



WallDecaux

Premium Out of Home

JCDecaux

10
GESTALTUNGS-
REGELN FÜR
GUTE DIGITALE
CITY LIGHT
POSTER



10

REGELN FÜR BESSERE GESTALTUNG VON **DIGITAL OUT OF HOME**

Digitale Außenwerbung ist von Natur aus aufmerksamkeitsstark. Aber mit der richtigen Gestaltung wird dynamischer Content schon von Weitem zum effektvollen Hingucker und überzeugt aus jeder Perspektive.

Denn auch bei DOOH entscheiden wenige Sekunden darüber, ob die Message wirklich ankommt. Wir haben die zehn wichtigsten Regeln für eine gelungene Gestaltung aufgeschrieben.

INHALT

- 01 Eine zentrale Botschaft
- 02 Kurz und knackig
- 03 Bild vor Text
- 04 Lenken Sie den Blick
- 05 Klare Worte
- 06 Bewegung mit Bedacht
- 07 Logo prominent platzieren
- 08 Farbig, aber nicht zu bunt
- 09 Die Aussage immer im Blick
- 10 Klare Ansagen

01

EINE ZENTRALE BOTSCHAFT

Konzentrieren Sie sich auf ein Kommunikationsziel.
Betrachtende nehmen ein Motiv oft nur für einen
kurzen Moment wahr.

