

Plakatunion: Zwölf Firmen kleben zusammen

VON SYLVIA ROLLMANN

Als sich Claudius von Soos bei seinem heutigen Arbeitgeber um den Posten des Geschäftsführers bewarb, da schickte er nicht die klassische Mappe mit Zeugnissen. Er listete Forderungen auf, seine Ziele und Visionen. „Ich wollte vor allem eines: das Plakat von seinem verstaubten Image befreien“, sagt der 37-Jährige rückblickend.

Von Soos bekam den Job und darf sich getrost auf die Schulter klopfen. Ein erster Schritt ist getan: Zwölf mittelständische Unternehmen zwischen Bremen und Freiburg, die zum Teil schon seit Generationen bestehen, machen jetzt als „Plakatunion“ gemeinsame Sache und gute Geschäfte. Zwar arbeiten alle zwölf Partner eigenständig, ihre Werbeflächen werden aber zentral von Düsseldorf aus vermarktet. Wer sich den Eintritt in die Union sichern will, der muss mindestens 500 Werbeflächen mitbringen.

Mit 23 000 Großflächen bundesweit, 400 allein in Düsseldorf, ist die Plakatunion so zum drittgrößten Anbieter von Plakatwerbung in Deutschland avanciert. „Auf dem Markt zählt Größe. Manche Aufträge werden nur an große Firmen vergeben“, erklärt von Soos. Weiterer Vorteil: Marketing und Internetpräsenz werden nun zentral gesteuert.

Dass die „Zentrale“ ihren Sitz in der Landeshauptstadt haben sollte, war schnell entschieden. „Düsseldorf ist die Stadt der Werber, der Agenturen. Hier sitzen viele Auftraggeber“, sagt von Soos. Doch es sind nicht nur Großkunden, für die die Plakatunion nach passenden Werbeflächen sucht. „Es hat auch schon Männer gegeben, die eine neun Quadratmeter große weiße Fläche gemietet haben, weil sie darauf ihren Heiratsantrag sprühen wollten.“

Umsatz gesteigert

Der 37-Jährige kennt die Stadt. Er ist Düsseldorfer, wurde in der Uniklinik geboren, ging aufs Humboldt-Gymnasium, wo er 1988 sein Abitur machte. Nach dem Studium in Tübingen folgten Stationen in den USA, in München, Frankfurt, Bonn und Köln. Jetzt ist von Soos in seine Heimatstadt zurückgekehrt. „Hier gibt es viele gute Stellen“, sagt er mit Blick auf die belebten Straßen, die sich besonders für großflächige Werbeplakate eignen. Berliner Allee, Graf-Adolf-Straße, Südring, Fischerstraße – schon jetzt scheint es, als trage der Zusammenschluss, der seit 2005 am Markt aktiv ist, erste Früchte: In den ersten sechs Monaten dieses Jahres stieg der Netto-Umsatz um zehn Prozent.



Werbung im Großformat: Geschäftsführer **Claudius von Soos** vermarktet in Düsseldorf rund 400 Flächen, unter anderem an der Ratinger Straße. RP-FOTO: GABRIEL