



**Übernahme  
Interbest**

Seite 2



**10 Millionen  
für Merkel**

Seite 3



**XXL-Zwillinge**

Seite 6

# „Kill the Overkill“

Auswege aus drohender WM-Werbeflut



## INHALT

### SEITE 2

- Riesen mit Monopolstellung
- Freundliche Übernahme

### SEITE 3

- 10 Millionen für Merkel
- Autobahnwerbung auf Erfolgskurs

### SEITE 4 / 5

- So groß – so allein ...

### Seite 6

- XXL-Zwillinge

### Seite 7

- Autobahnwerbung auf Erfolgskurs (Fortsetzung)

### SEITE 8

- FAQs
- Men + women
- Stellenangebot

Wie Horizont berichtete (2/06, „Zur Fußball-WM droht der kommunikative Overkill“), geht die deutsche Medienbranche zur WM von einer medialen Sturmflut aus. „Schon jetzt wird zur WM dermaßen werblich gepowert, dass der Verbraucher teilweise bereits in eine ablehnende Haltung verfällt,“ so Christoph Hermes, Sprecher der Warsteiner-Brauerei zu Horizont.

Diese Befürchtung lässt manchen Werbetreibenden wie ein Kaninchen vor der Schlange erstarren: „Einige unserer Kunden zeigen sich

aufgrund des drohenden Overkills recht verhalten und lassen es lieber“, so Michael Dunke, CEO von Universal McCann/Frankfurt zu Horizont. Sowohl WM-Partner als auch Nicht-Sponsoren grübeln angestrengt über eine mögliche Produkt- und Selbstdarstellung rund um das fußballerische Großereignis nach. „Sie eint die Hoffnung, aus der Flut der Werbe-Cheerleader herauszustechen.“ (Horizont, 2/06)

Um dies zu erreichen, werden sowohl kreative Kampagnen als auch deren Veröffentlichung in

den richtigen Medien gebraucht. Für Letzteres gibt es zwei Möglichkeiten: Zum Einen flächendeckend zu belegen, was gerade zur WM-Phase einen enormen Kostenfaktor verursacht, oder zum Anderen sich selektiv auf Medien zu spezialisieren, die in ihrem Umfeld eine Art „Monopolstellung“ haben. Ein Beispiel hierfür sind Werbetürme an deutschen Autobahnen. Diese bieten zur WM das, wovon alle Werbetreibenden derzeit träumen: Größe, Alleinstellung und zwangsläufige Wahrnehmung. In luftiger Höhe (40-60 m) und wer-

befreiem Umfeld stiehlt den Botschaften auf den 224 m<sup>2</sup> großen Plakatflächen der Werbetürme keiner die Show. Zudem garantiert die Platzierung direkt an der Autobahn eine zwangsläufige Wahrnehmung aus beiden Fahrtrichtungen: wegschauen oder abbiegen ist unmöglich. Die Herausforderung für die Marketing-Experten und Mediaplaner liegt zur WM folglich darin, die jeweiligen Monopol-„Pralinen“ herauszusuchen und zu einem effektiven Mediamix zusammenzufügen. Dann ist der mediale Overkill zur WM kein Thema mehr.



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

*ein spannendes Jahr liegt hinter uns. Unserem Ziel, stark und schnell zu expandieren, sind wir in den letzten 12 Monaten ein ganzes Stück näher gekommen. Schließlich wollen wir die Reichweite unserer Medien ständig steigern und unser Netzwerk im Sinne der bundesweiten Streuung kontinuierlich ausbauen.*

*So hat die B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH im vergangenen Jahr die Aktivitäten des ursprünglich niederländischen Mitbewerbers Interbest GmbH übernommen und das eigene Netzwerk um weitere Türme ergänzt.*

*Und kaum hat das Jahr begonnen, feiern wir erneut Richtfest von zwei MaxiPoster Werbetürmen! Nämlich die Fertigstellung der Türme an der A2 bei Magdeburg und bei Malsfeld an der A7 zwischen Kassel und Frankfurt.*

