

news

from the top



- *Neue Homepage*
- *B2B-Kampagnen*
- *Rückblick 2014*



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

Digital out of Home (DooH) war neben der gewonnenen Fußball-Weltmeisterschaft das wichtigste Thema 2014 in der Außenwerbung in Deutschland und wird es auch in den kommenden Jahren sein. Eine Aufgabenstellung, vor der wir uns nicht entziehen wollen. Gespannt beobachten wir dabei sowohl die Entwicklung im europäischen Ausland als auch im heimischen Markt.

Neben dem vermarktungstechnischen Mehrwert sehen wir insbesondere auch den öffentlichen Nutzen, den diese Entwicklung an der Autobahn haben könnte. Wir denken dabei nicht nur an wichtige verkehrsrelevante oder wetterbedingte Verkehrsmeldungen, wie Stauanzeigen, Falschfahrmeldungen oder Glatteiswarnungen, sondern an die Gesamtoptimierung von Verkehrsströmen. Ähnlich den bereits existierenden Systemen in Innenstädten.

Auch nachrichtentechnische Informationen wie Polizeifahndungen könnten nach amerikanischem Vorbild einmal relevant werden. Aber lassen Sie uns nicht zu weit in die Ferne schweifen. MaxiPoster hat das richtige Medium (auch analog), tolle Kampagnen im exklusiven Umfeld der Autobahn für Sie umzusetzen.

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

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Valentijn Bras
Managing Director

BAB
MAXIPOSTER
AUTOBAHNWERBETÜRME

MaxiPoster startet neue Homepage

Neu: Live-Vorschau und Imagefilm

Ab sofort ist MaxiPoster mit einer neuen Homepage online. Alles zu Autobahnwerbetürmen und Autobahnwerbung gibt es unter www.maxiposter.de zu entdecken.

Die Navigation ist klar, einfach und transparent strukturiert und ermöglicht den Besuchern mittels informativen Texten einen schnellen Überblick zu allen wichtigen Themen rund um die Werbung an bundesdeutschen Autobahnen, und das alles auch auf mobilen Endgeräten.

Als besonderen Service und auch als besonderes Highlight bietet die neue Homepage unseren Kunden eine Live-Vorschau.

Ganz unkompliziert können die eigenen Werbemotive wahlweise auf die halbe Werbefläche mit 98 m² oder auf die ganze Werbefläche mit 224 m² hochgeladen und bestaunt werden. Der Kunde erhält so einen ersten Eindruck von der möglichen Wirkung seines Motivs an der Autobahn.

Weitere Vorstellungen und Inspirationen gewinnt der Besucher beim MaxiPoster-Imagetrailer „Riesig werben am Point of Travel“ und im Bereich Aktuelles – news from the top. Ein gesamter Kampagnenüberblick wird unter Referenzen gewährt. www.maxiposter.de



Grundstücke gesucht!

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

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 Investitionsaufwand und sind für Planung, Errichtung und Betreuung der Anlagen zuständig.



Wer will, der kriegt. Im Markt, im Netz. Jederzeit.

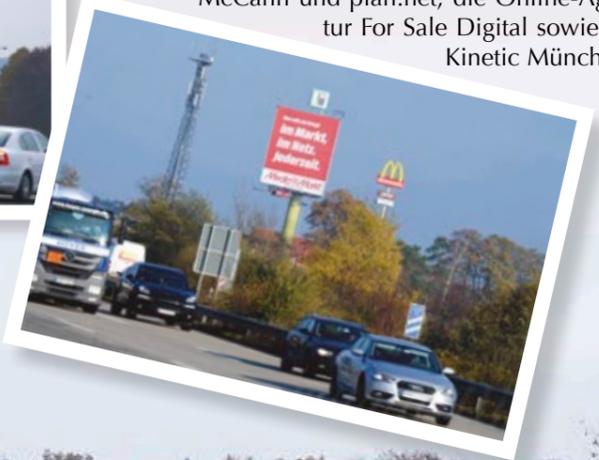
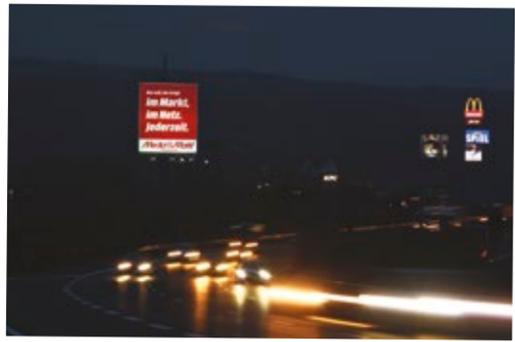
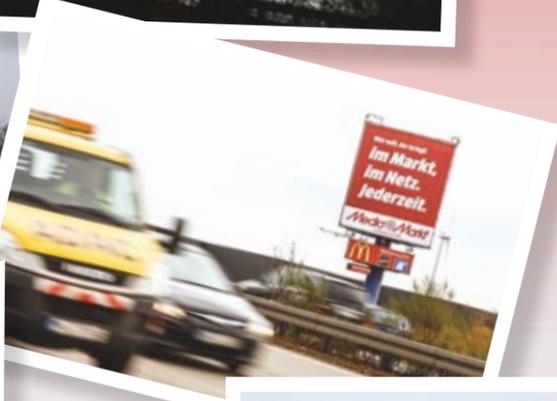
MaxiPoster bringt neue Media-Markt-Kampagne direkt an die Autobahn

