

News

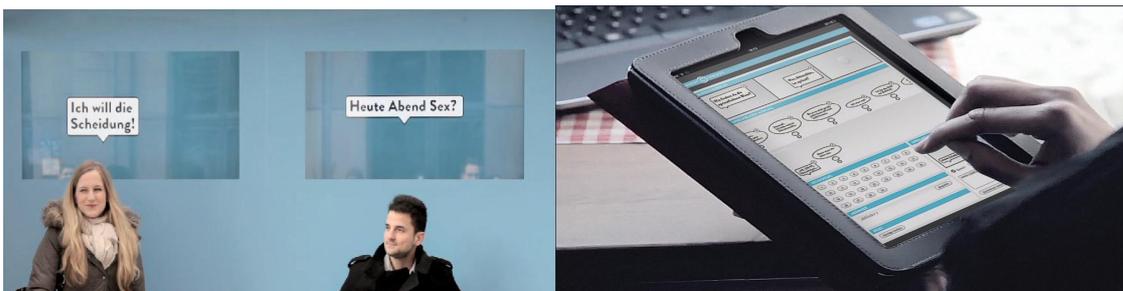
8. Mai 2012

WallDecaux gewinnt „Innovate International Campaign“ im März 2012

Comedy is everywhere - Comedy Central, Grey und WallDecaux inszenierten Comedy-Livestream in der Wartehalle

Mit einer interaktiven Außenwerbekampagne für den TV-Sender Comedy Central gewinnt WallDecaux in Kooperation mit der Agentur Grey die „Innovate International Campaign“ für den Monat März 2012. Bereits den Monat Januar 2012 konnte WallDecaux erfolgreich für sich entscheiden, durch die Kreativumsetzung für Mercedes-Benz Vans „Key to Viano“ im digitalisierten U-Bahnhof Friedrichstraße in Berlin.

Unter dem Motto „Comedy is everywhere“ verwandelten Comedy Central und Grey die Tram-Wartehalle der Wall AG am Hackeschen Markt in Berlin in eine live Comedy-Show im Stadtbild: Auf drei großen, in die Wartehalle integrierten, Monitoren sorgten Gedankenblasen mit wechselnden Inhalten für immer neue Situationskomik zwischen den wartenden Fahrgästen. Die Inhalte der Gedankenblasen konnten Fans von Comedy Central auf Facebook vorschlagen. Vor Ort wurde die Aktion von einem Moderator gesteuert und die besten Posts schafften es per Livestream auf die Monitore der Wartehalle. Passanten und Fahrgäste wurden so oft unbemerkt zu Akteuren in lustigen und skurrilen Situationen und standen über Sprechblasen plötzlich in einer Beziehung zueinander – ob turtelnd, liebebestrunken, neckisch oder dramatisch – die Situation endete immer mit einem „Happy End“.



Die Innovate International Campaign ist ein Wettbewerb des internationalen JCDecaux-Netzwerks. Eine Fachjury kürt monatlich unter allen Kreativeinsendungen der mehr als 50 Länder, in denen JCDecaux vertreten ist, die beste internationale Kampagne. Die Gewinnerkampagnen zeichnen sich aus durch herausragende Innovationskraft und außergewöhnliches Kreativpotenzial in der Außenwerbung.

Key-Facts für den Wall-Konzern:

- Internationaler Stadtmöblierer und Außenwerber in Deutschland und der Türkei, in mehr als 50 Großstädten, u.a. in Berlin, Budapest, Düsseldorf und Istanbul
- 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 93.100 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.484 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 37 Großstädten, AirportNet, ShoppingNet, Leipziger Hauptbahnhof, Berlinale, Smartphone-App U snap, bluespot, LKW-Werbemedium RollAd sowie Transportmedien in Berlin, inkl. aller U-Bahn-Stationen
- Mitarbeiter: 764 (Stand: 31.12.2011)

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/