

## Presseinformation

31.08.2011

# **„Premium Digital“: Wall AG startet in Berlin erstes Netz mit 20 digitalen Werbeträgern im Straßenland**

## **Hauptstadt Berlin wird Schaufenster für innovative Außenwerbung**

**Die Wall AG setzt ihre digitale Strategie für Deutschland fort und betritt Neuland in der digitalen Außenwerbung: Seit dem 29. August steht in Berlin das erste Netz digitaler Werbeträger im öffentlichen Straßenland bereit. Unter dem Namen „Premium Digital“ können Werbetreibende erstmals zwanzig digitale City Light Boards (DCLB) im 18/1-Format für ihre Kampagnen buchen. Die neuen Werbeträger sind eine Weiterentwicklung der analogen City Light Boards und bieten maximale Flexibilität in der Kampagnensteuerung. Als Startkunden präsentieren sich u.a. BMW, Nike und Vattenfall auf den neuen digitalen Werbeträgern im Straßenland.**

Daniel Wall, Vorstandsvorsitzender der Wall AG: „Wir setzen konsequent auf den Zukunftsfaktor Digitalisierung. Nach dem Erfolg des digitalen U-Bahnhofs Friedrichstraße gehen wir jetzt einen Schritt weiter und machen die Hauptstadt Berlin erneut zum Schaufenster für innovative Außenwerbung. Mit dem neuen DCLB-Netz bringen wir digitale Außenwerbung erstmals nach draußen auf die Straße und bieten unseren Werbekunden an Top-Standorten hochwertige digitale Werbeträger für ihre Kampagnen. Durch die neue Qualität der Präsentation und durch die erhöhte Geschwindigkeit unseres Mediums beginnt für die Außenwerbung eine neue Ära.“

Andreas Prasse, Vorstand Marketing und Vertrieb der Wall AG, ergänzt: „Die neuen digitalen City Light Boards sind ein weiteres Highlight im Portfolio von WallDecaux Premium Outdoor Sales. Sie eröffnen neue Möglichkeiten der zeitlichen und standortspezifischen Kampagnensteuerung im Berliner Straßenland. Konkret heißt das: Unsere Werbekunden können die Inhalte ihrer digitalen Plakate je nach Tageszeit oder Wochentag variieren und sogar die Botschaften je nach DCLB-Standort individuell bestimmen. Das schafft maximale Flexibilität und ein hohes Kreativpotenzial für die Umsetzung von Werbekampagnen.“

Die digitalen City Light Boards sind eine Weiterentwicklung der analogen City Light Boards. Sie präsentieren sich im 18/1-Format auf einem 9 m<sup>2</sup> LED-Bildschirm, der für eine optimale Darstellung der digitalen Plakate im Straßenland sorgt. Um die Verkehrssicherheit zu gewährleisten, erfolgt die Anzeige der Werbebotschaften ausschließlich in Form von digitalen Standbildern. Für das DCLB-Netz wurden insgesamt zwanzig bestehende City Light Boards an hoch frequentierten und aufmerksamkeitsstarken Standorten in Berlin modernisiert und auf digitale Technologie umgestellt. Das Design der digitalen City Light Boards stammt aus den Händen des Berliner Designstudios IONDESIGN, an dem die Wall AG als Partner beteiligt ist. Alle DCLB-Standorte befinden sich an Hauptverkehrsachsen in Berlin, zum Beispiel am

Kaiserdamm, am Jakob-Kaiser-Platz, in der Nähe des Kurfürstendamms und rund um das Messegelände. Mit drei Millionen Kontakten pro Woche bieten sie Werbetreibenden hohe Reichweiten für ihre Kampagnen  
(Quelle: ma Plakat 2010).

Der Automobilkonzern BMW weiß die ausgezeichnete Standortqualität der neuen digitalen City Light Boards und den direkten Kontakt zur Zielgruppe Autofahrer zu schätzen und ist einer der ersten Premium Digital-Werbekunden auf dem neuen DCLB-Netz im Berliner Straßenland. „Die Entwicklung der DCLBs von Wall haben wir als Mediaagentur von Anfang an beobachtet und waren uns aufgrund der sensationellen Qualität der Flächen schnell sicher, dass sie eine ideale Kommunikationsplattform für unsere Kunden darstellen – insbesondere auch für BMW: Mit dem Einsatz dieses neuen Mediums bestätigt BMW den Anspruch, First Mover in der Kommunikation zu sein. Wir glauben, dass die neuen Flächen von Wall ein Meilenstein in der digitalen Außenwerbung in Deutschland sein werden“, so Christian Kaeßmann, Geschäftsleiter bei Deutschlands größter inhaber- und partnergeführten Mediaagentur Mediaplus.

#### **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 mehr als 28 verschiedenen Designlinien
- Maßgeschneiderte Lösungen durch eigenes Forschungs- und Entwicklungszentrum
- Höchstes Qualitätsniveau durch eigene Produktion, Wartung und Reinigung
- Intelligente Außenwerbung an europaweit rund 89.800 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.475 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**

##### **Wall AG**

Frauke Müller  
Leiterin Unternehmenskommunikation  
Tel.: +49 (0)30 / 33 8 99-325  
E-Mail: [presse@wall.de](mailto:presse@wall.de)

##### **Mediaplus**

Florian Stemmler  
PR-Referent  
Tel.: +49 (0)89 2050-2271  
E-Mail: [f.stemmler@serviceplan.com](mailto:f.stemmler@serviceplan.com)