

Mut zur Farbe: die neuen Panamera-Lacke und ihre Entstehung

19/01/2024 Frisches Farbprogramm für den neuen Panamera: montegoblaumetallic, eisgraumetallic, luganoblau, madeiragoldmetallic sind nur einige Besipiele der neuen Exterieurfarben der sportlichen Limousine. Analog zu allen Farben sind die Lacke in einem mehrjährigen Kreativ- und Entwicklungsprozess entstanden.

Modellreihenübergreifend hat der Sportwagenhersteller zudem das Angebot an Serien-, Metallic- und Sonderfarben neu strukturiert. Contrasts, Shades, Dreams und Legends heißen die neuen Kategorien. Sie spiegeln unterschiedliche Themenwelten wider und erleichtern den Kunden mit ihren emotionalen Bezeichnungen die Auswahl.

Ob Signalfarben in den 1970er Jahren oder Pastelltöne zwei Dekaden später: Porsche hatte schon immer den Mut zu einer bunten und vielfältigen Farbpalette. Aktuellster Beweis sind die spannenden Exterieurfarben des Panamera: madeiragoldmetallic beispielsweise ist ein warmer, cognacfarbener Farbton, der an den goldenen Herbst erinnert. Kleine Effektpigmente sorgen für einen metallischen Glanz und verstärken den sportlich-eleganten Gesamteindruck.

Vier Farbkategorien von klassisch bis expressiv

Für alle Modellreihen hat Porsche zudem das Farbschema überarbeitet und emotionalisiert. Contrasts, Shades, Dreams und Legends heißen die neuen Kategorien für Serien-, Metallic- und Sonderfarben.

Contrasts umfasst besonders klassische und zeitlose Farben. Schwarz und weiß beispielsweise bilden den maximalen Kontrast. Verschiedene Schattierungen von weiß, grau und schwarz hingegen fallen in die Kategorie Shades. Zudem stehen hier Silbertöne wie das neue eisgraumetallic des Panamera zur Verfügung. Die dezenten Nuancen erlauben eine moderne Personalisierung des Traumsportwagens.

Mit den kräftigen, leuchtenden und auffälligen Farben der Kategorie Dreams können Kunden ihre Individualität ausdrücken und ein Statement setzen. Neue Dreams-Lacke beim Panamera sind unter anderem luganoblau und madeiragoldmetallic. Die Kategorie Legends fasst außergewöhnliche Farben mit dem gewissen Extra zusammen. Die Töne aus unterschiedlichen Farbräumen sind elegant, modern und zeitlos. Beispiele aus der Farbpalette des Panamera: montegoblaumetallic, oakgrünmetallic neo und schiefergrau neo.

Neben dem Serienfarbprogramm bietet Porsche mit „Farbe nach Wahl“ und „Farbe nach Wahl Plus“ noch individuellere Lacke an. Im Vordergrund von „Farbe nach Wahl“ steht die Verfügbarkeit typischer Porsche Farben, die aus der Historie bekannt sind. Aktuell umfasst das Angebot über alle Baureihen hinweg mehr als 170 Farbtöne. Zudem besteht die Möglichkeit, im Rahmen von „Farbe nach Wahl Plus“ ganz individuelle Farbtöne nach Kundenwunsch zu kreieren.

Mehrjähriger Kreativ- und Entwicklungsprozess

Von der ersten Idee zu einer Verfügbarkeit vor Kunde vergehen bei Porsche mehrere Jahre. Der Kreativprozess und die technische Entwicklung inklusive der Qualitätsabsicherung sind aufwendig. Aufgrund dieses langen Vorlaufs müssen die Experten bei Style Porsche ihrer Zeit immer voraus sein: „Eine neue Farbe sollte nicht nur eine Trendfarbe sein, sondern sich über einen längeren Zeitraum etablieren“, betont Volker Müller, Leiter Colour & Trim bei Style Porsche. „Daher müssen wir Trends früh erkennen und selbst ab und an Trends setzen.“

Vielfältige Ideen und Anregungen

Mode, Architektur und Interieur Design sind wichtige Inspirationsquellen für die Designer. Wenn sich eine Farbe in den Sehgewohnheiten der Menschen etabliert habe, funktioniere sie auch für sehr langlebige Produkte wie Sportwagen, so Müller. Vielfältige Anregungen liefert auch die Historie der Marke. madeiragoldmetallic beispielsweise, ist eine moderne und elegante Interpretation von nordischgoldmetallic. Diesen Farbton gab es von 2007 bis 2010 für verschiedene Modellreihen.

„Eigentlich haben wir es leicht: Einem Porsche steht einfach jede Farbe“, schmunzelt Daniela Milošević, Colour & Trim-Designerin bei Style Porsche. Dennoch findet eine Auslese statt: Von den rund 12 bis 15 Farben, die das Team jedes Jahr neu konzipiert, wählt der Gesamtvorstand Farben aus, die weiterentwickelt werden. Sollten diese Lacke sich als technisch umsetzbar erweisen, gehen sie in den nächsten drei Jahren in Serie.

Von der Farb-Idee zur Lackfarbe

Zunächst analysieren die Designer die aktuelle Farbpalette und schauen, ob alle Farbbereiche gut besetzt sind. Bei der Recherche zu neuen Farbthemen, entstehen sogenannte Moodboards, also visuelle Darstellungen von Konzepten und Visionen. Hilfreich ist dabei unter anderem ein interner Workshop unter den Designern, in dem neue Farb- und Materialthemen besprochen werden und neue Ideen entstehen.

