



« Drupa 2016 vom 31. Mai bis 10. Juni in Düsseldorf »

24. Jahrgang
Ausgabe 2.2016
Einzelpreis 14 Euro

werbetechnik

Signmaking · Large Format Printing · Lichtwerbung · Digital Signage **DAS FACHMAGAZIN**

Beleuchtet

Wie lauten die Merkmale von Spanntuchtransparenten?

Seite 8

Bearbeitet

Kartonwabenplatten haben einen starken Kern

Seite 14

Besucht

So war die Fespa Digital in Amsterdam

Seite 26

Beklebt

Unterschiedlicher könnten Folierungen gar nicht sein

Seite 46

Begutachtet

Zwei Mediaplayer im Test: unsere Ergebnisse

Seite 94



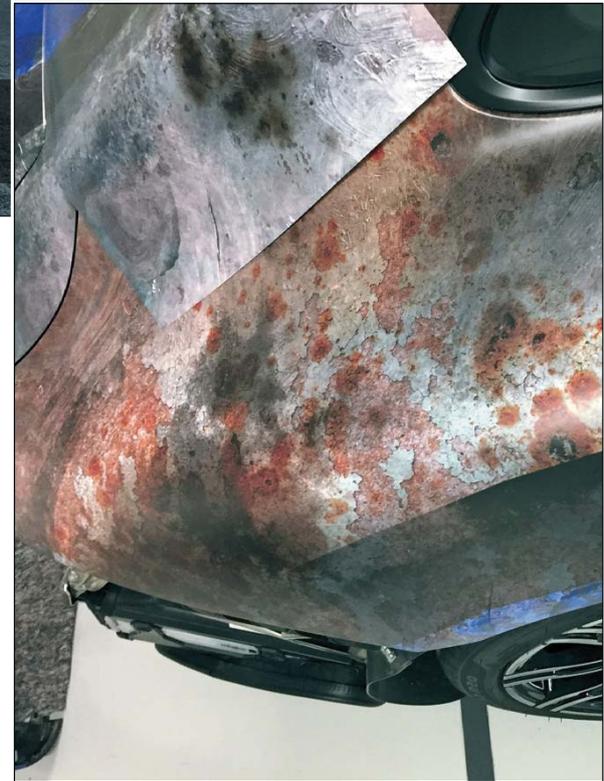
werbetechnik.de



Bild: Fleetpool/Richard Lutz/Werbeagentur Friedmann

Mitarbeiter des Versicherungsunternehmens Zurich können den Porsche für Promotionszwecke nutzen.

Täuschend echt:
die gedruckten Rostflecken



Wie vom Opa

Signal Reklame machte aus einem neuen Porsche 911 Turbo einen rostigen alten Rennwagen. Das Design sieht aus, als wäre man in einer Scheune auf den Wagen gestoßen.

Der Sinn von Promotionfahrzeugen? Sie sollen auffallen. Oft handelt es sich deswegen um teure und besonders flache Sportwagen, blitzblank poliert. Das Werbefahrzeug, das Signal Reklame verklebt hat, vereint allerdings nur einen Teil der Attribute auf sich: Der Porsche 911 Turbo ist ein Sportwagen, und günstig ist er mit einem Grundpreis von gut 200.000 Euro auch nicht gerade. Aber er glänzt nicht – und Wienern würde seiner Optik sogar schaden. Nicht, dass man noch ein Loch in die Karosserie rubbelt. Das könnte man zumindest meinen, wenn man vor dem Wagen

steht: ein vergessener Rennwagen, noch mit den originalen Sponsorenaufklebern – aber auch zahlreichen Lackabplatzern. Als hätte man ihn unter einer Plane in Opas staubiger alter Scheune wiederentdeckt. Auffällig ist der Porsche damit auf jeden Fall – Aufgabe erfüllt.

