

Berlin, Hauptstadt der Außenwerbung. Am Unternehmensstandort präsentieren wir uns als Partner der Werbetreibenden, gut sichtbar für Bewohner und Besucher. Unseren Kunden erschließen wir die kommunikativen Wege zu ihren Zielgruppen. Dabei folgen wir immer dem Leitgedanken „Für Städte. Für Menschen. Für Berlin.“



Für Städte. Für Menschen.

Wall AG
Friedrichstraße 118 // 10117 Berlin
T +49 30 33899-333

www.wall.de



Eine Stadt. Ihre Menschen.

Millionen von Augenblicken.



Berlin ist voller Augenblicke. Begegnungen, Beteiligung, Sehen und Gesehenwerden prägen die Stadt, ihre Besucher und Bewohner. Kein Wunder – hier gibt es so viel zu erleben: Einkaufsparadiese, touristische Attraktionen, Messen und Kongresse, Kunst und Kultur, das Leben im Kiez. Berlin ist vielfältig, eigenwillig – und neugierig. Seien Sie sicher: Hier werden Sie gesehen.

Berlin. Metropole Europas.

**18.642.998.000 Werbekontakte
pro Jahr.¹**

Berlin ist in Bewegung. Vielfalt und Mobilität prägen die Stadt, ihre Besucher und Bewohner. Berlin verändert sich jeden Tag. Hier trifft Ost auf West, Kunst auf Kommerz, Big Business auf Subkultur. Berlin ist eigenwillig und für alles offen. Hier werden Sie gesehen – ganz sicher.

550.000
Sportvereinsmitglieder⁴

2,85 Mio.
Fahrräder²

450.495
fabrikneu gekaufte Autos²

915
Großflächen auf U-Bahnhöfen

9.369
City Light Poster

850
City Light Boards

1.058
City Light Säulen

Quellenangaben

- ¹ ma Plakat 2010, Berechnung aller Wall-Medien in Berlin
- ² Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2009
- ³ Berlin Tourismus Marketing, 2009
- ⁴ BVG Zahlenspiegel 2009, online und S-Bahn Berlin, 2010
- ⁵ Berlin Partner, 2009
- ⁶ Typologie der Wünsche, 2010
- ⁷ EVS 2008 des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg, 2009
- ⁸ BVG Zahlenspiegel, 2008
- ⁹ FAW-Frequenzatlas 2009
- ¹⁰ ma Plakat 2010
- ¹¹ BVG Zahlenspiegel 2009, online
- ¹² Magic Cities, 2008
- ¹³ Media Frankfurt GmbH, Werbemonitor 2007
- ¹⁴ GfK, 2008

2,4 Mio.
Fahrgäste im Nahverkehr⁴

8.000.000
Gäste jährlich³







Für Städte. Für Menschen.

Für Berlin.

*„Berlin hat Tempo. Und diese Offenheit für Neues.
Der richtige Ort für Leute mit Ideen. Hier treffen sich
unterschiedlichste Menschen – Berlin ist ein Magnet!
Die Stadt liebt es, wenn sich alle Augen auf sie richten.
Immer wieder denke ich: Da draußen ist Berlin.
Und wir sind mittendrin. Ein großartiges Gefühl.“*



DANIEL WALL // VORSTANDSVORSITZENDER



2.315.955

Digitalkameras im Einsatz⁷

Berlin geht einkaufen. Oft und gern. Ob modernes Kaufhaus, Einkaufsmeile, Edel-Boutique oder Second-Hand-Shop – Berlin hat eines der vielfältigsten Shopping-Angebote in Deutschland. Und so viel absolute Kaufkraft wie keine andere deutsche Großstadt. Kein Wunder, denn pro Tag kommen zusätzlich über 300.000 konsumfreudige Besucher² aus dem Umland, Inland und der ganzen Welt in das Einkaufs-Mekka an der Spree!

**Liter Parfüm versprühen
Berlinerinnen jährlich⁶**

Käsesorten im KaDeWe⁷

€€

€€€€€€€€€€€€€€€€€€

€€€€€€€€€€€€€€€€€€

€€€€€€€

Düsseldorf 13,2 Mrd. Euro pro Jahr

* Summe der Gesamtkaufkraft pro Stadt
Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2009

24 h sichtbar – in ganz Berlin

Wer in Berlin unterwegs ist, ist immer in guter Gesellschaft. Denn die City Light Poster von Wall sind überall präsent. Vor allem dort, wo viele Menschen sind: zum Beispiel in Einkaufszentren, in U-Bahnhöfen, Flughäfen oder an den Hauptverkehrsstraßen. Denn nicht nur für viele Berliner, sondern auch für die City Lights geht es darum: auffallen und gesehen werden – und das rund um die Uhr und in der ganzen Stadt.



