



Pressinformation

Designen gör skillnaden, även för lastbilar

Lastbilen är ett utpräglat bruksfordon. Därför skulle man kunna tro att ägarens köpbeslut baseras enbart på rationella faktorer som bränsleförbrukning, nyttolast, servicekostnader och transportkilometer per Euro. Men lastbilens design har större betydelse än man anar.

I Volvos designstudio arbetar ett 60-tal personer med produktdesign för olika bolag inom Volvokoncernen – Volvo Lastvagnar, Volvo Bussar, Volvo Construction Equipment och Volvo Penta.

Patrik Palovaara är specialiserad på lastbilsdesign. Hans senaste skapelse är Volvo FMX, Volvo Lastvagnars nya anläggningslastbil.

– Visst handlar lastbilsdesign i mångt och mycket om rationella faktorer som aerodynamik och ergonomi, säger Patrik Palovaara. Men det finns också en emotionell dimension. Lastbilens utseende har en stark koppling både till dess funktion och till dess identitet, och därmed till varumärket.

Detaljerna förstärker karaktären

Anläggningslastbilen Volvo FMX är ett bra exempel på det. Här har Patrik Palovaara och hans grupp utgått från föregångaren Volvo FM och förstärkt den robusta, stryktåliga karaktären med yttre förändringar som skapar ett tydligt uttryck.

Samtidigt har man lagt till ny funktionalitet på viktiga punkter, bland annat en helt ny central draganordning fram, med en kraftigare fästpunkt för bogsering. Resultatet är en ny front med en kraftfull underdel som gör att Volvo FMX tydligt skiljer sig från föregångaren.

– Uppdraget från Volvo Lastvagnar var att utveckla en produkt som tilltalar anläggningskunderna, säger Patrik Palovaara. Marknadens mottagande visar hur vi lyckats.



Tolkning, vision och gestaltning

Lastbilsdesignerns första utmaning i ett nytt projekt är att tolka krav och önskemål från ledningen samt resultat från användarstudier och skapa en egen vision av den nya lastbilen. Inspirationen hämtas från alla möjliga håll – djurriket, film, mode eller extremsporter, bara för att ta några exempel.

I den här fasen, som gestaltas i mängder av skisser, kan designern ta ut svängarna och utmana traditionellt tänkande om hur en lastbil ska se ut. Och samtidigt vara realistisk.

– När jag skissar strategiskt arbetar jag ofta med tre teman, berättar Patrik Palovaara: Ett extremt visionärt, ett basic och ett mittemellan.

Från skiss till fullskalig modell

Efter en tids skissande har gruppen kommit fram till ett designtema som man beslutar att gå vidare med. Nu börjar arbetet med att ta fram CAD-modeller för verifikation av bland annat ergonomi, aerodynamik och funktionalitet hos den nya lastbilen.

– Luftmotståndet är avgörande för bränsleförbrukningen och därmed av strategisk betydelse, säger Patrik Palovaara.

I gruppen ingår även formbestämmare och studioingenjörer som ansvarar för avstämningen med Volvo Lastvagnars ergonomer, aerodynamiker, konstruktörer och produktionstekniker. I designstudion finns också en grupp lermodellörer som tar fram en fullskalig lermodell av den nya lastbilen där alla instanser kan följa de verifieringar som görs av CAD-modellen.

– Det är först vid fullskalemodellen som många får klart för sig hur lastbilen kommer att se ut, säger Patrik Palovaara. Modellen blir referens för alla, från Volvos VD till verktygsmakare och underleverantörer. Och det är många som har ett ord med i spelet innan den slutliga designen bestäms till sin form, färg och yta.

Ett kreativt konkurrensmedel

Alla har en åsikt om design, alltså. Men kan man definiera vad som är god lastbilsdesign? Och vilken betydelse har den i ett större perspektiv?

Designhögskolan vid Umeå Universitetet har ett nära samarbete med Volvo Lastvagnar sedan många år och är en av världens främsta skolor på området. Tapio Alakörkkö är prefekt på skolan:

– Design är ett kreativt tankesätt som ökar företagets konkurrenskraft, säger han. I Norden har vi en tradition av att designen ska vara funktionell. För oss handlar god



lastbilsdesign om att sätta föraren i fokus och ta reda på hur vi kan underlätta arbetsdagen och utveckla arbetsmetoderna. Här handlar det inte minst om att locka fler kvinnor till föraryrket, säger Tapio Alakörkkö.