*Immer mehr Markenanbieter und Konzerne schätzen die unvermeidbare Wahrnehmung, den Impact und vor allem die riesige Anzahl der Kontakte unserer Werbetürme. Auch die CDU belegte zur Wahl im vergangenen September alle Werbetürme unseres damaligen Netzes und erreichte so rund 10 Millionen Menschen. Neue, namhafte Kunden finden den Weg zu uns und sind begeistert! Wie beispielsweise Germanwings, O'Neill, DAF, McDonald's, GTI, IKEA, Burger King – um nur einige der Vielen zu nennen.*

*Mit dem weiteren Ausbau unseres Netzwerkes sind wir auf dem richtigen Weg! Das zeigt uns die ständig steigende Zahl der Anfragen und das beweisen uns die kontinuierlichen Buchungen. Natürlich passen wir uns diesem Tempo mit großer Begeisterung an! Seit Januar können wir Ihnen somit bereits neun Top-Standorte anbieten. Aber das ist bei weitem nicht alles. Denn 2006 werden wir das Turm-Dutzend voll machen. Bis Ende des Jahres ist der Bau von drei weiteren MaxiPoster Werbetürmen geplant.*

*Die 3. Ausgabe von „NEWS on the TOP“ bietet Ihnen viele Informationen. Haben Sie noch Fragen? Nehmen Sie einfach Kontakt mit uns auf. Wir sind für Sie da und freuen uns auf Sie.*

*In diesem Sinne wünschen wir Ihnen ein tolles Jahr 2006 und viel Spaß beim Lesen!*

Valentijn Bras  
Geschäftsführender Gesellschafter  
der B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH

## Riesen mit Monopolstellung

Größe, Monopolstellung und zwangsläufige Wahrnehmung – diese prägnanten Eigenschaften beschreiben treffend die Autobahn-Werbetürme der B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH.

Seit 2003 betreibt und vermarktet die B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH als einziges Medienunternehmen in Deutschland die großformatigen Werbetürme (224 m<sup>2</sup> Plakatfläche pro Seite, in bis zu 60 Meter Höhe) an viel befahrenen deutschen Autobahnen.

Unser Know-how in der deutschen Medienlandschaft basiert auf der langjährigen Erfolgsgeschichte unserer Schwesterfirma in den Niederlanden. Dort wurde der Grundstein für ein Medium gelegt, das im europäischen Ausland, in den USA und Asien seit Jahren erfolgreich und etabliert ist.

B.A.B. MaxiPoster hat sich in Deutschland eine Mediennische gesichert, die dem zunehmenden Trend der Reizüberflutung ent-

gegenwirkt: großformatige Werbeflächen an stark frequentierten Autobahnen in einem nahezu werbefreien Umfeld! In nur zwei Jahren hat B.A.B. MaxiPoster deutschlandweit ein Netz von Werbetürmen aufgebaut, das insgesamt eine Reichweite von monatlich bis zu 49 Millionen Kontakten ermöglicht! Ob bundesweit oder regional – B.A.B. MaxiPoster bietet Ihrer Werbebotschaft den Luxus zwangsläufiger Wahrnehmung mit beeindruckenden Kontaktzahlen.

## Freundliche Übernahme

**B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH übernahm deutsche Interbest-Standorte**

Stark expandierenden Unternehmen in Wachstumsmärkten geht der Ausbau ihrer Aktivitäten oft nicht schnell genug. Sorgfältige Prüfungen der Mitbewerber können da eine Unternehmenserweiterung durchaus signifikant beschleunigen.

In diesem Sinne hat B.A.B. MaxiPoster im vergangenen September die Aktivitäten der deutschen Interbest GmbH übernommen. Mit der Übernahme der deutschen Interbest-Standorte kamen zwei weitere Autobahn Werbetürme hinzu: der Turm an der A2 in Han-

nover/Auetal und der Standort an der A46 Abfahrt Düsseldorf Holthausen. Mit einer Höhe von 40 m bzw. 48 m ergänzen beide Türme das Netzwerk der B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH optimal!

