Außenwerbung: ausschalten ausgeschlossen

Mit laufendem Autoradio vor der Ampel stehen. Oder sich im Stadtverkehr im Schritttempo vorwärts bewegen. Alltägliche Rituale. Das sind Augenblicke, in denen Außenwerbung am Straßenrand eine starke Aufmerksamkeit erzielt. Immer mehr Radiosender nehmen die Möglichkeiten der out-of-home-Medien für ihre Kampagnen wahr. Sie werben für die Frequenz oder weisen auf aktuelle Aktionen hin. Insbesondere im Erhebungszeitraum der Media Analyse nutzen die Sender dieses Werbemedium. Denn mit Plakaten erreicht man eine junge, mobile Zielgruppe.

Nach wie vor gilt die Großfläche als Basismedium in der Außenwerbung. Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Werbeträger ist auch in den kleinsten Orten verfügbar und kann einzeln gebucht werden. Somit kann der Werbedruck individuell gesteuert und das Verbreitungsgebiet optimal abgedeckt werden.

Daneben gibt es City-Light-Poster und City-Light-Boards, die jedoch nur in größeren Orten vorhanden sind, und durch die Netzbelegung steigen die Werbeinvestitionen. Ein Trend geht derzeit in Richtung Sonderwerbeformen, die als Ergänzungsmedien eingesetzt werden. Ziel ist, an die Zielgruppe noch näher heranzurücken mit Plakaten in Szenekneipen, in Kinos, in Fitness-Studios, Werbung auf Zapfpistolen usw. Die Anbieter in diesem Bereich schießen wie Pilze aus dem Boden. Ein Ende ist noch nicht abzusehen.

Bundesweit gibt es rund 400.000 Werbeträger, die von etwa 100 Anbietern verwaltet werden. Daher haben sich Spezialagenturen für die out-of-home-Medien etabliert. Sie arbeiten mit allen Anbietern zusammen und übernehmen die komplette Abwicklung einer Kampagne. Beispielsweise ist die **Pro Media Concept**, www.pro-media.org, mit Firmensitz in Konstanz, mit allen Anbietern online verbunden und verfügt über Bildmaterial sämtlicher Standorte. Auf diese Weise können die bestmöglichen Flächen nach allen Vorgaben und Kriterien ausgewählt werden. Vor Ort kontrollieren Außendienstmitarbeiter die Kampagne und liefern dem Kunden Belegfotos. Die Spezialagenturen arbeiten auf Provisionsbasis für die verschiedenen Anbieter und sind für den Kunden kostenfrei. ■