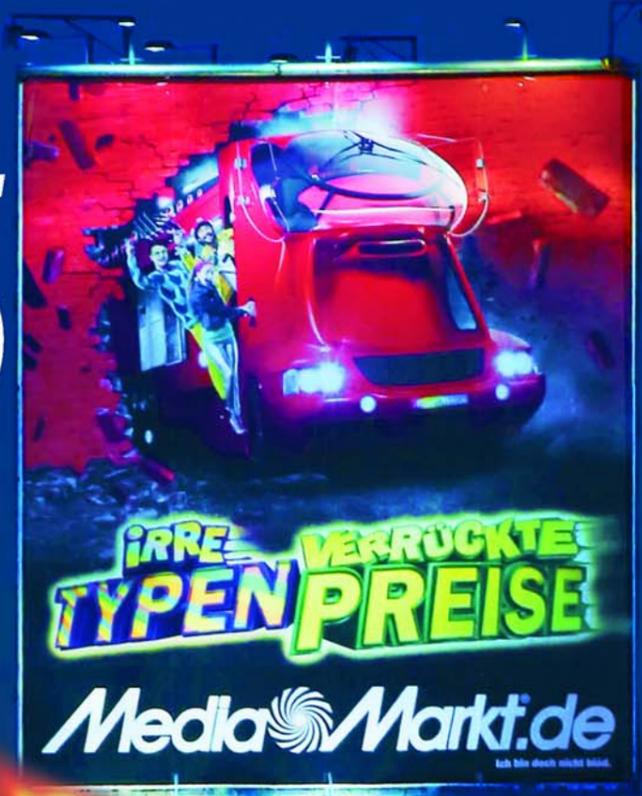


# NEWS

from the Top



Der neue Standort

Seite 2



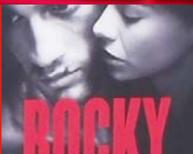
Riesiges Ergebnis

Seite 3



Rückblick

Seite 6/7



Reisezeit mit Maxiposter

Seite 8





**Liebe Leserinnen und Leser,  
liebe Geschäftsfreunde und Kollegen,**

**„Ich bin ein Berliner!“**

Endlich ist es soweit. Nach über drei Jahren Genehmigungsphase und Planungsphase haben die Bauarbeiten für unseren neuesten Werbeturm am Berliner Ring A10 begonnen. Über so einen langen Zeitraum wird wahrlich ein langer Atem benötigt.

Mit einer Vielzahl von weiteren verheißungsvollen Standortprojekten, werden wir weiter expandieren und unser Standortnetz kontinuierlich ausbauen. Unsere Kunden und Geschäftspartner sind dabei unser Ansporn und unsere Motivation. In vielen Gesprächen mit Ihnen wird uns der Wunsch nach weiteren riesigen Werbetürmen am Point of Travel der Autobahn ausgedrückt. Werbung dort wo Menschen unterwegs sind, manchmal auch in Verbindung mit mobilen Endgeräten, gelangt immer mehr in den Focus der Werbetreibenden. Lassen Sie sich auf den folgenden Seiten von unseren Kampagnenbeispielen inspirieren.

Neben unseren nationalen Kunden ist uns insbesondere die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Partnergemeinden und Partnern vor Ort sehr wichtig. Für Gemeinden und die lokale Wirtschaft entstehen viele positive Effekte.

Wir steigern die Attraktivität der heimischen Wirtschaft durch die Schaffung von Werbemöglichkeiten. Neben der klassischen Imagewerbung kann zusätzliche Kaufkraft von vorbeifahrenden Autobahnnutzern abgeschöpft werden.

Ortsansässige Betriebe der Systemgastronomie beispielsweise erzielen Umsatzsteigerungen von 20-40%. Dies hat einen erhöhten Personalbedarf zur Folge, wirkt sich positiv auf den lokalen Arbeitsmarkt aus und erzielt höhere Gewerbesteuereinnahmen für die Gemeinden. So gelingt uns die Verknüpfung als lokaler, regionaler und nationaler Werbeträger.

Think global, act local.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Valentijn Bras  
Managing Director

**BAB**  
**MAXIPOSTER**  
AUTOBAHNWERBETÜRME

# Berlins neuer Riese

## MaxiPoster goes Hauptstadt Berlin!

Noch wacht ein 26 Meter hoher 40t Mobilkran über die Baustelle. Aber schon in wenigen Wochen entsteht hier kein neuer Berliner Bär aber ein Berliner Riese.

