



INHALT

SEITE 2

- Editorial
- GfK Marktforschungs-Studie

SEITE 3

- Spektakuläre Werbung
- Bau von Werbetürmen

SEITE 4/5

- MaxiPoster: 10 Treffer

Seite 6/7

- Rückblick 2006

Seite 8

- Kreativ-Wettbewerb 2007
- optimale Wirkung
- Stellenanzeige



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

2006 liegt hinter uns. Ein Jahr, in dem sich bei B.A.B. MaxiPoster richtig viel bewegt hat. Zeit also, um Bilanz zu ziehen und gemeinsam mal einen Blick in die Zukunft zu wagen.

Wir haben im vergangenen Jahr 3 neue MaxiPoster-Standorte realisiert und können nun mit großer Begeisterung schon von insgesamt 10 Werbetürmen sprechen, die sich an deutschen Autobahnen riesig präsentieren. 10 MaxiPoster Werbetürme bedeuten 19 verfügbare Autobahn-Werbeflächen im Großformat.

Das Outdoor-Segment ist klar im Aufschwung und der Trend im Outdoor-Land geht stark in Richtung "Großformat". Das bestätigen uns sämtliche Untersuchungen, die ein zweistelliges Wachstum in diesem Segment verzeichnen. Und die deutsche Bevölkerung wird immer mobiler: 2006 war der deutsche Autofahrer täglich knapp 87 Minuten unterwegs. Größe trifft Emotion. Größe ist Macht!

Medien, Neuheiten und Trends emotional zu beurteilen und sich für sie zu begeistern ist die eine Sache, klare Fakten zur Entscheidungsfindung zu fordern ist die andere. Was macht den Erfolg dieses in Deutschland neuen Mediums aus?

Um diese Frage für den deutschen Markt klar beantworten zu können, haben wir im Juli 2006 die GfK in Nürnberg beauftragt, die Werbewirksamkeit unserer MaxiPoster zu untersuchen. Die Resultate bestätigten unsere Visionen bei Gründung unseres Unternehmens: Das Medium hat schon jetzt hohe Bekanntheit und Akzeptanz gefunden. Wirklich erstaunt haben uns die zum Teil sagenhaft hohen Recallwerte bei der Motivabfrage.

Die wichtigste Erkenntnis dieser Studie aber: Innerhalb des Segmentes der (großformatigen) Außenwerbung bietet ein B.A.B. MaxiPoster eine ganz klare Zielgruppe: Autobahnbenutzer! Zu fast 80% sind es Männer zwischen 25 und 49 Jahren, die über eine hohe Kaufkraft verfügen. Welches andere Außenwerbemedium kann schon eine so deutlich definierte Zielgruppe nachweisen?

Dass wir mit unserem Medium voll im Trend und somit auf dem richtigen Weg sind, bestätigen uns auch unsere Kunden, die ihr Vertrauen 2006 in uns gesetzt haben. Nationale und internationale Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen wie Air Berlin, Ikea, McDonalds, Volkswagen, Germanwings und NDR haben die enormen Kontaktzahlen, die Qualität und die Aufmerksamkeitsstärke unserer 224m² großen Flächen an frei stehenden Werbetürmen entdeckt und für ihren Markenauftritt genutzt.

In dieser Ausgabe von „News from the Top“ zeigen wir Ihnen Beispiele erfolgreicher Kampagnen aus 2006 als Inspiration für Ihre eigene Planung. Gerne helfen wir Ihnen dabei. Kontaktieren Sie unser Sales-Team – wir informieren Sie sehr gern und ausführlich. Unter anderem verraten wir Ihnen dann auch unsere aktuelle Liste der Standortplanung. Wir freuen uns auf Sie!

Es grüßt Sie herzlich

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

Studie der GfK bestätigt: Spitze im Recall!



Autobahn-Werbetürme sind bekannt, haben eine hohe Reichweite, zeigen sehr hohe Recall-Werte und sind als Werbeträger erwünscht. Zu diesen und weiteren guten Ergebnissen kommt eine Studie der GfK Marktforschung, Nürnberg, die im Auftrag der B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH in 2006 durchgeführt wurde.