Auch 2014 setzte Media Markt, Deutschlands Elektrofachhändler Nummer eins, erneut auf MaxiPoster.

An insgesamt elf MaxiPoster-Werbeflächen, direkt an bundesdeutschen Autobahnen, war im November die aktuelle Saisonkampagne von Media Markt zu sehen. Unter dem einprägsamen Motto „Wer will, der kriegt. Im Markt, im Netz. Jederzeit.“ stand die Vielseitigkeit der verschiedenen Kaufoptionen bei Media Markt im Vordergrund: Denn egal, ob stationär, online oder mobil – Media Markt bietet seinen Kunden über alle Vertriebskanäle hinweg ein einmaliges Informations- und Einkaufserlebnis.

Die Werbebotschaft kam bei der diesjährigen Kampagne prägnant und klar ohne zusätzliche Bilder aus. Bundesweit erreichten die elf MaxiPoster über 15 Millionen technikbegeisterte Autofahrer. Die integrierte Kampagne startete Ende Oktober zunächst im TV und wurde ergänzt durch Außenwerbung, Funk, Print, Online, Social Media, Mobile, PR und POS.

Die Entwicklung und Umsetzung lagen bei Ogilvy & Mather. Weitere Partner bei der Realisierung der Kampagne waren die Media-Agenturen Universal McCann und plan.net, die Online-Agentur For Sale Digital sowie PQ Kinetic München.



Vodafone-B2B-Kampagne zur CeBIT 2014

Mit der „Ready Business“-Kampagne wurde einmal mehr gezeigt, wie erfolgreich Vodafone mit seinen Kunden zusammenarbeitet und gleichzeitig potentielle Geschäftskunden auf die innovativen Lösungen des Unternehmens aufmerksam macht. Der Kampagnenstart, anlässlich der Weltmesse CeBIT 2014, wurde u. a. bereits einige Kilometer vor dem Veranstaltungsort auf dem Weg zur Messe sehr prominent und aufmerksamkeitsstark in Szene gesetzt.

An den wichtigsten Zufahrtsautobahnen nach Hannover (aus Osten, Westen und Norden) konnten sich dadurch nicht nur die Messebesucher einen ersten Eindruck von der Mittelstands- und Geschäftskundenkampagne machen. Vodafone erzielte mit seiner ersten Buchung bei MaxiPoster über acht Mio. Kontaktchancen in der Zielgruppe der Geschäftsreisenden und berufstätigen Bevölkerung.

Entworfen wurde die Kampagne „Ready Business“ für den Geschäftskundenbereich von Vodafone von der Hamburger Agentur Scholz & Friends. Die Media-Umsetzung erfolgte bei Vodafone mit der Leiterin Markenkommunikation und Media Anne Stilling sowie der Media-Agentur OMD Düsseldorf und der OMG Outdoor GmbH.



Messetermine 2015 (Auszug)

CEBIT HANNOVER

Lösungen für die digitale Arbeits- und Lebenswelt
16.03.2015 – 20.03.2015

HANNOVER MESSE

Das weltweit wichtigste Technologieereignis
13.04.2015 – 17.04.2015

BAUEN + WOHNEN, HANNOVER

Messe für Renovieren, Modernisieren u. Einrichten
10.10.2015 – 18.10.2015

ITB BERLIN

Internationale Tourismus Börse
04.03.2015 – 08.03.2015

IFA BERLIN

Internationale Funkausstellung – World of
Consumer Electronics
04.09.2015 – 09.09.2015

IAA PKW, FRANKFURT AM MAIN

Intern. Automobil-Ausstellung Personenkraftwagen
17.09.2015 – 27.09.2015

AUTOMECHANIKA FRANKFURT

Internationale Leitmesse der Automobilwirtschaft
13.09.2016 – 17.09.2016

LEIPZIGER BUCHMESSE

Frühjahrstreff der Buch- und Medienbranche
12.03.2015 – 15.03.2015

CARAVAN SALON DÜSSELDORF

Internationale Leitmesse für Caravaning
28.08.2015 – 06.09.2015

Strategische Lage Autobahn:

- 94 % der Deutschen benutzen die Autobahn
- Die Wirtschaft wählt für ihren Firmensitz bewusst die „grüne Wiese“
- Handel, Gewerbe- und Industriegebiete entstehen fernab der Innenstadtlagen
- Günstige Autobahn-Verkehrsverbindungen sind wichtiger denn je
- Für Logistikunternehmen hat die Autobahn die erste Priorität
- Große Events und Sportveranstaltungen werden in Autobahnnähe geplant
- Wochenendpendler
- Reisende und Urlaubsfahrer

Vorteil MaxiPoster:

- ein werbefreies Umfeld
- enorme Kontaktchancen
- Top-Zielgruppe, berufstätig, 18 – 59 Jahre
- hohes Haushaltsnettoeinkommen
- hoher Anteil Geschäftsreisender/Entscheider
- riesige Werbeflächen, nicht zu übersehen
- spektakulär ausgeleuchtet bei Nacht
- Erinnerungswerte bis zu 80 % (ungestützt)
- Umfangreiche GfK-Erhebungen belegen diese Daten

Mit Messepaketen der Zielgruppe auf der Spur:

Messepaket Hannover:

Mediakosten/Prod. und Montage:	14 Tage	1 Monat
· A2 Hannover Barsinghausen, Fahrtrichtung Hann.	24.824,- €	32.024,- €
· A2 Magdeburg, Fahrtrichtung Hannover	23.424,- €	30.024,- €
· A7 Bispingen, Fahrtrichtung Hannover	24.824,- €	32.024,- €
· A7 Kassel Malsfeld, Fahrtrichtung Hannover	23.424,- €	30.024,- €
Gesamtpreis brutto	96.496,- €	124.096,- €
Gesamtpreis inkl. Messepaket-Rabatt* 25%	69.000,- €	89.000,- €

Messepaket Berlin:

(alle Zufahrtsautobahnen aus den alten Bundesländern)

Mediakosten/Prod. und Montage:	14 Tage	1 Monat
· A24 Zarentin, Fahrtrichtung Berlin	23.424,- €	30.024,- €
· A2 Magdeburg, Fahrtrichtung Hannover	23.424,- €	30.024,- €
· A9 Hermsdorfer Kreuz, Fahrtrichtung Berlin	23.424,- €	30.024,- €
· A10 Berliner Ring, Fahrtrichtung Berlin	24.824,- €	32.024,- €
Gesamtpreis brutto	95.096,- €	122.096,- €
Gesamtpreis inkl. Messepaket-Rabatt* 25 %	67.000,- €	87.000,- €

* Media- und Produktionskosten sind AE-fähig!

Natürlich stellen wir Ihnen darüber hinaus für jede Messe individuelle Pakete zusammen!
Rufen Sie uns an unter 040 - 8 07 93 64 70 oder mailen Sie via sales@maxiposter.de.



MAXIPOSTER



Gigaset elements

Das Leben wird leichter, egal, wo du bist! Zu Hause ist nur einen Klick entfernt, auch wenn Sie auf der Autobahn unterwegs sind. Mit der Gigaset-App sind Sie übers Smartphone jederzeit mit Ihrem geliebten Zuhause verbunden.

Check per App, was zu Hause los ist. Mit dieser Headline wurden im Hauptreisezeitraum August Millionen von Autofahrern auf riesigen Maxi-Poster-Flächen durch die Gigaset-elements-Kampagne an zwei Autobahnstandorten in Düsseldorf-Holthausen an der A46 und Frankfurt-Mücke an der A5 angesprochen.

Werbung für eine App, die gezielt für Menschen entwickelt wurde, die sich ständig „out of home“ bewegen – mit MaxiPoster Autobahnwerbung eine optimale Verknüpfung.

Dort ist sie perfekt zu erreichen, die reisefreudige, mobile und einkommensstarke Zielgruppe, egal, ob Geschäftsreisende, die quer durchs Land reisen von einem Termin zum nächsten, oder die gesamte Familie auf dem Wege in den Urlaub.



MÜCKE
Spezial-Wasser



Robinson Club

„So sehr wir sind wir nur hier“ lautete die Werbekampagne 2014 von Robinson, dem deutschen Qualitäts- und Marktführer im Premiumsegment für Cluburlaub, u. a. auch in Hamburg und Düsseldorf bei MaxiPoster.

