

Botschaften mit Strahlkraft

City Light Medien



WallDecaux
Premium Outdoor Sales



15 Mio.
Einwohner*

4/1 City Light Poster
8/1 City Light Säule
18/1 City Light Board
CLP Touch
Bluetooth
Poster to mobile
AirportNet
ShoppingNet

**Werbung, die
niemals schläft**

*werden mit den WallDecaux City Light Medien erreicht; München: Vermarktung im Auftrag der DSMDecaux GmbH

Auf Augenhöhe mit Ihren Kunden

4/1 City Light Poster

Die große Stärke der City Light Poster ist ihre Omnipräsenz im Stadtbild. Ihre gleichmäßige und flächendeckende Streuung über das gesamte Stadtgebiet in Wartehallen, Stadtinformationsanlagen an Hauptverkehrsstraßen sowie in hochfrequentierten öffentlichen Einrichtungen wie U-Bahnhöfen, Flughäfen und Einkaufszentren garantiert hohe Kontaktwerte und eine reichweitenstarke Kommunikation bei der urbanen, mobilen Bevölkerung. Die hinterleuchteten City Light Poster setzen Werbebotschaften zugleich bei Nacht perfekt in Szene. Und das bedeutet: Aufmerksamkeit rund um die Uhr.

* Quelle: ma Plakat 2010, Vollbelegung WallDecaux CLP
Basis: WallDecaux-Städte



Hamburg, Mönckebergstraße



1 Mrd.
Kontakte innerhalb
einer Woche*

Optio H90
www.pentax.de
Fix your life » **PENTAX**

Wall

Münster, Ludgeristraße

* Quelle: ma Plakat 2010, Vollbelegung WallDecaux CLP
Basis: gesamtes Bundesgebiet

JIMMY CHOO
FOR H&M
Paillettenjacke 99,-
H&M

Wall

Berlin, Friedrichstraße



Düsseldorf, Königsallee



66,7
Durchschnittskontakte
in einer Woche*

Hamburg, Hafenstraße

* Quelle: ma Plakat 2010, Vollbelegung WallDecaux CLP
Basis: WallDecaux-Städte

In Überlebensgröße

8/1 City Light Säulen

Das außergewöhnliche Format, die Vollrotation sowie die Hinterleuchtung der Werbeflächen geben der City Light Säule ihren besonderen Charakter – und damit hohe Aufmerksamkeit und Reichweite. Sie stehen ausschließlich an hochfrequentierten Top-Standorten in Kreuzungsbereichen, Fußgängerzonen oder Einkaufsmeilen.

* Quelle: ma Plakat 2010, Vollbelegung WallDecaux CLS
Basis: gesamtes Bundesgebiet



Großes Kino für Ihre Werbung

18/1 City Light Boards

Auch Autofahrer haben ein Recht auf gute Unterhaltung: Präsentieren Sie Ihre Kampagne im Leinwandformat, durchschnittlich 23 Sekunden Kontaktdauer* sind Ihnen gewiss. Der Wechslermechanismus und die Hinterleuchtung dieses Premium-Werbeträgers sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit. Die City Light Boards sind formatgleich mit klassischen Großflächen und den 18/1 Traffic Boards an Bussen sowie Straßenbahnen und damit optimal kombinierbar.

* Quelle: ma Plakat, k-Wertfaktor „Kontaktchancendauer“, Fahrzeuge und Fußgänger im Mittel

** Quelle: ma Plakat 2010, Vollbelegung WallDecaux CLB Basis: gesamtes Bundesgebiet



Hamburg, Dammtor



* Quelle: ma Plakat 2010, Vollbelegung WallDecaux CLB
Basis: gesamtes Bundesgebiet

Köln, Siegburger Straße



Berlin, Leipziger Straße

Virales Marketing

Werbung mit „WOM“-Effekt*

CLP Touch, Bluetooth, Poster to mobile

City Light Poster mit interaktiven Funktionen sind spannend, unterhaltsam und aufsehenerregend. Über 68 Prozent der Nutzer erzählen im Freundeskreis davon – und werden so zu Multiplikatoren Ihrer Werbebotschaft. Durch die Mundpropaganda wird mit wenigen Standorten hohe Bekanntheit erreicht und eine Kampagne schnell zum Stadtgespräch. Über Poster to mobile oder City Light Poster mit Bluetooth-Funktion können Nutzer Zusatzinformationen auf das Handy erhalten. Das CLP Touch bietet zudem Entertainment auf Knopfdruck, zum Beispiel Filmsequenzen mit Tonspur.

*word of mouth: Mundpropaganda

**Quelle: Wirkung und Wahrnehmung von CLP Touch, Info GmbH 2009
Basis: CLP Touch wahrgenommen



Punktlandung bei attraktiven Zielgruppen

AirportNet

Klasse statt Masse – das ist die Zielrichtung für Flughafenwerbung. Ein hoher Anteil der Passagiere sind Geschäftsreisende, die Flughäfen mit großer Regelmäßigkeit besuchen. Das AirportNet ist damit das ideale Business-to-Business-Format. Ob inner- oder außerhalb des Flughafengebäudes – in den Ankunfts- und Abflugbereichen lassen sich sämtliche Passagiere gezielt ansprechen.

