

Das über Eck angebrachte Megaposter in Basel ist aus verschiedenen Positionen sichtbar.

# Beim Publikum mit speziellen Formen und Formaten punkten

**FORM UND FORMAT** Kreative Werbung nutzt immer auch ungewöhnliche Formen, um damit in der Masse aufzufallen und die Blicke auf sich zu ziehen. Auch Grösse ist ein durchaus probates Mittel, denn XXL-Poster oder auch Riesentrageetaschen generieren garantierte Aufmerksamkeit.

VON **SABINE FLACHSMANN**

■ Zu den Werbemitteln mit grosser Wirkung gehören Megaposter. Besonders in Grossstädten haben sie an Gebäuden, Stadien oder als Fassadenverkleidung ihren spektakulären Auftritt und sorgen damit für ein ganz besonderes visuelles Erlebnis. Megaposter eignen sich zudem hervorragend, um Baustellen attraktiv zu dekorieren und sie damit zu einem temporären Eyecatcher zu machen.

Nach dem Motto «Augen auf.

Wir fallen aus dem Rahmen.» realisiert die Firma panorama & print-konzept ag Megaposter-Projekte und übernimmt dafür vom Einkauf der Werbefläche, der Planung und Beratung, der Beschaffung der notwendigen Genehmigungen, der statischen Kalkulationen und Beleuchtung bis hin zur Baustellenlogistik und der professionellen Montage/Demontage alle notwendigen Arbeiten.

Ein wichtiges Thema ist die Bewilligungspraxis. Denn bei Me-

gapostern im öffentlichen Raum ist nicht alles, was gefällt, auch realisierbar. Die Bewilligungspraxis ist von der jeweiligen Stadt abhängig und wird zum Teil sehr restriktiv gehandhabt. Während in einigen Städten 3D-Poster genehmigt werden, ist deren Anbringung in anderen Städten nicht möglich.

## Ungewöhnliche Ansichten

Dass Megaposter durch ihre ungewöhnliche Form auffallen können,



zeigen zwei verschiedene Beispiele. Zwei Ansichten, ein Megaposter, so das Beispiel Steinenberg/Stadtcasino in Basel. Ein 117,48 m<sup>2</sup> grosses Megaposter verschönert eine Baustelle und wird hier über Eck angebracht.

Eine intelligente Lösung, denn das Poster ist für die Betrachter frontal oder seitlich, d.h. aus verschiedenen Positionen, sichtbar. Damit können ganz verschiedene Zielgruppen wie z.B. Benutzer der Tramlinien, Wartende an der Haltestelle sowie Laden- oder Restaurantbesucher angesprochen werden.

Megaposter können sich auch perfekt einer Gebäudefassade anpassen. Für eine Baustelle am Standort Effingerstrasse in Bern – in der Nähe des Hauptbahnhofs – wurde ein abgerundetes, 110,70 m<sup>2</sup> grosses Megaposter gewählt, das geschickt die halbrunde Form des Eckgebäudes aufnimmt. Es punktet mit Grösse und Form gleichermaßen und entfaltet seine Werbewirkung auch hier nicht nur frontal, sondern auch seitlich. Ein Eyecatcher für Pendler, Fussgänger und Wartende an der Ampel oder den Haltestellen des ÖV.

### Kreative Formen für exklusive Werbung

Tragetaschen sind nicht nur praktisch, sondern auch hervorragende Werbeträger. Bags by Riedle hatte anlässlich der Verleihung des Famab-Award die Formtasche «Get inspired» als Give-away-Bag angefertigt. Die Tasche in der Form eines Apfels wurde entsprechend der CI der Veranstaltung konzipiert.

Alle Tragetaschen von Riedle zeichnen sich durch hohe Qualitätsmerkmale aus: reissfestes und

langfaseriges Papier in Grammaturen von 190 bis 240 g/m<sup>2</sup>. Eine extra starke Bodenplatte sorgt auch bei schweren Inhalten für Stabilität. Die Doppelrandfaltung verhindert wirksam Schnittverletzungen durch scharfe Papierkanten. Für den Tragekomfort kommen weiche und stabile Tragekordeln aus zehn Millimeter starkem Softmaterial zum Einsatz, die in über 170 verschiedenen Farben zur Verfügung stehen.

Um Innovationsgrad und Exklusivität zu erhöhen, hat der Papiertaschenspezialist die individuelle Modellvielfalt immer weiter ausgebaut. Mit aussergewöhnlichen Formaten wie zum Beispiel einer XXL-Tasche können Unternehmen neue Qualitätsmassstäbe in Sachen Marketing setzen, etwa an Messen.