**Genug Zeit, wenn Sie eine klar verständliche
Botschaft einfach und aufmerksamkeitsstark
präsentieren.**

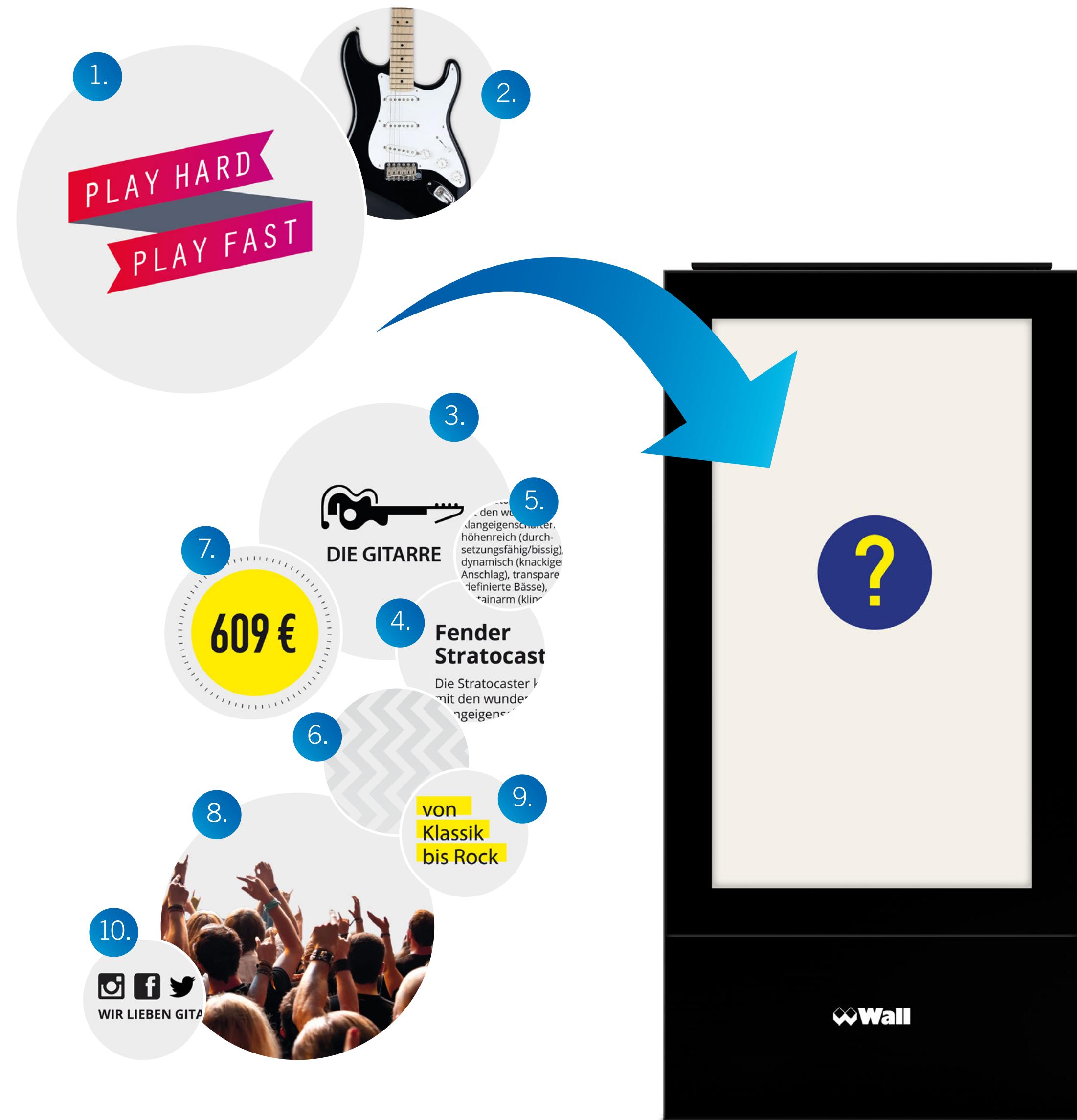


02

KURZ UND KNACKIG

Fokussieren Sie sich auf die relevantesten Bildelemente.

**Aber verzichten Sie nie auf ihr Logo –
Betrachtende sollten immer wissen,
wer der Absender ist.**



10
WIRK-
ELEMENTE:

1. HEADLINE
2. PRODUKTHOT/KEYVISUAL
3. LOGO/WORTMARKE
4. SUBLINE
5. COPY-/INFOTEXT
6. HINTERGRUNDGRAFIK
7. STÖRER
8. STIMMUNGSBILD
9. CLAIM
10. URL/SOCIAL ICONS

