



8 Werbeformen, die Sie kennen sollten

1. Ganzgestaltung: Beeindruckende großformatige Werbeform mit Wow-Effekt; Aufgrund der hohen Produktionskosten nur als Dauerwerbung für mindestens ein Jahr zu empfehlen



2. Bandwerbung: unterhalb der Fenster auf 3 Seiten; kleinere & günstigere Form der Außenwerbung



3. Heckwerbung: 4 m² Werbefläche auf dem ganzen Heck; eignet sich für kurzfristige Aktionswerbung.



4. 2m² Busplakat Heck: auf dem Heck; eignet sich als kurzfristige Aktionswerbung;



5. Heckfläche: unterhalb des Heckfensters, günstigste Werbeform außen; eignet sich für kurz- und langfristigen Einsatz, teilweise ausgebucht, deshalb: rechtzeitig anfragen!



6. 9m² Busplakat: auf der Fahrerseite, eignet sich als kurzfristige Aktionswerbung.



7. Seitenscheibe: auf den Fenstern, eignet sich für kurz- und langfristige Werbung



8. Stirnwand: Hinter dem Fahrer, die Passagier sehen genau drauf, häufig für Aktionswerbung eingesetzt, aber auch langfristig zu empfehlen



5 Dinge, die Ihre Buswerbung erfolgreich machen

1. Die Innenwerbung wird sehr lange betrachtet. Die Menschen haben meist nichts Besseres zu tun. Sie können hier also viel Text verwenden und Ihr Angebot gut erläutern.
2. Beschränken Sie sich bei der Außenwerbung auf das Wesentliche. Den Bus nimmt man häufig in der Bewegung wahr. Daher sollten Sie sich für eine klare Botschaft entscheiden.
3. Buswerbung ist mit teilweise erheblichen Produktionskosten verbunden. Diese Kosten haben Sie aber nur einmal. Sofern es für Sie sinnvoll ist, wechseln die Motive nicht nach einiger Zeit aus, sondern setzen Sie lieber von Anfang an mehrere Motive ein.
4. Benutzen Sie in Ihrem Werbemotiv starke Kontraste für die Gestaltung. Damit kann man den Inhalt besser erkennen.
5. Geben Sie in Ihrem Werbemotiv eine oder mehrere Kontaktmöglichkeiten (z.B. Homepage, Telefonnummer, QR-Code (nur innen)) an, damit Ihre Kunden auch wissen, wie sie Ihr Produkt kaufen können oder wo sie weitere Infos bekommen.

4 Fehler, die Sie besser vermeiden

1. Wenn Sie Bilder verwenden möchten, beschränken Sie sich auf ein einziges Bild. Viele kleine Bilder sind nur schlecht zu erkennen und Ihre Botschaft wird dadurch auch nicht klarer.
2. Wenn Sie ein Unternehmen mit einem lokalen Einzugsgebiet haben, werben Sie nicht in der ganzen Stadt. So erreichen Sie nur viele Menschen, die gar nicht Ihre Kunden werden können, weil sie zu weit entfernt wohnen. Schränken Sie Ihr Werbegebiet so ein, dass es zu Ihrem Einzugsgebiet passt. Buswerbung ist hierfür gut geeignet.
3. Benutzen Sie keine zu kleine Schrift. Damit ist Ihre Werbung nur aus kurzer Entfernung zu lesen und Sie erreichen weniger Menschen.
4. Wenn sich Ihr Werbezeitraum eventuell verlängern könnte, kommunizieren Sie in Ihrem Motiv besser keine Termine oder Bilder mit beschränkter Wirksamkeit (z.B. Ostereier), sonst müssen Sie neue Plakate drucken lassen.

Wenn Sie Hilfe bei Ihrer Werbung brauchen, gehen Sie auf:

werbung.argo.berlin/werbeagentur

schreiben Sie uns eine E-Mail:

info@argo.berlin

oder rufen Sie uns an:

030 447 146 88