Am westlichen Berliner Autobahnring A10 im Güterverkehrszentrum (GVZ) Berlin-West strahlt der neue Werbeturm an der Entwicklungsachse Berlin-Spandau-Potsdam.

Überregional erfolgt die Anbindung über die BAB A10 an sämtliche Autobahnen, die auf dem Berliner Ring münden.

Als besonderes Highlight bietet der Standort eine Dritte 224 qm Werbefläche. Diese zielt auf die Bundesstraße 5, der einzigen und wichtigsten Ausfallstraße Berlins in das westliche Umland.



## Standorte gesucht:

Für die weitere Expansion sind wir auf der Suche nach exponierten Grundstücken und Gebäudeflächen an bundesdeutschen Autobahnen, die optimal einsehbar sind aus Autofahrerperspektive.

## Wir bieten Kommunen und Grundstückseigentümern:

- langfristig gesicherte Mieteinnahmen
- sehr gerne auch Kauf von Grundstücken
- attraktive und individuelle Möglichkeiten für Eigenwerbung

MaxiPoster errichtet ausschließlich genehmigte und professionell entwickelte Werbeanlagen unter Berücksichtigung aller technischen und gesetzlichen Vorschriften. Als Eigentümer und Betreiber der Werbetürme leisten wir den alleinigen Investitionsaufwand und sind für Planung, Errichtung und Betreuung der Anlagen zuständig.

# „Irre Typen - verrückte Preise“ auf der Autobahn

Media Markt startete Ende Oktober vergangenen Jahres mit seiner Saisonkampagne. Im Mittelpunkt der Kampagne stand ein knallroter Technik-Truck, das verrückte Media-Mobil und die Road-Movies rund um die verrückten Media-WG-Bewohner Kim, Marc und Oskar.

Unter dem Motto "Irre Typen - verrückte Preise" nutzte die integrierte Kampagne alle Werbekanäle. Zeitgleich mit den TV- und Funk-Spots startete eine Out-of-Home-Offensive, bei der auch MaxiPoster eingesetzt wurde.

Bundesweit erreichten zehn MaxiPoster über 30 Millionen technikbegeisterte Autofahrer. Kinetic Worldwide Germany setzte die Out-of-Home-Werbemaßnahmen um.



## „Riesiges Ergebnis“ CDU

Gemeinsam erfolgreich für Deutschland – So lautet der Titel des gemeinsamen Regierungsprogramms 2013-2017 von CDU und CSU.

8-mal war das Plakatmotiv „Gemeinsam erfolgreich“ auf 224 qm zu sehen, welches zur Bundestagswahl 2013 für die MaxiPoster-Werbetürme von der CDU ausgewählt wurde.

Nach den Bundestagswahlen 2005 und 2009, setzte die Partei zum dritten Mal Ihr Vertrauen in die großformatige Autobahnwerbung von B.A.B. MaxiPoster. Ein qualitativ hochwertiges Medium mit enormer Kontaktfrequenz und hoher Aufmerksamkeitsstärke, um der mobilen Zielgruppe klare Botschaften zu präsentieren.

Das Ziel der gesamten CDU-Kampagne war, dass Deutschland auch nach dem 22. September 2013 ein starkes und erfolgreiches Land unter Führung der Union bleibt.

41,5% am Tag der Wahl bedeuten einen grandiosen Erfolg für Angela Merkel und die CDU. Das Ergebnis ist das Beste für die Union seit fast zwanzig Jahren.



# Werbung am Point of Travel

## Werbung am Point of Travel - Nutzen Sie die Exklusivität der Werbung in der Medianische Autobahn!

Täglich nutzen Millionen Menschen die Autobahn auf Ihrem Weg zur Arbeit, auf dem Weg zu Geschäftsterminen, auf dem Weg ins Wochenende oder auf dem Weg in den wohlverdienten Urlaub. MaxiPoster deckt bereits heute klassische Fernverbindungsautobahnen und Autobahnknotenpunkte ab.

Geschäftsreisende, Vielfahrer, Pendler und Urlauber mit Ihren vielfältigen Produktinteressen können gezielt angesprochen werden. Diese mobile Zielgruppe hat eine besonders hohe Affinität zu Produkten aus den Bereichen Automotiv, Elektronik und Telekommunikation, Convenience, Handel, Medien- und Onlinedienste, Versicherung, Airline und Touristik und der Unterhaltung.

