

# Coatings Partner

E-Journal 1/2010

## Farbtrends weltweit

Coil Coatings in Europa

Neue Bautenanstrichmarke  
in China

 **BASF**

The Chemical Company

## Liebe Leserinnen und Leser,

mit Energie und Optimismus starten wir ins neue Jahr. Noch immer sind die Märkte von großer Unsicherheit geprägt, doch wir halten weiterhin unseren klaren Kurs.

Frühzeitig haben wir die Weichen gestellt für langfristiges Wachstum, eine starke regionale Präsenz sowie innovative Produkte und Serviceleistungen. So haben wir erst vor wenigen Wochen in Münster ein neues Refinish Competence Centre eröffnet, eine der modernsten Trainingseinrichtungen für Lackierer weltweit. Wie sehen die automobilen Farbtrends der Zukunft aus? Lesen Sie hierzu unsere Trendaussagen für die einzelnen Regionen.

Viel tut sich im Bereich Bautenanstrichmittel; seit Dezember sind wir auch in China aktiv. RELIUS punktet in Europa mit neuen kundennahen Service Centern, in Südamerika hat Suvinil die Marktführerschaft mit einer Produktoffensive untermauert.

Auch unser Kundenmagazin geht neue Wege. Erstmals erhalten Sie den Coatings Partner als E-Journal. Weitere Hintergrundinformationen finden Sie auf unserer neuen Homepage unter [www.coatingspartner.de](http://www.coatingspartner.de).

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen  
Ihr



Raimar Jahn

Vorstandsvorsitzender der BASF Coatings AG und Leiter des Unternehmensbereichs Coatings der BASF-Gruppe



## Innovativ

- 3 **Autofarben von morgen**  
Automobile Farbtrends in Europa, Nordamerika und Asien
- 6 **ColorCARE®**  
Farbtonharmonie auch beim Effektlack
- 7 **Trendsetter**  
R-M® feiert 90-jähriges Bestehen
- 8 **Langzeitstrategie**  
RELIUS baut Position trotz Krise aus

## Kooperativ

- 9 **Vorteil Weiterbildung**  
Neues Refinish Competence Centre in Münster setzt Maßstäbe
- 10 **Vielversprechend**  
Neuer Großkunde in der Türkei
- 11 **Coil Coatings in Osteuropa**  
Partnerschaft mit Alutech in Weißrussland

## Global

- 12 **Gemeinsam wachsen**  
BASF als Partner von Kia Motors
- 13 **Umweltfreundlich**  
BASF mit neuer Bautenanstrichmarke in China
- 14 **Produktoffensive**  
Suvinil® stabilisiert Marktführerschaft
- 15 **Coatings-Aktivitäten der BASF weltweit**  
Produkte, Märkte, Standorte





# Automobile Farbtrends

Trends kommen und gehen. Mode, Musik, Lifestyle und Möbel sind wichtige Trendsetter. Aber auch einschneidende Ereignisse wie Regierungswechsel, Wirtschaftskrisen und Erfindungen können beeinflussen, was gerade und in Zukunft IN und was OUT ist. Auch die derzeitige Situation der Weltwirtschaft hat im Trendgeschehen ihre Spuren hinterlassen. „Von Schwarzmalerei kann dennoch keine Rede sein“, betonen die Farbdesigner **Eva Höfli** und **Mark Gutjahr**. Farben werden vielmehr zu stärkenden Faktoren, indem sie gesellschaftliche Entwicklungen wie die Krise aufnehmen und verarbeiten.

