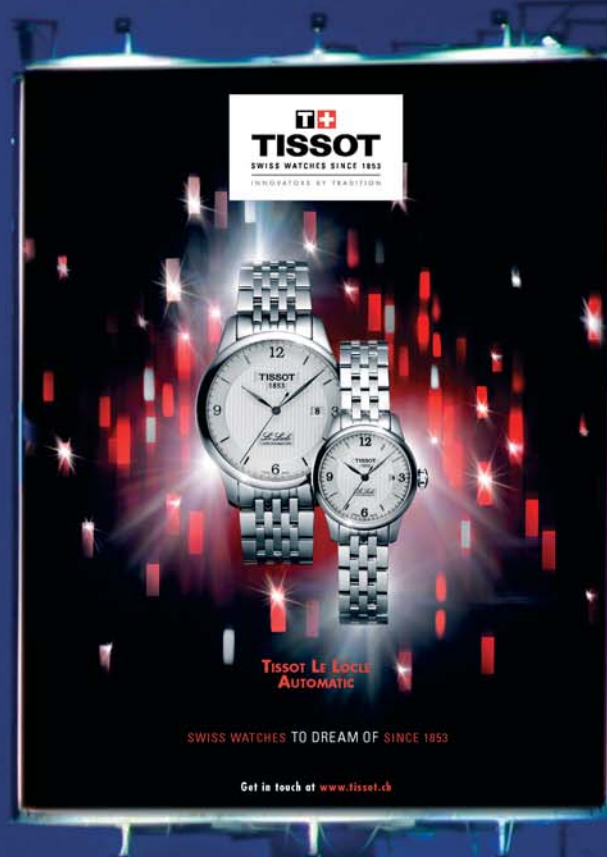


news

from the Top



Kreativwettbewerb: Seite 8
Fliegen Sie nach New York!



Weihnachten mit
TISSOT Seite 3



Alles Auto!
Seite 4



Sportbegeisterung an
Rhein und Ruhr Seite 7



Liebe LeserInnen,

unweigerlich nähern wir uns dem Jahresende, blicken zurück und können es kaum fassen, dass das Jahr schon wieder rum ist. Wir können mit Stolz sagen, dass wir das verflixte 7. Jahr mehr als gut überstanden haben.

Aber wir wollen uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen, sondern kontinuierlich weiter expandieren und unseren Kunden weitere Standorte mit neuen Werbemöglichkeiten zur Verfügung stellen.

Auf den folgenden Seiten haben wir für Sie wieder tolle Beiträge aus allen Bereichen und Branchen vorbereitet. Ob nationale Imagewerbung, Standortwerbung oder konkrete Zielgruppenansprache – die Vielfalt der Kampagnen kannte wieder keine Grenzen.

Mit der beliebtesten traditionellen Schweizer Uhrenmarke TISSOT gelingt neben dem Rückblick auf die Weihnachtskampagne 2011, sogar auch ein Ausblick auf die aktuelle Weihnachtskampagne 2012.

Weihnachtlich ist auch unser Kreativwettbewerb auf der letzten Seite. Die Auswahl der passenden Geschenke ist bekanntermaßen die eine Seite, doch sie schön, witzig und interessant zu verpacken, ist die andere Seite. Wohl noch schwieriger ist es, einen MaxiPoster Werbeturm weihnachtlich zu gestalten.

Haben Sie eine Lösung? Helfen Sie uns, lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf und überraschen Sie uns mit tollen Ideen. Als Belohnung gibt es einen Flug für zwei Personen nach New York. Denn wer würde nicht gerne sein Weihnachtsshopping nach New York verlegen!

In diesem Sinne viel Spaß beim Lesen und eine frohe Weihnachtszeit!

Valentijn Bras
Managing Director

BAB
MAXIPOSTER
AUTOBAHNWERBETÜRME



Wanted: Grundstücke und Gebäudeflächen an Autobahnen

MaxiPoster will weiter expandieren und sucht bundesweit exponierte Grundstücke an Autobahnen, auf denen wir unsere Werbetürme errichten können oder alternativ Gebäudeflächen entlang der Autobahn, die optimal aus der Autofahrerperspektive einsehbar sind.