Valentijn Bras, geschäftsführender Gesellschafter bei B.A.B. MaxiPoster ist von der zügigen Expansion begeistert und betont, dass das für Deutschland neue Medium „Werbeturm an Autobahn“ aus der internationalen Medienlandschaft nicht wegzudenken ist. „Die Übernahme von Interbest motiviert das gesamte

MaxiPoster-Team einmal mehr. Schließlich sind wir alle vom Benefit unserer Werbeträger überzeugt und werden diesem Medium die Markt-Positionierung geben, die es verdient. Von unseren Werbetürmen im Riesenformat an deutschen Top-Autobahn-Standorten profitieren bundesweite Kampagnen genauso wie standortbezogene Regional-Werbung. Das wichtigste Kriterium für den Bau oder den Erwerb eines Turmes ist die Verkehrsfrequenz. Nur an viel befahrenen Strecken fällt die Unternehmensentscheidung für einen Turm.“



# 10 Millionen für Merkel

Nach der turbulenten Wahl vom vergangenen September ist in Deutschland schon fast wieder der politische Alltag eingeleitet – wenn auch unter anderen „Vorzeichen“: Gerhard Schröder widmet sich nun ausschließlich der Familie und seiner beruflichen Zukunft, Joschka Fischer hat wieder Zeit zu joggen und Frau Merkel beschreitet als erste Bundeskanzlerin Deutschlands das internationale politische Parkett.

Selbst kurzfristig aufgeblitzte kreative Stilblüten wie „schwampeln“ und „Jamaika-Koalition“ gehören wieder der Vergangenheit an. Eines muss man aber sagen: Selten war eine Bundestagswahl so spannend, selten mit so vielen Neuerungen gespickt wie diese. Nicht nur die Kurzfristigkeit des Wahltermins, das knappe Endergebnis oder die lange Ungewiss-

heit über die Kanzlerbesetzung waren ein Novum. Selbst Medienexperten beschränkten bei den politischen Kampagnen neue Wege. So kamen beispielsweise erstmals Werbetürme an Autobahnen als Werbeträger zum Einsatz. Als erste politische Partei überhaupt belegte die CDU während der heißen Phase des Wahlkampfes fünf Standorte der B.A.B. MaxiPoster (Tornesch, Rehren, Düsseldorf, Gelsenkirchen, Hannover).

Plakatiert mit dem Portrait von Angela Merkel setzten die Werbetürme aufmerksamkeitsstarke Highlights, die aus der Masse der politischen Werbeaktivitäten herausstachen (siehe Zitat). Rund 10 Millionen Blickkontakte wurden allein mit diesem Medium während des Kampagnenzeitraums generiert.



„Der Einsatz der B.A.B. MaxiPoster im vergangenen Wahlkampf war ein Novum für politische Kampagnen. Neben den beeindruckenden Kontaktzahlen haben uns auch die positiven E-Mails und Briefe der Bürgerinnen und Bürger gezeigt: Diese herausragenden Plakatflächen kommen an.“

Für die Unterstützung und die kurzfristige Realisierung des Projektes möchten wir uns beim Team von B.A.B. MaxiPoster herzlich bedanken.“

Stefan Hennewig, Marketing und interne Kommunikation, CDU-Bundesgeschäftsstelle



MaxiPoster Standort Düsseldorf



MaxiPoster Standort Tornesch



MaxiPoster Standort Gelsenkirchen



MaxiPoster Standort Hannover



MaxiPoster Standort Rehren



## Autobahnwerbung auf Erfolgskurs

Autobahnwerbung steckt in Deutschland noch in den Kinderschuhen, obwohl gerade diese außergewöhnliche Werbeform ein enormes Impact-Potenzial bietet. Je mehr die innerstädtische Reizüberflutung an Bedeutung gewinnt, desto größer wird die Suche nach Medien-Innovationen. Den Wald vor lauter Bäumen nicht zu sehen, ist weder für Mediaplaner noch für Werbetreibende eine befriedigende Ausgangsposition. Unsere Kunden sind bereits zu neuen Ufern aufgebrochen und nutzen die USPs der Autobahnwerbetürme, wie extrem hohe Kontaktzahlen, werbefreies Umfeld und eine exakt definierte Zielgruppe.

Wie beeindruckend Werbung auf B.A.B. MaxiPoster Werbetürmen

sein kann, zeigen wir Ihnen gern anhand einiger Beispiele.

### O'Neill Europe:

„The response on our MaxiPoster in Hannover was overwhelming. Key accounts, consumers, reps, press – they all gave very positive feedback.“

Of course, this is in part due to the XXL hot O'Neill babe, greeting you from afar in her bikini, promoting our summer collection and representing our beach life image. During the second phase of this campaign, one of our best snow team riders introduced the winter collection with an extremely stylish move. We could already see the stoked faces in the cars rushing by, dreaming of their next powder session.

