



Lehrtochter Gestalter Werbetechnik, Narin Sönmez | Geschäftsführer, Inhaber Fabian Fischlin | Gestalter Werbetechnik EFZ, Mahmud Akbar

Promolution GmbH

WERBEAUFTRITT MIT QUALITÄT AUS EINER HAND

ALS VERANTWORTLICHE IN UNTERNEHMEN WOLLEN WIR IM KLEINEN UND GROSSEN POSITIV AUFFALLEN. MIT FAHRZEUGE- UND GEBÄUDEBESCHRIFTUNGEN, WERBETAFELN ODER AUCH IM TEXTILDRUCK TRANSPORTIEREN WIR UNSERE PHILOSOPHIE. DOCH WIE KOMMT MAN HIER ZU EINER PASSENDEN LÖSUNG? WIR TRAFEN FABIAN FISCHLIN, GESCHÄFTSLEITER DES BESCHRIFTUNGS- UND GRAFIKATELIERS PROMOLUTION, ZUM HINTERGRUNDGESPRÄCH AN SEINEM ARBEITSPLATZ IN AESCH.

von Georg Lutz

Wir befinden uns im Zeitalter der Reizüberflutung. Hier wirklich aufzufallen, ist nicht gerade eine einfache Aufgabe. Am Anfang der Überlegungen geht es darum, Ziele zu entwickeln, und die Fragestellung, mit welchen strategischen Schritten man sie erreichen will. Darf man beispielsweise frech sein, da der Kunde sich von seinen Mitbewerbern auch optisch und von den Botschaften klar unterscheiden will, oder orientiert man sich am klassischen vorgegebenen Standard, den man vielleicht nur etwas modernisieren darf?

Am Anfang sollte auch die Entscheidung getroffen werden, die sich mit folgendem Kernsatz von Fabian Fischlin zusammenfassen lässt: «Bei uns bekommen die Kunden Lösungen aus einer Hand.» Die Wertschöpfungskette umfasst Konzeption, Gestaltung und Realisation von Print- und digitalen Medien wie auch Klebefolien. Das nervige Hin und Her zwischen Grafiker, Druckerei, Beschrifteter und anderen Dienstleistern, kann man sich ersparen.

EYE-CATCHER SCHAFFEN

Der Kern der Geschäftstätigkeit der promolution GmbH ist Beschriftung auf unterschiedlichen Materialien und Objekten. Fahrzeuge beschriften, Fenster bekleben, Werbetafeln realisieren – es gibt vielfältige Aufgaben für die Verantwortlichen der promolution GmbH. «Eigentlich fängt es mit der kleinen Visitenkarte an und hört bei dem grossformatigen Fassadenbeschriftung auf», betont Fischlin.

Auf jeden Fall ist der Wiedererkennungswert wichtig. Bei grossen Firmen gibt es meist klare Vorgaben. Es geht dann darum, die Lösung mit identischen Farben, Logos und Schriften zu erarbeiten. Es gilt, eine Corporate Identity und die Reputation des Unternehmens einheitlich zu kommunizieren.

Demgegenüber haben Fischlin und seine Mitarbeiter im Rahmen ihres Drei-Mann-Beschriftungs- und Grafikbetriebs viel mehr Freiheiten. «Es gilt auch mutiger zu sein, da dieses Werbetechniker-Atelier sich ja von den vielen anderen Anbietern abheben muss.» Das Ziel ist, regionale Eye-Catcher zu schaffen. Im KMU-Bereich setzt das Atelier 80 Prozent selbst um. Das heisst, die Grafik und Beschriftungsexperten dürfen die Ideen grafisch umsetzen und danach die gewünschte Werbung drucken, schneiden und montieren.

Bei grossen Kunden läuft das Ergebnis meist auf ein modernes Redesign hinaus. Und dies betrifft dann alle Unternehmensprodukte wie Briefpapier, Werbebanner, Glasdekor, Messestandgestaltung oder Fahrzeugbeschriftungen.

Von den Räumlichkeiten ist das Unternehmen in den letzten Jahren immer wieder gewachsen. «Hier arbeiten die Werbetechniker auf 200 Quadratmetern, im Rahmen von zwei Stockwerken. Auch bei Schnee und Regen kann agiert werden, da man in das Atelier mit einem Auto einfahren kann», erläutert Fischlin.

MODERNE TECHNIK

Mit welchen Technologien werden die Lösungen umgesetzt? Zwei Hardware-Produkte stehen im Vordergrund. Erstens sind es Eco-Solvent-Grossformatdrucker. Die Masse reichen bis zu bis zu 1.6 Meter in die Breite. Das reicht beispielsweise für die üblichen Fahrzeugbeschriftungen oder Schaufenstergestaltung. Zweitens sind bei promolution Schneideplotter im Einsatz, auf dem die Vektorgrafiken ausgeschnitten werden. Plotter und Druck sind zwei unterschiedliche Technologien. Man kann sie aber auch gemeinsam einsetzen. So wird bei Stickern zunächst gedruckt und dann ausgeschnitten.

