

Tipps zur Plakatgestaltung 3.0 Gastro-Edition

Klare Werbebotschaft!

Ein gut gestaltetes Plakat fokussiert sich auf eine klare Kommunikation zum Betrachter. Plakate werden vor allem von Autofahrern in 2-5 Sekunden beim Vorbeifahren erfasst und wahrgenommen. Deine Werbebotschaft sollte also auf den ersten Blick erkennbar sein.



Reduziere den Text auf das Wesentliche!

Die Schrift darf auf keinen Fall zu klein sein. Die Buchstaben sollten mindestens 5% - besser 10% der Plakathöhe betragen, damit sie schon von weitem gut zu lesen sind. Da die Betrachtungszeit im Normalfall sehr gering ist, macht es auch Sinn, so wenig Wörter wie möglich zu verwenden, um die Werbebotschaft rüberzubringen.



Mache das Logo sichtbar!

Das Firmenlogo sollte immer gut sichtbar platziert werden. Ein Firmen-/ Markenlogo kann nicht zu groß auf einem Plakat dargestellt sein. Ein Plakat ohne/mit einem nur sehr kleinen Firmenlogo, liefert eine deutlich geringere Werbewirkung, da der Betrachter die Werbebotschaft nicht mit einer Marke/einem Unternehmen verknüpfen kann.



Begehrlichkeiten wecken!

Ein Plakat sollte Emotionen und Begehrlichkeiten beim Betrachter auslösen. Von Lust auf Urlaub bis hin zum absoluten Verlangen, das Produkt direkt zu erwerben → „Call to Action“. Wie ein kaltes Getränk an einem heißen Sommertag oder das leckere Gebäck hier. Je mehr/größer die ausgelösten Emotionen sind, desto länger bleibt das Plakat/die Botschaft im Gedächtnis des Betrachters und löst den erwarteten „Call to Action“ aus.



Nutze die Verzehrschwerpunkte und verzehrstarken Jahresanlässe!

Ostern, Weihnachten eignen sich gut für verzehrstarke Veranstaltungen. Oder die Eröffnung des Biergartens kann ein guter Anlass sein, diesen thematisch zu belegen und werbetechnisch für sich optimal zu belegen. Schon mal drüber nachgedacht?



Achte auf die Platzierung des Bildes!

Das Plakat wird in 4 Teilen gedruckt, die bei der Anbringung übereinandergelegt werden. Dabei kann es passieren, dass sich eines der Teile leicht verschiebt und in der Mitte eine kleine Überlappung entsteht. Die wichtigsten Elemente (z.B. Gesichter oder QR-Codes) sollten also möglichst nicht in der Mitte platziert werden, damit die Werbewirkung trotz einer leichten Verschiebung noch erzielt wird. Bei Plakaten mit der 1-2-3-Plakat.de-Logo-Kopfleiste oben, am besten die mm-Vorgaben beachten.