Big thanks to B.A.B. MaxiPoster, who assisted us in a great way during the process, and showed fantastic flexibility, reliability and consultancy.“

(Sascha Weil, Communication Manager, Marketing & PR Department, O'Neill European Headquarters)

### Statement McDonald's Kampagne 2005:

„Die Positionierung des Mastes kurz vor der Ausfahrt ist optimal. Seit der Montage beobachten wir auf unserem Parkplatz nicht nur die Kfz-Kennzeichen aus unserer näheren Umgebung, sondern jetzt auch aus ganz Deutschland. Der Umsatzzuwachs beträgt zwischen

7% und 12%. Besonders nachts hat sich der Umsatz durch den Hinweis auf der Werbetafel teilweise verdoppelt, da das Restaurant trotz direkter Nähe zur Autobahn nicht jedem bekannt war. Von Kunden haben wir immer wieder gehört, dass sie überrascht sind, dass auch an dieser Abfahrt Schalke, ein McDonald's Restaurant steht, obwohl dieses schon seit 1988 existiert.“

(Rolf Everts, Franchisenehmer der McDonald's Deutschland Inc., Gelsenkirchen)

Fortsetzung Seite 7

# So groß – so allein – so ungeh



## Größe – was ist das schon?

224 m<sup>2</sup> in 60 Metern Höhe. Größe ist Macht.



## Entrinnen unmöglich – wer wünscht sich das?

Sie! Schließlich legen Sie Wert auf hohe Reichweite und zwangsläufige Wahrnehmung.



## Allein sein – wem könnte das gefallen?

Jedem, der für seine Kampagne ein werbefreies Umfeld sucht.

Autobahn-Werbetürme sind schon seit vielen Jahren im Ausland, wie z.B. den USA bekannt. In Deutschland begann die Erfolgsgeschichte dieses Mediums im August 2004. Am Standort A2 Hannover/Barsinghausen wurde damals der erste deutsche Autobahn-Werbeturm der B.A.B. MaxiPoster GmbH errichtet.

Ein MaxiPoster Werbeturm ist hoch und seine Werbeflächen sind groß. So groß, dass sie auf der Autobahn schon in einer Entfernung von 1 Kilometer alle Augen auf sich ziehen. In bis zu 60 Metern Höhe und auf bis zu 224m<sup>2</sup> Fläche steht die Werbebotschaft ganz für sich allein, denn deutsche Autobahnen waren bislang eine werbefreie Zone.

Die Zielgruppe dieser Werbetürme ist schnell benannt: Es sind die Benutzer deutscher Autobahnen und somit eine klar definierte Klientel. 60% der Gesamtfahrleistung auf deutschen Autobahnen werden von berufstätigen Männern im Alter von 25 bis 60 Jahren absolviert. Es sind Geschäftsreisende, Pendler, Urlauber und Fernfahrer mit einem überdurchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen. Die derzeit 9 Standorte der B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH generieren einen durchschnittlichen GTKC-Wert (Gewichtete Tausender-Kontaktzahl-Chance pro Fahrtrichtung/28 Tage-Periode) von 2,7 Mio. pro Turm. Bei einseitiger Belegung jedes Standorts entspricht dies einer Reichweite von bis zu 24 Mio. Kontakten je Fahrtrichtung und Periode.

Und der Erfolg gibt diesem Medium Recht: Bereits für 2006 sind drei weitere Werbetürme an den Standorten Leipzig, Hamburg und Frankfurt geplant. Das Dutzend wird voll - und das Netz wächst und wächst und wächst ...



# neuer anziehend



## Nielsen I-Paket

Standort	GTKC*
A 23 Hamburg/Tornesch	1.835.767
A 2 Hannover/Barsinghausen	2.201.162
A 2 Hannover-Rehren	2.201.162
gesamt	6.238.091

## Nielsen II-Paket

Standort	GTKC*
A 46 Düsseldorf-Holthausen	4.248.751
A 46 Düsseldorf**	4.260.393
A 42 Gelsenkirchen-Schalke	1.936.415
A 59 Duisburg**	2.290.916
gesamt	12.736.475

