

Kategorie

- Marketing

Zielgruppe

- Bürgerinnen und Bürger

Projektphase

- Umsetzung
- Fortsetzung

Großflächenwerbung



Quelle: Francesco Scatena / EyeEm / Getty Images (verändert)

Was ist Großflächenwerbung?

Bei der Großflächenwerbung wird nach klassischer Plakatwerbung und nach digitaler Außenwerbung mit Bildschirmen unterschieden. Plakate sind entweder beleuchtet oder unbeleuchtet, einfach gerahmt, verglast in einer Vitrine oder auf einer Litfaßsäule vorzufinden. Bei der digitalen Außenwerbung mit Bildschirmen wird auch von Digital Out-of-Home-Media gesprochen. Dies ist ein stark wachsendes und mittlerweile an vielen Orten des öffentlichen Lebens aufzufindendes Werbemedium. Digital Out-of-Home-Media ist dabei ähnlich gestaltet wie ein Plakat, ist aber aufgrund der einfachen Veränderbarkeit der Werbung wesentlich flexibler.

Eine Großflächenwerbung besteht in der Regel aus einem Bild, dem Slogan und Logo des zu bewerbenden Mobilitätsangebots oder -betreibenden sowie weiterer produktspezifischer Informationen. Die Betrachtungszeit einer Großflächenwerbung beträgt je nach Fortbewegungsart in der Regel zwei bis sieben Sekunden.

Welche Vorteile hat Großflächenwerbung?

Großflächenwerbungen befinden sich vor allem an hoch frequentierten Orten, wie beispielsweise Fußgängerzonen oder zentralen Verkehrsknotenpunkten. Je nach Ort der Werbung können unterschiedliche Zielgruppen erreicht werden. Großflächenwerbung an Bushaltestellen oder Bahnstationen eignet sich besonders, um für Mobilitätsangebote zu werben. Mit Großflächenwerbung werden Personen dort erreicht, wo sie sich sowieso aufhalten. Im Gegensatz zur TV- und Rundfunk-Werbung ist die Bewerbung von Angeboten auf Großflächen in der Regel günstiger. Eine Plakatwerbung kostet je nach Lage, Größe und Art der Fläche pro Tag rund 8 bis 155 Euro (in ländlichen Gebieten in der Regel günstiger als in Großstädten).

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Zuerst werden Ziele und Zielgruppen definiert. Die Platzierung der Plakate und die Gestaltung der geplanten Werbung werden auf die Zielgruppe zugeschnitten. Die Botschaft wird so gewählt, dass

sie den Zielen dient und die Zielgruppe anspricht.

Bei der Gestaltung sollte darauf geachtet werden, dass die Botschaft klar, einfach und gut lesbar ist. Text und Bild sollten kombiniert werden und Aufmerksamkeit erregen (z. B. durch satte Farben oder eine überraschende Darstellung, abhängig von der Zielgruppe).

Es kann sich lohnen, eine professionelle Werbeagentur mit der Gestaltung der Werbung zu beauftragen, um eine möglichst effektive Gestaltung der Werbung zu erreichen. Hierdurch entstehen allerdings zusätzliche Kosten.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Bei einer Großflächenwerbung sollte die Botschaft und das genaue Werbeziel ansprechend, deutlich und so verständlich wie möglich ausgedrückt sein. Längere Werbeaussagen werden häufig nicht wahrgenommen oder verstanden, wodurch die Werbung einen geringeren Effekt hervorruft. Die Werbeaussage auf das Wesentliche zu beschränken und das Interesse der Passanten zu wecken, ist eine große Herausforderung, weshalb für eine gute Plakat- bzw. Bildschirmkampagne meist eine aufwendige Konzeption erforderlich ist.

Außerdem gilt, dass bedruckte (nicht-digitale) Großflächen nicht tageweise, sondern nur für längere Perioden (z. B. zehn Tage) gebucht werden können.

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Fahrzeugwerbung (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/fahrzeugwerbung>)

Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie>)

Online-Werbung (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/online-werbung>)

Zeitungs- und Zeitschriftenwerbung (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/zeitungs-und-zeitschriftenwerbung>)

Quellen

Die Draussenwerber: 8 Tipps zur Plakatgestaltung. Zugriff:

https://www.draussenwerber.de/assets/files/downloads/Wissenswertes/DDW_Plakattipps_Plakatgestaltung [abgerufen am 18.12.2023].

Mosoryk, Liliya, 16.09.2023: Außenwerbung - Vorteile und Nachteile einzelner Werbeträger im Überblick. Zugriff: <https://selbststaendigkeit.de/>, News, Marketing [abgerufen am 18.12.2023].

Onlineprinters Magazin, 18.02.2020: Plakatwerbung – effektiv und im Trend der Zeit. Zugriff: <https://www.onlineprinters.de/magazin>, Suche [abgerufen am 18.12.2023].