

Presseinformation

Berlin, 14. Februar 2019

WallDecaux startet DigitalCityNet in Hamburg

Außenwerber schafft erstes digitales Innenstadtnetz

Der digitale Rollout von WallDecaux geht weiter - jetzt in Hamburg. WallDecaux startet am 14. Februar 2019 sein DigitalCityNet (DCN) in der Hansestadt. Damit erweitert der Außenwerber das bereits seit 2015 in der Stadt bestehende Digital Deluxe Net (DDN), das an den frequenzstärksten Straßen in der Innenstadt zu sehen ist, um weitere 50 digitale City Light Poster-Flächen (DCLP). Neben exklusiven Standorten rund um die Alster sind nun auch Stadtteile wie St. Pauli, Schanze, Eppendorf und Winterhude an das digitale Out-of-Home-Netz angebunden.

Ein weiteres Plus: Die intelligente Aussteuerung. Das DCN vereint die Vorteile der gesteigerten Reichweite mit bereits existenten technologischen Möglichkeiten digitaler Werbeträger: Effektive Angebotskampagnen mit tagesaktuellen Motiven oder auch die flexible Konsumentenansprache mittels veränderter Motive morgens, mittags und abends sind nur zwei Beispiele der vielfältig einsetzbaren, flexiblen Aussteuerung.

Die Kombination digital und analog ist die beste Empfehlung: Mit dem DigitalCityNet erreichen Werbungtreibende 45 Prozent Nettoreichweite. Wird es darüber hinaus mit 400 analogen City Light Postern kombiniert, steigt dieser Wert auf rund 87 Prozent oder eine absolute Nettoreichweite von 1,4 Millionen.

Die DCLP bewirken eine nachweislich bessere Werbeerinnerung und stärkere Aktivierung gegenüber den analogen Werbeträgern. Zudem ist ein signifikanter Anstieg der Kontaktqualität bei allen Zielgruppen festzustellen. Dieser "Digitaleffekt", die intensivere Wirkung der digitalen Werbeträger auf die Zielgruppen, ist durch die europaweit einmalige Studie von WallDecaux in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Trend Research belegt worden.

„Mit unserem DigitalCityNet gehen wir einen weiteren Schritt in der Digitalisierung der Stadt, vom reinen Zentrum in die breitere Innenstadtfläche“, so Andreas Prasse, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb WallDecaux. „Unternehmen können damit ihre Zielgruppe noch individueller und zielgerichteter ansprechen. In Kombination mit flexiblen analogen Paketen entsteht eine völlig neue Flexibilität der Außenwerbeplanung in der Hansestadt.“

Key-Facts für Wall:

- Stadtmöblierer und Außenwerber in Deutschland

- Teil von JCDecaux, der Nummer 1 der Außenwerbung weltweit
- Größter Anbieter in Deutschland für das Format City Light Poster (CLP)
- Leistungsstarke Außenwerbung mit mehr als 87.000 Werbeflächen an hochfrequentierten Standorten und an Transportmitteln wie Tram, Bus und U-Bahn
- Innovative Stadtmöbel in höchster Designqualität
- Eigenes Produktionswerk mit über 10.000 m² Produktionsfläche
- Höchste Qualitätsstandards bei Reinigung und Wartung der Stadtmöblierung durch festangestellte Mitarbeiter
- Deutschlandweite Vermarktungskompetenz durch WallDecaux Premium Out of Home mit fünf regionalen Verkaufsbüros in Deutschland
- Vermarktungsportfolio in Deutschland: analoge und digitale Werbeflächen in rund 50 Städten, darunter alle Millionenstädte wie Berlin, Hamburg, München und Köln
- Digitale Premium-Werbeflächen in Berlin, Hamburg, Köln, Düsseldorf, Bremen, Dortmund und Leipzig im Straßenbild sowie in 25 Berliner U-Bahnhöfen
- Mitarbeiter: 860, Stand: 31.12.2018

Für Rückfragen:

Wall GmbH
Frauke Bank
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0)30 / 33 8 99-379
E-Mail: frauke.bank@wall.de
www.wall.de