

**SO ERZIELEN SIE MIT IHREN WERBESPOTS  
DIE MAXIMALE WIRKUNG**

 **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

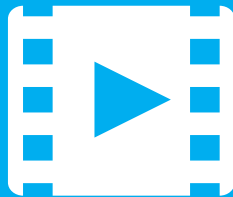
Simulieren Sie von dieser Distanz aus die Anzeige auf dem Monitor. Stellen Sie sicher, dass Ihre Anzeige lesbar ist, bevor sie auf „dasFenster“ publiziert wird.

### 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](mailto: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.

## Hier steht ein gut lesbarer Text

Hier steht ein gut lesbarer Text

[www.deineurl.at](http://www.deineurl.at)



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



*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](http://www.deineurl.at)



- 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 äußeren 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**

