Ein täglicher Begleiter im öffentlichen Leben: Werbeflächen

Werbeflächen und Werbestandorte mieten und vermieten.

In der Außenwerbung waren es früher die runden Litfaßsäulen, von denen etwa 100 Stück im Jahre 1855 in Berlin aufgestellt wurden. Man könnte mutmaßen, dass der Ursprung der Namensfindung auf einem Fass beruhe - was augenscheinlich auch zutreffen könnte. Der Begriff "Litfaßsäule" stammt jedoch von den Namen des Erfinders, Ernst Litfaß, welcher die berühmte Betonsäule erfunden hat. Litfaßsäulen werden heute auch als "Allgemeinstelle" bezeichnet. An diesen Säulen finden sich vielerorts Plakate für kulturelle Veranstaltungen und Events.

Infolgedessen hielt auch immer mehr die Plakatwand Einzug in den öffentlichen Raum. Eine Plakatwand ist eine zum Zwecke der Werbung errichtete Werbeanlage an Ein- und Ausfallstraßen und innerhalb von fast allen Städten und Orten zu finden. Der Ursprung von Plakatwänden beruht auf den bemalten Kulissenwänden von Theatern und großformatigen Kinoplakaten. Diese klassischen Medien erfreuen sich einer großen Beliebtheit bei der werbetreibenden Gesellschaft. Das liegt auch darin begründet, dass diese Werbeflächen flächendeckend im ganzen Bundesgebiet verteilt sind und sie lokal, regional und national gebucht werden können.

Durch die Kreativität der werbetreibenden Gesellschaft werden heute in der Außenwerbung viele andere Werbeflächen eingesetzt, die man überall finden kann. Diese lassen sich in klassische Werbeflächen (Classic Out-of-Home) mit Plakaten aus dem Printbereich und den digitalen Werbeflächen (Digital Out-of-Home) mit digitalen Screens unterteilen.

Zu den klassischen Werbeflächen im Bereich der Außenwerbung gehören die genannten Litfaßsäulen und Plakatwände, welche auch als Ganzsäulen und Ganzstellen (18/1 Großflächen) spezifiziert werden, auf denen nicht mehrere Kunden ihre Plakate veröffentlichen, sondern einzelne Kunden ihre Image-, Produkt-, und Aktionswerbungen exklusiv veröffentlichen. Darüber hinaus bietet die klassische Werbelandschaft zahlreiche andere Medien, wie z.B. Panoramaboards, City-Star-Boards, Riesenposter, Werbetürme und hinterleuchtete City-Light-Säulen, City-Light-Poster, City-Light-Boards und Mega-Lights.

Die digitalen Werbeflächen und Werbemedien nehmen immer mehr Einzug in die Außenwerbung. Die Anzahl an digitale City-Light-Boards, digitale Video-Boards und digitale City-Light-Boards nimmt immer mehr zu. Der Vorteil an den digitalen Medien ist die flexible und tagesaktuelle Schaltung des Contents. Damit können werbetreibende Unternehmen ihre Botschaften schnell und flexibel an die gewünschte Zielgruppe übertragen.

Neben dem Out-of-Home-Bereich, also der Werbung im öffentlichen Bereich, bietet sich jedoch noch eine Vielzahl an weiteren klassischen und digitalen Werbemöglichkeiten in bestimmten Umfeldern, wie Bahnhöfen, Flughäfen, und zahlreichen unterschiedlichen Touchpoints im Ambient-Bereich an - wie z. B. dem Point-of-Sale.

Einen Überblick über die klassischen, digitalen Werbeflächen und den zahlreichen Touchpoints und Umfeldern im Ambient-Bereich findet sich auf www.werbeflaechen.media

Man kann mit Werbeflächen und Werbestandorten nicht nur Geld ausgeben, sondern auch Geld verdienen!

Es ist kein Geheimnis, dass zahlreiche Kommunen, Unternehmen und private Grundstücksbesitzer und Immobilieneigentümer mit der Vermietung von Grundstücks- und Immobilienflächen regelmäßige Einnahmen erhalten - und es gibt noch viele ungenutzte oder frei gewordene Flächen die noch nicht genutzt werden.

Ob sich ein Standort für die Vermietung von Werbeflächen eignet, hängt nicht von der Schönheit einer Immobilie oder eines Grundstücks ab. Für eine Vermietbarkeit geht es allein um eine hohe Besucherfrequenz, die durch Verkehrsteilnehmer aller Art zusammenkommen kann. Es geht dabei nicht allein um den Straßenverkehr, sondern auch um die Frequenz aller Verkehrsteilnehmer, welche sich durch eine sehr hohe Frequentierung auszeichnen.

Viele potentielle Werbestandorte werden noch nicht ausreichend genutzt und viele Immobilienbesitzer, Firmeninhaber und Kommunen könnten ohne Aufwand durch die Vermietung von Werbeflächen neue und regelmäßige Zusatzeinnahmen generieren.

Als Werbestandort eignen sich zahlreiche Standorte, Regionen und Orte von privaten, kommunalen und gewerblichen Anbietern, Betreibern und Vermietern aus den unterschiedlichsten Branchen. Gute Werbestandorte für eine Werbung gibt es an Hauswänden , Mauern, Gewerbeimmobilien, Hallen oder auch im Außenbereich auf gut einsehbaren Grundstücken. Auch Baustellen und Bauprojekte in gut frequentierter Innenstadtlage von Großstädten eignen sich für Werbeflächen und lassen sich für eine Werbung auf Baugerüsten und Bauzäunen lukrativ nutzen.

Viele Unternehmen aus der Außenwerbung suchen bundesweit geeignete Standorte für eigene Werbeanlagen, wie z.B. Plakatwände und Riesenposter. Wenn Sie sich als Kommune, oder privater Immobilien- und Grundstückseigentümer über zusätzliche Einnahmen freuen würden, wird Ihr Standort gerne unverbindlich und kostenlos geprüft. Bei geeigneten Standorten erhalten Sie mehrere Angebote von namhaften Unternehmen aus der Außenwerbung zum Vergleich: www.werbestandorte.media

Pressekontakt

Arne Köster | Einzelunternehmen

Herr Arne Köster
Kraepelinweg 9
22081 Hamburg

https://werbeflaechen-direkt.de/
info@werbeflaechen-direkt.de

Firmenkontakt

Arne Köster | Einzelunternehmen

Herr Arne Köster
Kraepelinweg 9
22081 Hamburg

https://werbeflaechen-direkt.de/
info@werbeflaechen-direkt.de

Werbeflächen - Media| Vermittler für verschiedene Anbieter, Vermieter und Agenturen von Werbeflächen.

Anlage: Bild