



Logo, Firmenname und Slogan haben Priorität

Foto: Orth/Kaleidoskop

VOLL ANALOG und richtig WIRKSAM

→ **AUSSENWERBUNG** Unglaublich, aber wahr: Über die Klassiker der Außenwerbung werden speziell im Handwerk auch heute noch richtig viele lukrative Kontakte gemacht. Was aber ist beim zeitgemäßen Layout von Fahrzeugwerbung und Gerüstpläne zu beachten? Was funktioniert – und womit tut man sich keinen Gefallen? Und welche weiteren Formen der Außenwerbung sorgen außerdem für richtig viel Aufmerksamkeit?

Wie heißt nochmal der Überbegriff für große und kleine Werbeplakate vor dem Firmensitz oder an viel befahrenen Straßen? Für Firmenfahrzeuge mit Werbebeschriftung oder das Gerüstsegel an der Fassadenbaustelle? Außenwerbung! Und die ist selbst in digitalen Zeiten immer noch enorm effektiv. Steht sie einmal im öffentlichen Raum oder fährt darin herum, wird sie wahrgenommen. Schließlich kann sie weder weggezappt noch weggeklickt noch überblättert werden. So kommt es zu diesem hohen Werbewirkungsgrad: Untersuchungen zufolge werden 85 Prozent der Gesamtbevölkerung mit Außenwerbung erreicht. So viel Aufmerksamkeit macht Außenwerbung für Betriebe attraktiv. In den meisten Fällen ist sie außerdem zu einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis zu haben. Allerdings: Wenn ein Betrachter eine Außenwerbung registriert, heißt das noch lange

nicht, dass er den Werbetreibenden auch positiv wahrnimmt und ihn im Bedarfsfall kontaktiert. Dazu muss ihn die werbliche Gestaltung auch positiv ansprechen. Wie das gelingt? Nehmen wir uns dazu als Erstes das wichtigste Außenwerbemittel für Betriebe vor – die Fahrzeugbeschriftung der Firmenflotte.

Das muss sein Ein Firmenwagen begegnet an jedem Werktag zwischen 8.000 und 28.000 anderen Verkehrsteilnehmern – eine wahrlich ansehnliche Anzahl von Werbekontakten kommt so zusammen. Doch wie

sorgt man dafür, dass man dabei ein gewinnendes Bild abgibt, eine Kontaktadresse schnell notiert werden kann und man den Betrachtern in Erinnerung bleibt?

Achten Sie auf diese Aspekte professioneller Gestaltung:

1. Einheitliches Erscheinungsbild: Ganz gleich, wie viele unterschiedliche Firmenfahrzeuge Sie besitzen – aus werblicher Sicht werden sie zu besten Botschaftern für Ihren Betrieb, wenn sie wie geklont aussehen. Konkret: Alle Firmenfahrzeuge haben dieselbe Karosseriefarbe. Die Beschriftung folgt dem immer gleichen Raster: Das Logo ist bei allen Fahrzeugen an derselben Stelle platziert, ebenso wie Kontaktinformationen oder besonders aufmerksamkeitsstarke Bildelemente. Damit machen Sie Ihre Fahrzeuge deutlich wiedererkennbar, was wiederum die Wirksamkeit Ihrer Werbung stark erhöht.

2. So wenig wie möglich: Viel zu viele Firmenfahrzeuge fahren mit viel zu viel schriftlichen Informationen auf ihrem Blech über Deutschlands Straßen. Das Ergebnis: Die Gestaltung wirkt überfrachtet und verwirrt den Betrachter. Aus Notwehr blendet er das Gesehene aus und der Werbeeffekt ist futsch. Also: Reduzieren Sie die Elemente der Beschriftung auf das Wesentliche. Ihr Logo, Ihr Firmenname und Ihr Slogan haben Priorität und sollten groß und plakativ zu sehen sein. Auch Ihre Website-Adresse (gern auch als QR-Code) und Ihre Telefonnummer gehören gut sichtbar darauf. Das genügt. Auf Postanschrift und Faxnummer kann verzichtet werden.

3. Bilder sprechen lassen: Gutes Design lebt von seiner Bildsprache. Deshalb sollte Ihre Fahrzeugbeschriftung immer ein oder mehrere Bildelemente enthalten. Das können grafische Bestandteile wie ein starkes Logo, Illustrationen, Farbfelder oder natürlich auch ein echtes Foto sein. Achten Sie darauf, dass die bildhafte Gestaltung Ihrer Fahrzeuge aber immer zu Ihrem sonstigen Firmenerscheinungsbild passt – und ganz wichtig: zu der Botschaft, die Sie von sich vermitteln wollen.

