

Allgemeines

Als der Drucker Ernst Litfaß im Jahr 1854 den Behörden vorschlug, überall in Berlin Plakatsäulen aufzustellen um der Wildplakatierung entgegenzuwirken, hatte wohl noch niemand damit gerechnet, dass sich dieser Werbeträger über die Jahre hinweg als Kultobjekt etablieren würde. Als älteste Form der Außenwerbung ist die Litfaßsäule mit ihrem analogen Charme ein beliebtes Medium zur Ankündigung von kulturellen Events aber auch für kommerzielle Werbung. Durch die Platzierung der Litfaßsäulen in der Stadt und den angrenzenden Wohngebieten sind hohe Reichweiten und ein starker Werbedruck garantiert. In der Regel muss in einer Stadt ein gesamtes Netz, in Großstädten hingegen nur Teilbelegungen gebucht werden. Im Falle der Belegung einer Ganzstelle können sämtliche Größen zwischen 1/1-Bogen (entspricht DIN A1) bis hin zu 12/1-Bogen (abhängig von der Größe der Litfaßsäule) eingesetzt werden. Litfaßsäulen werden heute aus den unterschiedlichsten Materialien hergestellt. Anders als die genormten Plakatwände variieren Litfaßsäulen von Stadt zu Stadt sowohl in ihren Dimensionen (Umfang und Höhe) als auch ihren Herstellungsmaterialien. Auf einer Höhe von in jedem Fall fast 3m sind den kreativen Gestaltungsmöglichkeiten dennoch keine Grenzen gesetzt.

Vorteile

- gute Abdeckung
- gutes Preis-/Leistungsverhältnis
- stark frequentierte Standorte
- Medium für junge Zielgruppen
- ideal für Ankündigung von Veranstaltungen und Events

Nachteile

- mehrere Werbetreibende auf einem Werbeträger
- muss sich mit größeren Formaten messen
- nur teilweise beleuchtet
- schlechte Verfügbarkeiten durch hohe Auslastung

Vorlaufzeiten

Bei der Plakatwerbung kann die Vorlaufzeit teilweise bis zu 6 Wochen betragen. In dieser Zeit wird aus dem angelieferten Motiv das Plakat gedruckt, an das zuständige Plakatlager geliefert, dort vom Plakatierer abgeholt, eingeweicht und schließlich geklebt.

Druck und Reserve

Gedruckt wird auf nassreißfestes Affichenpapier (110-120g pro m²) mit blauer Rückseite um das Durchscheinen überklebter Plakate zu verhindern. Aufgrund unserer digitalen Druckvorstufe und der digitalen Plattenerstellung benötigen wir Ihre Daten ausschließlich in digitaler Form. Beim Druck der Plakate sollte beachtet werden, dass ca. 10% mehr Plakate gedruckt werden müssen als aufgehängt werden sollen (Reserve). Auf diese Weise wird garantiert, dass ein Plakat im Fall einer Beschädigung während der Anbringung (z.B. bei Reißen) schnell ersetzt werden kann. Für bestmögliche Druckergebnisse und eine problemlose Abwicklung Ihres Druckauftrages beachten Sie bitte die Technischen Daten.



