



Presseinformation

Erfolgreiches 1. Quartal für die Wall AG Netto-Wachstum von 15,3 Prozent im deutschen Markt – City Light Poster (CLP) mit zweistelliger Zuwachsrate – Gute Geschäftsentwicklung für Wall-Medien in NRW

Berlin, 06. April 2010. Erfolgreicher Jahresstart: Die Wall AG beschließt das 1. Quartal 2010 für den deutschen Markt mit einem Netto-Werbeerlös in Höhe von rund 19,4 Mio. Euro und somit einem Netto-Wachstum von 15,3 Prozent gegenüber dem 1. Quartal des vorherigen Jahres. Der bereits für das 4. Quartal 2009 verzeichnete positive Trend beim Berliner Außenwerber und Stadtmöblierer setzt sich somit fort. Der Dezember 2009 war der umsatzstärkste in der Firmengeschichte des Unternehmens. In Hinblick auf das gesamte Jahr 2009 konnte sich jedoch auch die Wall AG dem allgemeinen negativen Trend der Branche nicht entziehen. Der bereinigte Jahresumsatz weist daher ein einstelliges Minus in Höhe von rund 8 Prozent aus.

Daniel Wall, Vorstandsvorsitzender der Wall AG, sieht die Vertriebsstrategie seines Hauses bestätigt: „Mit diesem Ergebnis positionieren wir uns sehr positiv im Wettbewerbsumfeld. Unsere Entscheidung, uns nicht an unverhältnismäßigen Rabattschlachten zu beteiligen, erweist sich dabei als effizient. In unserem Kernkompetenzfeld, dem CLP-Format, verzeichnen wir ein zweistelliges Umsatzwachstum in Höhe von rund 13 Prozent. Gleichfalls sind kreative Werbeumsetzungen wieder mehr gefragt und für unsere neuen digitalen Medien erfahren wir bereits vor Markteinführung eine sehr gute Resonanz. Unser noch junges Medium RollAd entwickelt sich – wie wir ja erst kürzlich berichten konnten – ebenfalls äußerst positiv.“

Neben dem CLP-Format gingen die Umsätze besonders deutlich bei den hinterleuchteten Säulen sowie im AirportNet des Berliner Außenwerbers nach oben. Die meisten Buchungen erfolgten aus den Branchen Handel (Elektronik, Bekleidung), Telekommunikation und Finanzdienstleistungen.

Auch die Wall AG selbst ist mit ihrem Zuwachs am Berliner Markt in Höhe von 11 Prozent sehr zufrieden. Besonders positiv verläuft die Geschäftsentwicklung jedoch aktuell in Nordrhein-Westfalen. Klarer Sieger ist dabei Münster. In der westfälischen Universitätsstadt konnte die Wall AG mit ihrem neuen Medienangebot, welches seit dem vergangenen Jahr installiert wurde, nachweisbar überzeugen und erzielte ein Wachstum von plus 66 Prozent. Daniel Wall: „Hier lässt sich ganz deutlich erkennen, dass die Kunden wieder stark auf Qualitätsmedien setzen. Nicht nur in Münster, sondern auch in allen anderen Verkaufsregionen. Als Premiumanbieter können wir diesem Anspruch bestens gerecht werden.“ Für Düsseldorf und Dortmund liegen die Zuwächse gleichermaßen klar im zweistelligen Bereich.



DIE DRAUSSENWERBER, eine 100%-ige Tochtergesellschaft der Wall AG und Spezialisten für lokale Außenwerbung in Berlin, schließen das 1. Quartal 2010 auf Basis der Netto-Werbeerlöse ebenfalls mit einem satten Plus in Höhe von 20 Prozent ab. Die Etablierung in der Hauptstadt als attraktive Alternative zu den klassischen Belegungen von Anzeigenblättern und Radiosendern ist somit erfolgreich gelungen.

Doch nicht nur am deutschen Markt konnte die Wall AG punkten. Im vergangenen September wurde die Eröffnung der neuen Geschäftszentrale der Tochtergesellschaft Wall Türkei in Istanbul gefeiert. Mit einem Umsatzzuwachs in Höhe von 39,3 Prozent im Vergleich zum 1. Quartal des Vorjahres befindet sich Wall auch auf dem für das Unternehmen wichtigsten ausländischen Markt klar auf Erfolgskurs.

Key-Facts für den Wall-Konzern:

- Internationaler Stadtmöblierer und Außenwerber in sechs Ländern und über 50 Metropolen und Großstädten, u.a. in Berlin, Budapest, Düsseldorf, Istanbul und Sofia
- Innovative Stadtmöbel in höchster Designqualität, 28 verschiedene Designlinien
- Maßgeschneiderte Lösungen durch eigenes Forschungs- und Entwicklungszentrum
- Höchstes Qualitätsniveau durch eigene Produktion, Wartung und Reinigung
- Intelligente Außenwerbung an mehr als 65.000 leistungsstarken Werbeflächen, darunter an 6.527 Transportmitteln, wie Tram, Bus, U-Bahn und LKW
- Hohe Vermarktungskompetenz durch nationales und internationales Salesteam in 10 Verkaufsbüros
- Vermarktungsportfolio in Deutschland: 27 Großstädte, AirportNet, ShoppingNet, Leipziger Hauptbahnhof, Berlinale, bluespot, RollAd auf der Autobahn und Transport Media in Berlin incl. aller U-Bahn-Stationen
- Umsatz 2009: 102,7 Mio. Euro; Mitarbeiter: 716

Für weitere Informationen, Rückfragen und Bildmaterial:

Wall AG
Frauke Müller
Pressesprecherin
Mobil: 0170-7815342
Tel: 030-33899-381
Fax: 030-33899-168



Mail: mueller@wall.de
www.wall.de