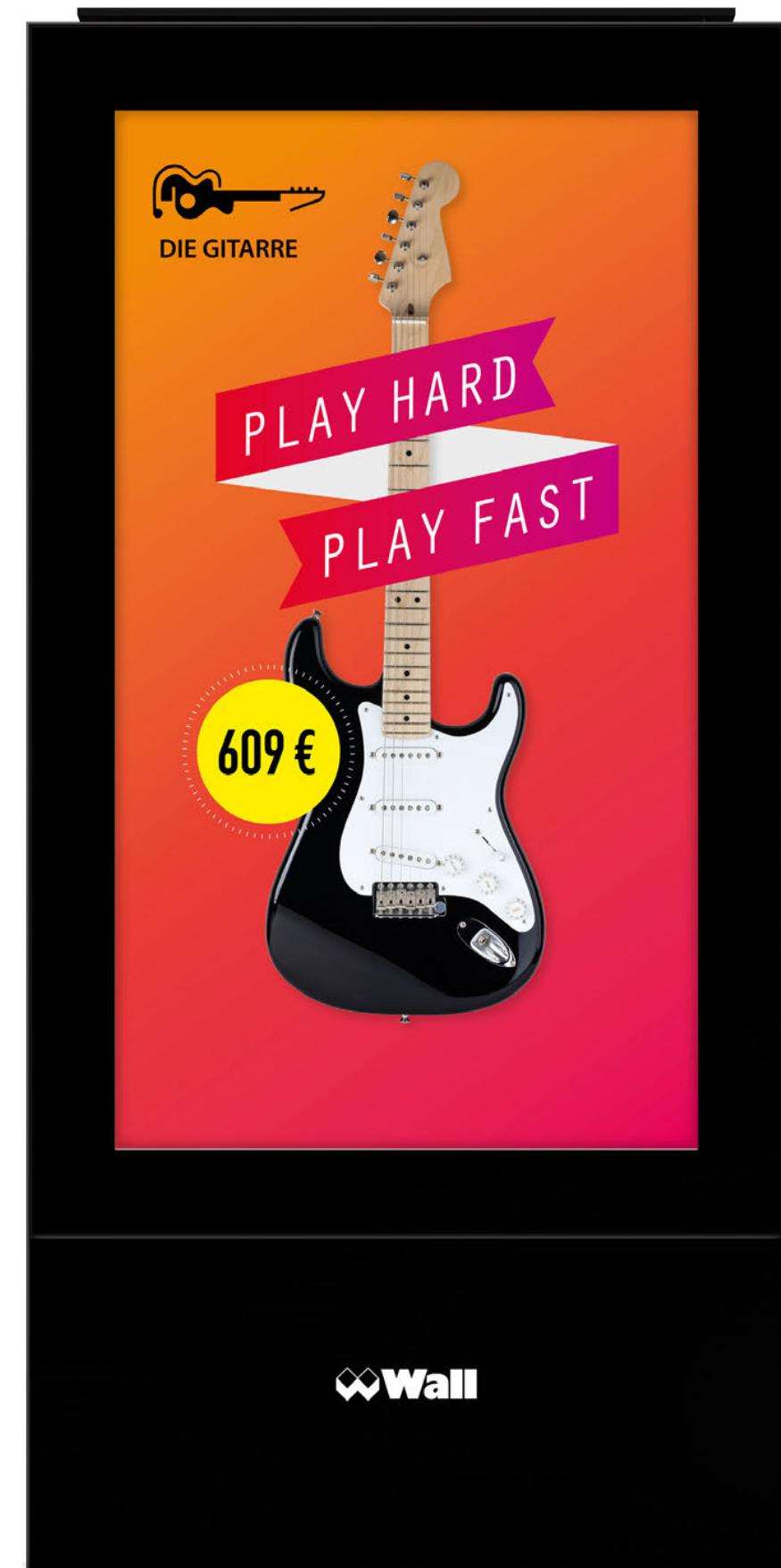
03

BILD VOR TEXT

Das menschliche Gehirn entschlüsselt Bilder schneller als Texte.

Daher sollten Sie Visuals