

crossvertise

# WERBEWISSEN

Das e-Paper der Werbe-Experten // AUßENWERBUNG



Kurzvorstellung

Werbeformen

Tipps & Tricks

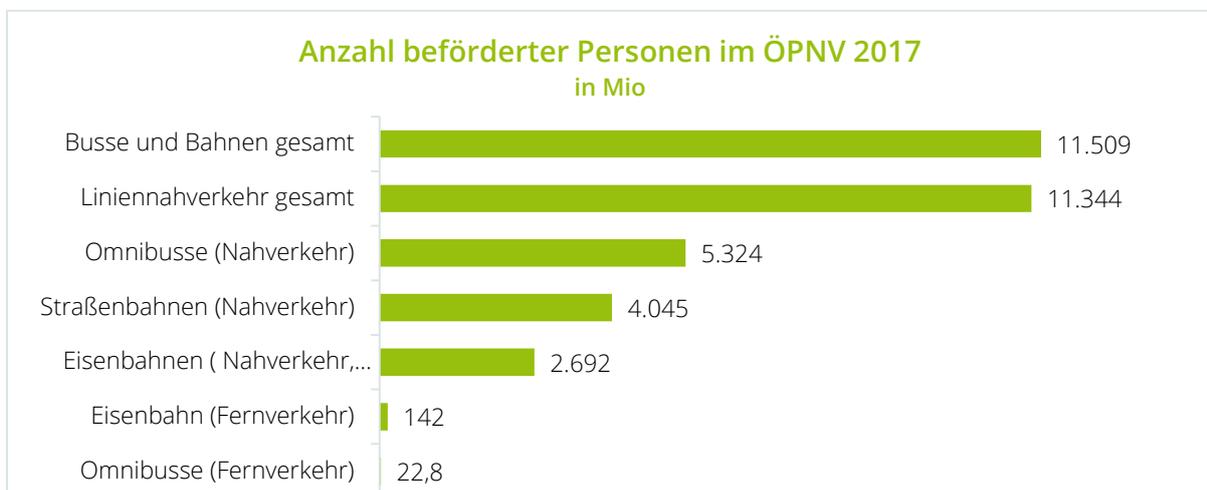
# Inhaltsverzeichnis

1 Kurzvorstellung.....	1
2 Formen der Verkehrsmittelwerbung.....	2
2.1 Buswerbung.....	3
2.2 Bahnwerbung.....	9
2.3 LKW-Werbung.....	15
2.4 Taxi-Werbung.....	17
2.5 Fahrzeugwerbung.....	20
2.6 Mobile Großflächen.....	21
3 Intermedialer Vergleich.....	22
4 Tipps und Tricks zur Planung.....	23
4.1 Das Motiv.....	23
4.2 Vorlaufzeiten beachten.....	23
4.3 Kampagnenzeitraum.....	24
Abbildungsverzeichnis.....	25

# 1 Kurzvorstellung

Auf dem Weg zur Arbeit, an den Wochenenden oder an Fest- und Feiertagen – öffentliche Transportmittel sind unsere täglichen Begleiter. Mit Hilfe von Verkehrsmittelwerbung wird Werbung rund um die Uhr durch die Straßen Ihrer Stadt gefahren und erreicht dadurch die angestrebte Zielgruppe unmittelbar. Werbung, die außen an den Verkehrsmitteln angebracht ist, richtet sich insbesondere an andere Verkehrsteilnehmer, wie z. B. Passanten oder Autofahrer. Innenraumwerbung zielt hingegen auf die Fahrgäste ab.

Für Verkehrsmittelwerbung werden häufig öffentliche Nahverkehrsmittel wie Busse oder Straßenbahnen genutzt, da hiermit insbesondere in Ballungszentren sehr hohe Kontaktzahlen erreicht werden. Mehr als 36.000 Busse und 6.000 Bahnen im Liniennetz des deutschen ÖPNV bieten ein einzigartiges Potenzial für mobile Werbung im öffentlichen Raum. Die Relevanz dieses Werbemittels macht sich auch in den stetig steigenden Fahrgastzahlen bemerkbar. Seit dem Jahr 2000 konnte ein Anstieg von 12% beobachtet werden.



