

Od niewolników do billboardów w kosmosie, czyli WYJĄTKI Z HISTORII OUTDOORU

Najstarsza reklama – niewolnicy i wielkie idee

Można śmiało powiedzieć, że outdoor jest tak stary, jak stara jest ludzkość. Za pierwszą formę outdooru można uznać już Kodeks Hammurabiego, jeden z pierwszych kodeksów prawa, opublikowany w XVIII w p.n.e. na kamiennych tablicach. Zewnętrzne nośniki często były wykorzystywane do głoszenia wielkich ideologii. Przecież Dekalog – także był wyryty w kamieniu, a słynne tezy Martina Lutera, które w formie plakatu zostały przybite do drzwi katedry, rozpoczęły reformację.

Najprawdopodobniej najstarsza komercyjna reklama zewnętrzna ukazała się I w n.e. w Pompejach. Odnalezione napisy reklamowe promowały ówczesnych polityków, bary, ale również... usługi prostytutek. Według innych badaczy, jedną z najstarszych reklam zrealizował pewien Egipcjanin, który szukał zbiegłego niewolnika ogłaszając nagrodę za jego doprowadzenie.

Początki branży, czyli jak cyrk pomógł outdoorowi

Co ciekawe, szybki rozwój branży (który rozpoczął się w XVIII wieku głównie w Wielkiej Brytanii i USA) wiązał się z rosnącą popularnością... cyrków. Właściciele cyrków przez wiele lat byli niemal jedynymi klientami outdooru. Właśnie w USA w 1835 roku stworzony został pierwszy komercyjny billboard – reklamujący cyrk Jareda Bella. Również właścicielowi cyrku – biznesmenowi Taylorowi Barnumowi zawdzięczamy pierwszą wielkoformatową kampanię outdoorową z 1835 roku. Promowała ona show bardzo starej kobiety, która rzekomo miała 161 lat i była nianią Jerzego Waszyngtona. Warto pamiętać, że pierwsze plakaty były małe – o szerokości ok. 60 centymetrów. Dlatego plakaty o szerokości 250 cm wprowadzone przez Barnuma spowodowały prawdziwą rewolucję.

Samowolka w reklamie – byli nawet bójki

W połowie lat 70. XIX wieku outdoor rozkwitał, a branża nie przestrzegała żadnych zasad. Plakatowcy umieszczali reklamy niemal wszędzie – na drzewach, murach cmentarnych, wieżach kościelnych, mostach, itp. Jeden z plakatujących umieścił nawet reklamy na zadach słońi. Konkurencja między pracownikami była tak silna, że dochodziło do bójek – w 1893 roku Nowy Jork ekscytował się ulicznymi bitwami pomiędzy dwoma szczególnie skłóconymi firmami – używano pałek, łańcuchów, noży, zdarzały się ciężkie zranienia, podbite oczy, wybite zęby. Zatrudniano nawet specjalne bojówki do ochrony plakaciarzy.

Tworzy się standard – pomagają znane marki

Nowo kształtujące się marki wymusiły koniec samowolki i proces standaryzacji branży. W latach 1860-1900 powstały przecież takie marki jak Coca Cola, Colgate

czy Philips. Korporacje zażądały standaryzacji tablic i ujednoczenia zasad sprzedaży powierzchni. Outdoor szybko stał się ich ulubionym medium.

W 1891 roku powstało działające do dziś stowarzyszenie Associated Bill Posters' Association of the United States and Canada (dziś pod nazwą Outdoor Advertising Association of America). Ważnym osiągnięciem było wprowadzenie w 1917 roku czterech oficjalnych wzorów nośników – były to eleganckie tablice w grubych, drewnianych ramach, przymocowane do rzeźbionych słupów-kolumn.

Pierwsza ustawa regulująca branżę – „Ustawa Biedronki”

Ponieważ outdoor był niemal wszędzie, zaśmiecał miasta, szpecił brzydkimi tablicami, regulacją branży zajęły się władze USA. W 1965 roku uchwalono specjalną ustawę o upiększeniu autostrad. Przeworsowała ją żona prezydenta Lyndona Johnsona – Lady Bird. Ponieważ w tłumaczeniu Lady Bird znaczy Biedronka, potocznie ustawę tę nazwano Ustawą Biedronki.

Technika cyfrowa – zmieniła outdoor

W latach 90. XX wieku technika cyfrowa przeobraziła rynek reklamy. Pojawiły się cyfrowe nośniki, możliwość „rozpoznawania” przez billboard swojej grupy docelowej – wyświetlania spersonalizowanych treści, projektory umożliwiające wyświetlenie reklamy na zachmurzonym niebie, a nawet nośniki umieszczane w kosmosie na statkach kosmicznych. Rozwój techniki umożliwił też szybki rozwój reklamy ambientowej – np. na wiatkach przystankowych.

OUTDOOR W POLSCE

W Polsce mieliśmy prawie całą historię reklamy zewnętrznej. W przyspieszonym tempie przechodziliśmy przez okres wielkiego boomu, okres partyzancko-folklorystyczny aż do względnej stabilności.

Pierwszymi reklamami zewnętrznymi w Polsce były niewielkie opaski na kioskach, tzw. stripy. Montowała je szwajcarska firma Plakanda. Pierwsze tablice wielkoformatowe zaczęły montować Europlakat i Outdoor Promocja Plakatu – do końca 1991 roku było ich w Warszawie 120. Najstarsza kampania outdoorowa w Polsce to promocja firmy IBM z okazji jej wejścia do Polski. Na plakacie umieszczony był wielki bukiet błękitnych róż i hasło „Powodzenia Polsko”. Reklamy irytowały niektórych swoim protekcyjnym tonem, dlatego często dopisywano na nich złośliwie „Powodzenia IBM”.