

DAS BESTECHLICHE AUGE

im
Unbewussten
**Wie Werbung
wirklich wirkt!**
Lesen Sie Seite 2



INFORMATIONEN RUND UM DIE WERBUNG

ERST-
AUSGABE

Nr. 1/05-06

Es nützt die beste Ware nichts, wenn man sie nicht publik macht und wenn dann keiner hinschaut.

Untersuchungen haben gezeigt, dass 85 Prozent der Zielgruppe sich vom "Blickfang" beeindrucken lassen. Demnach gehen mehr als drei Viertel aller Passanten beispielsweise an einem Plakat ohne Blickfang einfach vorüber.

Nutzen Sie diesen absolut aktuellen, unübersehbaren Tychsen-WM-Straßen-aufsteller

Format:
500x1000 mm
3 mm starkes
schlagfestes Polystyrol
formgepresst, m. Gegen-
stück vormietet,
einschl. 2 Schultafel-
kreiden. Ab 50 Stck.:

€ 25;--/Stck



Deshalb ist der Blickfang, also die Headline oder das entsprechende Bild - in diesem Fall der Fussball - von großer Wichtigkeit. Guter Blickfang und hochaktuell!

Was Ihnen fehlt, ist ein echter Hingucker bei der WM!



Der Maibaum als Werbemittel, ein ungewöhnlicher aber erfolgreicher Gedanke

"Eine gewisse Unzufriedenheit ist gesund", sagt Christian Niggli, Mitinhaber und Geschäftsführer der Tychsen GmbH. Also hat man sich in Bruckmühlwieder einmal zusammengesetzt und überlegt, welche Werbemittel man neu entwickeln könnte. Herausgekommen ist dabei der inzwischen hundertfach bewährte und als originelles Werbemittel geschätzte Tychsen-Biergartenbaum.



Wie Werbung wirklich wirkt?

*Da kann man manchmal trommeln wie man will,
Werbung arbeitet unbewusst.*

Die üblichen Methoden der Werbewirkungsforschung messen die Impaktstärke, den Recall, die Anzahl der geäußerten Likes und Dislikes oder die Veränderung von Preference-Shifts. Dadurch liefern sie von der tatsächlichen Wirkung der Werbung oft ein vollkommen falsches Bild: So können zum Beispiel Reaktanz oder viele Dislikes gerade ein Ausdruck erfolgreicher Werbewirkung sein. Mit Meckern und Klagen versuchen die um die Autonomie bedachten Verbraucher der erlebten Beeinflussung zu entgehen.



Mit einem Lob hingegen honoriert der Verbraucher damit häufig die nette Harmlosigkeit der Werbung, die ihn nicht in Versuchung geführt hat.

Für den Erfolg der Werbung ist in erster Linie die Tiefenwirkung und erst dann die Blendwirkung verantwortlich. Beides zusammen wäre ideal.

Deshalb heißt es, wer die Wirkung einer Werbung wirklich untersuchen will, muss sie auch immer tiefenpsychologisch erfassen.

Der Bierabsatz liegt in Schleswig-Holstein an der Spitze

Von Januar 2004 bis Oktober 2005 ist der Bierabsatz in Schleswig-Holstein und Hamburg besonders beachtenswert gestiegen. Die Steigerungsrate liegt dabei bei 9,8 Prozent. An zweiter Stelle folgt Thüringen mit 3,5 %, dann Niedersachsen Bremen mit 2,8 % und Bayern mit 0,8 %. Am Ende der Skala liegen Hessen und Berlin mit jeweils minus 6 %.

**TISCHAUFSTELLER
FÜR SZENE-GETRÄNKE**
finden Sie im Internet unter
www.tychsen.de

Neuer Lack mit Sandstrahleffekt

Die Tychsen GmbH, in Bruckmühl, hat in enger Zusammenarbeit mit einer Spezialfarbenfabrik zwei neuartige Siebdrucklacke zur Erzeugung einer Sandstrahloptik vorgestellt.

Erstmals ist es damit gelungen, einen Lack zu entwickeln, der höchste optische Ansprüche, beste Verarbeitbarkeit und Funktionalität in sich vereint.

Es gibt zwei Versionen, die unter den Namen PRINT-FROST und PRINT-SAMT zum Einsatz kommen.



