

Presseinformation

01.12.2014

Wall AG startet Digitalen Adventskalender

Im U-Bahnhof Friedrichstraße öffnet sich ab dem 1. Dezember jeden Tag ein Türchen für den guten Zweck. Auf den digitalen Werbeflächen der Wall AG rufen Berliner Projekte und Initiativen in kurzen Spots zu Geld- und Zeitspenden auf.

Adventskalender gehören in die Weihnachtszeit wie Glühwein, Zimtsterne und bunte Lichterketten. Neben der traditionellen Weihnachtsbeleuchtung auf dem Ku'damm organisiert die Wall AG dieses Jahr zum ersten Mal einen eigenen Adventskalender: Auf den digitalen Werbeflächen des U-Bahnhofs Friedrichstraße werden 24 Berliner vorgestellt, die sich in einem gemeinnützigen Verein engagieren. In 60-Sekunden-Clips beschreiben sie ihr Engagement und geben Einblicke in ihre Arbeit. Dabei stehen nicht die Organisationen selbst im Mittelpunkt, sondern die Menschen dahinter, die alles zusammenhalten.

Neben der *Berliner Tafel* finden sich Projekte wie *I am Jonny*, *Stolpersteine*, die *Notfallseelsorge* und das *Heimwegtelefon* im Adventskalender. Den Initiativen ist eine hohe Aufmerksamkeit gewiss: 50.000 Fahrgäste nutzen den U-Bahnhof täglich und verweilen dort im Schnitt fünf Minuten.

Daniel Wall, Vorstandsvorsitzender der Wall AG, sagt: „Der Digitale Adventskalender liegt mir sehr am Herzen, weil den vielen engagierten Berlinerinnen und Berlinern auf diese Weise eine Plattform für ihre großartige Arbeit geboten wird. Im U-Bahnhof Friedrichstraße erreichen die sozialen Initiativen viele Menschen, die sich für ihre Stadt einbringen möchten. Die Wall AG bringt mit dem Adventskalender Spender und Freiwillige mit den Projekten zusammen. So wird auch für jeden Einzelnen sichtbar, wie viel gesellschaftliches Engagement in Berlin geleistet wird.“

Alle Clips vom U-Bahnhof Friedrichstraße werden ab dem 1. Dezember auch auf der Wall-Internetseite gezeigt: www.wall.de/adventskalender

Folgende Projekte werden beim Wall-Adventskalender vorgestellt:

- „LeNa“ > ev. Johannesstift
- „Kältehilfe“
- „Berliner Tafel“ mit drei Portraits: „KIMBA“, „Klassik“ und „Laib & Seele“
- „I Am Jonny“
- „blu:boks Berlin“
- „Kindermusical“
- „Kontakte schaffen Leben“
- „Stolpersteine“
- „Goldnetz“
- „Herzenswünsche“
- „Morus 14“ mit drei Portraits von drei Schülerhelfern

- „Bündnis gegen Homophobie“
- „Notfallseelsorge“
- „Schulfrühstück in Reinickendorf“
- „Berliner helfen“
- „Die gelbe Villa“
- „Himmelbeet“
- „Heimwegtelefon“
- „rechenfix & wortgewandt“
- „Weihnachtsbeleuchtung der Wall AG am Ku’damm“

Die wichtigsten Fakten 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 92.500 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.214 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: 1.076, Stand: 30.09.2014

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