere und montiere das 1982 gegründete Unternehmen aus Oberschleißheim bei München die „klassische“ Beschriftung der wasserstoffbetriebenen BMW-Flotte. „Da lag es nahe, dass wir auch dieses Projekt übernehmen“, erläutert Markus Dobke, Leiter Anwendungstechnik bei Koch Folientechnik. Die Grundidee bestand darin, 29 Fahrzeuge aus der Wasserstoffflotte in einem besonderen Look zu folieren. Für das Design war schließlich die Londoner Künstlerin Es Devlin beauftragt worden, eine Reihe von multimedialen Arbeiten zu schaffen. Dazu gehörte auch das Gemälde, das auf der Kunstmesse die Karosserieoberflächen der Shuttle-Fahrzeuge zierte.




Das Hydrogen-Design

## Millimeterarbeit

Keine leichte Aufgabe für das auf Folienanwendungen in der Automobilindustrie spezialisierte Team. Sehr viel Kapazität habe bereits der Prozess der Designabstimmung in Anspruch genommen. Dabei hatten konzernotypisch diverse Abteilungen zusammengearbeitet, die in regem Austausch mit den Mitarbeitern von Koch Folientechnik beziehungsweise der Künstlerin standen. Die Ausgangslage sei ein eindimensionales Gemälde gewesen. „Um dieses dreidimensional auf ein Fahrzeug mit umlaufendem Design zu bringen, bedarf es viel Grafikarbeit“, schildert Markus Dobke den aufwändigen Vorbereitungsprozess, den Projektleiter und Print Operator Oliver Fischhaber übernommen habe. Durch verschiedene Probeverklebungen hat man sich dann aber schließlich Stück für Stück dem Endergebnis genähert.

Die größte Herausforderung sei gewesen, auf den Millimeter genau 29 identische Fahrzeuge zu liefern. Je größer das Folienstück, desto größer sei gleichzeitig die Gefahr, beim Ansetzen am Fahrzeug entsprechend ungleiche Ergebnisse zu erzielen. Durch Temperaturunterschiede und das Handling verschiedener Monteure komme es naturgemäß immer zu leichten Abweichungen. „Deshalb haben wir uns in diesem Fall dazu entschieden, den Digitaldruck für jedes einzelne Bauteil zu entwickeln“, berichtet Markus Dobke. Dazu musste jedes Teil auf den Millimeter genau digitalisiert werden, was mittels eines Entwicklungsfahrzeugs umgesetzt wurde.

„Der schöne Nebeneffekt bei dieser Vorgehensweise liegt darin, dass man genau definieren kann, wie viel Material zum Umlegen vorhanden sein soll“, erläutert Markus Dobke. Insgesamt wurden nach seinen Angaben für die gesamte Hydrogen-Flotte 580 Quadratmeter Folienmaterial verklebt; dabei kamen 20 Quadratmeter pro Hydrogen-Fahrzeug zum Einsatz.



29 BMW-Fahrzeuge wurden für die Kunstmesse Art Basel foliert.

## Rakeln, umlegen, tempern

Die aufwendige Vorarbeit machte sich beim weiteren Folieren bezahlt. Für das Montieren der selbst vorproduzierten Digitaldrucksätze sei nur der Ausbau der Türgriffe, Nieren sowie des Designelements im Kotflügel notwendig gewesen. Vergleichsweise aufwendig war es hingegen, den Untergrund aufzubereiten. „Die Fahrzeuge kamen aus dem globalen Einsatz zur Folierung nach München“, äußert Markus Dobke. Entsprechend viel Reinigungsarbeit war erforderlich, bevor die 3M IJ180mc-120 Print Wrap-Folie in Kombination mit dem Laminat 3M 8518 mit den klassischen Wrapping-Werkzeugen Rakel, Microrakel und Messer verklebt werden konnten. Was aufgrund der vorgefertigten Folienbauteile recht leicht von der Hand ging. „Es war lediglich das Ansetzen und Fertigarbeiten nötig“, sagt der Leiter Anwendungstechnik. „Das heißt rakeln, umlegen und tempern.“

Den Zeitrahmen, der den Folienkünstlern zur Verfügung stand, beziffert Markus Dobke mit insgesamt knapp zwei Monaten. Die Entwicklung und Grafikleistung haben circa zwei Wochen in Anspruch genommen. „Für das Folieren der 29 Fahrzeuge hatten wir dann sechs Wochen Zeit.“ Nicht ohne Stolz erklärt er, dass der Großteil der Arbeit

mit dem Stammpersonal bewerkstelligt werden konnte. Und wenn es doch mal eng wurde, sei man tatkräftig von Christian Hölzl von Wrapcomplex sowie Susanne Oswald von der Hof-Foliererei unterstützt worden.

## Kurze Dauer

Nachdem die Art Basel beendet war, begann für die Car-Wrapper aus Oberschleißheim die Arbeit an der VIP-Flotte erneut. Denn ihre wasserstoffbetriebenen Kunstwerke rollten nur für kurze Zeit durch die Straßen der Schweizer Stadt am Rhein. Die angebrachte Folierung würde zwar prinzipiell drei Jahre lang halten, allerdings war sie lediglich für die Art Basel vorgesehen gewesen, wie Markus Dobke erklärt. „Nach dem Event wurden die Fahrzeuge von uns wieder neutralisiert und erneut mit dem bekannten Hydrogen-Design foliert.“ Das tragen die Versuchsfahrzeuge nun wieder im Einsatz in die Welt.

Rudi Stallein

[www.kochfolientechnik.de](http://www.kochfolientechnik.de)

**FOLIEN**  
**PORTAL** 24

LÖSUNGEN FÜR DIE WERBETECHNIK



**Von Profis für Profis. Kompetent & zuverlässig.**

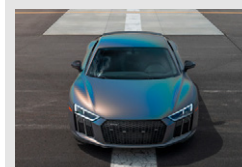
| persönliche Beratung & Betreuung | großes Warenlager | kurze Lieferzeiten |

**Regelmäßige Car Wrapping Schulungen**



### 3M Print Wrap Folie IJ280

- hervorragende Druckqualität
- optimierte Anfangshaftung und Gleitfähigkeit
- bis zu 20 % schneller verklebbar



### 3M Wrap Folie 2080

- verschiedene Oberflächen und Strukturen
- ausgezeichnete Verformbarkeit
- hervorragende Anpassungsfähigkeit

# Im Käsehimmel!



Der LKW von Poppinga Käseservice erhielt rundum ein auffälliges Käsedesign.

## Neues Werbeträgerdesign für den Käseservice Poppinga.

Über eine Empfehlung kam der Kontakt zwischen Styles Werbetechnik und dem Käseservice Poppinga zustande. Beim Unternehmen war man auf der Suche nach einer Möglichkeit, den Firmenwagen als auffälligen Werbeträger zu nutzen. Die Zielvorgabe war klar: „Gefordert war ein ansprechendes Design, das die Corporate Identity des Unternehmens widerspiegelt und zugleich einen hochwertigen Schutz für den Originallack bietet“, blickt Michael Kallner von Styles Werbetechnik auf die damals geäußerten Wünsche des Käseservices zurück.

## Auffälliges Design für das Firmenfahrzeug

Umgesetzt hat das Werbetechnikunternehmen mit Sitz in Aurich diese Kundenvorgaben allemal: Mittlerweile ziert den kompletten LKW eine



Die Corporate Identity spiegelt sich auf dem LKW wider.

gelbe Käseoptik mit auffällig roter Schrift, die die Corporate Identity von Poppinga wiedergibt. Das Design für „die Käseflotte“ entwickelte das interne Kreativteam von Styles Werbetechnik. Insgesamt nahm man sich hierfür eine Woche Zeit, um verschiedene Entwürfe zu erstellen und diese mit dem Kunden abzustimmen. „Die größte Herausforderung bestand darin, ein Design

zu entwickeln, das nicht nur auf dem Bildschirm gut aussieht, sondern sich auch nahtlos auf die komplexen Formen des LKW-Fahrzeugs übertragen lässt“, äußert Michael Kallner. Bei Styles Werbetechnik kommen für alle Folierungsprojekte HP Latex-Druckmaschinen und 3M- oder Avery-Dennison-Hochleistungsfolien zum Einsatz. Die Vorteile der Folienmaterialien liegen laut Michael Kallner

darin, dass diese optimale Haftung und Flexibilität bieten, um auch schwierige Fahrzeugformen abzudecken. Für das Poppinga-Käseservice-Projekt wurde auf insgesamt 40 Quadratmeter Folie zurückgegriffen. „Wir geben eine Garantie von fünf Jahren auf unsere Folierungen. Die Folie kann innerhalb dieser Zeit auch rückstandsfrei und ohne Schäden am Untergrund entfernt werden“, fügt Michael Kallner an.

### Aufmerksamkeit für Sicken und Kanten

Das Design erforderte dann auch eine sorgfältige Planung beim Folieren. Insbesondere bei großflächigen Grafiken und Logos musste darauf geachtet werden, dass keine Verzerrungen entstehen und die An-

schlussstellen am Ende auch perfekt passen. Michael Kallner äußert hierzu: „Dies beeinflusst letztendlich maßgeblich unsere Vorgehensweise beim Verkleben.“

Nachdem bestimmte Fahrzeugteile wie Spiegel und Türgriffe vom Montageteam demontiert wurden, erfolgte das gründliche Reinigen und Entfetten des Untergrundes. Anschließend konnten die Folien passgenau zugeschnitten und an die Fahrzeugform angepasst werden. Michael Kallner beschreibt: „Mithilfe spezieller Werkzeuge wie Rakeln und Heißluftgebläsen brachten wir die Folie auf. Besondere Aufmerksamkeit galt es den Sicken und Kanten zu schenken, um Blasenbildung und Falten zu vermeiden.“ Diese Arbeit stellte auch die größte Herausforderung für das Folierungsteam dar.

### Schlussarbeiten und Kundenfazit

Zum Abschluss folgte noch das Nachbearbeiten der aufgebrauchten Folie, um eventuelle Luftblasen zu entfernen und die Kanten sauber zu versiegeln. Das gesamte Veredelungsprojekt nahm etwa fünf Arbeitstage in Anspruch. Am Ende zeigte sich der Kunde mehr als begeistert von der neuen Folierung, mit den Worten: „Mein Fahrzeug sieht besser aus als je zuvor und zieht alle Blicke auf sich. Auftrag erfüllt!“

*Regina Pawlowski*

[www.styles-werbetechnik.de](http://www.styles-werbetechnik.de)

**885AE ROUGHMARK™**

**GENERAL FORMULATIONS**

**830 AUTOMARK™**

#### GF 885AE Unique Features

- Full-Body Cast Film for Murals on Rough, Textured Surfaces
- Superior Repositionability and Removability
- Micro Air Egress Channels for Bubble-Free Application
- Compatible Cast Laminates in Gloss, Matte and Ulti-Matte

#### GF 830 Unique Features

- Full-Body Cast Film for Fleet and Vehicle Wraps
- DRIFT® Technology for Enhanced Repositionability
- Micro Air Egress Channels for Bubble-Free Application
- Compatible Cast Laminates in Gloss, Matte and Ulti-Matte

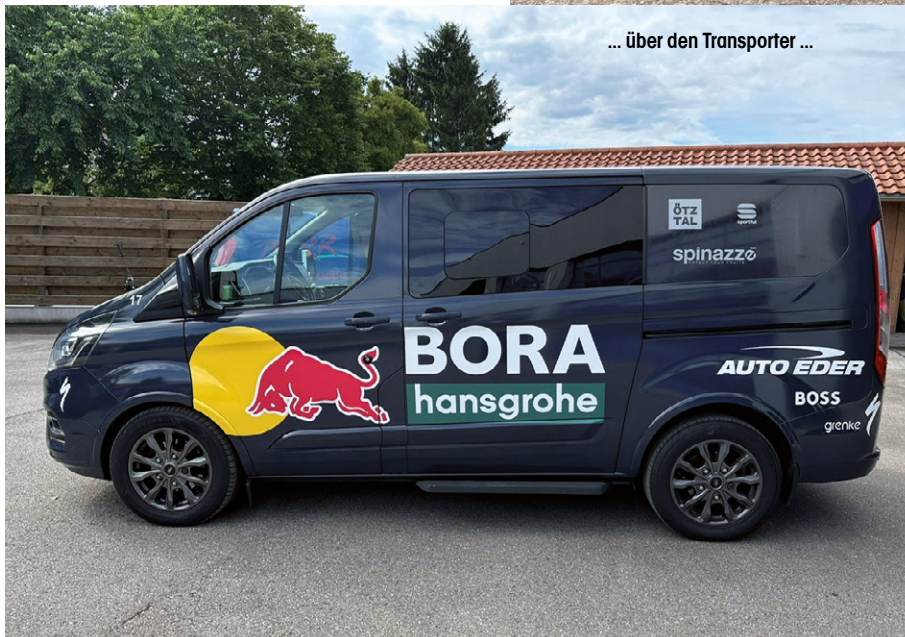
# Flotte Fahrzeugflotte

Den Fahrzeugen des Radsportteams Bora-hansgrohe wurde ein neuer Look verpasst.

Das deutsche Radsportteam Bora-hansgrohe ist bereits seit mehreren Jahren Kunde der Werbeagentur Print und Design. Als das Team einen neuen Hauptsponsor erhielt, musste die gesamte Fahrzeugflotte neu foliert werden. „Die Herausforderung lag in der passgenauen Erstellung für die unter-



Vom Auto ...



... über den Transporter ...

größeren Fahrzeugen wie Bus und Truck noch verschiedene weitere Kleinteile vor der Verklebung demontiert werden. Arbeitsteilung war hier gefragt: „Im Team gab es unterschiedliche Mitarbeiter; die ersten haben die Fahrzeuge gewaschen, von den nächsten wurden die Kleinteile demontiert, die Bestandsfolien entfernt sowie die Oberfläche zum Bekleben gesäubert“, berichtet Andreas Giske.

## Viel Folie im Einsatz

schiedlichen Fahrzeugtypen wie Pkw, Bus, Truck und andere Nutzfahrzeuge“, erklärt Andreas Giske, geschäftsführender Gesellschafter von Print und Design.

Gleichzeitig galt es zunächst, die vorhandene Folierung zu entfernen und die Oberfläche entsprechend mit Oberflächenreiniger und Kleberentferner zu bearbeiten. Die verschiedenen Fahrzeugtypen erforderten darüber hinaus eine unterschiedlich lange Vorbereitung, denn neben Seitenspiegeln und Türgriffen mussten speziell bei den

Anschließend kam ein weiteres Team zum Einsatz: Kurz bevor es dann wirklich an die Folierung ging, mussten die Untergründe erneut gesäubert werden. Die Folienbahnen wurden entsprechend der Bauteile zugeschnitten – bedruckt wurden diese vom Unternehmen selbst mit der Mimaki JV300-160+. „Wir denken, dass der Digitaldruck bei der Ausführung von Fahrzeugfolierungen prozentual steigt und an seinen handwerklichen Fähigkeiten von den Umsetzern gemessen wird“, ist sich Andreas Giske si-



cher. Am Ende verarbeitete Print und Design circa 900 Quadratmeter Avery MPI 1105 Ears-Digitaldruckfolie und entsprechend auch Laminat Dol 1460G. Zusätzlich verklebte das Team 700 Quadratmeter Orajet 3551 Gra Weiß/Glanz mit dazugehörigem Laminat 215G sowie 250 Quadratmeter Orajet 3675 inklusive des 297GF Laminats. „Wir haben uns für diese Materialien entschieden, da wir schon einige Jahre damit arbeiten“, begründet Andreas Gisske. Eine besondere Herausforderung stellten dabei zum einen die Höhe und Größe der zu folierenden Busse und Trucks sowie zum anderen die Handhabbarkeit der Folien in luftiger Höhe dar.

Sobald die Folierung abgeschlossen war, konnten die abmontierten Kleinteile remontiert werden. Am Ende kontrollierte die Werbeagentur die Folierungen der Fahrzeuge nochmals und übergab sie schließlich dem Radsportteam Bora-hansgrohe. Mit einer Laufzeit von circa 2,5 Monaten konnte das Projekt wie geplant abgeschlossen werden. In einem Zeitraum von bis zu drei Jahren lässt sich die Folie nun rückstandsfrei und ohne Schäden am Untergrund wieder abziehen. Sollte das Radsportteam weitere neue Sponsoren hinzubekommen, wird dies eventuell auch schon eher passieren.

Sina Eilers

[www.deutsche-adp.de](http://www.deutsche-adp.de)

[www.print-design-erfurt.de](http://www.print-design-erfurt.de)



... bis hin zum Bus ...



... und auch der LKW: Alles erstrahlt in neuem Folien-Look.

# Perfekt für Carwrapper

Weil jedes Wrapping individuell ist – optimale Temperaturkontrolle von 80 - 630 °C mit dem STEINEL Heißluftgebläse HM 2120 E und dem Temperaturscanner HL Scan.

## Gewinne 1 von 3 Carwrapping Sets\*



1. QR Code scannen
2. Online teilnehmen
3. Set gewinnen



# Durchs wilde

# Finanzistan



Manuel P. Stöhr mit seinem folierten VW

Einen Folierungsauftrag für eine Kanzlei erhielt mococo medienmanufaktur.

Steuerberater müssen nicht immer konservativ sein. Das war der Gedanke von Manuel P. Stöhr, der seinen VW Golf GTI Clubsport von mococo medienmanufaktur folieren ließ. „Da Herr Stöhr häufig die Welt bereist, kamen wir zudem auf den Begriff Steuertour und wollten etwas Abenteuer in den Abgaben- und Gesetzesdschungel einbringen“, beschreibt Stefan Schwarz, Inhaber von mococo medienmanufaktur, das Kundenprojekt.

## Schlamm als Herausforderung

Um die Idee am Fahrzeug deutlich umzusetzen, fixierte die Werbeagentur auf der Motorhaube beispielsweise bisher bereiste Orte auf einer Karte. Hinzu kam, dass man das Auto nicht sauber darstellte, sondern es mit Schlamm-spritzern so designt wurde, als wäre es der Rallye Dakar entsprungen. Dieses Vorhaben stellte allerdings auch die größte Hürde dar, wie Stefan Schwarz ergänzt: Besonders herausfordernd war es, passende Schlamm-spritzer zu finden und diese so über die andere Beschriftung zu positionieren, dass es wirkt, als wäre man gerade



Die 3M Print Wrap-Folie IJ 280 wurde trocken verklebt.

eben durch ein Schlammloch gefahren. Was hinterher sehr einfach aussieht, erwies sich in der Umsetzung jedoch als umso schwieriger.

„Zudem wollten wir nicht nur einen auffälligen Look im fließenden Verkehr, sondern haben viele Details für den Parkverkehr angebracht. Und es funktioniert prima. Sobald Manuel P. Stöhr sein Fahrzeug abstellt, bildet sich eine Mensentraube, die Schmutzeldetails entdeckt, wie wir es gerne nennen. Zum Beispiel haben wir einen Benzinkanister angebracht, als Inhaltsangabe aber Whisky daraufgeschrieben. Wir warnen mit einem kleinen Aufkleber auf der Beifahrertüre vor einem Schleudersitz. Der Schriftzug über der Fahrertüre ‚Lieber zum Steuer-



Die größte Herausforderung: die Schlammspritzer

berater fahren, als zum Finanzamt laufen' sorgt auch immer für breites Grinsen bei den Zuschauern", erzählt der Geschäftsinhaber weiter.

## Überlappende Einzelteile

Insgesamt nahm das Projekt circa 45 Stunden in Anspruch – von der Dateiaufbereitung, dem Druck und der Weiterverarbeitung bis zur Verklebung. Dabei kamen circa 30 Quadratmeter Folien zum Einsatz. „Verwendet wurde die 3M Print Wrap-Folie IJ 280 mit dem Schutzlaminat 8428G laut Herstellervorgabe. Diese Folie ist nach unseren Erfahrungen bestens für die 3D-Verklebung geeignet“, äußert Manuela Manchen, Leiterin Transportmedien und Digitaldruck, Stadtreklame Nürnberg.