Sind Sie Eigentümer von Grundstücken entlang der Autobahn oder besitzen Sie Gebäudeflächen entlang der Autobahn?

Kennen Sie Unternehmen, Privatisers oder öffentliche Einrichtungen, die derartige Grundstücke verkaufen/vermieten möchten?

Haben Sie bereits etwas gefunden, was dem entspricht? Oder wollen Sie uns beim Suchen helfen?

Wenn ja, dann kontaktieren Sie unseren Mitarbeiter Herrn Christian Weber: cweber@maxiposter.de

Wünschenswerte Kriterien bei der Standortsuche sind:

- Standorte im Bereich von Ballungszentren und Metropolregionen
- Standorte möglichst in erschlossenen Baugebieten mit vorhandenen Bebauungs- und Flurplänen
- Eine hohe Verkehrsfrequenz
- Gute Einsehbarkeit der Fläche (und des späteren Werbeturmes)

Um Näheres zu erfahren, welche Voraussetzungen ein attraktiver Standort erfüllen sollte, nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf.



Roadshow „Touchpoint Autobahn“

Eine gemeinsame Initiative von drei Anbietern mit Out-of-Home Werbeformaten mit dem Ziel die Werbetrommel für den Point of Travel – Autobahn zu rühren.



Im Mittelpunkt stand ein umgebauter Berliner Doppeldecker (12 m lang, 4 m hoch und 2,5 m breit)

Im Autobahnblau designt unter dem Motto „Touchpoint Autobahn“ hat er über 3.000 km zurückgelegt, um in den Agenturstädten Hamburg, Düsseldorf, Köln, Frankfurt, Wiesbaden und München Station zu machen.

An Bord immer dabei die Mitarbeiter von Sit&Watch,

Postermobil und B.A.B. MAXIPOSTER WERBETÜRME. Gemeinsam wurden Mediaexperten von Mediaagenturen und OoH-Spezialagenturen über den interessanten und spannenden Point of Travel Autobahn informiert und beraten. Zahlen, Fakten, Potenziale, Zielgruppen, Planungsansätze...alles was diese Mediaplattform bietet wurde vorgestellt.

Großes Interesse, reger Gesprächsaustausch, gefühlt weit über 100 Präsentationen in der coolen Präsentationslounge, spannende Diskussionen, Unmengen „heiße“ Autobahnwürste und vor allem sehr viel Spaß sind die positive Bilanz dieser außergewöhnlichen Form von Kundenbesuchen.

Schönheit, Eleganz und Größe

TISSOTs Weihnachtskampagne mit MaxiPoster



Der Erfolg der beliebtesten traditionellen Schweizer Uhrenmarke beruht seit 1853 auf dem Vertrauen in die Qualität, dass ihr die Kunden weltweit entgegenbringen – und deren Freude an TISSOT-Uhren. Selbstverständlich, ohne dabei den Zeitgeist außer Acht zu lassen, folgte die Weihnachtskampagne 2011 von TISSOT der eigenen Firmenphilosophie und dem Leitspruch "Innovators by Tradition".

Folgerichtig wurde die Innovationskraft von TISSOT mit dem Slogan „PERFORMANCE AT YOUR FINGERTIPS“ der taktilen Uhr „Racing-Touch“ extrem aufmerksamkeitsstark an allen MaxiPoster Standorten in Szene gesetzt.

So waren über 100 Millionen Kontakte in der Zielgruppe der kaufkräftigen und berufstätigen 19 – 59 jährigen Bevölke-

rung die beeindruckende Bilanz der bereits dritten TISSOT Kampagne bei B.A.B. MaxiPoster.

Die Erfolgsgeschichte wird in diesem Winter mit der Weihnachtskampagne „TISSOT LE LOCLE AUTOMATIC“ glanzvoll weiter geschrieben. Wunderschön, vom Kerzenschein eingerahmt, kann das Uhrenduo TISSOT LE LOCLE ihre ganze Schönheit und Eleganz auf 224 qm zum Ausdruck bringen.

Im November und Dezember werden sich nicht nur die Uhrenliebhaber unter den Autofahrern an vielen bundesdeutschen Fernverbindungsautobahnen wieder ein Bild der Kampagne machen können und vielleicht auch direkt die Gewissheit erlangen, das richtige Weihnachtsgeschenk für den Liebsten gefunden zu haben....