## National-Paket

Standort	GTKC*
A 23 Hamburg/Tornesch	1.835.767
A 2 Hannover/Barsinghausen	2.201.162
A 2 Hannover/Rehren	2.201.162
A 46 Düsseldorf-Holthausen	4.248.751
A 46 Düsseldorf**	4.260.393
A 42 Gelsenkirchen-Schalke	1.936.415
A 59 Duisburg**	2.290.916
A 2 Magdeburg-Zentrum	2.526.530
A 7 Malsfeld	2.806.310
gesamt	24.307.406

\* GTKC – Gewichtete Tausender-Kontaktzahl-Chancen pro Fahrtrichtung/Periode (28 Tage)

\*\* in Kooperation mit der blowUP Media GmbH

Die folgenden Standorte stehen Ihnen voraussichtlich ab Mitte 2006 zur Verfügung:

- Hamburg/Zarrentin
- Leipzig/Hermsdorfer Kreuz
- Frankfurt/Mücke

Standort MaxiPoster

Standort in Planung



# XXL-Zwillinge

Turmbau zu Malsfeld und Magdeburg



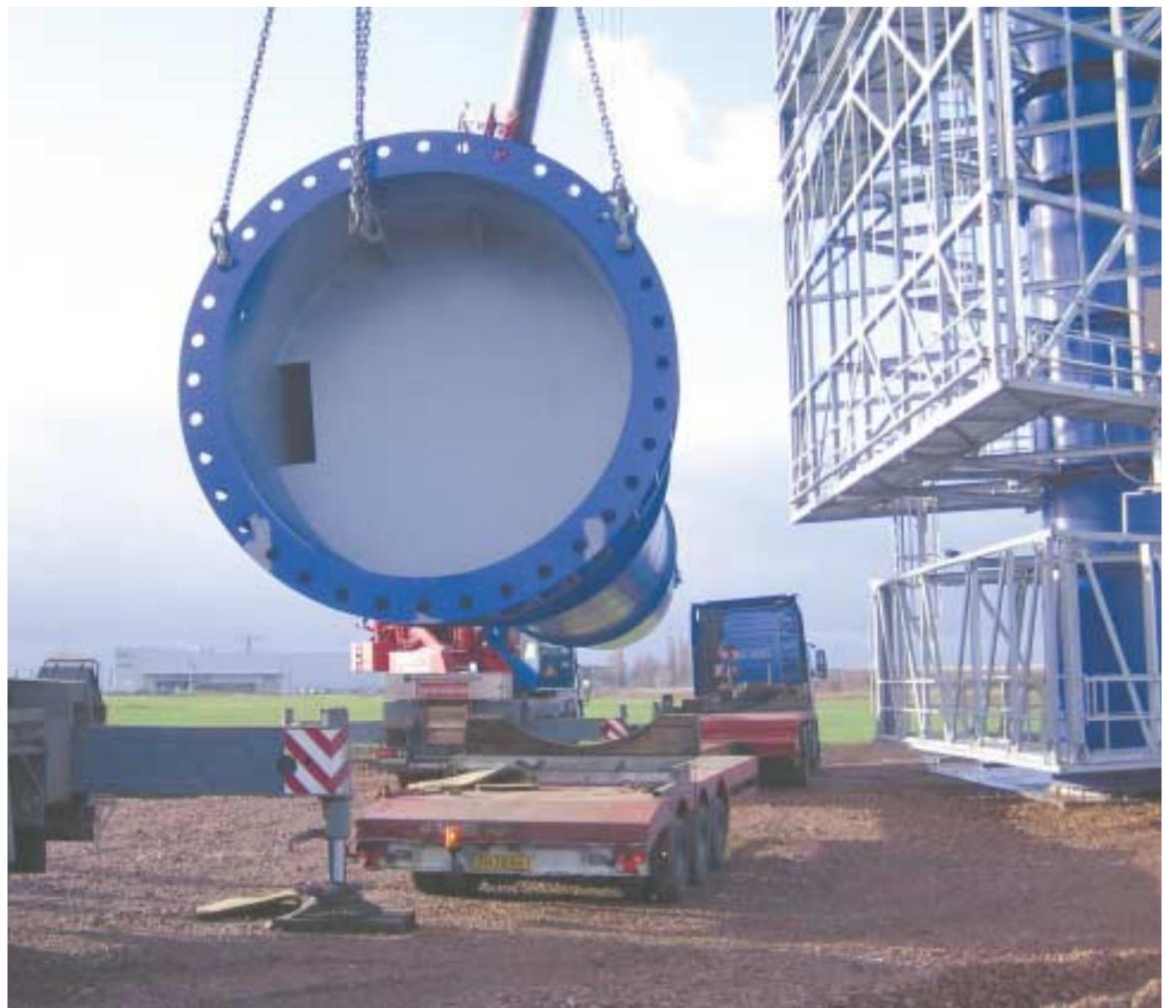
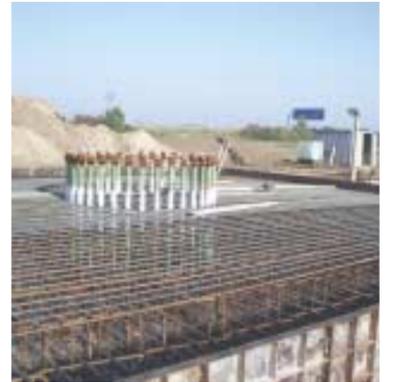
**W**as haben Magdeburg und Malsfeld – abgesehen vom gleichen Anfangsbuchstaben – gemeinsam? Ganz einfach: Beide Standorte warten seit Januar dieses Jahres jeweils mit einem brandneuen, absolut identischen B.A.B. MaxiPoster Werbeturm direkt an der Autobahn auf! Die gleich nach der Produktion getrennten „XXL-Zwillinge“ stehen in Magdeburg an der A2 zwischen der Ausfahrt Magdeburg-Rothensee/Magdeburg-Mitte und in Malsfeld an der A7, südlich von Kassel.