Im Zuge der ersten Schritte fixierte man die einzelnen Drucke am Fahrzeug und beschnitt sie entsprechend. Nachdem das Knifeless-Tape am Fahrzeug angebracht war, ging es auch schon an das Verkleben; die Folie wurde

im trockenen Zustand aufgeklebt. Kleine Herausforderungen gab es auch hier, wie Manuela Manchen erzählt: „Aufgrund vom Motiv wurde eine Abwicklungsdatei vor dem Druck erstellt, aus der dann mit zum Teil großer Überlappung Einzelteile gedruckt wurden.“

## Spaß kommt nicht zu kurz

Aber auch diese Hürde ließ sich bewerkstelligen, und so zeigte sich Kunde Manuel P. Stöhr mehr als zufrieden: „Cooles Auto, cooler Job von mococo medienmanufaktur. Mit diesem Hingucker sind coole Touren durch den Steuereidschungel inklusive Spaßfaktor garantiert.“

Das Stichwort Spaß nimmt man auch beim Unternehmen mococo medienmanufaktur ernst: „Wir stehen seit 2002 für ehrliche Arbeit, gepaart mit einem ordentlichen Hauch Verrücktheit und aufregenden Ideen“, sagt Stefan Schwarz zur Firmenkultur. Das bunt gemischte mococo-Klientel wisse diese Mischung ebenso zu schätzen wie Stefan Schwarz seine Kunden: „Zu mir kommen Leute, die keine 0815-Werbung haben wollen. Diese Leute bewahren mich davor, einfach nur Fließbandwerbung zu machen. Dafür bin ich ihnen sehr dankbar.“

Und was ist zukünftig Trend? „Unsere Glaskugel hat leider schon Feierabend, sprich, ich kann nicht sagen, was die Zukunft bringt. Wenn es so weitergeht wie bisher – bezogen auf Autolackierungen – wird die Welt wohl noch düsterer werden. Dagegen helfen nur farbige und auffällige Folierungen, um ein wenig Freude auf den Asphalt zu zaubern“, schließt Stefan Schwarz ab.

*Regina Pawlowski*

[www.mococo.de](http://www.mococo.de)

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

# WELLE OBERKIRCH

IHR LIEFERANT FÜR DRUCK- & WERBETECHNIK



SIEBDRUCK SERVICE WELLE GMBH  
AM WIESENBACH 6  
77704 OBERKIRCH

TEL +49 7805 96 55 0  
FAX +49 7805 95 55 55

E-MAIL [INFO@WELLE-OBERKIRCH.DE](mailto:INFO@WELLE-OBERKIRCH.DE)  
[WELLE-OBERKIRCH.DE](http://WELLE-OBERKIRCH.DE)

**Besuchen Sie uns:**  
[welle-oberkirch.com](http://welle-oberkirch.com)  
[dtf-welle.de](http://dtf-welle.de)





In bis zu sechs Metern Höhe befinden sich die frisch folierten Flaschen in der Füllerei Palmbräu.

Die verwendete Grundfolie ist anthrazit-matt.



# Die Flaschen hoch!

Die Füllerei Palmbräu wurde mit einem neuen Wanddesign foliert.

Auch wenn ein Folierer sicherlich jedes Projekt mit großer Leidenschaft angeht, war bei dieser Arbeit die Motivation aufgrund der Umgebung vielleicht noch ein bisschen größer – schließlich schafft es das Bier immer wieder weit nach oben auf der Liste der Lieblingsgetränke der Deutschen: Harald Grupp erhielt den Auftrag, die Wände der Füllerei Palmbräu neu zu gestalten. Der Kunde war dabei kein Unbekannter; seit nunmehr 15 Jahren setzt der Inhaber von hg Info-Art Projekte für das Unternehmen um. „Dieses Mal war die Grundidee, eine sechs Meter hohe Wand mit einer Grundfolie in mattem Anthrazit und mit den einzelnen Flaschen des Produktsortiments als Konturschnitt zu bekleben und zusätzlich einen Schriftzug zu integrieren“, erklärt Harald Grupp.

## Hohe Temperaturen

Der Ort des Geschehens – sprich die Füllerei – brachte dabei einige Herausforderungen mit sich, denn dort herrschen hohe Temperaturen sowie eine sehr hohe Luftfeuchtigkeit. Deshalb sind die Wände dort mit einer speziellen keramikartigen Beschichtung versehen, die abwaschbar ist. Ein Überstreichen der Wand kam daher

nicht infrage, da die Farbe bei den Umgebungsbedingungen nicht ausreichend auf der Oberfläche haften würde. Es stand also relativ schnell fest, dass verklebt werden soll – aber auch hier musste zunächst die Haltbarkeit der Folie geprüft werden. „Gesagt, getan: Der Klebeversuch nahm einige Wochen des Wartens in Anspruch, um zu testen, ob der Kleber der Folie wirklich Haftung findet“, berichtet Harald Grupp. Dabei wurde bereits die originale Grundfolie – Oracal 970-093M von Orafol – verwendet. Um auszuschließen, dass Feuchtigkeit hinter die Folie wandert, kam die Ausführung ohne Luftkanal zum Einsatz. Nachdem man eine Haftung garantieren konnte, stand dem Projekt nichts mehr im Wege. Mit der Designgestaltung hatte Harald Grupp dabei nicht viel zu tun; der Kunde hatte bereits eine ziemlich genaue Vorstellung davon, wie das fertige Design aussehen soll, und somit war dieser Schritt mithilfe einer Grafikagentur schnell abgehandelt. Eine größere Herausforderung stellte hingegen der Druckprozess dar. „Alle, die im LFP-Bereich tätig sind, kennen das Problem: Anthrazit ist nur äußerst schwer zu drucken. Zusätzlich musste der Hintergrund hier matt sein, was eine ganz eigene Folie als Hintergrund erforderte“, so Harald Grupp. Der Grund liegt darin, dass die Fla-

schen glänzend als Kontrast zum Hintergrund dargestellt werden sollten; durch diese Art der Beklebung entstehe ein optischer „dreidimensionaler Effekt“. Auch die Größenanpassung der Flaschen in den einzelnen Feldern war nicht ganz einfach, da diese proportional zur Größe der „echten“ Flaschen ausfallen sollte.

## Alles getempert

Die Folierung selbst – die während des laufenden Probebetriebs der Füllerei vonstattenging – begann mit der Untergrundreinigung; anschließend wurden 170 Quadratmeter der Folie Oracal 970-093M, 80 Quadratmeter Orajet 3551 ohne Luftkanal mit dem dazugehörigen Laminat in Glossy und 18 Quadratmeter aus der Plotterfolien-Serie Oracal 951 verklebt.

Zunächst mussten die Grundfolie in mattem Anthrazit aufgebracht und dabei alle Ränder sowie Übergänge sorgsam getempert werden. Anschließend wurde der zweigeteilte Digitaldruck mit dem Flaschenmotiv über der Grundfolie aufgebracht, und auch dieser wurde sorgsam an den Rändern getempert, um die Kanten zu versiegeln – genau wie die Klebeschrift in der Mitte der Flaschenparade.

Die bereits erwähnten klimatischen Bedingungen kamen besonders im oberen Drittel der Wandfläche noch mal stark zum Tragen, da es über der zu beklebenden Wandfläche einen in den Raum ragenden Absatz gab. Dadurch stauten sich in sechs Metern Höhe die Wärme und Luftfeuchtigkeit direkt unter dem Absatz.

Trotz der besonderen Herausforderungen, die die Umgebung mit sich brachte, konnte das Projekt für den Kunden zufriedenstellend abgeschlossen werden. Als alleiniger Folierer benötigte Harald Grupp für die Wandfolierung 2,5 Tage im Büro für Digitaldruck, Laminieren, Konturschnitt und Klebeschriften. Das Verkleben selbst fand dann in zwei Etappen statt – insgesamt war der Inhaber von hg Info-Art 5,5 Tage vor Ort.

„Mit einem Lächeln und Strahlen in den Augen hat der Kunde dann die Flaschen, welche in drei bis sechs Meter Höhe geklebt waren, in Augenschein genommen“, erinnert sich Harald Grupp. Und vielleicht haben Sie – sollten Sie mal wieder in den Genuss einer Flasche Palmbräu kommen – zukünftig auch die imposanten Flaschen vor Augen, die nun die Wände der Füllerei Palmbräu zieren.

*Sina Eilers*

[www.hginfo-art.de](http://www.hginfo-art.de)

# AUTO WRAP

Entdecken Sie die Digitaldruckfolien aus unserem exklusiven AUTO-Sortiment. Für 1D-, 2D- und 3D-Anwendungen bietet AUTO Wrap alles, was Digitaldrucker brauchen. Dank der innovativen X-Scape Technologie von Arlon gelingt die Verklebung einfach & blasenfrei, wodurch Sie ein professionelles und langlebiges Finish erhalten.



**AUTO Wrap 1D** dient optimal dem Einsatz von Innen- und Außenbeschilderungen, Seitenwände flacher Fahrzeuge, Verkaufsdiskplays oder Gebäudebeschilderungen. Mit mehreren Druckverfahren kompatibel bietet die 1D Variante bis zu 5 Jahre Haltbarkeit im Außenbereich.



**AUTO Wrap 2D** eignet sich hervorragend für vielseitige Autobeschriftungen, Transporter mit einfachen Sicken, Züge, Beschilderungen und viele weitere Anwendungen. AUTO gewährleistet eine verbesserte Verklebung auf den unterschiedlichsten 2D-Oberflächen. Mit einer Vielzahl von Druckverfahren kompatibel und verfügt über eine Haltbarkeit von bis zu 7 Jahren im Außenbereich.



**AUTO Wrap 3D** wurde speziell für Fahrzeugvollfolierung und großformatige Grafiken entwickelt. Diese Folie bietet eine hervorragende Anpassungsfähigkeit sowie eine glatte, lackähnliche Oberfläche. Mit ihrer Kompatibilität zu einer Vielzahl von Druckern überzeugt sie außerdem durch eine verlängerte Haltbarkeit von bis zu 10 Jahren Jahren.

# Sternenstaub-Effekt



Mit AP/99-MBK lassen sich Metallic-Lackierungen von Motorradkarosserien nachbilden.

Bilder: Apa



Die AP/99-MBK-Folie von Apa und Core Stickers aus der Apa MBK Pro-Serie eignen sich für die Veredelung von Motorrädern und Karts.

## Wer verbirgt sich hinter Core Stickers?

**Giorgio Fresco, Eigentümer von Core Stickers:** Core Stickers ist ein Unternehmen der Big One Gruppe, wurde 2008 gegründet und ist auf das Herstellen von Klebegrafiken für Offroad-Rennmotorräder spezialisiert. Damals brachte mich mein Studium als Grafikdesigner und meine Leidenschaft für Motocross dazu, ein Unternehmen zu gründen. Im Laufe der Jahre hat sich unser Markt vom Piemont aus auf ganz Italien ausgedehnt, mit einem Netz von qualifizierten Vertretern. Auch im Ausland mit Händlern in Frankreich, Deutschland, Polen, England, Finnland et cetera sind wir mittlerweile vertreten.

## Wie kam es zur Entwicklung von AP/99-MBK – mit sogenanntem Stardust-Effekt – gemeinsam mit Apa?

Mit unserer 16-jährigen Erfahrung in der Erstellung von Custom Graphics im Bereich Offroad-Motorräder haben wir festgestellt, dass es einen Mangel gibt, Metallic-La-

ckierung von Premium-Motorradkarosserien so originalgetreu wie möglich nachzubilden. Wir haben uns dem angenähert, aber für einen Kundentyp war diese Art von Effekt zu auffällig und nicht sehr elegant. Der Stardust-Effekt war das, was unserer Meinung nach noch fehlte. Wir haben Apa auf unsere Idee aufmerksam gemacht, und die Reaktion war sofort proaktiv.

### Woher kam die Motivation oder was war der Grund, ein derartiges Produkt zu entwickeln?

In den letzten Jahren haben wir unsere Produktion von Grafiken im aufstrebenden Maxi-Enduro-Sektor ausgeweitet. In diesem Sektor sind die Anforderungen anders, neben individuellen und widerstandsfähigen Grafiken verlangen die Kunden spezielle Farben, wie den „Karosserieeffekt“; am Markt selbst gab es keine Druckerzeugnisse mit einem Klebstoff, der diese Eigenschaften aufweist. Eine konkrete Nachfrage gab es nicht – wir hatten nur die Intuition, dass es ein sehr beliebtes Produkt sein könnte.

### Können Sie uns etwas über die Studien-, Design- und Ausstattungsphasen bis zum Endprodukt erzählen?

Wir begannen die ersten „ästhetischen“ Drucktests auf einem Material, das die gleiche Oberfläche aufweist wie Motorräder. Allerdings kam ein Klebstoff zum Einsatz, der für unsere Anwendung nicht geeignet war. Nach mehreren Druck- und Laminierungsversuchen erzielten wir den gewünschten Effekt. Daraufhin erhielten wir ein Muster, das mit dem uns bekannten MBK-Kleber – ein HTS-Acrylatkleber mit hoher Klebkraft – laminiert war, und produzierten die ersten Kits auf Motorrädern.

### Was für ein Motorrad wurde dekoriert?

Die erste Anwendung erfolgte auf einem KTM-Motocross-Motorrad, das einem unserer internen Mitarbeiter gehörte, um das Produkt sofort einer maximalen Belas-

tung auszusetzen und seine Abnutzung zu beobachten. Motocross ist der extremste Test für eine Grafik: Wenn das Material auf einem Motocross-Bike standhält, kann es auch allen anderen Bedingungen standhalten.

### Gibt es irgendwelche Besonderheiten bei der Gestaltung der Grafiken für ein Motorrad?

Die erste Aufmerksamkeit gilt dem Grafikzuschnitt. Da es sich um Material mit bestimmter Dicke und Schutzschicht handelt, kann es nicht wie normale Folie behandelt werden, sodass die Festlegung der Schnitte und Formen von grundlegender Bedeutung ist.

### Was ist der neue Trend bei der individuellen Gestaltung von Motorradgrafiken? Wie sieht die Zukunft aus?

Es handelt sich um einen äußerst vielfältigen Sektor mit sehr unterschiedlichen Kundengeschmäckern. Im Laufe der Jahre sind verschiedene Trends aufeinandergefolgt, oft beeinflusst durch die Entwicklung der Druckmaschinen und der Trägermaterialien. Wir sind von sanften Tönen zu fluoreszierenden Farben übergegangen. In den letzten Jahren waren es vor allem anpassungsfähige Chrom- und Hologrammfolien, die einen Großteil des Streetstyles bestimmt haben.

Im Rennsport ist man bei traditionellen Grafiken mit Standardfarben geblieben, auch aus Gründen der Sponsorensichtbarkeit. Im Maxi-Enduro-Bereich glauben wir, dass es in Zukunft aus Gründen der Eleganz eine Entwicklung hin zu stardust-artigen Veredelungen und traditionellen Grafiken geben wird. Wir rechnen darüber hinaus in Zukunft mit Anfragen für 3D-Texturen, die derzeit lediglich in der Welt der Autos vorkommen.

*Die Fragen stellte Regina Pawlowski.*

[www.apaspa.com](http://www.apaspa.com); [www.corestickers.it](http://www.corestickers.it)



**Farben-Frikell | WTB**  
Fachhandel für Siebdruck & Werbetechnikbedarf

**www.farben-frikell.de**

Folgen Sie uns auf Social Media:   



**Car Wrapping-Seminare:** Wir bieten Basis-, Fortgeschrittenen- und Komplettseminare an. Unsere Wrapping-Profis geben ihr Fachwissen gerne an Sie weiter.



**24/7 Online-Shop:** Bei uns im Webshop finden Sie eine große Auswahl von Struktur- und Farbfolien, wie Carbon-, Brushed Effect- oder Steinschlagschutzfolien. Wir bieten außerdem Digitaldruckfolien, Plotterfolien, Lamine sowie das passende Wrapping-Zubehör an.



**ORACAL® 970RA**  
Premium Wrapping Cast



**ORACAL® 970RA+ ProSlide™**  
Premium Wrapping Cast



**ORACAL® 3951RA+ ProSlide™**  
Premium Digital Printing Cast PVC



**ORACAL® 3971RA+ ProSlide™**  
Premium Digital Printing Cast PU



**ORACAL® 2815GF+**  
Stone Guard Film

**Empfohlenes Laminat:**  
ORAGUARD® 293

**Empfohlenes Laminat:**  
ORAGUARD® 279

**ORACAL® 2815MF+**  
Stone Guard Film

# Alles rechtens?

Wie sich Folierer davor schützen können, ungewollt gegen das Markenrecht zu verstoßen.

In der Ausübung unseres Berufs als Schilder- und Lichtreklamehersteller sowie als Folierer haben wir es immer dann mit Urheberrechten zu tun, wenn Kunden uns Bilder, Texte oder Logos zur – wie auch immer gearteten – Reproduktion vorlegen. Ich hatte in meinem Artikel in der Wraps 2022 „Erlaubt ist, was gefällt“ bereits Urheberrechte angesprochen, aber nicht im Detail behandelt. Das möchte ich hier ergänzend nachholen.

Egal welche Vorlagen wir für Kunden weiterverarbeiten sollen, es obliegt uns zu prüfen, ob diese nicht dem Urheberrecht unterliegen. Dazu nachstehend einige wichtige und auch für mich erstaunliche Informationen. Sei es nun der Luis-Vuitton-Rapport, das Martini-Logo oder ein Bild aus dem Netz, wir dürfen nicht alles ohne Weiteres reproduzieren, nur weil der Kunde es wünscht. Insofern ist der Kunde nicht immer König!

## Wann greift Urheberrecht?

„Wer einer kreativen Tätigkeit nachgeht und beispielsweise als Komponist oder Texter geistige, wissenschaftliche oder künstlerische Werke kreiert, den schützt in Deutschland das Urheberrecht. Dieses legt fest, dass Dritte jenes geistige Eigentum nicht für eigene Zwecke ausgeben, übernehmen beziehungsweise kopieren dürfen. Wer das ohne Zustimmung des Urhebers oder der Urheberin tut, dem drohen Abmahnungen und Geldstrafen wegen Verstoßes gegen das Urheberrecht“ (*Textquelle: www.lexware.de*). Nachdem das Urheberrecht jegliches geistiges Eigentum umfasst respektive schützt, möchte ich mich im weiteren Verlauf jedoch eher mit der Kategorie Markenrecht befassen. Das erscheint mir für unser Handwerk am relevantesten zu sein.

## Was gilt als Markenzeichen?

Im Prinzip ist Markenrecht genau das Gleiche wie das Urheberrecht, beschränkt auf den kreativen Bereich um Markenzeichen. Als Markenzeichen gelten Worte, Zeichen, Grafiken oder auch Klangfolgen, welche unverwechselbar für eine bestimmte Marke stehen. Beispielsweise

Der Mercedesstern – auch ohne den Namen würden die meisten sofort erkennen, um welche Marke es sich handelt.

Bild: Michael Kauer auf Pixabay



eine „Wort-Bild-Marke“ wie Coca-Cola; die speziell entworfene Schriftart macht das Wort einzigartig. Auch der Nike-Haken gehört dazu. Dieser wirkt mittlerweile sogar losgelöst vom Markennamen. Auch der Mercedesstern sei genannt, welcher seit seiner grafischen Geburt unverwechselbar für diese eine Marke strahlt.

## Wann geschützt?

Ein Auszug aus dem „Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (Paragraph 4, Markengesetz, Entstehung des Markenschutzes“: „Der Markenschutz entsteht durch die Eintragung eines Zeichens als Marke in das vom Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register, durch die Benutzung eines Zeichens im geschäftlichen Verkehr, soweit das Zeichen innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Marke Verkehrsgeltung erworben hat, oder durch die im Sinne des Artikels 6 der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums (Pariser Verbandsübereinkunft) notorische Bekanntheit einer Marke.“

Der Erwerb des Markenschutzes nach Paragraph 4 gewährt dem Inhaber der Marke ein ausschließliches Recht (Paragraph 14, Markengesetz). Das bedeutet, dass ein Markenzeichen nicht zwingend eingetragen sein muss, um diesem Schutz zu unterliegen. Der volle Schutz kann bereits durch die schiere Bekanntheit oder Länge der Nutzung gewährleistet sein!

