



**Ihre Plakatkampagne
kreativ und plakativ**

Am Anfang steht immer die Idee!

Das Plakat ist das einzige Medium, dem sich der Empfänger nicht entziehen kann.

Dabei ist Außenwerbung prägnant unübersehbar, aber gleichzeitig subtil. Trotzdem oder vielleicht gerade deshalb folgt die Gestaltung von Plakaten ihren eigenen Gesetzen.

Viele namhafte Kreative der Werbebranche halten sie sogar für die Königsdisziplin der Mediagattungen.

Wie soll ein Plakat gestaltet sein?

Eine Frage, mit der sich Marktforscher und Kreative seit Jahren auseinandersetzen. Die Ergebnisse deren Studien haben wir hier für Sie zusammengefasst.



Ein Plakat sollte plakativ sein

- eine prägnante Kernbotschaft
- ein darauf abgestimmten „key visual“
- und die Nennung des Absenders oder des Produktes

reichen völlig aus, um ein gutes Plakat zu gestalten!

**„keep it short and simple“
lautet die erste Regel effektiver Plakatwerbung**



Plakat ist ein schnelles Medium

Das Plakatmotiv muss sich der kurzen durchschnittlichen Betrachtungsdauer und den ablenkenden Faktoren im Stadtumfeld anpassen.

„Geschwätzige“ Plakate oder solche mit mehreren Bildelementen verwirren das Auge und erschweren die Wahrnehmung.

Plakat wirkt auf den ersten Blick – oder gar nicht.



Kurze Botschaft

Mehr als neun Quadratmeter Fläche bei einem 18/1- Plakat ist viel. Betrachtet man diese jedoch aus größerer Entfernung wird klar, dass sie dennoch optimal genutzt werden muss.

Die verwendeten Schrifttypen sollten gut leserlich und die Schriftgröße adäquat sein. Gleiches gilt für die Größe des Absenderlogos.

Was bringt die schönste Botschaft, wenn Sie keiner lesen kann?



m²

Kurze Botschaft

Kaum ein Passant oder Autofahrer sieht sich in Ruhe ein Plakat an. Meistens streifen nur flüchtige Blicke darüber.

Bilder müssen daher auch aus der Entfernung und beim Vorbeifahren erkennbar sein.

Generell gilt: Der Plakattext sollte noch aus 30-50 m Entfernung gut lesbar sein.

Flüchtige Blicke beim Schopf packen!

Schriftgröße	max. Lesedistanz
20 mm	10 m
40 mm	20 m
60 mm	30 m
80 mm	40 m
100 mm	50 m



Farben und Kontraste

Kräftige Farben und starke Kontraste unterstreichen die Fernwirkung und die Lesbarkeit von Plakaten.

Gleichzeitig steigern Sie die Aufmerksamkeit und Wahrnehmung. Der Betrachter hat Spaß am Hinsehen.

Es hilft die Betrachtung eines DIN A3 Ausdrucks auf eine entsprechende Distanz, um Wirkung und Größenverhältnisse des Motivs beurteilen zu können

„Reduce to the max“



Teilung in Kreation einplanen

Bereits in der Entwurfphase sollte der Kreative wissen, in welcher Teilung das Plakat gedruckt und geklebt wird.

Großflächenplakate können in 9, 8, 6 oder 4 Teilen gedruckt werden. Auch wenn der Plakatierer sehr exakt arbeitet, können bei der Klebung Nahtstellen sichtbar werden.

Wer bei der Gestaltung richtig plant, erspart sich Überraschungen!



Als Ihre Full-Service-Agentur für Außenwerbung übernehmen
wir gerne auch den Kreativ-Part für Sie...



Stefanie Probstfeld

Tel.: +49 (0) 261 8092-163
s.probstfeld@contrast-ms.de

Mario Machado

Tel.: +49 (0) 261 8092-139
m.machado@awk.de

... Sprechen Sie uns an!