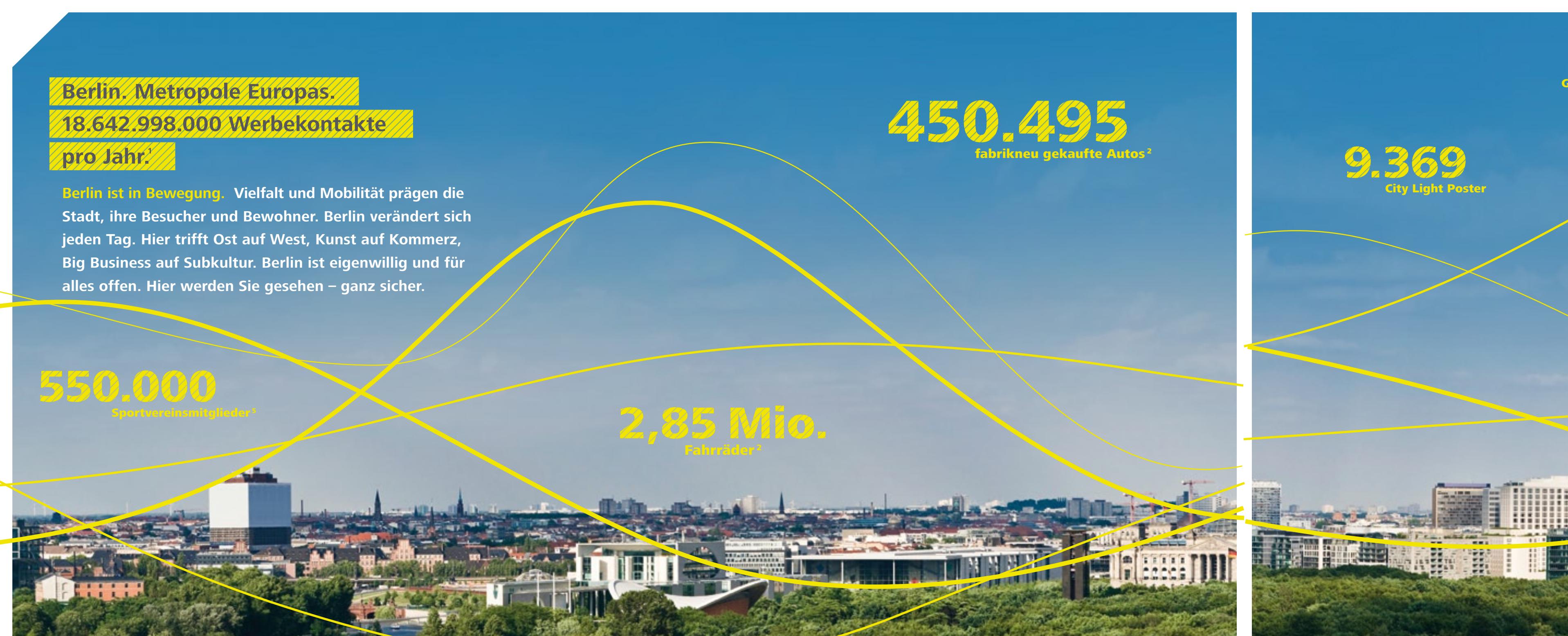




Berlin, Hauptstadt der Außenwerbung. Am Unternehmensstandort präsentieren wir uns als Partner der Werbetreibenden, gut sichtbar für Bewohner und Besucher. Unseren Kunden erschließen wir die kommunikativen Wege zu ihren Zielgruppen. Dabei folgen wir immer dem Leitgedanken „Für Städte. Für Menschen. Für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



Berlin ist voller Augenblicke. Begegnungen, Begeisterung, Sehen und Geschehen werden prägen die Stadt, ihre Besucher und Bewohner. Kein Wunder – hier gibt es so viel zu erleben: Ein Kulturfriede, touristische Attraktionen, Messen und Kongresse, Kunst und Kultur, das Leben im Kiez. Berlin ist vielfältig, ehrwürdig – und megastark. Seien Sie sicher: Hier werden Sie gesiehten.