## Die Strafen

Ich hatte die Gelegenheit, mich mit einem Richter unterhalten zu können, welcher sich hauptsächlich mit Urheber-



berrechtsklagen befasst. Gemäß seiner beruflichen Erfahrung werden diese zu 90 Prozent im Sinne des Klägers (*des Urhebers*) entschieden und Strafgerichte von 30.000 Euro aufwärts verhängt. Angesichts dieser Summe würde ich mir überlegen, ob ich kopiere oder doch eher komponiere. Abgesehen davon – wer selber kreativ tätig ist und weiß, wie viel er in sein Werk investiert, versteht, dass ein Plagiat den Tatbestand des Diebstahls erfüllt und somit kein Kavaliersdelikt ist.

## Unwissenheit schützt nicht

Generell gilt, wer existierende Markenzeichen gewerblich nutzt, macht sich strafbar! Ferner gilt: „Wird die Verletzungshandlung in einem geschäftlichen Betrieb von einem Angestellten oder Beauftragten begangen, so kann der Unterlassungsanspruch und, soweit der Angestellte oder Beauftragte vorsätzlich oder fahrlässig gehandelt hat, der Schadensersatzanspruch auch gegen den Inhaber des Betriebs geltend gemacht werden“ (*Paragraph 14 Absatz 7, Markengesetz*). Es empfiehlt sich also, auch Angestellte für diese Thematik zu sensibilisieren.

## Schützen Veränderungen vor Strafe?

Hierzu ein weiterer Auszug aus dem Markengesetz, Paragraph 14 Absatz 2: „Dritten ist es untersagt, ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr in Bezug auf Waren oder Dienstleistungen (...) ein Zeichen zu benutzen, wenn das Zeichen mit einer Marke identisch oder ihr ähnlich ist und für Waren oder Dienstleistungen benutzt wird, die mit denjenigen identisch oder ihnen ähnlich sind, die von der Marke erfasst werden, und für das Publikum die Gefahr einer Verwechslung besteht, die die Gefahr einschließt, dass das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird, (...)“. Dies sollte mit dem Irrtum aufräumen, dass es genügt, ein Markenzeichen in drei Punkten zu verändern, um den Urheberschutz zu umgehen. Plagiat ist und bleibt Plagiat. Ich rate allen, sich eigene Gedanken bei der Entwicklung von Markenzeichen zu machen und zur Vorsicht bei der Umsetzung allzu forscher Kundenwünsche. Der guten Ordnung halber möchte ich noch bemerken, dass dieser Artikel nicht den Anspruch auf rechtliche Vollständigkeit erhebt. Er soll lediglich informieren.

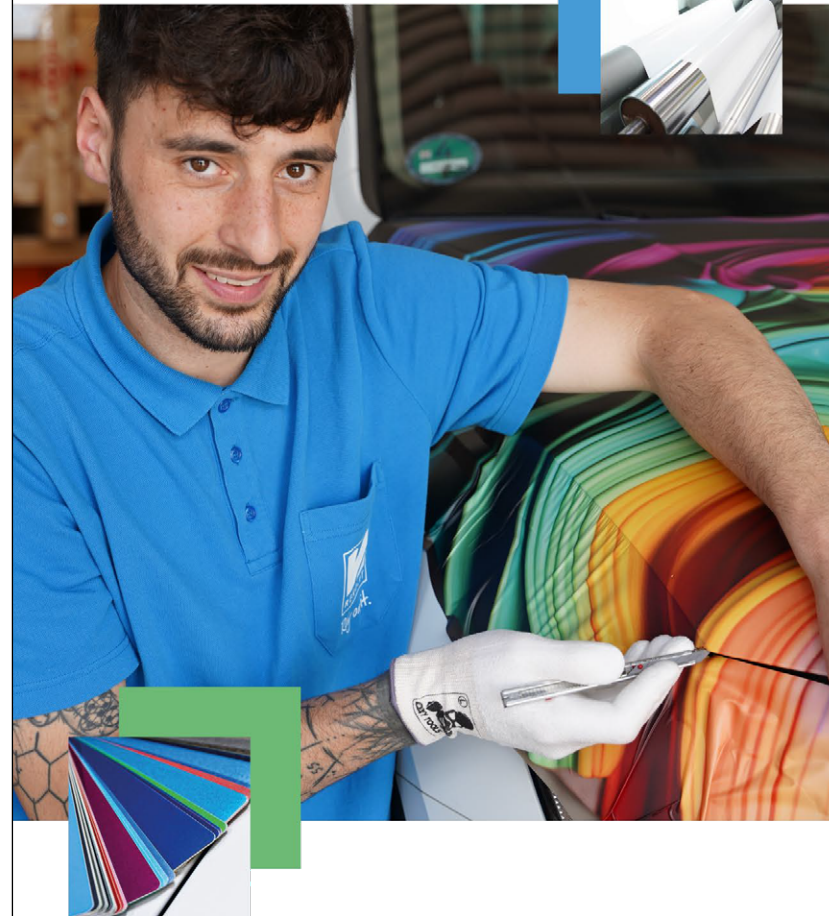
Robin Bös

[www.gesetze-im-internet.de](http://www.gesetze-im-internet.de)  
[www.robinboes.com](http://www.robinboes.com)



Rely on it.

## Qualität steht und fällt mit der Basisfolie RENOLIT – Führender Hersteller kalandrierter Folie



Durch die ausgefeilte und moderne Kalandertechnologie stellt RENOLIT Herstellern von selbstklebenden Produkten qualitativ hochwertige Folien zur Verfügung.

- Als transparente, weiße oder bunte Folien,
- für drinnen und draußen,
- für den Druck oder als Schutzfolie –

die Highquality-Folien verfügen über ausgezeichnete Verarbeitungseigenschaften an Beschichtungs- und Plottermaschinen und setzen Standards weltweit.

Steckt ein wenig RENOLIT  
auch in Ihrer Anwendung?

Fragen Sie mal nach!



# Für alle Wetterfälle

Korrosionsschutzfolien – auch für Werbetechniker interessant?

## Für welche Anwendungsszenarien können Werbetechniker Korrosionsschutzfolien verwenden?

**Giang Ha Huynh, Marketing Specialist bei Renolit:** Korrosionsschutzfolien sind hauptsächlich für industrielle Anwendungen gedacht, insbesondere für den Schutz von Windkraftanlagen beziehungsweise generell zur Reparatur von Korrosionsschäden an Stahlkonstruktionen. Grundsätzlich haben auch Werbetechniker durch ihre Professionalität bei der Applikation von selbstklebenden Folien alle Voraussetzungen, um auch Korrosionsschutzfolien wie Renolit CP Advanced zu verkleben.

## Wie unterscheiden sich Korrosionsschutzfolien zu gängigem Folienmaterial in Bezug auf ihre Eigenschaften und Handhabung?

Korrosionsschutzfolien bieten speziellen Schutz gegen Korrosion, extreme Wetterbedingungen und Seeluft. Der Korrosionsschutz ist sozusagen direkt in das Folienprodukt integriert, und die Korrosionsschutzwirkung ist sofort nach der Applikation vorhanden. Ähnlich wie bei PVC-Folien zählen zu den Eigenschaften des Folienmaterials Langlebigkeit und Umweltfreundlichkeit; darüber hinaus ist es frei von gefährlichen Stoffen oder VOC-Emissionen. Im Gegensatz zu herkömmlichen Lackierungen erfordert die Anwen-

dung der Korrosionsschutzfolie keine Primer oder Trocknungszeiten. Die Folie lässt sich schnell und einfach auf unregelmäßigen Oberflächen anbringen, was die Stillstandzeiten der Anlagen minimiert. Die Installation erfolgt in einem einzigen Schritt, was deutlich weniger Zeit und Aufwand erfordert verglichen etwa mit herkömmlichem Coating.

## Wie schätzen Sie derzeit generell die Nachfrage nach Korrosionsschutzfolien ein?

Die Marktnachfrage ist hoch, insbesondere aufgrund der Notwendigkeit, Windkraftanlagen in Extremen effektiv vor Korrosion zu schützen. Da die herkömmlichen Schutzmethoden oft versagen und zu teuren Still-

standszeiten führen, bieten Korrosionsschutzfolien eine kosteneffiziente und zuverlässige Alternative.

## Gibt es neue Technologien oder Trends, die Sie in diesem Bereich für wichtig erachten?

Eine wichtige Technologie ist die Integration des Korrosionsschutzes direkt in das Folienprodukt. Ein Trend könnte darüber hinaus die zunehmende Umstellung von herkömmlichen Lackierverfahren auf solche Folienlösungen sein, die schneller, umweltfreundlicher und kosteneffizienter sind.

*Die Fragen stellte Regina Pawlowski.*

[www.renolit-cp-advanced.de](http://www.renolit-cp-advanced.de)

## Renolit CP Advanced

Die Korrosionsschutzfolie Renolit CP Advanced hält nach Angaben von Renolit das optimale Gleichgewicht zwischen den beeindruckenden Eigenschaften einer Folie und den extremen Anforderungen, die ihr auf dem offenen Meer abverlangt werden. Das belegen unter anderem mehrjährige Feldtests sowie eine 15.000-Stunden-Xenon-Prüfung gemäß ISO 4892-2. Zu den Eigenschaften des Folienmaterials zählen darüber hinaus:

- nach BAW-Standard (DIN EN ISO 12944-9 CX) zertifiziert
- Langzeit-Korrosionsschutz von zehn Jahren und mehr
- Foliendicke  $\geq$  430 Mikrometer
- in der Farbe RAL 7035, sprich Lichtgrau, produziert; auf Wunsch ist auch der Farbton RAL 1023 (*Verkehrsgelb*) lieferbar
- für Temperaturbereich zwischen -30 bis 70 Grad Celsius ausgelegt
- verarbeitbar bei Temperaturen von 10 bis 35 Grad Celsius

# UPM RAFLATAC GRAPHICS SOLUTIONS - IHR PARTNER FÜR HOCHWERTIGE SELBSTKLEBENDE DRUCKMEDIEN, BESCHRIFTUNGS- UND VERKLEBUNGSFOLIEN.

Entdecken Sie unser umfangreiches Sortiment:

- Hochwertige Folien und Schutzlaminat  
für den Großformatdruck
- Siebdruck und UV Offset-Druckfolien
- Beschriftungsfolien
- Premiumfolien für Fahrzeugverklebungen  
und Innendekorationen
- PVC-freie Folien



Besuchen  
Sie uns  
in 2025:

 **wetec**

February 13 – 15, 2025 | Messe Stuttgart, Germany

**FESPA**  
GLOBAL  
PRINT EXPO

Berlin  
6 – 9 MAY 2025

**UPM**RAFLATAC  
Graphics Solutions

Vogelschutzfolien fügen sich optisch in das Gesamtbild.

# Unsichtbare Gefahr

Vogelschutzfolien lassen sich nachträglich auf Glasflächen an Gebäuden anbringen.

Wahrscheinlich hat jeder schon einmal erlebt, dass ein Vogel ungebremst gegen eine Fensterschreibe geflogen ist – für die meisten Tiere endet das tödlich. Das Problem: Vögel können Glasscheiben nicht erkennen, denn entweder sehen sie durch sie hindurch oder die Umgebung spiegelt sich darin. Besonders bei sehr großen Flächen besteht somit die Gefahr, dass die Tiere das Glas als freie Fläche wahrnehmen. Zweifelsohne ein von Menschen erzeugtes Problem; entsprechend ist es auch unsere Pflicht, Lösungen dafür anzubieten.

## Punkte retten Leben

Eine Möglichkeit, in Gebäuden verbautes Glas für Vögel sichtbar zu machen, aber als Mensch dennoch die Funktionen weiterhin nutzen zu können – sprich Lichteinfall und der Blick nach draußen –, sind Vogelschutzfolien. Folienhersteller Bruxsafol hat deshalb neu im Sortiment die Folienreihe Bird Friendly Designs, kurz BFD: „Vogelschutzfolien werden auf Glasflächen installiert zu echten Lebensrettern. Durch die sich wiederholenden Muster



Die PVC-Folie BFD P100 hat schwarze Punkte als Muster.

wird die Glasfläche für den Vogel sichtbar und als Barriere wahrnehmbar“, erklärt das Unternehmen. Darüber hinaus liegt ein weiterer Vorteil darin, dass sie sich auch nachträglich noch auf Glasflächen anbringen lassen. Somit entfallen die Kosten und der Aufwand für eine Spezialverglasung. Für Firmen ist zusätzlich interessant, dass bei einigen Folienarten ein Logo aufdruckbar ist, wenn gewünscht, und es gibt Modelle, bei denen der Sonnenbeziehungsweise UV-Schutz gleich integriert ist. Bereits im Einsatz ist eine der Vogelschutzfolien von Bruxsafol bei der neuen Dreifachsporthalle der Grundschule Giebelstadt, und zwar konkret die Folie BFD P100 (*mehr zu den Eigenschaften siehe Kasten*). Das Ziel bei der Folieninstallation bestand darin, Vogelschlag bei den sehr hohen Glasfenstern der Sporthalle zu verhindern, ohne dabei das optische Erscheinungsbild stark zu verändern.

Verarbeitet wurden letztendlich 270 Quadratmeter Folie. Die Folienmontage erfolgte hier nach Fertigstellung des Gebäudes. Nun zieren 30.000 Punkte die Fassade und machen sie somit für vorbeifliegende Vögel besser erkennbar. Für Menschen fallen die Folien bei der Höhe der Glasscheiben in der Gesamtbetrachtung hingegen kaum auf.

Der folgende Kasten bietet einen Überblick über die Bruxsafol-Vogelschutzfolien und ihre Funktionen.

Sina Eilers

[www.bruxsafol.de](http://www.bruxsafol.de)

## Vogelschutzfolien von Bruxsafol

Bruxsafol hat aktuell fünf Vogelschutzfolien im Sortiment, welche laut Unternehmen alle eine Haltbarkeit von bis zu 15 Jahren aufweisen. Alle Folien des Sortiments sind darüber hinaus auf ihre Wirksamkeit durch die Biologische Station Hohenau-Ringelsdorf getestet.

### BFD P100

Die PVC-Folie BFD P100 von Bruxsafol weist neun Millimeter große schwarze Punkten auf, die zum Raster angeordnet sind. Dadurch ist beim Einsatz des Folienmaterials ein Prozent der Glasfläche bedeckt. Die Wirksamkeit gibt das Unternehmen mit 89 Prozent an. Für die Montage wird die Folie geplottet und mit Transfertape angebracht.

### BFD P120

Bei BFD P120 handelt es sich ebenfalls um eine PVC-Folie, welche mit schwarzen Linien versehen ist. Dadurch sind am Ende circa fünf bis sechs Prozent der Fläche bedeckt, die Wirksamkeit liegt nach Angaben von Bruxsafol bei 95 bis 97 Prozent. Wie bei der BFD-P100-Variante wird das Folienmaterial geplottet und mit Transfertape montiert. Die Besonderheit: Die Montage von BFD P120 ist nach Angaben von Bruxsafol sowohl horizontal als auch vertikal möglich.

### BFD P305

Bei der PVC-Folie BFD P305 kommen die halbtransparenten Folien Iced Haze oder Pearly Haze zum Einsatz; das Muster zeigt vertikale, organisch verlaufende Linien. Damit sind einerseits 25 Prozent der Fläche bedeckt, und andererseits wird eine Wirksamkeit von 94 Prozent erzielt. Bei dieser Folie lässt sich auf Wunsch ein Firmenlogo integrieren.

### BFD 21

Ein weiteres Modell mit Punkteraster ist die PET-Folie BFD 21: Von innen ist sie mit weißen Punkten ausgestattet, die Außenansicht zeigt hingegen blaue Punkte mit weißen Punkten in der Mitte. Die bedeckte Fläche liegt bei unter drei Prozent, die Wirksamkeit bei 93 Prozent. Die Montage erfolgt mit vollflächigen Folienbahnen. Zu den weiteren Eigenschaft zählt, dass die Folie einen integrierten UV-Schutz besitzt.

### Silver 35 BFD 11

Wer gerne einen integrierten Sonnenschutz bei seiner Vogelschutzfolie hätte, der ist mit der PET-Folie Silver 35 BFD 11 gut beraten. Die bedeckte Fläche beträgt hier weniger als drei Prozent, die Wirksamkeit gibt Bruxsafol mit 87 Prozent an. Wie bei dem BFD-21-Material erfolgt die Montage in vollflächigen Folienbahnen.

# ARLON IST INNOVATIV

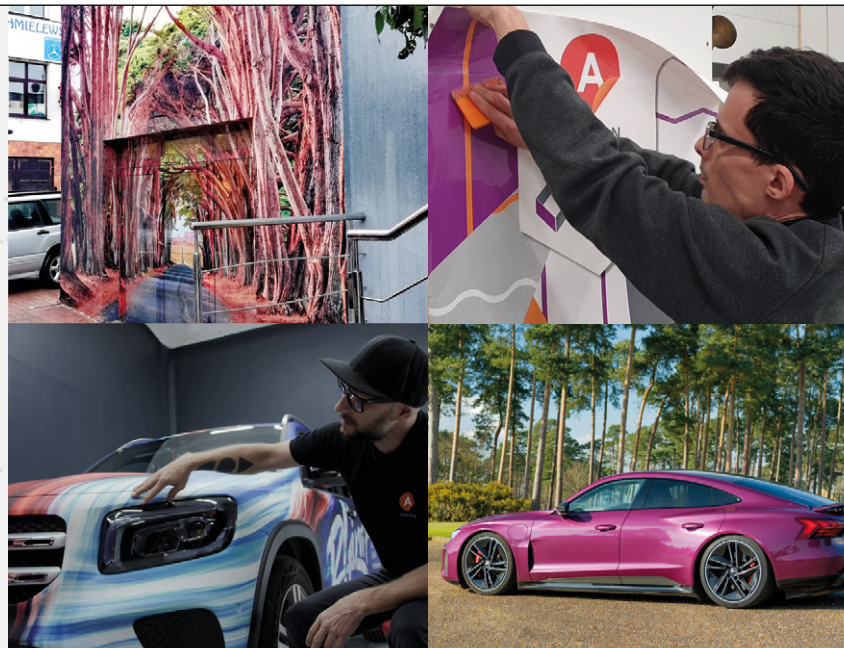
Seit 1958 produzieren wir hochwertige Materialien für Folierungen und Werbetechnik.

Wir bieten alles von Car-Wrapping- bis zu Wand- und Beschilderungsfolien.

Wir arbeiten stets an innovativen Lösungen, die Ihnen helfen, Ihr Geschäft zu optimieren.



YOUR PARTNER OF CHOICE  
**ARLON.COM**



# Chancen nutzen



Vans sind derzeit im Trend: eine Chance für Folierer, auf diesen Zug aufzuspringen.



Die Farbtrennungslinie hinten stellte eine Herausforderung beim Folieren dar.

Metamark ist sowohl im Carwrapping als auch mit einer neuen Folie im Interieurbereich unterwegs.

Es gibt ein Outdoor-Phänomen, das in allen Industrieländern der Welt angekommen zu sein scheint. Während der Coronapandemie hat es einen Aufschwung erlebt, mittlerweile hat sich bereits eine Branche darum herum entwickelt. Die Rede ist von Tinyhouses auf Rädern, Campern oder Vans, die als ein Zuhause auf Zeit dienen können und einem die oftmals lästige Suche nach einer passenden Unterkunft ersparen. Gleichzeitig sind die mobilen vier Wände kostengünstig im Betrieb. Wichtig ist es den Besitzern, professionellen Umrüstern und angehenden Heimwerkern aber, nicht nur eine praktische Innenausstattung zu schaffen, sondern auch ein unverwechselbares Äußeres. Damit tut sich eine neue Chance für den Bereich Carwrapping auf! Jeder, der in den Sommermonaten schon einmal auf einer Autobahn in Richtung Süden gefahren ist, wird wissen, dass sich VW T-Modelle und ähnliche Fahrzeuge stark vermehrt haben.

