



GOLDEN RULES
für DOOH-Spots, Screens
und Animationen

Regeln und Kennzahlen

Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 1 (Master):

Die Zeit-Regel

- **Spot-Gesamtlänge 10 Sekunden**
- **Aufgeteilt in 2 Frames je 5 Sekunden** (oder alternativ 3 Frames je 3-4 Sekunden bzw. 4 Frames je 3 Sekunden)
- Definiert den Spot-Zeitrahmen verbindlich
- Fungiert als Master-Regel
- Zeitüberschreitungen führen zur Ablehnung

Die Zeit-Regel geht gezielt auf die Limits der menschlichen Wahrnehmung sowie auf die durchschnittliche Betrachtungsdauer und das so genannte Wechsel-Sehen ein (3-5 Sekunden ist die Zeiteinheit für ein Realitätsfenster)



Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 2 (Pflicht):

Die Hyperzeichen-Regel

- **Maximal 2 Key-Infos pro Spot**
- **Nur 1 Key-Info pro Frame**
- 100% verbindliche Vorgabe
- Einhaltung sorgt für die notwendige Plakativität



Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 3 (Empfehlung):

Die Short-Message-Regel

- Anteil Bild/bildähnliche Elemente = mindestens 80%
- Anteil Text-Aussagen = maximal 20%
- Empfohlenes Verhältnis
- Toleranz +/- 5%

Interagierend angelegte People-Abbildungen mit Blickanker-Qualitäten, fokussierte und klare Abbildungen sowie dynamisch dargestellte Packshots einsetzen / Text auf Minimum reduzieren / Einfache und eingängige Aussagen wählen



Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 4 (Pflicht):

Die Leuchtturm-Regel

- **Plakative Stichwort-Aussagen**
- **Key-Words aus Kampagne**
- **Appell-Begriffe* als Impulsgeber**
- 100% verbindliche Vorgabe

* Appell-Begriffe sind u.a.: Neu / Jetzt / Heute / Achtung / Extra / ...

Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 5 (Empfehlung):

Die Helden-Story-Regel

- **Marke in 90% der Spieldauer präsent**
- **Markenzeichen immer gut erkennbar**
- **Packshot-Größe mindestens 40% Bildschirm-Höhe**
- **Empfohlene Anteile**
- **Toleranz minus 5-10%**

Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 6 (Pflicht):

Die Effekt-Regel

- Nur ein großer Effekt pro Frame
- Zusammensetzbar aus maximal 5-6 Effekt-Sequenzen
- 100% verbindliche Vorgabe
- Deutlich wahrnehmbare Aufmerksamkeits-Peaks zur Blick-Fixierung setzen
- Ruhe-/Stand-Phasen im Spot vorsehen

Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 7 (Empfehlung):

Die Immer-lesbar-Regel

- **Headline mindestens 12-15% der Format-Höhe**
- **Typo sparsam einsetzen**
- **Kern-Aussagen stets schon ab Mitteldistanz lesbar**
- **Schrift kontrastiert deutlich zum Hintergrund**

- Dringende Empfehlung
- Text informiert, Bild gestaltet

Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 8 (Pflicht):

Die Kurz-und-bündig-Regel

- **Wenn Text, dann nur ein Text-Hyperzeichen pro Frame**
(= Kernaussage/Kurz-Headline)
- **Zusatztext auf 4-6 Begleit-Worte beschränken**
(= Subline/Bulletpoints/Aufleger-Hinweise)
- 100% verbindliche Vorgabe
- Längere Aussagen können vom Betrachter nicht als Sinneinheit wahrgenommen werden

Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 9 (Empfehlung):

Die Nicht-zu-übersehen-Regel

- **Kontrastreiche Farb-Codes**
- **Farbwechsel innerhalb des Spots**
- **Starke Blickanker**
- Dringende Empfehlung
- Spots müssen sich in sehr belebten Umfeldern durchsetzen und in den implizit ablaufenden Phasen des Skimmens und Scannens Relevanz signalisieren

Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel 10 (Empfehlung):

Die Spotlight-Regel

- **Blickanker überwiegend im Screen-Zentrum setzen**
- **Bei Hochformat-Screens die obere Bildschirmhälfte optisch betonen und im unteren Drittel keine Infos platzieren**
- **Dringende Empfehlung**

Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel-Treue wird zur Wahrnehmungs-Garantie

- Optimaler Zuschnitt auf implizite/explicite Wahrnehmung
- Optimaler Zuschnitt auf Rezeptions-Situationen
- Optimale Nutzung der Abspielmedien

Golden Rules für DOOH-Spots, Screens und Animationen

Regel-Treue wird zum Marken-/Botschaften-Anker

- Marken-/Kampagnen-Hyperzeichen sind permanent präsent
- Konzentration auf erinnerungsfähige Kern-Botschaften
- Hohe Aufmerksamkeit/Impulsstärke im belebten OoH-Umfeld