

## Presseinformation

### Wall AG fördert die Berliner Kultur **Vorhang auf für die Premierenplakate**

**Berlin, 23. Dezember 2014. Von Jungfernheide bis zum Frankfurter Tor, von Tempelhof bis zur Osloer Straße – die Kunden der Wall AG können ab sofort an den besten 25 U-Bahnstationen Berlins digital werben. Nachdem der Stadtmöblierer und Außenwerber bereits in der Friedrichstraße den ersten U-Bahnhof weltweit mit ausschließlich digitalen Werbeflächen betreibt, hat das Unternehmen nun sein digitales Netz in der U-Bahn deutlich ausgebaut.**

Doch nicht nur Konsumenten von Autos, Schokoriegeln oder Fernreisen werden angesprochen – die Wall AG hat auch für Opernliebhaber und Theaterfans einen neuen Service entwickelt: Als Unternehmen, das sich seit Jahrzehnten in Berlin engagiert, informiert der Außenwerber künftig über Erstaufführungen und Ausstellungseröffnungen in den großen Berliner Kulturhäusern. Diesen, für die Kulturhäuser kostenlosen Service bietet der Außenwerber unter dem Namen „bluespot Premieren“ der Hauptstadtkultur an.

Die Innovation hatte nun selbst Premiere: Nach den nötigen Probeläufen lief mit der Operette „Arizona Lady“ in der Komischen Oper und dem Stück „Marlene“ im Renaissance-Theater nun offiziell die erste Ankündigung im Netz der insgesamt 25 U-Bahnhöfe mit 75 Digitalen Werbeflächen.

Vorstandsvorsitzender Daniel Wall erklärt dazu: „Die Vorteile digitaler Werbeflächen liegen auf der Hand: Motive und Inhalte erreichen den Kunden schneller und können einfacher verändert und angepasst werden. Mit den bluespot Premieren hat die Wall AG einen modernen digitalen Kommunikationskanal mit hoher Reichweite für Kulturstätten der Stadt aufgebaut. Traditionell unterstützen wir die Berliner Kunstszene und engagieren uns für die Stadt – nun haben wir ein weiteres Angebot geschaffen, mit dem wir dem kreativen Berlin unter die Arme greifen.“

Kulturstaatssekretär Tim Renner freut sich über das Premierenplakat: „Diese neue Form der Kulturförderung durch die Wall AG ist großartig – und auch technisch innovativ. Damit passt sie sehr gut zu unserer Stadt mit ihrer vielfältigen Kulturszene. So werden die Bühnen und Museen unserer Stadt nun noch besser sichtbar; viel mehr Berliner und Berlin-Besucher werden auf unsere Theater, Opern und Ausstellungen aufmerksam. Das Premierenplakat ist eine Bereicherung für die Kulturstadt Berlin. Herzlichen Dank an die Wall AG.“

Mit den Premierenplakaten bietet Wall gleichzeitig eine weitere moderne Funktion, die eine Brücke vom Plakat zum Smartphone schlägt: Sogenannte Beacons, kleine Chips in den Vitrinen, senden ein Signal, das sich auf dem Telefon des U-Bahnfahrergasts meldet. Klickt er die Nachricht an, gelangt er zu weiterführenden Informationen: etwa zur Beschreibung der Opernhandlung und zu Eintrittskarten. Voraussetzung dafür ist lediglich eine App – die Wall eigene „bluespot App“ – und natürlich, dass der Nutzer diese Informationen via Beacon überhaupt erhalten möchte. Alternativ zu den Beacons lassen sich die Informationen auch mittels QR Code oder NFC erkennen.

Die App „bluespot City Guide“ von Wall kann im Google Playstore (Android) und App Store (iPhones) heruntergeladen werden.

#### **Die wichtigsten Fakten über 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 95.500 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.252 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, bluespot, LKW-Werbemedium RollAd sowie Transportmedien in Berlin, inkl. aller U-Bahn-Stationen
- Mitarbeiter: 1.076, Stand: 31.09.2014

#### **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