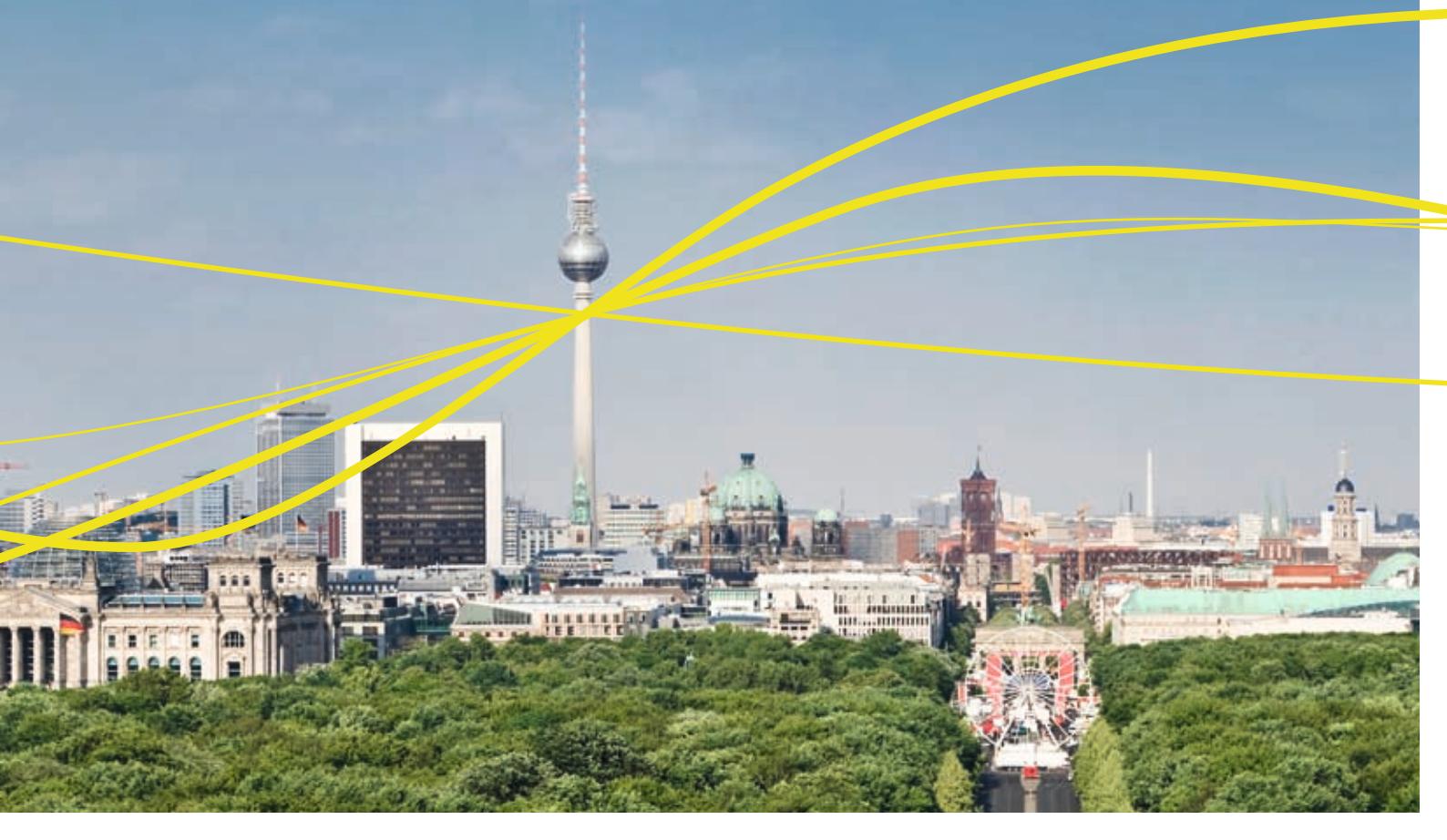


2,4 Mio.

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



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!

96.375

Liter Parfüm versprühen Berlinerinnen jährlich⁶

1.300

Käsesorten im KaDeWe⁷

Absolute Kaufkraft der größten deutschen Städte*

Glastempel mit Weltruf: die Galeries Lafayette in der Friedrichstraße, Ecke Französische Straße

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 Einkaufscentern, in U-Bahn-höfen, 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.



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





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

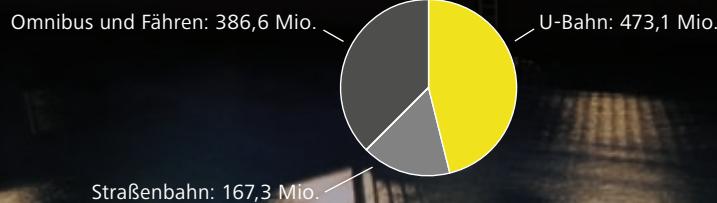
3,7

Millionen beförderte
Menschen am Tag⁴



Fahrgäste fahren pro Betriebszweig im Jahr *

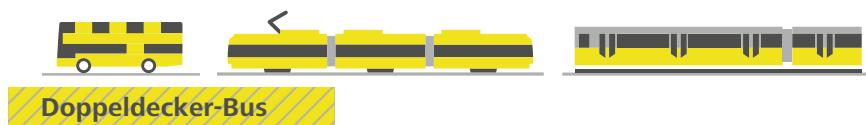
BVG insgesamt: 1.027 Mio.



Einer der größten und modernsten Kreuzungsbahnhöfe Europas: der Berliner Hauptbahnhof

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.



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*



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



Berlinale Palast

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 Städtekatalog 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 meistbesuchten Städte Europas.

97.205
Betten⁵





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

