

LOGO-Werbetechnik GmbH

Titel	SBZ MONTEUR
Datum	25.09.2009
Webseite	www.sbz-monteur.de

Nur "Bunt" reicht nicht!

25. September 2009 Redaktion Geschrieben in Gut zu wissen, Spezial, Allgemein |

Dass Firmenfahrzeuge mehr sein können als einfache Fortbewegungsmittel, haben mittlerweile sehr viele Handwerksunternehmer erkannt. Wer die Möglichkeiten der modernen Beklebertechnik voll ausnutzt, hat beste Chancen, sich in der Werbeflut abzuheben, beim Verbraucher wahrgenommen und erinnert zu werden.

Um mit dem Fuhrpark allerdings eine Image steigernde Außenpräsenz zu erzielen, gilt es, bei der Technik einige wichtige Dinge zu beachten. Nadine Mikoteit, ausgebildete Werbetechnikerin in Diensten der LOGO-Werbetechnik GmbH, ist sich sicher: „Allein bei der Wahl des Folienmaterials kann man schon viel falsch machen, aber eben auch richtig.“



Heiner Schaffrath, ausgebildeter Schilder- und Lichtreklamehersteller und Inhaber von MOVE Werbetechnik ergänzt: „Von großer Bedeutung ist es auch, das Fahrzeug vor Beklebung ordentlich vorzubereiten. Ein sauberer Untergrund ist unerlässlich, daher sollten Kunden dringend darauf achten, dass ihr Auto in einer Halle und nicht auf der Straße beschriftet wird.“ Hier sollte der Wagen zunächst gründlich gewaschen werden, um ihn möglichst staubfrei zu bekommen. Unmittelbar vor der Beklebung empfiehlt sich zudem, eine Entfettung, um Fett- und Ölrückstände zu beseitigen.

Bei der Wahl des Materials gibt es auch einiges zu beachten. Nadine Mikoteit: „Es sollten stets gegossene Folien verwendet werden.“ Die sind im Gegensatz zu kalandrierten Folien zwar kostenintensiver, dafür bringen sie aber einige Vorteile mit. Dies beginnt bereits bei der Lebensdauer. „Gegossene Folien halten circa sieben bis zehn Jahre und bleiben in dieser Zeit auch formstabil – bei großer Wetterfestigkeit und Lichtechttheit. Da sie mit den Jahren nur geringfügig schrumpfen, entstehen an den Folienrändern nur minimale Schmutzstellen“, so Schaffrath. Kalandrierte Folien dagegen haben eine Lebensdauer von nur ein bis drei Jahren. Das Material schrumpft schon sehr bald und spannt gerade bei Vertiefungen, bis es dann irgendwann reißt.

Professionelle Werbetechniker bieten verschiedene Verfahren bei der Autobeschriftung an, die es erlauben, das komplette Fahrzeug werblich zu gestalten. Bei der herkömmlichen Folienbeschriftung werden Formen und Schriften aus eingefärbten Folien herausgeschnitten. Dies geschieht heute nicht mehr per Skalpell in reiner Handarbeit, sondern wesentlich schneller und präziser mit modernen Schneideplottern. Zuvor entsteht mit einem Grafikprogramm die Gestaltung. Diese Daten werden vom Werbetechniker mit Hilfe eines CAD-Programms aufbereitet, so dass die Folien schließlich im Plotter in der gewünschten Form geschnitten werden können.

Um komplizierte Formen, makellose Fotos und Farbverläufe qualitativ hochwertig „auf das Auto“ zu bekommen, werden heute verstärkt die Möglichkeiten des Digitaldrucks genutzt. Dabei wird die Gestaltung vollständig auf eine Folie aufgedruckt. Heiner Schaffrath: „Neben dem aufmerksamkeitsstärkeren „Look“, der sich hierbei oft erzielen lässt, spart diese Technik auch Zeit.“ Mit einem Schutzlaminat versehen, sind solche Autobeschriftungen auch beständig gegen physikalische Einflüsse wie Hochdruckreiniger oder in Waschanlagen. Allerdings ist ihre Lichtechtheit gegenüber den durchgefärbten Farbfolien eingeschränkt, da Digitaldrucke nur oberflächlich sehr dünn mit Farbe belegt sind.

Für ganz besondere Gestaltungen empfiehlt Nadine Mikoteit eine Vollverklebung mit 3D-Autofolie: „Die meistert auch schwierige Stellen am Auto wie Kotflügel oder Stoßstange.“ Die Folie wird hierbei mit einem Heißluftfön aufgezogen und für die optimale Haltbarkeit zum Schluss noch mal auf 80°C erhitzt und angedrückt.

Dipl.-Ing. Andreas Gasch, Bundesinnungsmeister des Werbetechnikerhandwerks und Jurymitglied bei „Sterne des Handwerks“ weist grundsätzlich darauf hin: „Technisch ist heute vieles machbar, aber nicht alles ist auch sinnvoll und werbewirksam. Unter Berücksichtigung des Einsatzzweckes und der Nutzungsdauer des Fahrzeuges kann ‚weniger‘ oft auch ‚mehr‘ sein.“ Das Beratungsgespräch mit dem Werbetechnik-Profis lohnt sich also auf jeden Fall – u. a. auch über die gesetzlichen Vorschriften, die es einzuhalten gilt.

Sterne des Handwerks – Hintergrund

„Das Handwerk verfügt über den größten Transporter-Fuhrpark Deutschlands. Als Handwerksmeister weiß ich um die große Außenwirkung unserer Handwerksfahrzeuge. Sie prägen das Straßenbild unserer Städte und sind damit ‚fahrende Litfaßsäulen‘ für das gesamte Deutsche Handwerk“, skizziert der Vorsitzende des Initiators AMH Joachim Wohlfeil das enorme Potenzial, das die Transporter-Flotte für die Imagearbeit birgt. „Wir wollen mit dem Wettbewerb ‚Sterne des Handwerks‘ Handwerksbetriebe für die Themen Außenwerbung und Außenwirkung sensibilisieren und darüber hinaus die Vielfalt und Größe des Gesamthandwerks zeigen.“ Unterstützung erhält der Wettbewerb von namhaften Partnern: So engagieren sich Mercedes-Benz, die SIGNAL IDUNA sowie die Volksbanken und Raiffeisenbanken aktiv für die „Sterne des Handwerks“ und entsenden Marketingexperten in die Jury.

Die Aktion Modernes Handwerk e. V. (AMH) sucht in ihrem neuen Wettbewerb „Sterne des Handwerks“ gemeinsam mit Experten aus Marketing und Design vom 1. September bis zum 30. November die besten und kreativsten Beschriftungen von Handwerkerfahrzeugen. Teilnehmen können alle Handwerksunternehmen über die Website www.sterne-des-handwerks.de. An den Siegerbetrieb vergibt die AMH einen Mercedes-Benz Vito inklusive Fahrzeugbeklebung und einjährigem Versicherungsschutz als Hauptpreis. An den gestaltenden Werbetechniker oder Designer geht zudem ein Geldpreis in Höhe von 2.500 Euro.