



Digitale und klassische Werbeflächen und Werbestandorte mieten oder vermieten?

Klassische und digitale Werbeflächen buchen? Oder Immobilien, Grundstücke und Baustellen als Werbefläche anbieten und vermieten?

Digitale und klassische Werbeflächen in der Außenwerbung mieten und buchen!

In der Außenwerbung gab es früher nur 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. Allerdings stammt der Begriff "Litfaßsäule" von dem 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.

Zusätzlich hielt auch immer mehr die Plakatwand Einzug in den öffentlichen Raum. Eine Plakatwand ist eine zum Zwecke der Werbung errichtete Werbeanlage welche besonders an Ein- und Ausfallstraßen innerhalb von fast allen Städten und Orten zu finden ist. Der Ursprung dieser Plakatwände beruht auf den bemalten Kulissenwänden von Theatern und großformatigen Kinoplakaten. Dieses klassische Medium erfreut sich einer großen Beliebtheit in der werbetreibenden Industrie. Dies liegt mitunter auch darin begründet, weil diese Werbeflächen flächendeckend im ganzen Bundesgebiet verteilt sind und deshalb lokal, regional und national kostengünstig gebucht werden können.

Durch die Kreativität der werbetreibenden Industrie 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 Werbemedien im Bereich der Außenwerbung gehören die oben genannten Litfaßsäulen und Plakatwände, welche auch als Ganzsäulen und Ganzstellen (18/1 Großflächen) spezifiziert werden. Auf diesen Werbeflächen können 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 Outdoor-Bereich, bieten sich 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 POS (Point-of-Sale).

Weitere Informationen: www.werbeflaechen.media

Als Immobilienbesitzer, Grundstückseigentümer und Bauherr mit Werbung und Werbeflächen Geld verdienen!

Es ist kein Geheimnis, dass zahlreiche Kommunen, Unternehmen und private Grundstücksbesitzer, Immobilieneigentümer und Bauherren mit der Vermietung von Grundstücks-, Immobilien-, und Baustellenflächen regelmäßige Einnahmen erzielen.

Viele Eigentümer, Vermieter und Grundstücksbesitzer haben die Vermietung von freien Werbeflächen und Werbemöglichkeiten auf und an ihren Immobilien, Grundstücken, Baugerüsten und Bauzäunen als zusätzliche und unkomplizierte Einnahmequelle entdeckt und profitieren schon jetzt von attraktiven Werbeanlagen auf dem Grundstück, an der Hausfassade und Giebelfläche. Auch Bauherren nutzen die gut frequentierte Baustelle mit vorhandenen Bauzäunen und Baugerüsten, um so einen Teil der Baukosten mit Werbung zu finanzieren.

Ob sich ein Standort für die Vermietung von Werbeflächen eignet, hängt dabei nicht von der Außenwirkung einer Immobilie oder eines Grundstücks ab. Für eine Vermietbarkeit geht es allein um eine hohe Besucherfrequenz, die durch Verkehrsteilnehmer aller Art zusammenkommen kann.

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 finden sich an Häusern, Mauern, Gewerbeimmobilien, Hallen oder auf gut einsehbaren Grundstücken und Baustellen.

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

Weitere Informationen: www.werbestandorte.media

Pressekontakt

Arne Köster | Einzelunternehmen

Herr Arne Köster
Kraepelinweg 9
22081 Hamburg

<https://werbeflaechen-direkt.de/home/>
info@werbeflaechen-direkt.de

Firmenkontakt

Arne Köster | Einzelunternehmen

Herr Arne Köster
Kraepelinweg 9
22081 Hamburg

<https://werbeflaechen-direkt.de/home/>
info@werbeflaechen-direkt.de

Bundesweite Vermittlung von Werbeflächen und Werbestandorten.

Anlage: Bild

WERBEFLÄCHEN

MIETEN & VERMIETEN

WWW.WERBEFLÄCHEN.MEDIA

WWW.WERBESTANDORTE.MEDIA