

UNTERNEHMENS PORTRAIT

NEU: Handgefertigte Werbeplakate von Sales & Signs

„Ein Werbeslogan bzw. das Werbeangebot sollte unbedingt kurz und aussagekräftig sein“, so René Beunders von Sales & Signs Hand Painted Cards. In seinem Studio in Enschede malt er Werbeplakate und Kreidetafeln für den ambulanten Handel.

Hintergrund

Nach seiner Ausbildung an der „Akademie für Kunst und Industrie“ in den 70er Jahren bewarb sich Beunders anlässlich eines Stellenangebots als Werbemaler/-graphiker bei einer regionalen Supermarktkette. Von 1976 bis 1985 zeichnete Beunders Werbeplakate und Schaufensterplakate, später entwarf er auch Anzeigen und Faltschichten. In dieser Periode malte er als Freiberufler auch bereits Werbeplakate für eine Reihe

1986 bis 2006 war ich Werbemanager und danach Kreativdirektor/-partner einer deutschen Werbeagentur.“ Wegen ernsthafter chronischer Gesundheitsprobleme wurde Beunders erwerbsunfähig erklärt. Jetzt hat Beunders, nach 32 Jahren seinen Beruf wieder aktiv aufgenommen und die Tätigkeit als Werbemaler liegt ihm anscheinend im Blut. Sein markanter Stil: kursiv und straff. Dadurch wird Ihre Werbebotschaft ins rechte Licht gerückt.

Welche Kriterien sollte ein gutes Werbeplakat erfüllen? „Die Botschaft bzw. das Angebot sollte kurz und packend formuliert werden und innerhalb von drei Sekunden bewusst vom Verbraucher wahrgenommen werden. Es ist außerdem wichtig auffällige Farbkombinationen zu verwenden. Die Standard-

Hintergrund, einen pechschwarzen Text, einen knallroten Preis und einen kobaltblauen Rahmen male. Selbstverständlich

Schaufensterkarton in den Farben Gelb, Grün, Cerise, Rot und Orange mit ausschließlich schwarzen Buchstaben und



Im Studio von René Beunders in Enschede.



René Beunders von Sales & Signs Hand Painted Cards hat sein altes Handwerk wieder aufgegriffen.



von Markthändlern. „Anschließend war ich ein Jahr Studioteiler und Kundenbetreuer in einem Graphikbetrieb. Und von

ausführung wird auf 250 g rahmweißen Duplexkarton gemalt, auf dem ich meistens einen gewischten, goldgelben

sind auch viele andere auffällige Kombinationen und Ausführungen möglich. Zu denken ist dabei an fluoreszierenden

Preisangaben. Auch andere Materialien und Formate liefern auffällige und ansprechende, besonders werbewirksame Möglichkeiten“, erläutert René Beunders.

Die typische Reklamehandschrift

Auf die Frage, ob digitale Ausdrücke nicht einfacher sind, antwortet Beunders: „Händler mit gedruckten Werbeplakaten oder Ausdrucken sehen meistens gut versorgt aus. Wenn jeder jedoch davon Gebrauch macht, gibt es keinen unterscheidenden Effekt mehr. Handgeschriebene Werbeplakate strahlen mehr Charakter aus, sind auffällig und haben eine persönliche Note. Die Kosten für Ausdrücke und handgemalte Plakate praktisch gleich.“

Seine Aufträge erhält Beunders meist telefonisch oder per E-Mail. Innerhalb zwei Tagen werden die gewünschten Werbeplakate beschriftet und per Post geliefert.

Weitere Informationen über info@salesandsigns.nl (Red./Fotos: privat)

SCHAUSTELLERPORTRAIT

Michaela Schneiders Ballwerfen

Die lustigen Gesichter der Kinder beim Ballwerfen sind ihr viel wert! Der Spaß beim Ballwerfen lässt die Kinderherzen höherschlagen. Michaela Schneider, in der fünften Generation Schaustellerin, hat vor 27 Jahren ihren Schaustellerbetrieb gegründet, nachdem sie zuvor am Imbiss ihrer Familie mitgeholfen hatte. Mit der Ballwerfbude, dessen Frontgestaltung zu dieser Saison dem Zeitgeist angepasst wurde und deutschlandweit einmalig ist, machte sie sich selbstständig und ist damit überwiegend in Nordrhein-Westfalen sowohl auf kleinen Veranstaltungen aber auch auf den großen Festen wie der Düsseldorfer Kirmes, der Cranger Kirmes, der Fronleichnamkirmes in Oberhausen dabei. Im Betrieb unterstützt wird sie von ihrer 12-jährigen Tochter und ihrem Lebenspartner Tom Wiegand, der aus einer Schaustellerfamilie aus Norddeutschland kommt. Ihr

weitestes Ziel ist derzeit der Gallimarkt in Leer.

Michaela Schneider liegt es am Herzen, dass die Kundschaft zufrieden und mit lachendem Gesicht die Ballwerfbude verlässt. Dazu trägt bei, dass ihre Kunden bei jedem Spiel etwas mit nach Hause nehmen. Die Kinder dürfen so lange werfen bis sie ein Erfolgserlebnis haben und treffen.

Damit kleine Kinder den Spaß voll ausleben können und auch die Dosenpyramide treffen, dürfen sie auf der Theke stehen oder sie werden ins Geschäft geholt. „Ein unvergessliches einmaliges Erlebnis für die Kinder. Wir spielen immer aktuelle Ware. Zurzeit sind die Emojis – die gelben Grimassengesichter – absolut gefragt. Günstig, dass gerade jetzt der Film anläuft“, so Michaela Schneider. Mehrere Bildschirme sind seit Anfang des Jahres neu installiert, damit die El-

tern während des Werfens auch die lustigen Gesichter ihrer Kinder beim Werfen sehen können. Ebenfalls ist es möglich, Informationen über das aktuelle Volksfest zu präsentieren. (mw/Fotos)