Die Studie zeigt einmal mehr, dass dieses für Deutschland relativ neue Medium eine ernst zu nehmende Außenwerbform ist.

Die großen Vorteile der Autobahnwerbung auf Werbetürmen waren uns zwar schon lange durch unserer Markterfahrungen im Ausland bekannt, für die Planer und Planerinnen Deutschlands ist das Medium und seine Argumentation jedoch immer noch neu.

Wie die repräsentative GfK Studie (Stichprobe: N= 1.300) zeigt, kennt mehr als die Hälfte der deutschen Kfz-Fahrer diese Werbform. Bei Männern weist sie einen Bekanntheitsgrad von

63% auf, bei Frauen sind es 54%.

Erstaunlich hohe Werte wurden bei der ungestützten Motiv-Abfrage erreicht: Es ergaben sich Recall-Werte von bis zu 83% (über vier von fünf Autofahrern erinnern sich spontan und ohne bildliche Unterstützung an das Motiv)!

Auch hinsichtlich Auffälligkeit und Sympathie punktet der Werbeturm: 66% aller Befragten bestätigten Gefallen an der Werbung, 69% stimmten zu, dass eine solche Werbung nicht zu übersehen sei.

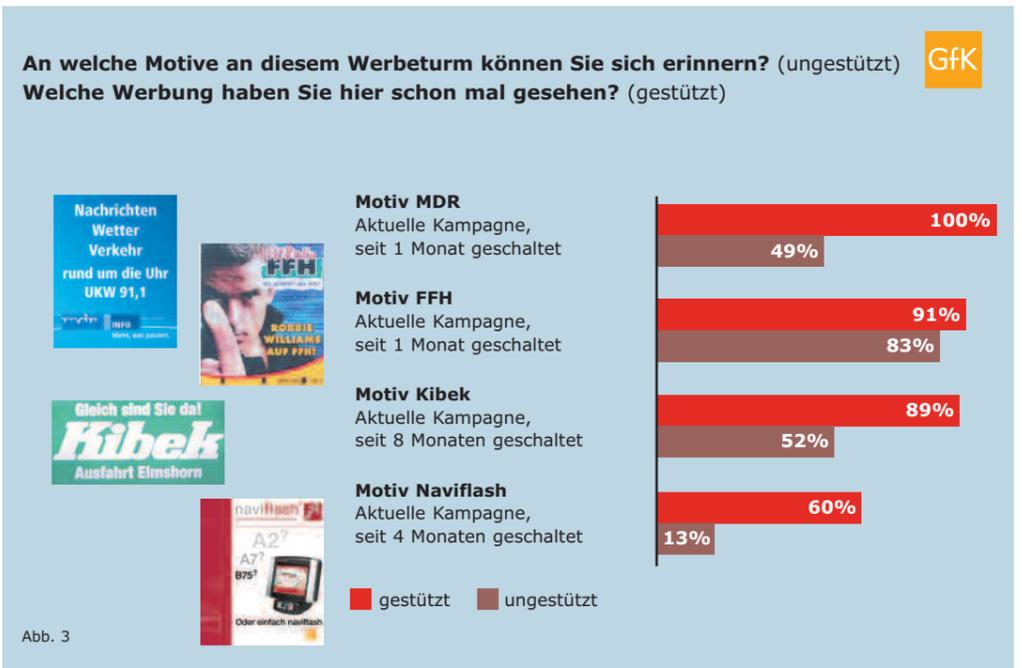
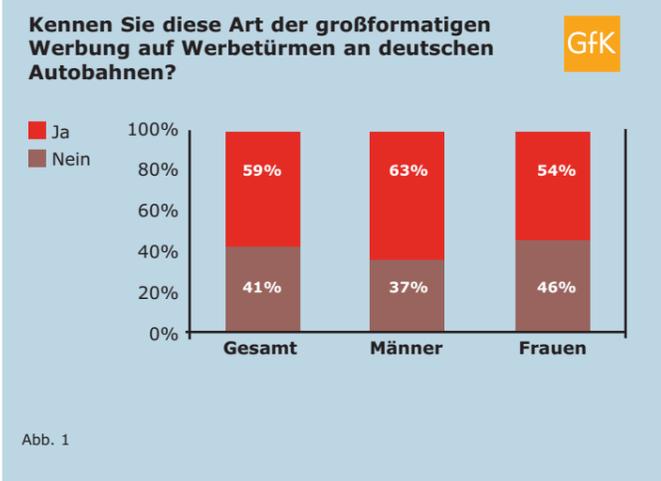
Auch in anderen Richtungen arbeiten wir weiter an transparenter Qualität. So sind alle Flächen mit einer GTKC-Bewertung versehen. B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH ist außerdem Mitglied im Fachverband Außenwerbung e.V.