Gebrauchsfertige
ARDEX-Grundierungen

Sofort
startklar!



Gutes Design lebt von seiner
Bildsprache. Da darf es auch
ein gutes Foto sein

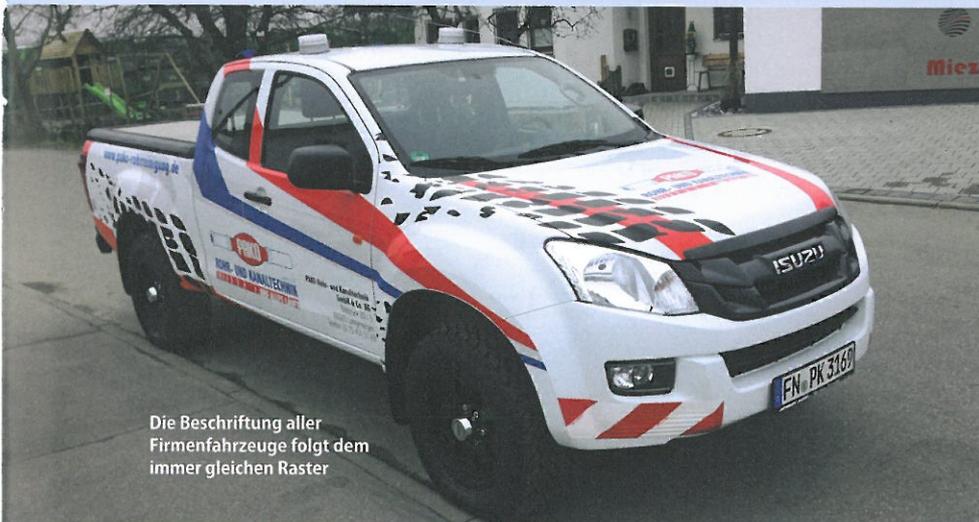


Fotos: Link/Kalendoskop

4. Flächen clever nutzen: Vorne, hinten, seitlich oben – so ein Firmenfahrzeug hat reichlich Flächen zu bieten. Mit jeder Fläche erreichen Sie andere Betrachter. Und genau das muss bei der Gestaltung auch berücksichtigt werden. Die Seitenflächen eines Fahrzeugs sind im Blickfeld von Passanten und dürfen sehr plakativ gestaltet sein. Auf das Heck Ihrer Autos gehören unbedingt Logo und Website-Adresse, damit nachfolgende Autofahrer sich die wichtigsten Informationen gut einprägen können. Wer vor Ihnen fährt, sollte im Rückspiegel dasselbe geboten bekommen: Logo und optional Internetadresse werben für Sie auf der Motorhaube. Denken Sie auch noch an eine weitere Werbefläche: das Dach Ihrer Fahrzeuge. Wenn Sie auch hier Logo und URL



Alle Firmenfahrzeuge
sollen dieselbe Karos-
seriefarbe haben



Die Beschriftung aller
Firmenfahrzeuge folgt dem
immer gleichen Raster

Fotos: Paiko/Kalendoskop

»Firmenautos, Firmengebäude, Firmengelände – das sind drei tolle Werbeträger, mit denen Sie sich im öffentlichen Raum sichtbar machen!«

Matthias Eigel
Kaleidoskop Marketing Service

abbilden, erreichen Sie die Bewohner oberer Stockwerke, die nach unten auf parkende Autos schauen.

5. Kompetente Unterstützung suchen: Erst die harmonische Gestaltung aller Beschriftungselemente macht den überzeugenden Gesamteindruck. Lassen Sie sich deshalb unbedingt von einem professionellen Grafiker beim Entwurf unterstützen. Die gelungene Platzierung aller Bestandteile, ihre Gewichtung und jeweilige Anpassung auf den Fahrzeugtyp benötigt einiges an Können und Erfahrung.

Gerüstpläne mit Effekt Andere bezahlen dafür – Sie als Ausbauhandwerker bekommen die plakative Werbefläche bei nahezu jeder Außenbaustelle einfach kostenlos obendrauf: Gerüstsegel gehören ohne Frage in Ihr Außenwerbungsrepertoire. Je größer Sie es gestalten, umso besser. Doch neben der Größe zählt noch mehr. Verzichten Sie auch hier auf zu viel Informationen (siehe 2. in den Gestaltungsregeln zur Fahrzeugbeschriftung), lassen Sie Bilder sprechen (siehe 3.) und investieren Sie auf jeden Fall in professionelle grafische Unterstützung (siehe 5.). Gerüstplänen eignen sich außerdem

hervorragend dazu, einzelne Ihrer Leistungsgebiete hervorzuheben. Legen Sie sich beispielsweise Gerüstsegel zum Thema Farbgestaltung, zu Wärmedämmung oder zu Ihren Bautenschutzleistungen zu. So platzieren Sie sich als

