

Warum Plakatwerbung im Marketing von KMUs unterschätzt wird

2.6



Autor
Julian Banse

Plakatwerbung wird im modernen Marketing oft übersehen, vor allem von kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs), die ihren Fokus auf digitale Kanäle legen. Doch diese Unterschätzung birgt Potenzial: Plakatwerbung ermöglicht es KMUs, mit begrenztem Budget eine hohe lokale Sichtbarkeit und gezielte Zielgruppenerreichung zu erzielen. Moderne Plattformen wie "plakat-verkauft.de" haben die Buchung von Plakatwerbung stark vereinfacht.

Unternehmen können Standorte auswählen, Zeiträume festlegen und ihre Kampagne mit wenigen Klicks starten. Das senkt die Einstiegshürden erheblich, insbesondere für kleinere Budgets. Zudem bietet Plakatwerbung Vorteile, die digitale Formate nicht leisten können: Sie ist physisch präsent und erreicht Menschen in ihrem direkten Umfeld. Gerade regional tätige Unternehmen profitieren von dieser Sichtbarkeit.

Buchungsstrategien und praktische Tipps für den Erfolg

Eine gut durchdachte Buchungsstrategie ist essenziell. Der beste Zeitpunkt zur Buchung liegt etwa 5 bis 6 Wochen vor Kampagnenstart. In dieser Phase sind Restflächen oft günstiger zu haben, was das Budget schont. Gleichzeitig sollten bei der Standortwahl wichtige Kriterien wie Beleuchtung, Sichtbarkeit und Zielgruppenfrequenz geprüft werden. Beleuchtete Flächen sind in den dunklen Monaten besonders wichtig, aber es lohnt sich auch, diese vor Ort zu inspizieren: Defekte Beleuchtungen können mit Fotos dokumentiert werden, um eine Rückerstattung der Beleuchtungspauschale zu beantragen.

Gestaltungstipps für wirkungsvolle Plakate

Die Gestaltung eines Plakats entscheidet über dessen Erfolg. Wichtig ist eine klare Botschaft, die in wenigen Sekunden erfasst werden kann. Überladene Designs oder zu viel Text mindern die Wirksamkeit. Das Logo sollte groß und gut sichtbar sein, um die Markenwahrnehmung zu stärken. Praktische Erfahrungen zeigen außerdem, dass QR-Codes auf Plakaten selten effektiv sind. Stattdessen empfiehlt sich die Nutzung leicht merkbarer URLs oder prägnanter Call-to-Actions.

Eine klare visuelle Hierarchie, unterstützt durch Farben und Kontraste, lenkt den Blick auf die wichtigsten Informationen wie Slogans oder Angebote. So bleibt die Botschaft im Gedächtnis der Betrachterinnen und Betrachter.

Strategische Ziele: Wie Plakatwerbung gezielt eingesetzt werden kann

Plakatwerbung ist vielseitig einsetzbar. Sie eignet sich hervorragend, um schwierige Stellen zu besetzen, wie erfolgreiche Kampagnen im Jahr 2024 zeigen. Ein Unternehmen platzierte beispielsweise Plakate strategisch entlang der Arbeitswege von Wettbewerbern, um gezielt einen Automobilverkäufer in einer ländlichen Region anzuwerben. Auch IT-Fachkräfte konnten durch eine ähnliche Strategie gewonnen werden.

Im B2B-Bereich ist Plakatwerbung eine wirkungsvolle Ergänzung zu Account-based-Marketing-Strategien. In Industriegebieten lassen sich kostengünstige Kampagnen umsetzen, die direkt auf Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger abzielen. Die physische Präsenz der Plakate stärkt die Wahrnehmung und sorgt für eine nachhaltige Wirkung.

Vorteile der Selbstbuchung

Viele große Out-of-Home-Anbieter setzen auf Vertriebsteams, die vorgefertigte Kampagnenpakete verkaufen. Diese sind jedoch nicht immer optimal auf die Bedürfnisse kleinerer Unternehmen zugeschnitten. Die Selbstbuchung bietet hier klare Vorteile: Unternehmen können Standorte individuell auswählen und ihre Kampagne flexibler gestalten, was oft effizienter und kostengünstiger ist.

Wirtschaftlichkeit: Plakatwerbung im Vergleich

Plakatwerbung schneidet bei den Kosten pro tausend Kontakte (TKP) oft besser ab als andere Werbemittel. Während beispielsweise eine Display-Anzeige in einer regionalen Tageszeitung im Münsterland etwa 25 Euro pro tausend Kontakte kostet, liegt der TKP für eine Plakatfläche an einer stark frequentierten Straße in einer mittleren Stadt (z. B. Grevener Damm in Emsdetten), bei nur 7 Euro. Solche Unterschiede machen Plakatwerbung besonders attraktiv für regionale Kampagnen.

Plattformen wie "plakat-verkauft.de" erleichtern diesen Prozess zusätzlich. Unternehmen müssen lediglich Position, Zeitraum und Grafik hochladen - den Rest übernimmt die Plattform. Das spart Zeit und minimiert Fehler, wodurch Plakatwerbung nicht nur effektiv, sondern auch wirtschaftlich ist.

banse Personalkampagne in Düsseldorf

Zeitraum: 31.12.2024 - 13.01.2025

Kosten: 1.309 € netto, anschließend Reduzierung um 211,91 € netto wegen Fehlern bei der Beleuchtung an einigen Standorten.



Platzierung an einem S-Bahnhof der von Studenten der Hochschule Düsseldorf frequentiert wird.



Platzierung an der Heinrich-Heine-Allee; in der Nachbetrachtung keine gute Position aufgrund der seitlichen Positionierung.



Platzierung an einem vielbefahrenen Parkhaus im japanischen Viertel. Sichtung beispielsweise beim Weg zum Business Lunch.



Platzierung am U-Bahnhof Steinstr. / Königsallee. Hoher Wirkungsgrad bei der Veröffentlichung in digitalen Medien aufgrund des Königsallee-Schriftzug.



Platzierung an einem S-Bahnhof an dem viele Mitarbeitende einer internationalen Netzwerkagentur aussteigen.