

# Flotten management

**SPECIAL:**  
Fahrzeug-  
individualisierung



EXKLUSIV-INTERVIEW:  
**HHL Hamburg Leasing**

MANAGEMENT:  
**Ausblick 2017**

FLOTTEN-STRATEGIEN:  
**Mercedes-Benz & smart**

KOSTENVERGLEICH:  
**Kleinstwagen**



Welche Möglichkeiten die Fahrzeugfolierung bietet, zeigte SIGNA Reklame auch auf „Flotte! Der Branchentreff“

# Folie für's Fahrzeug

Man sieht sie fast überall, Fahrzeuge mit aufgeklebten Schriftzügen, Schutzfolien oder Vollverklebungen. Längst sind die Möglichkeiten, das Fahrzeug dadurch optisch aufzuwerten, vor äußeren Einflüssen zu schützen und/oder für Werbung zu nutzen, auch im gewerblichen Bereich angekommen. Flottenmanagement hat sich näher mit dem Thema beschäftigt und einige Anbieter in Deutschland unter die Lupe genommen.

Zuerst einmal gilt es, einzelne Begrifflichkeiten und Folienarten zu unterscheiden: Bei der Vollverklebung (englisch: Car Wrapping) wird das Fahrzeug komplett mit einer selbstklebenden und elastischen Kunststoffolie überzogen. Hierbei ist es wichtig, was der jeweilige Anbieter für eine Folie verwendet. Dabei gibt es heute im Wesentlichen drei hergestellte Vinylfolienarten (siehe Kasten).

## Monomer kalandrierte Klebefolie:

Monomere Klebefolien bestehen aus sogenannten „unvernetzten Molekülketten“. Das heißt, dass die Atome nicht miteinander verbunden sind und lose im PVC „herumschwirren“. Deshalb ist das Material relativ instabil. Besonders bei UV-Strahlung beginnt die monomere Klebefolie nach einigen Jahren zu schrumpfen.

## Polymer kalandrierte Klebefolie:

Bei einer polymeren Folie sind die Atome miteinander verbunden und berühren sich gegenseitig. Die Bezeichnung dafür lautet „vernetztes und verzweigtes Molekülketten“. Durch diese Verkettung der Moleküle ist das Material relativ stabil und behält recht lange seine Form.

## Gegossene Klebefolie:

Eine gegossene PVC Klebefolie besitzt eine sehr starke chemische Verbindung und einen sehr dünnen Schichtaufbau. Sie besteht deshalb aus einem ganz besonders stabilen, langlebigen und flexiblen Material.

Quelle: Sailer/Druck

Während die monomer kalandrierte Folie bei der Fahrzeugbeklebung eigentlich gar nicht zum Einsatz kommt, raten Experten auch eher von der polymeren Klebefolie ab, da sie sich bei sehr starker Dehnung zurückziehen kann. Die Spandex AG erklärt: „Gegossene Folien passen sich Unregelmäßigkeiten der Substratoberfläche, beispielsweise Nieten oder Strukturen, hervorragend an und sind dadurch erste Wahl für die exponiertesten Außenanwendungen – insbesondere Fahrzeugfolierungen.“ Interessenten sollten sich daher immer vorab informieren, welche Folien verwendet werden. Polymer kalandrierte Folien sind in der Regel deutlich preisgünstiger als gegossene Folien, es müssen allerdings Abstriche hinsichtlich Stabilität und Haltbarkeit gemacht werden.

## Lack versus Vollverklebung

Um erst einmal Missverständnissen vorzubeugen: Selbstverständlich wird eine Beklebung nicht direkt auf das Blech aufgebracht, sondern auf den schon vorhandenen Lack. Marco Kimme, Prokurist bei der INTAX GmbH, sieht in den Folierungen auch keine Konkurrenz für das Lackierhandwerk. „Ganz im Gegenteil bedienen Folien heute den temporären Markt, der zwar vor 20 Jahren noch von Lackierern bedient wurde. Heute wäre das aber mit der Lacklösung nicht mehr zu rechtfertigen“, sagt er. SIGNA-Reklame-Vertriebsleiter/Mitglied der Geschäftsführung Sebastian Kreuzer stellt zudem klar: „Die Vollverklebung kann keinen Lack ersetzen. Eine Lackierung ist stets hochwertiger und sollte nicht als Maßstab zu einer Vollverklebung herangezogen werden. Vielmehr ist die Folie wie eine Art Kleidung für den Lack – mit dem entscheidenden Vorteil, hier weitaus individueller agieren zu können.“ So hat man mehr Gestaltungsmöglichkeiten und kann beispielsweise individuelle Bilder integrieren.

