

Presseinformation

21.12.2011

Toyota fährt mit LKW-Werbemedium RollAd ins Jahr 2012

Automobilunternehmen setzt für nationale Imagekampagne der Toyota Werkstätten auf 125 RollAd-LKWs von WallDecaux

Das LKW-Werbemedium RollAd des Außenwerbers WallDecaux blickt auf einen erfolgreichen Jahreswechsel: Das Automobilunternehmen Toyota nutzt die rollenden Großplakate im Rahmen einer Imagekampagne für die Toyota Werkstätten. Unter dem Motto „Warum schlechte Leistung für gutes Geld?“ fahren 125 LKWs mit Seiten- und Heckbelegung bis zum 15. Januar 2012 durch ganz Deutschland und machen die Autofahrer auf die Kompetenz und Qualität der Toyota Werkstätten aufmerksam.

Heiko Twellmann, Leiter Ersatzteil- und Zubehörvertrieb & Service Marketing, Toyota: „Wir sehen die LKW-Werbung als ein aufmerksamkeitsstarkes Medium und wollen die Kunden gezielt beim Autofahren ansprechen.“ Als weiteren Kampagnenmehrwert sieht Heiko Twellmann das Online-Portal „RollAd campaign“, mit dem die Routen der gebuchten LKW mitverfolgt werden können.

Das Motiv der fünfwöchigen Kampagne stammt von der Kreativagentur Saatchi & Saatchi. Als Media-Agentur fungiert Zenithmedia in Düsseldorf. Steven Mumendey, Gruppenleiter Toyota, Zenithmedia: „RollAd ist für uns das ideale Medium, um zur Weihnachts- und damit Reisezeit die Toyota Aftersales Kampagne dort umzusetzen, wo ein fachmännisch gewartetes Fahrzeug wichtig ist: auf der Straße.“

Key-Facts für den Wall-Konzern:

- Internationaler Stadtmöblierer und Außenwerber in vier Ländern und über 50 Metropolen und Großstädten, u.a. in Berlin, Budapest, Düsseldorf, Istanbul und Sofia
- 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 europaweit rund 89.800 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.475 Flächen an Transportmitteln, wie Tram, Bus, U-Bahn und LKW

- Nationale Vermarktungskompetenz durch den Vertriebsbereich WallDecaux Premium Outdoor Sales mit vier regionalen Verkaufsbüros in Deutschland
- Größter Anbieter in Deutschland für das Format City Light Poster (CLP)
- Vermarktungsportfolio in Deutschland: analoge und digitale Werbeflächen in 36 Großstädten, AirportNet, ShoppingNet, Leipziger Hauptbahnhof, Berlinale, bluespot, LKW-Werbemedium RollAd sowie Transportmedien in Berlin, inkl. aller U-Bahn-Stationen
- Mitarbeiter: 753 (Stand: 31.12.2010)

Pressekontakt

Wall AG

Frauke Müller

Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0)30 / 33 8 99-381

E-Mail: mueller@wall.de

www.wall.de