MaxiPoster ist mit seiner Kampagnenvielfalt abwechslungsreich und nicht störend. Die Werbeflächen liegen im Blickfeld des Be-

trachters. Die Autobahnutzer fahren immer mit einer relativ langen Blickverweildauer auf ein Maxiposter zu. Dadurch sind die Autofahrer wenig ablenkt und ein vergleichsweise „intensiver“ Kontakt ist möglich.

Die Werbebotschaften sind aufgrund Ihrer erhabenen Position in bis zu 60 Meter Höhe und Ihrer Größe fast unübersehbar. Die Werbetürme stechen weithin sichtbar aus dem üblichen Autobahnbild hervor.

Anders als an Flug- und Bahnhöfen ist Werbung am Point of Travel der Autobahnen immer noch ein neuer und in der Entwicklung am Anfang stehender Trend in der Werbelandschaft. Aber gerade die Exklusivität dieser Medianische in einer reizüberfluteten Zeit macht Werbung an bundesdeutschen Autobahnen so erfolgreich und auch zukünftig so spannend.



## 1 Strategische Lage Autobahn heute

1. 94% der Deutschen nutzen die Autobahn.
2. Wichtigste Verkehrsader in Deutschland und Mitteleuropa.
3. Günstige Autobahn-Verkehrsanbindungen sind wichtiger denn je.
4. Regionen ohne Airport- und ICE Anbindungen sind abhängig von einer guten Autobahnanbindung.
5. Die Wirtschaft wählt für Ihren Firmensitz bewusst die „grüne Wiese“.
6. Handel, Gewerbe- und Industriegebiete entstehen fernab der Innenstadtlagen.
7. Für Logistikunternehmen hat die Autobahn die erste Priorität.
8. Große Events und Sportveranstaltungen werden oftmals in Autobahnnähe geplant.



## 2 Extrem spannende Zielgruppe

1. Geschäftsreisende und Vielfahrer
2. Unternehmer und Handwerker – Topentscheider im Mittelstand
3. Berufspendler und Wochenendpendler
4. Berufskraftfahrer
5. Reisende und Urlaubsfahrer



## 3 Echte Verkaufsargumente für MaxiPoster

1. Ein werbefreies Umfeld
2. Enorme Kontaktchancen mit einer riesigen Reichweite
3. Eine Top-Zielgruppe im Alter von 19 – 59 Jahren
4. Berufstätig mit einem überdurchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen
5. Sehr hoher Anteil an Geschäftsreisenden/Entscheider
6. Nicht zu übersehenden, riesigen und nachts spektakulär ausgeleuchteten Werbeflächen
7. Umfangreiche GfK-Erhebungen belegen Erinnerungswerte von bis zu 80% (ungestützt)



## 4 MaxiPoster Stärken

1. Enorme Reichweite, regional aussteuerbar
2. Sehr gute Abdeckung in Nord- und Mitteldeutschland
3. Standorte in unmittelbarer Nähe zu Messestandorten wie Hamburg, Hannover, Düsseldorf, Frankfurt und Leipzig
4. Abdeckung von ganzen Reiseverkehrsströmen (Nord-Süd, Ost-West)
5. Ein erfahrenes und zugleich sehr flexibles MaxiPoster Team sorgt für einen reibungslosen Ablauf und macht Vieles möglich



# Rückblick 2013



## Scavi Hugo

HUGO-MaxiPoster bringen den Trend auf die Straße! Pünktlich zum diesjährigen Osterwochenende ging es mit Vollgas in die HUGO-Saison 2013.

Passend zum Start des großen Reiseverkehrs nutzte SCAVI & RAY wie schon in 2012 wieder MaxiPoster an den Autobahnen. An strategisch wichtigen Verkehrsknotenpunkten war HUGO by SCAVI & RAY wieder ein echter Hingucker – und das den ganzen Sommer.

Im Kampagnenzeitraum von April bis September 2013 war HUGO by SCAVI & RAY an insgesamt acht Standorten mit zehn Monatsbelegungen und somit über dreißig Millionen Kontakten an der Autobahn präsent und garantierte so einen prickelnden Sommer.

## Warsteiner

Wie die Klitschko-Brüder im Ring, so sind auch die MaxiPoster Werbetürme: Aufmerksamkeitsstark und unübersehbar!

