

Leitfaden - Plakatwerbung an den Bahnhöfen

Wieso dieser Leitfaden?

Eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit wird in Zeiten steigender Konkurrenz und einem Überangebot an Freizeitangeboten immer wichtiger. Insbesondere gilt es die Aufmerksamkeit von potenziellen Pfadieltern zu gewinnen, die ausserhalb bestehender «Pfadikreise» verkehren. Also Eltern, die selbst keine Berührungspunkte zur Pfadi haben und somit durch Social-Media Posts nur schwer erreicht werden können. Ein bewährtes Mittel um auf unser Pfadiangebot aufmerksam zu machen, ist die Werbung mit Plakaten. Viele Gemeinden bieten den Vereinen die Möglichkeit, auf Plakatwänden in Form eines A3 Plakates auf den nächsten Schnuppertag aufmerksam zu machen. Diese Kleinplakate werden hauptsächlich von Leuten wahrgenommen, die bereits im Dorf verkehren.

Wollen wir jedoch die grosse Gruppe der Berufspendler erreichen, die vom Bahnhof direkt mit dem Bus nach Hause fährt, bieten sich die grossen Plakatwände an den Bahnhöfen an. Dieser Leitfaden soll dir und deiner Abteilung bei der Planung und Durchführung einer solchen Werbekampagne helfen.

Wer vermietet die grossen Plakatwände?

Alle Plakatflächen auf SBB Gelände im Kanton Zürich werden durch die Firma APG vermietet.

--> <https://www.apgsa.ch/de/>

Wo finde ich die Standorte in meiner Gemeinde?

Der Standort jeder einzelnen Plakatfläche ist online abrufbar. Über das Onlinetool Poster Direct lassen sich die Plakatflächen nach Gemeinden, Strassen oder Bahnhöfen filtern und mittels einer Karte genau bestimmen.

--> <https://booking.posterdirect.ch/>

Wie viel würde eine solche Plakataktion kosten?

Die Preise sind über das oben erwähnte Onlinetool Poster Direct für jeden einzelnen Standort abrufbar. Für einen mittelgrossen Bahnhof belaufen sich die Kosten pro Plakatwand für 7 Tage auf etwa Fr. 200 – 300 CHF. Zwei Wochen würden etwa Fr. 300 – 400 CHF kosten. Zusätzlich fallen Kosten für den Plakatdruck an (siehe weiter unten). Bei der Druckerei, wie auch bei der APG, lohnt sich meistens die Frage nach einem Pfadirabatt.

Bis wann müssten wir die Plakatwand buchen?

Je früher die gewünschte Plakatwand gebucht wird, desto grösser ist die Chance, dass diese noch zur Verfügung steht. APG öffnet zweimal jährlich die Buchungsfenster. Für das Frühlingshalbjahr können die Standorte ab Anfang Oktober gebucht werden. Ab jeweils 5 Wochen vor Aushang kann APG einen Last Minute Rabatt von 20% anbieten, wobei die besten Flächen dann vermutlich schon vergeben sind.

Wo und in welchem Format muss das Plakat gedruckt werden?

Die meisten Druckereien produzieren solche Grossplakate. Das Format in den Bahnofsunterföhrungen beträgt normalerweise F12. Dies entspricht einer Plakatgrösse von 268.5 x 128 cm. Die Druckereien verlangen teils unterschiedliche Preise. Es empfiehlt sich daher, mehrere Angebote einzuholen oder bereits bekannte Druckereien zu beauftragen. Eine relativ günstige und unkomplizierte Druckerei ist die Firma *Aebersold Digitaldruck* in Rapperswil. Dort kostet ein einzelnes F12 etwa Fr. 70. Bei 10 Exemplaren wäre der Preis etwa Fr. 30/Ex. Gedruckt wird auf Blueback-Papier. Die grossen Onlinedruckereien liegen preislich etwa im gleichen Rahmen.

--> <https://www.aebersold.ch/>

--> www.posterprint-online.ch

--> oder ähnliche Webshops

Wie kommt das Plakat von der Druckerei auf die Plakatwand?

Die Druckerei kann die Plakate direkt an das Logistik Center der APG in Wallisellen schicken. Die Anlieferung sollte 2 Wochen vor Aushangstart stattfinden. Der genaue Liefertermin wird von der APG mitgeteilt. Um die Kosten für den Versand zu sparen, können die Plakate auch bei der Druckerei abgeholt und selbst zum Logistik Center gebracht werden.

*Logistikcenter Ost
Hertistrasse 1
Postfach 601
8304 Wallisellen*

Die Plakate werden dann von der APG auf die gebuchten Plakatwände verteilt.

Sonstiges

Bisherige Erfahrungen haben gezeigt, dass eine solche Plakataktion relativ effektiv ist und viele neue Kinder an den Schnuppernachmittag bringen kann. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass gute Plakatstandorte gewählt werden - am besten direkt *vis-à-vis* einer Bahnhofstreppe - und dass die Plakate gut gestaltet sind. Entweder wird der eigenen Fantasie freien Lauf gelassen (gerade Plakate mit einer lokalen «selbstgebastelten» Gestaltung können sich positiv aus der Masse von gut *geputzelten* PR-Plakaten abheben) oder das nationale Sujet des Pfaditages wird übernommen. Am Ende empfiehlt es sich, die Eltern der neuen Kinder zu fragen, wie sie vom Schnupperangebot erfahren haben. So fällt es im nächsten Jahr einfacher zu entscheiden, ob sich die finanziellen Aufwände lohnen.

Januar 2019