



Der Kommunikationsexperte Norbert Sell steht für innovative Strategien und Konzepte für die Industrie. Ein aktueller Copytest bescheinigt seiner Agentur für die laufende LFD-Kampagne die besten Wahrnehmungswerte im Vergleich zu allen am Test beteiligten Anzeigenschaltungen. 2012 feiert die Sell Media Company 25-jähriges Bestehen

Werbeanzeigen: Bescheidenheit ablegen und mit mehr Stolz Produkt und Unternehmen präsentieren

Klare Gestaltung intensiviert die Wahrnehmung

Eine Printanzeige wirkt wie eine Empfehlung und erleichtert dem Vertrieb die Marktbearbeitung. Doch erst ein attraktives Bild und die emotionale Ansprache sorgen dafür, dass Leser das Motiv schnell erfassen. Eine klar gestaltete Anzeige ebnet den Augen die Wege und ermöglicht so die Kommunikation des Inhalts in wenigen Augenblicken.

Gerade in der Industrie wird die Bewerbung des eigenen Unternehmens und der Produkte oft vernachlässigt und steht in der Priorität und Aufmerksamkeit hinter Produktion und Vertrieb. Darin aber liegt gleichzeitig auch eine Chance des Mittelstands, etwas zu verbessern. Selbst kleinere Unternehmen, die sich dem eigenen Marketing intensiver widmen, haben eine große Chance, wahrgenommen zu werden. Hier gilt es, auch einmal die deutsche Bescheidenheit abzulegen und ein

wenig amerikanischer zu handeln, indem die eigenen Produkte und das Unternehmen mit mehr Stolz präsentiert werden.

Eine intensive Wahrnehmung ist das Ziel einer geplanten Anzeigenschaltung oder einer Printkampagne. Anzeigenschaltungen sollen das Image eines Unternehmens aufbauen oder stützen, ein Produkt einführen oder präsentieren oder Lösungen im Rahmen einer industriellen Produktion anbieten. Sowohl ein auf dem Markt gut eingeführtes Unternehmen als auch eine präsenste Marke helfen dem Vertrieb, das Produkt besser zu verkaufen. Eine Anzeige wirkt wie eine Empfehlung und macht es dem Vertrieb und dem ganzen Unternehmen auf dem Markt leichter.

Blättert das Zielpublikum ein Fachmagazin durch, bleibt einer Werbeanzeige nicht viel Zeit, um auf sich aufmerksam zu machen. Daher gilt es, in klaren Bildern zu sprechen und nicht zu viel Text in der Anzeige unterzubrin-

gen. Sinnvoller ist es, eine klare Hauptaussage zu treffen. Alternativ oder in Kombination kann ein Slogan formuliert werden. Das Logo sollte deutlich platziert werden.

Führen Sie als Unternehmer jedoch ein neues Produkt ein oder wollen auf eine Neuerung hinweisen, kann es sein, dass informativer erklärender Fachtext notwendig wird. Dann aber sollte die Anzeige klar gegliedert werden. Eine technische Abbildung sollte mit einer emotionalen Ansprache der Zielgruppe kombiniert werden. Der sachlich informative Teil der Anzeige sollte den Charakter eines Artikels haben, so dass erkennbar wird, dass weitere wichtige Informationen angeboten werden. Dafür muss allerdings erst einmal die Aufmerksamkeit des Lesers mit Hilfe einer attraktiven Abbildung und einer emotionalen Ansprache gewonnen werden.

Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass die Anzeige im Umfeld der redaktionellen Beiträge

50 YEARS
Rittal. Power and Vision!

Rittal – Das System.

Schneller – besser – überall.

Schaltschränke von S bis XXL.