Fachverband Außenwerbung e.V.

Möchten Sie weitere Informationen bzgl. der GfK-Studie oder anderer Leistungswerte erhalten? Rufen Sie uns an unter der Nummer 040-85 414 23-0

Oder schauen Sie im Internet unter: www.maxiposter.de.



Spektakuläre Werbung? Denken Sie über Grenzen hinaus!

Der Trend im Außenwerbe- markt ist klar: Großformatig und besonders muss es sein!

MaxiPoster bietet hervorra- gende Möglichkeiten kreative Denkgrenzen zu überschrei- ten.

So genannte Spectaculars sind für Passanten ziemlich beeindruckend und können beste PR erzeugen.

Im Ausland werden schon viele Kampagnen mit einem ein- drucksvollen 3D-Effekt visua- lisiert, was zu erheblicher Steigerung von Image und Wiedererkennung führt.

In Kooperation mit der Pro- ductions GmbH, Hamburg (www.promotions.com), Spezialist für Produktion und Umsetzung von spektakulärer Außenwerbung, helfen wir Ihnen gerne bei der Erarbeitung Ihrer Kreativ-Idee.

Um die Produktion und Instal- lation kümmern sich unsere Spezialisten selbstverständlich auch!



Bild: Interbest BV



Bild: Interbest BV



Bild: Interbest BV

Entwicklung und Bau von Werbeturmanlagen

Die Türme der B.A.B. Maxi- Poster Werbetürme GmbH werden in eigenem Hause entwickelt und gebaut.

Nach 12-jähriger internatio- naler Erfahrung verfügen wir also auch in den Bereichen Konstruktion und Errichtung über umfangreiches Know- how.

Gern sind wir Ihnen im Full- Service behilflich, wenn Sie Ihr Unternehmen „ganz oben“ positionieren wollen – auf Ihrem eigenen Werbeturm.

Gemeinsam mit Ihnen ermit- teln wir Ihren individuellen Bedarf und klären, wie sich Ihr Projekt am besten reali- sieren lässt:

Wie stellen Sie sich Ihre Werbeflächen vor? Ein- dimensional oder richtig spektakulär in 3D-Optik? Wie viele Flächen benöti- gen Sie? Eine, zwei oder sogar drei?

Wie groß sollen die einzel- nen Flächen sein?

Welcher Sichtwinkel muss berücksichtigt werden?

Welche topografischen Ge- gebenheiten liegen vor?

Wie hoch muss Ihr Turm sein?

Welche baurechtlichen Be- stimmungen müssen be- achtet werden?

Bei der Konstruktion und Instal- lation unserer Werbetürme arbeiten wir mit Dienstleistern zusammen, die sich auf die Errichtung dieser besonderen Bauwerke spezialisiert haben. Hier sind Profis am Werk, deren Einsatz Zeitaufwand und Kosten optimiert. Natürlich beraten und unter- stützen wir Sie auch bei den von Behörden geforderten Leistungen, wie z.B.:

- Geologische Untersuchung des Baugrundes
- Vermessung von Grundstück und Bauwerk
- Amtliche Prüfstatik
- Beschaffung eines Versor- gungsunternehmens für die Stromversorgung
- Falls eine Baustraße notwen- dig ist, besorgen wir die Fachfirma.
- Ermittlung der amtlichen Gebühren

Optionale Baunebenleistungen sorgen für die reibungslose Vor- und Nachbereitung Ihres Projektes, die termingerechte Fertigstellung und tragen zum Werterhalt Ihrer Investition bei:

Höhenmessverfahren

Dieses Verfahren gibt Ihnen die Sicherheit, dass Ihr Turm die richtige Höhe hat und am optimalen Platz steht.