Im September überwachten Vitali und Wladimir Klitschko in 224-qm Größe den Verkehr an drei exklusiven Autobahnstandorten. An zwei weiteren Standorten wurde das neue Warsteiner Herb beworben.

Mit insgesamt über 10 Millionen Kontaktchancen bei den 19-59 jährigen Berufstätigen wurde gezielt die Erwachsenenzielgruppe erreicht.

Media verantwortete die Agentur „Vizeum“ aus Wiesbaden gemeinsam mit dem OOH-Spezialisten „Posterscope“.

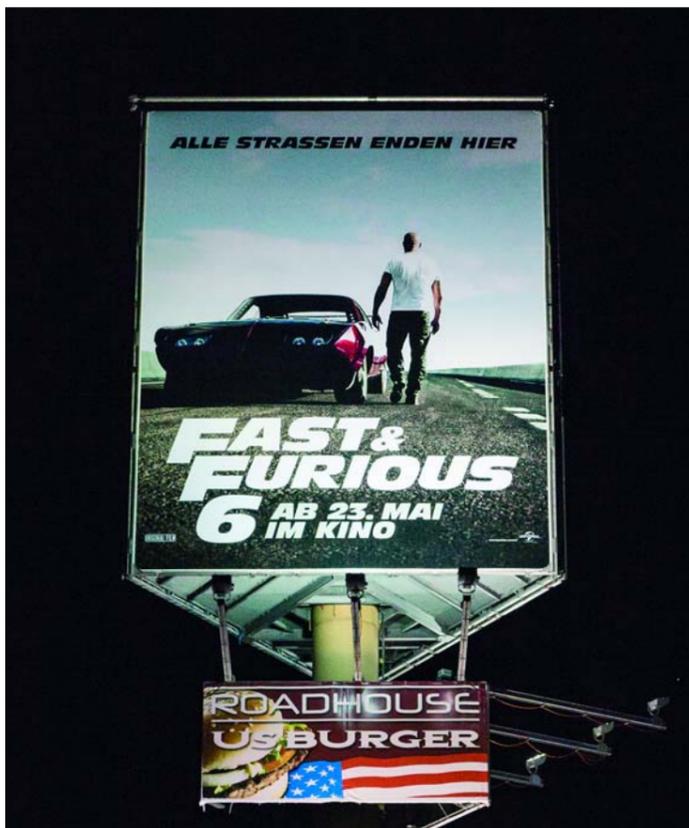


## Ortel Mobil

Im Rahmen der Ortel Mobile Gesamtkampagne "Die Welt spricht Ortel" wurden auch bewusst die MaxiPoster Standorte an den klassischen Ost-West Fernverbindungsautobahnen Berlin-Norddeutschland, Berlin-Ruhrgebiet und Berlin-Bayern/Baden-Württemberg ausgewählt.

Die Kampagne richtete sich an eine internationale Zielgruppe wie Bürger mit Migrationshintergrund, ausländische Studenten und Saisonarbeitskräfte, die in Deutschland leben. Die Anzeigen zeigten die Gesichter von Menschen, die jeweils in den Farben ihrer Nation bemalt waren. Dazu bewarb der Mobilfunkanbieter die Tarifpakete, die für Deutschland und Polen gültig sind. Und dies in polnischer Sprache. Media verantwortete die Agentur „Carat Deutschland“ am Standort Düsseldorf gemeinsam mit dem OOH-Spezialisten „Posterscope“.





## Fast & Furious 6

Um die Fans vor dem Kinostart auf den sechsten Teil der weltweit überaus erfolgreichen Filmreihe Fast & Furious aufmerksam zu machen, warb Universal Pictures International im Mai sehr erfolgreich bundesweit auch an Autobahnen.

An sechs Standorten prangte Filmstar Vin Diesel als „Dom Toretto“ von den riesigen MaxiPoster-Werbeflächen. Zum ersten Mal setzte der Filmgigant dabei auf diesen Out-of-Home-Werbeträger für die Fast & Furious-Reihe, um die Fans der „heißen Reifen“ direkt auf der Straße zu erreichen.

Kinetic Worldwide Germany setzte die Out-of-Home-Werbe-maßnahmen um. Die Planung der kompletten Kampagne betreute Mindshare Germany.



