

CORPORATE DESIGN – TEIL II. Mit Anzeigen erreichen Sie in die breite Öffentlichkeit, mit persönlichen Einladungen pflegen Sie den direkten Draht zu Stammkunden. Wie müssen beide Medien gestaltet sein, um den Betrachter reagieren zu lassen? Simone Angst-Muth gibt Tipps, worauf Sie achten müssen.

Anzeigen, was man bietet!

Nomen est Omen könnte man beim Wort „Anzeige“ sagen. Es besagt, dass etwas „an-gezeigt, an-gekündigt“ werden soll. Sei es die Stelle eines Bereichsleiters oder einer Floristin, eine Adventsausstellung, Rosentage, eine Schau exotischer Schmetterlinge oder schlicht ein besonders attraktives Angebot.

Die kostbarsten drei Sekunden

Die vorrangige Intention von Zeitungslesern ist es, aktuelle Informationen über Politik, Wirtschaft, Gesellschaft zu erhalten. Anzeigen spielen eine untergeordnete Rolle und müssen die Aufmerksamkeit der Leser erst erobern.

Wie wichtig die ansprechende Gestaltung einer Anzeige ist, erweist sich besonders auf saisonalen Sonderseiten im Herbst, Frühling oder zum Advent. Sie werden von mehreren grünen Betrieben als Werbeplattform für vergleichbare Veranstaltungen genutzt. Spätestens in diesem Moment stellt sich die Frage, welche Anzeige wohl das Rennen um die kostbaren drei Sekunden Leseraufmerksamkeit macht.

Weniger ist mehr

Es ist die Anzeige, die Emotionen weckt, die die Kernbotschaft kurz und attraktiv formuliert, neugierig macht und die Zielgruppe optisch anspricht.

Links: Anzeige zur Einführung des neuen Signets
Mitte und rechts: Einladungskarte zur Adventsausstellung, Vor- und Rückseite

Farbgestaltung, Wortwahl, Bildsprache und Typographie spielen bei der zielgruppenorientierten Gestaltung der Anzeigenmotive die maßgebliche Rolle.

Für die Ernst Meier AG wurde ein Anzeigenraster erstellt, das von der einseitigen Zeitungs- bis

zur Kleinstanzeige, von der Image-, Produkt-, Event- bis zur Stellenanzeige durchgängig aufgebaut ist. Da der Mensch ein Bilderwesen ist – auch Arbeitsplatzsuchende – und Lesekurven belegen, dass Bilder stets zuerst betrachtet werden, ist ein emoti-

onal fotografiertes Bildmotiv der Eyecatcher der Meier-Anzeigen. Es schafft einen positiven Grundtenor, zieht das Auge an und belegt die Kernbotschaft glaubwürdig: „Meier der Treffpunkt für Gartengenieser“. Das großzügige Bild, die Headline und das Meier-Signet bilden das Grundgerüst. Sie vermitteln Querlesern in komprimierter und kundenorientierter Fassung den Inhalt der Anzeige. Je nach Kommunikationsinhalt und Werbeträger kann das Konzept durch kurze und längere Texte, aber auch um Detailbilder ergänzt werden.

Was diesen Anzeigen gut tut und Leser zur Betrachtung animiert, ist Leerraum. Diese Millimeter sind gut investiertes Geld. Sie schaffen Ruhe, um die Kernbotschaft im Signet wirken zu lassen. Auf Anzeigenseiten werden die Leser im Regelfall von optischen Eindrücken überwältigt. Das Auge sucht nach Ruhe

Meier – das Garten-Center in Tann-Rüti

Es liegt was in der Luft...

Das neue Signet,
der neue Stil,
die neue Farbe

Worte und Farben sind Musik für die Seele. Blumen, sagt man, lassen Körper und Geist im Gleichklang schwingen.

Mit unserem neuen Signet haben wir die passenden Worte und Farben gefunden, die ausdrücken, was wir für Sie sein wollen: Der Treffpunkt für Gartengenieser, der Ihre grünen Einkäufe inspirierend und entspannt gestaltet. Persönlich, kompetent und einladend grün.

Willkommen im neuen Stil.

Meier

Der Treffpunkt für Gartengenieser

Ernst Meier AG – Garten-Center – Florastrasse 12 – 8652 Tann
Telefon 055 251 71 71 – Fax 055 251 71 72
E-Mail info@meier-ag.ch – www.meier-ag.ch
Wir sind für Sie da: Mo – Fr 8.30 – 18.30 Uhr, Sa 8 – 16 Uhr

Einladung

Meier – das Garten-Center in Tann-Rüti

und bleibt dort hängen, wo ihm diese geboten wird. Im besten Fall an Ihrer Anzeige!

Einfarbig oder mehrfarbig?

„Es muss doch sicherlich eine Farbanzeige sein, damit sie auffällt?“, lautet eine oft gestellte Frage. Die Antwort: „Das kommt auf das Anzeigenumfeld an“. Natürlich fällt eine vierfarbige Anzeige in einem schwarzen Zeitungsumfeld stärker auf als ein einfarbiges Motiv. Andererseits kann eine Schwarz-Weiß-Anzeige in einer farbigen Seite nicht minder auffallen.

Insofern gibt es keine Idealkonstellation oder allgemeine Empfehlung zur Nutzung von Farbe. Manchmal kann die ideale Lösung auch die zweifarbige Anzeige in Schwarz und einer Zusatzfarbe sein, wie dies bei der Ernst Meier AG praktiziert wird. Die Hausfarbe wird als Zusatzfarbe verwendet. Wichtig ist es, sich die Medien und das Anzeigenumfeld anzusehen und erst dann die Gangart festzulegen.