immer den Vorzug vor reinen Textlösungen geben.

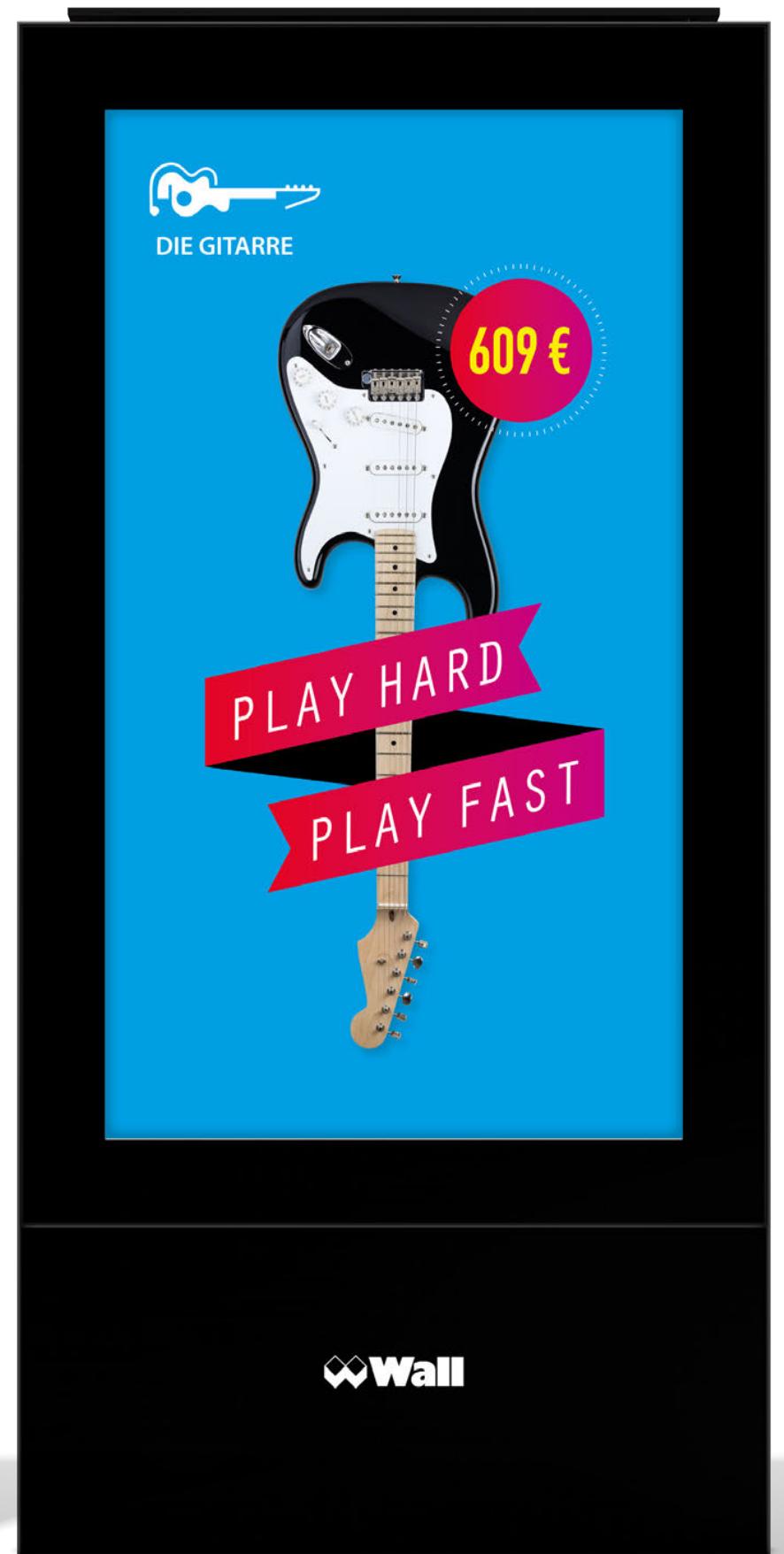
HEADLINE OBEN,
LOGO OBERES DRITTEL,
PRODUKTHOT MITTIG