Väcker habegäret

Även om designen i första hand är funktionell måste den dessutom väcka habegäret för att vara framgångsrik. Beslutet fattas inte enbart i den vänstra, logiska hjärnhalvan.

– God design handlar om vilka drömmar en produkt väcker hos människor, vad vi vill ha ut av den, menar Tapio Alakörkkö. *”Design is what makes people tick”*, helt enkelt.

Här finns också kopplingen mellan konkret produktdesign och den visionära konceptdesignen som driver utvecklingen framåt.

– Konceptdesign är viktig för att få människors hjärnor att tänka utanför boxen, säger Tapio Alakörkkö. Genom att diskutera kring en gemensam vision flyttar vi fram gränserna. Konceptdesignen fungerar också som en opinionsmätare – gillar vi den här visionen eller inte?

Steget före i utvecklingen

För en designer hos en ledande lastbilstillverkare gäller det förstås att ständigt ligga steget före i utvecklingen. Facktidningar och mässor bevakas kontinuerligt, men för att veta hur en lastbil ser ut framåt år 2020 krävs mer än så.

– Utvecklingen inom lastbilsdesign drivs av teknikutvecklingen, säger Patrik Palovaara. Nya bränslen, nya material och logistiklösningar sätter sin prägel på morgondagens nyttofordon.

Han om någon borde veta. Bakom stora draperier inne i designstudion står modeller av kommande Volvolastbilar som få mänskliga ögon sett – ännu.

Bildtexter:

Bild: 1

Patrik Palovaara arbetar som lastbilsdesigner i Volvos designstudio.

– Visst handlar lastbilsdesign i mångt och mycket om rationella faktorer som aerodynamik och ergonomi. Men det finns också en emotionell dimension.

**Bild 2:**

Begynnelsefasen av designarbetet gestaltas i mängder av skisser. Här kan designern ta ut svängarna och utmana traditionellt tänkande om hur en lastbil ska se ut. Och samtidigt vara realistisk.

Bild 3, 4 och 5

När det gäller Volvo FMX skissade Patrik Palovaara från början på tre teman. Ett extremt visionärt (bild 3), ett basic (bild 4) och ett mittemellan (Bild 5).

Bild 6:

Den fullskaliga lermodellen tar upp till ett år att bygga. Stommen, som består av stål, trä och frigolit, täcks av 50 mm plastisk speciallera. Ytan kläs med en stretchbar folie som ger intryck av en lackerad yta.

Bild 7:

Så här ser det färdiga resultatet av flera års utvecklingsarbete ut – Volvo FMX – Volvo Lastvagnars nya anläggningslastbil, redo för världens byggarbetsplatser.

Bild T2009_1172:

Patrik Palovaara och hans grupp har utgått från föregångaren Volvo FM när de utvecklade Volvo FMX.

Bild: 9:

Tapio Alakörkkö, prefekt vid Designhögskolan vid Umeå Universitet som har ett nära samarbete med Volvo Lastvagnar.

– Konceptdesign är viktig för att få människors hjärnor att tänka utanför boxen. Genom att diskutera kring en gemensam vision flyttar vi fram gränserna. Konceptdesignen fungerar också som en opinionsmätare – gillar vi den här visionen eller inte?

TEXT: SÖREN SVANLUND

Den 3 maj 2010

För ytterligare information, kontakta:

Merril Boman, Mediarelationer Sverige, tel +46 70 6017975, e-mail merril.boman@volvo.com

Marie Vassiliadis, Mediarelationer Europa, tel +46 31 322 4127, e-mail marie.vassiliadis@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.

Bilder är tillgängliga i Volvo Lastvagnars bildbank <http://imagegallery.vtc.volvo.se/>

Volvo Lastvagnar tillhandahåller kompletta transportlösningar för professionella och affärsfokuserade kunder. Företaget erbjuder ett komplett produkterbudande med medeltunga till tunga lastbilar över hela världen, med ett starkt globalt nätverk av 3 000 serviceställen i mer än 140 länder. 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.