Nicht zu unterschätzen ist das Format einer Anzeige. Diese sind so mannigfaltig wie es Medien im Blätterwald gibt. Nicht alle passen zum Signet und Erscheinungsbild eines Unternehmens. Ist ein Signet quadratisch angelegt, kann es seine Aus-

strahlung in einer schmalen, rechteckigen Anzeige nur schwer entfalten.

Daher lautet die Empfehlung: Alte Gewohnheiten und Formate abschütteln und die Formateangebote der meist belegten Medien recherchieren, die das Signet, das komplette Erscheinungsbild gut zur Wirkung kommen lassen. Und formattechnisch zu allen anderen Kommunikationsmedien des Unternehmens passen.

Lassen Sie das Anzeigenraster schwarz-weiß, zwei- und vierfarbig anlegen. Denn es gibt Medien, in denen nur die eine oder andere Farbvariante geschaltet werden kann. Fordern Sie vom Profi Anzeigenvorlagen für den Druck in Zeitungen und in Hochglanzmagazinen. Denn Zeitungsanzeigen müssen farblich komplett anders aufgebaut werden als diejenigen, die auf glattem Bilderdruckpapier erscheinen. Nur so wird Sie das Druckergebnis zufrieden stellen und Ihre Botschaft positiv wirken.

Direct Mailings

Je nach Anlass sind Direct Mailings das ergänzende Kommunikationsinstrument zu Anzeigen. Direct Mailings bedienen in einer anonymer werdenden Konsumwelt das Bedürfnis nach dem persönlichen Draht zum

Inhaber, zum Team eines Unternehmens.

Bedienen Sie dieses Kontaktbedürfnis und diesen Wunsch nach Individualität. Lassen Sie die Kunden Ihre Wertschätzung spüren.

Direct Mailings sind ein erfolgreiches Medium, um Stammkunden zu binden und sich von „massenhafter Werbung“ wohltuend und mit persönlicher Note abzuheben.

Die Adresse auf der Karte und die Tatsache, dass Sie Ihrem Kunden die Karte persönlich überreichen, ebnen den Weg ins Herz des Empfängers. Die weiteren Trittsteine sind Stil, Farbe und Sprache, die auf Ihre Zielgruppe, auf Sie und Ihre Botschaft abgestimmt sind. Der Inhalt muss Interessantes und Neues für die Adressaten kommunizieren und zum Besuch Ihres Unternehmens motivieren.

Wiedererkennbarkeit

Unser Rat: Ob Anzeige oder Einladungskarte, ob klein oder groß, die gestalterische Durchgängigkeit ist über alle Inhalte hinweg ein ehernes Gesetz, damit jede Anzeige und Einladung für den Leser eindeutig erkennbar auf Ihr Unternehmen verweist: von der Typographie für Fließtexte und Headlines, über die Bildsprache bis hin zur gestalterischen Aufteilung der

Noch mehr Informationen

Weitere Beiträge zur Entwicklung und Umsetzung des neuen Corporate Design von Simone Angst-Muth im Gartencenter Meier in Tann/CH lesen Sie in der

■ Sonderveröffentlichung „Verkaufsförderung“ als Beilage von „Grüner Markt“ Nr. 9/2009: „Gutscheine – ungenutztes Werbepotenzial“

■ „Grüner Markt“ Nr. 9/2009:

– „Die Metamorphose eines Corporate Design“

– Interview mit Simone Angst-Muth: „Von Frauen für Frauen“

■ „Grüner Markt“ Nr. 10/2009: „Anzeigen, was man bietet“ (Anzeigen und Einladungskarten)

■ „Grüner Markt“ Nr. 11/2009: „Verpackungsmaterial, Tragetasche, Töpfe, Kundenkarten“

Anzeigen. So beschleunigen Sie den Lernprozess beim Leser, erhöhen die Wiedererkennung und Ihren Bekanntheitsgrad.

Simone Angst-Muth,
sam – Agentur für
Kommunikation,
Würzburg
(www.sam-wuerzburg.de)

Der Advent
... malerisch & glanzvoll!

Freuen Sie sich auf Natürliches, Elegantes und glänzende Ideen für Ihr adventliches Zuhause, präsentiert inmitten eines weihnachtlichen Sternenmeeres.

1. November bis 24. Dezember
Montag – Freitag 8.30 – 18.30 Uhr
Samstag 8 – 16 Uhr
Sonntag 9. + 23. Nov. 13 – 17 Uhr

Meier
Der Treffpunkt für Gartengeniesser

Die Adventszeit
... wie geschaffen zum Geniessen!

Der betörende Duft von frischem Wintergrün und die wohlige Behaglichkeit schönen Kerzenlichts. Das ist der Advent, den wir für Sie stimmungsvoll arrangieren.

Lassen Sie sich entführen in die Eleganz schöner Materialien. In die Welt adventlicher Arrangements und dekorativer Lichtspiele, die Moderne und Tradition, Natürlichkeit und Glanz stimmungsvoll miteinander verbinden.

Schlendern Sie durch ein Meer prächtiger Weihnachtssterne, die Ihrem Zuhause in Creme, Rosé oder warmen Rottönen eine blühende Note verleihen.

Und genießen Sie ganz einfach die warme und entspannte Atmosphäre bei einer duftenden Tasse Kaffee in unserem Café Atrium!

Meier
Der Treffpunkt für Gartengeniesser

n-Center Ernst Meier AG – Florastrasse 12 – 8652 Tann – www.meier-ag.ch