

# Presse-Information

P237/18  
20. Juni 2018

## **Die Mobilität der Zukunft und das menschliche Handeln inspirieren die Automotive Color Trends 2018-19 von BASF**

- **Kollektion „Keep it Real“ verbindet digitale und physische Welt**
- **Einzigartige achromatische Farben im Fokus der Automotive Color Trends**
- **Graue Farbtöne und haptische Oberflächen schaffen Assoziationen zum urbanen Raum**

Die treibende Kraft hinter dem Thema der Automotive Color Trends 2018-19 von BASF – „Keep it Real“ – ist der Wunsch, in einer Welt, in der die Technologie die Grenzen zwischen Realität und künstlicher Welt mehr und mehr verwischt, natürlich zu bleiben.

Während Innovationen wie künstliche Intelligenz, autonomes Fahren und Industrieroboter sich weiter ausbreiten, wird die Rückbesinnung auf die Bedürfnisse und Emotionen des Menschen immer wichtiger. Die Designer des Unternehmensbereichs Coatings von BASF haben diese Beobachtungen in eine Kollektion aus 65 Farbtönen für die Automobilindustrie übersetzt.

### **Dunkle Farben, Blautöne und komplexe Effekte repräsentieren die Allgegenwart der Technologie**

Die voranschreitende Digitalisierung führt dazu, dass Technologie weniger sichtbar und stärker mit der Realität verflochten wird. Augmented-Reality-Apps und smarte Hilfsmittel, die das tägliche Leben erleichtern, lassen die reale und die digitale Welt miteinander verschmelzen. Die Menschen scheinen mehr Zeit auf Online-Plattformen als in der realen Welt zu verbringen und streben dort nach Perfektion.

Diese Allgegenwart der Technologie spiegelt sich in den Automotive Color Trends wider. Im Fokus der Kollektion stehen Grau- und Blautöne. Achromatische Farben werden mit komplexen Effekten kombiniert, die natürliche und farbige Akzente setzen. Dadurch wird das Verschmelzen der Realität mit der virtuellen Welt zum Ausdruck gebracht. Blautöne – die an die Farbe von Bildschirmen und digitalem Licht erinnern – treten als satte Farbtöne in Erscheinung. Natürliche Texturen und Farbeffekte symbolisieren die Suche nach menschlichen Werten in einer digitalen Welt.

### **Funktionen im Wandel – neue Mobilitätskonzepte beeinflussen die Farbtonwahl**

Durch Car-Sharing-Konzepte, private Fahrdienstvermittler und autonomes Fahren entwickelt sich das Fahrzeug von einem persönlichen Besitzgegenstand hin zu einem mehr oder weniger öffentlichen Beförderungsmittel. Bei Autos, die auf gemeinsame Nutzung ausgelegt sind, werden Farbpaletten eine besondere Rolle spielen, die eine Vielzahl der Nutzer ansprechen. Die Trendkollektion zeigt, wie Farbtöne durch sorgfältig erarbeitete Texturen und komplexe Effektkombinationen einzigartig werden.

Darüber hinaus widmet sich BASF mit der ständigen Weiterentwicklung funktionaler Lacke der Mobilität der Zukunft: Ausgewählte Farben der Kollektion verfügen über einen spezifischen Lackaufbau, der die Wärmeentwicklung auf der Fahrzeugoberfläche reduziert. Dadurch steigt die Temperatur im Inneren des Fahrzeugs nicht so stark an. Weitere Innovationen sind Farbtöne mit modernster Funktionalität, die für eine verbesserte Erkennbarkeit durch LiDAR eine höhere Reflektivität aufweisen, ohne die Ästhetik zu mindern.

### **EMEA – Leben im urbanen Raum**

In der Region EMEA verändert sich die Nutzung des urbanen Raums. Reale Plätze gewinnen in Ballungszentren an Bedeutung. Das zeigt sich in innovativen Design-Konzepten für halb-öffentliche Räume wie Shops, Museen und Restaurants. Das Produkt tritt in den Hintergrund – der Raum an sich wird zum Erlebnis. Er lädt die digitalen Nomaden zum Verweilen ein. Gleichzeitig stellt sich die Frage, wie bei der Vielzahl an virtuellen Angeboten Aufmerksamkeit erzeugt werden kann. Was ist es wert, vom Smartphone aufzuschauen? Eine Antwort liefern raue und zum Teil archaisch anmutende architektonische Elemente, die keine Wohlfühlatmosphäre

schaffen, sondern mit der Auswahl ihres Materials sowie ihren Ecken und Kanten Aufmerksamkeit erregen

Diese Trends spiegeln sich in der Farbpalette für EMEA wider. Graue Nuancen stehen für Urbanität – verbunden mit haptischen Effekten greifen sie die Bedeutung des real Erfahrbaren auf. Der Off-White-Ton „Grand Blanc“ spielt mit seiner rauen Textur und seinen Assoziationen zu Beton auf das Leben im städtischen Raum an. In den Klarlack eingearbeitete Effektpartikel unterstreichen die Besonderheit des Fahrzeugs als emotionales Produkt. „The Urbanist“ als dunkelgraues, metallisches Anthrazit stellt das Verschmelzen von Mensch und Technologie dar. Der ausgeprägte metallische Effekt erzeugt unerwartete Reflektionen und verweist auf den Wunsch nach Aufmerksamkeit.

