

Feldwerbung – neu, natürlich, sympathisch

LANDI – AGROLA: Neue Marketingsmöglichkeiten

Zu produzieren und anzubieten, was der Markt verlangt, ist die Grundvoraussetzung für den Erfolg eines Unternehmens.

Innovationen und neue Ideen sind aber nicht nur in der Produktion, sondern auch in der Vermarktung von Gütern und Dienstleistungen gefragt. Erfolgreiche Kommunikation muss neue Wege gehen, muss speziell und einzigartig sein. Genau an diesem Punkt setzt die Idee der Feldwerbung an. Sie ermöglicht Werbeauftritte auf bisher nicht erschlossenen Plattformen und an neuen, ungewohnten Standorten. Sie vermag verschiedene Werbemittel zu kombinieren und erzielt so einzigartige Auftritte in einem ganz besonderen Umfeld. Das Resultat: positive und unvergessliche Eindrücke für Jung und Alt, gekoppelt mit einer riesigen Erreichbarkeit – das Hauptziel jeder Werbe- und Sponsoringaktivität.

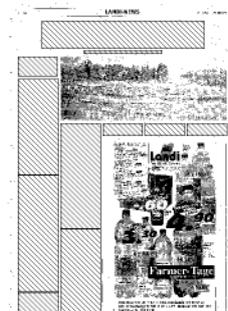
Neuer Werbetrend: Werbung auf dem Feld

Das neueste Projekt in der kombinierten Werbung heisst «Werbung auf dem Feld». Dafür erstellt FIMA-TREND das Logo von Produkten oder Unternehmen, einen Schriftzug oder Slogan auf einer Blumen-

und Grasfläche von 1000 m² bis 20 000 m² – oder mehr. Präzision, Grösse und Farbechtheit dieser natürlichen Riesenlogos beeindrucken die Menschen an Verkehrslagen, die bezüglich Frequenz zu den stärksten und interessantesten der Schweiz oder Europas gehören. Und: Das einzigartige Umfeld dieser riesigen Werbefläche bietet den idealen Rahmen für neue Veranstaltungen und spezielle Events. Denn Werbung soll auch Spass und Spektakel sowie einzigartig in Auftritt und Kommunikation sein.

Vorteile und Nutzen der Feldwerbung

Die Vorteile der Feldwerbung sind eine hohe Erreichbarkeit, eine hohe Werbewirksamkeit, eine hohe Werbeakzeptanz, ein hoher Werbeeffekt, ein ideales Kosten-Nutzenverhältnis und sehr gute Imagepflege durch Innovation. Diese Art Werbung ist unkonventionell und effizient – und dazu neu und einzigartig. Die frequenzstarken Standorte ermöglichen eine sehr hohe Erreichbarkeit. Während einer Projektphase von fünf bis sechs Monaten kann die Feldwerbung bis zu 25 Millionen Kontakte herstellen. Das mit dem Projekt verbundene PR-Potenzial führt zu einer zusätzlichen Werbewirksamkeit. Viele Leute staunen, dass die



Green.ch

Umsetzung in der Natur mit Gräsern, Getreide und Blumen in dieser Form überhaupt möglich und auch absolut ökologisch ist. Es entsteht keinerlei Abfall. Diese Werbung beeindruckt, diese Werbung spricht an und gibt zu reden.

Praxisbeispiele

Erste, sehr gute Erfahrungen mit diAx, NOKIA, IP-SUISSE, DIE POST, möbel märki, AGROLA und green.ch existieren bereits. Das NOKIA-Logo aus blauen Kornblumen zeigte sich beispielsweise auf einer Grösse von 15 000m² in höchster Präzision. Dieses Projekt hat gar den Sprung ins Guinnessbuch der Rekorde geschafft – als grösstes organisches Logo der Welt. Am NOKIA-Blumenpflücktag erfreuten sich Tausende an den prachtvollen Blumen und dem erlebnisreichen Tag in der Natur. Im Mai 2004 tritt AGROLA mit 0800 HEIZOEL auf einer Fläche von 3500 m² direkt an der Autobahn A1 vor Bern auf. Und green.ch zeigt sich am Baregg-Tunnel auf über 23 500 m² von der besten Seite.

Eventmarketing

Einzigartige und ausgefallene medien- und publikumswirksame Events (Weltrekordversuche etc.) in einem unüblichen Rahmen mobilisieren Leute und Medien. Emotionen werden gezielt erzeugt und angesprochen. Der Mensch erfährt eine angenehme Nähe und Verbundenheit zur Unternehmung und

deren Produkt. Für die Bereiche Marketing und Werbung bietet die Feldwerbung also eine einzigartige Profilierungsmöglichkeit und eine absolute Alleinstellung.

Zukunftsaussichten

Die Feldwerbung gewinnt zunehmend an Bedeutung. Mittels gezielten Eventmarketings bleibt der Innovationscharakter auf hohem Niveau erhalten. Ziel ist, verschiedene Felder künftig regelmässig als Werbeplattformen zu nutzen und gleichzeitig das Projekt Feldwerbung auf die ganze Schweiz und auf andere Länder auszudehnen. Standorte beim Baregg-Tunnel und am Grauholz sind ab sofort verfügbar. Ein Werbeauftritt der speziellen Art lässt sich aber auch ausserhalb der Schweiz umsetzen.

Natürliche Werbeauftritte

FIMA-TREND GmbH realisiert natürliche Werbeauftritte an neuen Standorten mit unerreichten Personenfrequenzen und bietet Plattformen für einzigartige Events in der Natur. Neue Ideen mit neuen Mitteln kombinieren – das ist die Herausforderung. Denn Werbung soll Emotionen wecken, soll ansprechen und zu reden geben – positiv. Der Nutzen der Feldwerbung bleibt einzigartig. Sie bringt Leben in die Marke, sie setzt Unternehmen und Produkte positiv in Szene und bringt sie ins Gespräch.

Lieferschein Nr.: 2231671 Medien Nr.: 2076 Medienausgabe Nr.: 919797 Objekt Nr.: 11188878 Subjekt Nr.: 2 Iktoren Nr.: 7 Abo Nr.: 1051017 Teiler Nr.: 16903956

Green.ch

Lieferschein Nr.: 2231671 Medien Nr.: 2076 Medienausgabe Nr.: 919797 Objekt Nr.: 11188878 Subobjekt Nr.: 3 Iektoren Nr.: 7 Abo Nr.: 1051017 Teifier Nr.: 16903956