### Optimistisches Nordamerika

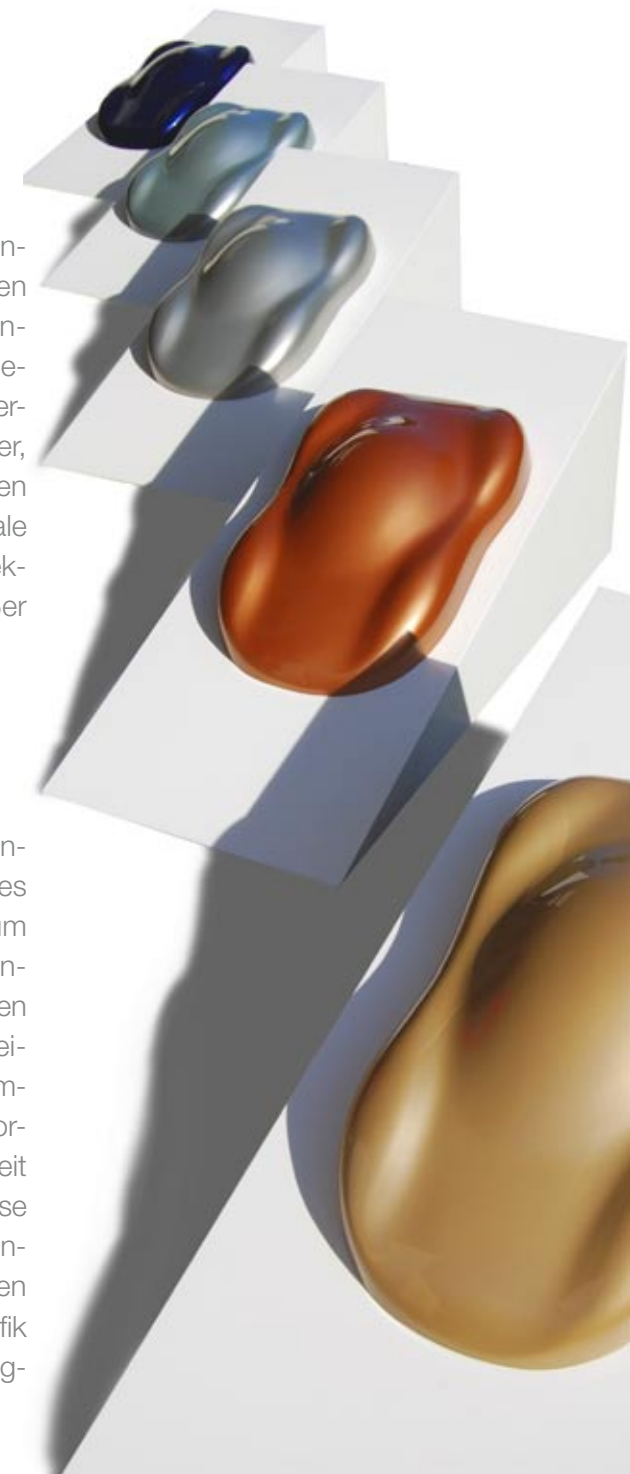
Langsam erholt sich Nordamerika von der größten Wirtschaftskrise seit 1929 und blickt mit mehr Optimismus in die Zukunft. Doch die vergangenen Monate haben die Menschen verändert: Sie entscheiden überlegter als vor der Krise. Die BASF-Farbdesignerinnen Holly Steward und Sandra Mathia in Southfield (Michigan/USA) entwickelten eine Farbtonpalette, die diese Stimmung aufnimmt – Farbtöne, die für ökologisches

### Individuelles Europa

Die Farben für Europa schlagen individuelle Töne an. Die zentrale Frage lautet: Was wird in Zukunft sein? Die BASF-Farbdesigner Eva Höfli und Mark Gutjahr sehen drei wesentliche Entwicklungen: Umweltthemen werden wichtiger. Die Öko-Aktivisten von einst legen auf Ökologie, Komfort und Individualität gleichermaßen Wert. In der Trendwelt **Paten der Erde** sind sinnliche Pastelltöne von vergrautem Apricot bis gelbfarbenem Beige

### Bodenständiges Asien

Auch die Farbtrends der Region Asien-Pazifik werden von der gegenwärtigen Wirtschaftslage beeinflusst. Die Menschen sind auf der Suche nach Orientierung und bevorzugen daher eher konservative, neutrale Farben wie Weiß, Silber, Grau und Schwarz. Aufgewertet werden sie durch subtile Schimmer, emotionale Farbübergänge, Brillanz oder die Projektion dreidimensionaler Bilder mit großer Tiefe, Schwere und Dichte.



Welche Farbtrends haben die Farbdesigner von BASF für die drei Regionen Nordamerika, Europa und Asien-Pazifik identifiziert? **Ein Überblick.**

Bewusstsein und nachhaltige Lösungen im Umweltbereich stehen. Titel der Kollektion: **In Touch.**

Den Bereich **Human Touch** prägen Blautöne, die leicht ins Grün abdriften. Sie stehen für Standhaftigkeit, Langlebigkeit und eine Spur Zufriedenheit. Elegante, zeitlose Designs kennzeichnen den Bereich **Touch of Class.** Weiß mit matten Oberflächen und hellen Effekten steht an erster Stelle. **Touch and Go** sind aktive Farben für junge und jung gebliebene Menschen. Aqua- und Türkistöne frisken die Szene auf, Gold wird mit Pfirsichtönen verwoben.

auf dem Vormarsch. Grün entwickelt sich in Richtung warmer Farbbereiche.

Die zweite Trendwelt nennt sich **Freude am Experiment:** Besonders junge Menschen wagen Farben wie giftige Gelbtöne und Rot-Pink-Kombinationen, die den Blick durch chromatische Farbwechsel fesseln.

**Jenseits von Silber** heißt die dritte Trendwelt, die Wissenschaft, Technik und futuristische Metalle thematisiert. Extrem helle Sparkles gestalten Effekte; wichtige Farben sind dunkles und getöntes Silber, Schwarz mit starken Farbverläufen und effektvolles Tiefschwarz.

Bunte Farbtöne, die negative Stimmungen vertreiben sollen, bilden ein zweites Farbspektrum, das im Fokus steht. Zum einen Blau, das auf Wasser als den Inbegriff von Leben anspielt. Zum anderen Rosa und Rot, die Zuneigung und Leidenschaft ausdrücken. Für Aufmerksamkeit soll auch volkstümliches Braun sorgen, das auf Identität, Bodenständigkeit und die Energie der Erde hinweist. „Diese bunten Farben werden wir wahrscheinlich auf umweltfreundlichen Kleinwagen sehen, deren Zahl im Raum Asien-Pazifik steigen wird“, sagt die BASF-Farbdesignerin Chiharu Matsuhara.

