

Firmenbroschüre – der Klassiker



→ **WERBEMITTEL** Viele Handwerksbetriebe denken vom Werbemittel her. Doch funktionierende Werbung ist nicht ein Flyer an sich. Erfolgreiche Werbung beginnt immer bei der betrieblichen Substanz und den Zielen, die erreicht werden sollen. Natürlich können auch heute noch klassische gedruckte Werbemittel goldrichtig sein. Wir zeigen, in welcher Reihenfolge und in welchen Fällen.



Klare Zielsetzung, wertige Gestaltung, definierte Verteilwege: Auch der Werbeklassiker Firmenbroschüre hat heute noch seine Berechtigung. Wenn sie zur betrieblichen Zielsetzung passt und das Profil der Firma treffend transportiert. Abbildungen: Kaleidoskop Marketing-Service

Vor kurzem hat sich der Inhaber eines Gärtnereibetriebs bei unserer Agentur gemeldet: Er brauche dringend eine Firmenbroschüre – ob wir ihm die texten, gestalten und drucken könnten? Können wir natürlich, ohne Frage. Doch als bodenständige Berater für Handwerksfirmen ist es uns wichtig, dass nicht nur irgendwelche Werbung gemacht wird, sondern nur Werbung, die den Betrieben auch nützt, und das im besten Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag. Deshalb stellen wir an dieser Stelle immer die Frage: Sehr schön, dass Sie eine Fir-

menbroschüre machen wollen – aber: warum eigentlich?

Werbung ist kein Selbstzweck sondern nur das Mittel, um ans Ziel zu kommen. Warum will ein Betrieb eine Firmenbroschüre auflegen? Die Antworten sind natürlich vielfältig. Oft zu hören sind: »Wir wollen einfach bekannter werden«, »Wir wollen eben zeigen, was wir können« oder auch »Wir müssen was für unsere Werbung tun«. Ihnen sind solche Antworten zu unscharf? Damit

liegen Sie richtig. Denn mit Werbemitteln für den Betriebserfolg verhält es sich in etwa so, wie mit Transportmitteln für eine Reise. Kein Mensch, der in den Urlaub will, legt zuerst fest, dass er ihn mit dem Auto, dem Zug, dem Flugzeug oder Schiff antritt, das Ziel zu Fuß oder mit dem Rad erreicht. Ganz selbstverständlich geht jeder von uns die Urlaubsreise strategisch an. Von wo aus starten wir und wohin wollen wir? Das ist die wesentliche

Neue Firma an neuem Standort – bekannt gemacht mit einem persönlichen und attraktiven Flyer



Frage. Erst wenn das (Reise-)Ziel steht, wird das (Transport-)Mittel ausgewählt, mit dem der Endpunkt zuverlässig, wirtschaftlich, zeitsparend und auf angenehme Art erreicht werden kann.

Lassen Sie uns zwei werbliche Ziele genauer anschauen – und die Werbemittel, die zu ihnen passen.

Was will ich und was passt zu mir und meinen Kunden? Beispiel 1: Kaum den Meisterbrief in der Tasche, macht sich ein junges Malermeisterpaar selbstständig. Für die Mittzwanziger ist klar: Sie gehen mit einem ungewöhnlichen Konzept an den Start und wollen vor allem Privatkunden zwischen 30 und 40 Jahren in der Familiengründungsphase für ihre Leistungen gewinnen. Passend zur Zielsetzung und passend zum

jungen Unternehmerpaar bietet sich hier ganz sicher an, den vielversprechenden Online-Werbeweg einzuschlagen. Für den Start genügen hier eine gute Website, die Nutzung von Social Media-Kanälen und ein zielsicheres Online-Anzeigenmarketing.

Ganz anders liegt der Fall beim zweiten Beispiel. Ein etablierter Malerbetrieb, natürlich längst ausgestattet mit allen üblichen analogen und digitalen Werbemitteln, identifiziert für sich ein konkretes Problem: Bei wichtigen Gewerbekunden – von denen er gerne mehr hätte – ist der Betrieb vor allem für seine Bautenschutzleistungen bekannt.

Matthias Eigel Kaleidoskop Marketing Service



»Gute Werbung ist nicht ein bestimmtes Werbemittel. Gute Werbung fußt auf stimmiger Positionierung und zielgerichteter Planung!«

Der Maler möchte die solventen Inhaber aber auch für seine hochwertigen Gestaltungsarbeiten gewinnen. Ob hier eine Firmenbroschüre mit Schwerpunkt auf den exklusiven Innenraumarbeiten das richtige Werbemittel sein könnte? Sehr gut möglich.

