

Zehn Tipps für «fahrende Werbung»

Text Matthias Eigel*

Welcher klassische Werbeträger ist nachgewiesenermaßen der wichtigste für erfolgreiche Kundenwerbung? Das Firmenfahrzeug. Der Autor dieses Artikels hat sich intensiv mit Fahrzeugwerbung auseinandergesetzt. Hier sind seine zehn Tipps, mit denen sich Unternehmer nicht nur im Strassenverkehr auffallend positiv sichtbar machen.



Rollende Visitenkarten vor dem SMGV-Gebäude.
(Bild: Cornelia Sigrist)

In Deutschland nutzen etwa acht von zehn Handwerkern ihre Fahrzeuge für Werbung. Das ist sinnvoll, denn die Werbefläche auf vier Rädern kostet bis auf die einmalige Beschriftung nichts und ist dann viele Jahre im Einsatz. Was aber gilt es für eine gute Fahrzeugwerbung zu beachten?

Tipp 1: Fahrzeuge gleich gestalten

Das Fahrzeug des Chefs, die Nutzfahrzeuge sowie alle anderen Autos der Inhaberkategorie: Selbst bei kleineren Betrieben kommen mehrere Firmenfahrzeuge zusammen. Damit die Flotte zur sofort erkennbaren Markenbotschafterin wird, sollten alle Wagen nach dem gleichen Raster gestaltet werden. Das verstärkt den Wiedererkennungsfaktor und damit die Wirksamkeit der Werbung enorm.

Wer hingegen alle Fahrzeuge mit völlig unterschiedlichen Designs, Textinformationen oder gar unterschiedlichen Fahrzeugfarben losschickt, vergibt diese Chance.

Tipp 2: Weniger ist mehr

Man sieht sie immer wieder – Firmenfahrzeuge, die von ihren Besitzern mit Informationen vollgepflegt werden. Neben der kompletten Firmenadresse und einer umfassenden Leistungsaufzählung «schmücken» mehrere Slogans die Karosserie, ganz zu schweigen von wild gesetzten Bild- und Grafikele-

menten. Ein derart überladenes, konfus gestaltetes Fahrzeug fällt vor den Augen der reizüberfluteten Betrachter durch. Das Ergebnis: Der werbende Betrieb wird nicht oder nur negativ wahrgenommen. Die Inhalte einer Fahrzeugwerbung sollten daher auf das Wesentliche beschränkt werden. Das sind:

- Logo und Firmenname
- Firmenort
- Telefonnummer
- Webseitenadresse und eventuell der QR-Code
- Slogan.

Den Rest übernimmt plakative, aufmerksamkeitsstarke Gestaltung.

Tipp 3: Bilder sprechen lassen

Was verführt Passanten und andere Autofahrer, besser hinzugucken? Schwarze Buchstaben oder bunte Bilder? Keine Frage: Der Blickfang für eine Fahrzeuggestaltung muss unbedingt ein bildhafter Moment sein. Der kann aus einem Foto bestehen – aber nicht nur. Grafische Elemente wie ein starkes Logo, Illustrationen oder ganz einfach gut gestaltete Farben und Formen sind auch Bilder. Natürlich müssen diese zum Firmenscheinungsbild passen. Dabei unbedingt auf die Stärke der Bildsprache setzen.

Tipp 4: Alle Flächen richtig nutzen

Jedes einzelne Fahrzeug hat fünf Gestaltungsflächen, die bestens für Werbezwecke eingesetzt werden können. Die beiden Seitenflächen sind die grössten. Hier ist Platz für bildhafte Gestaltung,

* Kaleidoskop Marketing-Service GmbH, Bietigheim-Bissingen (D)

Die Beschriftung des Firmenfahrzeugs passt zum Firmenerscheinungsbild der Bezzola Flavio AG. (Grafik: zVg)



Logo, Adresse der Webseite, Telefonnummer und Firmenort. Dabei ist besonders drauf zu achten, die Beifahrerseitenfläche sehr plakativ zu gestalten – denn daran gehen meistens Fussgänger vorbei, wenn das Auto seitlich in Fahrtrichtung parkiert wurde.

