

Presse-Information

Datum: 29.01.2015 Tel. 0931. 40 44 76 3 office@rudolf-thomas.de

Getuntes Outdoor Advertising erzeugt Strom Moderne Werbe-Windanlagen toppen die Außenwirkung

Meistens hängen Werbefahnen vor Firmengebäuden abgenutzt herum. Ihre Werbebotschaften hinterlassen im ausgebleichten laschen Zustand keinen guten Eindruck. Werbefahnen wehen im Wind, nutzen ihn aber nicht. Möglicher Energiegewinn bleibt vom Winde verweht. Das geht mit Werbe-Windturbinen wesentlich besser.

Deutschland trübt sich ein. Im vergangenen Dezember gab es nur 23 Sonnenstunden. Nur knapp einen Tag Sonnenschein in einem Monat. Die Folge, mäßige Gewinnung von Sonnenenergie. Im Jahr 2014 registrierte Deutschland einen Durchschnittswert von 1.600 Sonnenstunden*. Das ist nicht übermäßig viel. Anders verhält sich dagegen der Rohstoff Wind, der vermehrt aus allen Richtungen weht. Windenergie hat längst die Spitzenposition bei der Gewinnung von erneuerbaren Energien eingenommen.

Zurück zu den Werbeflaggen! Für die heutigen Anforderungen an moderne Außenwerbung sind sie schlichtweg zu eindimensional. Sie hängen, sie nutzen ab, sie sind zu laut, werden kaum gepflegt und vor allem bringen sie Unternehmen keinen energetischen Gewinn. Kurzum, sie erinnern an ein Relikt vergangener Marketingtage.

Klar liegt der Anspruch an das moderne Outdoor Advertising auch weiterhin im Erzielen von Aufmerksamkeit. Aber das ist nur die halbe Miete! Die andere Hälfte ist bei Werbefahnen längst vom Winde verweht. Ganz zu schweigen bei beleuchteten Werbepollern. Moderne Außenwerbung generiert sich quasi durch erneuerbare Energiegewinnung selbst. Dafür sorgen ökologisch sinnvolle Werbe-Windanlagen.

Fifty-fifty lautet die Rechnung! 50 Prozent erfolgreiche Außenwirkung und 50 Prozent Energiegewinn. Der Imagegewinn ist nebenbei bemerkt mehr als ein schöner Nebeneffekt. Wie das geht? Etwa mit der Wolf-Werbe-Windanlage (WW-1). Die stellt eine hervorragende sich selbst bewegende Werbefläche dar, die sofort jedem ins Auge sticht.

Bisher entsprach Außenwerbung mit Werbefahnen der Erkenntnis von Henry Ford, der zu sagen pflegte, „fünfzig Prozent bei der Werbung sind immer rausgeworfen. Man weiß aber nicht, welche Hälfte das ist.“ Da macht die WW-1 eine andere Rechnung auf in dem sie durch Windenergie Strom produziert und sich dadurch amortisiert. Wind, das muss betont werden, ist ein massenhaft vorhandener, sauberer, erneuerbarer, dazu billiger Rohstoff. Und keine Sorge, die WW-1 dreht sich kaum hörbar nahezu geräuschlos. Auch werden Natur und Tiere durch die Werbe-Windturbinen nicht beeinträchtigt.

Wer seine Außenwerbung mit der WW-1 „tunen“ möchte, der lässt an dem helixförmigen Dreiflächenrotor LED-Leuchtreklame und Fließtext anbringen. Das Material besteht aus extrem

widerstandsfähiger Glasfaser verstärktem Kunststoff, so wie wir ihn von Sportbooten und Flugzeugen her kennen.

Übrigens kann die WW-1 in Vorgärten, auf Hausdächern, in Straßen und an vielen weiteren Standorten, selbst in bestehende Häuserkonstruktionen problemlos integriert werden. Gefragt ist die Werbe-Windturbine auch für das Betreiben von Elektrotankstellen. Selbst produzierter Strom für die Gehweg- und Straßenbeleuchtung mit der WW-1 von der Firma Wolf moderne Windkraft ist ein weiterer Schritt in die Unabhängigkeit vom öffentlichen Stromnetz. Bleiben noch die Antworten auf die Fragen nach dem bautechnischen Aufwand und der Kosten-Nutzen-Rechnung.

Die einfache Errichtung einer Wolf-Werbe-Windanlage ist aufgrund ihrer kompakten Form, mit den geringen Abmaßen, zum Vergleich mit anderen Produkten ein kaufentscheidender Faktor. Die Turbine selbst benötigt eine Standfläche von ca. einem Quadratmeter. Gegenüber anderen Anlagen ist die Nutzung des Windes durch die WW-1 aus allen Richtungen ohne Windzuführung und Übersetzung über mechanische Bauteile und Getriebe gesichert.

Der Vorteil dieser sogenannten Mikroanlagen liegt darin, dass keine Abstände notwendig sind und somit mehrere Turbinen nebeneinanderstehend oder horizontal "liegend", gebäudenah aufgestellt werden.

Preis, Stromerzeugung, Garantie, Amortisierung und Wartung richten sich nach den Gegebenheiten des jeweiligen Objekts und der „getunten“ werblichen Ausstattung der Werbe-Windanlagen. Um all diese Fragen zu klären, bedarf es einer qualifizierten Fachberatung. Fakt ist, bei der Wolf-WW-1 stimmt die Rechnung: fifty-fifty bei Außenwirkung und Energiegewinnung!

- * Quelle Text und Copyright made by Rudolf F. Thomas, www.rudolf-thomas.de
- * Quelle Sonnenstunden STATISTA GmbH, www.statista.com
- * Quelle technische Angaben: Fa. Wolf moderne Windkraft, www.wolf-windkraft.de
- * Quelle Bilder: Bernd Wolf, www.wolf-windkraft.de

