

DES PICKT - Plakatausstellung Out of Home

Am 2. Juni wurde im EUROPARK Salzburg in Kooperation mit SES Spar European Shopping Centers, Kurator und Konzeptionist Christian Steinwender (studiosteinwender), dem Verband Out of Home Austria und der Progress Werbung die Plakatausstellung powered by EUROPARK eröffnet.

Das Plakat ist eines der wichtigsten Medien im 20. und 21. Jahrhundert. Seine Vielfältigkeit und Beispielbarkeit sucht nach wie vor seinesgleichen, und die Einsatzmöglichkeiten sind fast unbegrenzt. Um die Bedeutung und die Aktualität des Plakates in seiner Ganzheit darstellen zu können, initiieren SES European Shopping Centers und Progress Werbung eine vierwöchige Out of Home Media Plakatausstellung im EUROPARK Salzburg.

Ausstellung im EUROPARK, Theaterplatz: 2. Juni – 28. Juni 2025

Entstehungs- und Zukunftsort

Das Plakat ist Informationsträger, Kulturanschlag, Unterhaltung, Werbung und manchmal auch Kunst. Entstehungsorte des Plakates waren die Marktplätze des 16. Jahrhunderts. Die Kooperation mit SES European Shopping Centers ermöglicht es, die Plakate in den Marktplätzen des 21. Jahrhunderts vorzustellen: den Shopping Centern. Shopping-Malls sind nicht nur Einkaufszentren, sondern bedeutende und dynamische Begegnungszonen. Sie sind die „Points-of-Interest“ – Orte von Interesse. „Wir schaffen pulsierende Lebensräume mit höchster Kundenrelevanz. Das Plakat – egal ob in digitaler oder analoger Form – war und ist für unsere Besucherinnen und Besucher ein wichtiges Medium, über das sie relevante Informationen erhalten. Naheliegend, dass wir uns freuen, diese aktuell wohl exzellente Plakat-Ausstellung in unsere Malls bringen zu dürfen.“, so Mag. Christoph Andexlinger, CEO von SES Spar European Shopping Centers und Geschäftsführer des EUROPARK Salzburg.

Fantastische Ausstellung

Plakatwerbung hat sich im Laufe der Geschichte immer wieder gewandelt und aktuelle Trends und Stile aufgenommen. Je nach Zeitgeist mal politischer, mal künstlerischer, aber immer relevant. Es wurde zum Propagandamedium, zum Trendmedium, zum Kunst- und Kulturmedium – und mehr denn je hat das Plakat die Fähigkeit, Menschen zu bewegen. „Das Plakat ist ein Sympathieträger. Es kann Menschen ansprechen, aufwecken, aufregen, besinnen und informieren. Um es in seiner Ganzheit abzubilden, wurde dem Klassiker eine fantastische Ausstellung im öffentlichen Raum gewidmet“, so Dominik Sobota, Geschäftsführer der Progress Werbung.

Vermittlung der Allgegenwärtigkeit

Im Rahmen der Tournee werden geschichtsträchtige Plakate, sogenannte „Aufreger“

berühmte Produktplakate, Kultur- und Filmplakate sowie Sujets aus der Tourismuswerbung einem breiten Publikum auf dem EUROPARK Theaterplatz präsentiert. Die Allgegenwärtigkeit des Mediums wird durch unterschiedliche Werbeträger wie Litfaßsäule, Dreiecksständer, mobile Plakatständer, hinterleuchtete City Lights und digitale City Lights einerseits sowie durch Workshops andererseits vermittelt.

Friederike Müller-Wernhart Sprecherin des OOHA Verband Out of Home Austria: „Der OOHA Verband Out of Home Austria repräsentiert mit aktuell 24 Mitgliedern über 90 % der österreichischen Außenwerber-Unternehmen und begrüßt daher die Ausstellung über ein so aufmerksamkeitsstarkes Medium sehr. Das ist die Leistungsschau eines Mediums, das mittlerweile selbst als Gattung einen Mediamix zu bieten hat – von der klassischen Kurz-Botschaft bis zur modernen mobil vernetzten Multi-Message-Kampagne über DOOH, die den Konsumenten und die Konsumentin bereits auf dem Weg zum POS zur Kaufentscheidung abholt.“

170 Jahre Litfaßsäule – DES PICKT

Die klassische Litfaßsäule steht seit 170 Jahren für Kulturanschlag und hat in den letzten Jahren einen unglaublichen Aufschwung in ihrer modernisierten Variante drehend, als Sonderwerbeformat oder als Eventsäule erlebt „Wir haben gelernt, den Informationen auf Plakaten zu vertrauen, wir nehmen sie nicht als Werbung, sondern als vertrauensvollen Informationsgeber wahr, sowohl in Papier- wie auch in digitaler Form. Sie sind nicht nur Teil des Stadtbildes, sondern auch des Stadtlebens“, erklärt David Nowotny, Prokurist der Progress Werbung. Für die Besucher:innen und Kund:innen wird es die Möglichkeit geben, sich bei Workshops kostenlos zu informieren, wie ein Plakat entsteht, wie plakatiert wird, was die Besonderheiten eines Plakates sind und sich außerdem selbst im Plakatgestalten zu versuchen.

Gekommen, um zu bleiben

Plakate haben Kriege beeinflusst, Feminismus gefördert, Umweltbewusstsein geschaffen, für Diversität gekämpft, Kunst geschaffen und werden auch in Zukunft am Weltgeschehen maßgeblich beteiligt sein. Konzeptionist, Kurator und Designer, Christian Steinwender (studiosteinwender) erklärt den Aufbau so: „Unser Ausstellungsdesign nimmt sich die Formensprache überdimensionaler Plakataufsteller, Plakatwände und Litfaßsäulen zum Vorbild. Im Innenraum schaffen wir mit Mobiles eine spielerische Gestaltung und für die räumliche Wirkung sorgt die vielschichtige Litfaßsäule – die Jubilarin. Der Spannungsbogen der Plakate reicht vom „Aufreger“ über Tourismus, Film & Kultur bis zur Produktwerbung. Mit der Kombination aus traditioneller Plakatkunst, modernem Design und interaktiven Elementen schaffen wir eine Plakatausstellung, die gleichermaßen inspiriert, informiert und begeistert und wir sind uns sicher: DES PICKT“.