HEADLINE UNTEN,
LOGO OBEN,
MOTIV MITTIG



HEADLINE UNTEN,
LOGO OBEN,
PRODUKTHOT MITTIG



04

LENKEN SIE DEN BLICK

Das Wichtigste kommt in die Mitte.

**Alles andere sollte so darum gruppiert werden,
dass die Blicke der Betrachtenden vom
Mittelpunkt zu den anderen Elementen geleitet
werden.**

NO-GO!



EINDEUTIGES
ZUSAMMENSPIEL
ZWISCHEN HEADLINE
UND KEYVISUAL



!

TIPP:

Eine kurze Headline ist Pflicht. Noch besser ist eine kurze Headline, die beim Betrachter hängen bleibt. Zum Beispiel weil sie mit Worten spielt, einen ungewöhnlichen Gedanken transportiert oder weil sie etwas ausspricht, das der Betrachter genau so empfindet.

05

KLARE WORTE

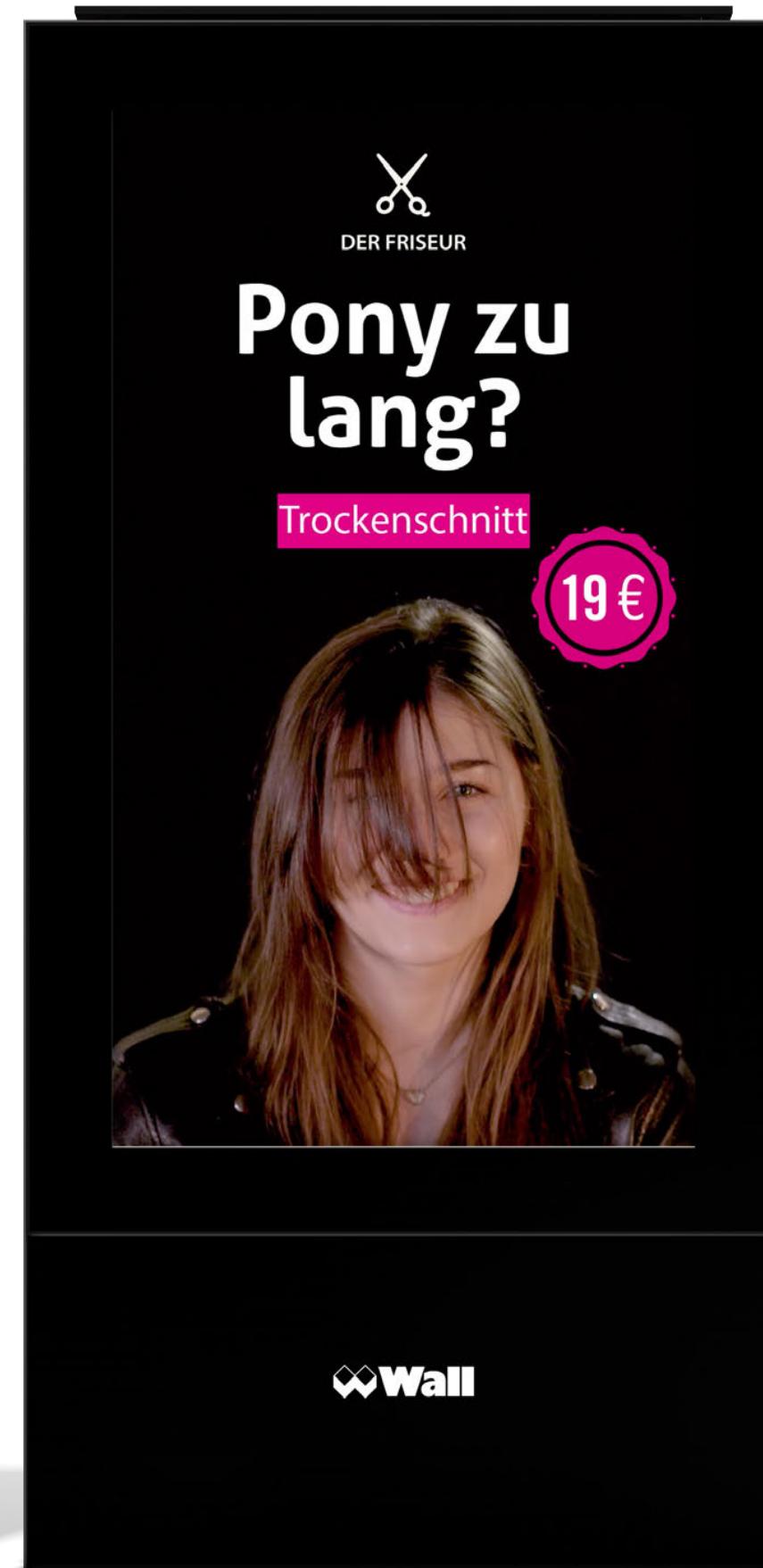
Ihre Headline sollte Ihre Botschaft auf den Punkt bringen.