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2018

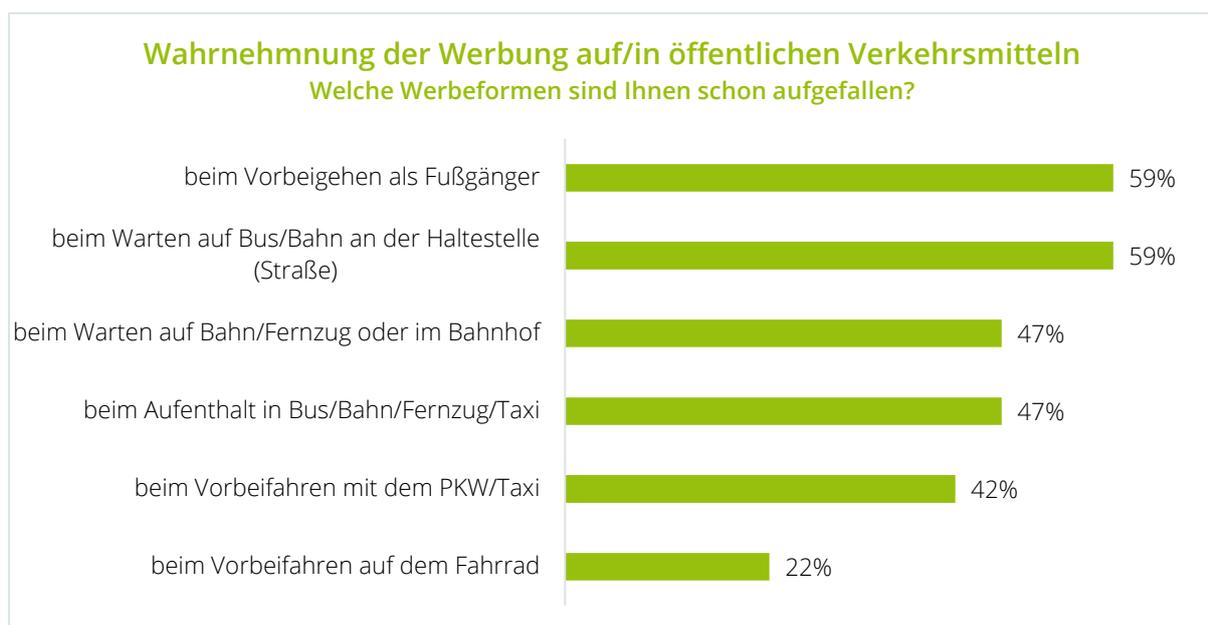
Auf den Tag heruntergebrochen sind tagtäglich rund 30 Millionen Menschen mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs, die dabei knapp 290 Millionen Kilometer zurücklegen. In Großstädten werden täglich bereits mehr als die Hälfte der Einwohner mit Bussen und Bahnen befördert und 55% der Deutschen bewerten Werbung auf/in Verkehrsmitteln als informativ und sympathisch.

## 2 Formen der Verkehrsmittelwerbung

Verkehrsmittelwerbung ist eine besondere Form der Außenwerbung, die sich hauptsächlich in die beiden großen Bereiche **Außen- und Innenraumwerbung** aufteilt.

Werbung, die außen an den Verkehrsmitteln angebracht ist, richtet sich insbesondere an andere Verkehrsteilnehmer, wie z. B. Passanten oder Autofahrer. Ob Seitenflächen-, Heckflächenbeklebung oder eine Ganzgestaltung von LKW, Bus oder Bahn. Der Kreativität sind mit den heutigen Drucktechnologien kaum mehr Grenzen gesetzt.

Innenraumwerbung zielt hingegen direkt auf die Fahrgäste im Fahrgastraum von Bussen und Bahnen ab. Die Fahrgäste, darunter viele Schüler, Auszubildende, Studenten, sowie (junge) Berufstätige oder Rentner lassen sich gezielt mit Werbung im Innenraum ansprechen. Eine meist längere Verweildauer – im Durchschnitt 10 Minuten – und die häufig wenig ereignisreiche Fahrt sichern Kampagnen und Aktionen eine überdurchschnittlich hohe Aufmerksamkeit. Untersuchungen des Fachverband Außenwerbung e.V. (FAW) haben bestätigt, dass die Akzeptanz für Werbebotschaften in dieser Situation besonders groß ist und bereits 27% der Befragten Personen während der Fahrt die Werbung im Innenraum des Fahrzeuges betrachten.