In nur drei Monaten wurden 200t Stahl (das entspricht fast dem Gewicht von zwei Airbus A318) zu zwei Werbekolossen mit je 40 Meter Höhe verarbeitet.

Jeweils zwei Werbeflächen à 224m<sup>2</sup> stehen ab sofort für reichweitenstarke und unübersehbare Kampagnen in „luftiger Höhe“ zur Verfügung.

In Malsfeld hielten die Bauarbeiten besondere bauliche Herausforderungen bereit. Die Baucrew hatte es zum ersten Mal mit einem Sumpfgebiet zu tun. Die Folge war, dass erst einmal die Zufahrtswege befestigt werden mussten, damit die tonnenschweren Baufahrzeuge nicht im Schlamm versanken. Und auch das Fundament musste bis zur tragfähigen Schicht in 4 Metern Tiefe ausgehoben und unterpolstert werden.

Mit dem neuen Turm in Magdeburg bewegt sich B.A.B. MaxiPoster standorttechnisch erstmals in Richtung Hauptstadt – und wurde in der Bauphase auch gleich mit einer ganz besonderen „Überraschung“ konfrontiert. Im Vergleich zu Malsfeld aber nicht geologischer sondern humaner Art. Mehrere Male versuchte eine organisierte Diebesbande im grossen Stil Material und Baugeräte zu entwenden. Kurzerhand wurde ein massiver Schiffscontainer aus Stahl angemietet, in dem alle Gerätschaften verstaut wurden. Zusätzlich wurde jeden Abend eine 20t schwere Hebebühne vor den Eingang dieses „Materiallagers“ gehievt. Da hatten selbst die längsten Langfinger keine Chance mehr!



# Autobahnwerbung: eine Erfolgsgeschichte

Fortsetzung von Seite 3



## Kingsize ☺

Nicht nur bei der Größe seiner Burger sondern auch bei der Wahl seiner Werbemedien setzt Burger King auf XXL. Im Frühjahr führte eine Kampagne auf 224 m<sup>2</sup> Werbefläche in Hamburg-Tornesch die Autofahrer zum nächstgelegenen Restaurant von Burger King.