Bei Textildruck stehen in erster Linie Kleidungsstücke im Vordergrund. Auch bei ihnen ist ein gemeinsames Auftreten Programm. Der Vielfalt sind kaum Grenzen gesetzt. Soft-Shell-Jacken, T-Shirts, Hosen und Mützen stehen auf der Agenda.

Im Rahmen kleiner Serien wählt man den Folienschnitt, der dann auf die Textilfläche aufgepresst wird. «Heute überlebt der Druck das T-Shirt, wenn wie bei uns mit Qualität gearbeitet wird.»

Bei grossen Auflagen arbeiten die Verantwortlichen mit Plastisol-Lösungen. Ab 200 Einheiten aufwärts kommt dies infrage. Es geht hier beispielsweise um das einheitliche Einkleiden von Fasnachts- oder Fussballvereinen.

QUALITÄT HAT VORFAHRT

Billiger geht immer. Leider erlebt auch Fischlin Kunden, die sich für «Geiz ist geil» entscheiden und dann verwundert sind, wenn die Ergebnisse nicht UV-beständig sind, schnell verblassen, nach wenigen Wochen sich lösen, oder keinen Kratzschutz aufweisen. «Kunden kommen oft mit der Frage: Was heisst Kratzschutz in diesem Zusammenhang? Wir vergleichen dann unsere Lösungen immer mit der Beständigkeit heutiger Autolacke. Normalerweise passiert nichts. Nur bei mutwilligen Beschädigungen kapitulieren der Lack und die Beschriftung. «Wir arbeiten sehr selten mit Billigfolie. Klar, wenn an einer Messe die Lösung nur zwei Wochen im Einsatz ist, kann man das verantworten, sonst aber gilt: Qualität ist Trumpf.» Nach 14 Jahren Erfahrung, haben die Werbeprofis einen grossen Kundenstamm und auf der Website viele Referenzen zu bieten. «Wir setzen hier auf Vertrauen, welches wir von Anfang leben», betont Fabian Fischlin.

Ökologie ist heute ein wichtiges Thema. Lösungsmittel sind die Achillesverse in dieser Branche. Was sagt der Verantwortliche dazu? «Wir arbeiten heute nicht mehr mit reinen Lösungsmitteln, trotzdem kommen wir zu qualitativ hochstehenden Lösungen.»

NETZWERK ZUR VERFÜGUNG

Trotz vielfältiger Kompetenzen, die durch Weiterbildung immer wieder erneuert werden müssen, gibt es Punkte, an denen promolution mit anderen Experten produktiv zusammenarbeitet. So geschieht dies im Rahmen der Zusammenarbeit mit Werbeagenturen, Druckereien und sogar Eventagenturen. Nehmen wir das Beispiel einer Kampagne für das U-Abo an den Trams. «Die Agentur hat grafisch aufbereitet, und wir haben die Objekte beschriftet.» Was ist gerade aktuell im Projektrahmen auf der Agenda? «Wir dürfen die neuen Glas-Tram-Wartehäuschen der BLT beschriften.» Für solche Projekte bedarf es immer wieder Expertisen von aussen. «Was mir besonders Freude bereitet, sind die Vielfalt und die verschiedenen Branchen, die wir mit unserer Arbeit abdecken.»

DER ZUKUNFT EINE CHANCE

Der Arbeitsalltag eines «Gestalter Werbetechnik», so heisst der Beruf von Fischlin, ist geteilt. Einen halben Tag arbeiten die Experten in der digitalen



Fabian Fischlin mit viel Freude bei der Arbeit.



Die Arbeit mit Folien gehört zum Arbeitsalltag.

Welt am Computer und entwerfen die anstehenden Lösungen. Die andere Hälfte des Tages setzen die Beschriftler die Ergebnisse handwerklich um. Das scheint attraktiv zu sein. «Wir hatten in den letzten Monaten neun Schnupperlehrlinge, und alle wollten sofort weitermachen», freut sich Fischlin. Jetzt ist ein Ausbildungsplatz seit August wieder besetzt. «Wir sind ein Lehrbetrieb. Ich habe das Bedürfnis, auch etwas zurückzugeben und etwas zu bewegen», fasst Fischlin seine Motivation zusammen.

:: PROMOLUTION GMBH

Grafik | Beschriftungen | Werbetechnik | Textildruck
Ettlingerstrasse 1
CH-4147 Aesch
Telefon +41 (0)61 756 30 40

info@promolution.ch
www.promolution.ch

