

# Pressemitteilung

Landeshauptstadt Dresden  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit  
Dr.-Külz-Ring 19  
01067 Dresden  
Tel.: (03 51) 4 88 23 90  
Fax: (03 51) 4 88 22 38  
presse@dresden.de  
www.dresden.de

| 4. Mai 2023

| PM

| JE

| Seite 1 von 2

---

## Dresden geht neue digitale Wege

Erste digitale Stadtinformationsanlagen in der Innenstadt vorgestellt

---

Insgesamt 35 digitale Stadtinformationsanlagen errichtet der Außenwerber Wall in Dresdens Innenstadt bis Ende des Jahres anstelle der bisherigen analogen Werbeträger. Gemeinsam stellten Baubürgermeister Stephan Kühn und Wall-Geschäftsführer Patrick Möller am Donnerstag, 4. Mai 2023, die ersten 22 digitalen Stadtinformationsanlagen in der Prager Straße der Öffentlichkeit vor. Mit exklusiven digitalen Kampagnen begleiteten die Partner Wall und die Landeshauptstadt Dresden in Kooperation mit der Semperoper, der Staatsoperette und dem tjg. theater junge generation, die Präsentation des neuen digitalen Informationsmediums.

---

Stephan Kühn, Bürgermeister für Stadtentwicklung, Bau, Verkehr und Liegenschaften, begrüßt die Umsetzung: „Mit der Neuausschreibung der Stadtwerbeverträge ging eine Prüfung aller bisherigen Werbestandorte einher. Die festgelegte Reduzierung von City-Light-Poster-Vitrinen im Stadtgebiet trägt wesentlich zur Aufwertung des Stadtbildes bei. Wir freuen uns, mit den neuen digitalen Stadtinformationsanlagen nun eine ergänzende Werbeträgerart im Portfolio zu haben, auf der wir städtische Werbekampagnen dort ausspielen können, wo die Dresdnerinnen und Dresdner sowie die Gäste der Stadt sie sehr gut wahrnehmen.“

---

Patrick Möller, Geschäftsführer Städtemarketing und Service von Wall: „Unsere neuen digitalen Stadtinformationsanlagen bieten der Stadt Dresden ein modernes Informationsmedium, das an hoch frequentierten Standorten in der Dresdner Innenstadt viele Menschen schnell erreicht. Sie erlauben die flexible Ausspielung von Inhalten und Informationen mit hoher Reichweite und sind gerade zur Bürgerinformation prädestiniert. Mit der Digitalisierung der Stadtinformationsanlagen in Dresden tragen wir zudem zu einer wirkungsvollen städtischen Kommunikationsinfrastruktur bei.“

### **Digitale Stadtinformationsanlagen mit vielseitigen Funktionen**

Dresden stärkt so seine städtische Kommunikationsstruktur mit einem hoch modernen Medium: digitale Stadtinformationsanlagen mit LCD-Screens im 75 Zoll-Format und Ultra-HD-Auflösung, die zu 100 Prozent mit Ökostrom betrieben werden. Mit der flexiblen Ausspielung von visuell-dynamischen Kampagnen und eigenen städtischen Werbeslots bietet dieses neue digitale Medium ein weitaus breiteres Funktionsangebot als die bisherigen analogen City-Light-Poster-Standorte. Zusätzlich lassen sich die digitalen Stadtinformationsanlagen auch in die Warn-Infrastruktur integrieren und können so vor Gefahren für die Bevölkerung warnen. Die Reinigung, Wartung und Instandhaltung der digitalen Stadtinformationsanlagen erfolgt über die Wall-Niederlassung in Dresden, in der rund 20 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt sind.

### **„Weniger ist mehr“ – Zahl der Werbestandorte sinkt drastisch**

Im Zuge der Modernisierung aller Werbeträger im Format City-Light-Poster reduziert Wall seine Werbestandorte in Dresden um knapp 60 Prozent und konzentriert sich stärker auf hoch frequentierte Premiumstandorte. Beispielhaft dafür ist die Prager Straße: Die Zahl der bisher 13 analogen Werbestandorte verringert sich mit Aufbau der digitalen Stadtinformationsanlagen hier auf acht.

### **Startwoche mit vier Kampagnen**

Mit einer eigenen digitalen Kampagne zum Tag des offenen Rathauses am Sonnabend, 17. Juni, eröffnete die Landeshauptstadt Dresden seinen neuen digitalen Kommunikationskanal, den sie auch zukünftig für Themen rund um die Stadt nutzen wird. Als Exklusivpartner präsentieren in der ersten Aushangwoche von Dienstag, 2. bis Dienstag 9. Mai, außerdem das tjg. theater junge generation in Kooperation mit der Staatsoperette Dresden sowie die Semperoper ihre Kampagnen in digitaler Premiumqualität. Für das tjg. und die Staatsoperette bedeutet die Kampagne eine doppelte Premiere. So werben sie auf den neuen Screens im Kleinformat für ihre erste gemeinsame Produktion, ein Familienmusical unter dem Titel „GRIMM! – Die wirklich wahre Geschichte von Rotkäppchen und ihrem Wolf“. Der Konzessionär Wall platziert in der ersten Aushangwoche schließlich selbst ein speziell für Dresden entwickeltes Kampagnenmotiv mit dem Slogan „Nu gugge ma Dresden – Jetzt digital“. Alle vier Motive wechseln im Rhythmus von zehn Sekunden.

### **Für Rückfragen:**

Wall GmbH

Frauke Bank, Leiterin Corporate Communications & Affairs

Telefon: 030-33899325

E-Mail: [presse@wall.de](mailto:presse@wall.de)

[www.wall.de](http://www.wall.de)