Der Rockstar war wieder aktiv

Das Design im Stil eines Porsche Carrera Cup-Fahrzeugs stammt von Timo Wuerz, dem „Rockstar der Comic-Szene“, wie ihn die Süddeutsche Zeitung einmal

nannte. Der 43-Jährige hatte mit 14 Jahren seine erste Ausstellung, den ersten Comic veröffentlichte er sechs Jahre später. Der Wahl-Hamburger designte Briefmarken für die luxemburgische Post, entwarf unter anderem einen Themenpark in Teheran, Iran, und gestaltete Designs für Luxusfahrzeuge. Auf die Autos bringt die Motive Signal Reklame – zuletzt etwa auf einen BMW M4 für Hamann Motorsport

(siehe auch WERBETECHNIK 2.2015). Mit dem Motiv wurden die Wrapper beim Verklebewettbewerb von Avery Dennison, dem Wrap like a King Contest, im Oktober 2015 Europameister.



Zum Verkleben musste das Team die Anbauteile demontieren.



Die Seiten verklebte Signal Reklame in einem Stück.



Die Beschriftung wurde extra geplottet und aufgeklebt. Dadurch lässt sie sich event-spezifisch anpassen.

den Lackabplatzern: „Die sehen in natura verdammt echt aus.“

Damit keine Übergänge im Design zu erkennen sind, baute das Team den ursprünglich schwarzen Porsche 911 Turbo, Baujahr 2015, komplett auseinander. Bei jedem Teil musste das Team die Folienstücke vier bis fünf Mal positionieren; die

Von der Tuningmesse Sema in Las Vegas, in deren Rahmen der Preis verliehen wurde, brachte das Team nicht nur einen Pokal mit nach Hause, sondern auch die rostige Designidee. Die Wrapper waren dort auf einige Oldtimer gestoßen, deren Patina mit Klarlack versiegelt worden war. Den Look wollte Geschäftsführer Markus Schäffler auf einen Neuwagen bringen – mit Folie. Bevor sie be-

druckt werden konnte, musste sich allerdings zuerst Timo Wuerz an die Arbeit machen: Er malte das komplette Motiv als Aquarell vor. Dann wurde es auf die 50 Mikrometer starke, glänzend weiße gegossene PVC-Folie MPI 1005 Supercast Easy Apply RS von Avery Dennison gedruckt und mit dem passenden Laminat – DOL 1480 matt – laminiert. Besonders begeistert ist Markus Schäffler von

Fahrzeugseiten wurden jeweils in einem Stück verklebt. Schwierig gestaltete sich das Arbeiten auf der Motorhaube beziehungsweise der Übergang zur Stoßstange: Hier war die Gefahr, dass sich das Motiv bei der Montage verzieht und die Übergänge zu den anderen Folienstücken nicht mehr passen, laut Markus Schäffler besonders hoch.

Auftraggeber ist der Fuhrparkdienstleister Fleetpool. Er betreut unter anderem das Versicherungsunternehmen Zurich. Mitarbeiter können den Sportwagen für Promotionveranstaltungen nutzen und personalisierte Plottschriften anbringen lassen: Die Sponsorenaufkleber – selbstverständlich ebenfalls gealtert – plottete und klebte Signal Reklame extra auf die Folie. ■

Der Porsche Carrera Cup

Der Porsche Carrera Cup ist eine Rennsportserie, bei der ausschließlich Fahrzeuge des gleichen Herstellers und Typs – im diesem Fall der Porsche 911 GT3 Cup – antreten, ein sogenannter Markenpokal. Er findet als Partnerrennserie der DTM, der Deutschen Tourenwagen-Masters, statt und richtet sich an Teams von Kunden des Autobauers. Im Kalender stehen für 2016 acht Rennwochenenden mit je zwei Rennen an. Pro Rennwochenende dürfen je Fahrzeug maximal drei Sätze Slicks, profillose Reifen für trockene oder leicht feuchte Straßen, von Michelin eingesetzt werden – auch das schreibt das Reglement des Carrera Cups vor. Seinen Auftakt feierte der Markenpokal 1990, als Nachfolger des bis 1989 ausgetragenen Porsche 944 Turbo Cups. Mittlerweile gibt es die Rennsportserie in sieben weiteren Ländern.

Eileen Denkwitz
denkwitz@wnp.de

www.signal-reklame.de