Drei bis fünf Wörter sind dafür optimal.
So kann sie auf einem Blick erfasst werden.

KERNBOTSCHAFT
VERLIERT AN KRAFT



HEADLINE VERSTÄRKT
DAS MOTIV



!

TIPP:

Greifen Sie Keywords aus Ihrer Kampagne in Ihrem Motiv auf, um einen Wiedererkennungswert zu schaffen.

06

BEWEGUNG MIT BEDACHT

Setzen Sie Bewegung in Spots so ein, dass die Aufmerksamkeit auf Ihre Botschaft verstärkt wird.

Dezente Bewegungen reichen aus, um die Blicke auf Ihr Motiv zu lenken und damit Ihr Ziel zu erreichen: im Kopf zu bleiben.



07

LOGO PROMINENT PLATZIEREN

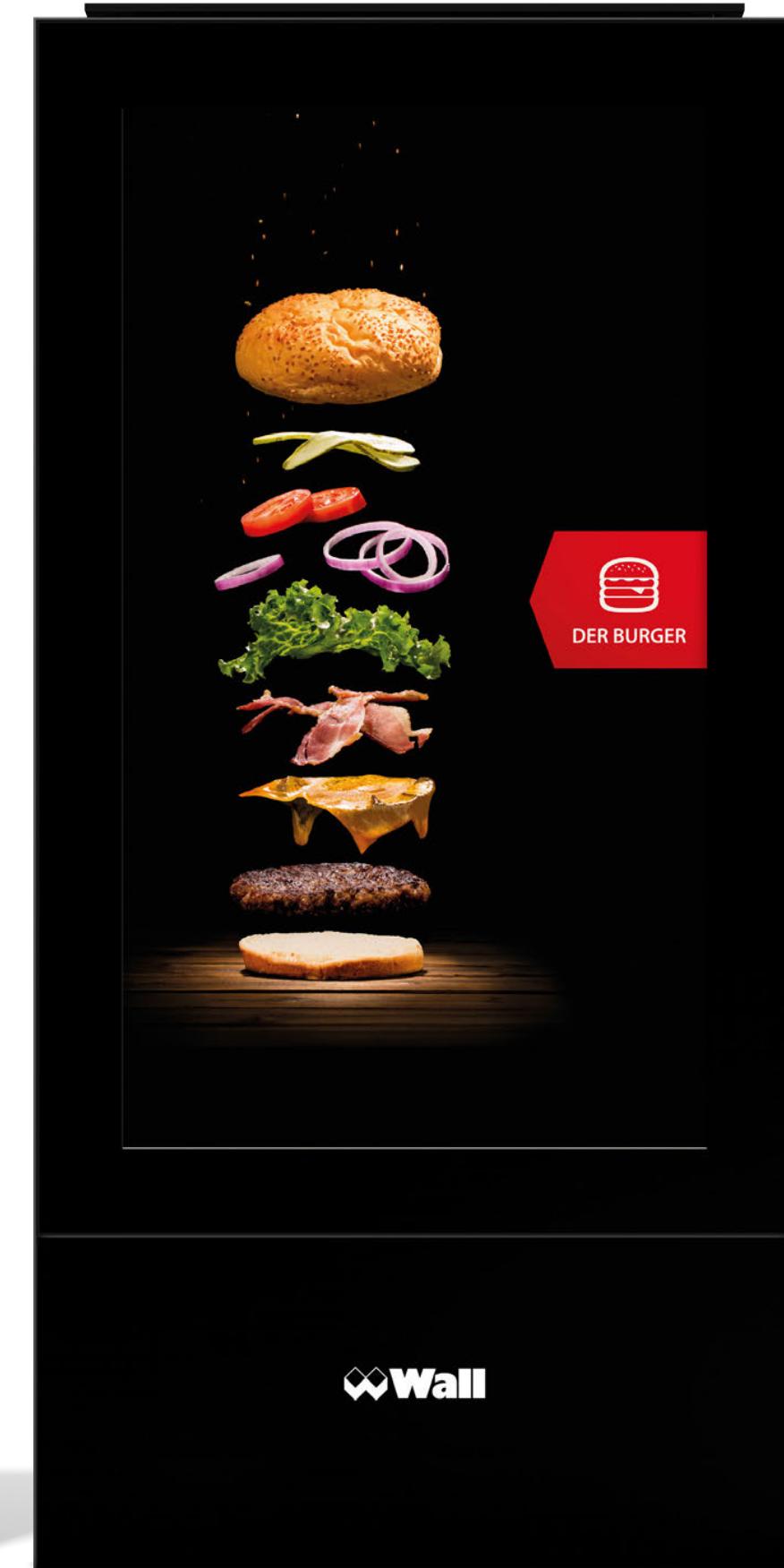
Ihr Logo sollte sofort und auch aus großer Entfernung zu erkennen sein – so weiß jeder, von wem die Botschaft stammt.