# Den Trends auf der Spur

**BASF-Farbdesignerin  
Eva Höfli im Interview**

Frau Höfli, warum trifft man Sie als Farbdesignerin eines Autolackherstellers auf Modemessen?

Wenn wir eine Kollektion entwickeln, starten wir immer mit der Suche nach den Trends der Zukunft. Wir stellen uns die Frage: Welche neuen Farben und Stilrichtungen sind im Kommen? Antworten erhalten wir unter anderem auf Textilmessen, aber nicht nur dort. Auch Möbel- und Designmessen oder Zeitschriften, die sich mit unterschiedlichsten Themen befassen, sind gute Quellen.

Was machen Sie dann mit den gewonnenen Ergebnissen?

Wir fassen das Bildmaterial auf Collagen zusammen und gehen damit zu unseren Farbtonentwicklern, die unsere Ideen in Farbe umsetzen. Wir Designer schauen uns die lackierten Musterbleche genau an. Wenn der Farbton unseren Vorstellungen nicht ganz entspricht, wird weiterentwickelt, beispielsweise indem andere Effektpigmente beigemischt werden. Am Ende dieser Entwicklungsphase steht dann unsere Trendkollektion, die wir den Autoherstellern in Europa präsentieren.

Wie lange dauert es, bis ein Trendfarbton aus Ihrer Kollektion auf einem Auto in Serie geht?

Wenn sich die Fahrzeughersteller für einen Farbton entscheiden, dauert es mindestens noch zwei bis drei Jahre, bis ein Farbton aus der Trendkollektion als Serienlack auf den Autos eingesetzt wird. Der Lack muss den Kundenwünschen angepasst und zuvor noch umfassend auf seine Eigenschaften getestet werden. So muss er allen Wetterbedingungen trotzen und bestimmten Herausforderungen gewachsen sein – wie Beständigkeit gegenüber Chemikalien oder natürlichen und biologischen Einflüssen, zum Beispiel Vogelkot. Erst wenn sich der Lack in den Praxistests bewährt, können die Autos mit unserem Farbton auf der Karosserie in Serie gehen.

Gibt es für Frauen und Männer unterschiedliche Farbtrends?

Natürlich! Frauen achten beim Autokauf eher auf die Sicherheit und Optik des Fahrzeugs und daher stärker auf die Farbe. Männer legen den Fokus auf die Technik und Motorleistung. Da die Kaufkraft der weiblichen Autofahrer in den letzten Jahren stark zugenommen hat und das Automobil nicht länger nur als männliche Vorliebe zählt, wirkt sich das stark auf die Farbtrends aus. Wo bisher Schwarz und Silber dominiert haben, geht der Trend hin zu eher warmen, pastelligen, ja fast weiblichen Farbtönen. Selbst Pink, zuvor als No go auf dem Pkw verstanden, ist nun auf einigen Kleinfahrzeugen im Stadtverkehr zu sehen.

Sind europäische Farbtrends auch auf andere Regionen übertragbar?

Grundsätzlich gilt: Jede Region hat ihre eigene Kultur und somit auch eigene Farbtrends. Allerdings kann es Überschneidungen geben. Ähnliche Entwicklungen haben wir etwa in Europa und Asien. Weiß ist in asiatischen Staaten wie Japan schon lange eine Trendfarbe, in Europa wird es seit einem Jahr nun auch populärer. Auch Schwarz ist in Asien eine beliebte Farbe – ebenso in Europa. Wir dürfen dabei aber nicht vergessen, dass es selbst für Europa keine einheitliche Entwicklung gibt. So bevorzugen die Menschen in südlichen Ländern wie Spanien deutlich buntere Farbtöne als die Nordeuropäer.

# Dem Glitzern auf der Spur

**Neue Version der Software ColorCARE® ToolBox erweitert Möglichkeiten zur Farbtonharmonisierung bei Effektlacken in der Serienlackierung.**

**Die Rolle von Emotionen** ist beim Autokauf nicht zu unterschätzen. Ein Muss für die Fahrzeughersteller sind deshalb ausdrucksstarke Lackvarianten wie Effektlackierungen, um Fahrzeuge individuell zu gestalten. Zunehmend beliebter werden Sparkling-Effekte, die auf subtile Weise bei jedem Hinschauen das Fahrzeug sprichwörtlich in neuem Licht erscheinen lassen.

**Das ständig changierende Glitzern** jedoch stellt die bisher übliche Farbtonmessung des Lacks vor Probleme. Sie ist unerlässlich, damit die Farbe eines Autos auch auf den Bauteilen, die Zulieferer produzieren, richtig wiedergegeben wird. Damit das auch bei Glitzereffekten funktioniert, hat der Messgeräte-Hersteller BYK-Gardner reagiert: Das neuentwickelte Messgerät BYK-mac erlaubt es, Mehrwinkel-farbmessungen durchzuführen. Zusätzlich ist eine Kamera eingebaut, die den Lack in un-

terschiedlichen Beleuchtungssituationen fotografiert, um das Sparkling zu charakterisieren. Die Kombination beider Informationen – Farbe und Sparklings – führt zu der benötigten detaillierten Beschreibung der Effektlacke. Bei der neuen Version 2.2 hat die BASF diese neuen Funktionalitäten Ende 2009 in ihre bewährte Farbtonmanagement-Software ColorCARE ToolBox integriert.