Bauvoranfrage

Sie klärt die Genehmigungs- fähigkeit Ihres Bauvorhabens.

Bauantrag

Dieser Antrag ist sehr um- fangreich, bedarf vieler technischer Unterlagen und muss durch einen zugelassenen Architekten gestellt werden.

Bauleitung

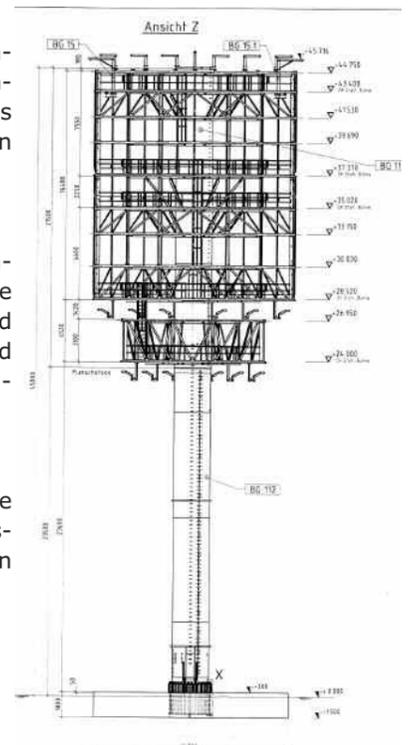
Die fachliche Begleitung wäh- rend der gesamten Bauphase gewährleistet die fach- und sachgerechte Ausführung und die termingerechte Fertig- stellung.

Wartungsvertrag

Ständige Wartung erhöht die Lebensdauer von Investitions- gütern. Unsere Spezialisten sorgen dafür.

Ihr Ansprechpartner:

Rolf Schroub
040- 85 414 23-0
rschroub@maxiposter.de



Mit MaxiPoster gleich 10 Treffer!



1. Wir erreichen viele Menschen

Zurzeit bieten wir Ihnen auf 10 bundesweit positionierten Werbetürmen 19 buchbare Flächen. Im Monat erreichen wir damit über 50 Millionen Blickkontakte. Und wir expandieren schnell! 2007 werden wir weitere neue Standorte realisieren.

2. Strategisch positioniert, direkt an der Autobahn

Unsere Werbetürme stehen direkt an Deutschlands meist befahrenen Autobahnen. Die Positionierung im werbefreien Umfeld macht Ihre Werbung unübersehbar für jeden Passanten – Fahrer und Beifahrer. Der größte Teil unserer Türme befindet sich an strategisch wichtigen und viel befahrenen Querverbindungen. Ost-West oder Nord-Süd: immer die höchstmögliche Netto-Reichweite für Sie.

3. Impactstarkes Außenwerbemedium, voll im Trend

Überdimensionale Außenwerbung ist im Trend. Die Mobilität der Menschen nimmt immer weiter zu. Diese Voraussetzungen, gepaart mit der enormen Höhe der Türme (35-60 Meter) und dem kreativen Potenzial der sehr großen Werbeflächen (bis zu 224 m² pro Fläche!) machen den Impact aus. Natürlich auch nachts, denn alle Motive werden professionell ausgeleuchtet. Sie wollen es noch eindrucksvoller? Auch spektakuläre Sonderwerbung ist in größer Höhe möglich und dem Betrachter ein Vergnügen!



