



Die Macht des Visuellen

Die wattwerber Werbeagentur weiß um die Kraft des Bildes

Als im Sommer 2009 der „Stern“ seinen neuen Internetauftritt freischaltete, ging ein Ruck durch die Republik. Die einen waren begeistert, die anderen regten sich auf. Doch eines hatte „stern.de“ erreicht: Man war wochenlang das Gesprächsthema. Dabei hatten die Macher der neuen Internetplattform auf eine Form von Marketing zurückgegriffen, die es schon so lange gibt, wie es Menschen gibt: Visualisierung. Die Abgrenzung zu den Konkurrenten gelang „stern.de“ vor allem durch optische Mittel und den erhöhten Einsatz von Bildern. Schließlich beruht die Wahrnehmung des Menschen zu 85 Prozent auf dem Sehen. Der wichtigste Sinn des Menschen ist somit das Sehen. Ihn anzusprechen, ihn zu reizen und damit den Menschen „einzufangen“, das war es, was „stern.de“ schaffte – auf eine ganz einfache Art.

Die Macht der Bilder, des Visuellen, darauf baut auch die wattwerber Werbegruppe, rund um ihren Chef Dirk Gerlach, aus Oldenburg. Ein Produkt so in Szene zu setzen, dass der wichtigste Sinn des Menschen angesprochen wird, das haben sich die Experten der ideenreichen Produktionsgesellschaft zur

Aufgabe gemacht. Zum Einsatz kommen alle modernen Mittel und Techniken. Es gibt wohl kaum einen Tierliebhaber, der Vitakraft nicht kennt. Hier waren zum Beispiel die Macher aus Oldenburg mit am Werk. Und sie griffen auf eine ganz einfache Methode zurück: Das Visuelle. Ob Foto, Film, ob Video oder Audio-Visuelle Medien und Präsentationen, sogar in 3D-Animation – die wattwerber nutzen gekonnt die Macht des einfachen, aussagekräftigen Bildes.

Es muss aber nicht gleich immer ein Film sein oder ein elektronisch bearbeitetes Bild, um das wichtigste Sinnesorgan des Menschen anzusprechen. Manchmal reichen ganz einfache Mittel, um die Aufmerksamkeit eines potenziellen Kunden auf sich zu lenken. Druckerzeugnisse, Objektbeschreibungen, Folienschriften, ja sogar Fahnen tragen tagtäglich dazu bei, Menschen visuell anzusprechen. Vorausgesetzt, die Umsetzung ist perfekt. Welches Mittel sich wo am besten eignet, dabei helfen die wattwerber – als kreative Partner des dzo Dienstleistungs-Zentrum-Oldenburg – von der Idee bis zur Umsetzung.