**„Der Kunde ist jetzt in der Lage**, in gewohnter Weise seine ColorCARE ToolBox auch für die erweiterte Messung und Beurteilung von Effektlacken zu nutzen,“ sagt Dr. Thomas Kantimm, Leiter Farbmetrik der BASF in Münster. „Damit ist die ColorCARE ToolBox gerüstet, um auch in Zukunft der Standard für die Farbtonmessung und Farbtonharmoniekontrolle in der Automobilserienlackierung zu bleiben.“

✉ [info@colorcare.net](mailto:info@colorcare.net)



**Dr. Thomas Kantimm**, Leiter Farbmetrik der BASF in Münster, mit dem neuentwickelten Messgerät BYK-mac und der Farbtonmanagement-Software ColorCARE ToolBox

# 2009

# 90<sup>th</sup> anniversary



1919



1948



1981



## Angetrieben von Innovation

Vor 90 Jahren wurde R-M® in Detroit mit dem Anspruch gegründet, Premiurlieferant von Autoreparaturlacken zu werden. Innovationen prägen seitdem den Weg des Unternehmens und machten es zum Branchenführer.

**Qualitativ hochwertige** und einfach anzuwendende Reparaturlacke sind das bis heute gültige Erfolgsrezept der **1919** gegründeten Marke R-M. Was Cadillac schon früh erkannte – bereits **1926** wurde die erste Charge bei R-M bestellt. In den frühen **30ern** entwickelte R-M die weltweit ersten Metallicfarbtöne für die Automobilbranche, **1948** revolutionierte der Tintometer, das erste Mischregal für Basisfarben, die Farbtonausmischung.

**Eine zweite Erfolgsgeschichte** begann **1963** in Europa, als R-M Forschungs-, Entwicklungs- und Produktionsanlagen in Clermont bei Paris eröffnete. **1981** entstand hier das Basis- und Klarlacksystem DIAMONT, das die Branche schnell als weltweiten Standard anerkannte. **1986** wurde die Premiurmarke R-M in den BASF-Konzern integriert. **1995** wurde der Colormaster geboren, das weltweit

führende Farbtonfindungsinstrument. Als erster Lackhersteller überhaupt bot R-M seinen Kunden die bequeme Möglichkeit, via Internet auf über 100.000 Farbtonmischformeln und die dazugehörigen technischen Informationen zurückzugreifen.

**Kundenorientierung** und Umweltfreundlichkeit gehören zu den Leitsätzen von R-M. Die Einführung des VOC-konformen Wasserbasislacksystems ONYX HD und des Decklacksystems UNO HD verdeutlichte diesen Ansatz. **2003** eroberten in den USA die CARIZZMA-Farbtöne den Individuallackbereich, **2008** fassten sie als erstes VOC-konfor-

mes Designlacksystem auch in Europa Fuß. CARIZZMA bietet Autodesignern und Lackierern ein fast endloses Angebot an Farben und Effekten.

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

# RELIUS baut Position aus

Langzeitstrategie trägt Früchte – und trotz der Krise.

„Im Krisenjahr 2009 haben wir uns im Vergleich zum Wettbewerb hervorragend behauptet“, so RELIUS-Geschäftsführer Martin Wulle im Rückblick. Als Grund führt er die neue Langfriststrategie von RELIUS an. Sie beinhaltet die Optimierung von Distribution, Kommunikation und Kundenservice sowie konsequente Produkt- und Systeminnovationen. Leuchttürme dieser Strategie sind in Deutschland die 25 RELIUS Service Center. Als Logistik-, Abhol- und Beratungsstandort für die Profimaler liegen sie verkehrsgünstig, besitzen ausreichend Parkplätze und verfügen über spezielle Ladezonen sowie durchgeplante Innenbereiche.

**Neu** im Sortiment sind Metallic-Putze. Sie greifen Inneneinrichtungstrends auf und helfen, Räumen mit metallischen Akzenten einen hochwertigen, individuellen Cha-



**Schnell und zuverlässig:** Farbmischstationen in den RELIUS Service Centern.

rakter zu verleihen. RELIUS Metallics ist ein kunstharzgebundener Innenputz mit sichtbarer Kornstruktur und für alle Untergründe im Innenbereich geeignet.

**Weiterentwickelt wurden** die RELIUS Acrylor-Fassadenfarben. **Acrylor NanoTech**

(100 Prozent Reinacrylat) ist die Premiumfarbe für Neubau und Renovierung. Sie eignet sich für Gebiete mit hoher Verschmutzungsneigung, hohem Risiko biologischen Befalls und anspruchsvollen klimatischen Bedingungen. Nanostrukturierte Metalloxidpartikel senken den Verschmutzungsgrad, erhöhen die Lichtbeständigkeit und verbessern die biostatischen Eigenschaften.

