

Prospekt- oder Flyergestaltung

pdfulltext Werbeprospekte und alle anderen Flyer, die in Brief- und Postkästen geworfen werden, sind entweder einseitige oder mehrseitige, bedruckte falzbare Materialien, die beliebig nach Form und Farbe gestaltbar sind. Alle liegen verschlossen im Briefkasten. Ihr Vorhandensein ist von außen regelmäßig nicht erkennbar, da sie von der übrigen Post verdeckt werden. Auch besondere farbliche Gestaltungen ziehen insoweit nur eingeschränkt erhöhte Aufmerksamkeit nach sich, da die Prospekte insbesondere durch Zeitungen meist vollständig verdeckt werden. Wird die Zeitung nicht aufgeschlagen, wird häufig der Werbeprospekt oder Flyer ganz übersehen. Ziel der Werbung ist es, die Aufmerksamkeit möglichst vieler Leute auf den Inhalt des Werbeprospektes oder Flyers zu lenken. Briefkastenwerbung konnte dabei bisher nur den Besitzer des Briefkastens bzw. sonstige Mitbewohner, denen die Post zugänglich ist, erreichen. Von dritter Seite war die Werbesendung bisher nicht wahrzunehmen, es sei denn, der Prospekt ragte zufällig aus einem bereits vollen Briefkasten heraus. Werbeprospekte haben daher das Problem, dass sie unterschiedlichste Formen, Farben und Größen haben müssen, um aufzufallen. Das verwendete Material wird immer teurer und aufwendiger. Die Wahrscheinlichkeit zwischen sonstigen Post- bzw. Prospektsendungen in dem gesamten "Werbungswust" aufzufallen, ist trotz Verwendung verschiedenster Formen und farblicher Gestaltungen entsprechend gering. Der Erfindung liegt daher die Aufgabe zugrunde, durch eine technische Veränderung des Prospektes oder Flyers, diesen so im oder am Brief- und Postkasten zu positionieren, dass er nicht im Kasten verschwindet, sondern herausragt (siehe Beispiel 1 und 2) und von jedem Vorbeigehenden wahrgenommen werden kann. Alle Prospekte und Werbesendungen hatten diese Eigenschaft in der Vergangenheit nicht. Diese Aufgabe wird in verfahrenstechnischer Hinsicht wie folgt gelöst: Es handelt sich um ein Prospekt oder einen Flyer, egal in welcher Größe, Form oder Gestaltung, der durch einen Knick (Beispiel 1 und 2, (a)) oder Falz aus dem Brief- oder Postkasten ragt und so von außen zu sehen ist. Beispiel 1, 2 und 3 der Zeichnung zeigen jeweils in Vorderansicht und Seitenquerschnitt beispielhaft zwei unterschiedliche Arten von Briefkästen, an bzw. in denen ein vorher geknickter Prospekt hängt und so von außen sichtbar ist. Der Prospekt hält sich von alleine, indem er an dem abgeknickten Teil des Prospektes hängt. Dabei kann sowohl der kleinere (Beispiel 1, (a)) als auch der größere (Beispiel 2, (a)) abgeknickte Teil des Prospektes nach draußen ragen. Wesentlich ist nur, dass er von selbst im bzw. am Briefkasten hängt. Der auf diese Weise am Briefkasten hängende Prospekt behindert dabei nicht den Einwurf weiterer Post, Prospekte oder ähnliches in den Briefkasten. Er ist auch einfach zu entfernen. Allerdings dadurch, dass der Prospekt am Briefkastenschlitz durch den Kniff verhakt (Beispiele 1, 2, 3 (b)) ist, wird er gesehen und angefasst. Durch die Verhakung am Briefkasten wird der Prospekt regelmäßig extra - und nicht in einem Griff zusammen mit der übrigen Post - entfernt werden müssen. Durch diese Art der Briefkastenwerbung fallen Prospekte grundsätzlich ins Auge. Der Empfänger muss den so angebrachten Prospekt oder Flyer berühren. Er sieht ihn zwangsläufig im Gegensatz zu den üblichen bekannten Postwurfsendungen, die zwischen der sonstigen Post im Briefkasten verdeckt liegen. Darüber hinaus ist der aus dem Briefkasten herausragende Teil des Prospektes (Beispiele

1, 2, 3 (a)) für jeden, der am Briefkasten vorbeigeht, sichtbar. Dies wurde durch bisher verwendete Werbeprospekte nicht erreicht, da sie im Briefkasten verschwanden. Im Übrigen kann bei Gestaltung des Prospektes berücksichtigt werden, wie der abgeknickte Teil, also der Aufhänger (Beispiele 1, 2, 3 (a)) aus dem Briefkasten heraushängen wird. Die dort aufgedruckte Schrift kann z.B. so gestaltet werden, dass sie von außen lesbar ist. Es wird dadurch eine Art Plakatwirkung erreicht. Die Briefkastenwerbung ist auf diese Weise für jeden, der vorbeigeht, sichtbar. Die Werbenachricht erreicht so nicht wie bisher nur den kleinen Kreis der Postempfänger, sondern jeden, der auf den Briefkasten sieht. Die Werbewirksamkeit der Briefkastenwerbung vervielfacht sich entsprechend. Der Falz oder Knick kann bei kleinen Stück- bzw Druckzahlen manuell ausgeführt werden. Auch können die Prospekte oder Flyer bei kleinen Stückzahlen durch Perforierung manuell geknickt werden. Es bietet sich jedoch an bei Stückzahlen über 1000, die Prospekte an den bestimmten Stellen (Beispiele 1, 2, 3 (b)) maschinell vorzufalzen. Der Verteiler hat so bedeutend weniger Arbeit und die Zeit der Verteilung ist die eines einfachen Werbeprospektes. Das Prospekt kann alle Formen haben. Es kann sich um ein einzelnes Blatt handeln (hier als "Flyer" bezeichnet) oder um einen mehrseitigen oder beliebig zusammengefalteten Prospekt. Alle Seiten können bedruckt werden. Der Vorteil der Erfindung wird optimal ausgenutzt, wenn die Vorderseite des heraushängenden Teils des Prospektes (Beispiele 1, 2, 3 (a)) die Hauptaufmerksamkeit für alle erregt, jedoch ist dies egal, da der Prospekt durch das Heraushängen jedenfalls das Interesse weckt, zumindest regelmäßig extra herausgenommen werden muss. Die Grammzahl oder das Material des Prospektes ist nicht entscheidend. Wesentlich ist, dass der Prospekt aus eigener Kraft durch den Knick hängen bleibt. Das setzt nicht voraus, dass der abgeknickte Teil, der aus dem Briefkasten heraushängt, leichter ist, als der im Briefkasten hängende Teil, da der Knick eine Hakenwirkung entfaltet. Diese Art der Briefkastenwerbung kann deshalb bei jeder Art Briefkasten Verwendung finden, der über den üblichen Einwurfschlitz oder eine Einwurflappe verfügt (vgl. Beispiel 1 und 2). Dabei wird die beabsichtigte Werbewirkung auch erreicht, wenn der Prospekt, wie im Beispiel 3 gezeigt, im Briefkasten auf dessen Boden oder auf sonstiger Post aufliegt. Im Übrigen kann der Prospekt beliebig abgeknickt werden, je nachdem, welcher Gestaltungseffekt erreicht werden soll.

简体中文网页