

SO ERZIELEN SIE MIT IHREN WERBESPOTS
DIE MAXIMALE WIRKUNG

DIESER
MONITOR
IST FÜR
REGION

dasfenster
kärn

lanmedia.at

dasFenster
Kärnten

TIPPS FÜR ERFOLGREICHE DIGITALE WERBUNG



Einfachheit ist die Basis für die Kreation einer guten digitalen Werbeanzeige für die Info Monitore „dasFenster“. Aus diesem Grund gibt es Unterschiede im Vergleich zu anderen Werbemitteln.

1 PRODUKTINFORMATION

Stellen Sie sicher, dass der Produkt- bzw. Firmenname gut erkennbar ist.

2 KURZER FLIESSTEXT

Bei animierten Werbespots nie mehr als zehn Wörter pro Szene und höchstens fünf pro Titel verwenden.

3 GROSS UND GUT LESBAR

Ihre Botschaft soll von einer Distanz von 2–5 m lesbar sein. Je größer der Text, desto besser die Wirkung.

4 LINIENSTÄRKE

Dünne Linien können von einer gewissen Distanz aus nicht mehr wahrgenommen werden.

5 KRÄFTIGE FARBEN VERWENDEN

Subtile Farben / Kombinationen werden schlecht wahrgenommen. Weiße Hintergründe wirken auf digitalen Bildschirmen ausgewaschen und konkurrieren mit dem Rest Ihres Designs.

6 HOHE KONTRASTE

Hoher Kontrast bedeutet bessere Lesbarkeit.

7 ALLES VEREINFACHEN

Konzentrieren Sie sich auf eine, max. zwei Hauptbotschaften. Falls Sie mehrere Botschaften haben, gestalten Sie am besten einen Werbespot pro Botschaft

8 SICHT VON FÜNF METERN

Simulieren Sie von dieser Distanz aus die Anzeige auf dem Monitor. Stellen Sie sicher, dass Ihre Anzeige lesbar ist, bevor sie auf „dasFenster“ publiziert wird.

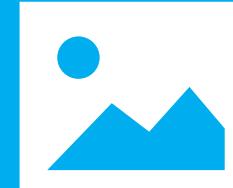
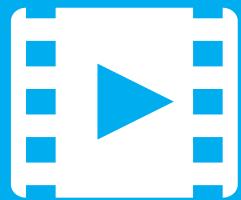
Wünschen Sie eine Produktion durch uns?

Unsere Grafikabteilung erstellt Ihnen gerne Ihre maßgeschneiderte Werbung für die Monitore von „dasFenster“. Nähere Informationen erhalten Sie telefonisch unter +43 664 3079016 oder unter office@lanmedia.at

TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN



Anforderungen an einen Werbespot für „dasFenster“.



1 WERBESPOT ALS VIDEO ODER ANIMATION

Seitenverhältnis: 16:9
Auflösung: 1920 x 1080 px - 25 FPS
Dateityp: mp4 (H.264), avi, wmv
Farbmodus: RGB
Dateigröße: nicht limitiert
Spotlänge: standardmäßig 20 Sekunden
Audio: ohne

2 WERBESPOT ALS BILD

Seitenverhältnis: 16:9
Auflösung: 1920 x 1080 px - 72dpi
Dateityp: jpg, png
Farbmodus: RGB
Dateigröße: nicht limitiert

UMGANG MIT TEXT



Wenn eine Botschaft vom Betrachter gelesen und verstanden werden soll, sind Schriftgrößen ab 150 pt ideal.



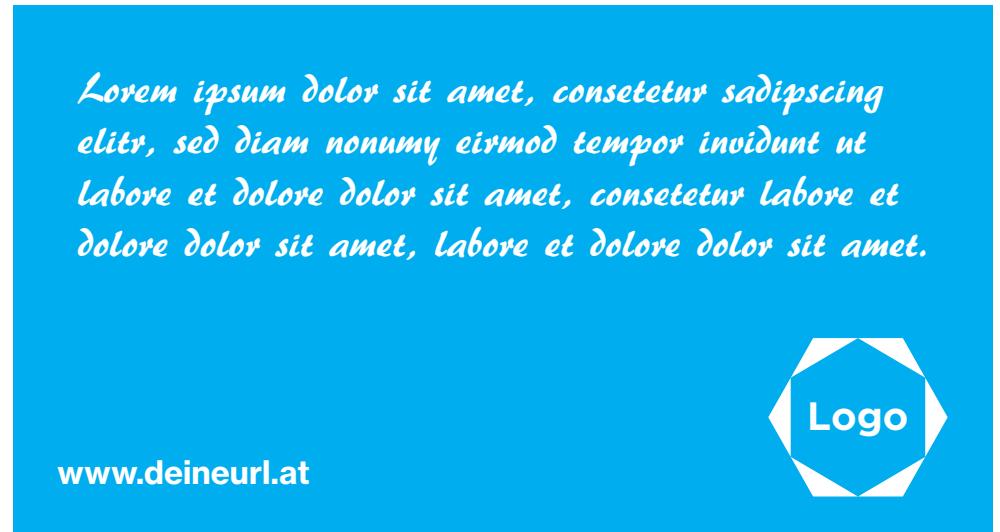
A blue rectangular background featuring white text. At the top is a large, bold title: "Hier steht ein gut lesbarer Text". Below it is a smaller, regular text line: "Hier steht ein gut lesbarer Text". At the bottom left is the URL "www.deineurl.at". In the bottom right corner is a white octagonal logo containing the word "Logo". A large green checkmark is positioned at the bottom center of the slide, indicating this design is good.

