

Kreativ News

Berlin, 03.05.2011

Beck's Gold bricht mit dem Alltag

Wartehallen und City Light Poster der Wall AG in neuem Gewand

Beck's Gold spielt mit dem Berliner Stadtbild: Ab heute verwandeln sich fünf Wartehallen der Wall AG in gemütliche Wohnzimmer. Für eine wohnliche Atmosphäre sorgen Relax-Sofas und Wartehallenganzbeklebung im Wohnzimmer-Look. Getreu dem Motto der Beck's Gold-Kampagne „Think fresh“ können die Wartenden nun eine willkommene Pause im sonst so hektischen Stadtleben einlegen. Abgerundet wird die Sonderumsetzung von zehn City Light Postern, die den Rahmen sprengen und sich in Übergröße präsentieren. Zu sehen ist die Beck's Gold-Kampagne in KW 18 in Berlin.

„Die Kampagne, die national neben Out-of-Home auch auf TV, Digital und PR setzt, hinterfragt gelernte Alltagsmuster. Wir wollen anregen, Dinge auch einmal anders zu betrachten und dadurch den Freiraum schaffen, immer wieder Neues zu entwickeln“, erklärt Oliver Bartelt, Manager Communications bei InBev Deutschland. Der Brauereikonzern startet für seine Marke Beck's in diesem Jahr eine breit angelegte Kommunikationsoffensive und setzt dabei auch auf bewusst polarisierend angelegte Out-of-Home-Maßnahmen. Ziel des Brauereikonzerns sei es, Beck's Gold weiter als innovativ orientierte Marke zu positionieren.

Fact Sheet

Außenwerber:	Wall AG
Kunde:	Beck's
Kreativagentur:	McCann Erickson
Media-Agentur:	Jost von Brandis
Medium:	Wartehallenbeklebung mit Sofa-Dekoration; Übergroße City Light Plakate
Umsetzung:	Berlin
Zeitraum:	KW 18

Key-Facts für den Wall-Konzern:

- Internationaler Stadtmöblierer und Außenwerber in vier Ländern und über 50 Metropolen und Großstädten, u.a. in Berlin, Budapest, Düsseldorf, Istanbul und Sofia
- Teil des internationalen Konzerns JCDecaux, der Nummer 1 der Außenwerbung weltweit
- Innovative Stadtmöbel in höchster Designqualität mit 28 verschiedenen Designlinien
- Maßgeschneiderte Lösungen durch eigenes Forschungs- und Entwicklungszentrum
- Höchstes Qualitätsniveau durch eigene Produktion, Wartung und Reinigung
- Intelligente Außenwerbung an rund 65.000 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.505 Flächen an Transportmitteln, wie Tram, Bus, U-Bahn und LKW
- Nationale Vermarktungskompetenz durch den Vertriebsbereich WallDecaux Premium Outdoor Sales mit vier regionalen Verkaufsbüros in Deutschland
- Größter Anbieter in Deutschland für das Format City Light Poster (CLP)
- Vermarktungsportfolio in Deutschland: analoge und digitale Werbeflächen in 36 Großstädten, AirportNet, ShoppingNet, Leipziger Hauptbahnhof, Berlinale, bluespot, LKW-Werbemedium RollAd sowie Transportmedien in Berlin, inkl. aller U-Bahn-Stationen
- Mitarbeiter: 753 (Stand: 31.12.2010)

Für Rückfragen:

Frauke Müller

Leiterin Unternehmenskommunikation der Wall AG

Tel.: 030-33899-381

Fax: 030-33899-168

Mobil: 0170-7815306

E-Mail: mueller@wall.de

www.wall.de