## Schwedische Tradition ☺

„IKEA ist bekannt als innovatives Unternehmen, das gerne auch mal neue Wege geht. Aus dem Versuch, auch mal andere Werbemedien zu nutzen, ist längst Tradition geworden.“

Bereits seit längerer Zeit nutzt IKEA Düsseldorf den benachbarten Werbeturm in Düsseldorf-Reisholz für große Marketingthemen wie z.B. den alljährlichen KNUT-Kult, bei dem die Weihnachtsbäume aus dem Fenster geworfen werden.“

Nicole Reith, Kommunikationsleitung, IKEA Düsseldorf



## Auf Wiederhören! ☺

Gleich mehrmals im Jahr 2005 machte der Norddeutsche Rundfunk auf den Werbetürmen in Tornesch und Barsinghausen die Autofahrer auf das Programmangebot von NDRinfo aufmerksam. Aus gutem Grund: „Das Werbemedium MaxiPoster ist sehr aufmerksamkeitsstark, nahe an der mobilen Zielgruppe und generiert Einschaltimpulse!“

Sprecher Universal McCann, Hamburg (betreuende Mediaagentur des NDR)

## Wiederholungstäter ☺

Gleich mehrere Male und mit unterschiedlichen Motiven warb der Reiseveranstalter GTI auf MaxiPoster Werbetürmen für seine Türkeireisen.

Im November sorgten diese Badenixen an den Standort Hannover-Rehren und Düsseldorf-Holthausen für sommerliche Gefühle.



## Richtungsweisend ☺

Naviflash lässt seine Kunden nicht im Nebel stehen. Zum Jahresende warb Naviflash in Gelsenkirchen und Barsinghausen für sein Angebot an Navigationsgeräten. Und im März zur CeBit geht's doppelflächig in Barsinghausen gleich weiter.



## Schalke goes Klassik ☺

Die Veltins Arena bewarb im Sommer auf dem MaxiPoster Werbeturm in Gelsenkirchen das Opern-Großereignis „Turandot“.

## Der Norden fliegt! ☺

„Germanwings hat die Eröffnung von Hamburg als vierte deutsche Basis mit einer crossmedialen Launch-Kampagne kommuniziert (September 2005 Anm.d.Red.). Dabei galt die Prämisse, mit dominanten Mediaformaten herausragende Aufmerksamkeitsstärke zu generieren. Diesen Anspruch haben die Autobahn Megaboards von B.A.B. MaxiPoster ganz hervorragend erfüllt. Für die professionelle Zusammenarbeit bedanken wir uns herzlichst bei den Mitarbeitern von B.A.B. MaxiPoster.“



## Infotainment on the road ☺

Wie bereits 2004 warb HARMAN/BECKER Automotive Systems GmbH auch 2005 in Gelsenkirchen und Barsinghausen für sein Infotainment-Angebot fürs Auto.

„Das MaxiPoster kommt super an – alle sind begeistert!“

Susanne Vogel, Marketing/Kommunikation, HARMAN/BECKER Automotive Systems GmbH



# FAQs & Antworten auf schlaue Fragen

## Schlaue Frage:

**Ein Unternehmen plant für seine Kampagnen bislang immer innerstädtische Belegungen. Wann macht es Sinn Autobahnwerbung mit einzuplanen?**

Antwort: Die B.A.B. MaxiPoster Werbetürme richten sich an die Zielgruppe der Autobahnbenutzer. Das klingt weit gefasst, ist aber erwiesenermaßen eine deutlich definierte Klientel.

60% der Gesamtfahrleistung auf deutschen Autobahnen wird von berufstätigen Männern im Alter von 25 bis 60 Jahren absolviert (Quelle: Bundesanstalt für Straßenwesen). Es sind Pendler, Urlauber, Fernfahrer und Geschäftsreisende, mit einem überdurchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen.

Für jedes Produkt, das sich an diese Zielgruppe richtet, ist ein B.A.B. MaxiPoster Werbeturm das Medium der ersten Wahl. Innerstädtisch ergeben sich aufgrund der Wahrnehmung durch Personen außerhalb der Zielgruppe eklatante Streuverluste. Der Impact der Kampagne würde durch unmittelbare Fremdreize erheblich gestört. B.A.B. MaxiPoster Werbetürme stehen in einem werbefreien Umfeld. Sie sind nicht zu übersehen und bieten eine riesige nachweisbare Frequenz.

## Schlaue Frage:

**Bietet MaxiPoster auch Paketbuchungen an?**

Antwort: Natürlich! Durch die mobile Zielgruppe sind die Kontaktchancen unserer Werbetürme ohnehin außergewöhnlich hoch. Paketbuchungen steigern die Reichweite erheblich. Bei einer Belegung von z.B. 9 MaxiPoster Werbeturm-Seiten an verschiedenen Standorten erreichen Sie eine Kontaktmöglichkeit von bis zu 24 Mio. pro Monat. Darüber hinaus haben Paketbuchungen den Vorteil, dass wir sie zu deutlich günstigeren Konditionen anbieten können.

