# 5) 115008

## Werbung im Großformat

→ WERBUNG Ganze Werbewände füllen können nur große Firmen? Von wegen! Einige Tipps zu großformatigen Werbemöglichkeiten rund um die eigenen Baustellen, das Firmengelände und die Firmenfahrzeuge.

ine Anzeige? Kann man überblättern. Einen Hörfunkspot? Kann man abdrehen. TV-Werbung? Finger an die Fernbedienung und weiterzappen. Online-Banner? Einfach wegklicken. Doch was ist mit beweglicher Werbung, hinter der man auf der Straße herzuckelt? Mit Großplakaten, die den Blick einfangen und ihn halten? Mit mehrstöckigen Häusern, die eine plakative Werbebotschaft tragen? Bei Fahrzeugwerbung, Plakatwerbung und Gerüstbannerwerbung gibt es für den Betrachter kein Entkommen. Und genau dieser Umstand spielt Werbetreibenden in die

Hände. Großformatige, physisch vorhandene, echte Außenwerbung scheint nur auf den ersten Blick alte Schule zu sein. Gerade heute, wo jeder einzelne von uns mit rund 6.000 Werbebotschaften täglich konfrontiert sein soll, hilft klare und großformatige Außenwerbung dabei, aus der Menge herauszustechen. Fürs Handwerk gibt es hier Werbemöglichkeiten, die absolut finanzierbar und vor allem wirkungsvoll sind. Denken Sie an das Naheliegende und beherzigen folgende Tipps:

### Tipp 1: Fahrzeugwerbung – aber oho!

Fast alle Handwerksbetriebe setzen zu Recht auf eine beschriftete Fahrzeugflotte. Schließlich kommt ein

einziges Firmenfahrzeug – je
nachdem, ob es in
einem Ballungsraum oder ländlichen Gebiet unterwegs ist – auf
mehrere hundert
bis tausende Werbekontakte täglich. Doch viel zu
viele Handwerker
tun alles, damit
man sie mit et-

was Anstrengung auch übersehen kann: Das Logo, sehr viele Buchstaben - das ist es meist, was die Fahrzeugbeschriftung beinhaltet. Doch Blicke fängt und hält man mit Bildern und plakativer Gestaltung. Fotos vom Inhaber, eine Visualisierung der Leistungen und eine vollflächige Gestaltung der Karosserie machen einen Firmenwagen zum fahrenden Botschafter des Gewerks und des Betriebs. Das fesselt die Augen des Betrachters und erhöht die Chance, dass er sich den Namen des Betriebs merkt, ihn positiv bewertet und beim nächsten Bedarf kon-



### Tipp 2: Plakatwerbung - aber eigene!

City-Light-Poster, Plakatstellen oder Litfaßsäulen - es gibt jede Menge Möglichkeiten, Großplakate im öffentlichen Raum zu platzieren. Der Nachteil: Pro zehn Tage kostet die Schaltung durchaus Geld. Kein Handwerksbetrieb kann es sich leisten, hier 365 Tage im Jahr präsent zu sein. Hier wird es also nichts mit plakativer Daueranwesenheit - aber: Großformatige Werbeflächen, die Sie kostenlos bespielen können, besitzen Sie selbst. Werben Sie dort, wo der Betrieb zuhause ist - am Firmengebäude und auf dem Firmengelände. Je nach Platzangebot lässt sich an der Fassade oder auf der Freifläche eine eigene Plakatstelle installieren. Sie besteht aus einem Wechselrahmen, in den sich robuste PVC-Gitternetzplanen einhängen lassen. Der weitere Vorteil: Als Betrieb kann man mit wechselnden Plakaten wechselnde Botschaften verbreiten - von konkreter thematischer Leistungswerbung bis hin zu Weihnachts grüßen. Ein Fundus von wenigen individuellen Plakaten genügt, um das ganze Jahr über, über viele Jahre hinweg, die Fläche großformatig und wirkungsvoll zu bespielen. Voraussetzung ist natürlich auch hier eine augenfällige, aufmerksamkeitsstarke Gestaltung.



#### DAS HABEN IHRE KUNDEN DAVON

加州海绵河 医医阴茎的 罗生战胜的人

### Großformat? Hoch im Kurs bei Kunden

Unübersehbare Werbung nützt nicht nur Ihnen, sondern auch Interessenten und Stammkunden:

- Plakative, gut gestaltete Außenwerbung gibt ein profiliertes Bild vom Betrieb ab. So kann sich ein Interessent schon vor dem ersten Kontakt überlegen, ob er und Sie zusammenpassen.
- Großbannerwerbung an der Firmenfassade oder auf dem Firmengelände ist wie ein Schaufenster zum Betrieb. Das signalisiert Offenheit. Kunden und Interessenten fühlen sich eingeladen.
- Kluge Außenwerbung **bietet Anknüpfungspunkte** man bleibt im und kommt ins Gespräch.

是自己的。 1000年第二日 1000年 1

#### Tipp 3: Gerüstwerbung – aber stark!

Ein Gerüstsegel mit einer Größe von eineinhalb Ouadratmeter ist besser als keins. Jedoch ist dieses bescheidene Format längst nicht das Ende der Fahnenstange, wenn man die Möglichkeit dieser ebenfalls schaltkostenfreien Außenwerbung effektiv nutzen möchte. Maler, die vor allem an mehrstöckigen Großobjekten arbeiten, sollten auch bei Gerüstsegeln größer denken. Das Werberepertoire ergänzen beispielsweise lange, schmale Großgerüstplanen, die es bei einer Breite von etwa zwei bis drei Metern auf eine Länge von sechs Metern und mehr brin-

gen, und so über zwei Stockwerke auf den Betrieb hinweisen. Wo es bespielbare Bauzäune gibt, rückt die Werbung auf Straßenniveau und näher an den Betrachter heran. Hier sind besondere Maße erforderlich, die sich lohnen. Den Wirkungsgrad von Gerüstplanenwerbung erhöht man grundsätzlich mit plakativer Gestaltung, Attraktive Bildmotive statt zu viel schriftlicher Information sind zu bevorzugen. Firmennamen und Logo müssen sehr groß auf der Bildfläche erscheinen. Als Kontaktdaten genügt es, Telefonnummer und Webseite anzugeben.

**Matthias Eigel** Kaleidoskop Marketing-Service

»Es kommt nicht darauf an, was man macht, sondern wie man es macht. Das gilt auch für großformatige Außenwerbung!«