**Ebenfalls neu** sind **Acrylor Classic**, die Universalfarbe für Neubau und Renovierung, sowie **Acrylor Compact**, die Kompaktfassadenfarbe für die wirtschaftliche Renovierung. „Mit den Produktinnovationen und unseren Service-Centern sind wir gut aufgestellt“, resümiert Martin Wulle. „Zudem helfen uns die enge Einbindung in das weltweite Bautengeschäft der BASF-Gruppe sowie die Marktführerschaft in Brasilien mit der Premiummarke Suvnil entscheidend nach vorn.“

🌐 Neuer Internetauftritt: [www.relius.de](http://www.relius.de)





# Weiterbildung auf höchstem Niveau

**Glasurit eröffnet in Münster modernes Bildungs- und Kompetenzzentrum für Lackierer.**

**Seit September 2009** verfügt Glasurit®, Premiummarke der BASF im Refinish-Bereich, über eine der modernsten Trainingseinrichtungen für die Reparaturlackierung weltweit. Herzstück des neuen Refinish Competence Centres (RCC) sind zwei Lackierkabinen inklusive einem Trockenofen. Hier kann die Reparaturlackierung von A bis Z an kompletten Fahrzeugen demonstriert werden. An so genannten Multiarbeitsplätzen werden kleinere Schäden an Autos – wie zum Beispiel Lackkratzer – innerhalb kürzester Zeit behoben.


**Mitarbeiter** von Karosserie- und Lackierbetrieben können aus einem breiten Seminarangebot von der Farbtonfindung bis zur Reparatur von Kleinstschäden wählen.

Nach dem Prinzip „Train the Trainer“ werden Glasurit-Landestrainer und Techniker geschult, die dann ihr Wissen an Kunden und Mitarbeiter in ihren Heimatländern weitergeben. Das RCC bietet zudem nicht nur Glasurit, sondern auch namhaften Ausrüstern und Zulieferern eine Plattform, ihre innovativen Techniken, Services und Produkte vorzustellen.

„**Die Reparaturlackierung** ist technisch hoch anspruchsvoll“, betont Jürgen Book, Customer Service Manager. „Umso mehr ist es Glasurit ein Anliegen, das Ausbildungsniveau zu erhöhen. Und das weltweit.“ 36 Trainingszentren und 65 National Head Trainer gehören zum globalen Schulungsnetzwerk von Glasurit.

**Rund 3,5 Millionen Euro** wurden in das neue RCC investiert, das jetzt an die 2.000 Quadratmeter Nutzfläche umfasst. Vorausgegangen waren Sanierung und Ausbau des alten, seit 25 Jahren bestehenden Zentrums, das selbst in seiner Zeit als Maßstab galt.

 **Die Eröffnung des RCC Münster im Film**

 **Glasurit RATIO Scan II im Film**



# Neuer Großkunde in der Türkei

BASF Coatings schließt mehrjährigen Vertrag mit Universal Metal in Gebze.



Seit Juli 2009 ist die BASF Hauptlieferant für Coil Coatings bei Universal Metal und liefert Lacke sowohl für die vorhandene als auch die neue Anlage, die in Kürze angefahren wird. 1997 gegründet, ist Universal Metal heute der führende türkische Hersteller von beschichteten Metallbändern. Über 100.000 Tonnen im Jahr will das Unternehmen für die Segmente Bau, Fassaden und Dächer sowie für die Konsumgüter- und Automobilindustrie produzieren. BASF liefert die Lacke COILTEC® Primer, die Decklacke POLYCERAM® und FLUOROCERAM® und den Rückseitenlack COILBACK®.

„Wir haben mit der BASF nicht nur einen Lieferanten gefunden, sondern einen Partner, der uns in den Bereichen Produktentwicklung, Marketing und Service unterstützt“, so Firmeninhaber Osman Yazici. „Unsere Partnerschaft



»Die BASF ist für uns weniger ein Lieferant, als vielmehr ein Partner.«

Osman Yazici  
Inhaber von  
Universal Metal

entwickelt sich sehr vielversprechend.“ Entsprechend zufrieden zeigten sich nach Vertragsabschluss die BASF-Mitarbeiter Uwe Pelchen, Vertriebsleiter Europa für Coil Coatings, und Gianfranco Corvi, Vertriebsleiter Italien. „Nun startet die Arbeit erst richtig, und das gesamte Team in Burago freut sich darauf“, so Corvi. Für die BASF in Italien ist dieser Großauftrag der erste, den sie sich unter den derzeit harten Wettbewerbsbedingungen sichern konnte. Pelchen: „In diesen schwierigen Zeiten einen solchen Vertrag zu erhalten, ist ein toller Teamerfolg. Denn wir bieten mehr als Preis und

Produkt. Für den Kunden haben wir ein Paket aus Service, Qualität und wettbewerbsfähigen Kosten geschnürt.“

**Ganz im Zeichen des Service** stand der nächste Besuch bei Universal Metal. Die Beratungen behandelten Fragen wie Prozessoptimierung, Ablauf- und Qualitätsverbesserungen sowie mögliche Marketingmaßnahmen. Universal Metal möchte die neue Partnerschaft mit der BASF und das Leistungsspektrum breit kommunizieren, um seine Marke Coatcoil noch stärker im Markt zu verankern.