4/1 City Light Poster

9.000 CLP // 24 h sichtbar // hinterleuchtet //
hohe Kontaktzahl // lange Verweildauer (Wartesituation) //
hohe Aufmerksamkeit dank Wechslertechnik //
preisgünstig // Platzierung am PoS // Sonderumsetzungen





Friedrichstraße

↑ Unter den Linden 550m
→ Gendarmenmarkt 150m

Mohrenstraße

JIMMY CHOO
FOR H&M

Paillettenjacke 99,-

H&M

Wall

97,6 %

Nettoreichweite¹⁰

Berlin ist mobil. Berliner Busse und Bahnen fahren im Jahr für 904 Millionen Fahrgäste mehr als 250 Millionen Kilometer. Pro Tag entspricht das einer Reise zum Mond und zurück – oder 18 Mal um die Welt. So gesehen ist Berlin eine einzige riesige Reisegruppe.¹¹

1 Mal
zum Mond
und zurück¹¹

500 Bahnhöfe und
Stationen⁴



3,7
Millionen beförderte
Menschen am Tag⁴

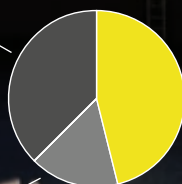
Fahrgastfahrten pro Betriebszweig im Jahr *

BVG insgesamt: 1.027 Mio.

Omnibus und Fahren: 386,6 Mio.

U-Bahn: 473,1 Mio.

Straßenbahn: 167,3 Mio.



Einer der größten und modernsten Kreuzungsbahnhöfe Europas: der Berliner Hauptbahnhof

* Einzelne Fahrten pro Fahrzeugart im Jahr
 Quelle: Berliner Verkehrsbetriebe 2009 (Fahrgastfahrten pro Betriebsart)

Mit 2.368 Kilometern der längste Laufsteg der Welt¹¹

Über 121 Minuten² ist jeder Berliner täglich unterwegs.
Und mit ihm die mobilen Transportmedien von Wall.
Auf Bussen, Trams und U-Bahnen sind Werbebotschaften
in der City wie in den Außenbereichen ständig präsent.
Sie sorgen schnell für hohe Aufmerksamkeit und das auf
Europas längstem öffentlichen Verkehrsmittelnetz. Nur in
Berlin fahren übrigens die Doppeldeckerbusse mit der
europaweit größten mobilen Werbefläche.



Doppeldecker-Bus

2.910 Verkehrsmittel // Mobiler, gut sichtbarer
Werbeträger // hohe Reichweite // hohe Frequenz
// exklusive Belegung // sympathisches Medium //
wirkungsvolle Gestaltung // großformatiger
Markenauftritt // hoher Zielgruppenanteil Touristen



165.495 m²

Gesamtwerbefläche der Berliner Verkehrsmittel

= 23 Fussballfelder*



* nach FIFA-Norm

9.912

Bühnenvorstellungen im Jahr²

Die 10 attraktivsten/innovativsten Städte der Welt *

1. Washington DC
2. Berlin 🏰
3. Peking
4. Los Angeles
5. Tokio
6. Sydney
7. São Paulo
8. Hongkong
9. New York
10. London

*Quelle: Hub Culture Zeitgeist Ranking 2009

BerlinalePalast

1

roter Teppich

Berlin leuchtet. Viele Veranstaltungen bringen Glanz nach Berlin. Ob Berlinale, IFA, Grüne Woche, Duftstars, Bambi oder Berlin Marathon: Hier findet jeder seinen Laufsteg. Doch den berühmten roten Teppich gibt es nur am Potsdamer Platz.

