

**City<sup>®</sup>  
Cards**

**G&SCHICKT G&SCHICKT.**



## **WECHSELT ÖFTER.**

Junge Erwachsene haben ständig Hunger – nach Unterhaltung, Spaß und Abenteuer. Nichts ist so alt wie die News von gestern. Freecards sind immer taufersch. Mit knackigen Motiven und aktuellen Informationen im schnellen Wechsel.

Keiner wechselt öfter.

**CityCards**



**Frischmacher.** CityCards wechselt alle 7 Tage. Das ist wichtig. Denn 54% der Zielgruppe haben mindestens einmal pro Woche Kontakt mit Freecards\*. Die kleinen Verwandlungskünstler machen neugierig auf »das nächste Mal« und sind längst begehrte Sammlerobjekte.

\*Contrast-Studie 2001

WECHSELT ÖFTER.



**City  
Cards**

Geschickt geschickt.



### **REICHT WEITER.**

Junge Erwachsene sind Nomaden der Städte. Um sie zu erreichen, reagieren klassische Medien oft zu träge. Nur Freecards schlafen nie, sind überall und treffen den Nerv der Zielgruppe. Sie sind fest in die junge Lebenswelt integriert. 85% aller Karten werden mitgenommen. Ein Viertel davon wird verschickt, ein Fünftel verschenkt\*.

\* GMS-Studie 2001

Keiner kommt weiter.

**CityCards**



**Überflieger.** CityCards bestückt 6.090 Locations in über 90 Städten bundesweit mit bis zu 19 Mio. Karten monatlich. Mehr als 90% der jungen Erwachsenen kennen dieses tag- und nachtaktive Medium\*. Die Streuverluste sind gering, der Kontakt pro Karte ist hoch – durchschnittlich 2,9 mal.

\*Contrast Studie 2001 / GMS-Studie 2001

REICHT WEITER.



**City  
Cards**

Geschickt geschickt.



### **IST VIELFÄLTIGER.**

Individualität ist das Credo der jungen Erwachsenen. Sie zelebrieren unendlich viele verschiedene Lebensstile. Jede Gruppe will umworben und unterhalten werden. Freecards bieten für diese Vielfalt ein ideales Podium. Nationale und regionale Kampagnen sowie Kulturangebote kommen im Format DIN A6 ganz groß raus.

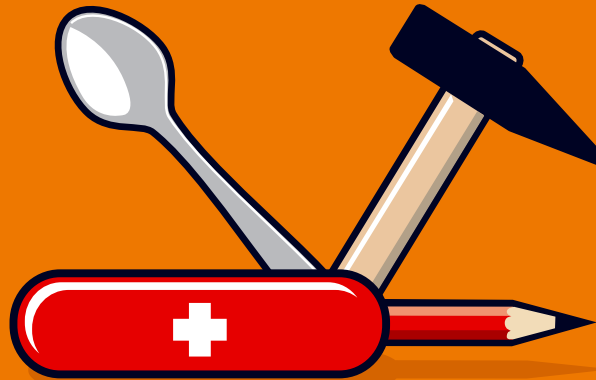
Keiner ist bunter.

**CityCards**



**Dreifaltigkeit.** CityCards bieten zusätzlich zu den Sparten »Kunst« und »Überregionale Werbung« auch »Regionale Werbung«. Das macht das Kartenangebot erst so richtig rund. Denn nichts ist spannender als die Party um die Ecke. Von der gesteigerten Aufmerksamkeit der Zielgruppe profitieren auch die nationalen CityCards-Kunden.

**IST VIelfÄLTIGER.**



**City  
Cards**

Geschickt geschickt.



### **TRIFFT GENAUER.**

Die Jugend ist unberechenbar. Vor allem, was die Wahl der Clubs und Kneipen angeht. Gut, dass CityCards immer schon da sind. Ihre Motive treffen die Zielgruppe wie Amors Pfeil die Liebenden. Der Beweis: Ein Drittel der Zielgruppe erinnert sich ausschließlich über Freecards an ein Werbemotiv\*. Denn die Botschaft steht konkurrenzlos auf Seite 1.