4. Klare Nutzerschaft und extreme Recallwerte

Viele städtische Außenwerbemedien haben eine eher diffuse Zielgruppe, was so mancher Kampagne hohe Streuverluste beschert. Ein MaxiPoster bietet, laut neuester GfK-Studie eine klar umrissene und ziemlich homogene Nutzerschaft: Autobahnbenutzer sind zum Großteil (über 80 %) männlich, im Alter von 25-49 Jahren, berufstätig und verfügen über ein überdurchschnittliches HHN-Einkommen. Zum Großteil ist diese Zielgruppe zum Kontaktmoment geschäftlich unterwegs. Alle Details finden Sie in unserer GfK-Studie. Überzeugen Sie sich selbst!



5. Enorme und nachweisbare Kontaktzahlen

Ihre Kampagne erreicht an einem unserer Türme pro Monat im Schnitt mehr als 2,5 Mio. Blickkontakte!

Die Anzahl der Kontaktchancen ist nicht nur durch die an jedem Standort durchgeführte GTKC-Bewertung nachweisbar; auch die BAST (Bundesanstalt für Straßenverkehr) liefert alle zwei Jahre neutrale Zahlen ihrer Passantenzählungen an Tausenden von Zählstellen bundesweit.



6. Kampagnen möglich gemacht: die Netzbelegung

Durch Paketbuchungen von z.B. 3, 5 oder 10 Standorten können Sie regional (z.B. nach Nielsegebieten) oder national werben. Alles ist möglich.

7. Selektiver Einsatz

Aber auch eine selektive Belegung einzelner ausgewählter Standorten ist natürlich buchbar. Möchten Sie in der Nähe des Flughafens werben? Sie möchten Ihre Präsenz auf einer der großen Messen in Hannover oder Düsseldorf aufmerksam machen? Wollen Sie auf Ihre Neueröffnung in der Nähe der Autobahn hinweisen? Oder möchten Sie vielleicht einen Anker für Ihre städtische Kampagne setzen? Sprechen Sie mit uns.

8. Flexible Buchungsperioden

Unsere Standard-Kampagnenperiode dauert 28 Tage. Alle Türme sind aber schon ab einer Periode von 2 Wochen buchbar. Dadurch passen sie ausgezeichnet in Ihre Kampagnenplanung hinein. Wünschen Sie sich für Ihre Corporate Werbung eine längere Aushangperiode, z.B. für 3, 6 oder 12 Monate? Kein Problem. machen es möglich.