*Die Optik und Haptik
ist beim Sonderlack
PRINT-FROST
besonders wirkungsvoll
und deshalb
für Gravureffekte
hervorragend geeignet.*



NEU im Tychsen-Lieferprogramm



Attraktiver eloxierter Ausleger, gewölbt



Oben: Wandanlage mit Beleuchtung

Rechts: Ausleger heraldisch mit indiv. Gaststättenschild



Aussenwerbung - von innen beleuchtet oder von aussen angestrahlt, mit glanzgoldeloxierten Blechen - gewölbt oder plan, sowie aus Acrylglas geformt



Links: neuartiger Radlständer



Thekenleuchte, einmal in neuer Form

Geschäftsverbindungen



ERDINGER Weißbräu, 1886 gegründet, ist eine der größten Privatbrauereien

Deutschlands. Seit 1975 führt Inhaber Werner Brombach das Familienunternehmen. Er machte ERDINGER Weißbier zu einer der bekanntesten Marken Deutschlands und sorgte für den internationalen Erfolg der Weißbierspezialitäten. Bis heute braut ERDINGER ausschließlich im heimischen Erding.

Rund um den Globus verbinden Weißbierliebhaber mit ERDINGER Weißbier baye-

rische Lebensfreude und höchsten Genuss

Bereits 1268 wurde die Brauerei Aldersbach in einem Brief des dortigen Klosters erwähnt. Heute stellt die Brauerei 13 Biersorten her und ist ein beliebtes Ziel für Tagesausflüge.

Ständige Produkterweiterungen und technische Modernisierungen machten die Brauerei zu einem erfolgreichen mittelständischen Unternehmen.

Das Haus Tychsen ist seit Jahrzehnten u.a. mit beiden Brauereien geschäftlich verbunden.



Photo: Hatzinger/Lautenschlager



Endlich ein gewölbtes aluminium-eloxiertes Aussenschild für gehobene Ansprüche zum vernünftigen Preis!

Das Problem - oder besser die Frage, die immer wieder bei der Gestaltung von Aussenwerbung auftaucht, ist doch die, dass ständig nach hochwertig aussehenden Plakaten, Schildern und Transparenten verlangt wird.

Einer der Gründe warum es nicht eine ganze Reihe dieser eleganten, hochwertigen Werbemittel gibt, ist - was ein-

identifiziert der Endkunde das Erscheinungsbild des Werbemittels bewusst oder unbewusst immer mit dem Produkt. Das heißt, das Werbemittel kann optisch gar nicht wertvoll genug erscheinen.

Unter der Bezeichnung "ROYAL DE LUXE" hat Tychsen nun ein aluminium-hochglanz-eloxiertes Schild auf den Markt gebracht, das witterungsbeständig an Attraktivität nicht zu überbieten ist.

Das Schild ist gewölbt, dadurch sehr stabil. Es wird auf einfachste Weise, durch



Leuchtet - , ihr Herstellungspreis. Glas, Plexiglas, verschiedene Kunststoffe und besonders Metalle, die dann auch noch zu veredeln sind, kosten Geld und stehen dann meist nicht mehr in der Relation zum Effekt, den man erzielen will. Dabei

Laschen auf der Rückseite in leichtem Abstand zur Wand montiert. Eine Illuminierung mit Strahlern kann dafür sorgen, dass das Schild "ROYAL DE LUXE" auch bei Dunkelheit an Aufmerksamkeit und Eleganz nichts zu wünschen übrig lässt.

Messe-Termine

Internorga, Hamburg.....03. - 06.03.2006

CeBIT, Hannover.....09. - 15.03.2006

Hoga, München.....19. - 22.03.2006

ProWein, Düsseldorf..... 26. - 28.03.2006

Hannover Messe.....24. - 28.04.2006

STRASSEN-AUFSTELLER

finden Sie im Internet unter

www.tychsen.de

Analytica, München25. - 28.04.2006

ACHEMA, Frankfurt/M.....15. - 19.05.2006

Automatica, Nbg.....16. - 19.05.2006

LATERNEN

finden Sie im Internet unter

www.tychsen.de

Hogatec, Düsseldorf.....24. - 28.09.2006

Systems München.....23. - 27.10.2006

Entsorga Köln.....10. - 13.10.2006

BRAU Bevisie, Nbg.15. - 17.11.2006

Tychsen GmbH,
Hermann
Oberth Str.6
83052 Bruckmühl,
Tel:
08062/5001;
Fax:08062/9496
email:
tychsen.gmbh@
t-online.de