CARGLASS

Das Ziel der neuen Kampagne von Carglass war es, die Autofahrer aus Schleswig-Holstein zu gewinnen und auf den Mobilien Fahrzeugglasservice von Carglass aufmerksam zu machen. Mobil war das Stichwort für Maxi-Poster und brachte die Plakatkampagne an den Ort, wo die mobilsten Menschen sind, auf die Autobahn. Der richtige Ort für die Steinschlag Kampagne war der Turm auf der A23 in Tornesch. Die A23 gilt als die wichtigste Autobahn für Pendler, die täglich von Schleswig-Holstein nach Hamburg hin und zurück fahren.

Alles Auto!

Drei Kunden – eine Zielgruppe – 100% Autofahrer nicht übersehbar in einem werbefreien Umfeld!



STARCAR

MaxiPoster gewann mit dem gelben Autovermieter Starcar in diesem Jahr einen echten Mobilitätsdienstleister als Kunden. Mit den Belegungen an den Verbindungsbahnen A24 zwischen Berlin und Hamburg und A2 zwischen Berlin und Nordrhein-Westfalen wurden Wochenendpendler gezielt angesprochen. Denn der nächste Umzug kommt bestimmt....





Sieger tanken TOTAL

TOTAL Deutschland schafft perfekt die Verzahnung von nationaler Imagewerbung mit regionalen Boxenstops an der Autobahn.

Das Gesicht der Kampagne war kein anderer als Formel1 – Weltmeister Sebastian Vettel. Mit dem Slogan „Sieger tanken TOTAL“ wurden im Kampagnenzeitraum über 22 Millionen Autofahrer an unterschiedlichen Standorten bundesweit angesprochen und regional aktiviert. So nutzte der Mineralölkonzern unter anderem die Standorte A5 Frankfurt-Mücke, die A9 Leipzig-AK Hermsdorf und zwei Standorte an der A2 in Hannover und in Magdeburg – jeweils in direkter Nähe zu einem Autohof von TOTAL.

TOTAL gratulierte mit dieser Kampagne Vettel zu seinem zweiten WM-Titel. Dazu gehörten auch Anzeigen in Motor- und Sportmagazinen sowie Großflächenplakate u.a. am neuen Unternehmenssitz am Berliner Hauptbahnhof.

Außerdem wurden die Mitarbeiter an den rund 1.100 deutschen TOTAL Tankstellen mit Originalshirts des Red Bull Racing Teams ausgestattet: Ein echter Boxenstopp an der Tankstelle!



IAA-Kampagnen

Die größte Messe rund um das Nutzfahrzeug in Europa, die 64. IAA Nutzfahrzeuge in Hannover, spielte auch in diesem Jahr wieder eine Rolle für MaxiPoster. Unser Standort in Hannover-Barsinghausen wird seit seiner Errichtung in 2004 kontinuierlich anlässlich der IAA, die alle zwei Jahre stattfindet, genutzt.

Durch die optimale geografische Lage an der A2 kurz vor der Ausfahrt Richtung Messegelände werden alle Besucher aus Nordrhein-Westfalen und den Beneluxländern durch MaxiPoster begrüßt. Denn gerade die Entscheider in der Automotiv-Branche reisen sehr gerne im eigenen PKW an.

Mittelständische Unternehmen und insbesondere die großen Logistikunternehmen siedeln sich verstärkt auf der grünen Wiese, entlang der Autobahn und fernab von öffentlichen Verkehrsmitteln an. Die Nutzung von Zug und Flugzeug ist deshalb für viele Entscheider häufig sehr umständlich im Vergleich zur Fahrt mit dem Auto.

Deshalb ist eine Belegung von weiteren MaxiPoster-Standorten zu Zeiten von nationalen Messen in den relevanten Branchen ebenfalls sehr sinnvoll, selbst wenn der Standort nicht in unmittelbarer Nähe der Messe liegt. Denn eines haben alle MaxiPoster-Standorte gemeinsam, sie liegen immer an einer stark befahrenen Autobahn – der wichtigsten Verkehrsader in Deutschland.



