

Pressemitteilung

12. März 2014

WallDecaux und Schweiz Tourismus sagen „Grüezi!“ in Leipzig

Außenwerber gestaltet Wartehallen der Straßenbahnlinie 16 in Leipzig mit den schönsten Motiven der Schweizer Städte

In 19 Minuten durch neun Schweizer Städte: Zwischen dem Leipziger Hauptbahnhof und dem Messegelände verwandeln die Spezialisten von WallDecaux im Auftrag von „Schweiz Tourismus“ die Haltestellen in begehbare Präsentationen. Anlässlich der Leipziger Buchmesse mit dem Schwerpunktland Schweiz ist in der Innenstadt ein Themenpfad entstanden, der das Alpenland von seiner urbanen Seite zeigt.

Breit spannt sich die Kapellbrücke in Luzern über den Fluss Reuss, in dessen Mitte der mittelalterliche Wasserturm steht. Als Wahrzeichen prägt der Grossmünster mit den 62 Meter hohen Türmen wiederum das Stadtbild von Zürich. Nicht das Matterhorn, Almhütten oder Bergseen werden in der Werbekampagne zur Buchmesse den Leipzigern und Besuchern an der Tramlinie 16 gezeigt, sondern die schönsten Stadtzentren der Schweiz.

Die Schweiz ist dieses Jahr Schwerpunktland des größten Branchentreffens des Buchhandels. Vor diesem Hintergrund macht die Marketingorganisation Schweiz Tourismus auf die kulturellen und historischen Reize der Schweizer Städte als Reiseziele aufmerksam: Die Vielfalt Basels, der Charme Berns oder die Internationalität Genfs sollten sich im Zentrum der Messestadt wiederfinden und je nach Sprachgebiet mit einem „Grüezi - Bonjour - Bongiorno“ die Leipziger und Besucher der Buchmesse willkommen heißen. Wie ein roter Faden zieht sich die Präsenz der Schweizer Innenstädte durch Leipzig. 14 Wartehallen der Straßenbahnlinie 16 auf der Strecke Hauptbahnhof - Messe wurden mit großformatigen Motiven etwa von Basel, Lausanne, Luzern und Zürich beklebt. Die Experten für Außenwerbung von WallDecaux haben die Spezialfolien produziert und an nur einem Tag an allen Haltepunkten angebracht.

Die Gestaltung der Wartehallen ist ein Teil der Aktionen von Schweiz Tourismus in Leipzig: 220 City Light Poster zeigen in der ganzen Stadt ebenfalls die Panoramen mit dem „Grüezi in ...“ darauf.

Bernd M. Peschel, Leiter des Verkaufsbüros Berlin der Wall AG: „Mit der vollständigen Gestaltung aller Wartehallen einer Straßenbahnlinie zeigen wir, was zusätzlich zu City Light Postern alles möglich ist. Ich freue mich sehr, dass wir mit Schweiz Tourismus einen Partner gewinnen konnten, dessen aussagekräftige Kampagne durch das Branding unserer Wartehallen perfekt in Szene gesetzt wird. Ein kleines Stück Schweiz befindet sich nun mitten in Leipzig.“

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 97.000 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.452 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: 1.075, Stand: 31.12.2013

Für Rückfragen:

Wall AG

Michael Wehran, Leiter Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0)30 / 33 8 99-140

E-Mail: michael.wehran@wall.de

www.wall.de