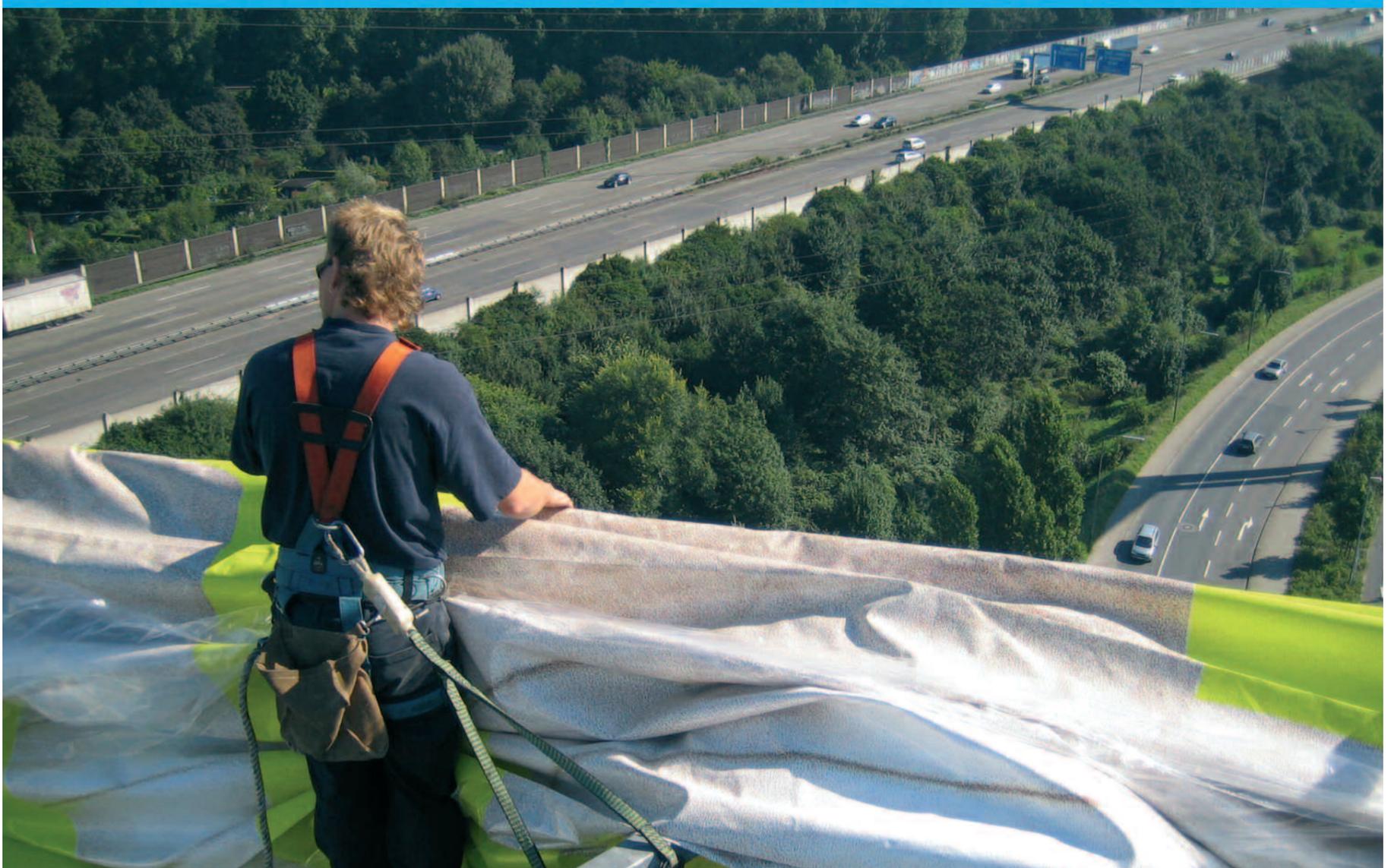
9. Flexibles Wechselsystem

Die Installation einer Werbefläche von 224 m² und einem Gewicht von knapp 300 kg in großer Höhe ist keine Leichtigkeit. Wind, Schnee oder Regen dürfen da möglichst nicht behindern. Unser speziell entwickeltes und patentiertes Wechselsystem sorgt nicht nur dafür, dass über 95 % der Flächen am richtigem Tag befestigt werden können; Ihre Werbefläche ist auch an anderen MaxiPoster-Standorten wieder verwendbar. Das spart Produktionskosten!



10. Optimaler Budgeteinsatz durch Minimierung von Streuverlusten

Nicht nur können wir eine klar umrissene und homogene Nutzerschaft nachweisen, auch unser Preis pro Kontakt ist äußerst günstig! Somit ist immer gewährleistet, dass Ihr Budget bei uns immer optimal eingesetzt wird.



Rückblick

Best of MaxiPoster

2006:



Volkswagen – 30 Millionen Zuschauer während der WM

Parallel zur Fußball-WM setzte Volkswagen für die Einführung der neuen Cabrio-Modellserie „EOS“ auf das Medium Autobahn-Werbetürme.

VW belegte das gesamte Netzwerk der B.A.B. MaxiPoster Werbetürme. Bundesweit generierte dieses Medium für die Wolfsburger Autoschmiede eine OTS-Kontaktzahl von weit über 30 Millionen. Kaum ein anderes Medium ist näher an der Zielgruppe!

Zeitraum:

Juni und Juli 2006

Standorte:

10 Standorte bundesweit



McDonalds und MaxiPoster: ein tolles Team!

Dass – und vor allem wie – Werbung an Autobahnen wirkt, wissen wir eigentlich alle schon lange.