## Im grünen Bereich

Ein solches Exemplar wurde kürzlich vom Team von Staffordshire Wrapz foliert, ein Unternehmen nördlich von Birmingham in Burntwood Staffordshire, Großbritannien. Die Fahrzeugbesitzer eines T6 waren auf der Suche nach einer Beklebung, die das Äußere ihres Autos aufwerten soll-

te. Zum Einsatz kam dabei Metamarks Folienmaterial Bullitt Green MCX aus dem MCX-Sortiment für die Fahrzeugfolierung. Die Materialfarbe ist dabei eine Hommage an den Ford Mustang aus dem Film „Bullitt“, sieht aber auch ein wenig aus wie die VW-Farben aus vergangenen Zeiten, als die meisten Transporter zweifarbig lackiert waren. Genau diese Zweifarbigkeit stellte die größte Herausforderung bei den Folierungsarbeiten dar, denn die Linie der Farbunterbrechung befand sich beim Kundenprojekt an einer schwierigen Stelle am Fahrzeugheck. Das Problem ließ sich jedoch mit einem Zurechtschneiden der Folie beheben.

Die Folie MCX erfüllt laut Metamark alle Anforderungen beim kommerziellen Wrappen. Das Material sei einfach zu handhaben und positionieren und ermögliche es sowohl Anfängern als auch erfahrenen Verarbeitern, schnelle Ergebnisse zu erzielen. Obwohl die Farbpalette des MCX-Sortiments ihren Ursprung in der traditionellen Automobilbranche hat, ist sie zeitlos und auch auf dem heutigen Markt zu finden. „Die meisten erfahrenen Folierer würden wahrscheinlich zustimmen, dass es oftmals gute Gründe gibt, eine Volltonfarbe anstatt einer Digitaldruckfolie zu verwenden, wenn diese verfügbar ist. Nicht zuletzt, weil einige Farben einfach außerhalb der Reichweite der Drucktechnologie liegen“, so das Unternehmen. Dennoch hat Metamark mit Metacast MDC auch eine Digitaldruckfolie im Sortiment. Sie lasse sich mit allen modernen Digitaldruckfarben bedrucken, wobei der zugehörige Metaglide-Klebstoff die Möglichkeit einer einfachen Neupositionierung, eine zuverlässige Endhaftung sowie eine saubere Entfernung, wenn die aufgebrachte Folie gewechselt werden soll, bietet.

## Geschäftsfelder erweitern

Neben Carwrapping hat Metamark vor Kurzem eine neue Reihe von architektonischen Interieurfolien auf den Markt gebracht. Das Sortiment wird unter dem Namen Mia vertrieben und eignet sich unter anderem für Türen, Wände und Möbel. Eine Interieurfolierung birgt das Potenzial, viel Geld zu sparen; gleichzeitig empfinden es viele Kunden von Metamark als positiv, dass nicht so viele, eigentlich noch gut verwendbare, Möbel und Ähnliches ausrangiert werden. Stattdessen bekommen sie durch das Folienmaterial einen neuen Look verliehen und sind damit quasi wie neu. „Stellen Sie sich zum Beispiel ein Hotel vor: Es könnte Türen, Möbel beziehungsweise allgemein Oberflächen zu einem Bruchteil der Kosten renovieren, die mit einem Austausch verbunden wären“, erklärt Metamark hierzu. Das Mia-Folienmaterial ist in einer Reihe von Oberflächen erhältlich, darunter etwa Holz-, Stein- oder Metalloberflä-

chen. Zudem weist die Folienreihe laut Unternehmen sehr strapazierfähige Eigenschaften auf und ist nach dem Aufbringen leicht zu reinigen. „Die Arbeit mit Mia ist für jeden Wrapper mit ein wenig Erfahrung möglich. Das Material muss weder laminiert noch bedruckt werden und ist darüber hinaus leicht zu handhaben“, nennt das Unternehmen die Vorteile der Folie. Sie lässt sich außerdem leicht dehnen, wenn sie mit einer Heißluftpistole erwärmt wird, und durch den Metascape-Klebstoff von Metamark seien eingeschlossene Luftblasen gut entfernbar. Beim Anbringen der Mia-Folien können die gleichen Werkzeuge wie beim Carwrapping verwendet werden.

Ein weiterer Vorteil: Die neuen Folien sind auch für die Gestaltung oder Umgestaltung von Fahrzeuginnenausstattungen geeignet – beispielsweise von einem T6. Für Folierer öffnen sich damit neue Märkte beziehungsweise Geschäftsfelder, indem sie Autos nicht nur von außen, sondern gleichzeitig von innen ein neues Aussehen verpassen, ohne eine große Umstellung im Hinblick auf die Technik in Kauf nehmen zu müssen.

Shaun Hobson/Sina Eilers

[www.metamark.co.uk](http://www.metamark.co.uk)



### Innovative Vogelschutzfolien verhindern tödliche Kollisionen.

Jährlich sterben Millionen Vögel durch Kollisionen mit Glasfassaden. Das BRUXSAFOL Vogelschutzsortiment „Bird Friendly Design“ bietet eine Lösung, die erfolgreich getestet wurde.

Diese speziellen Folien machen Glasflächen für Vögel sichtbar und verhindern so Zusammenstöße. **Ab 19€/m<sup>2</sup>** sind sie erhältlich und ermöglichen vogelfreundliches Bauen mit Glas. Diese innovativen Lösungen könnten Millionen Vogel- leben retten.



Weitere Informationen finden Sie auf [bruxsafol.de/vogelschutzfolie](http://bruxsafol.de/vogelschutzfolie)



Gewa-zertifizierte Firmen folierten Rennfahrzeuge für ein Rennen auf dem Nürburgring 2024.

**Gewa –**

# Was habe ich davon?

## Welchen Nutzen Mitglieder von der Gewa haben.

Was bringt die Gewa? Diese Frage wird uns immer wieder gestellt. Nur liegt darin ein grundlegendes Missverständnis des Vereins und seines Wirkens. Die Gewa ist ein gemeinnütziger Verein, keine Profit-Organisation. Finanzielle Vorteile, beispielsweise einer Einkaufsgemeinschaft, bieten wir nicht. Das war auch nie unser Ziel. Vielmehr hat die Gewa das Folierhandwerk erfasst, Regeln zu Papier gebracht und bewirkt, dass wir dem „Schilder- und Lichtreklameherstellerhandwerk“ zugeordnet wurden. Und auch in anderer Hinsicht hat die Gewa einiges zu bieten. Zeit, eine Lanze für den Verein zu brechen.

## Was die Gewa leistet

Die Regeln, welche alle Gründungsmitglieder gemeinsam in den Jahren vor der Eintragung als Verein im Jahre 2012 erarbeitet und niedergeschrieben haben, beruhen nicht auf persönlichen Techniken. Dieses Vorurteil schien, und scheint immer noch, im Raum zu stehen. Vielmehr haben wir uns Gedanken darüber gemacht, was Folie zu leisten imstande ist und wo Grenzen einer Folierung bestehen. Nur daran haben wir die entsprechenden Verarbeitungsrichtlinien festgemacht. Des Weiteren standen das Wohl des Kunden und falsche Vorstellungen im Markt bei unseren Überlegungen im Vordergrund. Zu sehr hatten TV-Medien Folierungen als „billigen Lackersatz“ angepriesen und ein falsches Image geschürt. Slogans wie „Folie statt Lack“ verwirren und vergleichen zwei sehr unterschiedliche Beschichtungskonzepte miteinander. Zwar mögen die Endresultate vergleichbar erscheinen, Lack und Folie sind es aber sicherlich nicht.

## Austausch und Zusammenarbeit

Eine Whatsapp-Gruppe von Mitgliedern für Mitglieder tauscht sich regelmäßig aus, liefert Informationen zu Demontagevorgängen sowie Foliertechniken und hilft sich untereinander mit Werkzeugen oder Folien aus, welche gerade nicht erhältlich sind. Ich erinnere an die Coronazeit, in der das für den einen oder anderen die Rettung bedeutet hat. Ein Mitglied erklärte mir einst, dass eben diese Zusammenarbeit der hauptsächliche Grund für die Mitgliedschaft war. Die Möglichkeit, auf ein Netz von Folierern zurückgreifen zu können, auf deren geprüfte Fähigkeiten man sich verlassen kann: unbezahlbar! Gerade für die vielen Einzelkämpfer unter uns Folierern oder für Betriebe mit weniger als fünf Angestellten tun sich ungeahnte Möglichkeiten auf.

So zum Beispiel bei Martina Lorenz (*Aqasio Folienverklebung*), die neben dem Alltagsgeschäft dieses Jahr noch acht Bahnen für den Pendelverkehr am Frankfurter Flughafen folieren sollte. Der Aufruf zur Zusammenarbeit in der Whatsapp-Gruppe zertifizierter Mitglieder führte zum Erfolg, und so trafen sich Martina Lorenz, John Kluge (*Autoglas und Folientechnik Kluge*) und Sébastien Muscianga (*Camtec Design*) in aller Herrgottsfrühe und legten gemeinsam los. Nichts für schwache Nerven, denn es galt immerhin, die Folie über 1.400 Nieten fachgerecht und haltbar zu verarbeiten – pro Bahn!

Aber auch große Betriebe wie Intax setzen auf externe Gewa-Mitglieder; so beispielsweise beim 24-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring 2024. AMG setzte dort zwei Fahrzeuge ein, welche komplett und komplex foliert



werden sollten. Da die eigene Belegschaft mit Taxi- und BW-Fahrzeugen ausgelastet war, durften die zertifizierten Firmen SE-Design und Folienritter die Rennfahrzeuge vor Ort folieren. Intax lieferte dafür die von AMG abgesegneten Drucke sowie detaillierte Vorlagen, welche die Folierer-Teams eins zu eins umsetzten.

## Einblicke verschaffen und informieren

Durch die Industriesponsoren der Gewa und die Kontakte, welche die uns angeschlossenen Trainer zu Herstellern haben, ergeben sich immer wieder Besuche bei Firmen wie unter anderem 3M, Avery, Renolit oder auch Mondi, um nur einige zu nennen. Dabei lassen uns die betreffenden Firmen mitunter weit in die Produktion blicken und geben uns wichtige Informationen mit an die Hand. Nach dem Motto „Wissen ist Macht“ lassen uns diese Einblicke unseren Job dann entsprechend besser und mit mehr Hintergrundwissen ausüben. Auch die Argumentation unseren Kunden gegenüber wird dadurch besser. Und bei all den Sponsoren, welche die Gewa unterstützen, gibt es bestimmt noch viel mehr zu erfahren. Auf unseren jährlichen Jahreshaupt- oder Mitgliederversammlungen stellen wir zudem verschiedenste Themen vor. Zum Beispiel beschäftigen wir uns mit der Frage, welche Zusatzversicherung Folierer brauchen, um Schäden an Kraftfahrzeugen abzudecken. So viel sei hier gesagt: Die herkömmliche Betriebshaftpflicht beinhaltet dies nicht. Was bewirken Fremdprodukte zur Reinigung oder Versiegelung auf unseren Folien? Welche neuen Produkte bieten unsere Sponsoren? Dafür haben wir einen „Marktplatz“ am Vortag der Versammlung eingeführt. Darüber hinaus habe ich bereits 2019 eine Reihe von Seminaren zum Thema Sachverständigenwesen auf Schloss Raesfeld besucht. Leider kam mir die wiedereingeführte Meisterpflicht dazwischen, und so bin ich heute kein ver-



**Zusammenhalt – das macht die Gewa aus. Hier zu sehen: (von vorne nach hinten) Martina Lorenz, John Kluge und Sébastien Muscianga bei der Folierung der Bahnen für den Pendelverkehr am Frankfurter Flughafen.**

eidigter Gutachter. Aber ich kann das Erlernte zur Mitglieder-Beratung und Schlichtung von Streitigkeiten zwischen Mitgliedern und deren Kunden anwenden. So kann die Gewa helfen, ihre Mitglieder vor Rechtsstreitigkeiten zu bewahren. Gleichwohl erheben weder ich noch die Gewa den Anspruch, Rechtsbeistand zu sein. Die Gewa bietet also viele Vorteile für ihre Mitglieder, und wir sind stets bemüht, diese zu erweitern. Da sich jedoch der Begriff Verein vom Wort „vereint“ ableitet, bedarf es der Mithilfe aller, um am Ende noch mehr Nutzen zu erzielen. In diesem Sinne fühle ich mich daran erinnert, mich noch ein wenig mehr einzubringen. Abschließend möchte ich noch frei nach John F. Kennedy sagen: „Ask not what your Verein can do for you – ask what you can do for your Verein.“

*Robin Bös*

[www.qualitaetsfolierer.de](http://www.qualitaetsfolierer.de)

...gewrappt mit Avery Dennison MPI 1103 EasyApply Smart Wrap + 3D- Laminat DOL 1360Z Smart Lam

...getönt mit SunTek HP15 Kfz-Tönungsfolie



**NEU.**

...Lackschutz mit Avery Dennison Supreme Protection Film SPF X3

...Steinschlagschutz mit Avery Dennison 7554 und 7555 Functional Film

# Car Wrapping Folien



...Schneideplotter und Digitale Drucksysteme



...und vieles mehr !



**WEBSHOP**  
24/7 für Sie  
geöffnet!

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

55543 Bad Kreuznach • Riegelgrube 1 • Tel: 06 71 / 88 626-0 • Fax: 88 626-99  
99085 Erfurt • Otto-Schwade-Str. 5 • Tel: 03 61 / 73 14 232 • Fax: 6 02 90 96



# 65 Sternstunden

Cifol übernimmt Vollfolierung einer Mercedes G-Klasse / PWF Sandstorm

Neidische Blicke oder schöne Aussicht? Der mit „Intense Matt Sandstorm“ folierte Mercedes G ist auf jeden Fall ein Hingucker.



Die komplexe Form der G-Klasse mit ihren vielen Kanten und Kurven war eine Herausforderung.



Die Firma Cifol Werbetechnik bietet seit 2008 unter anderem im Bereich Fahrzeugfolierung maßgeschneiderte Lösungen. Firmeninhaber Yusuf Cicili versteht sich als Dienstleister im buchstäblichen Sinne und legt dabei großen Wert auf Kundenzufriedenheit. Mit Erfolg: Vor Kurzem bekam er die seltene Gelegenheit, eine Mercedes G-Klasse mit der Premium-Folie Sandstorm zu folieren. Für Yusuf Cicili und sein Team eine echte Sternstunde. Genauer gesagt 65 Sternstunden, denn so viele Arbeitsstunden lang dauerte es, bis der Mercedes vollständig foliert und damit im neuen Look dem Kunden übergeben werden konnte.

Der Kundenkontakt kam durch eine langjährige Geschäftsbeziehung zustande. Yusuf Cicili erinnert sich: „Die Zielvorgabe war eine Premium-Folierung für eine Mercedes G-Klasse, ein anspruchsvolles Projekt, das als Königsdisziplin der Autofolierung gilt.“

## „Wir drucken selbst!“

Vor dem Folieren haben laut Yusuf Cicili Fachleute unter anderem die Rückleuchten, Türgriffe, Radkästen, Ersatzradkästen, Frontstoßstange und Blinker demontiert. Dabei sei ein professionelles Vorgehen entscheidend. Anschließend musste der Untergrund gründlich gereinigt und entfettet werden, wobei der Folierer eine kleine Ar-

beitserleichterung hatte: „Da es sich um ein Neufahrzeug handelte, waren keine Lack-schäden oder Ähnliches vorhanden.“ Inse-gesamt verklebte man, so berichtet Yusuf Cici-li weiter, etwa 30 Quadratmeter der PWF-Sandstorm-Folie. Er bestätigt: „Diese hoch-wertige, UV-beständige Premium-Folie wur-de aufgrund ihrer Haltbarkeit und der außer-gewöhnlichen Optik ausgewählt.“ Die Frage, mit welchen Maschinen er bedruckt oder ob er extern drucken lässt, beantwortet Yusuf Cicili wie aus der Druckerpatrone geschos-sen: „Wir drucken selbst!“ Für Digitaldrucke kommt ein HP335-Latexdrucker auf Was-serbasis zum Einsatz.



Am schwierigsten zu folieren an der G-Klasse waren die Scharniere.

Die Folie wurde daraufhin passgenau zuge-schnitten und, so berichtet der Fachmann weiter, vorsichtig auf die Karosserie aufge-bracht. Dabei wurde darauf geachtet, Luft-blasen zu vermeiden und die Folie glatt und faltenfrei zu verkleben. Die größte Herausfor-derung sei die komplexe Form der G-Klasse mit ihren vielen Kanten und Kurven gewesen. Yusuf Cicili betont: „Besonders die Bereiche um die Radkästen und die Frontstoßstange verlangten viel Geduld und Präzision.“ Zudem musste das Dach aufgrund seiner Überbrei-te überlappend in zwei Teilen foliert werden, was laut Yusuf Cicili besondere Sorgfalt er-forderte. Für die Folierung habe man spezi-elle Werkzeuge wie Rakel, Heißluftpistolen, Schneidelineale, Infrarotlampen und Kanten-werkzeuge verwendet.

Der Firmenchef erklärt den Mehraufwand: „Bei der Premiumfolierung wird weit um Ecken und Kanten foliert, damit die größt-mögliche Lackabdeckung zustande kommt.“ Auf die Folierung gibt er zwei Jahre Garantie. Aber der Profi-Wrapper ist zuversichtlich: „Die Folie sollte bis zu acht Jahre halten. In dieser Zeit lässt sich die Folie auch problem-los abziehen und rückrüsten.“ Zur Pflege empfehle er einen speziellen Reiniger und die Versiegelung des jeweiligen Herstellers.

## Neidische Blicke

Am Ende war der Kunde begeistert von der Präzision und der hohen Qualität der Folie-rung. Die G-Klasse sehe jetzt noch beeindru-ckender aus als zuvor. Rückblickend hält Yusuf Cicili fest, dass sich das Folieren der Scharniere als Herausforderung erwies. Die habe man in filigraner Handarbeit sehr gut bekleben können, sodass es wie lackiert aus-sehe. Er schmunzelte: „Der Kunde war sehr verblüfft, wie gut es gemacht worden ist.“ Zum Hintergrund verrät er: „Die Folie Intense Matt Sandstorm von PWF by Bruksafol ist eine Exclusive Line, die nur zertifizierte Fach-betriebe anbieten dürfen!“ Durch die heraus-ragenden Farben und unerwarteten Effekte hebe diese Linie das Auto auf ein neues Level. Der Firmeninhaber zeigt sich stolz: „Neidi-sche Blicke sind dir sicher!“

Yusuf Cicili gibt sprichwörtlich weiter Gas: „Mit dieser Folie wirbelst du Staub auf – im wahrsten Sinne des Wortes.“ Seine Bot-schaft lautet: Unberührt von dem Wirbel, den Intense Matt Sandstorm um dich herum erzeugt, startest du durch, während sich die anderen den Staub aus dem Gesicht wi-schen. Mit diesem Projekt habe Cifol die Möglichkeit bekommen, seine Fähigkeiten an einem so ikonischen Fahrzeug wie der Mer-cedes G-Klasse zu demonstrieren. Der Fir-menchef freut sich: „Die enge Zusammenar-beit mit dem Kunden und die hohen Anfor-derungen machten es zu einer wertvollen Er-fahrung für unser gesamtes Team.“

*Bettina Sewald*

[www.cifol.de](http://www.cifol.de)

## MITGLIED WERDEN LOHNT SICH!

*Wir bauen unsere Gemeinschaft aus und streben eine flächendeckende Verfügbarkeit von zertifizierten Qualitätsfolierern an.*



*Mitglied werden kann jeder erfahrene Folierbetrieb, der den Anspruch hat, zu den besten seines Faches zu gehören. Vollkommen unabhängig von der Betriebsgröße.*

**ZERTIFIZIERTE QUALITÄT FÜR FAHRZEUGFOLIERUNG UND PPF: HOHER ANSPRUCH, ZUFRIEDENE KUNDEN**

” *Um an größere Aufträge aus der Industrie heranzukommen, sind Zertifizierungen in allen Fachbereichen heutzutage unabdingbar. Die GEWA-Zertifizierung mit ihren verbindlichen Arbeitsabläufen garantiert eine identische Vorgehensweise bei der Verarbeitung von Folien aller Hersteller und schafft Vertrauen sowohl untereinander als auch beim Endkunden.*

*Manfred Hunold, Stema-Nord, Lauenburg*



## NEUGIERIG?



**JETZT NOCH DABEI SEIN!**

**GEWA**  
GENERAL-WRAPPING-ASSOCIATION e. V.

info@gewa-ev.de  
[www.qualitaetsfolierer.de](http://www.qualitaetsfolierer.de)

WERKSTATT

Eine Unterwasserwelt  
auf vier Rädern

# Unter Wasser

# auf dem Auto

Der Film „Findet Nemo“ diente als  
Inspiration für das Design.