Quelle: FAW Trendanalyse Verkehrsmedien 2019

Mit Verkehrsmittelwerbung ist Ihre Werbebotschaft ständig präsent und ein wahrer Eye-Catcher. Kreativer Gestaltungsfreiraum und vielfältige Belegungsmöglichkeiten lassen bei der Realisierung Ihrer Kampagne, ob im Außen- oder Innenraum, keine Wünsche offen.

Die Kosten für Verkehrsmittelwerbung unterscheiden sich je nach Werbeform, Werbeträger, Einsatzgebiet und Laufzeit. Im Vergleich zu anderen Werbeformen kann Verkehrsmittelwerbung jedoch mit relativ geringen Kampagnenkosten punkten.

## 2.1 Buswerbung

Jeder kennt sie, jeder schätzt sie, jeder benutzt sie. Busse und Bahnen sind alltägliche Begleiter und ein Leben ohne sie ist nicht mehr vorstellbar. Dementsprechend ist Werbung auf Bussen ein präsent und gern gesehenes Werbemedium. Bei Buswerbung liegen viele Gestaltungsmöglichkeiten offen, sodass Ihre Werbung einmalig und individuell sein kann.



Abbildung 1

Werbung auf dem Bus wirkt ansprechend, sympathisch und gehört einfach dazu. Das Transportmedium verspricht aufgrund seiner regionalen Einsetzbarkeit eine zielgruppengenaue Ansprache.

### Vorteile von Buswerbung

- ✓ Etwa 80.000 Busse in Deutschland mit 11 Mio. Fahrgästen pro Jahr
- ✓ Buswerbung als vergleichsweise günstiges Medium
- ✓ Ständig präsent Medium
- ✓ Schneller und großer Reichweitenaufbau
- ✓ Unübersehbar und dadurch enorme Beachtung
- ✓ Starke Regionalität
- ✓ Gern gesehenes und sympathisches Medium



## 2.1.1 Buswerbung – Werbeformen außen

### Heckflächenwerbung



**Heckflächenwerbung** wird mit einem hohen Involvement wahrgenommen, wenn der Verkehrsteilnehmer hinter dem Bus fährt. Heckflächen eignen sich daher auch für komplexere Botschaften. Es kann entweder die ganze Heckfläche oder nur ein Teil davon beklebt werden.



Abbildung 2



Abbildung 3

### Teilgestaltung



Bei der **Teilgestaltung** von Bussen können Sie Ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Unterhalb der Seitenscheiben ist ausreichend Platz, um Ihr Produkt in Szene zu setzen. Teilweise ist eine Belegung des Dachkranzes inklusive.



Abbildung 4



Abbildung 5

## Ganzgestaltung



Die **Ganzgestaltung**, also Werbung auf dem kompletten Bus ist die prägnanteste Form der Buswerbung. Bei dieser Werbeform können auch Fenster und Türen mit einbezogen werden. Die Ganzgestaltung eignet sich besonders für imposante, visuelle Ideen.



Abbildung 6



Abbildung 7

## Traffic Banner



Unter **Traffic Bannern** versteht man Klebefolien, die auf den Seiten- und Heckflächen von Bussen angebracht werden. In der Regel werden Traffic Banner im Format 175 x 50 cm (B x H) produziert und angebracht



Abbildung 8



Abbildung 9

## Traffic Boards



**Traffic Boards** sind rechteckige Flächen mit einer Größe von 2 bis 9m<sup>2</sup>, die nicht nur auf die Seitenflächen unterhalb der Fenster, sondern auch über die Fenster geklebt werden können. Zudem können sie auf der Heckfläche angebracht werden. Aufgrund des einheitlichen Formats lässt sich eine nationale Belegung vielerorts kostengünstig und relativ kurzfristig umsetzen. Adaptieren Sie z.B. Ihre bestehenden Großflächen- oder CLP-Formate direkt auf die Straßen. Ihre „fahrende“ Plakatwand verbreitet sich so in kürzester Zeit über die ganze Stadt, selbst dort, wo normalerweise keine Plakate stehen.



Abbildung 10



Abbildung 11

## 2.1.2 Buswerbung – Werbeformen innen



Abbildung 12



Abbildung 13



Abbildung 14

**Deckenflächenplakate** sind einseitig bedruckte Plakate in einem Rahmen oder selbstklebender Folie im Bereich der Dachwölbung über den Fenstern. Das Format kann je nach Stadt variieren.