\*Contrast-Studie 2001

Keiner kennt die Szene besser.

**CityCards**





**Lokalpatrioten.** CityCards ist ein Verbund aus 24 selbstständigen Partneragenturen in nahezu allen Regionen Deutschlands. Das garantiert höchste Qualität, optimale Marktkenntnis und die besten Location-Scouts. Wir wissen ganz genau, wer welche Location bevorzugt und was wann wo los ist.

**TRIFFT GENAUER.**



**City  
Cards**

Geschickt geschickt.



### **MACHT TRANSPARENTER.**

Effektive Auftragsabwicklung und Erfolgskontrolle machen den Einsatz der Freecards lohnenswert und sicher. Konkrete Zahlen über verteilte und genutzte Karten sagen aus, wie das jeweilige Motiv bzw. die Kampagne bei der Zielgruppe ankommt.

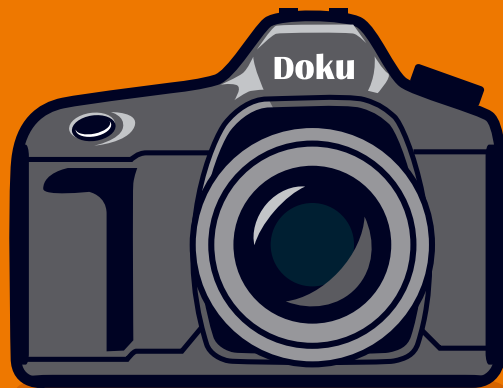
Keiner beobachtet besser.

**CityCards**



**Paparazzi.** CityCards gibt den Kunden zusätzliche Sicherheit durch die Fotodokumentation. Jede Neubestückung der Locations wird fotografiert. Der Kunde kann die »Beweisstücke« jederzeit online abrufen.

**MACHT TRANSPARENTER.**



Geschickt geschickt.