## Ein „Findet Nemo“-Design für eine Influencerin.

In den sozialen Medien tummeln sich viele Influencer mit einer großen Reichweite und manch einer davon hat eine große Fangemeinde, die sich für außergewöhnliche und kreative Autodesigns interessiert. So wie Influencerin Meli, die sich auf ihrem Social Media-Kanal unter anderem mit Autos und Tuning beschäftigt. „Sie war auf der Suche nach einer Firma für Fahrzeugfolierungen, wurde auf uns aufmerksam und nahm entsprechend Kontakt auf“, erzählt Marco Schneiders, Leiter Professional & Luxury Carwrapping beim Unternehmen Pstylesgermany. Die Zielvorgabe und Grundidee bestanden darin, den BMW M2 der Influencerin mit einem einzigartigen und auffälligen Design zu verwandeln, das sowohl ihre Persönlichkeit als auch ihren Stil widerspiegelt. Nach einigen Gesprächen und der Ideensammlung einigte man sich auf ein detailliertes „Findet Nemo“-Design. Dieses sollte nicht nur die berühmten Filmcharaktere, sondern auch die lebendige Unterwasserwelt in all ihren Facetten darstellen. Der Designprozess selbst dauerte etwa zwei Monate, veredelt wurde das Folienmaterial anschließend im Digitaldruck – genauer mit einer Maschine von Mimaki.

### Folie und Laminat

Für das Projekt kam Oracal 3951RA-Folie in Kombination mit dem Laminat Oracal 293 Glanz zum Einsatz. Das Oracal-Folienmaterial zeichnet sich durch hohe Flexibilität und einfache Verarbeitung aus, was insbesondere bei

komplexen und detailreichen Designs wie dem „Findet Nemo“-Motiv von großer Bedeutung ist, wie Marco Schneiders äußert. Das Laminat Oracal 293 Glanz wurde gewählt, um dem Design eine zusätzliche Schutzschicht und einen brillanten Glanz zu verleihen. Die verwendete Oracal 3951RA-Folie in Kombination mit dem Oracal 293 Glanz-Laminat ist laut Marco Schneiders so konzipiert, dass sie bis zu fünf Jahre rückstandsfrei und ohne Schäden am Untergrund abgezogen werden kann.

Vor dem Folieren wurde zunächst die alte Folie, die bereits auf dem Fahrzeug angebracht war, entfernt. Dieser Schritt erforderte eine vollständige Demontage des BMW M2. Dann ging es an die Untergrundvorbereitung: Während dieser Phase wurde die Oberfläche auf Beschädigungen überprüft, vorhandene Dellen entfernt und kleinere Lackfehler ausgebessert. Zusätzlich wurde der Lack poliert, um eine glatte und makellose Oberfläche zu gewährleisten. Auch beim Verkleben wurde systematisch vorgegangen: Zunächst wurde das Folienmaterial entsprechend den Design-Segmenten zugeschnitten, dann vorsichtig auf das Fahrzeug gelegt und in Position gebracht.

## Letzte Schritte

„Anschließend haben wir die Folie mit speziellen Werkzeugen glatt gestrichen und mit einem Heißluftgebläse erwärmt, um sie besser an die Fahrzeugkonturen anzupassen“, so Marco Schneiders. Besondere Aufmerksamkeit galt der Folienanpassung an Kurven,



Das Laminat Oracal 293 verleiht dem Fahrzeug einen besonderen Glanz.

Kanten und Vertiefungen des Fahrzeugs. „Wir haben die Folie präzise gedehnt und geformt, um ein perfektes Finish zu erzielen, und überschüssige Folie an den Kanten sauber abgeschnitten. Nach Überprüfung auf eventuelle Blasen oder Falten und deren Nachbearbeitung galt es, die Folie noch einmal zu erwärmen, um eine feste Haftung zu gewährleisten. Schließlich wurden die demontierten Anbauteile wieder am Fahrzeug angebracht“, blickt der Pstylesgermany-Mitarbeiter zurück. Das gesamte Projekt, einschließlich der Vorbereitung, Demontage, Folierung und Nachbearbeitung, nahm insgesamt eine Woche in Anspruch.

Das fertige Fahrzeug ist ein echter Blickfang und hat nicht nur die Influencerin begeistert, sondern auch großes Interesse und positive Rückmeldungen in den sozialen Medien bewirkt: „Es war uns eine Freude, an diesem einzigartigen Projekt zu arbeiten, und wir sind stolz auf das Ergebnis, das die Kreativität und das Können unseres Teams widerspiegelt“, resümiert Marco Schneiders.

## Künftige Trends

Bezüglich aktueller Trends sieht Marco Schneiders derzeit vor allem einfarbige Folierungen und Lackschutzfolien weit vorne. Kunden bevorzugen zunehmend transparente Schutzfolien, die den Originalfarbton des Fahrzeugs bewahren und gleichzeitig vor Kratzern, Steinschlägen und Umwelteinflüssen schützen, erklärt er. „In Zukunft erwarten wir zudem, dass die Nachfrage nach innovativen und umweltfreundlichen Materialien weiter steigen wird. Folien mit selbstheilenden Eigenschaften, die kleine Kratzer durch Wärme oder Sonnenlicht von selbst reparieren, werden vermutlich weiter an Bedeutung gewinnen. Ebenso werden personalisierte Designs und individuelle Muster, die den persönlichen Stil des Fahrzeugbesitzers widerspiegeln, weiterhin gefragt sein“, so der Leiter Professional & Luxury Carwrapping.

Regina Pawlowski

[www.pstylesgermany.de](http://www.pstylesgermany.de)

**10%**  
für neue  
Abonnenten  
Rabattcode  
**WRAPSTWI**

**Nutze jetzt den Rabattcode und sichere dir 10% auf dein Abo bei Wrap Institute!**

Außerdem erhältst du 7 Tage kostenlosen Zugang zu allen Inhalten. Perfekt, um die neuen Funktionen auszuprobieren und sofort loszulegen.

### **TWI Town Hall:**

Interaktive Live-Sessions mit Experten.

### **Individuelle Playlists:**

Möglichkeit, personalisierte Lerninhalte zu erstellen.

### **Workshops und Rabatte:**

Zugang zu exklusiven Schulungen und Angeboten.

### **Verzeichnis und Suchfunktion:**

Verbesserte Navigation und Zugriff auf Inhalte.

### **Hochwertige Lernvideos:**

Dank neuem Studio noch professioneller produziert.

Besuche

**[wrapinstitute.com](http://wrapinstitute.com)**

und profitiere von diesem exklusiven Angebot!



Gewählt wurde eine Folienfarbe, die zum Wüstenboden passt.



Aufgrund von Umgebungsbedingungen wie sandigen Böden muss die Folie abrasiven Stoffen standhalten.

# Folierung mit Wohltat

Für ein Rallye-Fahrzeug steuerte Fedrigoni Self-Adhesives das Folienmaterial bei.

Vielleicht erinnern Sie sich noch an die schrecklichen Bilder vom Erdbeben in Marokko vergangenes Jahr – das Unternehmen Fedrigoni Self-Adhesives erinnert sich in jedem Fall: „Wir waren sehr erschüttert, so viel Leid zu sehen. Ein Wohltätigkeits- und Sportverein, der in Marokko tätig ist, organisierte schließlich eine Rallye, um Geld für den Kauf von medizinischer Ausrüstung und Dattelpalmen zu sammeln“, erzählt Paola Cerchiai, Business Development Manager Graphics and Technical Materials bei Fedrigoni Self-Adhesives. Beeindruckt von dieser Initiative beschloss Vertriebspartner Signa France mit seinem eigenen Auto an der Rallye teilzunehmen inklusive auffälligem Fahrzeugdesign. Für die Folierung griff man auf das Folienmaterial Ri-Jet C50 Ultimate Slide & Tack von Fedrigoni Self-Adhesives zurück.

## Einflüssen standhalten

Die Ri-Jet C50 Ultimate Slide & Tack weist nach Angaben des Herstellers eine sehr hohe Anpassungsfähigkeit sowie Gleitfähigkeit auf und ist daher für diese Art von An-

wendung besonders gut geeignet. Zu den Materialeigenschaften zählen darüber hinaus unter anderem eine hohe Dimensionsstabilität sowie eine unveränderte Leistung im Laufe der Zeit, konkret bis zu zwölf Jahren. Bedrucken lässt sich die Folie mit Latex- und Ecosolvent-Technologien, wobei man für das Veredeln der Ri-Jet C50 Ultimate



Bereit für die Wüsten-Rallye



Zum Einsatz kam die Folie  
Ri-Jet C50 Ultimate Slide & Tack.

Slide & Tack in diesem Fall auf einen Mimaki JV300-Eco-solventdrucker zurückgriff. „Die Grafiken wurden speziell von einem professionellen Grafikdesigner entworfen, der die Farben auswählte, die am besten zum Boden und zur Atmosphäre der afrikanischen Wüste passen“, erklärt Paola Cerchiai. Auf technischer Ebene wurde das Design mit der Maßgabe entwickelt, dass es in Bezug auf Farbenhaltbarkeit und Materialhaftung an der Karosserie über einen langen Zeitraum hinweg unter den extremen Bedingungen der Wüste, wie beispielsweise Hitze und abrasiven Stoffen wie Sand, unverändert bleiben muss. Fedrigoni Self-Adhesives wurde 1888 in Verona, Italien, gegründet und ist als Hersteller von Etiketten, selbstklebenden Materialien, Spezialpapieren für Luxusverpackungen und für andere kreative Lösungen wie RFID/NFC tätig. Mit fast 6.000 Mitarbeitern in 29 Ländern und 80 Werken, darunter Produktionsstätten, Schneide- und Vertriebszentren, verkauft und vertreibt die Gruppe mehr als 25.000 Produkte in 132 Ländern. Vor Kurzem hat die Gruppe das in Deutschland ansässige Unternehmen Poli-Tape übernommen. „Wir beobachten die Markttrends immer sehr genau und versuchen, unsere Farb- und Strukturpalette zu entwickeln, um unser Portfolio zu erweitern. Bis zum nächsten Jahr werden wir drei Wellen neuer Farben und Strukturen einführen, die unser Cast-Sortiment für Fahrzeugvollverklebungen erweitern werden“, verrät Paola Cerchiai zum Abschluss.

Regina Pawlowski

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



## Starke Marken. Starke Partner. Ihre Fahrzeugverklebung – unsere Folienauswahl

- PrintWrapfolien
- CarWrapfolien
- Lackschutzfolien
- Autosonnenschutzfolien
- Zubehör und Verklebehilfen
- Workshops und Seminare

Alles ab  
IGEPA Lager  
verfügbar



AVERY  
DENNISON



MasterSun



MasterJet S 999  
WrapStar PRO/SLIDE

WRAP  STAR





Eine mittelfristige Fassadenbeklebung sollte General Formulations umsetzen.

# Fassaden-Folierung

Sandwichpaneele in neuer Optik.



Den Look entwarf das Designteam des Auftraggebers.

Dass Mund-zu-Mund-Propaganda auch im Folierungsbereich gut funktioniert, zeigt das Kundenprojekt von General Formulations: „Der Kundenkontakt für unsere Folierung kam über eine Empfehlung eines zufriedenen Kunden zustande. Die Zielvorgabe bestand darin, eine visuell ansprechende und gleichzeitig mittelfristige Fassadenbeklebung zu schaffen, die nach zwei Jahren rückstandslos entfernt werden kann“, beschreibt Alwina Bathija, Sales Manager EMEA beim Unternehmen den Auftrag.

## Der Veredelungsprozess

Der Look der späteren Fassadenoptik wurde bereits im Vorfeld vom Designteam des Kunden entworfen. Beim Gestalten musste dieser nach Angaben von Alwina Bathija zunächst das Konzept und die eigenen Vorstellungen genau erfassen, Farbproben erstellen und letztendlich sicherstellen, dass das Design optimal auf die Struktur der Sandwichpaneele abgestimmt ist. Für General Formulations galt es im Anschluss lediglich noch, Anpassungen am Layout bezüglich der strukturierten Oberfläche vorzunehmen. Der Designprozess inklusive Folierung nahm am Ende insgesamt zwei Wochen in Anspruch. Für das Bedrucken kommen beim Unternehmen Surecolor-Maschinen von Epson zum Einsatz; diese ermöglichen General Formulations laut Alwina Bathija eine hohe Flexibilität und Kontrolle über den gesamten Druckprozess.





Die Struktur der Sandwichpaneele war für das Folieren herausfordernd.

Verklebt wurden insgesamt 700 Quadratmeter der General Formulations E830 weiß Supercast-Folie mit dem dazu passenden glänzenden Laminat E831.

Vor dem Folieren demontierte jedoch erst mal das eigene Montageteam einige Anbauteile wie Beleuchtungskörper und Schilder. Der Untergrund wurde anschließend gründlich gereinigt und entfettet, um eine optimale Haftung der Folie zu gewährleisten, und dann ging es an das Zuschneiden und Positionieren der Folie. Nach dem Fixieren erhitz-

te man das Material zudem, damit sich dieses an die Struktur beim Rakeln anpassen konnte. Abschließend mussten noch die Kanten nachbearbeitet werden.

## Die Struktur als Tücke

Die größte Herausforderung beim Kundenprojekt lag nach Angaben von Alwina Bathija in der Struktur der Fassaden-Sandwichpaneele, die eine exakte Anpassung der Folie erforderlich machten. Wegen der Temperaturunterschiede war außerdem ein flexibles Arbeiten notwendig, um die Haftung des Folienmaterials sicherzustellen, erläutert die Mitarbeiterin von General Formulations. Am Ende zeigte sich der Kunde mit den Worten „Das Ergebnis hat unsere Erwartungen übertroffen!“ mehr als zufrieden; er erhält auf die Folierung nun eine Garantie von zwei Jahren, wobei sich das Material nach dieser Zeit rückstandslos ohne Schäden wieder entfernen lässt.

*Regina Pawlowski*

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

# DIE KOMPLETTLÖSUNG FÜR FOLIENPROFIS

**JETZT NEU IM SORTIMENT VON ANTALIS**



antalis™

Das umfangreiche und breit gefächerte Produktspektrum von Orafol umfasst Folien für vielfältigste Anwendungsbereiche für Fahrzeug-, Flotten-, Architektur- und Werbegrafiken sowie Schutzlaminare für alltägliche und spezielle Anwendungen. Alle Produkte sind über Antalis Deutschland ab Lager lieferbar.

**Alle Produkte und Infos unter [www.antalis.de/orafol](http://www.antalis.de/orafol)**

Die Wirklichkeit  
nicht in Ruhe lassen

Die Azubis der Klasse SL 2B präsentieren zusammen mit Projektleiter Andreas Mittner (rechts), Adrian Diftert (Tape That, 2.v.r.) sowie Jacques Bechara (purefect, liegend) und Stephan Meissner (Tape That, in der Hocke, rechts) stolz ihren frisch folierten Transporter, der jetzt für die Münchner Kammerspiele unterwegs ist.

Bilder: Adrian Diftert, Tape That Collective

# „Tape That“ in München

## Auszubildende treffen Künstler für kreative Fahrzeuggestaltung.

Die Berufsschule Farbe und Gestaltung in München bietet seit 2017 ihren Auszubildenden einmal im Jahr einen Carwrapping-Workshop, um städtische Fahrzeuge zu folieren. Hier lernen sie laut Projektkoordinator Andreas Mittner eine nachgefragte Facette des Berufs des Schilder- und Lichtreklameherstellers kennen. Der Studienrat erklärt: „Dies passiert immer mit ‚echten Kundenaufträgen‘, möglichst nah an Echtsituationen, die auch später im betrieblichen Alltag eventuell auftauchen.“ Idealerweise werden die Aufträge aber für einen guten Zweck ausgeführt, wie im Frühjahr die Aktion „Sei ein Mensch! #gegenrechtsextremismus“ (siehe WT-Ausgabe 3.24) oder jetzt im Sommer für die Münchner Kammerspiele.

Mit dem Workshop, den Andreas Mittner jedes Jahr in Zusammenarbeit mit Jacques Bechara, Gewa-Gründer, gestaltet, wollte das Team in diesem Jahr eine Verbindung zur Kultur schaffen. Andreas Mittner: „Wir konnten dafür nicht nur das Münchner Theater, die „Münchner Kammerspiele“, gewinnen, sondern zusätzlich auch das international agierende Künstler-Kollektiv „Tape That“ aus Berlin überzeugen, mit uns an dem Fahrzeugauftritt der Münchner Kammerspiele zu arbeiten.“

Die Zielvorgabe bestand laut Andreas Mittner darin, unter Berücksichtigung des Corporate Designs des Theaters eine freie Gestaltung durch sogenannte „Tape Art“ kreativ zu entwickeln. Bei Tape Art handelt es sich um eine Kunst-

form, bei der jegliches Motiv nur mithilfe von Tapes realisiert wird. Es erinnert ein bisschen an die Therapie beim Physiotherapeuten, da auch hier die Tapes in unterschiedlichen Farben und Breiten zum Einsatz kommen. Durch die vorgegebenen Breiten der jeweiligen Tapes und Farben entstehen dabei „Kunstwerke aus dem Tun heraus“.

## Happy End mit Zugabe

Andreas Mittner führt aus: „Ziel war es, den Schülerinnen und Schülern diese freie Vorgehensweise, die der geordneten Entwurfskonzeption des Werbetechnikers oder Fahrzeugstylers so konträr entgegensteht, zu vermitteln und in diesen künstlerischen Prozess einzutauchen.“ Anhand eines weißen Fahrzeugs wurden zunächst die Basics des Carwrappings vermittelt, indem es komplett mit schwarzer Avery-Folie verklebt wurde.

Dann ging es an das eigentliche Design, wobei dessen Entwicklung mit den Künstlern vorgenommen wurde – von der Skizze über einen digitalen Ausgangsentwurf bis hin zur Anpassung und Implementierung der Corporate-Vorgaben der Münchner Kammerspiele. Nach der Reinigung arbeiteten drei Teams zeitgleich an drei Seiten, und nach der Fertigstellung wurden die Tempervorgänge durchgeführt. Möglich machte dieses Projekt, wie Andreas Mittner berichtet, die Kulturstelle der Stadt München,

die einen Teil der Reise- und Unterbringungskosten der Künstler übernommen hat. Die Künstler selbst hätten honorarfrei gearbeitet.

Darüber hinaus stellte Avery die Luftkanal-Wrapping-Folien zur Verfügung; davon wurden etwa zwei schwarze Rollen verbraucht. Ebenfalls kamen aus dem Hause Avery einige Werkzeuge, wie Andreas Mittner erzählt, und er ergänzt: „Der Heißluftföhn mit Infrarot-Thermometer von Steinel war außerdem extrem hilfreich.“ Steinel unterstützte die Berufsschule ebenfalls mit Produkten.

Die größte Herausforderung für die 14 Schülerinnen und Schüler war, dass die meisten von ihnen laut Andreas Mittner eine Fahrzeugfolierung zum ersten Mal machten. Das seien zwei Tage mit zwei Lehrkräften und zwei Künstlern, die an einem Objekt zusammenarbeiten, ziemlich eng getaktet. Für die Vorbereitung sowie Klebearbeit fielen etwa 30 Stunden an. Aber immerhin: Die Folie darf jetzt für ungefähr fünf bis sieben Jahre im „theatralischen“ Einsatz bleiben. Dann sollte sie nach Auskunft des Experten wieder abgezogen werden.