**A2 Plakate im Bus** findet man insbesondere direkt im Sitz- bzw. Einstiegsbereich. Es handelt sich hierbei um einseitig bedruckte Plakate aus Papier oder selbstklebender Folie, die häufig direkt an der Trennscheibe zum Fahrer angebracht werden. Die Plakate sind klassischerweise im DIN A2 Format (42 x 59,4 cm (B x H)).

Eine weitere Werbeform sind **Seitenscheibenplakate**. Die doppelseitig lesbaren Folien werden auf den Innenseiten der Fenster von Normal- und Gelenkbussen angebracht und sind gleichzeitig auch von außen lesbar. Somit erreichen Sie eine doppelte Werbewirkung. Die Seitenscheibenplakate haben in der Regel ein Format von 50 x 15 cm (B x H).



Abbildung 15

**Swing Ads** bezeichnet die Werbung auf Halteschlaufen im Bus. Die Formate variieren je nach Stadt und Verkehrsmittel. Swing Ads lassen sich auch gut mit anderen Werbeformen kombinieren.



Abbildung 16

**Swing Cards** sind doppelseitig bedruckte Anhänger, die an den Haltestangen hängen. Teilweise sind auch Sampling-Träger möglich.

## 2.2 Bahnwerbung

Auffällig und einprägsam ist auch die Werbung auf und in Straßenbahnen sowie S- und U-Bahnen. Sie exponieren Werbung in der ganzen Stadt, wodurch Ihre Botschaft in Bewegung kommt und besondere Akzente setzt. Diese Art der Verkehrsmittelwerbung wird vor allem für Imagekampagnen genutzt, sichert jedoch auch nachhaltig Kontakte. Durch das breite Spektrum der erreichbaren Verkehrsteilnehmer wird Ihre Werbebotschaft in den Köpfen der Menschen verankert. Durch S-Bahnen werden zusätzlich zum Innenstadtbereich auch das Umland und Einzugsgebiete von Ballungsräumen erreicht.



Abbildung 17

### Vorteile von Bahnwerbung



- ✓ Vielfältige und hervorragende Bahnstruktur in Deutschland
- ✓ Individuell gestaltbare Werbebotschaft
- ✓ Vergleichsweise günstiges Medium
- ✓ Bahnwerbung ist ständig präsent
- ✓ Schneller und großer Reichweitenaufbau
- ✓ Sympathische Wirkung
- ✓ Starke Regionalität

## 2.2.1 Bahnwerbung – Werbeformen außen

### Teilgestaltung



Die **Teilgestaltung** beschränkt die zu beklebende Werbefläche auf den Rumpf der Bahn. Türen und Fenster werden bei dieser Werbeform ausgespart. Es ist auch möglich zusätzlich den Dachkranz zu belegen



Abbildung 18



Abbildung 19

### Ganzgestaltung



Bei der Ganzgestaltung stellen Sie die komplette Bahn in den Dienst Ihrer Werbebotschaft. Bei dieser Werbeform können auch die Fenster und Türen mit einbezogen werden. Die Ganzgestaltung eignet sich besonders für imposante, visuelle Ideen.

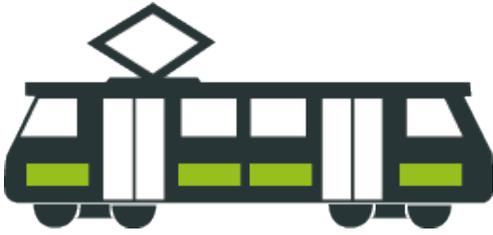


Abbildung 20



Abbildung 21

## Traffic Banner



Unter **Traffic Bannern** versteht man Klebefolien, die auf den Seiten- und Heckflächen von Bahnen angebracht werden. I.d.R. werden Traffic Banner im Format 175 x 50 cm (B x H) produziert und angebracht.



Abbildung 22



Abbildung 23

## Traffic Boards



**Traffic Boards** mit der Standardgröße eines Großflächenplakats (18/1-Plakat) findet in der Bahnwerbung immer größeren Anklang. Die Fläche ist insgesamt ca. 9m<sup>2</sup> groß und eignet sich insbesondere für kurzfristige aber gleichzeitig sehr aufmerksamkeitsstarke Kampagnen. Traffic Boards werden in der Regel auf der Bahnseite gegenüber den Türen angebracht, wo sie ihre ganze Wirkung entfalten kann. Wegen der Maße können Sie hier bestehende Großflächenmotive ohne großen Aufwand für Bahnwerbung adaptieren. Ihre Kampagne verbreitet sich dadurch in kürzester Zeit über die ganze Stadt, selbst dort, wo normalerweise keine Plakate stehen dürfen.