 [www.universalmetal.com.tr](http://www.universalmetal.com.tr)



# Partnerschaft mit Alutech in Weißrussland

Die BASF baut ihr Coil Coatings-Geschäft in Osteuropa aus.

**Ob bei Fassadenelementen**, Haushaltsgeräten oder Jalousien – mit Coil Coatings lassen sich sowohl innen als auch außen dekorative Akzente setzen. Weltweit stößt das Coil Coatings-Verfahren, bei dem Metall- und Aluminiumbänder kontinuierlich beschichtet, aufgerollt und erst dann weiterverarbeitet werden, auf zunehmendes Interesse. Insbesondere in Osteuropa steigt die Nachfrage nach Lacken für die Bandbeschichtung. Die BASF hat deshalb ihr Engagement verstärkt. Jüngstes Beispiel: eine neue Partnerschaft mit Alutech im weißrussischen Minsk, Hersteller von Rollläden, Jalousien, Garagentoren und Fensterprofilen aus Aluminium.

**Mit Unterstützung der BASF** wurde jetzt in Minsk eine neue Coil Coatings-Anlage erfolgreich in Betrieb

genommen, die erste moderne Anlage in Weißrussland. Auf dieser Anlage soll hauptsächlich Aluminium für die Produktion von Rollladenstäben und -kästen beschichtet werden. Darüber hinaus plant man zukünftig auch die Beschichtung von Stahlbändern für weitere Anwendungen. Die BASF ist Hauptlieferant für die Lacke. Neben dem Primer COILTEC® TOP Universal P CF und dem Rückseitenlack COILBACK® kommen die neuen Decklackreihen POLYCERAM® Plus P und POLYCERAM® Plus U FT zum Einsatz.

**Die neuen POLYCERAM®-Decklacke** zeichnen sich durch eine besonders hohe Flexibilität bei strukturierten Oberflächen aus. Neben den Standardfarbtönen Weiß, Beige, Braun, Grau und Silber sollen künftig noch wei-

tere Farbtöne auf Basis dieser Decklackreihe appliziert werden. Alutech lobt nicht nur die Qualität der Lacke, sondern auch die professionelle Unterstützung während des Anlagenstarts im Oktober 2009. „Wir hoffen, dass unsere Partnerschaft weiter wachsen und sich in Zukunft deutlich ausweiten wird“, unterstreicht das Management von Alutech in einem Brief an die BASF.

 [www.alutech-company.de](http://www.alutech-company.de)

# Gemeinsam wachsen

Die BASF ist Partner des After-Sales-Netzwerks von Kia Motors.

**Bereits seit Jahren** verwenden Lackierbetriebe in vielen Ländern Reparaturlackprodukte und -verfahren der BASF, um Autos der Marke Kia zu reparieren. Im September 2009 schlossen die BASF und Kia eine weltweit gültige Vereinbarung, nach der die BASF Kia Motors direkt mit Schulungspaketen unterstützt, die auf lokale Bedürfnisse und Anforderungen zugeschnitten sind. Im Rahmen der Vereinbarung leistet BASF Unterstützung bei der Schulung hunderter Mitarbeiter in Lackier- und Karosseriebetrieben von Kia Motors. Wichtigstes Ausbildungsziel: Die Lackierer lernen, die Lackierung eines Autos nach einem Unfall im Originalzustand wiederherzustellen und dabei die hohen Qualitätsansprüche von Kia Motors zu erfüllen.

„**Es ist eine Ehre für uns**, dieses globale Abkommen mit Kia Motors abgeschlossen zu haben. Durch die engere Zusammenarbeit im Bereich der Autoreparaturlackierung sowie durch unsere Unterstützung und Erfahrung hoffen wir,

dass Kia Motors und wir gemeinsam in diesem interessanten globalen Markt weiter wachsen werden“, sagt Kenneth Marshall, Regional Business Director der BASF für Automotive Refinish & CTS Solutions in Asien-Pazifik. „Die Autoreparaturlackierung ist ein hoch komplexer Prozess, der erstklassige Lösungen erfordert, um höchste Qualität sicherzustellen. Es geht darum, Lackierern bei der Reparatur eines Kia die bestmögliche Unterstützung zu bieten, damit Kia-Besitzer überall auf der Welt sicher sein können, dass ihr Auto nach einem Unfall genauso gut aussieht wie vor dem Unfall.“

**Mit BASF-Lösungen** erzielen Lackierbetriebe dank der BASF-Farbtönenkompetenz und dem Farbtonmanagement hervorragende Ergebnisse. So können etwa mit der BASF-Spitzensoftware für

Farbmischcomputer oder mit Farbtönmessgeräten Farbtöne ausgemischt werden, die selbst höchsten künstlerischen Ansprüchen genügen. Weiterhin stehen BASF-Berater bei allen Fragen rund um den Karosserie- und Lackierbetrieb Rede und Antwort. Auch im Bereich Wasserbasislacke ist die BASF führend und verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung bei der Unterstützung von Kunden in der Verarbeitung dieser umweltfreundlichen Technologie. Weltweit können Karosserie- und Lackierbe-

triebe mithilfe von BASF-Technologien Umweltgesetzevorgaben erfüllen und übertreffen. [www.kia.com](http://www.kia.com)





# Umweltfreundlich

## BASF bringt neue Marke für Bautenanstrichmittel auf den chinesischen Markt.

**NORBIN™, die neue Marke der BASF** für Bautenanstrichmittel im Innen- und Außenbereich, wurde in China für den chinesischen Markt entwickelt. In diesem Markt spielen für den Kunden Umwelt- und Produkteigenschaften wie Witterungsbeständigkeit, Abwaschbarkeit, geringe Verschmutzungsneigung und hohe Farbtonstabilität eine wichtige Rolle.