Für maximale Wirkung setzen Sie Ihr Logo groß und in kontrastreichen Farben möglichst ins obere Drittel. So kann es nicht durch vorübergehende Personen verdeckt werden.

LOGO OBEN



LOGO MITTIG



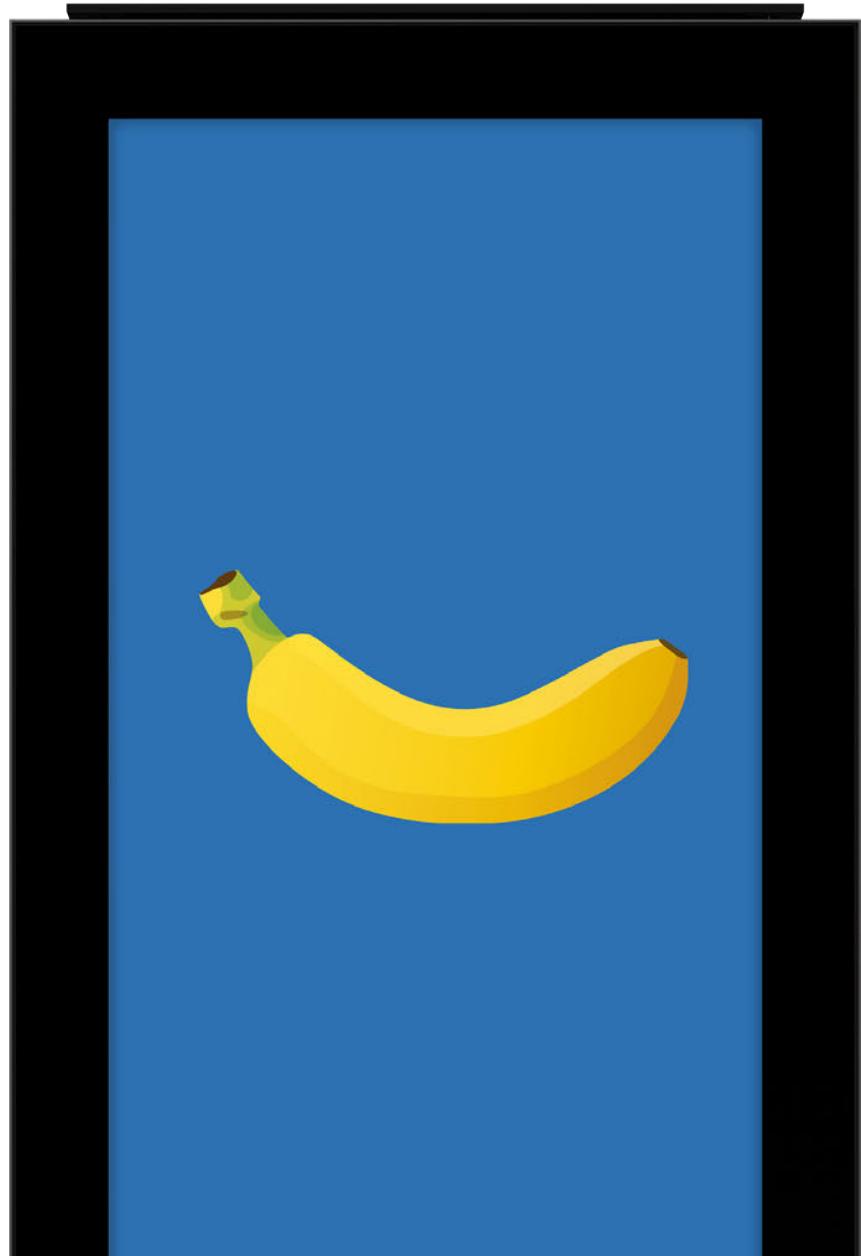
08

FARBIG, ABER NICHT ZU BUNT

Farbe sorgt für Aufmerksamkeit und Emotionen.
Aber Vorsicht: Farbig ist nicht gleich bunt.
Zu viele Farben wirken schnell grell und verwirrend.

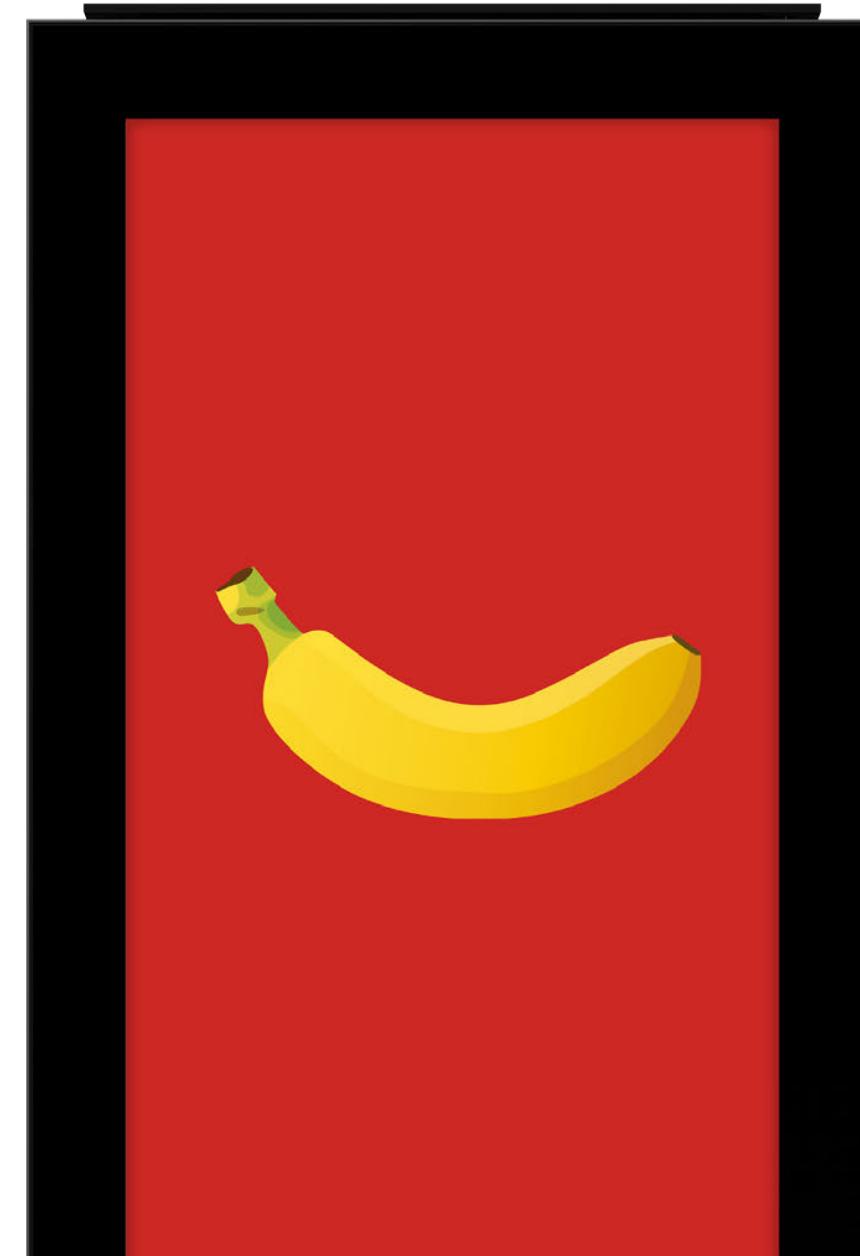
Nutzen Sie Farben also bewusst und spielen Sie mit der Wirkung ihrer Kontraste.

KOMPLEMENTÄR



Wall

DIE TRIADE



Wall

NO-GO!