Dafür haben wir McDonalds zu danken. Denn wer kennt sie nicht, die großen „Golden Arches“ die immer dann auftauchen, wenn der kleine oder große Hunger während der Fahrt zuschlagen?

An manchen Standorten hilft MaxiPoster, um mit 98 oder 224 m² auf die nächste Filiale aufmerksam zu machen. Zur Fußball-WM 2006 trat McDonalds als einer der Hauptsponsoren auf. Eine gute Gelegenheit, die (inter)nationalen Gästen auf dem Weg zum Stadion zu begrüßen.

Mc Donalds:

„Die Positionierung kurz vor der Ausfahrt ist optimal.“

Seit der Montage unserer Werbung 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 verdop-

Dello – immer On Top!

Einer der größten Autohändler im Norden wirbt mehrmals pro Jahr in Kooperation mit verschiedenen Marken und Modellen für seine Autohäuser.

Ob es ein Kleinwagen, ein Geländewagen oder eine Limousine sein soll: Dello hat ein breites Angebotspektrum.

Zeitraum:

diverse Perioden in 2006

Standort:

Hamburg/Tornesch



pelt, da das Restaurant trotz direkter Nähe zur Autobahn nicht jedem bekannt war.“

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

Zeitraum:

diverse Perioden in 2006

Standorte:

diverse Standorte bundesweit





IKEA – Aus neuen Wegen wird Tradition

Wer sich Kundenzufriedenheit auf seine Fahnen schreibt und viel dafür tut, weiß Qualität zu schätzen. IKEA hat sehr viele Stammkunden und ist selber treuer und zufriedener Kunde der MaxiPoster Werbetürme.

Für verschiedene Filialen wirbt der schwedische Möbelhersteller schon seit nunmehr 4 Jahren: Immer wenn ein neuer

Katalog erscheint oder die Angebotszeiten beginnen. Regelmäßige Buchungen bestätigen den Nutzen der MaxiPoster für IKEA und wir haben uns außerdem über folgendes Statement gefreut:

IKEA: "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 im vierten Jahr nutzt IKEA (...) Werbetürme für große Marketingthemen." (Nicole Reith, IKEA Düsseldorf)

Zeitraum:

diverse Perioden in 2006

Standorte:

Düsseldorf, diverse Standorte bundesweit



DA Direkt – „Hallo Zielgruppe! Bitte schnell sparen!“

Immer im November haben Verbraucher die Möglichkeit, ihre Autoversicherung zu wechseln. Für DA Direkt ein guter Zeitpunkt, Konsumenten darauf aufmerksam zu machen, dass sie bei ihrer jetzigen Kfz-Versicherung wahrscheinlich zu viel bezahlen.

Das Schöne an dieser Kampagne auf diesem Medium: Nur die Zielgruppe der Autofahrer wird angesprochen. Keine Streuverluste also!

Zeitraum:

Oktober und November 2006

Standorte:

Leipzig, Düsseldorf

Diverse Radiosender: „Hallo Hörer, sehen Sie mich?“

Seit unserer Unternehmensgründung in Deutschland wurden MaxiPoster bundesweit immer wieder von verschiedenen Radiosendern gebucht. NDR, MDR, FFH oder Energy – sie alle werben regional in ihrem Sendegebiet und kommunizieren ihre Sendefrequenz. Direkt und schon von weitem sichtbar, machen sie sich so hörbar.

Zeitraum:

diverse Perioden 2006

Standorte:

diverse Standorte



DAF – Ein großer Nutzen für die Nutzfahrzeugmesse

Zum wiederholten Male präsentierte sich DAF Trucks auf unserem Turm in Hannover/Barsinghausen. Der Standort liegt in unmittelbarer Nähe des Messegeländes Hannover, auf dem zu diesem Zeitpunkt die "IAA Nutzfahrzeuge" stattfand. DAF buchte das "Mega-Twin-Board": auf der oberen Fläche eine DAF-Logoplatzierung, auf der unteren Fläche wurde eine neue Modellreihe abgebildet.

