



greenledwalls

SLIMME SNELWEGRECLAME

Tips en richtlijnen voor een effectieve en correcte advertentie op Greenledwalls

Tips

- **Gebruik maximaal 8 woorden.** In een heel korte tijd moet de boodschap overkomen bij de automobilisten.
- **Contrasterende kleuren.** Het scherm staat in het landschap, gebruik bijvoorbeeld niet te veel wit/grijs/lichtblauw tinten i.v.m. de kleur van de lucht op de achtergrond.
- **Opvallend Logo.** Het logo moet goed leesbaar en goed herkenbaar zijn. Ook hiervoor geldt dat het in de korte tijd van passeren gelezen moet kunnen worden.
- **Gebruik leesbare fonts.** Het scherm bevindt zich op 42 meter afstand van de snelweg, ons advies: een fonthoogte van minimaal 15 cm.
- **Formaat en resolutie:** B x H 640x600 px en 200-300 dpi.
- **Tekstplaatsing.** Plaats de teksten niet te dicht bij de randen.

Richtlijnen

Hieronder een opsomming van richtlijnen opgesteld door de overheid ter voorkoming van misleiding, afleiding of overstraling.

- de reclame is beperkt tot een boodschap ten dienste van het wegverkeer;
- de reclame mag zowel overdag als bij duisternis niet hinderlijk of misleidend zijn voor het wegverkeer;
- de informatie mag slechts zichtbaar zijn voor het verkeer in één richting;
- de reclame(informatie) dient in één oogopslag herkenbaar en leesbaar te zijn;
- bewegende en knipperende reclame is niet toegestaan;
- de toegepaste kleuren en vormen mogen geen verwarring veroorzaken met ander wegmeubilair.

Nederlandse Reclame Code stelt dat de reclame:

- in overeenstemming moet zijn met de wet, waarheid, goede smaak en fatsoen;
- niet strijdig mag zijn met algemeen belang, openbare orde of de goede zeden;
- niet nodeloos kwetsend mag zijn;
- geen bedreiging mag inhouden voor de geestelijke en/of lichamelijke volksgezondheid;
- niet (zonder rechtvaardiging) mag appelleren aan gevoelens van angst of bijgelovigheid.

Aanvullend wordt aanbevolen om weggebruikers geen reclame te tonen die:

- beelden laat zien die sterke negatieve emoties oproepen;
- oproept tot/inhoud toont die aanzet tot een rijtaakafleidende actie van de weggebruiker (bijvoorbeeld een oproep tot het afstemmen op een radiozender of het tonen van een telefoonnummer dat onthouden moet worden);
- nieuwsitems toont (bijvoorbeeld dat er ergens een ramp of aanslag of iets dergelijks is gebeurd, zoals 9/11 – geen 'breaking news');
- complexe inhoud laat zien (raadsels en complexe teksten of vragen).