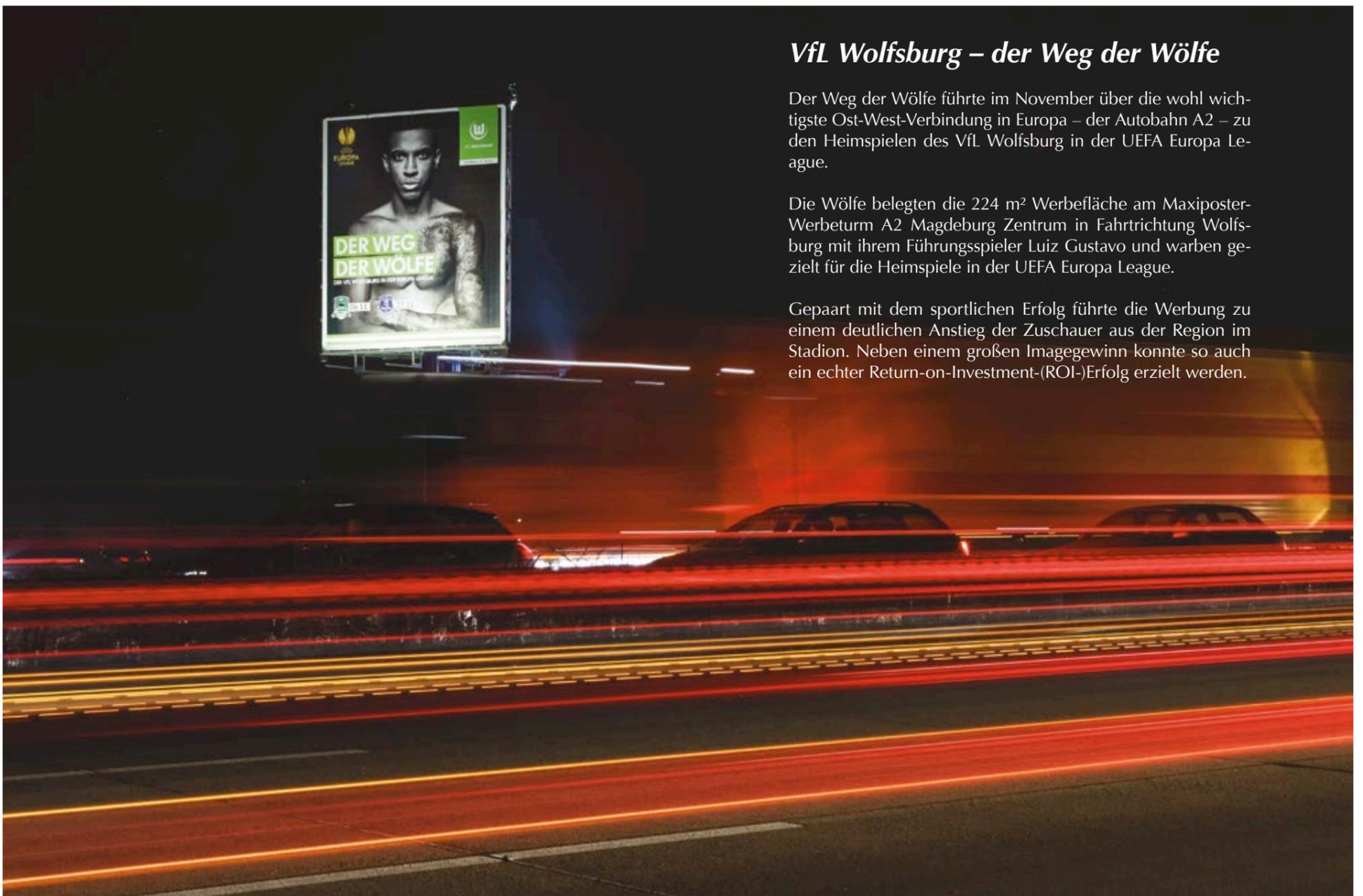
Mit der Kampagne wurden insgesamt über zwölf Millionen Kontaktchancen in der reisefreudigen und einkommensstarken Zielgruppe der Vielfahrer mit ihren ausgeprägten Produktinteressen Reise und Urlaub erreicht.“

VfL Wolfsburg – der Weg der Wölfe

Der Weg der Wölfe führte im November über die wohl wichtigste Ost-West-Verbindung in Europa – der Autobahn A2 – zu den Heimspielen des VfL Wolfsburg in der UEFA Europa League.