## Schlaue Frage:

**Die großen MaxiPoster Werbetürme haben vermutlich eine lange Buchungsvorlaufzeit. Haben Kampagnen, die zur WM laufen sollen, da überhaupt noch eine Buchungschance?**

Antwort: Das Team von B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH ist sehr flexibel und kann Belegungen in sehr kurzer Zeit realisieren. Zudem ist der Belegungszeitraum von mindestens 28 Tagen ungewöhnlich kurz für solch ein technisch aufwändiges und großes Medium. Von Buchung bis Montage braucht es gerade einmal 10 Tage! Wer also jetzt noch für die WM buchen will, hat bezüglich der Vorlaufzeit noch gute Chancen ... allerdings wird der Platz langsam knapp!

## Men & women

Natürlich möchten wir Ihnen auch unsere Mitarbeiter vorstellen. Schließlich sind sie es, die einem Unternehmen Inhalt und Kultur geben. Es sind Ihre Gesprächspartner in der persönlichen Beratung und am Telefon. Von ihnen dürfen Sie Kompetenz und Engagement erwarten.

### Name:

Christian Weber

### Funktion bei MaxiPoster:

Salesmanager

### Wo und wann geboren:

1969 in Bremen

### Beruflicher Werdegang:

Studiert habe ich an der Uni in Bremen und 1997 den Abschluss als Diplom-Ökonom gemacht. Dann war ich einige Jahre als Sales- und Marketing Manager in der Getränkeindustrie tätig, bevor ich zu B.A.B. MaxiPoster kam.

### Was gefällt dir bei B.A.B. MaxiPoster bzw. an den MaxiAutobahn-Werbetürmen?

Die B.A.B. MaxiPoster Werbetürme sind ein neues und einzigartiges Medium auf dem deutschen Markt. Für mich ist es eine große Herausforderung, persönlich an der Entwicklung und Etablierung dieses Mediums mitzuwirken.

### Was sind deine Zukunftsträume?

Privat immer glücklich zu bleiben, berufliche Erfolge zu erzielen, noch viel Neues im Leben kennenzulernen und nie ein langweiliges Leben zu führen.

### Du reist ja sehr gerne. Wo warst du schon und was ist dein Wunschziel?

Ich hab schon so ziemlich jedes Land in Europa bereist, mein Lieblingsziel hier ist das Mittelmeer und Barcelona. Auch die USA kenne ich ganz gut und ganz oben auf der Wunschliste steht bei mir Australien.

In Deutschland ist mein Favorit die Nordsee, deshalb freue ich mich auch nach 8 Jahren immer noch, wieder im Norden zu Hause zu sein.



## Wanted:

B.A.B. MaxiPoster expandiert und braucht Verstärkung! Unterstützen Sie uns als

### Salesmanager (w/m)

mit Dynamik, Überzeugungskraft und Eigeninitiative.

#### Ihr Profil:

- mindestens 4 Jahre Berufserfahrung in der Markenkommunikation
- idealerweise gute Kontakte zu Direktkunden/Agenturen
- Erfahrung im professionellen Verhandeln mit Marketingfachleuten
- aktive Ansprache potenzieller Neukunden
- überzeugende und motivierende Präsentationstechnik
- PC-Kenntnisse MS Office

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Valentijn Bras, Managing Director.  
B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH  
Theodorstr. 42-90, Haus 6  
22761 Hamburg  
vbras@maxiposter.de

Wir freuen uns auf Sie!



## Impressum

Herausgeber: B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH  
 ViSdP: Valentijn Bras  
 Erscheinungsweise: 3 x jährlich  
 Text + Konzept: Hauke Hansen – MaxiPoster  
 Alexandra Reiter – MaxiPoster  
 Editha Cordes – www.argusconsulting.de  
 Layout + Satz: Klaas Herzberg – www.dreimenschen.de  
 Fotos: B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH

**B.A.B. MaxiPoster-  
Werbetürme GmbH**  
 Theodorstraße 42-90, Haus 6  
 22761 Hamburg / Germany  
 Fon: 040 / 8541 423-0  
 Fax: 040 / 8541 423-2  
 site: www.maxiposter.de  
 mail: info@maxiposter.de