NORBIN wurde mit Unterstützung des umfangreichen F+E-Netzwerkes der BASF entwickelt und hat das Zeug, zu einer wegweisenden Anstrichmittelmарке für die vielfältigen Anforderungen der chinesischen Baubranche zu werden. Ein wichtiger Produktvorteil ist außerdem, dass nach dem Bericht eines amtlichen chinesischen Prüfinstituts eine der im Innenbereich eingesetzten NORBIN-Produktlinien, NORBIN R1, keine nachweisbaren flüchtigen organischen Verbindungen (VOCs) enthält.

„**Der Lebensstandard in China steigt rasch** und das Umweltbewusstsein der Verbraucher wächst. Deshalb verlangt die chinesische Bauindustrie zunehmend die fortschrittlichsten Lösungen im Hinblick auf Qualität, Sicherheit für Maler und Endanwender sowie Beständigkeit, einfache Verarbeitung und optische Attraktivität“, erklärte Markus Burri, Leiter des Coatings-Geschäfts der BASF in Asien Pazifik. „Wir sind zuversichtlich angesichts des Potenzials ökoeffizienter Produkte in diesem Markt, und das F+E-Netzwerk der BASF setzt sich engagiert dafür ein, China bedarfsgerecht mit modernster Beschichtungstechnologie zu versorgen.“

**Im High-Tech-Park Caohejing** von Shanghai hat die BASF ein F+E-Zentrum eingerichtet. Dadurch sind die gebündelten Kompetenzen des weltweiten F+E-Netzwerkes der BASF verfügbar, um maßgeschneiderte

Lösungen für den chinesischen Markt bereitzustellen. Die in China für China entwickelten und hergestellten Produkte der Marke NORBIN basieren auf den ausgereiftesten Beschichtungstechnologien des Produktportfolios der BASF und spiegeln die langjährige Erfahrung des Unternehmens im Bereich nachhaltiger Beschichtungslösungen wider.

„**Die BASF liefert schon seit Langem** hochwertige Materialien und Lösungen für die chinesische Beschichtungsindustrie. Mit der Markteinführung und Vor-Ort-Produktion von NORBIN in China profitieren die chinesischen Endanwender schneller und direkter von den modernen Beschichtungslösungen, die gezielt eine nachhaltige Bauweise unterstützen“, so Johnny Kwan, Vorsitzender des BASF Country Board für China.

**Für weitere Informationen wenden Sie sich an: Stanley Cen, [zhongzhe-stanley.cen@basf.com](mailto:zhongzhe-stanley.cen@basf.com)**

 [www.greater-china.basf.com](http://www.greater-china.basf.com)



# Viel Neues am Zuckerhut...


**In Brasilien hat Suvinil® eine Produkt-offensive gestartet.**

Mit Neuentwicklungen sowie bewährten, aber verbesserten Lacksystemen hat sich Suvinil auch 2009 als Marktführer im Bereich Bautenstrichmittel im größten Land Südamerikas behauptet. Zu diesem Erfolg hat unter anderem die jüngste Innovation beigetragen, das **Suvinil-Spray „multi uso“**, das speziell für die Bedürfnisse von Künstlern, Dekorateurs und Handwerkern entwickelt wurde. Es eignet sich für alle Arten von Metall, für Papier, Holz, Ton und Gips und ist in 19 Farben sowie als Hochglanzlack erhältlich. Zudem hat jede Spraydose auf der Oberseite einen Ring, der den

enthaltenen Farbton zeigt. Nur Suvinil bietet in Brasilien Farbsprays mit solchen Identifikationsringen an. Auch die 20 farbenfrohen Illustrationen, die speziell für die Spray-Serie entworfen wurden, wirken markenprägend und unterstützen die Wiedererkennung.