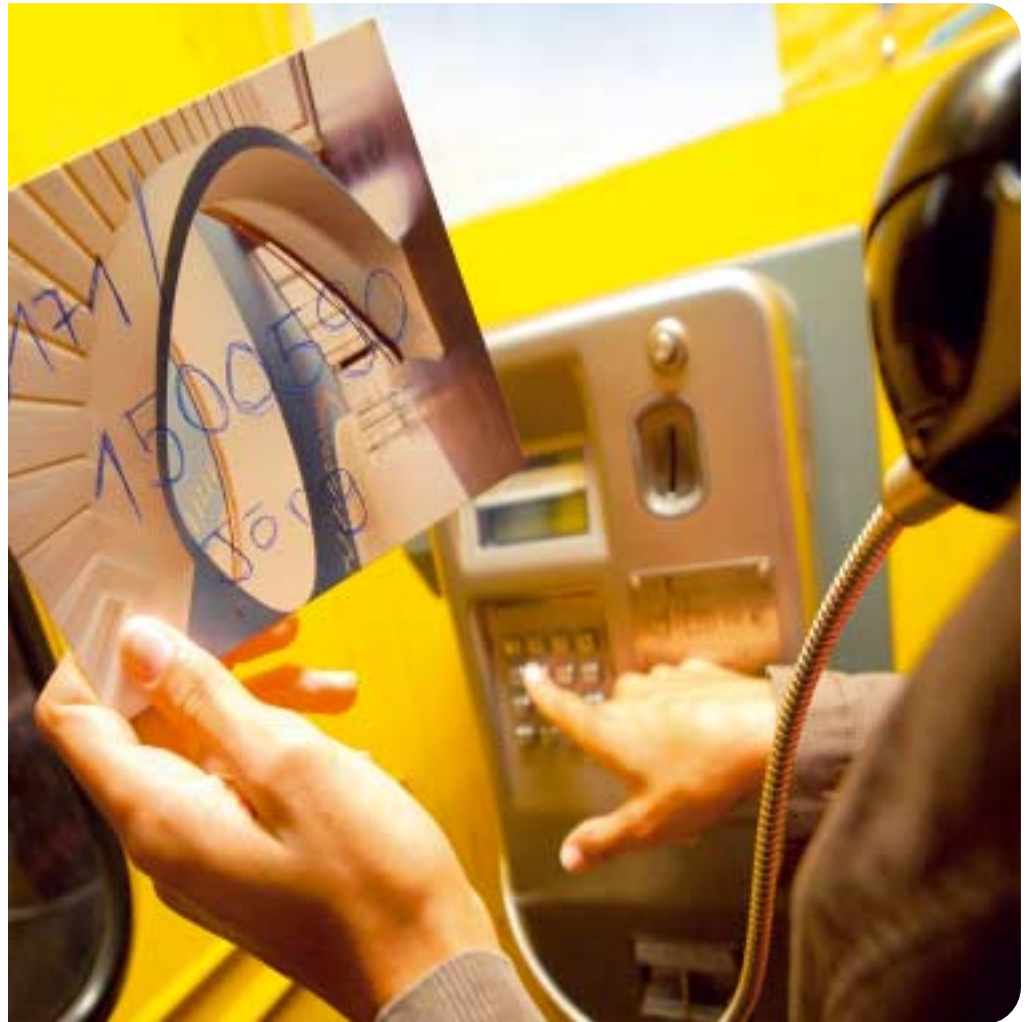


### **MACHT GLÜCKLICHER.**

Junge Erwachsene sind extrem kritisch. Holzhammer-Werbung wird mit Nichtachtung gestraft. CityCards gehören zu den wenigen Medien, die originelle Werbung mit funktionalem Nutzen verbinden. Als Postkarte, Adresszettel, Liebeserklärung – so viel Einsatzbereitschaft belohnt die Zielgruppe mit hoher Akzeptanz.

Keiner fliegt schneller.

**CityCards**



**Schutzengel.** CityCards ist ganz nah. Die Mitarbeiter der 24 Partneragenturen pflegen den direkten Draht zu ihren Kunden. Auf kurzem Wege beraten wir Sie persönlich und individuell direkt vor Ort.

**MACHT GLÜCKLICHER.**



**City  
Cards**

Geschick geschickt.



### **HILFT WEITER.**

Freecards sind seit Anfang der 1990er Jahre fest etabliert und bei der Zielgruppe beliebter denn je. Nicht selten sind CityCards die Eintrittskarten zu erfolgreichen Kampagnen. Und im Vergleich überzeugt die Postkarte mit außergewöhnlichen Ideen auch den kritischsten Kunden.

Keiner weiß mehr.

**CityCards**



**Alleskenner.** CityCards ist verdammt schlau. Die Teams der Partneragenturen stehen im ständigen Austausch. Sie kennen den regionalen Markt, die Kunden vor Ort und die aktuellsten Trends. Dieser riesige Pool an Wissen und Erfahrung kommt den Kunden unmittelbar zugute.

HILFT WEITER.



**City  
Cards**

Geschickt geschickt.



## EINTRITTSKARTEN ZUM ERFOLG.

CityCards sehen nicht nur gut aus – sie sind es auch: Keiner wechselt öfter, keiner hat mehr Reichweite, keiner dokumentiert gründlicher und keiner bietet mehr Themenvielfalt. Unschlagbar sind auch die Location-Kenntnisse, das Know-how und die Kundenbetreuung.

Geschickt geschickt.  
**CityCards.**

# KAMPAGNEN. WERBEKARTEN.



Easy Jet



Mineralbrunnen Überkingen-Telnach AG



BEG Schienenbahnverkehr für Bayern



LBS Norddeutsche Landesbausparkasse



Berliner Bank



Red Bull Deutschland GmbH



Pro7, SevenOne Intermedia GmbH



Mazda Motors GmbH



Maggi GmbH



Sparkasse





Staatliche Museen zu Berlin



Theater für zeitgenössischen Tanz & neue Musik



Kulturprojekt der Rheinstädte Bonn, Köln, Düsseldorf, Duisburg

# KAMPAGNEN. KULTURKARTEN.



NRW Verkehr



Stadt Kassel



Stadt Rostock



Star Entertainment



Sensation White



Popkomm Musikfestival 2005



Landesbühne Hannover



Geschicht geschickt.



Geschicht geschickt.