■ SPS/IPC/Drives in Nürnberg,
22.-24.11.2011 in Halle 5, Stand 111



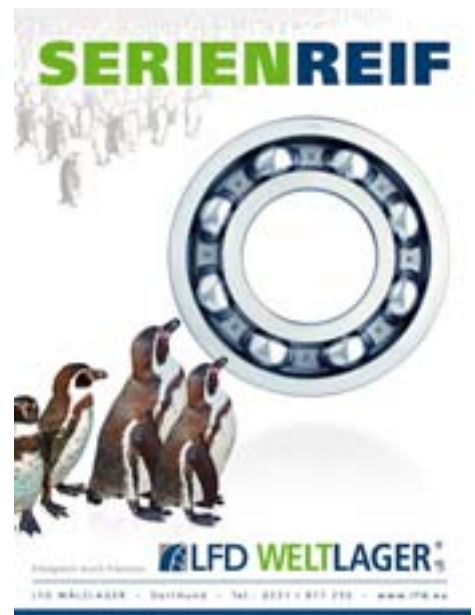
SCHALTSCHRÄNKE

STROMVERTEILUNG

KLIMATISIERUNG



Die industrielle Fertigung bietet attraktive Bilder. Diese sorgen für eine größere Aufmerksamkeit ...



... wie für LFD Wälzlager. Professionelle Entscheider sollten sofort erkennen, welches Produkt in einer Anzeige beworben wird. Bilder: Sell Media Company

und Anzeigen der Mitbewerber hervorsteht. Die eigene Anzeige sollte keine Ähnlichkeit mit der eines Mitbewerbers haben. Dadurch würde die Wertschöpfung der Anzeige verschenkt, weil die Leser sie vielleicht wahrnehmen, aber nicht mehr eindeutig einer Firma zuordnen können.

In der finanzstarken Automobilbranche dürfen sich große Werbeagenturen an großen Marken mit kreativen Ideen austoben. Nach unseren eigenen Untersuchungen sind die zum Teil preisgekrönten Anzeigenkampagnen oder TV-Spots von den Befragten in der Regel deutlich wahrgenommen worden, jedoch nicht immer der sendenden Marke zuzuordnen.

Professionelle Entscheider sollten sofort erkennen können, welches Produkt in einer Anzeige beworben wird. Wird für den Leser des Fachmagazins eine Relevanz für seinen eigenen Arbeitsbereich ersichtlich, nimmt er die Anzeige wahr.

All diese Dinge werden von unserer Agentur getestet. Mit Eyetrackern, also Aufzeichnungsgeräten für eine Blickverfolgung, können die Blickverläufe des Betrachters bereits vor der Veröffentlichung geprüft werden. Ei-

nem erfahrenen Werbespezialisten erschließen sich diese Wege allerdings bereits bei der Gestaltung. Wurde die Anzeige klar gestaltet, hat der Rezipient wenige Wege mit seinen Augen zu bewältigen. Wurde dagegen die Anzeige überfrachtet, entlarven Eyetracking-Tests die Verwirrung des Betrachters, dessen Augen wild von Punkt zu Punkt umherschweifen und in manchen Fällen regelrecht überfordert werden. Eine klar gestaltete Anzeige plant die Wege der Augen und ermöglicht die Kommunikation des Inhalts mit wenigen Augenbewegungen. Ergebnis: Die Anzeige wird schnell erfasst.

Die von der Sell Media Company kreierte aktuelle Kampagne für die LFD Gruppe, die mit der eigenen Wälzlagerherstellung nach deutschen Standards auf sich aufmerksam macht, hat bei einem aktuellen Copytest mit 77% die höchste Wahrnehmung im Vergleich zu allen anderen am Test teilnehmenden industriellen Kampagnen erreicht.

Optische Attraktivität von Anzeigen erhöht die Aufmerksamkeit. Ein „starkes“ Produkt beispielsweise mit dem Bild eines Elefanten zu verknüpfen, ist ein naheliegender Gedanke.

Es gilt allerdings sowohl das Zielmedium als auch das Produkt zu analysieren und eine Strategie zu entwickeln, die Bestand hat. Einer Bauchentscheidung, die einer spontanen Euphorie bei der Ideenfindung entspringt, sollte man sich nicht hingeben.

Zuletzt ist eine vernünftige Mediaplanung gefragt. Die Jahresplanung sollte gut überlegt sein. Dabei ist es wichtig zu entscheiden, wann in welchen Medien geschaltet werden soll und in welcher Anzeigengröße. Bei einem festgelegten Budget gilt es, mit den vorgegebenen Mitteln für das beauftragende Unternehmen den größten Nutzen zu erzeugen.

■ **Norbert Sell**

Inhaber der Sell Media Company, Düsseldorf, Köln, Berlin



IT-INFRASTRUKTUR

SOFTWARE & SERVICE



www.rittal.de