

Kézikönyv

Fényreklám



1. rész

Útmutató fényreklám berendezések
kialakításához

Fényreklám Kézikönyv

1. rész

Útmutató fényreklám berendezések
kialakításához

© 2007 Dr.-Ing. Udo Fischer, Veit Franke, Hans-Thomas Hansen, Viktor Keppler, Karl Kurz

A könyvben megjelenő szövegeket, rajzokat, fotókat a legnagyobb gonddal válogattuk össze. Ennek ellenére a szerzők nem vállalnak felelősséget véletlenszerű hibákért és azok következményeiért.

A fotókon bemutatott világító rekláamberendezések és világító reklámeszközök az egyes fejezetekben leírtakat és a profilok megjelenítését hivatottak képileg alátámasztani. A fotók kiválasztása kizárólag a használhatóságuk és kifejező erejük figyelembevételével történt, és semmilyen összefüggésben nem áll a fotókon szereplő, s részben védettséget élvező márkajelzésekkel. A márkajogok tulajdonosi jogait a képek nem érintik.

A könyv tartalma szerzői jogi védelem alatt áll.

A könyv utánnyomása és/vagy fénymásolása - kivonatossan is - csak a szerzők írásos engedélyével megengedett, különös érvényességgel az adattárolóra történő mentésre és adatfeldolgozó eszközökön történő felhasználására.

Minden jog fenntartva.

A magyar fordítás a Hansen Neon GmbH 2007 évi kadása alapján készült.

Kiadja: HSF – Magyar Fényreklámgyártók Szövetsége

Hungarian translation © by 2019 HSF

Fordította: Agárdi Tamás

Lektorálta: HSF – Magyar Fényreklámgyártók Szövetsége (Bacskainé Esztergomi Erzsébet, Sztanek László, Lember István)

1	Bevezető	6
2	Alapok	8
2.1	Környék, környezet, háttér	9
2.2	Rövid szöveg	12
2.3	Betűméret és betűtípus	14
2.4	Térközök és olvasási irány	18
2.5	Szín és anyagválasztás	20
2.5.1	Színválasztás	20
2.5.2	Színkontraszt	21
2.5.3	Matt felület	22
2.5.4	Fluoreszcens plexi	23
2.5.5	Black & White	24
2.6	Alapanyagok	24
2.7	Fényforrások	25
2.8	Installálás épületen kialakított fogadási pontokra	26
3	Világító dobozbetűk, térbeli logók, reklámtestek	28
3.1	Profil 01	29
3.2	Profil 1	30
3.3	Profil 2	32
3.4	Profil 3	34
3.5	Profil 4	36
3.6	Profil 5	38
3.7	Profil 6	40
3.8	Profil 7	42
3.9	Profil 8	44
3.10	Profil 9A és 9B	47
3.11	Profil 10	50
3.12	Profil 11 LED	52
3.13	Profil 12 LED	54
3.14	Speciális típusok	57

4	A fényreklám berendezések további formai lehetőségei	58
4.1	Nem világító táblák	59
4.2	Egy oldalról megvilágított táblák	59
4.3	Két oldalról megvilágított táblák	60
4.4	Élvilágító táblák	61
4.5	Világító dobozok	62
4.6	Intarziás világítódobozok	63
4.7	Frízfeliratok, világításávok	64
4.8	Falból kiálló szerkezetek	64
4.9	Kockák / téglatestek	65
4.10	Forgó kockák / téglatestek	65
4.11	Megvilágított plakátkeretek	66
4.12	Vitrinek	66
4.13	Citylight posztterek	67
4.14	Megvilágított oszlopreklámok	68
4.15	Pylonok	69
4.16	Árbócszerkezetek vagy óriás pylonok	70
4.17	Videóképernyők	71
4.18	Tetőreklámok	72
4.19	Forgó tetőreklámok	73
4.20	Idő-, dátum-, és hőmérséklet kijelzők	74
4.21	Futószöveges táblák	75
4.22	Feszített fóliás berendezések	76
4.23	Óriásreklámok	77
4.24	Neonfeliratok	78
4.25	Kirakati fénycsöves berendezések	79
4.26	Fényfestészet	80
4.27	Benzinkutak	81
4.28	Tárgyakat formáló berendezések	82
4.29	Fényművészet	84
4.30	Műemlék értékű berendezések	86
5	Utószó	88