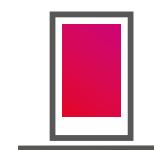
Wall

09

MAXIMAL 3 SEQUENZEN

Für bewegte Motive gilt: Gestalten Sie jede Sequenz mit einer relevanten Aussage.

So erzielen Sie immer eine Wirkung
– egal, an welcher Stelle ihr Spot wahrgenommen wird.



1. SEQUENZ



2. SEQUENZ



3. SEQUENZ



10

KLARE ANSAGEN

Wenn Sie Betrachtende direkt zum Handeln auffordern möchten, platzieren Sie einen deutlichen Call-to-Action.

Teilen Sie mit, wo es weiterführende Informationen gibt, oder leiten Sie direkt zum Point of Sale.

NO-GO!
Verweis auf Website
kaum lesbar



GO!
Störer und Call to Action
deutlich zu erkennen

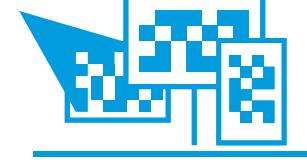


TIPP:

Wenn Sie eine URL auf Ihrem Poster zeigen wollen, halten Sie diese kurz und einprägsam. Vermeiden Sie kryptische Links.



PROGRAMMATIC

	Roadside	Street Furniture	Rail	
	Digital City Light Boards (DCLB)	Digital City Light Poster (DCN & DDN)	Digital Underground Berlin (DUB)	Digital Poster Gallery (DPG)
Format	MP4 und JPG	MP4 und JPG <small>In München und Nürnberg sind nur Standbilder (JPG) erlaubt</small>	MP4 und JPG	MP4 und JPG
Auflösung (B x H)	Berlin: 440 x 300 px Hamburg: 528 x 384 px	1.080 x 1.920 px	1.080 x 1.920 px	1.920 x 1.080 px
Seitenverhältnis	B: 4:3 // H: 11:8	9:16	9:16	16:9
Framerate / Bitrate	25 – 30 FPS 10 Mbit/s	25 - 30 FPS 20 Mbit/s	25 - 30 FPS 20 Mbit/s	25 - 30 FPS 20 Mbit/s
Spotlänge	10 Sekunden	10 Sekunden	10 Sekunden	10 Sekunden
Visuelle Darstellung				
Realfilm				
Cinemagramm & Grafikanimationen				

Lieferfrist:

Senden Sie uns Ihre Motive 5 Werktagen vor Kampagnenstart an adops@walldecaux.de. Bitte folgende Infos in der E-Mail inkludieren: Deal ID, Kundename, Kampagne/Produktbezeichnung, Medium und Zeitraum. Bitte beachten Sie die individuellen Vorgaben der DSP.

Freigabe:

Die inhaltliche und technische Freigabe der Motive erfolgt normalerweise innerhalb von 24 Stunden. Wenn Sie nicht sicher sind, ob Ihre Motive von WallDecaux freigegeben werden, oder wenn Sie eine Kampagne mit sensiblen Inhalten wie z. B. Politik, Tabak, Gewalt oder Glücksspiel planen, wenden Sie sich gern an uns, um Ihre Fragen zu klären.

Dynamic Creative Optimization (DCO)

Personalisieren Sie Ihren Content live! Datenquellen wie Wetter-, Verkehrs- oder Mobilitätsdaten dienen als automatische Trigger für intelligentes Targeting und bieten zusätzliche Flexibilität.

Bitte kontaktieren Sie WallDecaux unter adops@walldecaux.de, wenn Sie eine DCO-Kampagne durchführen möchten. WallDecaux kann für Sie die kreative Gestaltung übernehmen und Sie im Hinblick auf die beste Lösung für Ihre Kampagne und Ihre Zielgruppe beraten.

Unsere Tipps

Anzahl der Sequenzen: **maximal 3-4**
Keep it simple.

Empfehlungen zur Schriftgröße für unsere Boards finden Sie [hier](#).

Aus Gründen der **Verkehrssicherheit**: Für Roadside und Street Furniture Medien keine Blitzeffekte, Realfilm oder schnellen Bildwechsel verwenden.

[Hier](#) finden Sie Beispiele zur Motivgestaltung!

**Sie haben Fragen
zur Motivgestaltung?**

Wir unterstützen Sie gerne!

WallDecaux Team

Kontakt:
adops@walldecaux.de



THE POWER OF **WallDecaux**

WALLDECAUX PREMIUM OUT OF HOME

WALL GMBH UNTERNEHMENSZENTRALE HEIDESTRASSE 38 D-10557 BERLIN

T +49 30 33899-333 INFO@WALLDECAUX.DE WALLDECAUX.DE