Auf das Heck des Wagens gehören unbedingt Logo und Webseitenadresse. Dem Fahrzeug folgende Lenker haben nicht nur in einem Stau Zeit, die Werbung zu betrachten. Dasselbe gilt für die Motorhaube, die der Voranfahrende in seinem Rückspiegel sieht. Ideal ist hier eine spiegelverkehrte Gestaltung. Die fünfte Werbefläche des Fahrzeugs ist das Dach: Hausbewohner ab dem 2. Stock aufwärts könnten potenzielle Kunden sein.

Tipp 5: Bild- und Textinformationen gewichten

Unternehmer sollten sich von einem Grafiker oder einem kompetenten Autobeschrifteter einen Entwurf machen lassen. Denn nicht nur die Motive und Informationen selbst, sondern auch die Gewichtung der einzelnen Elemente ist entscheidend für eine erstklassige Wirkung. Das Logo mit dem Firmennamen ist die wichtigste Info und gehört sehr gross platziert.

Bei den Kontaktinformationen kommt heute der Webseitenadresse eine noch grössere Bedeutung zu als der Telefonnummer. Sie muss sich visuell unterordnen, ebenso wie die Angabe zum Ort, wo der Betrieb beheimatet ist.

Tipp 6: Mit Fahrzeugfarbe punkten

Eine farbige Gestaltung auf weissem Hintergrund ist die Norm, aber längst nicht die einzige Möglichkeit einer Fahrzeuggestaltung. Mit einer auffallenden Farbe fährt das Firmenfahrzeug erst Recht nach vorn in den Aufmerksamkeitswerten. Es gibt Unternehmer, die das mit tiefschwarzen oder knallroten Fahrzeugen bereits tun. Doch Achtung: Die gewählte Lackfarbe muss unbedingt eine der Firmenfarben sein, die sich im Idealfall auch an der Fassade des Firmengebäudes und der Mitarbeiterbekleidung wiederfindet.

Tipp 7: Fenster nutzen

Sind neue Mitarbeiter gesucht? Gibt es ein aktuelles Kundenangebot? Eine Veranstaltung der Firma steht an? Auch für die Bewerbung wechselnder Anlässe kann die rollende Litfasssäule bestens genutzt werden. Als DIN-A4-Ausdruck in einem der Fenster an der Beifahrerseite ist die kostenlose Werbung perfekt aufgehoben.

Tipp 8: An Mitnehmwerbung denken

Es kann durchaus vorkommen, dass ein Passant so begeistert ist von einer Fahrzeugwerbung oder es ihm so gut gefällt, was er als Zaungast bei Aussenbauarbeiten sieht, dass er mehr über das Unternehmen erfahren will. Dafür bietet sich eine gefüllte Prospekt- oder Visitenkartenbox am geparkten Fahrzeug an, beispielsweise am Fenster auf der Beifahrerseite.

Tipp 9: An saubere Werbung denken

Eine verstaubte, verdreckte Broschüre ist keine gute Werbung. Genauso verhält es sich mit dem Firmenfahrzeug. Ein sauberes Firmenauto steht an und für sich für saubere Arbeit. Daher: Regelmässig die Autos reinigen, aussen und innen.

Tipp 10: Rücksichtsvolles Fahrverhalten verordnen

Fahrzeugwerbung soll nur positiv auffallen. Natürlich zunächst durch die entsprechende Gestaltung. Aber bitte auch, weil das werbende Fahrzeug niemanden zuparkt und durch zuvorkommendes, defensives Fahrverhalten in bester Erinnerung bleibt. Es muss allen Mitarbeitern klar sein, dass sie mit einem beschrifteten Firmenfahrzeug niemals inkognito unterwegs sind – und sie durch ihre Fahrzeugführung im Strassenverkehr viele Punkte sammeln können. ■

Rollende Visitenkarte

Was hat der Kunde von einer professionellen Fahrzeugbeschriftung?

- Ein professionell beschriftetes Firmenfahrzeug macht etwas her und bestätigt Auftraggeber in ihrer Kaufentscheidung.
- Für Neukunden ist ein überzeugender Fahrzeugauftritt ein weiteres Mosaiksteinchen, genau diesen Unternehmer zu wählen.