Abbildung 24



Abbildung 25

## 2.2.2 Bahnwerbung – Werbeformen innen



Abbildung 26

**Deckenflächenplakate** sind einseitig bedruckte Plakate in einem Rahmen oder selbstklebender Folie im Bereich der Dachwölbung über den Fenstern der Bahn. Das Format kann je nach Stadt variieren.



Abbildung 27

Bei **A2 Train Poster** handelt es sich um einseitig bedruckte Plakate aus Papier oder selbstklebenden Folien, die häufig direkt am Zugang zur Fahrerkabine angebracht sind. Die Plakate sind klassischerweise im DIN A2 Format (42 x 59,4 cm (B x H)).



Abbildung 28

Eine weitere Werbeform sind **Seitenscheibenplakate**. Die doppelseitig lesbaren Folien werden auf den Innenseiten der Fenster von Straßenbahnen, U- und S-Bahnen angebracht und sind gleichzeitig auch von außen lesbar. Somit erreichen Sie eine doppelte Werbewirkung. Die Seitenscheibenplakate haben in der Regel ein Format von 50 x 15 cm (B x H).





Abbildung 32

**Fahrgast-TV** bezeichnet mobiles Fernsehen im ÖPNV ohne Ton. Gezeigt werden aktuelle Nachrichten, Infotainment wie Veranstaltungstipps der jeweiligen Stadt, aktuelle Meldungen des Verkehrsbetriebs und natürlich Werbeeinblendungen. Aufgrund des abwechslungsreichen und städtebezogenen Contents wird die Werbebotschaft von den Fahrgästen als sehr positiv bewertet. Durch die längere Betrachtungsdauer während der Fahrt eignen sich auch komplexere Inhalte für die Schaltung im Fahrgast-TV

## 2.3 LKW-Werbung

Im Gegensatz zu Verkehrsmittelwerbung im öffentlichen Personennahverkehr ist LKW-Werbung nicht nur lokal, sondern auch national und sogar international präsent. LKW-Werbung ist die einzige Werbung, die Ihre Zielgruppe mitten auf der Straße anspricht. Innerhalb kürzester Zeit erreichen Sie so Kontakte in Millionenhöhe. Plakate am LKW sind aufgrund Ihrer Größe nicht zu übersehen und wirken dabei sehr sympathisch. Nutzen Sie diese Werbeform und hinterlassen Sie bei Ihrer Zielgruppe einen bleibenden Eindruck.

Die Einschränkung auf ein bestimmtes Kampagnengebiet zur Durchführung Ihrer Verkehrsmittelwerbung ist grundsätzlich möglich. Je nach Kundenwunsch ist hier bspw. eine Kampagne auf regionaler oder nationaler Ebene, Bundeslandebene, Absatzgebieten oder Nielsen Gebieten denkbar. Für den Einsatz in einem regionalen, urbanen Umfeld eignen sich insbesondere kleinere LKW und Transporter.



Abbildung 33

### Vorteile von LKW-Werbung

- ✓ individuell gestaltbare Werbebotschaft
- ✓ erweckt hohe Aufmerksamkeit
- ✓ schneller und großer Reichweitenaufbau
- ✓ unübersehbar und dadurch enorme Beachtung
- ✓ auch einsetzbar auf nationaler Ebene

### 2.3.1 LKW-Werbung – Werbeformen außen

Bei Werbung am LKW stehen Seiten- und Heckfläche der Fahrzeuge in verschiedenen Belegungsvarianten für die Anbringung Ihrer Kampagne zur Verfügung. Die Fahrzeuge werden entweder mit Folie beklebt oder mit bedruckten Werbeplanen bespannt. Mit ca. 2,7 Mio. gemeldeten LKW in Deutschland und rund 14,5 Mio. Autofahrern, erreicht Ihre Werbebotschaft über das Plakat am LKW mit Sicherheit die richtige Zielgruppe.

