

Neues Werbemedium und nützliche Orientierungshilfe in Parkgaragen – Carspaze bietet mit einem patentierten Druckverfahren Garagen-Branding an – mobilkom-Kundengarage als Pilotprojekt präsentiert

Wenn aus grauen Tiefgaragen wunderbare Werbewelten werden



Vorher-Nachher-Fotos der mobilkom-Kundengarage in Wien-Leopoldstadt. Geht es nach Carspaze Austria werden bis November fünf weitere Garagen mit dieser Werbeform ausgestattet sein.

Hinter dem Namen Carspaze verbirgt sich zunächst einmal „nur“ eine patentierte Drucktechnik. Die Folgen dieser neuen Technik beziehungsweise ihrer Anwendungsmöglichkeiten sorgen aber nicht nur für ein neues Werbemedium, sondern künftig auch für mehr Sicherheitsgefühl und eine leichtere Orientierung in Parkgaragen. Die Idee ist simpel: Statt grauen Betonwänden und -pfeilern werden Teile der Garage „gebrandet“, also in die Bilderwelten von Marken getaucht. Praktischer Nutzen für die in der Kaufhausgarage an-

kommenden Shopper: Sie müssen sich nicht merken, ob ihr Wagen in Stockwerk 3, grüner Bereich, Stellplatz 302 geparkt ist, sondern sie merken sich schlicht: „Ich stehe“ bei Nespresso.“ Denn künftig werden die Grundfarben der Carspaze-Kunden in die Farbeisysteme der jeweiligen Garagen integriert. Carspaze-Österreich-Geschäftsführer Philipp Slupetzky über einen zusätzlichen Vorteil: „90 Prozent der Menschen fürchten sich in Parkgaragen. Mit unserem System profitiert der Parkende von einem angenehmen Ambiente schon zu Be-

ginn des Einkaufs, und dem Werbenden eröffnet sich eine ganz neue Plattform für seine Marke.“

Erlebniswelt vor Einkaufsbeginn

So einfach das Konzept klingt, so aufwendig war es in der mehrjährigen Umsetzung. Vor allem die Einhaltung der strengen Brandschutzbestimmungen mit den bedruckten Platten war eine Herausforderung. Ludwig Morasch, Trendforscher und Erfinder der Carspaze-Plattform: „Erst die in 70 Ländern patentierte digitale Hochglanz-Drucktechnik für Faserzementplatten hat es uns ermöglicht, unser Konzept in Parkhäusern zu realisieren.“ Augenscheinlicher Bonus für die Werbekunden: Bereits vor Beginn des eigentlichen Einkaufs wird der potenzielle Kunde positiv stimuliert – die Erinnerung wird quasi zwingend, weil man sich automatisch einprägt, in welchem Bereich das eigene Auto geparkt ist. Zudem lässt sich Carspaze-Garagenwerbung auch punktgenau – also ohne Streuverlust – einsetzen. Rechtzeitig zum Marktstart in Österreich ließ Slupetzky seine hohen Erwartungen an die Akzeptanz dieses Mediums von einer Studie durch GfK Austria untermauern: Demnach würden 84 Prozent der Befragten sogar längere Anfahrtszeiten in Kauf nehmen, um in einer von Carspaze gestalteten Garage parken zu können. Die erste Car-

spaze-Garage weltweit steht übrigens in Wien-Leopoldstadt. Die mobilkom austria hat ihre Kundengarage mit dem Carspaze-System in eine A1-Bilderwelt getaucht, die dieser Tage präsentiert wird. Die Kosten: Pro Parkplatz berechnet Carspaze einmalige Produktions- und Montagekosten von 1.000 Euro, die Mietkosten betragen monatlich 432 Euro – das Ganze bei einer Mindestlaufzeit von drei Monaten und einer Mindestanzahl von fünf Stellplätzen. Folgende Garagen werden in den nächsten Monaten von Carspaze umgesetzt: Münchberggarage-Salzburg (ab Ende Mai), Donauzentrum (Ende Juni), Einkaufszentrum Südpark Klagenfurt (ab September), Altstadt-Garage Hall in Tirol (ab September) sowie die Garage der Linzer Passage (ab November). Weiters sollen Zug um Zug Garagen in ganz Österreich und Osteuropa folgen. **af**



Carspaze-Österreich-Geschäftsführer Philipp Slupetzky: „Unser patentiertes System bringt Aufmerksamkeit, Orientierung und Sicherheit in die Parkgaragen.“

© Carspaze AG