# Beste Unterhaltung mit MaxiPoster

## Musical Hauptstadt Hamburg

DAS PHANTOM DER OPER – Das Original mit den berühmten Melodien von Andrew Lloyd Webber kehrte im Dezember 2013 auf die Bühne des Stage Theaters Neue Flora in Hamburg zurück. Nach mehr als 6 Millionen Besuchern und 11 erfolgreichen Jahren verließ die Show am 30.6.2011 Hamburg. Nun kehrte sie nach mehr als 12 Jahren wieder zurück.

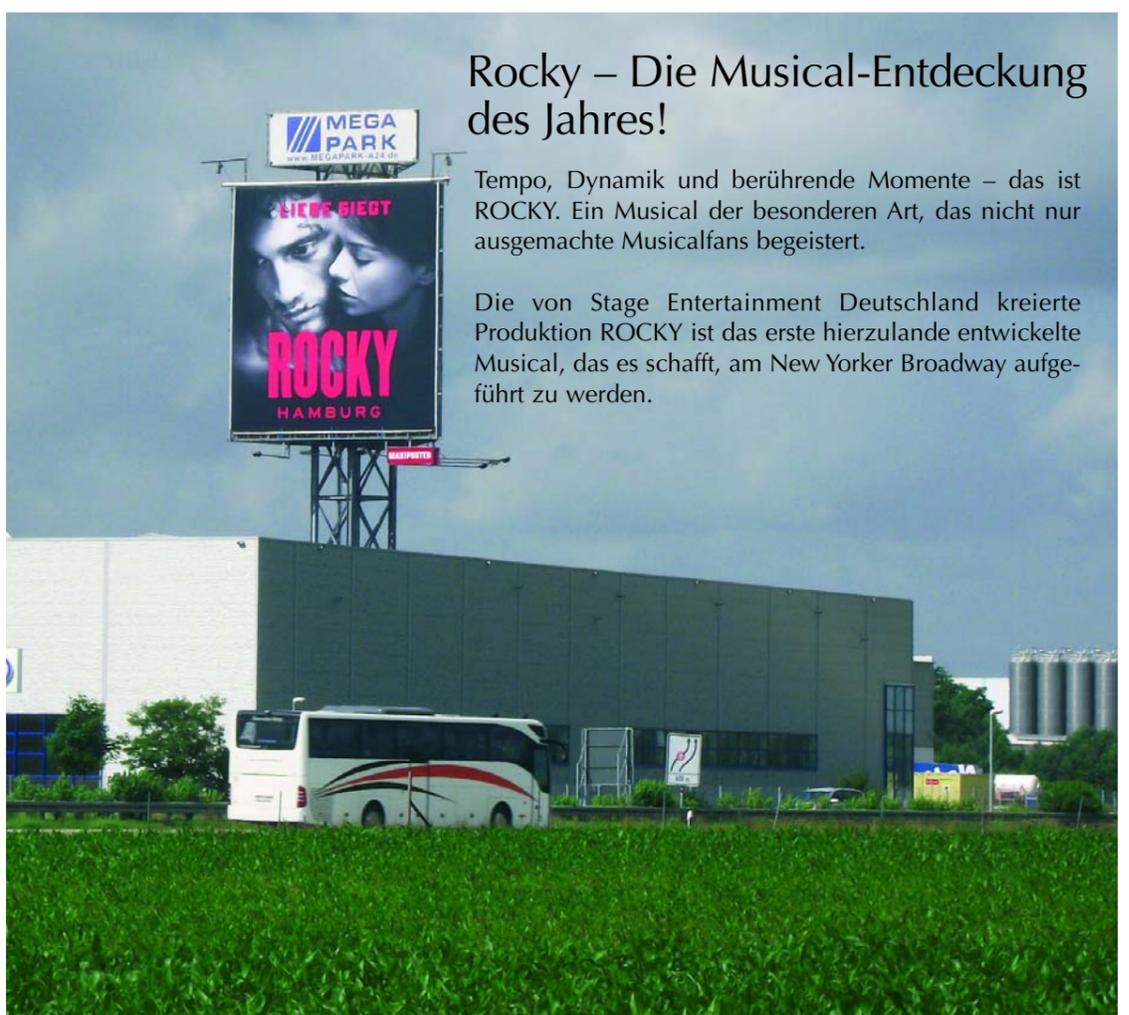
Wer in den vergangenen Monaten mit dem Auto aus und in die Musical-Hauptstadt Hamburg reiste, wurde durch die immer wiederkehrenden Rocky und Das Phantom der Oper Motive auch daran erinnert. Mit 10 Monatsbelegungen an den MaxiPoster Standorten im Gebiet Nielsen I wurden weit über 25 Millionen potentielle Musical Fans angesprochen.