### Grosses Reisetagebuch sorgt für Urlaubsfeeling

Die **Frontwork** AG entwickelt Gesamtlösungen für visuelle Auftritte. Ein besonderes Projekt war ein grosses Reisetagebuch, das für ifolor realisiert wurde. Knapp drei Meter hoch, 700 Kilo schwer, mit 6000 Ferienfotos: Das grosse Reisetagebuch der Schweiz war auf Tour bei den Hauptbahnhöfen Lausanne, Bern und Zürich. Nun wird es zum neuen Blickfang im ifolor-Hauptsitz in Kreuzlingen.

Grösse, Gewicht und Folienprints in der Länge eines Fussballfeldes machten die Entwicklung des Megabuches zu einem spannenden Projekt für die Spezialisten von **Frontwork**. Für den Aufbau standen nur drei Stunden zur Verfügung. Die knappe Zeitspanne verlangte nach einer Rahmenkonstruktion, die schnell und einfach

auf- und abbaubar sein musste. Der Transport erfolgte wegen des Schweizer Nachtfahrverbots für LKW mit einem Lieferwagen inklusive Anhänger.

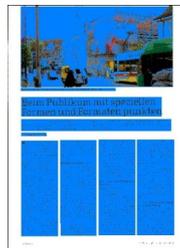
Die Anforderung an das Handling waren gross und verlangten kreative Lösungen. Das Material musste die Eigenschaft von Fotopapier nachahmen, aber trotzdem solide und flexibel sowie knick- und bruchstabil sein. Die Wahl fiel auf PET-G-Material. Beim Umblättern der 40 Seiten durften die Blätter auf keinen Fall durchhängen. Systemhalterungen mit präzise berechneten Metallbügeln boten die ideale Lösung.

Aufgrund der grossen Erfahrung mit Sonderanfertigungen konnte **Frontwork** die Idee der Agentur Notch Interactive für den Kunden ifolor umsetzen. Vom ersten Gespräch bis zur Umsetzung vergingen sechs Wochen. Mit dem eindrücklichen Fotobuch konnten Passanten auch nach ihren Ferien in sommerlichen Erinnerungen blättern.

### Denkanstösse vermitteln

Mit einem Megaposter war auffallen nie einfacher, denn Grösse wirkt grösser, noch grösser. Richnerstutz AG entwickelt und produziert alles, was Kommunikation zum dreidimensionalen Erlebnis macht. Ein aussergewöhnliches Beispiel ist die Kunstinstallation «Der Riss» auf der Albigna-Staumauer im bündnerischen Bergell, die von der kletternden Künstlerin Maya Lalive initiiert wurde und die Betrachterinnen und Betrachter zum Nachdenken anregen soll.

Richnerstutz wandelte das Motiv der Künstlerin in digitale



Druckdaten um und produzierte eine 140 Meter lange, zehn Meter breite und 750 Kilogramm schwere Blache. Für deren Installation auf 2200 Metern über Meer waren mehrere Industriekletterer und ein Hubschrauber im Einsatz.

### Wie eine zweite Haut

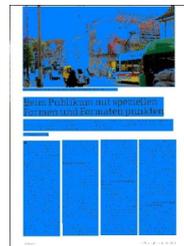
Bauarbeiten an historischen Gebäuden sind zum Erhalt unbedingt notwendig, aber für den Betrachter

nicht immer eine Augenweide. Es gibt durchaus auch andere, attraktive Lösungen. Alles andere als nur Fassade – das Ritterhaus der Schlossanlage Lenzburg zeigt sich derzeit mit einer 540 m<sup>2</sup> grossen und 185 kg schweren Gerüstverkleidung aus Gitternetz.

Nicht nur das Volumen der Hightech-Blache ist aussergewöhnlich, sondern auch das Motiv: Es zeigt das Ritterhaus in

seiner ursprünglichen Form und sieht so täuschend echt aus, dass erst auf den zweiten Blick klar wird, dass hier aufgrund von Sanierungsarbeiten eine Verkleidung hängt. Das fotografische Material dazu lieferte Peter Knup von der Agentur undknup in Zusammenarbeit mit der Flowa Werbung + Beschriftung GmbH. Den Druck und die Montage setzte Richnerstutz um. ■

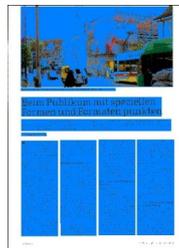




Die Formtasche  
«Get inspired»  
wurde anlässlich  
der Verleihung des  
Famab-Award als Give-  
away Bag angefertigt.



Das Ritterhaus der Schlossanlage  
Lenzburg zeigt sich in einer Gerüst-  
verkleidung aus Gitternetz. Es sieht  
damit täuschend echt aus.



Ein überdimensioniertes Reisetagebuch macht Lust zum Anschauen und Bestaunen.