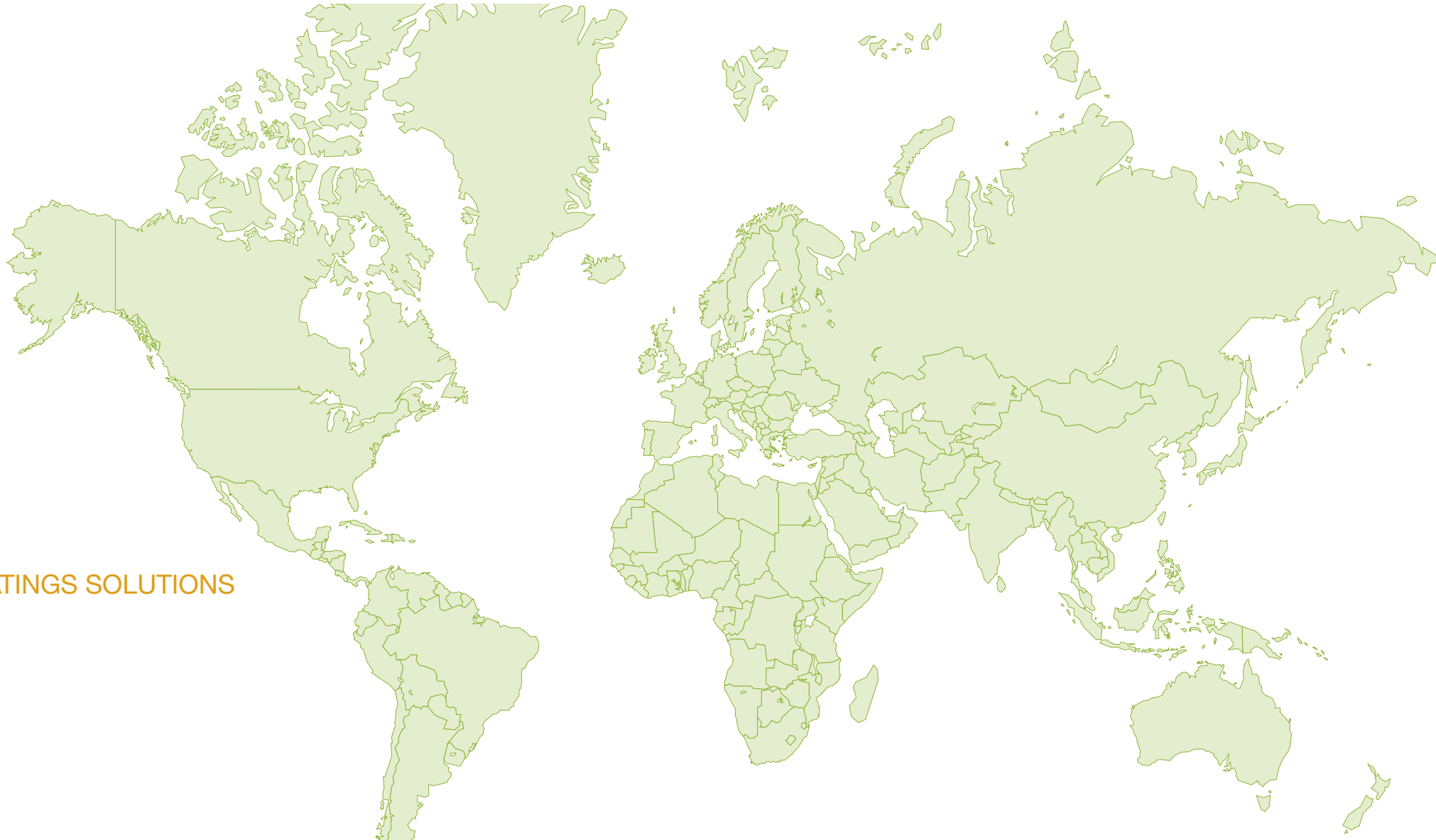
**Bewährte Produkte** sind jetzt noch benutzerfreundlicher und leistungsfähiger. Die Verpackungen für Suvinil-Bodenlacke und -Beschichtungen wurden neu gestaltet und die Produktbeschreibungen um illustrative Anwendungshinweise ergänzt. Den Suvinil-Bodenlack machten die Entwickler widerstandsfähiger und verbesserten Abwaschbarkeit, Haltbarkeit und Deckkraft. Der Lack eignet sich besonders für die Anwendung in Vielzweck-Sporthallen sowie auf Zement- und Lehmböden. Die Lackpro-

dukte erhielten zudem eine erweiterte Garantie und wurden ergiebiger.

**Die Produktoffensive** umfasst zudem einen neuen Ultra-Protection-Lack, der vor UV-Strahlung, Pilzbefall und Feuchtigkeit schützt, und eine Fünfjahresgarantie auf die Sonnenfiltereigenschaften der Lacke. Mit diesen Lacken beschichtete Produkte waren vorher an der Küste bei São Paulo ausgiebig getestet worden. „Wir investieren unablässig in die Forschung, um den Anforderungen unserer Kunden zu genügen. Wir entwickeln Qualitätsprodukte, die die Gestaltung und Renovierung unserer Umgebung leichter und effizienter machen“, sagt Francisco Verza, verantwortlich für das BASF-Geschäft mit Bautenstrichmitteln und Autoreparaturlacken in Brasilien.  [www.suvinil.com.br](http://www.suvinil.com.br)

# Wir machen das Leben farbiger

BASF ist das führende Chemie-Unternehmen der Welt: The Chemical Company. Mit intelligenten Systemlösungen sowie hochwertigen Produkten hilft die BASF weltweit ihren Kunden, erfolgreicher zu sein. Im Arbeitsgebiet Coatings ist die BASF weltweit hervorragend positioniert und verfügt über eine starke Marktstellung in Europa, Nord- und Südamerika sowie der Region Asien-Pazifik.



■ COATINGS SOLUTIONS