## Rocky – Die Musical-Entdeckung des Jahres!

Tempo, Dynamik und berührende Momente – das ist ROCKY. Ein Musical der besonderen Art, das nicht nur ausgemachte Musicalsfans begeistert.

Die von Stage Entertainment Deutschland kreierte Produktion ROCKY ist das erste hierzulande entwickelte Musical, das es schafft, am New Yorker Broadway aufgeführt zu werden.



# Ferienzeit ist Reisezeit!

Auch in unserem diesjährigen MaxiPoster Newsletter darf der Ferienkalender als fester Bestandteil nicht fehlen. Ist er doch der exakte Zeitplaner um eine weitere Zielgruppe optimal zu erschließen: die Familien mit Kindern auf dem Weg in den Urlaub.

**Wussten Sie, dass die Deutschen 70 Mio. Urlaubsreisen und 86 Mio. Kurzreisen im Jahr unternehmen?**

**Und dass Deutschland immer noch das beliebteste Urlaubsziel der Deutschen ist?**

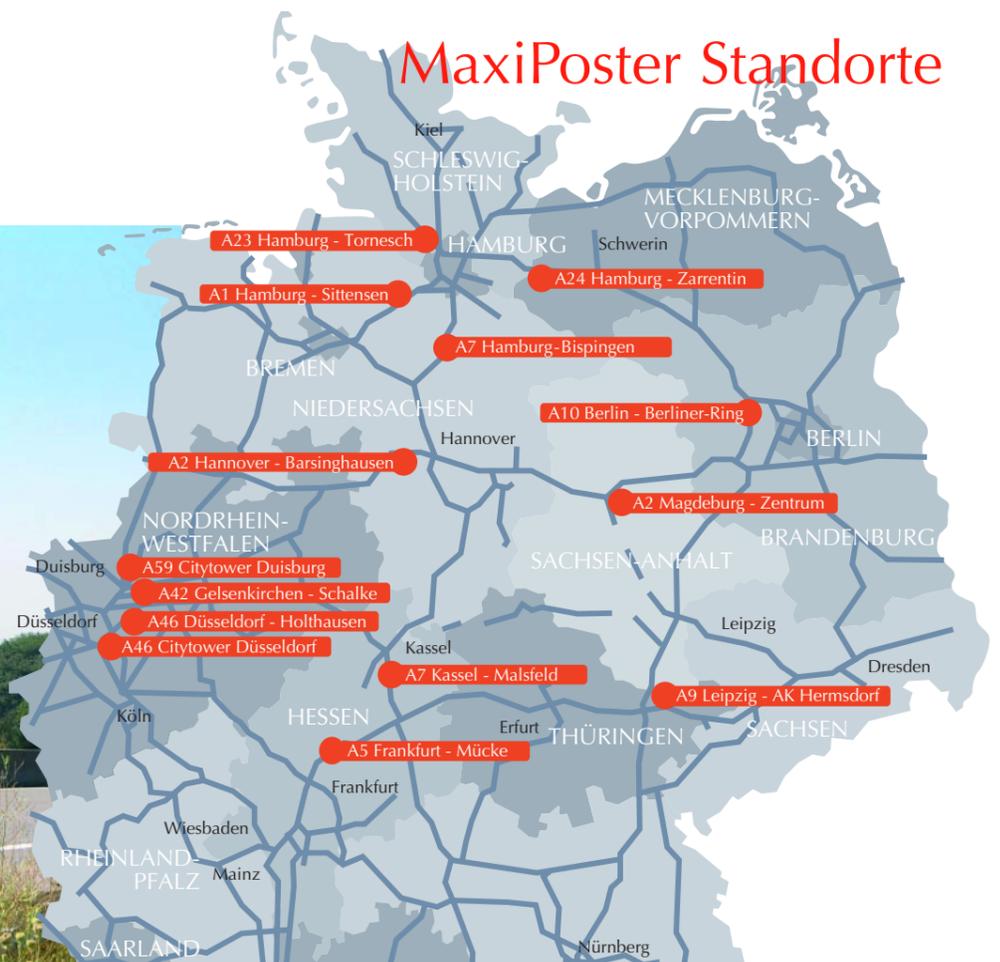
**Und dass, 80% der Urlaubsreisen pro Jahr mit dem Auto gemacht werden? Der Anteil der Familien ist dabei überproportional groß.**

