

Pressemitteilung
Berlin, März 2013

Werbung an Laternenmasten

Was macht die Straßenbeleuchtung tagsüber? Geld verdienen für die Stadt!

Etats werden gekürzt, die Umrüstung auf moderne Leuchtmittel kostet Geld, den Städten und Kommunen fehlt es überall an Mitteln. Doch viele Städte in Deutschland schöpfen das Potential, das vor ihren Türen liegt, nicht aus. Die professionelle Vermarktung von Laternenmasten spielt Geld in die Kassen, löst noch ganz nebenbei das Problem ungenehmigter Werbung im Stadtbild.

Verwaltungskosten senken, Wildplakatierungen stoppen

Die Verwaltung ist oft mehr mit Werbeaushängen beschäftigt, als ihr lieb ist. Die Genehmigung und Kontrolle von Aushängen für Kultur- und Veranstaltungswerbung kosten die kommunalen Behörden viel Arbeitszeit, die durch die Gebühren für die erforderliche Sondernutzungserlaubnis bei weitem nicht gedeckt ist. Betriebswirtschaftlich ein Minusgeschäft für die Städte.

Dazu kommen ungenehmigte Aushänge, die das Stadtbild stören. Die Plakate hängen kreuz und quer im Stadtgebiet und werden oftmals nicht schnell genug als ungenehmigt erkannt – und der Stadt entgehen Gelder. Immer wieder kommt es vor, dass die Plakate nach Veranstaltungsende nicht entfernt werden. Die Beseitigung und Entsorgung von wildplakatierter Werbung bleibt Aufgabe der Städte und belastet den Etat zusätzlich.

Straßenlaternenwerbung professionell vermarkten

Die mediateam Stadtservice GmbH vermarktet mit einem gut durchdachten Konzept eine ausgewählte und klar definierte Anzahl von Laternenmasten. Das entlastet die Verwaltung und hält die Stadt sauber, denn: Mit an Laternenmasten angebrachten Plakaträhmenschildern erhalten die Werbeaushänge für Stadtfeste, kulturelle Events, Messen und Ausstellungen den richtigen Rahmen. Auf diese Weise wird der Wildplakatierung entgegen gewirkt und die Stadt sowohl finanziell wie auch im Verwaltungsaufwand geschont.

Der Dienstleister entfernt außerdem vertraglich vereinbart die Werbung ringsherum um die Laternenmasten und hält Rahmen wie Aushänge in Schuss. Zudem wird die Werbung regelmäßig und mehrmals wöchentlich kontrolliert. Die Stadt bleibt ordentlich und sauber. Die teure Entsorgung von Plakaten, die nicht genehmigt wurden, wird der Stadt dadurch zusätzlich abgenommen.

Mieterlöse für die Stadtkasse

Die Stadt spart Kosten und erhält aus der Vermarktung der Laternenmastenwerbung zusätzlich eine Umsatzbeteiligung. Sie erwirtschaftet also durch Werbung, die „im Rahmen“ bleibt, Geld und wird finanziell entlastet. Ein Rechenbeispiel: Eine Stadt mit 100.000 Einwohnern wählt 600 Laternenmasten zur Nutzung aus. 400 Laternenmasten werden mit Plakatrahmen für gewerbliche Hinweiswerbung bestückt, 200 Masten mit Rahmen für wechselnde Veranstaltungs- und Kulturwerbung. Die Mieteinnahmen für die Stadt betragen jährlich etwa 80.000,00 Euro. Bei jährlichen Energiekosten von durchschnittlich 60,00 Euro je Straßenlaterne werden auf diese Weise die Energiekosten für über 1.300 Straßenlaternen erlöst – Einsparungen, die ohne dieses Konzept nicht möglich wären.

Ein attraktives, ordentliches Stadtbild

Manche Städte haben die Sorge, mit dem Konzept mehr Werbung in die Stadt zu holen als vorher. Das Gegenteil ist der Fall: Insgesamt gibt es weniger Werbung, diese aber in ordentlicher Form und ohne Kosten für die Stadt. Das Stadtbild gewinnt dadurch an Attraktivität, denn Laternenmastenwerbung wird von den Bürgern als „Stadtwerbung“ erkannt und positiv aufgenommen.

Mehrwert: Kulturförderung

Plakatrahmenschilder am Laternenmast haben doppelten Nutzen: Sie können für dauerhafte Hinweiswerbung ortsansässiger Geschäfte genutzt oder auch mit wöchentlich wechselnden Veranstaltungsplakaten bestückt werden. Auf diese Weise kann die Stadt ihre Kulturträger unterstützen und Bürger und Bürgerinnen adäquat über Veranstaltungen und Kulturangebote informieren. Kulturelle Träger der Stadt können oftmals mietfrei werben.

Die mediateam Stadtservice GmbH wurde 2009 als Spezialausgliederung aus der mediateam Werbeagentur GmbH (www.mEDIATEAM.de) gegründet, die ihr Hauptgeschäft in der nationalen Vermarktung von großflächiger Plakatwerbung sieht. Hingegen hat sich die mediateam Stadtservice auf das Regionalgeschäft und die ausschließliche Vermarktung von Laternenmastenwerbung in Städten über 50.000 Einwohner fokussiert. Der Geschäftsführer, Heinz-Achim Schulte, ist seit 1990 für die Unternehmensgruppe mediateam im Bereich out-of-home media und Stadtservice tätig.

Die verwendeten Plakatrahmenschilder sind eigens für die mediateam Stadtservice GmbH entwickelt worden; Rahmen, Profil und Befestigungsweise sind markenrechtlich geschützt. Die Plakatrahmenschilder sind hochwertig pulverbeschichtet, aus Aluminium, wetterbeständig, pflegeleicht und auch nach Jahren noch schön.

Kontakt:

mediateam Stadtservice GmbH

H.-Achim Schulte, Geschäftsführer

Bundesallee 56

10715 Berlin

Telefon: 030 / 850 777 600

Telefax: 030 / 850 777 606

post@mediateam-stadtservice.de

www.mediateam-stadtservice.de