

WRAPS

WRAPS – Vollverklebung im Fokus – die Spezialausgabe



- **Aufgepasst: Versicherungen für Car Wrapper**
- **Aufgeschrieben: Robin Bös mit neuer Kolumne**
- **Aufgezählt: Neuheiten am Folienmarkt**



Im App oder Play Store

oder auf wraps-online.de



::: gerechnet: Folienreste ermitteln ::: gemischt: Farben nachstellen ::: gestartet: erste Wrapping World Germany :::

PS-Monster im Platinenlook



Mehr als 1.000 PS – ABT Sportsline hat einen hybriden Audi geschaffen und Signal Design hat den passenden Look geliefert.

1.018 PS. Die hat ABT Sportsline Mitte dieses Jahres in einen Audi RS6-E gepackt. Das Unternehmen mit Sitz in Kempten im Allgäu ist ein Veredler von Fahrzeugen des VW- und Audi-Konzerns und hat diesmal zwei Antriebstechnologien kombiniert: Zu den 730 PS, die der Verbrennungsmotor samt dem Steuergerät ABT Engine Control und modifizierter Abgasanlage liefert, kommen bei diesem Prototypen durch ein E-Triebwerk noch einmal 288 PS hinzu, die sich oberhalb der 100-km/h-Grenze per Knopfdruck für kurze Zeit aktivieren lassen.

Die Zukunft ist jetzt

Ein aufregendes wie futuristisches Projekt, was aber nicht nur anhand der Tech-



Die vielen Details des Wagens, etwa der Rahmen des Kühlergrills oder der Dachträger, nahmen viel Zeit in Anspruch. Bei den Details arbeitete Signal Wrapping mit Knifeless Tape.

Elektro- und Verbrennungsmotor kombiniert: der 1.018 PS starke Audi RS6-E im Leiterplatten-Look

nik im Maschinenraum des RS6-E, sondern auch an seiner Oberfläche deutlich wird: Grüne und schwarze Linien ziehen sich über die silberne Grundierung der Karosserie des Hybrids und erinnern an die elektrischen Bahnen einer Leiterplatte. Ein Look, für den sich Signal Design, von ABT Sportsline mit dem Projekt beauftragt, entschieden hatte, um den hybriden Charakter auch in der Optik des Prototyps zu spiegeln. „Mit der Grundfarbe Silber erinnern wir an einen Schaltkastenschrank samt Leiterplatte. Das Grün symbolisiert alternative Antriebe“, beschreibt

Markus Schäffler, Geschäftsführer von Signal Design.

Der Teufel steckt im Detail

Beim Verkleben galt es zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Audi um ein Versuchsfahrzeug von ABT handelt, mit dem bereits experimentiert wurde, erinnert sich Markus Schäffler: „Das Auto wurde auf einer Messe mit einem Lack mit vielen bunten Metallspänen lackiert, die im Lack glitzern. Zudem war es Versuchsträger von rotgefärbtem Carbon.“ Für die Umsetzung des neuen Designs setzte Signal Wrapping, die Folierabteilung von Signal Design, ausschließlich auf

die 1080er-Folie von 3M; bei den konkreten Farbtönen hält sich der Geschäftsführer jedoch bedeckt.

Das rote Carbon und der schwarze Glitzerlack bedeuteten für Signal Wrapping beim Verkleben einen wesentlichen Mehraufwand: „Wir mussten das Auto komplett zerlegen, damit der Lack überall verschwindet“, sagt der Signal Design-Geschäftsführer. Auch Elemente im Innenraum, die teilweise in Carbonoptik gehalten waren, mussten zunächst ausgebaut und extra in Grün gewrappt werden. Auch außen demontierte das Werbetechnikunternehmen die Carbonteile. Eine zusätzliche Herausforderung: die vielen Tuningteile, etwa Spoiler und Flaps von ABT Sportsline. Und auch den Rahmen des Kühlergrills sowie die Dachträger in Schwarz und die Felgenrahmen hat das Team gewrappt; für die feinen Details griff es auf Knifeless Tape zurück. Nach etwa einer Woche hatten die drei zuständigen Verkleber von Signal Wrapping den neuen Look auf den Wagen gebracht – mit circa 25 Laufmetern der silbernen Folie und etwa 10 einer jeden Zierfarbe. Das letzte Detail lieferte ABT Sportsline aber selbst: Das Unternehmen übernahm das Grün für Ziernähte und Sticklogos auf den Sitzen des Audi RS6-E.

Stefan Huber

www.signal-design.de



WRAPPING MIT SIGNAL

2014 foliert, 2015 prämiert: Für den BMW-Tuner Hamann Motorsport folierte Signal Reklame einen M4 mit dem sogenannten „Colourexlosion“-Design. Beim Wrap Like a King Contest von Avery Dennison gewann Signal damit den Europameistertitel.

Signal Design feiert 20 Jahre und verpasst sich einen neuen Auftritt.

Signal Reklame gibt es nicht mehr. Das Unternehmen firmiert seit März dieses Jahres als Signal Design. Der Grund: die Belegschaft. Denn die hatte die Unternehmensleitung im November vergangenen Jahres zu einem Zukunftsworkshop eingeladen. In kleinen Projektgruppen wurde über den Markt, seine Veränderungen und Trends diskutiert und eine passende Zukunftsstrategie entwickelt. Von den neuen Blickwinkeln und Impulsen war die Geschäftsleitung begeistert. Und ein paar davon können sich wortwörtlich sehen lassen: zum einen der neue Unternehmensname, der die gestalterische

Leistung hervorheben soll. Zum anderen eine stärkere Trennung der Geschäftsbereiche Flottenbeschriftung, Filialbeschriftung, Werbemittel und Folierung, die über die Jahre gewachsen sind – jeder von ihnen hat nun eine eigene Homepage.

