

GOLDENE REGELN

DER SPOTGESTALTUNG

GOLDENE REGELN FÜR DIGITALE OUT-OF-HOME-MEDIEN



1. **Die Zeit-Regel** - Spotlänge von 10 Sekunden, aufgeteilt in 2 Frames je 5 Sekunden. Alternativ 3 Frames je 3-4 Sekunden bzw. 4 Frames je 3 Sekunden.
2. **Die Hyperzeichen-Regel** - Maximal 2 Key-Infos pro Spot. Nur 1 Key-Info pro Frame.
3. **Die Short-Message-Regel** - Anteil Bild/bildähnlicher Elemente mindestens 80%. Anteil Text-Aussagen maximal 20%. Toleranz +/- 5%.
4. **Die Leuchtturm-Regel** - Plakative Stichwort-Aussagen. Key-Words aus der Kampagne aufgreifen. Appell-Begriffe als Impulsgeber.
5. **Die Helden-Story-Regel** - Marke in 90% der Spieldauer präsent. Markenzeichen immer gut erkennbar. Packshot-Größe mindestens 40% Bildschirm-Höhe. Toleranz minus 5-10%.



GOLDENE REGELN FÜR DIGITALE OUT-OF-HOME-MEDIEN



- 6. Die Effekt-Regel** - Nur ein großer Effekt pro Frame, zusammensetzbar aus maximal 5-6 Effekt-Sequenzen. Deutlich wahrnehmbare Aufmerksamkeits-Peaks zur Blick-Fixierung setzen. Ruhe-/Stand-Phasen im Spot vorsehen.
- 7. Die Immer-lesbar-Regel** - Headline mindestens 12-15% der Format-Höhe. Typosparsam einsetzen. Kern-Aussagen stets schon ab Mitteldistanz lesbar. Text informiert, Bild gestaltet.
- 8. Die Kurz-und-bündig-Regel** - Wenn Text, dann nur 1 Hyperzeichen pro Frame (Kernaussage, Kurz-Headline). Höchstens 4-6 Begleitworte (Subline, Bulletpoints).
- 9. Die Nicht-zu-übersehen-Regel** - Kontrastreiche Farb-Codes. Farbwechsel innerhalb des Spots. Starke Blickanker.
- 10. Die Spotlight-Regel** - Blickanker überwiegend im Screen-Zentrum setzen. Bei Hochformat-Screens die obere Bildschirmhälfte optisch betonen und im unteren Drittel keine Infos





**PosterSelect
Media-Agentur GmbH**

Bertha-Benz-Str. 7a
76532 Baden-Baden

Tel.: +49 7221 97332 0
Mail: info@posterselect.de
Internet: posterselect.de