Individualität ist ein großer Vorteil, Peter Zeug, Geschäftsführer der wezet-Beschriftungsfabrik nennt weitere: „Eine Vollverklebung ist kostengünstiger als eine klassische Lackierung, der Originallack bleibt erhalten, wird geschützt und ist nach dem Entfernen bei einer Wiedervermarktung beziehungsweise einem Wiederverkauf in einem Topzustand.“ Gerade der Schutz vor UV-Strahlen, Steinschlägen und kleineren Kratzern dürfte viele Fuhrparkleiter beziehungsweise Dienstwagenfahrer erfreuen. Bei der Entfernung der Folien spricht Sebastian Kreuzer von einer „rückstandslosen Zurücksetzung in den Ursprungszustand“. Dies gewährleisten die gelisteten An-

bieter bis zu einer gewissen Dauer. Neben der Nutzungszeit der Folie spielen auch Faktoren wie das verwendete Material und der Abstellort (Witterungseinflüsse, UV-Strahlung et cetera) eine wichtige Rolle. Als Richtwert werden von den meisten Herstellern bis zu zehn Jahre angegeben. Jacob Schoon (Key Account Manager) von der CFC®CarFilmComponents® e. K. spricht von einer rückstandslosen Entfernung in Abhängigkeit von der gewählten Folienqualität und -farbe von sogar bis zu zwölf Jahren. „Dies wird auch positiv durch die Verwendung von speziellen Pflegemitteln unterstützt“, so Schoon weiter. Abgeraten wird bei der Folierung von Plastik, da die Oberflächenbeschaffenheit nicht dafür ausgelegt ist.

## Lebensdauer

Die Angaben der Lebensdauer von Folien sind bei den meisten Anbietern sehr schwankend (siehe Übersicht), da diese stark von der Qualität der Folien abhängt. Eine qualitativ hochwertige Folie sollte im Normalfall einen Fahrzeugzyklus (laut des Verkehrsclubs Deutschland e. V. liegt dieser bei gewerblichen Fahrzeugen bei drei bis vier Jahren) in einem Leasingfuhrpark problemlos überstehen. In einem Kauffuhrpark, wo die Laufzeiten teilweise bis zu acht Jahre andauern, muss die Folie eventuell noch einmal erneuert werden. „Durch wechselnde Beklebung kann man eine Flotte wieder erneuert zum Eye-Catcher machen, ohne neue Fahrzeuge anschaffen zu müssen“, zeigt Peter Zeug aber auch darin einen Vorteil auf.

## Werbung und Corporate Identity

Neben der Vollverklebung gibt es für die Nutzung von Werbung am Fahrzeug auch die Möglichkeit von Teilfolierungen oder lediglich Fahrzeugbeschriftungen. Kai Hofbauer, Leitung Grafik & Werbetechnik, WÖRLE medien, sagt: „Gerade bei Firmenfahrzeugen dient die Fahrzeugbeschriftung mit Firmenlogo und gegebenenfalls weiteren Informationen als zusätzlicher und kostengünstiger Werbeträger mit hohem Wiedererkennungswert und vermittelt zudem ein professionelles Auftreten.“ Ein positiver Nebeneffekt sei, dass der Fahrstil von manchen Mitarbeitern in beschrifteten Fahrzeugen wesentlich zurückhaltender ausfiele, als wären sie „anonym“ unterwegs. Folglich solle eine Beschriftung also auch für mehr Sicherheit im Straßenverkehr, ergänzt Hofbauer.

Ein weiterer Vorteil: Fahrzeugwerbung ist die einzige Form der Außenwerbung, die nicht genehmigungsbedürftig ist. „Das ist die einfachste Form, auf unsere Fahrzeuge und Produkte aufmerksam zu machen. Der Endkunde soll unseren Namen im Straßenbild erkennen. Nicht nur der Name, sondern auch unsere Produkte sollen beim Kunden noch präsenter sein beziehungsweise unser spezieller Service soll in Erinnerung gerufen werden“, sagt ein Flottenmanager über den Wert der Werbefläche Dienstwagen.

Viele Firmen richten mittlerweile auch ihre gesamte Fahrzeugflotte nach der Corporate Identity (kurz: CI) der Firma aus. Denn ein einheitliches Erscheinungsbild erhöht den Wiedererkennungswert und bleibt länger im Gedächtnis. Namhafte Firmen wie die Deutsche Telekom, die Deutsche Bahn, Coca-Cola oder sämtliche Logistikkdienstleister (Deutsche Post, DHL, Hermes, UPS et cetera) haben bereits durch den bloßen Aufdruck der Bildmarke oder einer bestimmten Farbe einen sehr hohen Wiedererkennungswert.

Bei Bedarf können sich Unternehmen mit ihren Werbewünschen oder Vorstellungen direkt an die Folierer wenden, die entweder ein eigenes Designteam im Haus haben oder mit Werbeagenturen zusammenarbeiten.