	<b>Heckfläche Format 12</b>	<b>Full Branding Format 72</b>	<b>Seitenfläche Format 24</b>	<b>Sonderformate Format S/CLP</b>
				
Abmessung	2,25 m breit 2,45 m hoch	13,6 m breit 2,7 m hoch	6,2 m breit 2,0 m hoch	Format und Fläche nach Wunsch
Laufzeit	2 Wochen bis 24 Monate	2 Wochen bis 24 Monate	2 Wochen bis 24 Monate	1 Woche bis 24 Monate
Einsatztage pro Monat	22 bis 25 Tage	22 bis 25 Tage	22 bis 25 Tage	22 bis 25 Tage
Brutto- sichtkontakte (pro Stk./Monat)	national ab 247.000	national ab 593.000	regional 345.000 im urbanen Bereich mehr als 483.000	regional 345.000 im Urbanen Bereich mehr als 483.000
Fahrleistung der Werbeträ- ger	täglich mind. 475 bis 725 km	täglich mind. 475 bis 725 km	täglich mind. 150 bis 725 km	täglich mind. 150 bis 725 km
Werbegebiet nach Wunsch selektierbar, Empfehlung	national, Länder übergreifend, europaweit	national, Länder übergreifend, europaweit	regional, urban, national	Regional, urban

Quelle: plakat-am-lkw.de, Stand 2019

## 2.4 Taxi-Werbung

An öffentlichen Plätzen, Flughäfen, Bahnhöfen, Theatervorstellungen oder anderen diversen Veranstaltungen – Taxen sind dort wo man Zielgruppen erreicht. Taxi-Werbung bietet daher die Möglichkeit, die Werbebotschaft in einem großen Umkreis an Ihre Zielgruppe zu bringen. Mit rund 255.000 Fahrgästen, 700 Taxizentralen und 21.000 Kleinunternehmern, erreicht man auf diese Art eine breite Varianz an Kunden!



Abbildung 34

### Vorteile von Taxi-Werbung

- ✓ Taxiwerbung ist unübersehbar
- ✓ Zielgerichtete Ansprache
- ✓ Tag und Nacht mobil
- ✓ Ansprache Ihrer Zielgruppe vor Ort



### 2.4.1 Taxi-Werbung – Werbeformen außen



Abbildung 35

Mit den **Taxi Dachträgern** sind Sie mit Ihrer Werbebotschaft unübersehbar. Auf Augenhöhe mit den Fahrgästen oder Fußgängern richtet sich Ihre Werbung direkt an Ihre Zielgruppe. Dachträger präsentieren Motive im Format von 85 x 35 cm (B x H) deutlich sichtbar über dem Verkehrsstrom. Die patentierten Kunststoffkörper sind in Fahrtrichtung montiert. Die gedruckten Plakate werden in den Werbeträger eingelegt.



Abbildung 36

**Seitenwerbung** auf dem Taxi lässt Ihre Kampagne nicht unbemerkt. Sie ist auffallend, sympathisch und gehört zu jedem Taxi. An den Seitenflächen gibt es als Standard die Belegung von 1600 cm breiten und 30 cm hohen Streifen an beiden Fahrzeugseiten unterhalb der Fenster. Die Türen können aber auch komplett mit einem Motiv belegt werden („Door Cover“).

## 2.4.2 Taxi-Werbung – Werbeformen innen



Abbildung 37

Mit **Taxi Select** werben Sie auf den Kopfstützen oder Fahrerlehnen und erreichen damit eine hohe Aufmerksamkeit bei allen Fahrgästen. Taxi Select ermöglicht die direkte Ansprache und ein unübersehbares Fahrerlebnis. Diese Werbeform steht bundesweit in allen großen Städten zur Verfügung, die Buchung erfolgt wochenweise in lokalen, regionalen oder überregionalen Netzen.

## 2.5 Fahrzeugwerbung

Werbung auf Fahrzeugen ermöglicht eine flexible Gestaltung und wirkt sowohl auf Neu- als auch auf Mietfahrzeugen oder Fahrschulautos ansprechend und sympathisch. Bei Fahrzeugwerbung sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Es können individuelle Gestaltungsmöglichkeiten genutzt werden. So wird die Werbebotschaft unübersehbar und sorgt für einen echten Hingucker.