Das fällt auf: Allein mit der weiß-roten, eigens gestalteten Farbgebung kommt keiner in und um Bietigheim-Bissingen an den Firmenfahrzeugen von Rieggraf Malerwerkstätte vorbei

Bilder fangen Blicke: Malermeister Voelker aus Seevetal sorgt selbst für den Hingucker bei seiner Fahrzeugbeschriftung



Ob groß oder klein – die Außendarstellung erfolgt einheitlich, dezent angepasst an die jeweiligen Möglichkeiten des Fahrzeugtyps

Spezialist, sprechen Bedarf beim Betrachter gezielter an und fesseln die Aufmerksamkeit potenzieller Neukunden deutlich mehr als mit einem ganz allgemeinen Gerüstbanner nach dem Motto »Ihr Partner für Malerarbeiten«. Zum guten Schluss gilt natürlich auch die erste oben aufgeführte Gestaltungsregel: Sind Ihre Gerüstplänen nach einem immer ähnlichen grafischen Raster gestaltet, erhöhen Sie den Wiedererkennungseffekt Ihrer Werbung.

Blicke fangen am Firmensitz Gibt es irgendeinen Grund, sich mit seinem Firmengebäude möglichst unauffällig in der Nachbarbebauung zu verstecken? Unter werblichen Gesichtspunkten: Auf keinen Fall! Denn wer sichtbar ist, findet statt, knüpft Kontakte und bleibt im Gespräch. Genau diese Sichtbarkeit stärken Sie mit einfachen Außenwerbemaßnahmen am Firmengebäude. Das Firmenschild ist gesetzt. Eine weitaus größere Fernwirkung erzielen Sie mit großformatigeren Werbeträgern. Ein Großflächenplakat auf Ihrem Firmengelände (gern saisonal mit unterschiedlichen Leistungsthemen bespielt) fängt nicht nur Blicke, sondern



Foto: Voelker/Kaleidoskop

Fotos: Rieggraf/Kaleidoskop





Sympathische Präsenz in einheitlicher Bildsprache und Darstellung



Fotos: Bischoff / Kaleidoskop

macht Ihre Kompetenzen griffig. Mit einer oder mehreren Firmenfahnen – am besten allein mit Ihrem Firmenlogo gestaltet – weisen Sie weit über Ihr Betriebsgrundstück hinaus auf sich hin. Das sieht nicht nur gut aus, sondern erleichtert Besuchern auch die Orientierung.

Wenn Sie einen Ausstellungsraum oder ein Fachhandelsgeschäft besitzen – prima! So genannte Kundenstopper locken mehr Interessenten und Laufkundschaft in Ihre Räume: Handliche feste Fahnen – sogenannte Beachflags – oder auch Aufsteller mit Wechselplakaten im Format DIN A1 sind dafür hervorragend geeignet. Sie holen Passanten auf der Straße ab, erregen ihre Aufmerksamkeit und führen sie direkt zu Ihnen. Manchmal auch etwas später: Wer sichtbar ist, wird abgespeichert, erinnert und bei Bedarf angesteuert.

Matthias Eigel

HIER GIBT'S HILFE

Lust auf Außenwerbung...

...aber keine Zeit, das allein anzugehen? Auf's Handwerk spezialisierte Werbeagenturen wie Kaleidoskop Marketing-Service sind dann die richtigen Ansprechpartner. Die Bietigheimer beraten bei der Außenwerbestrategie, gestalten die Werbemittel und produzieren sie fix und fertig. So sieht Außenwerbung nicht nur gut aus, sondern macht, was sie soll: wirken. www.kaleidoskop.de



Passt perfekt:

Du, ThermoSan Fassadenfarbe und Putz

Extremer Langzeitschutz für perfekte Oberflächen.

Da greift alles optimal ineinander: Dein Können, die Premium-Fassadenfarbe ThermoSan NQG und der Capatect ThermoSan Fassadenputz NQG.

Zusammen seid Ihr das beste System für perfekte Fassaden. Die integrierte **Nano-Quarz-Gitter-Technologie (NQG)** bietet einen lang anhaltenden Schutz vor Farbtonverlust, Verschmutzung und Feuchtigkeit. Algen und Pilze haben keine Chance. In Kombination kreieren die beiden High-End-Produkte eine noch nie da gewesene Schutzfunktion, die Fassaden auch nach vielen Jahren strahlen lässt, wie am ersten Tag.

www.caparol.de/passt-perfekt

Qualität erleben.