



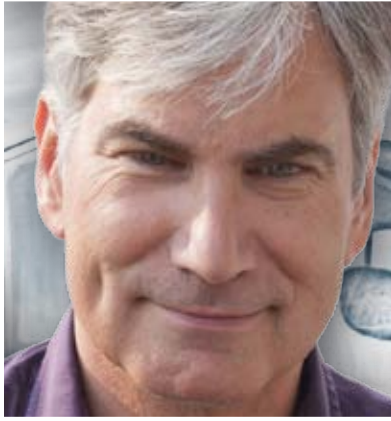
**Christine Haus**  
Circus



**Florian Kasper**  
Circus



**Rolf Kürten**  
K+L Druck



**Peter Handschmann**  
Plakat am LKW



**Rolf Wankmüller**  
Dambach



**Stefan Birk**  
3M



**Achim Erbslöh**  
Postermobil



**Marco Stenger**  
trans-marketing



**Mario Jabusch**  
Wall



**Jens Claaßen**  
Avery Dennison



# Gesprächsrunde zu

# LKW-Werbung

Mitte September fand in Stuttgart eine Gesprächsrunde mit führenden Anbietern von LKW-Werbung, Druckereien und Folienherstellern zum Thema Werbung auf LKWs statt.

**O**bwohl LKW-Werbung gerade auf der Autobahn eine ideale Möglichkeit bietet, eine interessante Zielgruppe in einem werbearmen Umfeld zu erreichen und Werbebotschaften schnell bundesweit zu verbreiten, hat sich LKW-Werbung noch immer nicht als Standardmedium etabliert. Während andere europäische Länder deutlich häufiger auf LKW-Werbung setzen, hinkt der deutsche Markt nach Auskunft der Folienhersteller gerade auch im europäischen Vergleich sowohl im Hinblick auf die Umsätze als auch im Hinblick auf die Kreativität der Gestaltung hinterher.

## Planungssoftware als Hindernis

Ein Grund dafür wird darin gesehen, dass in Deutschland bereits der Marktanteil für Außenwerbung insgesamt im internationalen Vergleich kleiner ist. Da zudem LKW-Werbung in den gängigen Planungsprogrammen der Media-Agenturen nicht vorhanden ist und die Mediaplanung häufig auf Ortsklassen bezogen wird, wird bei der Planung von Kampagnen das Medium LKW häufig übersehen. Dies ist jedoch für diejenigen, die das Medium nutzen, insofern ein Vorteil, als eine gut gestaltete LKW-Werbung auf der Autobahn sofort auffällt und aus der Masse der eher traditionell beschrifteten Fahrzeuge hervorsticht.

## Format nicht Standard

In der LKW-Werbung gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Formate, was den Aufwand bei den Kreativagenturen erhöht. Während dies jedoch vor allem bei der sogenannten Flottenwerbung, also der Werbung auf dem firmeneigenen Fuhrpark eines Kunden, zutrifft, kann bei der Wechselwerbung auf LKWs mit einer überschaubaren Anzahl von Formaten gearbeitet werden.

## Vorurteile und fehlende Information

In der Gesprächsrunde war man sich einig, dass die meisten Argumente gegen LKW-Werbung auf Vorurteilen beruhen. Während moderne Fahrzeuge und gut gestaltete Werbung auf der Autobahn eher als angenehme Abwechslung wahrgenommen werden, ist bei manchem Werbeplaner noch das naive Bild von einem LKW als dreckigem und störendem Verkehrshindernis im Kopf. Und während einerseits die Autobahn zu den statistisch am besten erfassten Werbeumgebungen zählt und GPS-Tracking sogar eine Live-Verfolgung der LKW im Internet ermöglicht, hält sich hartnäckig das Vorurteil, dass LKW-Werbung schwer zu dokumentieren sei. Zudem ist LKW-Wechselwerbung keineswegs kompliziert, sondern ein schnelles Medium, mit dem Werbekampagnen innerhalb weniger Tage in ganz Deutschland auf die Straße gebracht werden können.

Da sich jedoch die Argumentation der Anbieter zum Teil deutlich voneinander unterscheidet, hat sich im Markt bislang keine einheitliche Wahrnehmung des Mediums „LKW“ als Werbeträger etabliert.

## Gemeinsame Kommunikation

Bei der Gesprächsrunde wurde deutlich, dass eine weitgehende Übereinstimmung bei der Einschätzung der Situation besteht. Daraus ergab sich auch die grundsätzliche Bereitschaft, eine gemeinsame Kommunikationsbasis zu schaffen. Als konkretes Ergebnis wurde die Fortführung des gemeinsamen Gedankenaustauschs bei einem weiteren Treffen ins Auge gefasst. ■

Am 27.01.2011 wird der Gedankenaustausch in Bergisch Gladbach fortgeführt. Informationen unter [redaktion@pos-sign.de](mailto:redaktion@pos-sign.de).

## IMPRESSUM

---

### REDAKTIONSANSCHRIFT

www.pos-sign.de  
redaktion@pos-sign.de  
Telefon: +49 (7822) 789990  
Fax: +49 (941) 599297933

### VERLAG

QXQ GmbH  
Tullastr. 27  
77955 Ettenheim

### CHEFREDAKTEUR

Albrecht Fischer  
QXQ GmbH  
Tullastr. 27  
77955 Ettenheim

### ANZEIGEN

Eva Toball  
QXQ GmbH  
Tullastr. 27  
77955 Ettenheim

### DRUCK

Dambach Print+Service GmbH  
Obere Hardt 11  
76467 Bietigheim

### ERSCHEINUNGSWEISE

2. Jahrgang 2010  
Erscheinung quartalsweise  
Auflage: 4000

### ABONNEMENT

29,- € inklusive Versandkosten (Ausland 39,- € inkl. Versand)  
Abobestellung im Internet unter [www.pos-sign.de/abo](http://www.pos-sign.de/abo)

### COPYRIGHT

Alle Rechte an dieser Ausgabe und ihren Teilen, insbesondere die Verwertungsrechte gemäß §16ff UrhG, sind vorbehalten. Markenzeichen und Handelsnamen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr. Eine Haftung wird nicht übernommen. Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht die Meinung der Redaktion, sondern die des jeweiligen Autors wieder.