



## Presseinformation

# RollAd überzeugt: Michelin, Tank & Rast sowie Katjes werben bundesweit via RollAd

## Auftragsvolumen von mehr als 800.000 Euro

**Berlin/Landau, 29. März 2010.** LKW-Werbung im Aufwind: Gleich drei große Marken – der Reifenhersteller Michelin, der Dienstleister Tank & Rast sowie der Süßwarenproduzent Katjes – entschieden sich für das Kampagnenmedium RollAd.

Das Auftragsvolumen der drei aktuellen Kampagnen beträgt mehr als 800.000 Euro. Insgesamt rollen rund 500 LKWs jeweils mehrere Wochen lang über das bundesweite Autobahnnetz. Tank & Rast warb bereits im Sommer 2009 acht Wochen lang via RollAd. Die erneute Buchung des Kunden beweist die Effektivität des Mediums. Damit die Botschaften ankommen, stehen pro RollAd LKW-Auflieger über 40 Quadratmeter Werbefläche auf den Heck- und Seitenteilen zur Verfügung. Mit der flexiblen LKW-Werbung rollen die Autofahrer affinen Marken direkt ins Blickfeld der begehrten Zielgruppen Vielfahrer und Berufspendler.

Fritz Grünewalt, Geschäftsführer der trans-marketing GmbH, freut sich über die Auftragsabschlüsse: „Die anhaltend hohe Nachfrage zeigt, dass RollAd einen Nerv im Werbemarkt trifft.“

Auch die Wall AG sieht das gemeinsam Erreichte positiv. Daniel Wall, Vorstandsvorsitzender der Wall AG: „Die im Sommer 2009 durchgeführte Roadshow, bei der auch RollAd im Fokus stand, erwies sich als effizienter Impulsgeber. Wir sind überzeugt, dass wir mit dem innovativen Medium RollAd auch weitere Marken als Kunden gewinnen können, die LKW-Werbung bisher nicht in Erwägung gezogen haben.“

RollAd wurde von der trans-marketing GmbH entwickelt, an der die Wall AG seit 2007 beteiligt ist. Seit 2009 wird RollAd zudem exklusiv von der Wall AG vermarktet. Wie zu Beginn der Woche bekanntgegeben, hält die Wall AG ab sofort mehr als 75 Prozent der Anteile an der trans-marketing GmbH.

Werbetreibende profitieren bei RollAd von dem Einsatz modernster Trailer-Telematik. Beispielsweise können Michelin, Tank & Rast und Katjes ihr jeweiliges Zielgebiet über eine Autobahnauswahl eingrenzen. Darüber hinaus bietet das Online-Portal „RollAd campaign“ größtmögliche Transparenz. Denn RollAd-Kunden können die LKW-Routen aller Kampagnen in Echtzeit verfolgen und erhalten abschließend eine exakte Kampagnendokumentation für die tatsächlich erzielten Kontaktchancen auf der Autobahn.



### **Key-Facts für den Wall-Konzern:**

- Internationaler Stadtmöblierer und Außenwerber in sechs Ländern und über 50 Metropolen und Großstädten, u.a. in Berlin, Budapest, Düsseldorf, Istanbul und Sofia
- Innovative Stadtmöbel in höchster Designqualität, 28 verschiedene Designlinien
- Maßgeschneiderte Lösungen durch eigenes Forschungs- und Entwicklungszentrum
- Höchstes Qualitätsniveau durch eigene Produktion, Wartung und Reinigung
- Intelligente Außenwerbung an mehr als 65.000 leistungsstarken Werbeflächen, darunter an 6.527 Transportmitteln, wie Tram, Bus, U-Bahn und LKW
- Hohe Vermarktungskompetenz durch nationales und internationales Salesteam in 10 Verkaufsbüros
- Vermarktungsportfolio in Deutschland: 27 Großstädte, AirportNet, ShoppingNet, Leipziger Hauptbahnhof, Berlinale, bluespot, RollAd auf der Autobahn und Transport Media in Berlin incl. aller U-Bahn-Stationen
- Umsatz 2008: 114,7 Mio. Euro, Mitarbeiter: 717

Für weitere Informationen, Rückfragen und Bildmaterial:

Wall AG  
Frauke Müller  
Pressesprecherin  
Mobil: 0170-7815342  
Tel: 030-33899-381  
Mail: [mueller@wall.de](mailto:mueller@wall.de)  
[www.wall.de](http://www.wall.de)