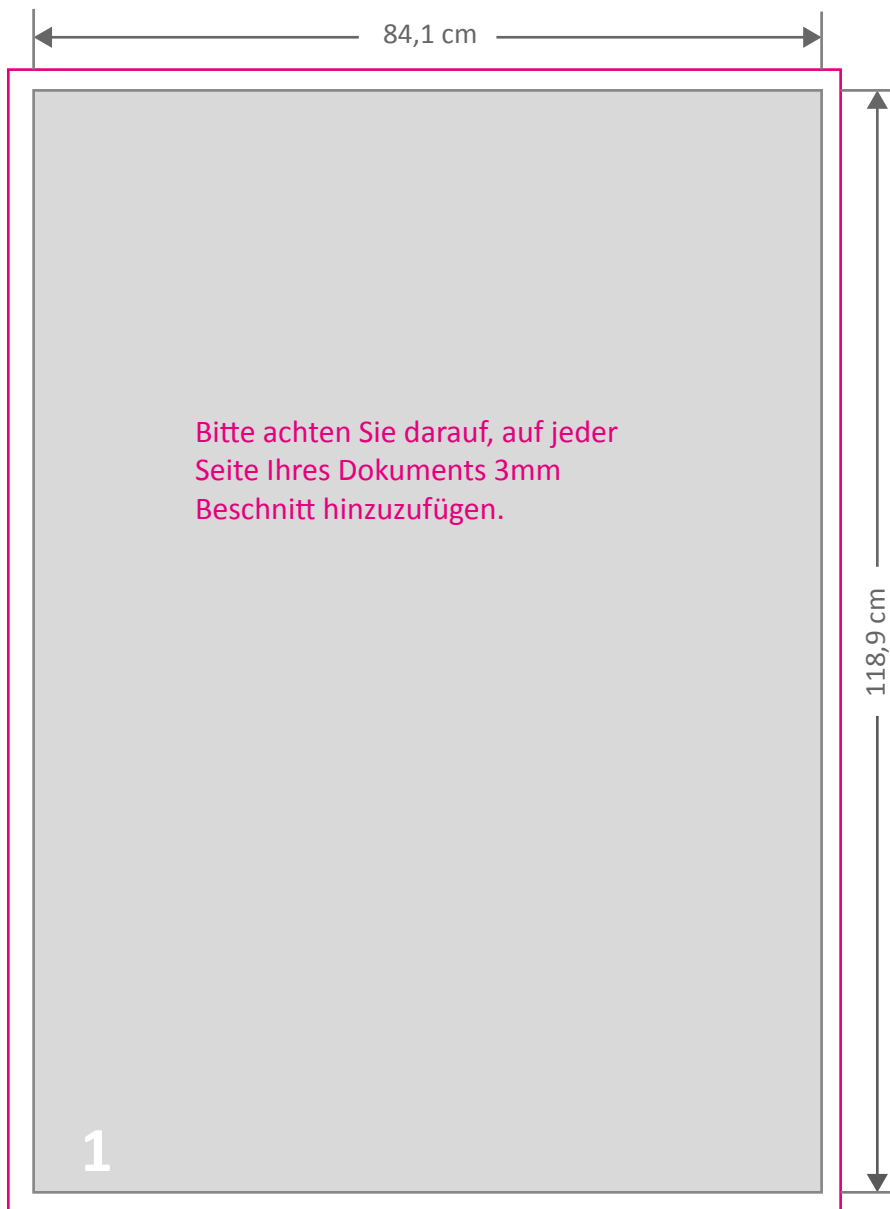
Eckdaten

Belegung:	in Netzen
Laufzeit:	in Dekaden (10 bis 11 Tage)
Beleuchtung:	teilweise
Bewertung:	PpS-Wert
Preis pro Fläche:	1,40€ bis 3,00€ pro Tag
Standorte:	kleine bis große Städte
Stornofrist:	i.d.R. 60 Tage

Technische Daten

Format:	2/1 (84,1 cm x 118,9 cm)
Druckdaten:	PDF/X3 - 84,1 cm x 118,9 cm zzgl. 3mm Beschnitt umlaufend
Auflösung:	mind. 210 dpi im Datenformat
Beschnitt:	3mm umlaufend
Teilung:	1 Bogenteil
Farbmodus:	CMYK
Farbraum:	ISO-Coated v2
max. Farbauftrag:	320%
Konterdruck:	nein
Papiergewicht:	ca. 110-120g/m ²
Nassklebung:	ja
Druckkosten:	ca. 340€ (500 Plakate)

Gestaltungsvorlage



Gestaltungstipps

Ein Plakat besteht i.A. aus den drei Komponenten Text, Motiv und Logo.

Text

Die richtige Größe und die Länge des Textes ist entscheidend. Versuchen Sie Ihre Kernaussage auf 5-7 Worte zu beschränken und denken Sie daran, dass der Text auch aus größerer Entfernung noch gut lesbar sein soll. Als Faustregel gilt: Halten Sie eine Mindestschriftgröße von 5% der Plakathöhe ein!

Motiv

Sparen Sie bei der Darstellung Ihres Produkts keinesfalls an Platz. Streben Sie Motivgrößen an, die mindestens 15-20% der Plakatfläche betragen und achten Sie darauf, dass sich das Motiv farblich deutlich vom Hintergrund abhebt. Die größte Chance beachtet zu werden, haben Motive, die in der Mitte oder in der Nähe der Mitte eines Plakates platziert werden.




Logo

Setzen Sie auf Kontraste! Je unähnlicher sich zwei Farben sind, desto besser heben sie sich voneinander ab. Achten Sie also darauf, dass sich Ihr Logo farblich von angrenzenden Elementen unterscheidet!

Hinweis

crossvertise fungiert lediglich als Mittler zwischen Druckerei und Kunde und kann deshalb keine Haftung für das gewählte Motiv sowie das erzielte Druckergebnis übernehmen. Fragen zur Datenanlieferung bitte vorab über die mediaeinkauf@crossvertise.com abklären. Nach Rücksprache kann ein Login zum ftp-Server zur Verfügung gestellt werden.

Legende

-  Motivformat in cm
-  Beschnittzugabe (3mm)
-  Bogaufteilung