*Quelle: Media Frankfurt GmbH – Werbemonitor

Ich will versichert werden.
Nicht versichert.
Es gibt 82 Millionen Gründe für Deutschlands neue große
Versicherung. Wir freuen uns auf Ihren: www.ergo.de

ERGO
Versichern heißt verstehen.

44,1% Werbe-erinnerung*

Hamburg, Flughafenstraße

Der direkte Draht zum POS

ShoppingNet

Mit einer Kampagne im ShoppingNet sind Sie direkt am POS präsent und geben der Zielgruppe einen entscheidenden Impuls: Die Werbebotschaft wird im Shopping Center frisch ins Gedächtnis gerufen. 72 Prozent der Besucher von Shopping Centern treffen ihre Kaufentscheidung direkt vor Ort. Werben Sie dort, wo Sie Ihre Shops haben: lokal, regional oder national.

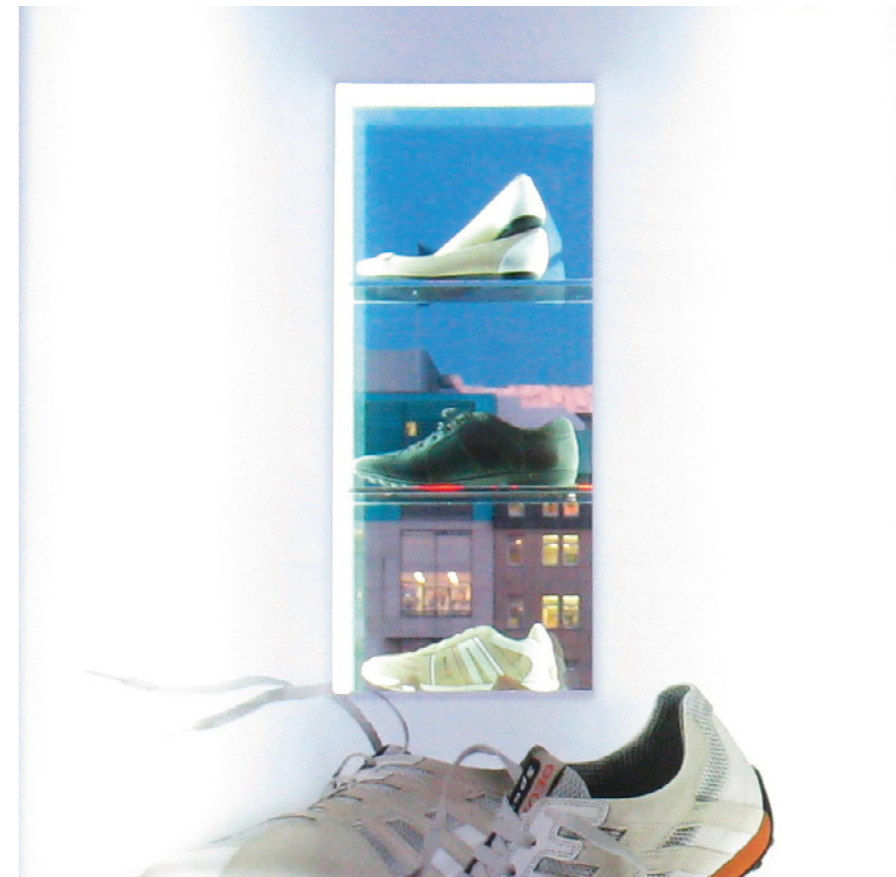


* Quelle: Universität Hamburg, Lehrstuhl Absatzförderung 2010



Innovate

**Unser Einsatz für
Ihre Kreativität**



WallDecaux

Ein Unternehmensbereich der Wall AG

Unternehmenszentrale Wall AG

Friedrichstraße 118 // 10117 Berlin

T +49 30 33899-0 // F +49 30 33899-295

Verkaufsbüros

Verkaufsbüro Ost

Friedrichstraße 118 // 10117 Berlin

T +49 30 33899-0 // F +49 30 33899-295

Verkaufsbüro Nord

Brandshofer Deich 48 // 20539 Hamburg

T +49 40 736033-0 // F +49 40 736033-99

Verkaufsbüro West

Kaistraße 7 // 40221 Düsseldorf

T +49 211 99977-0 // F +49 211 99977-99

Verkaufsbüro Süd

Rathausplatz 10-12 // Rheincenter

67059 Ludwigshafen

T +49 621 59134-0 // F +49 621 59134-99

Sales-Hotline
T +49 30 33899-333

WallDecaux

Premium Outdoor Sales

WallDecaux

Ein Unternehmensbereich der Wall AG

Unternehmenszentrale Wall AG

Friedrichstraße 118 // 10117 Berlin

T +49 30 33899-0

info@walldecaux.de

www.walldecaux.de