### **Asien-Pazifik – Die Suche nach Qualität im echten Leben**

Im asiatisch-pazifischen Raum haben die Menschen eine ambivalente Beziehung zur Technologie. Sie geben ihre persönlichen Daten bereitwillig an Unternehmen, die das tägliche Leben angenehmer machen. Zu Maschinen mit künstlicher Intelligenz bauen sie emotionale Bindungen auf. Zugleich entstehen durch das Bedürfnis nach realen zwischenmenschlichen Kontakten und Erfahrungen neue Konzepte für öffentliche Räume in den Städten. Gray Ambivalence, ein fast schon blendendes Metallic-Grau, steht für die Durchdringung des alltäglichen Lebens mit High-Tech. Ausgeglichen wird dies durch einen Solid-Flop-Effekt, der die Verbindung zur realen Welt herstellt.

### **Nordamerika – Erweitern von Farbhorizonten**

Die Entthronung öffentlicher Helden schafft Raum für neue Idole. Man akzeptiert Schwächen als Teil der menschlichen Natur und feiert die Vielfalt. Eine neue Begeisterung für die Wissenschaft und vor allem für die Raumfahrt lenkt die Aufmerksamkeit auf weit entfernte Welten. Die Verbindung zwischen realer und virtueller Welt wie auch die Beziehung zwischen Erde und Weltraum wird von Atomium Sky erfasst, der Schlüsselfarbe von BASF für Nordamerika: Ein besonders sattes Blau von mittlerer Körnung, das bei größeren Glanzwinkeln in eine weichere, halbdeckende Schattierung übergeht. Die Farbe strahlt Verspieltheit aus und steht für futuristisches und fortschrittliches Denken. Das zweite Jahr in Folge hat sich BASF in Nordamerika für Blau als Schlüsselfarbe entschieden. Dies ist auf ihre zunehmende Beliebtheit in dieser Region zurückzuführen.

## **Südamerika – Verwandlung klassischer Farbräume**

Die Farben für Südamerika spannen optisch einen Bogen zur Vielfalt dieser Region. Zwei der populärsten Farbräume auf dem Automobilmarkt – Schwarz und Weiß – werden zu eleganten, vielschichtigen Automobilfarben. Coriolis Force, die Schlüsselfarbe der Region, verkörpert das Bewahren und Respektieren traditioneller Fertigkeiten und Kenntnisse, die über Generationen hinweg weitergegeben wurden. Der dunkle Farbton verströmt einen Hauch von Luxus, der durch rotgoldene Flakes hervorgerufen wird. Unter starkem Lichteinfall entsteht so eine für diese Region authentische Wirkung.

## **Farbtonkompetenz des Unternehmensbereichs Coatings**

Die Designer des Unternehmensbereichs Coatings von BASF beobachten technologische und gesellschaftliche Veränderungen und nutzen sie als Inspirationsquelle und Ausgangspunkt für die intensive Recherche künftiger Trends. Jedes Jahr bringen sie ihre Erkenntnisse und Prognosen in einer Kollektion aus 65 neuen Farbtönen zum Ausdruck, die globale Trends und Entwicklungen in den Regionen Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA), Asien-Pazifik (AP) und Nordamerika (NA) widerspiegeln.

## **Über den Unternehmensbereich Coatings der BASF**

Der Unternehmensbereich Coatings von BASF verfügt über eine globale Expertise in der Entwicklung, Produktion und Vermarktung innovativer Fahrzeug- und Autoreparaturlacke, Bautenanstrichmittel sowie angewandter Oberflächentechnik von Metall-, Plastik- und Glassubstraten für zahlreiche Industrien. Abgerundet wird das Portfolio durch das „Innovation Beyond Paint“-Programm, welches auf die Entwicklung neuer Märkte und Geschäftsmodelle abzielt. Wir schaffen zukunftsweisende Lösungen und fördern Innovation, Design und neue Anwendungsmöglichkeiten, um die Bedürfnisse unserer Partner weltweit zu erfüllen. Unsere Kunden profitieren von unseren Fachkenntnissen und den Ressourcen interdisziplinärer, global arbeitender Teams in Europa, Nordamerika, Südamerika und Asien-Pazifik. Im Jahr 2017 erzielte der Unternehmensbereich Coatings weltweit einen Umsatz von rund 3,97 Milliarden €.

Solutions beyond your imagination – Coatings by BASF. Mehr über den Unternehmensbereich Coatings von BASF und dessen Produkte finden Sie im Internet unter [www.basf-coatings.com](http://www.basf-coatings.com).

## **Über BASF**

BASF steht für Chemie, die verbindet – für eine nachhaltige Zukunft. Wir verbinden wirtschaftlichen Erfolg mit dem Schutz der Umwelt und gesellschaftlicher Verantwortung. Mehr als 115.000 Mitarbeiter arbeiten in der BASF-Gruppe daran, zum Erfolg unserer Kunden aus nahezu allen Branchen und in fast allen Ländern der Welt beizutragen. Unser Portfolio haben wir in den Segmenten Chemicals, Performance Products, Functional Materials & Solutions, Agricultural Solutions und Oil & Gas zusammengefasst. BASF erzielte 2017 weltweit einen Umsatz von 64,5 Milliarden €. BASF ist börsennotiert in Frankfurt (BAS), London (BFA) und Zürich (BAS). Weitere Informationen unter [www.basf.com](http://www.basf.com).