Das Theater war mit dem neuen Kleid seines Transporters jedenfalls sehr zufrieden. Auch für die Workshop-Teilnehmenden gab es ein Happy End. Dazu Andreas Mittner: „Wir hatten noch einen schönen Abschluss mit Theaterbesuch.“ Und eine unerwartete Zugabe: „Der beste Beleg für eine gelungene Arbeit ist wohl der, dass eine Woche, nachdem der Wagen unterwegs war, bereits eine Anfrage eines anderen städtischen Theaters.“

*Bettina Sewald*

[www.fachschule-muenchen.de](http://www.fachschule-muenchen.de)



**Aus Weiß wird Schwarz:** Jacques Bechara, Gründer der Gewa und Urgestein der Carwrapping-Szene, zeigt den interessierten Azubis, wie der schlicht weiße Transporter zu einem echten Hingucker umgestaltet wird.

# Avery Dennison® Paint Protection Films



## Avery Dennison Supreme Protection Film Series - Premium Lackschutzfolien aus dem Hause Avery Dennison

Die hochglänzenden, matten, seidenmatten, oder alternativ schwarz glänzenden, einfach zu verklebenden TPU-Folien bieten einen ausgezeichneten Schutz gegen Verschmutzungen; durch ihre niedrigere Oberflächenspannung erhalten die Folien hervorragende wasser- und schmutzabweisende Eigenschaften.

Mit bis zu 10 Jahren Haltbarkeit\* und hitzeaktivierbarer Selbstheilungsfunktion ist die Supreme Protection Film Series die erste Wahl für Lackschutzanwendungen, bei denen Beständigkeit gegen Schmutz und Beschädigung durch Steinschläge entscheidend ist.

\*Zone 1, vertikale Exposition



Unsichtbar



Kratzfest



Stoßfest



Beständig  
gegen Flecken



'Selbstheilende'  
Eigenschaften

Weitere Informationen erhalten Sie unter:  
[graphics.averydennison.de/spf](http://graphics.averydennison.de/spf)



Am Design des Wissenskiosks vom Universum Bremen beteiligt war Künstlerin Tini Emde.



# Knalliger „Bonbonladen“

## Die Künstlerin Tini Emde und Vinyltech realisierten ein buntes Design für einen Wissenskiosk.

Ein besonders knalliges Projekt hatte Vinyltech auf dem Tisch liegen: Aus einem per Hand gezeichneten bunten Bild galt es passende Druckdaten für einen umgebauten Foodtruck des Mitmach-Museums Universum Bremen anzulegen; der Druck sollte sich nahtlos über den gesamten Wagen ziehen. Gleichzeitig war Kreativität gefragt: „Wir durften uns neben dem Digitaldruck mit weiteren Folien austoben, um Details am zukünftigen Wissenskiosk hervorzuheben und den Kindern auch etwas zum Anfassen zu bieten, etwa mit der Velour-Folie“, erklärt Wiktorija Kolodziejczyk aus der Marketingabteilung von Vinyltech.

### Künstler-Design

Den Look für den Wissenskiosk übernahm dabei nicht irgendwer, sondern die Künstlerin Tini Emde, besser bekannt als EMTI. In enger Zusammenarbeit mit dem Vinyltech-Team entwickelte sie das Design für den Wissenskiosk. „Die größte Herausforderung war, die komplexen Kurven und Kanten des Kiosks in das Design einzubeziehen und sicherzustellen, dass alle Elemente gut sichtbar



Bilder: Vinyltech

Viele Kurven und Kanten am ehemaligen Foodtruck stellten sich als Herausforderung dar.

sind und der Übergang stimmt“, resümiert Wiktorija Kolodziejczyk den Prozess. Insgesamt arbeitete man an der Druckdatenanlegung circa 15 Stunden; gedruckt wurde dann auf einem HP-Latex 330-Drucker. Das auffällige und durchaus anspruchsvolle Design wirkte sich auch auf das spätere Verkleben aus und erforderte präzises Schneiden und Anpassen der Folien – insbesondere bei Bereichen mit vielen Details und Mustern sowie bei den Tintenfischtentakeln, die sich über das Dach schlängeln. Aber der Reihe nach: Vor dem Folieren mussten zunächst einige Anbauteile des Kiosks, wie beispielsweise Griffe und technische Ausstattungen, demontiert werden. Diese Arbeiten führte Christian Pattenhausen, Inhaber von Vinyltech, persönlich durch. Anschließend wurde der Untergrund gereinigt und entfettet beziehungsweise der Kiosk nochmals auf mögliche Beschädigungen überprüft.

## Detailreich und unregelmäßig

Dann ging es an die Folierungsarbeiten. „Eine besondere Herausforderung war wie schon erwähnt das detailreiche Design und die unregelmäßige Form des Wissenskiosks, die viele Kurven und Ecken aufwies. Dies erforderte viel Geschick und Erfahrung, um die Folie ohne Falten oder Blasen anzubringen und einen schönen Übergang zu gewährleisten“, erzählt Wiktorja Kolodziejczyk. Geklappt hat am Ende aber alles, und insgesamt 82 Quadratmeter Folie wurden für den Innen- und Außenbereich verklebt – darunter die MPI 2000-Digitaldruckfolie. Dieses Material wurde aufgrund seiner Haltbarkeit, UV-Beständigkeit und der Möglichkeit, es ohne Rückstände wieder zu entfernen, ausgewählt, wie die Marketingmitarbeiterin erwähnt. Vinyltech gibt eine Arbeitsgarantie von zwei Jahren auf die Folierung zuzüglich der Hersteller-Garantie. Innerhalb von sechs Jahren kann die Folie rückstandsfrei und ohne Schäden am Untergrund entfernt werden. Das gesamte Projekt, angefangen bei der Vorbereitung bis hin zur Fertigstellung, dauerte insgesamt in etwa fünf Werktagen.

## Nicht nur Fahrzeugbeklebung

Der Kunde war äußerst zufrieden und meldete sich mit folgender Nachricht: „Hallo Herr Pattenhausen, den Wissenskiosk anzusehen, fühlt sich ein bisschen an, als stünde man mitten in einem Bonbonladen. Wir haben Freundentänze im Homeoffice hingelegt und sind vollkommen von der Rolle und sehr begeistert!“

Knapp ein halbes Jahr später folierte das Unternehmen dann einen VW Up! in dem gleichen Design. „Die Mitarbeiter hatten ein kleines Déjà-vu und das Universum Bremen ein weiteres knallbuntes Fahrzeug passend zum Wissenskiosk“, sagt Wiktorja Kolodziejczyk. Fahrzeugbeklebung ist aber nicht das Einzige, was das Unternehmen draufhat, und so ist man auch mit vielen anderen großen Projekten beschäftigt wie beispielsweise Yachten.

*Regina Pawlowski*

[graphics.averydennison.eu](http://graphics.averydennison.eu)  
[www.vinyltech.de](http://www.vinyltech.de)



## Engineered for Excellence

- Mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Forschung und Entwicklung
- Hochtechnologische und energieeffiziente Herstellungsverfahren
- Höchste Qualitätsstandards bei allen Lösungen



[graphic.innovations@orafol.com](mailto:graphic.innovations@orafol.com)

#enablingcreativity

Follow us!



Das veredelte Promotionfahrzeug der  
Flensburger Brauerei

# Design für

# Bierliebhaber

Die Flensburger Brauerei bewirbt auf zwei VW ID. Buzz ihr neues Bier.

Im Frühjahr hat die Flensburger Brauerei ein neues Bier eingeführt – das „Flensburger Strand-Lager“. Dieses Bier galt es nun zu bewerben und bei den Bierliebhabern bekannt zu machen. In diesem Zusammenhang entschied sich die Flensburger Brauerei, zwei VW ID. Buzz als Promotionfahrzeuge auf die Straße zu bringen, und beauftragte das Unternehmen Na Logo Werbedesign für die Folierungsarbeiten.

Das Projekt ist dabei aber nicht das erste, für das Na Logo von der Brauerei engagiert wurde: „Die Flensburger Brauerei ist langjähriger Kunde unseres Unternehmens. Seit vielen Jahren sind wir der ‚Haus-und-Hof-Lieferant‘, wenn es um Folienbeschriftungen, Außenwerbung, Aufkleber, Hinweisschilder oder ähnlichen Bedarf geht“, erzählt Morten Wohler, Projektleiter bei Na Logo. Die Zusammenarbeit sei typisch norddeutsch, also verbindlich und auf Augenhöhe, und das mache die Zusammenarbeit zu einer so guten. Am Ende erhielten die beiden VW ID Buzz ein neues Außenkleid in nordischer Strandoptik.



Na Logo wurde von der Flensburger Brauerei beauftragt, die Folierung für die neue Bierwerbung umzusetzen.

## Große Datenmenge

Das komplette Design des Fahrzeuges wurde durch die Werbeagentur ad.quarter entworfen. Diese ist ebenfalls Brauerei-Partner und gestaltet seit Jahrzehnten die Werbeauftritte in jeglichen Bereichen.

Die Herausforderung bei der Weiterverarbeitung der Grafikdaten, die Na Logo von der Werbeagentur erhielt, bestand in der enormen Datenmenge. Die Auflösung des Landschaftsmotivs war nach Angaben von Morten Wohler so hoch und detailreich, dass die Rechenleistung der Computer und Software viel Zeit in Anspruch nahm. „Das Design ist im Grunde ein großes Landschaftsbild, welches sich um das komplette Fahrzeug herumzieht. Hier lag die Herausforderung darin, die Folien

so zu produzieren, dass alle Übergänge nach dem Verkleben passten und dass sich das Motiv durch die Fahrzeugform am Ende nicht verzieht, beziehungsweise perspektivisch nicht mehr korrekt dargestellt wird“, fügt Morten Wohler hinzu.

## Zusammenspiel

Geplant war, das gesamte Fahrzeug matt zu laminieren, einige Spots im Motiv hingegen, genau wie das Schriftbild, glänzend auszuführen. Dadurch entstehe, wie Morten Wohler betont, ein tolles Zusammenspiel verschiedener Oberflächen, in Kombination mit einem einzigartigen Design. Zur Anwendung kamen am Ende insgesamt circa 46 Quadratmeter 3D / Avery MPI 1105Ears, zuzüglich der gleichen

Menge Laminat matt / Avery Dol1480Z und circa sieben Quadratmeter extra Laminat glanz (Avery Dol1460Z) für partielle Spots. Von der Plotterfolie Hexis S5001 B wurden zwei Quadratmeter benötigt. „Wir entschieden uns für dieses Material, weil wir damit für diesen Einsatzzweck die besten Erfahrungen gemacht haben und wissen, wie es sich verhält und verarbeiten lässt“, erklärt Morten Wohler. Gedruckt wurde auf einer Roland VSI-Druckmaschine.

## Vorbereitungen treffen

Für die Folierungsvorbereitungen wurden die VW-Fahrzeuge im ersten Schritt ausschließlich einer Standardwäsche unterzogen, bei der keine Versiegelung und Konservierung zum Einsatz kamen. Anschließend galt es, die Anbauteile zu demontieren und das komplette Fahrzeug mit dem „Avery Dennison Surface Cleaner“ zu reinigen. „Anbauteile wie Türgriffe und Antennen wurden durch einen Mitarbeiter demontiert. Die Scheinwerfer, Rückleuchten und Fahrzeugemblem wurden abgeklebt. Der Mitarbeiter, der diese Ar-

beiten bei uns im Hause übernimmt, war vormals als KFZ-Mechatroniker bei einem VW-Autohaus tätig. Somit kennt er sich mit diesen Arbeiten sehr gut aus und hat darüber hinaus das nötige Know-how und Feingefühl“, beschreibt Morten Wohler die Fertigkeiten des Mitarbeiters.

Vor der eigentlichen Verklebung klärte man, wie im Detail vorgegangen wird – gerade bei den Übergängen vom Heck zu den Seiten und von den vorderen Kotflügeln zur Stoßstange –, und heftete die Folien für die genaue Positionierung vorab an das Fahrzeug. „Auch die Seiten sind in der Waagerechten geteilt. Wir fingen mit dem unteren Teil an und verklebten dann das obere Stück, welches möglichst genau vor dem Kleben an dem unteren Part auszurichten war. Gerade bei dem Motiv der Flasche wäre ein Versatz im Motiv unverzeihlich gewesen“, erklärt Morten Wohler die Vorgehensweise.

## Viel Liebe zum Detail

Die Folie wurde an der vorderen Stoßstange mit viel Geduld passend zum Motivverlauf am Kotflügel ausgerichtet. Aufgrund der Fahrzeu-

grundungen und des Einsatzes von möglichst wenig Wärme durch den Heißluftföhn nahm dieser Prozess laut Morten Wohler viel Zeit in Anspruch. Des Weiteren ist die Stoßstange im unteren Bereich sehr detailliert; hier war daher viel Schneidearbeit notwendig.

Insgesamt beanspruchte das Flensburger Brauereiprojekt 25 bis 30 Stunden. Stunden, die sich jedoch gelohnt haben: „Als wir unseren ID Buzz entgegennahmen, waren wir begeistert. Die Vollfolierung sah auf den Entwurfskizzen schon vielversprechend aus, aber die feinen Details am fertigen Bus zu sehen, war einfach beeindruckend. Ein großes Kompliment an Na Logo, die mit viel Liebe zum Detail auch kleinste Aussparungen und Ecken perfekt integriert haben. Für die Promotion unseres Flensburger Strand-Lager an den norddeutschen Küsten ist der ID Buzz der perfekte Hingucker!“, sagt Stephan Helms, Marketingleiter der Flensburger Brauerei.

*Regina Pawlowski*

[www.nalogowerbung.de](http://www.nalogowerbung.de)



# Engel und Teufel



Ein Foliendesign mit zwei komplett unterschiedlichen Wirkungen: schwarz und weiß

## Über ein Design mit zwei komplett unterschiedlichen Wirkungen von Signal Design.

Die Folierung zweier Porsche 992 S/T der Baureihe 911 S/T von der Werbeagentur Signal Design ist ein optisches Highlight – schließlich wurden sie mit dem ikonischen Design eines original 911 ST F-Modell der 1976 stattfindenden Firestone-Rallye veredelt –, aber auch ein emotionales Projekt, das die Herzen von Porsche-Enthusiasten höherschlagen lässt. Mit viel Leidenschaft habe man sich bei Signal Design dem „911 S/T-Projekt“ gewidmet – und das spiegeln die Fahrzeuge auch wider.

## Fahrzeuge mit Geschichte

Beim Folierungsprojekt wurde allerdings nicht nur Wert auf die Ästhetik gelegt, vielmehr ging es hier auch um die Historie und Qualität, die hinter der Folierung stehen, wie das Unternehmen ausführt: „Der Porsche 992 S/T ist ein Fahrzeug, das das klassische Porsche-Design mit modernster Technik vereint. Er bietet mit seinem GT3RS-Saugmotor, 525 PS und der präzisen Fahrdynamik ein unvergleichliches Fahrerlebnis. Unser 911 S/T-Projekt soll die sonst eher zurückhaltende Sportlichkeit dieses Modells hervorheben und darüber hinaus zeigen, wie sich traditionelles Design und moderne Technik harmonisch miteinander kombinieren lassen.“



Details erinnern an Rallye-Abenteuer der Vergangenheit.

Außerdem besonders: Es handelt sich bei den Fahrzeugen um das Touring-Modell des GT3RS. Das gab es laut Signal Design zuvor noch nie in den modernen Baureihen – außer damals beim 911 F-Modell 1976 bei der Firestone-Rallye. Hier schließt sich der Kreis der Geschichte. Die 230 PS aus den 70ern wurden bis heute mehr als verdoppelt – das Gewicht von 930 Kilogramm im Vergleich zu heute von unter 1.400 Kilogramm dagegen nicht. Die Handschaltung ist zudem gegenwärtig ein echter Exote und differenziert den 992 S/T klar vom GT3RS.





Das originale 911 ST F-Modell der 1976 stattfindenden Firestone-Rallye

## Eine Hommage

Das Folierungsdesign der beiden Porsche sei das Resultat einer intensiven Zusammenarbeit zwischen der Designabteilung von Signal Design und dem Kunden. „Jeder Porsche 992 S/T wird zu einem Unikat – auch wenn die Wurzeln hier bei einem 911 F-Modell liegen. Ein Design mit zwei komplett unterschiedlichen Wirkungen: schwarz und weiß. Engel und Teufel. Himmel und Erde. Oder: zwei Wölfe im Schafspelz – ja, auch im schwarzen!“, ergänzt das Unternehmen. Das 911-S/T-Projekt erinnert stark an die ikonischen Porsche 911 ST 2,3-Modelle aus den 70er-Jahren, die durch die beiden spanischen Rallye-Fahrer Eladio Doncel und Alberto Ruiz-Giménez mit ihren baugleichen Porsche unvergesslich wurden. Die beiden Rennwagen trugen die Farben des spanischen Ölkonzerns Repsol und dominierten die spanische Rallye-Meisterschaft. Die Folierung der Porsche 992 S/T im klassischen F-Modell-Design sei dabei eine bewusste Hommage an diese historischen Rennwagen. Besonders die schlichten, aber dennoch sehr kraftvollen Farben Schwarz und Weiß erinnern an die spannenden Rallye-Abenteuer der Vergangenheit.

## Besonderheit im Fokus

Das Design wurde klassisch im Plott umgesetzt, die Startnummern im Digitaldruck.

„Die Details haben nicht so viel Zeit in Anspruch genommen, ein klassisches kleines und technisch nicht aufwendiges Projekt. Hier geht es um die Besonderheit der Fahrzeuge“, teilt das Unternehmen mit.

Für die Folierung bekamen beide Fahrzeuge im ersten Schritt einen Lackschutz mit XPEL-Passteilen. „Diese sind sehr ausgereift und passen 100 Prozent auf alle Kanten am Auto. Darauf kamen Avery Dennison SWF-Folien in Rot und Blau zum Einsatz, der Digitaldruck mit umweltfreundlichen 1405-Latextinten sowie passendem Laminat“, äußert sich das Unternehmen zum weiteren Vorgehen. Insgesamt wurden circa 25 Quadratmeter Material verklebt.

Die Schablonen wurden nach Plybook aufgebracht. Bei besonders markanten Stellen hat sich Signal Design selbst erarbeitet, wie diese zu handhaben sind, damit die Folie möglichst effizient und langlebig zu montieren ist. „Bei den Streifen gilt ein Try and Error: Sehen sie gerade aus? Braucht es Anpassungen?“, so das Unternehmen. Am Ende flossen insgesamt circa 80 Arbeitsstunden in das Folierungsprojekt.

Regina Pawlowski

[www.signal-design.de](http://www.signal-design.de)



## THE BEST WAY TO GET IT UP!

**Fahrzeuge sicher und schonend anheben – ganz ohne Hebebühne!**

Unser Klassiker Restyler, trägt bis zu 2720 kg und eignet sich perfekt für Fahrzeugwartung, Präsentationen und Folierungen.

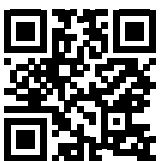
### Probleme beim Verladen?

Mit unseren Trailer Ramps-Verlängerungen bringen Sie Ihren Sportwagen mühelos auf jeden Anhänger.

### DIE VORTEILE:

- 🚫 Antirutsch-Beschichtung: Sichere Performance durch rutschfeste Oberfläche.
- 🔪 Für Tiefergelegte Fahrzeuge: Perfekte Anpassung an verschiedene Fahrzeugtypen.
- 🔥 Space-Age-Schaum: Unkomplizierte Handhabung dank leichtem Material.
- ↔️ 100 % Solide: Schutz vor Verformung für dauerhafte Nutzung.

Mehr Infos unter [www.raceramp.de](http://www.raceramp.de) oder einfach den QR-Code scannen.