Lassen Sie uns auf die Stärken dieses klassisch gedruckten Werbemittels blicken.

Manchmal ist die Broschüre tatsächlich der Joker Eine Broschüre ist etwas zum Anfassen, im besten Falle nicht zum Wegwerfen, und kann durch ihre eigene »



Ein besonderes Angebot – besonders schön per wertiger Firmenbroschüre transportiert



Gestaltungs- und Produktionsqualität eine sehr sinnliche Ansprache des Gegenübers ermöglichen: Besonders für die Darstellung von hochwertigen Leistungen mit klarer Zielsetzung ist sie als Werbemittel eine gute Wahl. Wertig wird diese Werbung durch ein edles, griffiges Papier, eine ästhetische Gestaltung und sehr guten Druck. Attraktive, aussagekräftige Fotos nebst sorgfältiger Grafik sind hier ebenso notwendig wie ein starker Text. Für den Maler bietet dieses Werbemedium die Gelegenheit, sein ureigenes Können ausgesprochen haptisch und eindrücklich an den Kunden zu bringen – die Gestaltungssorgfalt beim Raumdesign kann sich 1:1 in der Qualität dieses gedruckten Mediums ausdrücken.

Broschüren sind also ein hervorragendes Instrument im Köcher des farbgestaltenden Handwerks, wenn Wertigkeit und sinnliche Ansprache transportiert werden sollen. Doch nur einmal schnell aus Verlegenheit die Gesamtleistungen des Betriebs in einem DIN lang-Flyer zusammenschustern, um damit bekannter zu werden – diese Mühe kann man sich sparen. Solche „Broschüren“ verschwinden

schneller in der Ablage P als man schauen kann. Das Geld ist für so ein allgemeines Ansinnen in eine ordentliche – digitale und gedruckte – Visitenkarte deutlich nachhaltiger investiert.

Einsatzmöglichkeiten und Verteilung der Broschüre mitdenken

Nicht wenige Betriebsinhaber, die einfach mal so aus dem Bauch heraus eine Firmenbroschüre gestaltet haben, sitzen nach zehn Jahren noch auf hunderten Exemplaren ihres – längst veralteten – Prospekts. Mit hochwertigen, sinnvollen Firmenbroschüren sollte einem eine solche teure Fehlinvestition nicht passieren. Für welche Kundenzielgruppe ist die Broschüre gedacht? Sollen nur Bestandskunden oder auch Neukunden damit angesprochen werden? Wird die Broschüre Teil einer postalischen Direktwerbeaktion? Wird sie auf einer Messe gebraucht und liegt sie auch zum Mitnehmen in der Ausstellung des Betriebs aus? Wird die Verteilung auch über handwerkliche Kooperationspartner erfolgen?

Mit solchen Vorüberlegungen zu Einsatz und Verteilung der Broschüre schlägt man zwei Fliegen mit einer Klappe. Zum einen wird die Reichweite des Werbemittels festgelegt. Nur wenn sie ausreichend

groß ist, lohnt es sich, Geld für die Broschürenproduktion in die Hand zu nehmen. Zum zweiten wird man sich damit sehr schnell über die Größe der Auflage klar – und produziert nur so viel, wie man die nächsten drei bis fünf Jahre benötigt.

Was aus der Broschüre des Gärtnernormeisters wurde

Sie sehen also – der Griff zum Werbemittel Firmenbroschüre kann durchaus Sinn machen. Und zwar immer dann, wenn es als werbliches Vehikel die Ziele des Betriebs ideal transportiert und dabei die Menschen anspricht, die man für sich gewinnen will. Und wenn Sie sich jetzt fragen, ob der Inhaber des Gärtnereibetriebs vom Anfang dieses

Eine hochwertige Firmenbroschüre, die das »Feeling« des Betriebs sichtbar macht – man spürt, dass die Menschen hier im Vordergrund stehen



Mehr Gestaltungsaufträge als Ziel: Maler Teufel sagt's mit modernem und informativem Prospekt

Berichts seine Broschüre bekommen hat, lautet die Antwort: Nicht sofort! Zunächst hat er bei uns einen kleinen Workshop gebucht. Hier arbeiten wir seine Stärken, sein Profil und sein Leistungsportfolio griffig heraus, legen seine betrieblichen Ziele fest und finden den richtigen Weg zu seinem favorisierten Markt. Gut möglich, dass im Anschluss auch eine Broschüre seinen Betrieb nach vorne bringen wird, zusammen mit weiteren leistbaren kommunikativen Maßnahmen. Aber eben gezielt, auf ihn zugeschnitten, preiswert und wirksam!

Matthias Eigel