



zendome

Zendome GmbH
Schwedter Straße 34a 10435 Berlin
Germany
T +49(0)30 473 776-0
F +49(0)30 473 776-29

PRESSEMITTEILUNG

Die vierte Dimension der Außenwerbung

Fragt man nach Formen der Außenwerbung, wird gemeinhin auf die Transportmittel, auf Plakat- und elektronische Werbung verwiesen. Jetzt kommt eine neue Werbeform dazu: der Zendome. Er verbindet plakatives Außenmedium mit emotionaler Innenwelt.

Bis zu 89% der Deutschen sind täglich außer Haus unterwegs und mit diesem Trend zu steigender Mobilität gewinnt die Außenwerbung immer stärker an Bedeutung. Das Mindset von Mindshare belegt, dass 30 bis 50 Prozent der Werbekontakte vor allem in jüngeren Zielgruppen durch Out-of-Home-Medien zustande kommt. Die Unternehmen reagieren: im ersten Halbjahr 2007 haben sie ihre Werbebudgets um 17,1 Prozent erhöht - sie investieren, um mit ihren potentiellen Kunden auf den Straßen in Kontakt zu treten.

Neue Impulse gibt das junge Unternehmen Zendome dieser Entwicklung. Die Berliner bieten Herstellern und Agenturen mobilen ‚Raum für Ideen‘ aus stabilen geodätischen Strukturen und damit neue Formen jenseits der bekannten Systeme.

Das neue Medium mit Höhen zwischen 3,85 und 10 Metern kombiniert die Möglichkeiten der weithin sichtbaren Massenkommunikation mit direkter One-to-One-Kommunikation mit dem Kunden.

Dafür sorgt die Außenhaut der mobilen Räume, für die ausschließlich spezielle Hightec-Materialien verwendet werden. Sie lässt sich vollflächig und abgestimmt auf das jeweilige Corporate Design digital bedrucken. Markennamen und -logos ziehen so die Aufmerksamkeit auf sich, aber auch Aufnahmen etwa von Testimonials, Models, Landschaften oder jedes andere gewünschte Motiv wird fotografisch genau abgebildet. Die genaue Farbwahl wird individuell im Kundengespräch abgestimmt.

Während sich die Beschäftigung mit Plakaten, BlowUps oder City-Light-Postern meist auf das Warten auf den Bus reduziert, nimmt der Zendome die potentiellen Kunden im wahrsten Sinne für sich ein: er bittet in den Raum, der das Produkt über die visuelle Wahrnehmung hinaus sinnlich erfahrbar macht. „Wir konnten die neugierig gewordenen Passanten auffordern, aktiv in die Erlebnis- und Erfahrungswelt unserer Marke einzutreten“, berichtet Hans Batschauer, Geschäftsführer der Eventagentur c.u. communication united. „Einer zielgerichteten und emotionalen Ansprache stand damit nichts mehr im Wege.“ Die Agentur hat den auffallend bedruckten Zendome in das Konzept der Gesundheitsaktion ‚mach2‘ eingebunden, mit der sich die Gmünder ErsatzKasse auf einer Deutschlandreise an stark frequentierten Plätzen positioniert.

Auch Coca Cola hat diesen Eyecatcher bereits gezielt eingesetzt: als rot-leuchtende Softdrinkbar auf Musik-Festivals.

Mit dem Einsatz dieses Gesamtkonzepts blieb auch die Stadt Klagenfurt „am Ball“: sie positionierte sich so als Austragungstätte der Fußball Europa Meisterschaft 2008 und schafft erfolgreich Stimmung für die EM.

2.956 Zeichen inklusive Leerzeichen