BAB MaxiPoster bietet Ihnen die perfekte Plattform um diese spannende Zielgruppe für sich zu gewinnen. Durch die MaxiPoster-Standort-Positionierungen an klassischen Nord-Süd-Verbindungsautobahnen wie der A1, A5, A7 und A9 gelingt eine ausgesprochen hohe Abdeckung.



| Schulferien 2014   | Winter          | Ostern          | Him./Pf.                 | Sommer          | Herbst          | Weihnachten     |
|--------------------|-----------------|-----------------|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Baden-Württemberg  | -               | 14.04. - 25.04. | 10.06. - 21.06.          | 31.07. - 13.09. | 27.10. - 30.10. | 22.12. - 05.01. |
| Bayern             | 03.03. - 07.03. | 14.04. - 26.04. | 10.06. - 21.06.          | 30.07. - 15.09. | 27.10. - 31.10. | 24.12. - 05.01. |
| Berlin             | 03.02. - 08.02. | 14.04. - 26.04. | 02.05. / 30.05.          | 09.07. - 22.08. | 20.10. - 01.11. | 22.12. - 02.01. |
| Brandenburg        | 03.02. - 08.02. | 16.04. - 26.04. | 02.05. / 30.05.          | 10.07. - 22.08. | 20.10. - 01.11. | 22.12. - 02.01. |
| Bremen             | 30.01. - 31.01. | 03.04. - 22.04. | 10.06.                   | 31.07. - 10.09. | 27.10. - 08.11. | 22.12. - 05.01. |
| Hamburg            | 31.01.          | 03.03. - 14.03. | 28.04. - 02.05. / 30.05. | 10.07. - 20.08. | 13.10. - 24.10. | 22.12. - 06.01. |
| Hessen             | -               | 14.04. - 26.04. | -                        | 28.07. - 05.09. | 20.10. - 01.11. | 22.12. - 10.01. |
| Meckl.-Vorpommern  | 03.02. - 15.02. | 14.04. - 23.04. | 06.06. - 10.06.          | 14.07. - 23.08. | 20.10. - 25.10. | 22.12. - 02.01. |
| Niedersachsen      | 30.01. - 31.01. | 03.04. - 22.04. | 02.05. / 30.05. / 10.06. | 31.07. - 10.09. | 27.10. - 08.11. | 22.12. - 05.01. |
| NRW                | -               | 14.04. - 26.04. | 10.06.                   | 07.07. - 19.08. | 06.10. - 18.10. | 22.12. - 06.01. |
| Rheinland-Pfalz    | -               | 11.04. - 25.04. | 30.05. / 20.06.          | 28.07. - 05.09. | 20.10. - 31.10. | 22.12. - 07.01. |
| Saarland           | 03.03. - 08.03. | 14.04. - 26.04. | -                        | 28.07. - 06.09. | 20.10. - 31.10. | 22.12. - 07.01. |
| Sachsen            | 17.02. - 01.03. | 18.04. - 26.04. | 30.05.                   | 21.07. - 29.08. | 20.10. - 31.10. | 22.12. - 03.01. |
| Sachsen-Anhalt     | 01.02. - 12.02. | 14.04. - 17.04. | 30.05. - 07.06.          | 21.07. - 03.09. | 27.10. - 30.10. | 22.12. - 05.01. |
| Schleswig-Holstein | -               | 16.04. - 02.05. | 30.05.                   | 14.07. - 31.08. | 13.10. - 25.10. | 22.12. - 06.01. |
| Thüringen          | 17.02. - 22.02. | 19.04. - 02.05. | 30.05.                   | 21.07. - 29.08. | 06.10. - 18.10. | 22.12. - 03.01. |

## MaxiPoster Standorte



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  
sales@maxiposter.de

**Impressum:**  
Herausgeber: B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH  
ViSdP: Valentijn Bras  
Erscheinungsweise: jährlich  
Text + Konzept: MaxiPoster  
Layout: www.dreimenschen.de  
Fotos: B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH

**BAB**  
**MAXIPOSTER**  
AUTOBAHNWERBETÜRME