Hier steht ein gut lesbarer Text

Hier steht ein gut lesbarer Text

www.deineurl.at

Logo



A blue rectangular background featuring white text. At the top is a large, bold title: "Hier steht ein gut lesbarer Text". Below it is a smaller, regular text line: "Hier steht ein gut lesbarer Text". At the bottom left is the URL "www.deineurl.at". In the bottom right corner is a white octagonal logo containing the word "Logo". A large red X is positioned at the bottom center of the slide, indicating this design is bad.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore dolor sit amet, consetetur labore et dolore dolor sit amet, labore et dolore dolor sit amet.

www.deineurl.at

Logo

- Positionierung der Hauptbotschaft im Zentrum.
- Möglichst große Darstellung der Hauptbotschaft.
- Verwendung unähnlicher Farben zur Hervorhebung.
- Bei Titeln keine Condensed-Schriften verwenden.

- Hauptbotschaft zu lang.
- Verwendung einer kursiven Serifenschrift und kleiner Schriftgröße machen die Botschaft schlecht lesbar.

VIDEO / BILD MIT TEXT KOMBINIERT



Videos und Bilder vermitteln Emotionen. Um diese optimal mit Text zu kombinieren, müssen die Kontraste möglichst groß sein.



- Dauer der Szene der Textlänge anpassen.
- Bei Bewegtbildern sollte der Titel nicht mehr als fünf Worte umfassen.
- Herstellen eines inhaltlichen Bezuges zwischen Produkt und Text.



- Das Bild ist an keiner Stelle abgedunkelt, um den Text hervorzuheben.
- Die Schriftplatzierung verhindert, dass die Botschaft gelesen werden kann.

MENGE AN INHALTEN PRO SZENE

Je weniger Informationen pro Szene, desto einfacher und schneller verständlich ist die Botschaft.



- Positionierung der Hauptbotschaft direkt neben dem Produkt.
- Möglichst große Darstellung der Hauptbotschaft.
- Verwendung unähnlicher Farben zur Hervorhebung von Produkt, Text und Logo.



- Schriftgrößen zu klein.
- Zu viele Informationen in einer Szene.
- Footer ist nicht lesbar.
- Bild/Videozentrum ist zu klein; Wirkungsverlust.

MENGE AN INHALTEN PRO SZENE



Je weniger Informationen pro Szene, desto einfacher und schneller verständlich ist die Botschaft.



- Möglichst große Darstellung der Hauptbotschaft.
- Nutzung von starken Kontrasten.



- Kontraste zu hell. Auf den Bildschirmen wegen den äußereren Lichtverhältnissen schlecht lesbar.
- Auf den Bildschirmen verfällt die Wirkung eines Verlaufs mit zu ähnlichen Farben.

MIT DIGITALER WERBUNG ZUM ERFOLG

Ob und wie lange ein Werbemittel beachtet wird, ist maßgeblich von der Kreation abhängig.

Laut der Studie «Power of Creation» ist die Kreation zu rund 50% dafür verantwortlich, ob überhaupt hingeschaut wird und der User somit Blickkontakt zum Werbemittel herstellt.*

Eine gute Kreation eines Werbemittels bewirkt zudem eine bis zu sechsfach verlängerte Betrachtungsdauer.

*Quelle: 2013, OVK-Studie Power of Creation



Wir unterstützen Sie gerne, wenn Sie Hilfe bei der Kreation Ihrer Werbebotschaft brauchen. Kontaktieren Sie uns.

lanmedia | Monitorwerbung
Andreas Lanner,
A-9620 Hermagor, Eggerstraße 5;
office@lanmedia.at
Tel. +43 664 3079016
www.lanmedia.at

lanmedia.at