Auch Fahrschulbranding bzw. Werbung auf Fahrschulfahrzeugen erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Sie wirkt sowohl ansprechend als auch auffallend



Abbildung 38

### Vorteile von Fahrzeugwerbung

- ✓ Werbung auf Fahrzeugen ist unübersehbar
- ✓ zielgerichtete Ansprache
- ✓ ständige Präsenz
- ✓ auffällig und beeindruckend
- ✓ hohe Aufmerksamkeit mit großem Sympathiefaktor



## 2.6 Mobile Großflächen

Die mobile Großfläche garantiert Ihnen Aufmerksamkeit auf den Straßen Ihrer Stadt. Damit können Sie Ihre lokale und regionale Zielgruppe effizient mitten auf der Straße erreichen. Mit Werbung auf mobilen Großflächen hinterlassen Sie einen großen Eindruck und legen selbst Ihre gewünschte Fahrroute fest. Dadurch sind Sie dank der XXL-Fläche unübersehbar. Häufig wird dieses Medium in Verbindung mit Promotionsteams eingesetzt. Zu den beliebte Werbemöglichkeiten der mobilen Großfläche zählen das 18/1 oder 36/1 Format.



Abbildung 39

### Vorteile von Werbung auf mobilen

#### Großflächen

- ✓ Gute Ausstreuung der Zielregion
- ✓ Schneller Aufbau einer hohen Kontaktdichte
- ✓ Zielgerichtete Ansprache
- ✓ Auffälliges und beeindruckendes Medium
- ✓ Hoher Sympathiefaktor



### 3 Intermedialer Vergleich

Presse und werbetreibende Unternehmen sind sich einig: Die Verbindung verschiedener Werbemaßnahmen maximiert die Effizienz einer Kampagne. Mit der Verknüpfung von strategisch aufeinander abgestimmten Medien sollen spezifische Einzelstärken der jeweiligen Gattung zusammengeführt und somit ein höherer Werbeerfolg erzielt werden.

Studien haben ergeben, dass 75 % der deutschen Unternehmen zwei oder mehrere Medien für Ihre Kampagne verwenden. Kein Wunder – crossmediale Werbekampagnen resultieren in einer signifikanten Steigerung zentraler Werbewirkungskriterien. Verkehrsmittelwerbung gewinnt hierbei immer mehr an Bedeutung, aufgrund der breitgefächerten Zielgruppe.

Verkehrsmittelwerbung eignet sich hervorragend als Begleitmedium. So können Sie z.B. eine klassische Außenwerbekampagne unterstützen, indem Sie zusätzlich zu Großflächenplakate oder CLP in Bahnhöfen Werbung auf/in öffentlichen Verkehrsmitteln platzieren. Dies sorgt garantiert dafür, dass der Werbedruck maximiert wird und spricht die Zielgruppe ununterbrochen an.

Die Nutzung **multimedialer Innenraumwerbung** ist mehr und mehr auf dem Vormarsch. Verkehrsmittelwerbung, die sich direkt an Fahrgäste wendet, gestaltet sich multimedial auf Bildschirmen, über Bluetooth oder QR-Codes. Diese Inhalte kann der Konsument mit einem gängigen QR-Code-Scanner auf seinem Smartphone abrufen. Die Nutzung der modernen Zusatzmedien innerhalb der Verkehrsmittelwerbung sind auch für den kleinen Geldbeutel zu haben und dennoch stets ihren Preis wert, denn dem Fahrgast wird die Werbebotschaft mittels just-in-time Medien angeboten. So kommt Ihre Kampagne nicht nur rund um die Uhr, sondern auch stets modern mittels aktueller Medienarten an die gewünschten Konsumenten.



## 4 Tipps und Tricks zur Planung

### 4.1 Das Motiv

Ein gutes Werbemotiv braucht eine **klare Botschaft** und ein eindeutiges Nutzenversprechen. Zeigen Sie Emotionalität. Seien Sie kreativ. Im Vergleich zur klassischen Plakatwerbung stehen Ihnen, aufgrund der verschiedenen Formate und verschiedenen Fahrzeuge, erheblich mehr Möglichkeiten der kreativen Entfaltung zur Verfügung. Dies können Sie gezielt nutzen, um die Aufmerksamkeit der Fahrgäste auf Ihr Produkt bzw. Ihr Unternehmen zu lenken.

### 4.2 Vorlaufzeiten beachten

Die Vorlaufzeiten bei Verkehrsmittelwerbung sind unterschiedlich. Jedoch sollte mit mindestens 4 – 6 Wochen Vorbereitungs- und Umsetzungszeit gerechnet werden. In dieser Zeit wird die Werbekampagne geplant, der Einkauf und die Kreation abgewickelt, das Werbemittel produziert und schließlich an das zuständige Plakatlager geliefert.