Auch 2006 war der Kunde mit der Schaltung hoch zufrieden: DAF Trucks Deutschland GmbH: "Hinsichtlich der für unsere Branche bedeutenden

IAA-Nutzfahrzeuge, die in Hannover stattfand, war dieser Werbeauftritt für uns äußerst wichtig und zielführend. Diese Ausfahrt wird während der Messedauer von einer großen Zahl von Besuchern genutzt. Die Zahl der Kontakte war dadurch eminent hoch. Die Positionierung des Turmes und die angebotene Fläche haben uns überzeugt." (Günter Stursberg, Leiter PR/Presse, DAF Trucks Deutschland GmbH)

Zeitraum:

August 2006

Standort:

Hannover/Barsinghausen, A2



HLX: Vive La France!

Neue Strecken bieten und neue Wege gehen. Die Airline HLX nutzte 2006 zum ersten Mal ein MaxiPoster und bewarb im Februar am Standort Hannover die neue und günstige Flugstrecke Hannover/Paris.

Standort:

Hannover

Zeitraum:

Februar 2006



Kreativwettbewerb 2007

Jetzt! Jetzt endlich können Sie zeigen, was in Ihnen steckt. Wie sehr Ihre kreativen Gene bislang von budgetverwaltenden Controllern beschnitten wurden. Wie wenig Sie in Wahrheit Sie selbst sein durften und wie oft Sie sich unverstanden fühlten.

Setzen Sie sich endlich ein Denkmal! Ein richtig hohes!

MaxiPoster sucht seinen kreativen Meister.

Gestalten Sie Ihr MaxiPoster! Frei und etatenabhängig. Lassen Sie sich vom Gedanken an 224m² Werbefläche, die in 60 m Höhe direkt an der Autobahn stehen inspirieren und leiten. Gönnen Sie Ihren außergewöhnlichen Ideen ein Medium besonderer Größenordnung. Wir sind sehr gespannt, was aus Ihnen herauskommt und werden dem Meister-Motiv gern ein großes Publikum verschaffen.

Die 3-köpfige Fachjury aus der Kreativ-, Medien- und Marketinglandschaft wird besonders folgende Kriterien beurteilen:

- Kreativität
- Effektivität der Botschaft
- Optimale Nutzung des Mediums
- Umsetzbarkeit

Wenn Sie gewinnen, spendieren wir Ihnen ein Wochenende in Barcelona. Für 2 Personen gibt's 2 Flugtickets und 2 Übernachtungen. Das ist doch schön!

Bitte fordern Sie Ihre Teilnahmeunterlagen an:

E-Mail: ichbinkreativ@maxiposter.de

Telefon: 040 – 85 414 23-0

Einsendeschluss ist der 30.04.2007.



Optimale Wirkung

Ein MaxiPoster Werbeturm ist sehr hoch, seine Werbeflächen sind sehr riesig, seine Kontaktzahlen sind sehr beeindruckend und sein Standort ist einfach sehr, sehr gut.

Schade eigentlich, wenn diese ziemlich guten Voraussetzungen nicht optimal genutzt werden. Das verwendete Motiv bestimmt den Impact! Und wann kann sich ein Kreativer schon mal auf 224 m² so richtig austoben?

Hier ein paar Tipps, wie die Höhe des Turmes, die Größe der Fläche und das Motiv ins richtige Verhältnis gesetzt werden:

Do's

- Buchstabengröße mindestens 120 cm
- Wir empfehlen maximal 8 Wörter
- Logo in lesbarer und erkennbarer Größe

Don'ts

- Bestehende Anzeigen oder Gebrauchsgrafiken einfach vergrößern
- Zu viele Informationen integrieren
- Zu kleine Abbildungen einbauen

Test zur Wirkung

- Ausdrucken des Motivs auf ein DIN A4-Blatt
- Im Abstand von ca. 3,5 Metern betrachten

Wanted: Salesmanager (w/m)

mit Dynamik, Überzeugungskraft und Eigeninitiative. B.A.B MaxiPoster expandiert und braucht Verstärkung. Unterstützen Sie uns!

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: Valentijn Bras – 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