



Pressinformation

Feature: Lastbilar tar ton med färg

Funktion, kvalitet och pålitlighet står i centrum när nya lastbilar ska utvecklas. Men när konkurrensen hårdnar gäller det också att få lastbilen att sticka ut. "Färgdesign har blivit en viktig del i byggandet av varumärket", säger Carina Byström, färg- och materialdesigner på Volvo Lastvagnars designavdelning.

Man skulle kunna tro att det för en färgdesigner lätt skulle kunna bli tråkigt att arbeta i en bransch där vitt är den dominerande färgen på exteriören. För så är det – majoriteten av lastbilars hytter levereras i vitt.

Men Carina Byström och hennes kollegor på Volvo Design Centre har fått en allt viktigare roll. Dagens snabba teknikutveckling gör att världens lastbillstillverkare närmar sig varandra i kvalitet, och konkurrensen hårdnar. Genomtänkt och framsynt design blir därför ett allt viktigare konkurrensmedel, ett sätt att lyfta fram det unika i produkten och vad varumärket står för. Bra design i det här sammanhanget är inte bara yta utan ska förena funktion och form. Designen kan också uttrycka vilka funktionella ambitioner företaget prioriterar.

– Vi ligger lite efter personbilsbranschen, men det finns tydliga tendenser på lastbilssidan att design och färg får en allt större roll i byggandet av varumärket, säger Carina Byström, färg- och materialdesigner på Volvo Lastvagnars designavdelning. För personbilsindustrin har exempelvis färgval länge varit viktigt.

– En personbillstillverkare förändrar några färger varje år, någon ny kommer till som sedan försvinner medan vissa, kanske silver, svart och vitt, ligger kvar varje år, säger Carina Byström.

Sådana klassiska färger står sig. Trots nya personbilstrender, där grönt, rost och terrakotta mixas med grånyanser, säljer till exempel Volvo Personvagnar ungefär 25 procent svarta fordon. Då får kunden ändå femton olika kulörer att välja mellan för varje modell.

För lastbilar däremot står funktionsdugligheten i centrum. Lastbilen är arbetsplats, kontor och sovrum på en gång, och för ett sådant fordon måste allt funka och servicen vara ypperlig. Fortfarande dominerar vitt som hyttkulör, för att det är den billigaste standardfärgen, men också av andra skäl.

– Vi säljer mellan 60 och 70 procent vita lastbilar eftersom det finns många som själva vill måla sina bilar. Våra kunder vill oftast ha en helt egen färg eller dekorera lastbilen med logotyper, mönster eller stripes, säger Carina Byström.



Lastbilsfabrikanter har en ständig bank med recept på exteriörfärger, till skillnad från personbilstillverkarna som kastar ut gamla kulörer. På Volvo Lastvagnar finns 450 till 500 recept. Närhelst beställningen trillar in blandas den till färg hos leverantören.

– En del stora kunder använder vissa färger som sina företagsfärger. De köper många lastbilar. När det gått några år köper de nya bilar, och då vill de ju ha samma färg, förklarar Carina Byström.

Det är ett skäl till att lastbilsindustrin inte är lika trendkänslig som personbilsmarknaden. Därtill håller en lastbil i åtskilliga år och ska kännas fräsch hela tiden. Då blir designen mer neutral, ungefär som formgivningen av offentliga miljöer. Trender i klädmode och heminredning växlar snabbare, man kastar, köper nytt, tapetserar om. För Carina Byström och hennes medarbetare på färgavdelningen vid Volvo Lastvagnar består utmaningen i att hitta långsiktiga trender. Lastbilshytterna de färgsätter når marknaden först runt fem år senare.

Den nya trenden för lastbilshytter just nu är metallic.

– Under 2008 och 2009 lanserar vi ett tjugotal nya metallicfärger för vi har bara haft ett fåtal metallicfärger innan, och där har det blivit en större efterfrågan, säger Carina Byström.

Även interiörerna färgsätts med stor noggrannhet. Interiörerna i Volvos lastbilar domineras just nu av grått.

– Vi tittar på kulörer med lite varmare och mer ombonad känsla, men vill behålla vårt skandinaviska uttryck. Så vi kommer nog inte att hamna på så gulbeige färger man kan se i till exempel amerikanska och tyska lastbilar, säger Carina Byström.

Inspiration hämtar hon och hennes medarbetare från andra fordon, från design, heminredning, branschmässor. Ofta börjar det med en idé: mer blå effekter i den röda färgen, till exempel. Sedan kontaktas färgleverantören som blandar till pigment och skickar färgprov. Funkar färgen? Fäster den utan att man måste måla alltför många dyra lager?

Färgutveckling är ett ständigt teamarbete med flera yrkesgrupper involverade. Volvo Lastvagnars designavdelning har växt stadigt under de senaste tio åren. Här arbetar designers, administratörer, projektledare och modellörer. Och man kunde kanske tro att lågkonjunktur och sjunkande efterfrågan på fordon slår mot formgivning och utvecklingsarbete. Tvärtom, design blir allt viktigare.

– Design är tillsammans med teknik och produktutveckling inom till exempel miljö och säkerhet en av flera viktiga ingredienser för att kunna leverera konkurrenskraftiga produkter i framtiden, säger Carina Byström.



Bilder:

- colour_design1.jpg
Bildtext: Varmt och ombonat, men med ett skandinaviskt uttryck. Färg- och materialdesigner Carina Byström ska se till att Volvos lastbilar får rätt färg.
- colour_design2.jpg
Bildtext: Carina Byström
- colour_design3.jpg
- colour_design4.jpg
Bildtext: Carina Byström

Den 1 september, 2009

För ytterligare information, kontakta:

Per Nilsson, tel 031 323 33 49, e-post per.nilsson.pr@volvo.com

För videomaterial av Volvokoncernens olika produktionsanläggningar och produkter, gå till <http://www.thenewsmarket.com/volvogroup>. Där kan du ladda ner bildmaterial i form av MPEG2-filer eller beställa det på Beta-kassett. Registrering och beställning av videomaterial är kostnadsfritt för medier.

Volvo Lastvagnar tillhandahåller kompletta transportlösningar för professionella och affärsfokuserade kunder. Företaget erbjuder ett komplett produkterbudande med medeltunga till tunga lastbilar med ett starkt globalt nätverk av 3 000 serviceställen i mer än 140 länder. Under 2008 sålde Volvo Lastvagnar mer än 106 000 lastbilar över hela världen. Volvo Lastvagnar ingår i Volvokoncernen, en av världens ledande tillverkare av lastbilar, bussar, anläggningsmaskiner, drivsystem för marina och industriella applikationer samt komponenter och tjänster för flygplan och flygmotorer. Volvokoncernen tillhandahåller också kompletta finansiella tjänster.