IVECO

IVECO zeigte auf der diesjährigen IAA das gesamte Spektrum seiner umfassenden Produkt-Highlights. Auf ein wahres Highlight setzte das Unternehmen der Fiat Industrial auch bei der begleitenden Messewerbung: 224 qm MaxiPoster-Werbefläche in Hannover-Barsinghausen, an der A2. Für Millionen Kontakte war dort der TRUCK OF THE YEAR 2013 abgebildet – Der Neue Stralis HI-WAY, das Flaggschiff von Iveco.

DAF

DAF Trucks konnte dieses Jahr sein fünfjähriges MaxiPoster Jubiläum feiern. Seit 2004 nutzt der große europäische LKW-Hersteller alle zwei Jahre zur Nutzfahrzeuge IAA den MaxiPoster-Standort vor den Toren der niedersächsischen Landeshauptstadt in Barsinghausen an der A2, um auf der Fläche in Fahrtrichtung Messe nationale und internationale Messebesucher bereits vor der werblichen Reizüberflutung auf dem Messegelände anzusprechen.





Airlines heben ab mit MaxiPoster

Seit Beginn des Winterflugplans am 28. Oktober 2012 bedient British Airways - eine der weltweit renommiertesten Fluggesellschaften - mit drei täglichen Abflügen das Drehkreuz London/Heathrow ab Hannover. Mit 300.000 angebotenen Sitzplätzen pro Jahr steigt British Airways damit direkt im ersten Jahr in die Top Ten der Fluggesellschaften am Standort auf.

Auch bei der Wahl der Kommunikationswege setzt die britische Fluggesellschaft auf TOP-Medien in Norddeutschland. Sie ist neben dem unmittelbar in Flughafennähe befindlichen MaxiPoster-Standort Hannover-Barsinghausen an der Autobahn

A2, auch in Bisingen, A7 und Magdeburg an der A2 präsent - und mit einer Motivfläche von 224 qm dabei immer im Blickfeld der Reisenden.

Damit wird erneut deutlich: Der Point of Travel - Autobahn bietet optimale Kommunikationsansätze auch für Fluggesellschaften, um vor allem mobile Zielgruppen zu erreichen.

Allein im aktuellen Jahr nutzten neben der British Airways auch Air Berlin, Germanwings, Turkish Airlines, Estonian Air und die LOT Polish-Airlines verschiedene Standorte in unserem Gesamtnetz für sich.



MaxiPoster-Bisingen

Ein Werbeturm im Einklang mit der Region

Im April 2011 eröffnet und ein Jahr später eine feste Größe im nationalen Netzwerk von MaxiPoster. Die Nachfrage am Standort Bisingen an der Nord-Süd-Verbindung A7 ist riesig.

Neben der Belegung vieler nationaler Kunden, hat sich MaxiPoster hier auch bei vielen regionalen und überregionalen Kunden sehr gut bewährt. Wäre ein MaxiPoster-Turm bewohnt, so könnte man auch behaupten - es klappt ausgezeichnet mit den Nachbarn!

Die autobahnabgewandte Seite des Turmes nutzt der Bisingen Touristik e.V. um auf das Naturschutzgebiet der Lüneburger Heide hinzuweisen, eine einmalige Landschaft in Deutschland.

Die gute regionale und überregionale Akzeptanz der Kunden stellt das ca. 100 km entfernte McArthurGlen Designer Outlet Neumünster unter Beweis.

Seit April 2012 wurde auf die Entstehung des neuen McArthurGlen Designer Outlet Neumünster, 40 Minuten nördlich von Hamburg, hingewiesen. Unmittelbar nach der Eröffnung am 20. September 2012 wurde die Information für alle vorbeifahrenden Autofahrer aktualisiert. „Jetzt eröffnet“ ist die Aussage auf dem neuen 224 qm großem Plakat. Im McArthurGlen Designer Outlet Neumünster findet man eine Vielzahl an Brands mit ganzjährigen Rabatten zwischen 30 und 70 % vom UVP.