200

Scheinwerfer



Ein roter Teppich für die Welt: bei den Internationalen Filmfestspielen, der „Berlinale“

In bester Gesellschaft:

Erreichen Sie jährlich 2,8 Millionen

Veranstaltungsbesucher² in Berlin*

Berlin hat die meisten Veranstaltungen in Deutschland. Hier trifft sich die Welt. Hier wird jede Fangemeinde, Branche und Berufsgruppe versorgt – auch mit Werbeträgern von Wall: gut platzierten Kontaktpunkten überall in der Stadt. Denn Berlin hat immer viel Publikum. Auch für Sie. Mit unseren mobilen City Light Postern setzen wir Ihr Event elegant in Szene – indoor wie outdoor.

* Besucher von Veranstaltungen staatlicher und privater Bühnen



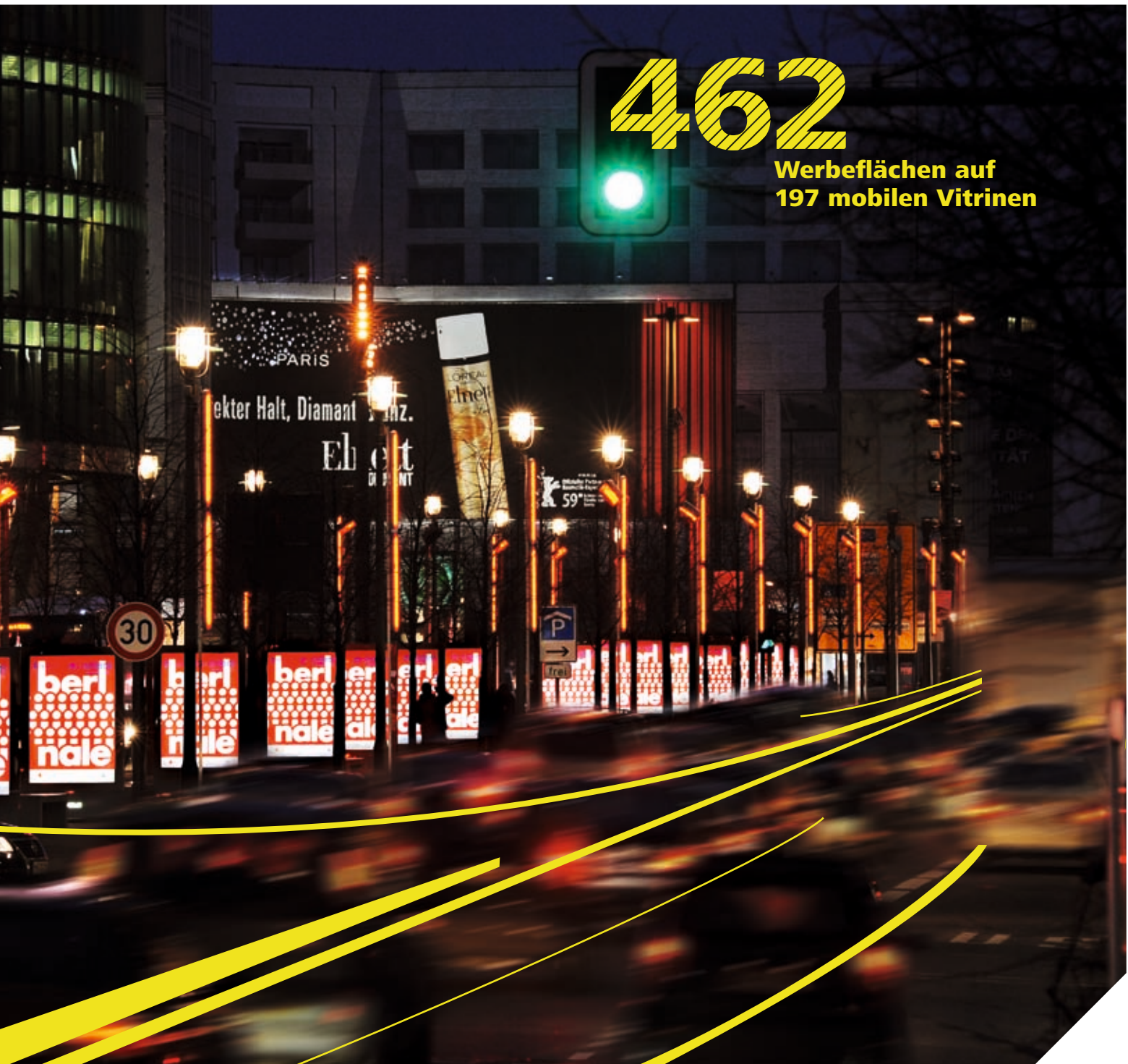
Mobile City Light Poster

197 mobile CLP Vitrinen // individuelle Standortauswahl (abhängig von Genehmigung) // indoor und outdoor Einsatz // Ausstellungsvitrinen als Wegweiser zum Point of Interest