1 Bevezető

A reklám mindig fontos része volt a gazdaságnak. A fényreklám a kültéri reklámozás egyik lehetősége. Napfénynél és sötétben is jól olvasható. Alkalmas egy üzlet kínálatának vagy szolgáltatásának hirdetésére, mivel gyorsan és különböző távolságokból is felismerhető. A jól olvasható és kifogástalanul működő fényreklámberendezés elemi érdeke a reklámozónak.

A gyártók, akik a Fényreklám Gyártók Szakszövetségét (Németországban a Fachverband Lichtwerbund e.V. [FVL], Magyarországon a Magyar Fényreklámgyártók Szövetsége [HSF]) alkotják, ezeket az igényeket kívánják kielégíteni. Ezen túlmenően elkötelezték magukat, hogy modern technikával, sokszínűen, optimálisan kialakított, biztonságos berendezéseket kívánnak tervezni, kínálni, gyártani, kihelyezni és karbantartani.

A következőkben ezért a fényreklámok gyártásának lényeges vonatkozásait vesszük sorra. A magyarázatokkal támogatni kívánjuk a tervezők, gyártók, megrendelők konstruktív együttműködését, az optimális megoldások megtalálását a tervezés, gyártás során.

A megrendelő általában a levélpapíron, prospektuson és más, nyilvános megjelenési formákban használt betűit, logóit szeretné viszontlátni a fényreklám berendezésének formai kialakításában. Papírra nyomtatva ezeket általában egyedül nézzük, és közel ugyanabból a helyzetből. A megtekintés hosszának kevesebb a jelentősége.

A fényreklámoknál ez másképp van. Különböző látószögből és eltérő távolságból is gyorsan és jól felismerhetőnek kell lennie, mivel a szemlélő változó távolságban, más-más irányban és sebességgel mozog. Emiatt a fényreklám kialakításánál figyelembe kell venni ezen különleges igényeket. Sorra veszünk néhány fontosabb nézőpontot és szemléletes módon igyekszünk megoldásokat kínálni.

Először az emberi szem teljesítőképességét vizsgáljuk, ami alapján a kontraszt, szín, méret és betűformákat illető feltételrendszer kialakul. Ehhez kapcsolódnak majd javaslataink a szín és anyagválasztást illetően. Bemutatjuk a fényreklámok leggyakoribb kialakítási formáit. Elsőnek mindjárt a térbeli kialakítású jeleket (különálló betűk és logók) számos megjelenésükben, majd a többi formát vesszük sorra. A technikai részletekben tudatosan nem mélyülünk el – ez a gyártó felelősége marad. Nem vesszük részleteiben a különböző világító display-k és üzletberendezések számos lehetőségét sem.

Az egyes szövegrészeket igyekeztünk minél több fotóval illusztrálni, amelyek a szerzők értékelése szerint a legjellemzőbb példái az adott fényreklám kialakításának. Ezeket tudatosan nem láttuk el a szerelési helyszínre, a kép készítésének időpontjára és a gyártóra vonatkozó információkkal.

Mi, a szerzők – a Fachverband Lichtwerb-bund (Fényreklám Gyártók Szövetsége) tagjai – reméljük, hogy ezekkel az általános érvényű útmutatásokkal gondolatindítók lehetünk, amelyek nagy reklámhatékonyságú és esztétikus kialakítású fényreklám berendezéseket eredményeznek. Építészek, tervezők, dizájnerek éppúgy fontos segítséget kapnak könyvünkkel a fényreklámok kialakításához, mint az építési és műemlékvédelmi hatóságok szakemberei. Az értékesítők és a fényreklámgyártók vevőkapcsolati tanácsadói gazdagon illusztrált érvelési segédletként használhatják a vevőkkel, valamint érdeklődőkkel történő tárgyalásokon.