RACE RAMPS BY



📍 Ditterker Weg 13  
30989 Gehrden  
☎ + 49 5108 60 72 0  
✉ [info@deutsche-adp.de](mailto:info@deutsche-adp.de)  
🌐 [www.deutsche-adp.de](http://www.deutsche-adp.de)



Eines der Fahrzeuge erhielt ein blaues Foliendesign.

# Drei Autos für Autohaus Reber



Bei diesem Design war das Verkleben der Folie an den seitlichen Kanten hin zur Front die Herausforderung.

Das Autohaus Reber wünschte sich für seine drei Fahrzeuge ein Design in unterschiedlichen Farben.

Für das Autohaus Reber – spezialisiert auf Elektrofahrzeuge – durfte das Unternehmen Kreatur bereits einige Teslas einfarbig oder auch mit eigens erstellten Designs veredeln. Beim neuen Folierungsprojekt ging es dieses Mal darum, für drei neue MG4-Modelle ein Design zu entwerfen und diese anschließend im Digitaldruck zu folieren. Gewünscht waren drei Fahrzeuge im gleichen Design, aber mit jeweils unterschiedlichen Farben.

## Vorbereitung ist alles

„Das Design kam aus unserer internen Agentur und wurde frei von uns für den Kunden kreiert“, berichtet Didi Seidensal, Leitung Koordination bei Kreatur. Hierbei galt es, aus mehreren Bildern ein großes „fetziges“ Design zu erstellen, wobei einige Schritte mit Photoshop notwendig waren. Der Schriftzug wurde auf einem Zeichentablet von Hand erstellt. „Das Design war zum Verkleben an den Fahrzeugkanten von der Seite auf das Heck oder auf die Front eine kleine Herausforderung, aber wir

## Effektiver Schutz für Ihr Fahrzeug

Schützen Sie den Lack gegen Kratzer, Steinschlag, Stöße, Verschleiß, Beschädigungen an Ladekanten uvm.

Das Highlight-Produkt ist der selbstheilende **Avery Dennison® Supreme Protection Film X3** mit hydrophober Oberfläche sowie hohem Glanzgrad. Dieser verleiht der Farbe des Fahrzeugs mehr Tiefe und wertet es optisch auf. **SPF** ist auch erhältlich in matt, satin und schwarz hochglanz.

### Werden Sie Teil des RPPI Netzwerkes!

Avery Dennison® Recognized Paint Protection Film Installer

- Kostenloser Zugang zur AccCut-Software
- Top Produkte zu top Konditionen
- Gebietsschutz
- Weitervermittlung von Anfragen über Hersteller, Händler und Partnernetzwerk
- Merchandise- und Marketingtools



Der Schriftzug wurde per Hand erstellt.

haben bereits beim Erstellen des Designs darauf geachtet, das Motiv an den Stoßkanten etwas einfacher zu gestalten, um die Stöße so wenig wie möglich sichtbar zu machen“, führt Didi Seidensal aus. Pro Fahrzeug kamen circa 30 Quadratmeter der Avery 1105 Wrapping-Folie sowie mattes Laminat zum Einsatz. Gedruckt wurde auf dem HP-Latexdrucker 800W.

Vor dem Folieren wurde das Fahrzeug auf Oberflächenspannung überprüft und anschließend mit Avery Surface-Cleaner gereinigt. Das folgende Demontieren von Türgriffen, Scheinwerfern und Heckspoiler übernahm ein Folierer von Kreafaktor.

### Haltbarkeit und Trends

Beim Verkleben widmete man sich zuerst den Seitenflächen, anschließend dem Heck und dann dem vorderen Bereich. Dach, Spoiler und Türgriffe wurden als Letztes verklebt. Insgesamt dauerte die Folierung der Fahrzeuge circa zweieinhalb Tage. Je nachdem, wo das Fahrzeug abgestellt wird, gibt Kreafaktor für die Folierung im Digitaldruck eine Garantie von fünf bis sieben Jahren.

Den Werbetechnikbetrieb aus Backnang, nahe Stuttgart, gibt es mittlerweile seit mehr als zehn Jahren, und sicherlich warten wie in der Vergangenheit auch in Zukunft noch spannende Folierungsprojekte auf Kreafaktor. Vielleicht auch das ein oder andere, das dem aktuellen Trend im Bereich der Folierung folgt: Laut Koordinationsleiter Didi Seidensal sind derzeit matte Farben wie etwa Khaki oder dunkelgrüne Farbtöne gefragt. Aber auch Grautöne, wie beispielsweise Charcoal von Avery Dennison, werden immer noch sehr gerne genommen.

*Regina Pawlowski*

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



Jetzt RPPI Partner werden



Weitere Informationen hier:



Um zu sehen, wie die Folie in verschiedenen Umgebungen wirkt, lässt sich das Fahrzeugmodell in Simulationen einsetzen.

## Visualisieren

# kommt vor Folieren

Mit der Software Zeno können Carwraper ihren Kunden vorab Modelle der fertigen Folierung zeigen.



Bilder: Enjoy Fahrzeugfolierung

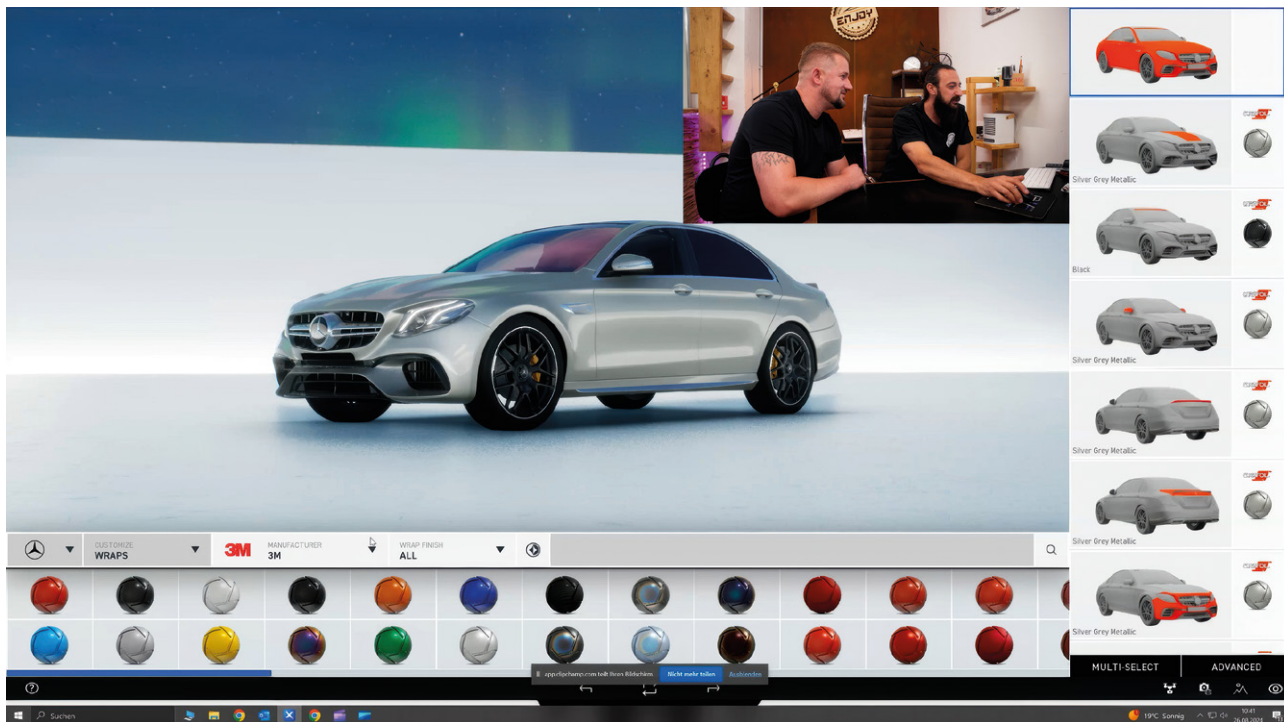
Saimir Seferis neu foliertes Auto

Saimir Seferi heißt der glückliche Gewinner der von Spandex und Enjoy Fahrzeugfolierung veranstalteten Social-Media-Kampagne. In deren Rahmen wurde eine Fahrzeugvollfolierung im Wert von circa 3.000 Euro verlost, die von Enjoy Fahrzeugfolierung durchgeführt wurde. Das Folienmaterial, das sich der Gewinner selbst aussuchen durfte, stellte Spandex zur Verfügung.

Neben den obligatorischen Wrapping-Werkzeugen kam im Vorfeld die Grafikdesign-Software Zeno –

ebenfalls aus dem Spandex-Portfolio – zum Einsatz. Diese 3D-Visualisierungssoftware für Fahrzeugfolierungen wird exklusiv von Spandex in Europa vertrieben. Es handelt sich bei Zeno um ein abonnementbasiertes Softwaretool, das Fahrzeugfolierungsprofis dabei unterstützt, Voll- oder Teilverklebungen im Vorfeld bildlich darzustellen. Design- oder technische Erfahrung ist hierfür laut Unternehmen nicht notwendig. Benutzer müssen lediglich das Auto-Modell, das Material und die Farbe

auswählen, woraufhin die Software einen 3D-Prototyp generiert, der sich anschließend aus mehreren Blickwinkeln betrachten lässt. Zudem besteht die Option, ein Video des Fahrzeugs zu erstellen. Um beurteilen zu können, wie Schatten, Schimmer und Reflexionen auf dem Material wirken, kann darüber hinaus das 3D-Modell in sechs simulierten Umgebungen eingesetzt werden. Sobald das Design fertig ist, wird eine Liste aller benötigten Materialien angezeigt. Zum Bestellen



Unsicher bezüglich der Folierung? Mit Zeno lassen sich verschiedene Farben ausprobieren.

gelangt der Anwender dann direkt auf die Spandex-Website.

## Richtungsweisend

Bei Enjoy Fahrzeugfolierung ist die Grafikdesign-Software Zeno von Spandex schon länger im Einsatz. Ein Vorteil liegt laut Engin Temel, Inhaber von Enjoy Fahrzeugfolierung, darin, dass das Unternehmen zum Großteil auch die von Spandex vertriebenen Folien nutzt und somit Software und Produkte sehr gut aufeinander abgestimmt sind. Bei Zeno integrierte Folienhersteller sind unter anderen Avery Dennison, 3M, Orafol und Arlon.

In erster Linie kommt Zeno beim Unternehmen Enjoy Fahrzeugfolierung zum Einsatz, wenn ein Kunde noch gar nicht weiß, in welche Richtung es gehen soll, beziehungsweise sich noch unklar über seine Farbvorstellungen ist. So war es auch beim Gewinner der Social-Media-Kampagne: „Der Kunde hatte zwei bis drei Farben im Kopf. Nachdem wir mit Zeno die Modelle erstellt hatten, konnte eine Farbe direkt wieder ausge-

schlossen werden“, erklärt Engin Temel. So läuft es häufig: „Der Kunde kommt teilweise lediglich mit einer vagen Vorstellung zu uns, und nachdem wir die Visualisierungen präsentiert haben, weiß er häufig ganz genau, was er gerne für ein Design hätte“, so der Inhaber weiter. Seiner Schätzung nach sind zwischen 80 und 90 Prozent der Fahrzeuge seiner Kunden in der Software enthalten, sodass sich in der Regel fahrzeuggetreu visualisieren lässt. Nach Angaben von Spandex sind es mehr als 500 Fahrzeugmodelle, einschließlich Nutzfahrzeuge. Ein weiterer Pluspunkt sei die sehr gute Farbbechtheit und die große Farbauswahl.

## Weitere Funktionen

Neben der Möglichkeit, die verschiedenen Folienfarben zu visualisieren, lassen sich die Autos mit Zeno auch optisch tieferlegen oder die Felgen anpassen. „Häufig haben Kunden tiefergelegte Autos beziehungsweise veränderte Felgen. In diesem Fall ist diese Funktion sehr nützlich“, berichtet Engin Temel. Darüber hinaus be-

steht für Anwender die Möglichkeit, eigene Designs und Entwürfe hochzuladen. Wer diese Option nicht in Anspruch nehmen möchte, kann jedoch auch die Vorlagen aus der Software verwenden.

Auf die Frage, welche Verbesserungen sich Engin Temel bei Zeno wünschen würde, kam fast wie aus der Pistole geschossen: „Keine, das wäre wirklich Meckern auf hohem Niveau.“ Begibt man sich auf dieses „hohe Niveau“, wäre ein kleiner Kritikpunkt, dass häufig nicht alle Ausführungen eines Fahrzeugs in der Software integriert sind, sondern lediglich das „Highend-Produkt“. Bei der Marke Mercedes gibt es etwa nur das Modell AMG. „Von der Form her kommt es jedoch auch bei anderen Modellen ungefähr hin“, berichtet Engin Temel – insofern ist auch dieser Punkt kaum der Rede wert. Zeno ist derzeit bei Spandex im Jahresabonnement für 590 Euro erhältlich.

*Sina Eilers*

[www.enjoy-folie.de](http://www.enjoy-folie.de)  
[www.spandex.com](http://www.spandex.com)



Glückliche Gewinner (von links):  
Sandra Feri und Michael Fischer  
von Fischer Schriften mit  
François Lainé von Antalis

Bilder: Antalis

# Neues Pony im Stall

**Antalis Wrap & Remix Challenge: Mustang-Gewinner steht fest.**

Antalis hat mit der Wrap & Remix Challenge ein neues Kapitel in der Erfolgsgeschichte der Autowrapping-Branche geschrieben. Der Wettbewerb fand von Februar bis Ende Juni statt und hat in der europäischen Autowrapping-Community für Begeisterung gesorgt: Für eine Teilnahme konnten sich Carwrappersinnen und Carwrappers auf der Webseite unter [www.wrapandremixbyantalis.com](http://www.wrapandremixbyantalis.com) registrieren. Bereits dabei wurden die ersten 30 Punkte gutgeschrieben. Mit jedem Kauf von Carwrapping-Produkten aus dem lokalen Antalis-Sortiment konnten die Kunden dann weitere Punkte sammeln, um mit einem von 100 Preisen belohnt zu werden. Pro zehn Euro wurde ein Punkt gutgeschrieben. Je mehr Punkte man sammelte, umso weiter oben landete man auf der Rangliste. Die finalen Ergebnisse in Punkten mit Rangliste sowie alle Top-100-Gewinner sind auf der Website von Antalis veröffentlicht. Die Live-Verlosung des Ford Mustang er-

folgte am 12. Juli auf Youtube, wo auch die Aufzeichnung zur Verfügung steht. Die offizielle Preisverleihung fand auf der Visualcom-Veranstaltung in Lupfig am 28. und 29. August statt. Insgesamt 1.200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus 13 Ländern nutzten im Rahmen der Challenge die Möglichkeit, ihr Glück zu versuchen und attraktive Preise zu gewinnen.

Den wohl dicksten Fisch, den frisch in Lackrot gestalteten Ford Mustang Shelby aus dem Jahr 1965, angelte sich bei dem ausgeklügelten Teilnahmeverfahren das Schweizer Unternehmen Fischer und Söhne. Michael „Mike“ Fischer, Chef der Schweizer Werbeagentur Fischer Schriften, freut sich über „seine erste Begegnung“ mit dem Hauptgewinn des viel beachteten Antalis-Wettbewerbs: Mit dem Ford Mustang möchte man verschiedene Projekte organisieren, um die Community zu begeistern. Zur Preisverleihung kam Michael Fischer mit

Sandra Feri, Projektleiterin bei Fischer Schriften. Zusammen mit ihr begutachtete er begeistert den Ford Mustang, der bald Teil des Firmen-Fuhrparks sein wird.

## Verrückte Idee

Zuvor wurde das Fahrzeug an verschiedenen Standorten, darunter bei den REMA Tagen in Warschau im Januar, der CPrint! Lyon im Februar und der Fespa Amsterdam im März, ausgestellt, um die Carwrapperinnen und Carwrapper auf den Geschmack zu bringen. Die Resonanz war nach Angaben von Antalis Business Director Xavier Jouvét sehr gut. Er freut sich über die rege Teilnahme und verrät, dass auch im Jahr 2025 eine Wrap & Remix Challenge geplant ist, denn: „Die erste Ausgabe des Wrap & Remix by Antalis Wettbewerbs war ein großer Erfolg. Diese allererste Initiative hat das Interesse unserer Kunden an Carwrapping wirklich geweckt, was uns sehr freut,



**Die erste Spritztour mit dem schmucken Mustang: Michael Fischer freut sich über das „neue Pony im Stall“ beziehungsweise das neue Fahrzeug im Fuhrpark.**

da Antalis, das sich in den letzten Jahren in diesem Bereich positioniert hat, klare Wachstumsziele in diesem Marktsegment hat“, so Xavier Jouvét.

Ihm selbst bleibt vor allem in Erinnerung, dass in Lyon auf der CPrint! auch der Mustang France Club zu Besuch war und das Gewinner-Fahrzeug in Augenschein nahm: „Man war erstaunt, dieses Auto in einem so prächtigen Zustand zu sehen.“ Der Sportflitzer habe sofort die Runde in den sozialen Netzwerken gemacht. Der Business Director hält zu der bislang einzigartigen Challenge fest: „Die Idee, ein Auto zu verlosen, war zunächst verrückt, aber wir wollten mit diesem Wettbewerb die Kreativität und das handwerkliche Können der Carwrapper hervorheben und gleichzeitig unsere Marktpräsenz stärken.“ Der Wettbewerb war in zweierlei Hinsicht besonders: Zum einen wurden die Teilnehmer basierend auf ihren Einkäufen nach einem ausgeklügelten System bewertet,

was sowohl kleinen als auch großen Unternehmen die gleichen Gewinnchancen bot. Zum anderen gab es nicht nur einen Hauptpreis, sondern insgesamt 100 Preise, die die Teilnehmer zusätzlich motivierten, in die Top 100 zu kommen. Neben dem Ford Mustang GT350 Shelby aus dem Jahr 1965 gab es zahlreiche attraktive Preise, wie unter anderem HP-Großformatdrucker, VIP-Pakete für den Monza Grand Prix und den Spa-Francorchamps Grand Prix sowie professionelle Schulungen für Lackschutzfolien zu gewinnen. „Wir wollten sicherstellen, dass jeder eine faire Chance hat“, betont der Business Director zu den Rahmenbedingungen. Die Kundenkampagne war aber nicht nur ein Wettbewerb, sondern wurde von Antalis auch als strategische Initiative genutzt, um die Marktwahrnehmung von Antalis zu transformieren. Das Unternehmen selbst arbeitet mit verschiedenen Anbietern im Bereich Fahrzeugverkleidung zusammen, wie Xavier Jouvét angibt. Für ihn sind die hochwertigen Materialien und Werkzeuge entscheidend, damit die Qualität der Verklebungen gewährleistet werden kann und Kunden ihre Projekte erfolgreich umsetzen können.

## Wrapper: wahre Künstler

Neben den bekannten Marken für Klebe- und Farbfolien fördert Antalis auch den Einsatz von Lackschutzfolien und speziellen Werkzeugen. „Das Geschäftsfeld KFZ-Verklebung wächst kontinuierlich, und wir möchten in diesem Bereich europäischer Marktführer werden“, äußert Jouvét weiter. „Unsere Kunden profitieren von unserer umfassenden Produktpalette und unserem Fachwissen.“ Anna Hurbanic, Projektleiterin der Wrap & Remix Challenge, hebt die Bedeutung des Wettbewerbs für die Branche hervor: „Die Fahrzeugverkleber sind wahre Künstler, und ihre Arbeit verdient Anerkennung. Mit diesem Wettbewerb wollen wir ihre Leidenschaft und ihr Können in den Vordergrund stellen.“

Die Wrap & Remix Challenge hat gezeigt, dass Antalis nicht nur hochwertige Materialien und Werkzeuge liefert, sondern auch die kreative und leidenschaftliche Community der Fahrzeugverkleber unterstützt. Man darf gespannt sein, wann die nächste Challenge veranstaltet wird, welche attraktiven Preise dann auf die Gewinner warten und ob die Zahl der Teilnehmer weiter steigt.