Sind die neuen Farbvisionen entstanden, kommen die Zulieferer ins Spiel: „Wir stellen unsere Farbideen den Lacklieferanten vor und sprechen Thema für Thema mit Ihnen durch. Es ist ein schöner Austausch, da in diesem kreativen Prozess noch weitere großartige Ideen entstehen“, so Milošević. „Die Lieferanten arbeiten für uns mit unterschiedlichen Farbpigmenten die neuen Farben aus“, erläutert Müller. Das führt im Detail zu unterschiedlichen Interpretationen einer Farbe und mehreren Farbtonausarbeitungen. Eine größere Runde mit Porsche-Fachleuten aus Produktion, technischer Entwicklung, Design, Vertrieb und Marketing diskutiert diese Lackmuster.

Die Farbideen müssen technisch umsetzbar sein und den Bedürfnissen der Märkte entsprechen. Diese sind je nach Markt unterschiedlich ausgeprägt: „Die asiatischen Kunden sind eher mutig in der Farbwahl, während Kunden in den USA gedecktere Töne bevorzugen“, sagt Milošević.

Bei der Vorauswahl haben die Designer auch die künftigen Interieur-Materialien im Hinterkopf. Ein Farbton im Exterieur muss auch mit dem Interieur harmonieren und zu Leder, Race-Tex und anderen Stoffen passen.

Vom Lackfrosch zur Powerwall

Im nächsten Schritt werden Lackfrösche in den jeweiligen Farben lackiert. Das sind Auto-Miniaturen in der stilisierten Form eines aktuellen 911, auf der man die Farben bezüglich ihrer Wirkung auf einer größeren 3D Form beurteilen kann. Die Virtual-Reality-Experten von Porsche scannen parallel das Lackmuster ein, damit sie die neue Farbe auf einer 16 Meter breiten LED-Wand fotorealistisch visualisieren können. Auf Knopfdruck können dort dann neue Modellreihen oder Derivate ihre Exterieurfarbe wechseln.

Die finale Entscheidung, ob eine neue Farb-Idee kommt oder nicht, fällt schließlich der Gesamtvorstand. Präsentiert wird pro Farbton ein lackiertes Fahrzeug. Das Porsche-Topmanagement begutachtet die

Fahrzeuge im Tageslicht sowie digital visualisiert auf diversen Derivaten an der LED-Wand in der Studioeigenen Präsentationshalle.

Karosserie und Anbauteile müssen farblich harmonieren

Von einer künftigen Serien-Farbe wird im nächsten Schritt eine mittelgroße Lack-Charge produziert, diese umfasst etwa 50 bis 100 Kilogramm. Damit werden rund 300 Blechtafeln lackiert. Als sogenannte Urmuster dienen diese auch den Lieferanten der Anbauteile als Farbreferenz. Das sogenannte Colour-Matching ist ein wichtiges Qualitätsmerkmal eines Porsche. Auch wenn sich Farben auf Metall und Kunststoff grundsätzlich unterschiedlich verhalten, müssen sie am Fahrzeug perfekt zueinander passen.

Umfangreiche Tests und Absicherungen

Bei Porsche selbst ist der Entwicklungsprozess nach der kreativen Phase noch nicht beendet: Die Lackexperten des Sportwagenherstellers testen beispielsweise den Reparaturaufbau. Dazu gehört die Prüfung auf Umsetzbarkeit der sogenannten „Spot Repair" auf Basis eines der lackierten Vorserienfahrzeugen. Rund ein Jahr vor Serienanlauf findet zudem ein sogenannter Betriebsversuch statt.

Beim Lackierprozess in den Porsche-Werken wird der Lack durch Leitungen vom Tank zu den Zerstäubern gepumpt. „Scherkräfte in den ringförmigen Leitungen könnten zu Farbtonabweichungen führen", weiß Bernd Mieskes, Teamleiter Farbentwicklung. Solche unliebsamen Überraschungen soll die Generalprobe vor Serienanlauf verhindern. Zudem gelte es, die exakten Lackierbedingungen der einzelnen Produktionsstätten zu berücksichtigen. „In den einzelnen Werken haben wir unterschiedlich viele Lackier-Roboter, andere Taktzeiten, Leitungslängen und Systemvolumina", erläutert Mieskes. „Deshalb müssen wir den Lack immer auf die spezifischen Bedingungen eines Werkes einstellen."

Bis der Kunde die Farbe im Car Configurator oder im Porsche Zentrum auswählen kann folgen weitere Erprobungen. Im sogenannten Wetter-o-Meter werden die Musterplatten 3.200 Stunden lang mit starkem UV-Licht bestrahlt. Das entspricht theoretisch einem Jahr direkter Sonneneinstrahlung in Florida und sichert die Farbbeständigkeit. Zusätzlich umfasst die Erprobung Brandschutz- und Steinschlagtests sowie Salzwasserprüfungen.

MEDIA ENQUIRIES



Sandro Kälin

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 16
sandro.kaelin@porsche.ch

Consumption data

Panamera (WLTP)*: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 10,4 – 9,6 l/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 236 – 219 g/km; CO_2-Klasse: G

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO_2 emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, CO_2Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2024/produkte/porsche-panamera-lacke-entstehung-entwicklungsprozess-35039.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/c9780edc-1df7-4653-8cde-5e6b5a298be0.zip