462

**Werbeflächen auf
197 mobilen Vitrinen**



5

**Fremdsprachen hört
man in Berlin pro Stunde²**

Berlin ist immer eine Reise wert. Mit 17,8 Millionen Übernachtungen pro Jahr¹² liegt die Spree-Metropole im deutschen Städte-ranking auf dem ersten Platz. Ob Verwandtenbesuche, Eventreisen, Einkaufsfahrten oder Tagesfahrten – Besucher kommen aus dem Umland und aus ganz Deutschland in die Hauptstadt. Der Berlin-Tourismus wächst aber auch international: Mittlerweile belegt Berlin hinter London und Paris Platz 3 in der Reihe der meist-besuchten Städte Europas.

97.205 Betten⁵

Übernachtungszahlen im Städtevergleich *

Berlin		17.285.837
München		9.376.274
Frankfurt/M.		8.382.821
Hamburg		7.346.679
Köln		4.480.211
Dresden		3.314.512
Düsseldorf		3.045.609
Stuttgart		2.586.640
Nürnberg		2.188.905
Leipzig		1.838.512

* Quelle: Magic Cities, 2008

180

**Herkunftsländer
der Berlin-Besucher⁵**

Begrüßen Sie jährlich

7,9 Millionen Berlin-Besucher²

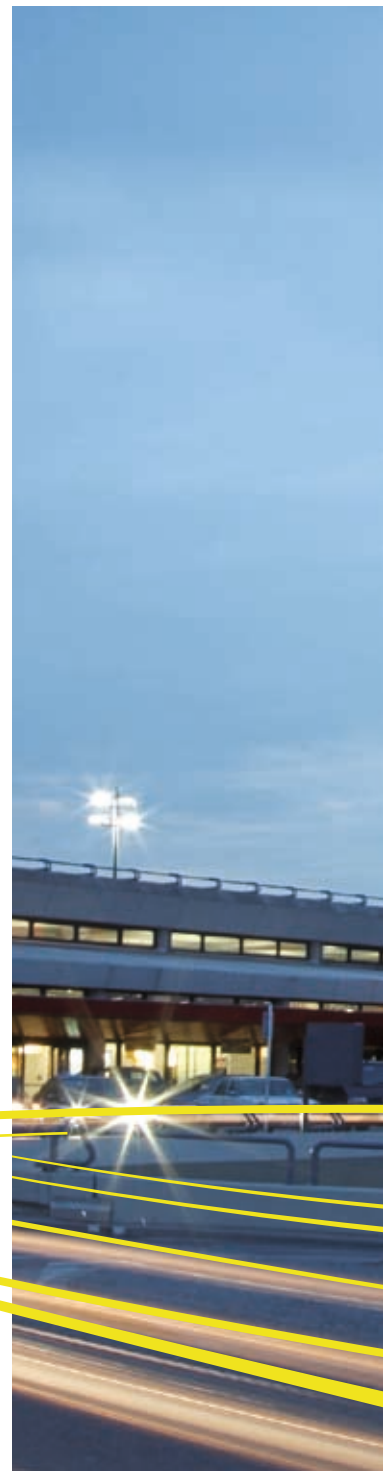
mit Wall-Außenwerbung

In Berlin Tegel und Schönefeld landen im Jahresdurchschnitt täglich rund 30.000 Menschen² – voller Neugier auf die Stadt: Urlaubs-, Kultur- und Geschäftsreisende, Messebesucher und Städte-Hopper. Hier finden Sie Ihre attraktivsten Zielgruppen. Starten Sie durch: Mit exklusiven Standorten in den Ankunfts- und Abflugbereichen, ob innen oder außen, lassen sich Besucher der Stadt ganz gezielt ansprechen.



City Light Board AirportNet

*300 Werbemedien im AirportNet // Top-Standorte
in Ankunfts- und Abflugbereichen // gezielte
Zielgruppenansprache (hoher Anteil Geschäfts-
reisender) // ideales Business-to-Business-Format //
einkommensstarkes Zielpublikum*



50%

Werbeerinnerung¹³