Die Wölfe belegten die 224 m² Werbefläche am MaxiPoster-Werbeturm A2 Magdeburg Zentrum in Fahrtrichtung Wolfsburg mit ihrem Führungsspieler Luiz Gustavo und warben gezielt für die Heimspiele in der UEFA Europa League.

Gepaart mit dem sportlichen Erfolg führte die Werbung zu einem deutlichen Anstieg der Zuschauer aus der Region im Stadion. Neben einem großen Imagegewinn konnte so auch ein echter Return-on-Investment-(ROI-)Erfolg erzielt werden.



Designer Outlet Soltau, Kunde von Anfang an!

„SCHICKE PROZENTE. IMMER.“ – gepaart mit dem Hinweis auf die nächste Ausfahrt in Soltau – ist die prägnante Botschaft des Designer Outlet Soltau an der A7 Hamburg – Bispingen. Mit festen Belegungszeiten während der jährlichen Hauptreisemonate wirbt das Outlet Center bereits seit dessen Eröffnung am Standort südlich von Hamburg.

Christian Antholz, Marketing Manager vom Designer Outlet Soltau, resümiert: „Neben der hohen Anzahl gewonnener Kontakte gelingt es uns mit MaxiPoster gezielt, immer wieder Besucher aus anderen Bundesländern und sogar dem skandinavischen Ausland als Neukunden zu gewinnen und so für ein spontanes Shopping-Erlebnis zu begeistern.“



IKEA eröffnet die Sommersaison – „Der neue Katalog ist da!“

Gleich zweimal warb das schwedische Möbelhaus IKEA als Stammkunde an der A46, Standort Düsseldorf-Holthausen, in diesem Jahr. In unmittelbarer Nähe zur IKEA-Niederlassung Düsseldorf wurde im Mai die Sommerkampagne mit dem Slogan „Sommer bei IKEA“ eingeläutet. IKEA rückte dabei die Balkonmöbel in den Mittelpunkt.

Im September wurde der neue IKEA-Katalog mithilfe von MaxiPoster beworben – Kernbotschaft war die Aussage „Der neue Katalog ist da ... in nur 300 m!“. Hierbei wurde der Fokus auf einen halb verdeckten Katalog in typischer IKEA-Farbgebung gelegt.

Die Kampagnen erreichten allein durch die Autobahnpräsenz knapp zehn Millionen mobile Einrichtungsfans, welche direkt mit dem Auto den Werbeturm und damit auch die Düsseldorfer IKEA-Filiale passierten.



Karls eröffnet sein neues Erlebnis-Dorf und den neuen MaxiPoster-Standort Berlin

Karls Erlebnis-Dorf ist auch für die Berliner und Brandenburger noch schneller erreichbar, denn das große Erlebnis-Dorf in Elstal wurde im Mai 2014 eröffnet. Bereits im April startete die Eröffnungskampagne mit MaxiPoster an der A10 Berliner Ring und informierte frühzeitig über die neue Attraktion im Berliner Umland.

Nach erfolgreichem Start am Berliner Standort wurden in einer zweiten Kampagne ebenso die Karls-Ostsee-Standorte mit in die Autobahnwerbung integriert. Unter Angabe der Kilometer-Entfernungen zu den Standorten in Warnemünde, Rövershagen, Warnsdorf (Lübeck) und auf Rügen wurden die Urlauber auf ihrem Weg zu den Stränden an der Ostsee im Reiseverkehr erreicht.



Weihnachtlich auf der Autobahn

Ein emotionales Produkt muss sich mit seinem Kunden auch intuitiv verbinden können. TISSOT erreicht das mit Visuals, die punktgenau wirken, auf Anhieb erkennbar sind und die Stärke der Marke unterstreichen. Die Schönheit und Eleganz der TISSOT COUTURIER-Damen- und -Herrenuhr, gepaart mit Schweizer Präzision und weihnachtlich präsentiert, sorgte erneut für willkommene Abwechslung und festliche Stimmung bei Millionen von Reisenden auf der Autobahn.

Dabei setzte TISSOT auf die langjährige Partnerschaft mit der MaxiPoster Werbetürme GmbH, nicht zuletzt wegen der schlagenden Argumente: Mit der TISSOT-Christmas-Kampagne wurden im Kampagnenzeitraum Mitte November bis Ende Dezember 2014 auf 24 MaxiPoster-Werbeflächen bundesweit über 100 Millionen Kontaktchancen erreicht.



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
V. i. S. d. P.: Valentijn Bras
Erscheinungsweise: jährlich
Text und Konzept: MaxiPoster
Layout: www.dreimenschen.de
Fotos: B.A.B. MaxiPoster Werbetürme GmbH

BAB
MAXIPOSTER
AUTOBAHNWERBETÜRME