

### Vorwort.

*\* Ge.Blogged. \* Thema des Monats. \* Innovation. \* Newsbox. \* Drei-Minuten-Interview.*

Lieber Leser,

Nettoreichweiten zwischen 90 und fast 100 Prozent weist die neue ma 2007 Plakat aus – und auch die innovative Methodik der Studie belegt, dass die Außenwerbung im intermedialen Wettbewerb mindestens auf Augenhöhe mit anderen Medien agiert. Ebenso zeitgemäß ist die Einführung des Interactive Poster Award, während eine Ausstellung in Hamburg für frische, kreative Impulse sorgt. In unserer neuen Rubrik "Innovation" halten wir Sie ab jetzt immer über neue, spannende Außenwerbetekniken auf dem Laufenden.

Ihr Guido Bliss



### Ge.Blogged.



Fox Channel: Guerilla Marketing für Dr. House

GAIA: Bagvertising für Tierrechte

Interaktiv: Spritziges CLP

Kreatives Poster von Sebamed

### Thema des Monats.

#### Plakat mit Höchstnoten für die Reichweite.

Die mit großer Spannung erwarteten Reichweiten- und Kontaktdaten aus der grundlegend neu konzipierten Mediaanalyse ma 2007 Plakat bestätigen das hohe Leistungsvermögen von Plakatwerbung. So erzielen Standardkampagnen auf Großflächen bei Belegung aller größeren Städte (ab 50.000 Einwohner) deutschlandweit eine Nettoreichweite von annähernd 60 Prozent in der Gesamtbevölkerung; in den gebuchten Städten selbst liegen die Reichweite sogar bei fast 90 Prozent.

„Das Leistungspotenzial der klassischen Großfläche als günstiges Reichweitenmedium mit hoher Kontaktdichte wird durch die ma 2007 Plakat deutlich belegt“, resümiert der Fachverband Aussenwerbung.

[Weiter lesen...](#)



[Klicken Sie hier für Details und weitere Standorte](#)

Anzeige

## Auf die besten Plätze. Fertig. Los!

AF-FIX

## Innovation.

### Prismaflex ermöglicht pixelgenaue Plakatbeleuchtung.

Prismaflex hat eine Folie namens MatrixArtwork zur digitalen, pixelgenauen Hinterleuchtung von CLP- und Megalight-Motiven entwickelt. Die Folie ist in 216 x 205 Millimeter große Bildpunkte aufgeteilt, von denen jeder separat per Software programmiert werden kann. Dies ermöglicht die gezielte Beleuchtung einzelner Bereiche auf einem Plakat. Derzeit kann die Technik bei bis zu neun Quadratmeter großen Motiven eingesetzt werden. [Weiter lesen...](#)



## Newsbox.

### Gesucht: Multidisziplinär denkende Top-Kreative.

„Poster to mobile“, die interaktive Werbung am Plakat war 2007 eines der neuen großen Themen in der Außenwerbung. 2008 wird sich der Trend bestätigen, wie zahlreiche Anfragen von Kundenseite jetzt schon zeigen. Grund genug für den deutschen Marktführer Ströer, einen Interactive Poster Award ins Leben zu rufen und damit das junge Segment von Anfang an professionell zu begleiten. [Weiter lesen...](#)

### Weitere News.

Foto Quelle: Mit einem „Big Bang“ ins Guinness-Buch.

Ausstellung der Cannes "Outdoor Lions" in Hamburg.



## Drei-Minuten-Interview.

### Mit Nicole Dünne-meier.

Die gelernte Bewegungstherapeutin ist heute selbstständige Massagetherapeutin und Jogalehrerin. Die 36-jährige besitzt zwar keinen Fernseher, kann sich aber an Kinowerbung erinnern. Auf Plakatwerbung achtet sie vor allem, wenn diese poppig und besonders farbig ist. Für ihre Eigenwerbung nutzt sie Mund-zu-Mund-Propaganda. [Zum Interview...](#)



Lob & Tadel an: [feedback@blisscommunication.de](mailto:feedback@blisscommunication.de)

Impressum:  
Bliss OUT-OF-HOME COMMUNICATION  
Inhaber: Guido Bliss  
Prinz-Friedrich-Karl-Str. 39  
44135 Dortmund

### Haftungshinweis:

Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschliesslich deren Betreiber verantwortlich.