*Bettina Sewald*

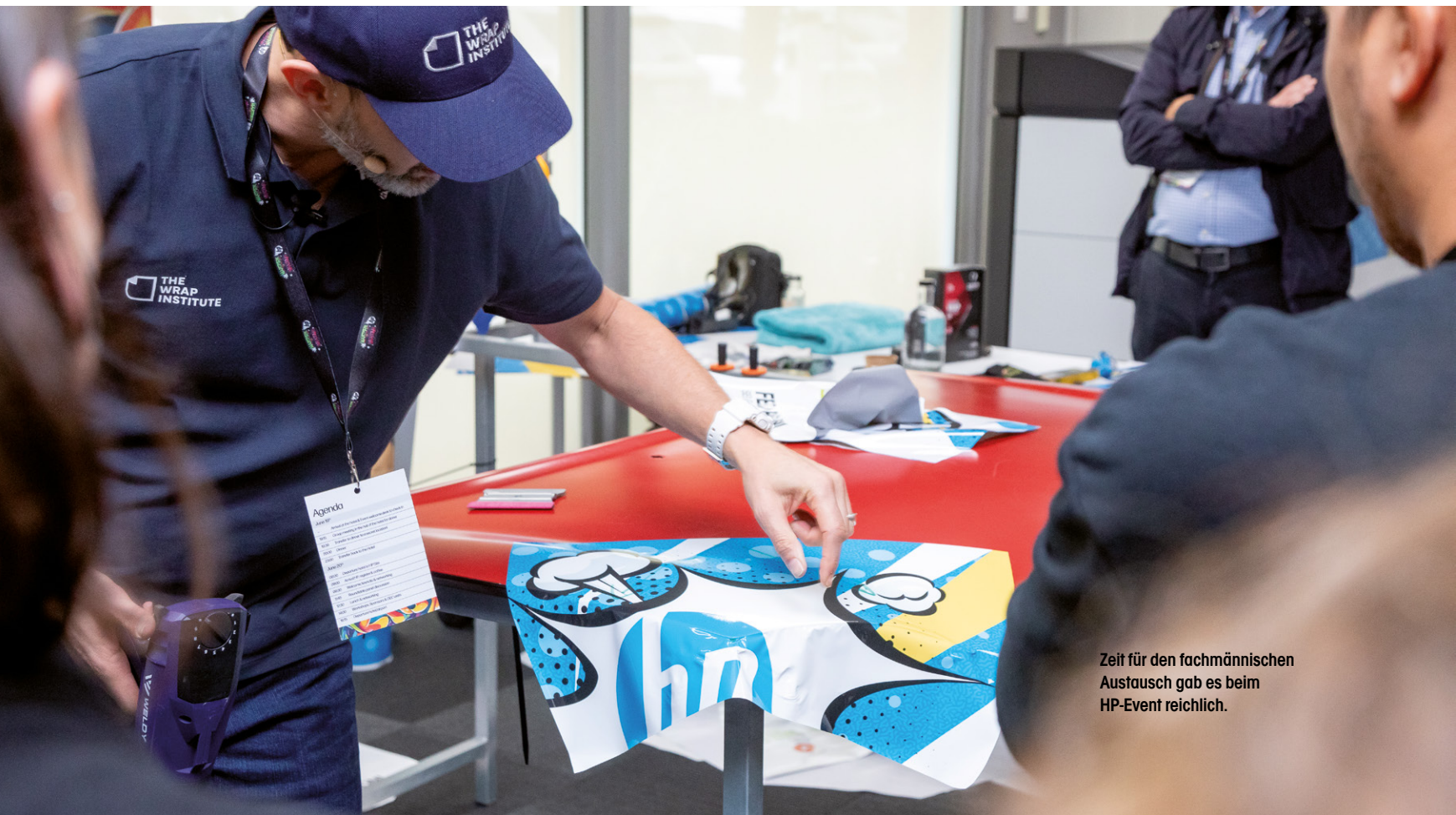
[www.antalıs.com](http://www.antalıs.com)

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

Helme aus Resten folieren?  
Kein Problem, wie die „Masters  
of Wrapping zeigen.“



# *Gemeinschaft schaffen*



Zeit für den fachmännischen  
Austausch gab es beim  
HP-Event reichlich.



## HP veranstaltete im Juni sein erstes Wrappingevent „Masters of Wrapping“ in Barcelona. Wir haben mit dem Leiter Terence Raghunath gesprochen.

**Herr Raghunath, welchen Stellenwert hat das Thema Carwrapping derzeit bei Ihnen im Unternehmen?**

**Terence Raghunath, Business Development Manager, HP:** Der Carwrapping-Markt ist riesig und erzielt einen Jahresumsatz von zehn Milliarden Dollar. 1,5 Milliarden Dollar davon entfallen dabei auf bedrucktes Vinyl, und dieser Bereich wächst um 15 Prozent. Auch für das Unternehmen HP ist Carwrapping eine sehr interessante Druckanwendung, denn die HP Latex-Tintentechnologie ist sehr gut positioniert, um unseren Kunden diesbezüglich einen Mehrwert zu bieten.

**Weshalb hat sich HP dazu entschieden, das Wrappingevent „Masters of Wrapping“ zu veranstalten?**

Dies war die erste Veranstaltung zum Thema Carwrapping. Wir haben uns entschieden, diese Veranstaltung zu organisieren, weil wir dachten, dass ein persönliches Treffen die Menschen zusammenbringen würde. Ich bin ein großer Verfechter der Kraft, die eine Gemeinschaft entwickeln kann. Die Carwrapping-Community ist eine sehr kreative und leidenschaftliche Gruppe von Menschen. Indem wir Druckunternehmen, Medienhersteller, Schulungsunternehmen und natürlich Drucktechnologien zusammengebracht haben, haben wir ein Forum geschaffen, in dem Menschen bereit sind, voneinander zu lernen und sich gegenseitig zu helfen.

**Welche Zielgruppe wollten Sie mit dem Event konkret erreichen beziehungsweise ansprechen?**

Im Allgemeinen wollten wir Unternehmen ansprechen, die den Kauf eines neuen Druckers in Erwägung ziehen. Typischerweise gibt es drei Arten von Kunden: Druck- und Carwrapping-Werkstätten, die mit Druckern anderer Marken drucken, solche, die mit älteren Latex-Maschinen arbeiten, oder Druck- beziehungsweise Carwrapping-Werkstätten, die überhaupt nicht drucken.

**Wer war Kooperationspartner und welche Inhalte wurden vermittelt?**

Wir hatten 50 Wrappingfirmen und auch Sponsoren zur Veranstaltung eingeladen, beispielsweise Antalis, Fedrigoni, Arlon, Metamark und Kala. Zu Beginn gab es eine Keynote-Rede, bei der Justin Pate vom Wrap Institute darüber referierte, wie sich die Rentabilität des eigenen Carwrapping-Geschäfts optimieren lässt. Außerdem fanden zwei Workshops statt, die zeigten, wie sich die Motorhaube eines Autos folieren lässt. Ein weiterer Work-

shop demonstrierte, wie man Reste verwendet, um Objekte wie beispielsweise Helme zu folieren. Im HP-Demozentrum hatten die Besucherinnen und Besucher darüber hinaus die Möglichkeit, die Latex-Drucker in Augenschein zu nehmen. Außerdem gab es einen Partner- und Sponsorenbereich, in dem die Besucherinnen und Besucher, mit unseren Medien- und Technologiepartnern sprechen konnten.

**Welche Materialien und Maschinen wurden beim Wrappingevent gezeigt?**

Wir zeigten die HP-Latexdrucker 630, 800 und 2700. Besucherinnen und Besucher hatten aber auch die Gelegenheit, die Stände der Medienpartner zu besuchen und deren neuesten Materialien kennenzulernen. In einem der Workshops gab es zudem einen Kala-Laminator, anhand dessen die Vorteile der Sofort-Trocknung und -Laminierung gezeigt wurden.

**Wie war die Resonanz der Besucherinnen und Besucher auf „Masters of Wrapping“?**

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer reagierten sehr positiv auf das Format der Veranstaltung. Ein Besucher äußerte, er habe „mehr an einem Tag gelernt als im letzten Jahr“. Und François Lainé vom Unternehmen Antalis gab uns das Feedback, dass die Veranstaltung für ihn eine bessere Investition war als vergleichsweise eine Messe. Das positivste Element der Veranstaltung war aber – denke ich – das Gemeinschaftsgefühl, das sie geschaffen hat. Es gab viele Beispiele für den Austausch von Visitenkarten und das Knüpfen neuer Kontakte. Das bedeutet, dass die Besucherinnen und Besucher den Nutzen darin sahen, andere gleichgesinnte Menschen zu treffen und von ihnen zu lernen.

**Sind weitere derartige Events geplant?**

Ich bin immer auf der Suche nach neuen und besseren Wegen, um unsere Botschaft zu vermitteln. Natürlich wird es weitere Veranstaltungen geben. Nicht alle davon werden in Barcelona stattfinden, und auch das Format wird sich hin und wieder ändern.

*Die Fragen stellte Sina Eilers.*

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



2024 wird auf der Essen Motor Show wieder fleißig foliert.

# Mekka für Carwrapper

Bild: Schuchrat Kurbanov / © MESSE ESSEN GmbH

Eine ganze Halle widmet sich auf der Essen Motor Show dem Carwrapping.

Die Essen Motor Show ist mittlerweile eine der bedeutendsten Messen für Motorsport, Tuning, klassische Automobile und den Automobil-Lifestyle in Europa. Seit ihrer Gründung im Jahr 1968 hat sie sich zu einer beliebten Branchenveranstaltung für Autoenthusiasten, Motorsportbegeisterte und Tuning-Fans entwickelt und zieht jährlich Hunderttausende Besucherinnen und Besucher in die Messehallen der Stadt Essen.

## Über die Wrapping World

Zur Essen Motor Show 2024, die vom 30. November bis zum 8. Dezember veranstaltet wird, dürften dieses Mal eventuell noch ein paar mehr Carwrapper als ohnehin schon anreisen, denn erstmalig findet die Wrapping World als Event zum Thema Fahrzeugfolierung im Rahmen der Messe in Halle 3 statt. Veranstaltet wird die Wrapping World vom Autofolierungsbetrieb Check Matt in Kooperation mit dem unabhängigen Gewa-Verband. Check Matt ist bereits lange Jahre Gewa-Mitglied und zertifizierter Betrieb. „Die Gewa übernimmt die Schirmherrschaft bei der Wrapping World und ist im ständigen Austausch über die Zielführung der Veranstaltung mit uns“, erklärt Daniel Schicker, Inhaber von Check Matt, zur Kooperation mit der Gewa.

Ähnlich wie die Sema Tuning Show in Las Vegas als Plattform für den US-Markt soll die Wrapping World auf der Essen Motor Show für europäische Firmen eine ansprechende Plattform bieten, wie Daniel Schicker das Konzept erläutert, und weiter: „In Zeiten schrumpfender Wirtschaft ist man umso mehr darauf angewiesen, rechtzeitig Trends zu erkennen. Das trifft für Folienbetriebe als auch Industrie und Handel zu. Momentan ist die transparente Lackschutzfolie der am schnellsten wachsende Zweig. Das kann sich in den nächsten zwei Jahren schnell ändern.“ Werden Farbfolien in den kommenden Jahren durch farbige Lackschutzfolien ersetzt? Ist der Endkunde bereit, einen höheren Preis dafür zu zahlen? Was gibt es für neue Werkzeuge oder Tools für die Verarbeitung? Wie wird die Folie verarbeitet? Was meint der Kunde zum Ergebnis? Das sind alles Fragen, die laut dem Inhaber von Check Matt unter anderem auf der Wrapping World in Essen diskutiert werden.

## Viel Interesse

Die Veranstalter der Essen Motor Show waren nach Angaben von Daniel Schicker relativ zügig für die Idee, die Wrapping World im Rahmen der Messe zu platzieren, zu begeistern. Nach dem ersten telefonischen Kontakt gab

es schnell weitere Gespräche, da die Messeveranstalter bereits auf die Wrapping World aufmerksam geworden waren: Die erste von zwei Veranstaltungen fand 2018 auf dem Flugplatz Schwarze Heide am Rande des Ruhrgebiets statt.

Die Kooperation mit der Gewa war für Daniel Schicker eine logische Konsequenz, unter anderem aufgrund des großen Besucherstroms von circa 200.000 Menschen, die zur Essener Messe kommen. Hinzu kommt, dass laut Abschlussbericht 2023 90 Pro-

wird ein Guinness-Weltrekord-Versuch unternommen: Eine Auswahl der neun schnellsten Carwrappers wird im Vorfeld des Rekordversuchs etliche Trainingssessions absolvieren, um dann einen Tesla Model Y zu folieren – und das in unter 22,56 Minuten, dem bisherigen Rekord. Und: Der aktuelle Trend sind farbige Lackschutzfolien. Einige Aussteller werden diese auf Fahrzeugen ausstellen und live verkleben.

Daniel Schicker blickt freudig auf das Vorhaben und die Veranstaltung: „Ich bin selbst als



Bild: Kristinen – Flughafen Leipzig

An einem Tesla Model Y wird ein Weltrekord im Folieren versucht.

zent der befragten Besucherinnen und Besucher bereits mit Folie Kontakt hatten oder ihr Fahrzeug sogar regelmäßig folieren lassen. Halle 3 der Essen Motor Show könnte sich 2024 also durchaus großer Beliebtheit beim Publikum erfreuen.

## Aussteller und Rahmenprogramm

Welche Unternehmen sich genau als Aussteller auf der Wrapping World in Halle 3 präsentieren, ist zum Zeitpunkt unseres Redaktionsschlusses noch nicht bekannt. Laut Daniel Schicker zählen auf jeden Fall namhafte Hersteller aus der Branche dazu. Zum Rahmenprogramm gibt es jedoch bereits erste Informationen. Auf der Veranstaltung

Carwrappers Teil des Weltrekordversuchs, daher ist das schon mal ein persönliches Highlight. Des Weiteren freue ich mich auf die neuesten Folientrends und Vorstellungen der Hersteller und Folienlieferanten. Was mich persönlich sehr interessiert, ist, wie diese neuen, farbigen Lackschutzfolien live von anderen Folierern verklebt werden. Das Thema ist wirklich brandheiß.“

*Regina Pawlowski*

[www.check-matt.de](http://www.check-matt.de)  
[www.essen-motorshow.de](http://www.essen-motorshow.de)

## INSERENTENVERZEICHNIS (alphabetisch)

Antalis	U4, 39
Apa	7
Arlon Graphics	27
Avery Dennison	41
Bruksafol	29
Farben Frikell	21
Folienportal 24	11
General Formulations	13
Geonit	31
Gewa	33
Igepa	37, 49
Landesmesse Stuttgart	9
Orafol Europe	43
Renolit	23
Spandex Deutschland	19
Steinel	15
UPM Raflatac	25
Vink König	U2, 47
Welle Oberkirch	17
Wrap Institute	35

# Automobilkunst in Silverstone

Anfang Oktober fand erneut das Wrap Fest statt.



Ein Teilnehmer des WWM UK konzentriert bei der Arbeit

Silverstone, bekannt als das Herzstück des britischen Motorsports, war dieses Jahr wieder Schauplatz für Wrapping-Enthusiasten: Vom 3. bis 4. Oktober fand in Northamptonshire, UK, das Wrap Fest als Veranstaltung für Fahrzeugfolierungen statt. Das Wrap Fest bietet jährlich eine Plattform für Fahrzeugverkleber, Installateure, Renn-teams, Flottenunternehmen, Agenturen, Druckereien, Schilderhersteller, Oberflächen-dekorateure und Detailveredler.

Zwei Tage lang kam die Branche nun im Oktober erneut zusammen, um spannende Designs und informative Neuheiten zu präsentieren sowie in Augenschein zu nehmen, an Wettbewerben teilzunehmen und die eigenen Techniken zu verfeinern.

## Alles für das Foliererherz

Ein Highlight war wie jedes Jahr der WWM UK – der britische Teil des globalen Wettbewerbs. Hier traten Teams und Einzelperso-

nen gegeneinander an und verwandelten in begrenzter Zeit ihre Fahrzeuge in echte Hingucker. Die Teilnehmer zeigten beim WWM UK ihr Können und ihre Kreativität vor den Augen der Zuschauer, was für eine mitreißende Atmosphäre sorgte.

Neben den Wettbewerben bot das Wrap Fest auch verschiedene Workshops und Seminare an, geleitet von führenden Branchenexperten. Die Sessions deckten dabei Themen wie neue Materialien, fortgeschrittene Techniken und Geschäftsentwicklung ab. Auch dieses Mal erhielten die Teilnehmenden Einblicke, die für Profis und Einsteiger gleichermaßen wertvoll waren. Unter anderem teilte das Team von The Wrap Institute sein Fachwissen, das auf jahrelanger, weltweiter Erfahrung in der Folienmontage beruht; angeboten wurden etwa interaktive Sitzungen zu den neuesten Techniken, Materialien und Trends in der Folienmontage.

Neueste Produkte und Technologien im Bereich Fahrzeugfolierung ließen sich ebenfalls wie gewohnt im Rahmen des Wrap Festes entdecken: Die mehr als 50 Aussteller und 75 Marken zeigten alles, was das Foliererherz begehrt.

Das Wrap Fest 2024 in Silverstone dürfte für den ein oder anderen Folierer ein Höhepunkt des Jahres gewesen sein. Ob Profi, Hobbyist oder einfach nur Autofan – das Wrap Fest ist und bleibt sicherlich auch in Zukunft der perfekte Ort, um die Welt der Fahrzeugfolierung hautnah zu erleben.

*Regina Pawlowski*

[www.wrap-fest.com](http://www.wrap-fest.com)

## IMPRESSUM

### Herausgeber

WNP Verlag  
WNP Medien GmbH  
Lauterbachstraße 25 b  
82538 Geretsried  
Fon +49 (0)8171 / 38636-0  
[www.wraps-online.de](http://www.wraps-online.de)

### Verlagsleitung

Sandra Johnson

### Geschäftsführer

Dr. Ulrich Ch. Knapp

### Chefredaktion

Regina Pawlowski (verantwortlich)  
Telefon 08171 / 38636-13  
[pawlowski@wnp.de](mailto:pawlowski@wnp.de)

### Redaktion

Sina Eilers (stellv. Chefred.)  
[eilers@wnp.de](mailto:eilers@wnp.de)

Bettina Sewald  
[sewald@wnp.de](mailto:sewald@wnp.de)

Rudi Stallein  
[stallein@wnp.de](mailto:stallein@wnp.de)

### Fremdautoren

Robin Bös  
Shaun Hobson  
Tony Harmann

### Lektorat

Gabriele Ernst

### Grafik & Layout

Anja Schmidt-kunz,  
Telefon 08171 / 38636-21  
[grafik@wnp.de](mailto:grafik@wnp.de)

### Anzeigenleitung

Annett Geuge-Metzler (verantw.)  
Telefon +49 (0)5194 / 584061  
[geuge-metzler@wnp.de](mailto:geuge-metzler@wnp.de)

### Titelbilder

Pstylesgermany (groß),  
Sven Klittich (u. M.),  
Gewa (u. r.)

### Druck

Ortmaier Druck GmbH  
Birnbachstraße 2  
84160 Frontenhausen  
[www.ortmaier-druck.de](http://www.ortmaier-druck.de)

### Auflage

6.000 Exemplare

### Erscheinungsweise

einmal jährlich

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bildvorlagen keine Haftung. Zum Druck angenommene Arbeiten gehen in das alleinige, unbeschränkte Verfügungsrecht des Verlags über. Alle Rechte sind vorbehalten. Es gelten unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen. Artikel, die mit Namen oder Signet des Verfassers gezeichnet sind, stellen die Meinung des Autors, nicht unbedingt die der Redaktion dar. Alle Nachrichten werden nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr veröffentlicht. Für die eingesandten Fotos wird das Urheberrecht des Einsenders vorausgesetzt. Bei Nichterscheinen infolge Streik oder höherer Gewalt besteht kein Anspruch auf Lieferung oder Rückzahlung des Bezugspreises.