

Presseinformation

Berlin, 15.05.2013

Doppelseitig digital: Wall AG rüstet digitale CLB-Anlagen auf

Berlinweites Netz wird von 20 auf 36 digitale Werbeflächen vergrößert

Heute hat der Berliner Stadtmöblierer und Außenwerber Wall AG mit der Umrüstung seiner digitalen City Light Boards (DCLB) in Berlin begonnen. Die bisher einseitig mit einer digitalen Werbefläche ausgestatteten Anlagen werden nun mehrheitlich durch eine doppelseitige Version ersetzt. Damit sind in Kürze die Werbebotschaften nicht nur aus beiden Fahrtrichtungen auf dem Werbeträger sichtbar, sondern sie werden dank des ebenfalls neu eingebauten LED-Display mit 8mm Pixel Pitch und höherer Auflösung in noch besserer Qualität präsentiert. Insgesamt 36 digitale Werbeflächen stehen den Werbungtreibenden dann in Kürze als DCLB-Netz zur Verfügung.

Im Zuge des Aufbaus der zweiseitigen DCLB-Anlagen steigert Wall zeitgleich die Leistungsfähigkeit seiner digitalen Großflächen. Alle DCLBs verfügen dann über neue LED-Screens mit 8mm, statt zuvor 10mm, Pixel Pitch. Die Werbebotschaften und -motive werden dank der neuen, höheren Auflösung in noch nie dagewesener Bild- und Lesequalität auf den Werbeflächen präsentiert.

Daniel Wall, Vorstandsvorsitzender der Wall AG: „Mit dem Aufbau der doppelseitigen DCLBs beweisen wir uns erneut als Innovationsführer unserer Branche. Die DCLBs unseres Unternehmens waren 2011 die ersten digitalen Werbeanlagen auf öffentlichem Grund. Wir sind stolz, dass wir heute mit dem Ausbau dieses einmaligen, digitalen Premium-Angebots beginnen und unseren Kunden in Kürze eine noch bessere Präsentationsmöglichkeit für ihre Werbebotschaften bieten können.“

Das DCLB-Netz in der deutschen Hauptstadt kann in Vollbelegung mit insgesamt 36 Werbeflächen oder in Teilbelegung mit 18 Flächen gebucht werden.

Auch außerhalb Berlins geht der Ausbau des digitalen Großflächenangebots voran:

Am Nürnberger Flughafen sind ab sofort zwei normale DCLB-Anlagen buchbar, ein einseitiges sowie ein doppelseitiges Modell. Diese werden über WallDecaux Premium Outdoor Sales als auch direkt über die Stadtreklame Nürnberg vermarktet. Bis Ende des Jahres wird die Wall AG darüber hinaus drei weitere DCLB-Anlagen am Düsseldorfer Flughafen errichten.

Für den neuen, einzigartigen LED Motion Drive, bestehend aus fünf LED-Großflächen entlang der Terminal 1-Vorfahrt an Deutschlands größtem Flughafen Frankfurt am Main, fungiert die Wall AG zudem als Technologie-Dienstleister. Die Vermarktung dieser Werbeflächen erfolgt dabei ausschließlich über den zuständigen Vermarkter Media Frankfurt.

Key-Facts für den Wall-Konzern:

- Internationaler Stadtmöblierer und Außenwerber in Deutschland und der Türkei
- Teil des internationalen Konzerns JCDecaux, der Nummer 1 der Außenwerbung weltweit
- Innovative Stadtmöbel in höchster Designqualität mit mehr als 28 verschiedenen Designlinien
- Maßgeschneiderte Lösungen durch eigenes Forschungs- und Entwicklungszentrum
- Höchstes Qualitätsniveau durch eigene Produktion, Wartung und Reinigung
- Intelligente Außenwerbung an mehr als 93.300 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.635 Flächen an Transportmitteln, wie Tram, Bus, U-Bahn und LKW
- Nationale Vermarktungskompetenz durch den Vertriebsbereich WallDecaux Premium Outdoor Sales mit fünf regionalen Verkaufsbüros in Deutschland
- Größter Anbieter in Deutschland für das Format City Light Poster (CLP)
- Vermarktungsportfolio in Deutschland: analoge und digitale Werbeflächen in rund 60 Städten, AirportNet, ShoppingNet, Leipziger Hauptbahnhof, Berlinale, Smartphone-App *U snap*, bluespot, LKW-Werbemedium RollAd sowie Transportmedien in Berlin, inkl. aller U-Bahn-Stationen
- Mitarbeiter: 1.067, Stand: 31.03.2013

Für Rückfragen:

Wall AG
Frauke Bank
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0)30 / 33 8 99-381
E-Mail: frauke.bank@wall.de
www.wall.de