#### Typische Fehler

- ✓ Verwendung von zu geringen Kontrasten
- ✓ Viel Text mit kleinen Schriftgrößen
- ✓ Unauffällige Bilder ohne Aussagekraft
- ✓ Einsatz von mehreren Abbildungen und Aussagen

#### Die 3 W Fragen

- ✓ **Wie ist das gemeint?**  
Ihre Werbebotschaft sollte verstanden werden!
- ✓ **Was wird gezeigt?**  
Stellen Sie sicher, dass eindeutig erkennbar ist, was beworben wird!
- ✓ **Was steckt dahinter?**  
Machen Sie deutlich, an wen man sich bei Interesse wenden kann!

## 4.3 Kampagnenzeitraum

Um eine dauerhafte Werbewirkung zu erzielen, empfiehlt sich bei Werbung, die außen an einem Fahrzeug angebracht ist, eine Kampagnenlaufzeit von **mindestens 3 Monaten**. Je öfter Verkehrsteilnehmer mit Ihrer Werbung konfrontiert werden, desto besser bleibt sie im Gedächtnis. Bei Innenraumwerbung kann die Laufzeit erheblich abweichen. Swing Cards bspw. in Bussen und Bahnen eignen sich für kurzfristige Werbeaktionen oder Samplings, während bei Innenraumplakaten die Empfehlung lautet: Je länger die Laufzeit, desto größer die Werbewirkung.

# Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 2: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 3: <https://www.palatinabus.de/de/angebote/buswerbeflaechen> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 4: <https://www.bus-werbung-koeln.de/teigestaltung.html> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 5: <https://www.werbeagentur-munzinger.de/werbung/3-buswerbung> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 6: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 7: <https://www.bogestra.de/b2b/die-werbeformen.html> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 8: <https://www.werbeagentur-munzinger.de/werbung/3-buswerbung/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 9: <https://www.bus-werbung-hamburg.de/trafficbanner.html> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 10: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 11: <http://www.schiffmann-aussenwerbung.de/werbeservice/media-intertraffic/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 12: <https://www.werbeagentur-munzinger.de/werbung/3-buswerbung> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 13: <https://www.stroeer-direkt.de/nc/werbemedien/kategorie/s-bahn/werbemedien/Product/list.html>  
[abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 14: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 15: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 16: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 17: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 18: <https://planus-media.de/out-of-home/medien/verkehrsmittelwerbung-145/teigestaltung.html>  
[abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 19: <https://www.stroeer.de/nc/aussenwerbung/werbemedien/produkt/s-bahn-aussenwerbung.html>  
[abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 20: <http://logstercom.blogspot.com/2013/04/tk-maxx-eroffnet-in-leipzig.html> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 21: <https://www.stroeer.de/nc/aussenwerbung/werbemedien/kategorie/verkehrsmedien/produkt/s-bahn-aussenwerbung.html> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 22: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 23: <https://www.bus-werbung-koeln.de/trafficbanner.html> [abgerufen am 5.7.2019]
- Abb. 24: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 25: <https://www.walldecaux.de/verkehrsmittelwerbung-berlin> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 26: <https://www.stroeer-direkt.de/nc/werbemedien/kategorie/s-bahn/werbemedien/Product/list.html/>  
[abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 27: <http://steventang.me/train-poster/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 28: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 29: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 30: <https://www.bus-werbung-hamburg.de/swingcards.html>

Abb. 31: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 32: <https://www.bahninfo.de/artikel/10535/muenchner-fahrgast-tv-geht-auf-sendung/>

Abb. 33: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 34: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 35: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 36: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 37: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 38: <https://logo.werbeland-partner.com/referenzen> [abgerufen am 5.7.2019]

Abb. 39: <https://www.crossvertise.com/> [abgerufen am 5.7.2019]

## Impressum

Das „ePaper – Verkehrsmittelwerbung“  
ist ein Produkt der crossvertise GmbH  
Königinstr. 59  
D-80539 München

Tel.: +49 (0) 89 45 21 45 - 100

Fax: +49 (0) 89 45 21 45 - 139

E-Mail: [info@crossvertise.com](mailto:info@crossvertise.com)

[www.crossvertise.com](http://www.crossvertise.com)

