

Pressemitteilung

Berlin/ Hamburg, 31. August 2015

Hamburg wirbt digital

WallDecaux startet Vermarktung der ersten digitalen City Light Poster Deutschlands

Im Herzen der Hansestadt, auf dem Jungfernstieg und entlang der Mönckebergstraße, startete heute WallDecaux, die gemeinsame Vertriebsmarke der Wall AG und JCDecaux, die Vermarktung der ersten digitalen Werbeflächen im City Light Poster-Format. An den exklusivsten Adressen der Stadt stehen als DigitalDeluxeNet nun insgesamt 18 digitale Werbeträger in Full HD-Qualität, entweder integriert in Wartehallen oder alleinstehend als Stadtinformationsanlagen, für Werbungtreibende bereit. Die freistehenden digitalen Werbeflächen sind dabei nicht nur in Deutschland, sondern in Europa ein absolutes Novum für die Branche. Die Anlagen sind in ihren Maßen nahezu identisch mit den analogen Vorgängermodellen und bieten ca. 2 Quadratmeter Platz für die Werbebotschaft der Kunden – und das an den exklusivsten Adressen der Stadt.

Die Lage der digitalen City Light Poster in den belebten Straßen Hamburgs ist optimal: hohe Fußgängerfrequenzen, kombiniert mit der technischen Qualität der Anlagen, garantieren größte Aufmerksamkeit. Das digitale Plakat spielt auch bei der Kreation seine Vorteile aus. Motivanimationen lassen neue Produktinszenierungen zu. Das Medium bietet dabei größtmögliche Flexibilität. So können Kampagnenbotschaften zum Beispiel je nach Wetterlage gesteuert werden: Steigt die Temperatur über 25 Grad Celsius wird etwa Werbung für kühle Getränke gezeigt. Tagesaktuelle Headlines können von einem Medienpartner präsentiert oder unterschiedliche Motive geolokalisiert gesteuert werden.

Für alle Smartphone-Nutzer relevant: Die Anlagen sind mit iBeacons, QR-Code und NFC-Schnittstellen ausgestattet. So können Kampagnen online auf mobile Endgeräte verlängert werden. Die Smartphone-Nutzer werden aber auch selbst Teil der Werbung auf den digitalen Plakaten, denn nutzergenerierter Inhalt, wie etwa Twitter-Feeds, lassen sich problemlos darstellen. Werbungtreibende schaffen so eine aktive Beteiligung ihrer Zielgruppen und bieten ihnen eine Möglichkeit zu reagieren.

Andreas Prasse, Vorstand Marketing und Vertrieb der Wall AG, zum Start des DigitalDeluxeNet in Hamburg: „Ich freue mich sehr, unseren Kunden und Partnern die neuen digitalen City Light Poster an Premiumstandorten präsentieren zu dürfen. Unser Unternehmen setzt auf digitale Innovation in der Außenwerbung und davon profitieren sowohl unsere Werbekunden als auch Agenturpartner. Unsere Produkte sind genau da, wo sich die Hamburger bewegen und ihre Kaufentscheidung treffen.“

Das DigitalDeluxeNet ist ab sofort buchbar als Tages- oder Wochenbelegung. Jedes Motiv wird 10 Sekunden angezeigt. Werbungtreibende können zwischen ein bis sechs Slots im Netz belegen.

Mit dem Vermarktungsauftritt der neuen digitalen Werbeflächen in Hamburg ist WallDecaux erneut der Innovationstreiber der Branche. Der Außenwerber plant einen weiteren Ausbau der digitalen Anlagen in der Hansestadt sowie den Aufbau in Köln und anderen deutschen Großstädten in den nächsten Monaten.

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 91.600 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.336 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, YummieNet, Smartphone-App bluespot, LKW-Werbemedium RollAd sowie Transportmedien in Berlin, inkl. aller U-Bahn-Stationen, darunter 75 digitalen Werbeflächen auf 25 Stationen
- Mitarbeiter: 1.056, Stand: 30.06.2015

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