

SPONSOREN

Trikotwerbung für die neue
Fußball-Bundesliga Saison

Noch ist alles drin, denn bis zum 1. August kann jeder Bundesligist noch einen neuen Partner für seine Trikot-Werbung suchen. Dann ist Schluß, dann wird die Meldeliste geschlossen, so die Auskunft der DFB-Pressestelle in Frankfurt. Die meisten Vereine haben aber ihre Werbepartner schon gefunden. In vielen Fällen sind es auch die alten geblieben. München, Hamburg und Köln bleiben nach wie vor siebenstellig unter sich, allerdings führt hier Bayern mit 1,1 Mio DM die Liste an. Die spektakulärsten Wechsel gab es in Bremen und Frankfurt: Bremen tauschte Trikotagen-Trigema gegen Portas-Türen und Frankfurt kriegte anstelle der abgewanderten Portas in dem Chemie-Giganten Hoechst einen potenten Partner, der wohl besonders nach Uerdingen und Leverkusen schießt. Neu ist die Hotelkette Relaxa, die allerdings "bescheiden" mit 280.000 Mark beim Berliner Aufsteiger Blau Weiß 90 einsteigt. Mannheim hat immer noch keinen Werbepartner gefunden, "selbst durch Zeitungsanzeigen nicht", wie Präsident Wilhelm Grüber bemängelt.

Bier ist bei vier Bundesligisten vertreten, wobei Karlsberg gleich bei Kaiserslautern und durch den Aufstieg auch beim FC Homburg vertreten ist. Bayer Uerdingen und Bayer Leverkusen geben verständlicherweise keine Honorare an, da sie ja an sich schon als Werksmannschaft gesponsorte Produkte sind. Hier nun die aktuelle Liste:

Rangreihe der Bundesliga-Vereine nach ihrem Werbe-Honorar

Verein	Werbepartner ES/86	Trikot-Werbe- honorar in DM	Werbepart- ner 86/87	Honorar 86/87 in DM
FC Bayern München	Commodore	1.100.000	Commodore	1.100.000
1. FC Köln	Daimon	1.000.000	Daimon	1.000.000
Hamburger SV	BP	1.000.000	BP	1.000.000
VfB Stuttgart	Dinkelacker	800.000	Sanwald Extra	800.000
SV Werder Bremen	Trigema	700.000	Portas	800.000
Eintracht Frankfurt	Portas	350.000	Hoechst	650.000
Borussia Dortmund	Artic Eiskrem	400.000	Continentale	600.000
Borussia Mönchengladbach	Erdgas	300.000	Erdgas er- folgsabhängig	500.000 bis 750.000
FC Schalke 04	Paddock Jeans	400.000	Trigema	500.000
VfL Bochum	Polsterwelt	240.000	Opel	500.000
Fortuna Düsseldorf	ARAG Vers.	350.000	ARAG Vers.	450.000
1. FC Kaiserslautern	Karlsberg	600.000	Karlsberg	400.000
1. FC Nürnberg	Patrizier Bier	450.000	Patrizier Bier	300.000
SV Waldhof Mannheim	Pitralon	350.000	-	-
Bayer 04 Leverkusen	Bayer AB	unbekannt	-	-
Bayer 05 Uerdingen	Bayer AG	unbekannt	-	-
Blau Weiß 90	-	-	Relaxa Hotels	280.000
FC Homburg	-	-	Karlsberg	?

P L A K A T W E R B U N G

"Transparent Dia - 2000"
ein neuer Werbeträger

Da behaupte noch mal einer, daß es nichts Neues mehr gibt.
Marco Marianovic hat gleich drei neue Werbeträger erfunden.

Patentieren ließ er sich inzwischen die Lichtbox "Transparent Dia-2000", einen Werbekasten in den Größen DIN A1 bis zwei Meter mal vier Meter und in Übergrößen. Die Box kann mit bis zu 99 Plakaten "gefüttert" werden und wird mit einer automatischen Lichtsteuerung von innen beleuchtet. Die Beleuchtungsdauer ist individuell einstellbar. Ohne die aufwendige und teure Herstellung von Dias können die auf einer Laufrolle angebrachten Plakate in Diaqualität dargestellt werden. Konzipiert wurde "Transparent Dia-2000" für die Werbung am Point of Sale. Dia-2000 kann zum Preis von 3.700 DM gekauft oder für 300 DM im Monat gemietet werden.

Ein neues Konzept für eine Litfaßsäule ist Marianovic ebenfalls in den Sinn gekommen. Diese hat mit mehreren Innenringen eine Kapazität von 120 Postern. Die einzelnen Ringe werden nacheinander hochgezogen und die neuer Poster von innen beleuchtet. Möglich wurden diese Erfindungen erst durch die Entdeckung neuer Materialien, in diesem Fall des kratz- und stoßfesten Kunststoffes Lexan aus Amerika.

Und dann gibt es da noch ein computergesteuertes großformatiges Leucht-Display, das weithin sichtbare fließende Zeichen produziert, ohne das Problem der Überhitzung aufkommen zu lassen. Marianovic und der mit dem Vertrieb beschäftigte Horst Diekmann wollen nun nach dreijähriger Entwicklungsphase ihre Produkte auf den Markt bringen. Mit Karstadt und der Deutschen Bundesbahn wurden erste Gespräche geführt. Im Reisezentrum des Hamburger Hauptbahnhofs kann bereits ein "Transparent Dia-2000" begutachtet werden. Marianovic und Diekmann setzen besonders auf eine Zusammenarbeit mit Werbeagenturen. Anschrift: Transparent Dia-2000, Reinfeldstraße 6 A, 2000 Hamburg 13, Telefon 040/ 410 35 04.

PLAKATWETTBEWERB

Die Gewinner des 3. Internationalen Wettbewerbs 'Das Plakat' stehen fest. Aufgerufen zu dieser Aktion hatte im letzten Jahr der Bayerische Werbe-Fachverband e.V., der Fachverband Außenwerbung e.V. und W&V. Angesprochen waren Agenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die 'Goldene Litfaßsäule' bekamen für das beste Plakat des Wettbewerbs Gisler & Gisler/BBDO, Zürich, für Cointreau und Aebi & Partner, Zürich, für den TAGES-ANZEIGER für die beste Plakat-Serie. Gewinner der 'Silbernen Litfaßsäule': Heye, Needham & Partner, Unterhaching, in der Kategorie Verbrauchsgüter für Paulaner; Team/BBDO, Düsseldorf in der Kategorie Gebrauchsgüter 'Special' für Audi und in der Kategorie Dienstleistungen für Fernsprech-Auftragsdienst; Adolf Wirz Werbeberatung, Zürich, für NEUE ZÜRCHER ZEITUNG in der Kategorie Medien. 'Bronzene Litfaßsäulen' gingen an Team/BBDO, Düsseldorf, für die Oetker-Markens-Kampagne; Aebi & Partner, Zürich, für Toni Joghurt; Lürzer, Conrad & Leo Burnett, Frankfurt, für Marlboro; DDB, Küsnacht, für Bally Schuhe; Demner & Merlicek, Wien, für Wiener Festwochen und Lintas, Hamburg, für Informationszentrum Weißblech.