Persil – Mega-Caps

In diesem Jahr stand für den Konsumgüterhersteller Henkel ein neues Produkt im Fokus. Nachdem in den vergangenen Jahren jeweils zum Feriensaisonverkehr die Familien bei MaxiPoster angesprochen wurden, sollte es in diesem Jahr ein neues Produkt und dazu eine neue Zielgruppe sein. Mit den Persil Mega-Caps zeigen sich die Flüssig-Waschmittel jetzt in einem ganz neuen Gewand. Wasserlösliche Caps umhüllen flüssiges Waschmittel-Konzentrat und bieten - ganz einfach vordosiert für eine Waschladung - ein perfektes Ergebnis in höchster Persil-Qualität. Das innovative und handliche Produkt passt sich dem Lebensstil einer zunehmend mobilen und beschäftigten Zielgruppe an, die nach unkomplizierten Lösungen sucht, um ihren schnellleibigen Alltag zu vereinfachen. Mit dem Turm an der A46 Düsseldorf gelang es uns diese Kampagne genau dort zu platzieren, wo sie von der richtigen Zielgruppe wahrgenommen wird.

Sportbegeisterung an Rhein und Ruhr

Die Fußball-Euphorie könnte derzeit in Düsseldorf nicht größer sein. Mit Fortuna Düsseldorf ist die 1. Bundesliga auch in die Landeshauptstadt zurückgekehrt.

WDR 2

WDR 2 würdigte auf 140 qm an der A46 Deutschlands bekannteste Radio-Sportsendung.

Die WDR 2 Liga Live Konferenz ist schon seit Generationen tief verankert im Samstagnachmittag der fußballbegeisterten Nordrhein-Westfalen. Ob bei der Gartenarbeit, beim Autowaschen, unterwegs im Auto oder einfach entspannt vorm Radio Zuhause. Jeden Spieltag liefert die Sendung 16 Stunden Live-Fußball, Daten, Fakten und als Höhepunkt die Bundesliga-Konferenz mit allen Begegnungen des Samstagnachmittags. Höher kann ein Fußballherz nicht schlagen.

Kicker

Kicker "erscheint" mit dem Bundesligastart 2012/2013 in Ergänzung zur zweimal wöchentlichen Printausgabe auch für unterwegs als App im "eigenen Kiosk" auf der Autobahn. Damit trifft der Olympia Verlag in seiner diesjährigen MaxiPoster-kampagne im Kern die gesuchte mobile Zielgruppe. Mit Belegungen an der A1 zwischen Hamburg und Bremen und A46 Düsseldorf sicherte sich Kicker über 8 Millionen potentielle Leser.



SÖLDEN - Hotspot der Alpen

Nachdem der Ski Langlauf Weltcup einige Jahre Station am Rhein machte, kam in diesem Oktober mit Sölden sogar der Alpin Ski nach Düsseldorf.

Zwar ist der MaxiPoster Werbeturm keiner, der mehr als 250 Dreitausender des Ötztals, aber mit 50 m Höhe fürs Flachland schon eine echte Erhebung und von täglich mehr als 160.000 Passanten sehr gut besucht.

Wettbewerb:

Seien Sie kreativ und fliegen Sie nach New York!



Gestalten Sie 224 qm MaxiPoster als Weihnachtsgeschenk

Jedes Medium hat seine besonderen Eigenschaften und die wollen berücksichtigt werden, wenn man den Maximalnutzen des Mediums einfordert. Ein wesentlicher Teil des Werbeerfolges auf einem MaxiPoster liegt natürlich in der Kreation der Fläche.

“Gestalten Sie MaxiPoster als außergewöhnliches Weihnachtsgeschenk”

Entwerfen Sie unter diesem Motto Ihr MaxiPoster. Lassen Sie sich vom Gedanken an 224 qm Werbefläche, die in 60 m Höhe direkt an der Autobahn stehen, inspirieren.

Wettbewerbskriterien:

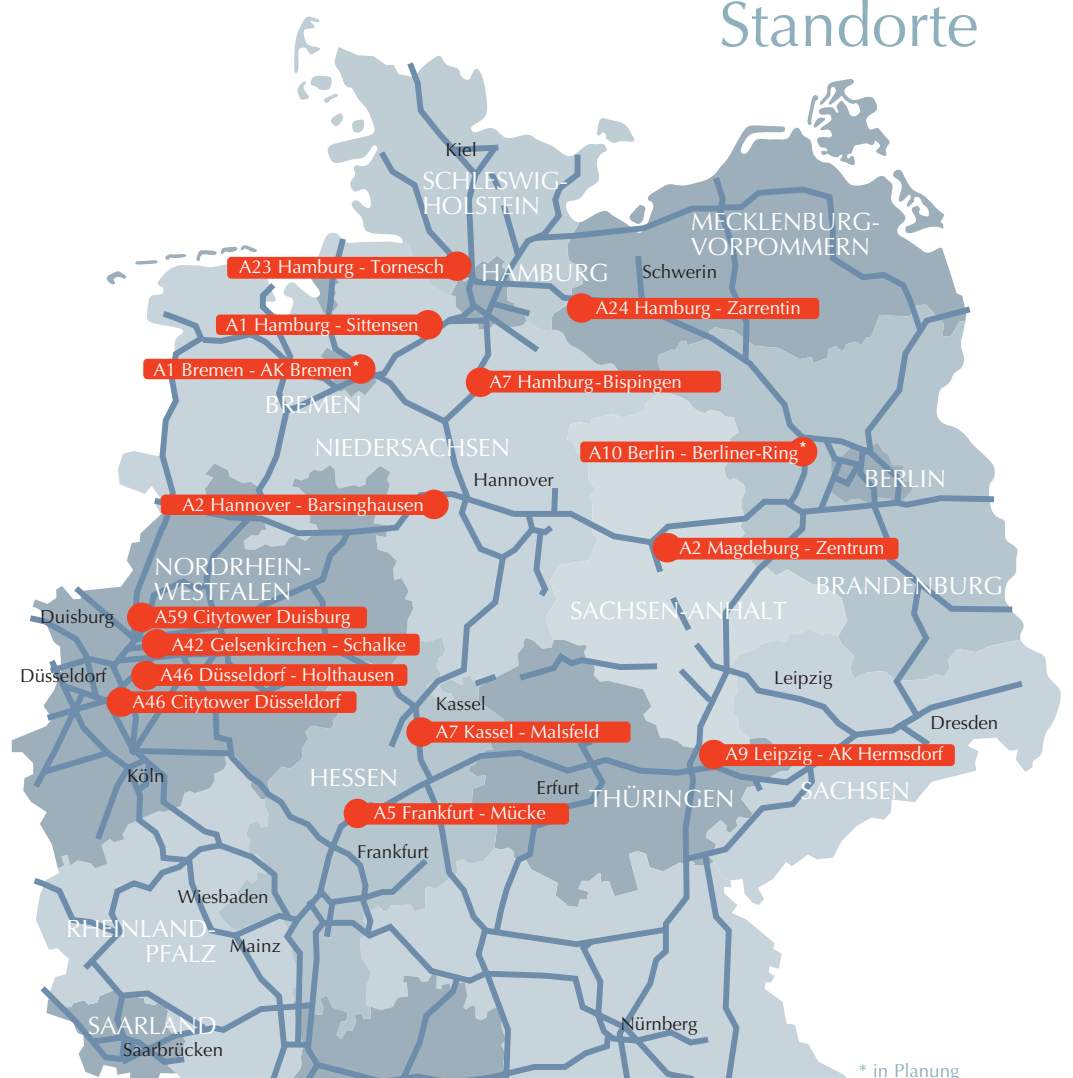
- Kreativität
- weihnachtliche Gestaltung
- Effektivität der Werbebotschaft
- optimale Nutzung und Einbindung des Mediums

Prämiert wird nach Ansicht der Jury die effektivste und kreativste Umsetzung. Der Gewinner erhält zwei Flugtickets nach New York mit Air Berlin im Dezember 2012.

Teilnahmeunterlagen unter www.maxiposter.de
Die Einreichphase läuft bis zum 22.11.2012.



MaxiPoster Standorte



BAB
MAXIPOSTER
AUTOBAHNWERBETÜRME

B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH
Dorotheenstraße 64
22301 Hamburg / Germany
Fon: 040 / 80 79 364-70
Fax: 040 / 80 79 364-80
www.maxiposter.de
info@maxiposter.de

Impressum:

Herausgeber: B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH
ViSdP: Valentijn Bras
Erscheinungsweise: jährlich
Text + Konzept: MaxiPoster
Layout + Satz: Dreimenschen Grafik + Design
Fotos: B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH, fotolia