

Plakatwerbung: Groß, größer, am größten

Das Unternehmen Staudigl-Druck in Donauwörth, fokussiert auf den Bereich Plakatwerbung, zeigt sich dank Innovationsfreude widerstandsfähig in der Krise.

Außenwerbung ist für den Handel seit jeher ein wichtiges Element bei der Mediaplanung. Dabei beschränkt sie sich schon längst nicht mehr nur auf klassische Plakatwerbung, sondern ergänzt diese zunehmend mit digitalen Werbeformen. Die sogenannte Out-of-home-Werbung (OOH) könnte zukünftig einen noch größeren Bestandteil in Werbestrategien einnehmen. Ein Druckunternehmen, das den Fokus früh auf dieses Geschäftsfeld gelegt hat, ist Staudigl-Druck in Donauwörth. Die mittelständische Full-Service Druckerei mit rund 200 Mitarbeitern, eingebunden in eine familiär geprägte Organisationsstruktur, ist stark auf die Produktschwerpunkte Plakate, Kalender und Werbetechnik spezialisiert.

Allgegenwärtiger Werbeträger

„Das Plakat ist das letzte verbliebene Massenmedium, das wir nicht einfach wegzappen oder ausschalten können. Unsere immer mobilere Gesellschaft kann mit dieser Informationsquelle wunderbar erreicht werden

”

Noch nie in der Geschichte unseres Unternehmens haben wir mehr Informationen und Produkte auf den Markt gebracht.“

Peter Mehrer, Geschäftsführer
Staudigl-Druck GmbH & Co. KG

– ganz, ohne zu nerven“, erklärt Geschäftsführer Peter Mehrer den Stellenwert von Außenwerbung, die gerade in den letzten Jahren ein neues Hoch erlebt. Vor etwa 20 Jahren habe der Anteil von Plakatwerbung im Medienmix rund zwei Prozent vom Gesamtvolumen aller Werbespendings betragen. Aktuell seien es rund sieben Prozent. „Viele Kunden haben das Plakat als statisch und wenig spannend empfunden. Durch die neuen Möglichkeiten an besonders hochfrequenten Standorten und reichweitenstarken analogen Plakatflächen ist es zum Beispiel der Ströer AG gelungen, das Plakat in der Wahrnehmung der Marketingentscheider wieder ganz nach oben zu heben“, führt Mehrer aus. Heute zählt Staudigl ganz unterschiedliche Branchen zu seinen Kunden: Versicherungen, Brauereien, Veranstaltungs- und Reiseunternehmen, die Bundeswehr oder Länderregierungen mit ihrem Bedarf an Plakaten. Auch der große Bereich der Wahlwerbung sei ein zunehmend wichtiges Geschäftssegment.

Spezialisiert auf die Nische Plakatdruck

Das Unternehmen produziert sowohl im klassischen großformatigen Offset- als auch im Digitaldruck. Durch frühzeitige Investitionen in den Digitaldruck und den damit verbundenen günstigeren Stückpreisen bei kleinen Auflagen sei es möglich geworden, auch „kleinere Kunden“ für das Plakat als Werbeträger zu gewinnen. Die Verbindung beider Drucktechniken und die Fokussierung auf ein Geschäftsfeld sind laut Mehrer, die Erfolgsrezepte seines Unternehmens. „Nur unsere extreme Spezialisierung hat es ermöglicht, wirtschaftlich erfolgreich zu sein und zu bleiben“, bringt es Mehrer auf den Punkt und richtet den Blick auf die Zukunft sowie die Rolle, die sein Unternehmen darin spielen wird: „Unsere Aufgabe wird es sein, innerhalb unserer Spezialisierung ganz vorn dabeizubleiben. Dabei bauen wir auf Kooperation mit Lieferanten, Mitarbeitern und Kunden. Konkret heißt das, insbesondere unsere IT-Kompetenzen weiter zu stärken und auszubauen.“



Reichweitenstarker Hingucker: Plakatwerbung wirkt genau dort, wo viele Menschen sie wahrnehmen.

Onlinelösungen Schlüssel zum Erfolg

Der Zukauf von Programmierleistung habe sich in der Vergangenheit nicht bewährt, denn spezielle Märkte bräuchten Lösungen, die es so einfach nicht zu kaufen gebe. So konnte das Unternehmen mit der Eigenentwicklung www.123-Plakat.de – auf dem man Plakate deutschlandweit buchen kann – ganz neue Kundengruppen erschließen. Zudem spielt der Onlineshop des Unternehmens als Dachmarke für viele geschlossene spezifische Kundenshops eine zentrale Rolle. „Ohne diese Shops wäre es nicht möglich, eine Vielzahl von mehreren Tausend Aufträgen innerhalb eines Monats abzuwickeln. Wer über dieses Instrumentarium nicht verfügt, wird in Zukunft noch mehr an Boden verlieren und in unserer Wahrnehmung als Marktbegleiter keine große Rolle mehr spielen“, ist sich Mehrer sicher.

Coronakrise: Stillstand keine Option

Die Marktoraussetzungen ändern sich stetig, manchmal von heute auf morgen, das hat gerade das Krisenjahr 2020 eindrücklich gezeigt. Hinter Staudigl liegt

ein durchwachsendes Jahr: „Schlagartiger Stillstand, danach fast wieder Normalität, um im November wieder sehr eng auf Sicht zu fahren. Unter dem Strich konnten wir das abgelaufene Geschäftsjahr aber mit einem leichten Plus abschließen.“ Stillstand ist für Mehrer keine Option: „Wir haben in dieser Zeit alles dafür getan, dass Staudigl-Druck immer präsent, innovativ und lebendig von den Kunden wahrgenommen wird. Noch nie in der Geschichte unseres Unternehmens haben wir mehr Informationen und Produkte auf den Markt gebracht“, erzählt Mehrer stolz. So hat Staudigl im Frühjahr 2020 schnell reagiert und unter dem Motto „Corona, nein danke!“ Produkte lanciert, die uns in der Pandemiebekämpfung helfen können. Außerdem hat das Unternehmen die Zeit genutzt, um seine Digitaldruckmaschinen durch modernere und ökologischere zu ersetzen. So ist der Blick in die Zukunft optimistisch: „Mit unserem Geschäftsmodell sind wir gut aufgestellt. Es wird nach der Pandemie sicher wieder erfolgreichere Zeiten geben. Davon bin ich überzeugt!“