

Die Malerzeitschrift 08/2017

# Mappe

Wissen wie's geht –  
wissen was kommt

IM BRENNPUNKT  
**LAND-  
LUST** frust  
DAS PROBLEM  
DER BETRIEBE

## Farbige Fassaden

Bei Kunden beliebt, aber nicht ganz frei von Problemen

### ■ Mappe Technik

#### Untergrundvorbereitung am Boden

Risiken vermeiden durch sorgfältige Prüfungen und Vorarbeiten

### ■ Marketing

#### So machen Sie Ihren Betrieb zur Marke

Was man von den Großen wie Apple, Coca Cola und Google lernen kann

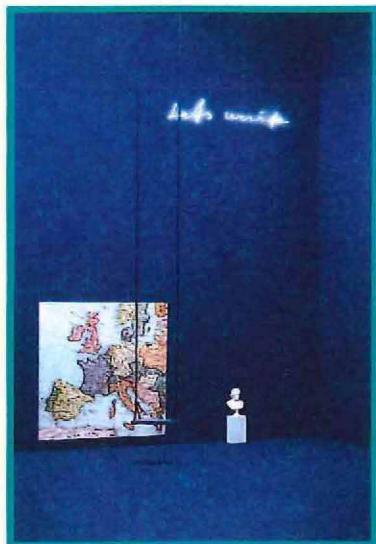
### ■ Trends & Chancen

#### Lebensbegleitendes Lernen

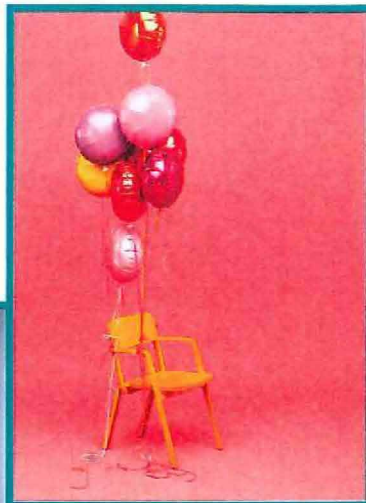
Weiterbildung ist in Zeiten knapper Fachkräfte klarer Wettbewerbsvorteil

Farbkollektion

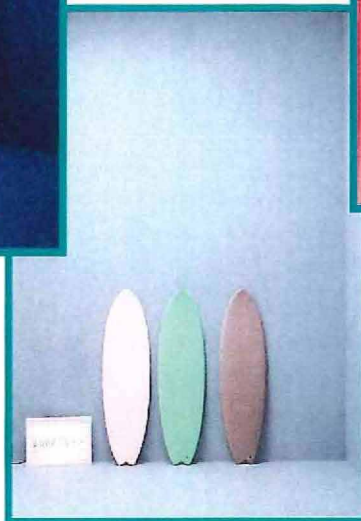
# Ikone der Farbgeschichte



Icon No. 60 »Ode to joy«, ein leuchtendes, brillantes Lapislazuli-Blau als Farbkone der 2000er-Jahre. Inspiriert vom Blau der Europaflagge und der Europahymne »Ode an die Freude« aus Beethovens 9. Sinfonie, die Ausdruck von Freiheit, Frieden und Solidarität ist



Icon No. 113 »For Caroline«, ein Korallrot als mutiges Farbstatement, das die Leidenschaft für die Musik der Piratensender in sich trägt, die in den 1960er-Jahren aus internationalen Gewässern offshore von Booten aus Rock'n'Roll gesendet haben



Icon No. 61 »Surf's up«, ein kühler Meerblau-Ton. »Surf's up« ist Slang für den perfekten Wellengang zum Surfen. Die Surfkultur Kaliforniens wurde in den 1950er-Jahren in die Welt exportiert



»Flower Power«, ein harmonisches Gelb, inspiriert von den symbolischen Sonnenblumen der Blumenkinder der gewaltfreien Antikriegsbewegung der 1970er-Jahre

Caparol Icons heißt eine neue Farbkollektion an Premium-Innenfarben und Innenlacken für moderne, anspruchsvolle Interieurs. 120 kuratierte Farbnuancen zitieren ikonische Momente aus sechs Jahrzehnten Farbgeschichte. Die völlig neu rezeptierten Farbtöne sind besonders hoch pigmentiert – um bis zu 100% höher als bei herkömmlichen Farben. Dadurch verleihen sie Oberflächen eine außerordentliche Farbtiefe, eine matte Optik sowie eine samtige Haptik, was Räume von ganz eigenem Charakter schafft.

»Über 120 Jahre hat unser Familienunternehmen die Geschichte der Farbkultur mitgeschrieben – mit Caparol Icons erzählen wir sie neu«, definiert Projektleiterin Annika Murjahn den Anspruch der neuen Kollektion. Die Kunsthistorikerin gehört zur Inhaberfamilie, die das Unternehmen Caparol bereits in der fünften Generation führt. »Unsere Tradition, unser Wissen und unsere Begeisterung für Farbe stecken in jeder Dose Caparol Icons. Wir sagen dazu

auch: Beloved Paint«, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter Dr. Ralf Murjahn.

## Zeitgeist aus sechs Jahrzehnten

Ursprung der Farbkollektion ist eine von Caparol in Auftrag gegebene Studie über Farbkultur: Ein interdisziplinäres Team aus Trendforschern, Kunsthistorikern, Innenarchitekten und Koloristen. Im Kontext von Architektur, Design, Kunst, Mode sowie Musik und Literatur recherchierten und identifizierten die Ku-

ratoren Farbtöne, die in besonderer Weise das Lebensgefühl ihrer Dekade verkörpern und dadurch zugleich zeitlose Modernität erlangt haben. So sind alle 120 Nuancen der Icons-Kollektion sowie deren Farbnamen inspiriert von prägenden Momenten und Phänomenen der Zeitgeschichte – von den 50er-Jahren bis zu den Anfängen des neuen Jahrtausends: Das brillante Lapislazuli-Blau »Ode to Joy« etwa erinnert an die Flagge Europas und die Hymne aus Beethovens 9. Sinfonie – eine Reminiszenz an den europäischen Einheitsgedanken, der mit der Währungsumstellung zu Beginn der 00er Jahre eine neue Dimension bekommt. Jeder Farbton soll Emotionen und Assoziationen wecken, um ein ganz bestimmtes Lebensgefühl erneut lebendig werden zu lassen.

Zum Icons-Sortiment gehört neben den Innenfarben und Lacken ein perfekt darauf abgestimmtes Grundierungssystem. Die Rezepte auf Basis wasserverdünnbarer Bindemittel ist geruchsneutral und kommt ganz ohne Lösemittel oder Weichmacher aus.



Kunsthistorikerin Annika Murjahn, die in London lebt, leitet das Caparol Icons-Projekt

Fotos: Caparol / Farben, Lacke, Bauteilschutz