Jugendlicher Tatendrang

Schon früh entwickelte Markus Schäffler eine Vorliebe für Autos. Weil ihm seine Modellautos zu langweilig aussahen, hübschte er sie mit Farbe auf. Als Ende der 1980er-Jahre der Ferrari F40 auf den Markt kam, entdeckte der Teenager Folie als Gestaltungswerkzeug. „Sogar Nachbars Mülltonne musste herhalten“, erinnert sich der Signal-Geschäftsführer schmunzelnd. Zukunftsweisend war dann die Verschönerung eines Ford Fies-

ta: Als 16-Jähriger klebte Markus Schäffler Zierstreifen auf den Wagen, der bei einem Kfz-Händler auf dem Hof stand – zwei Stunden später war der aufgrund seines außergewöhnlichen Designs verkauft. Das brachte Markus Schäffler auf eine Geschäftsidee: Er gründete das Unternehmen Graffiti Dekore und veredelte nach der Schule Gebrauchtwagen mit handgeschnittenen Folienstreifen. Den Eltern zuliebe, sagt Markus Schäffler, habe er 1993 schweren Herzens seine Firma verkauft und eine Ausbildung begonnen. Kaum hatte er als Groß- und Außenhandelskaufmann den Gesellenbrief in der Tasche, kehrte er aber zu seinen Hobbys Folie und Autos zurück: Mit der Gründung von Signal Reklame machte er sich am 1. März 1998 selbstständig.



Mit diesem McLaren MP4 wurde Signal Reklame von Avery Dennison beim Go for Pro Contest 2013 zum Weltmeister gewählt. Das Design stammt von Künstler Timo Wuerz, mit dem das Unternehmen regelmäßig zusammenarbeitet.



Mit Vollgas voraus

So schnell wie die Autos sind, die Signal regelmäßig verklebt, entwickelte sich das junge Unternehmen: Nach der großen Eröffnungsfeier im Herbst stellte Markus Schäffler im darauffolgenden Jahr mit Timo Frick seinen ersten Mitarbeiter ein, der mittlerweile als Betriebsleiter und Prokurist Teil der Geschäftsleitung ist. In den Jahren 2000 und 2001 wurden Abteilungen für Werbearbeitel und Mediengestaltung eingerichtet, während die Außenwerbung um Large Format Printing, eine Sägewerkstatt sowie ein Profil- und Plattenlager erweitert wurde. Mit Andreas Zinsmeister stieg ein weiteres Mitglied der heutigen Geschäftsleitung ein – als erster Auszubildender: Gemeinsam wickelte das Team Aufträge für unter anderem die Telekom und die Frankfurter IAA ab.

War die Marktstrategie bis dato überregional ausgeprägt, visierten die Baden-Württemberger ab 2003 das gesamte Bundesgebiet an – um die steigende Auftragszahl bewältigen zu können, waren innerhalb von drei Jahren drei Umzüge notwendig. Ende 2008 bezog Signal seinen heutigen Standort. Der 2.000 Quadratmeter große Neubau bot – zunächst – ausreichend Platz für Büros, Produktion und Lager, einen Showroom sowie eine Lounge im Eingangsbereich; 2012 musste erweitert werden.



Das Team von Signal Design

Vorfahrt für Folie

Mit seinen außergewöhnlichen Designs machte sich Signal zunehmend in den Luxusauto-Kreisen einen Namen. 2009 erhielt dieser Geschäftszweig mit mattlook.com – seit der Neuausrichtung im Frühjahr www.signal-wrapping.com – eine eigene Plattform. Der Kopf dahinter, der Künstler, Schulfreund und langjährige Wegbegleiter von Markus Schäffler, Timo Wuerz, wurde schließlich 2012 in den Beirat berufen.

Viele besondere Projekte hat Signal in den vergangenen zwanzig Jahren foliert. Etwa den Lamborghini eines US-amerikanischen Rappers 2010; der Sender Kabel 1 brachte damals eine anderthalbstündige Dokumentation im Fernsehen. Oder einen Porsche 918 in Schwarzmatte, dessen Besitzer die Folierer kurzerhand nach New York einfliegen ließ. Ebenfalls eine schöne Erinnerung: die Welt- und Europameistertitel, die man bei den

Wettbewerben „Go for Pro“ beziehungsweise „Wrap like a king“ von Avery Dennison mit einem McLaren MP4 und einem Hamann M4 gewann. Das aufregendste Projekt in jüngster Zeit war ein mehr als 1.000 PS starker Audi (s. a. Seite 6).

Als zunehmend wichtiges Standbein entwickelte sich die Flottenbeschriftung. 2013 lud Signal zum ersten Flottentag ein – fünf weitere folgten bisher. Mit inzwischen mehr als 250 Gästen und prominenten Rednern ist das Event rund um die Flottenbeschriftung ein fester jährlicher Termin der Fuhrparkbranche.

20 bewegte Jahre haben die Baden-Württemberger nun hinter sich, für die Zukunft ist man dank der eigenen Belegschaft gut aufgestellt. Die nächsten Wrappings mit Signalkraft sind da nur eine Frage der Zeit.

Eileen Naichl

www.signal-design.de

© Joseph Diaz



Kostenlose Webinare

CorelDRAW[®] GRAPHICS SUITE 2018

CorelDRAW-Webinare

Grafik-Know-how aus der Praxis für die Praxis

Mehr erfahren und kostenlos herunterladen
<http://lp.corel.com/webinare>