



*Pressemeldung, frei zur sofortigen Veröffentlichung.
Um einen Beleglink oder ein Belegexemplar wird gebeten.*

Ein Auto kostet? Nein, es verdient!

Von einem passiven Einkommen träumt wohl jeder Autofahrer, spätestens an der Zapfsäule. Ein innovatives Start-Up aus München macht diesen Traum wahr: Vier „Wrapclubber“ erzählen von Ihren Erfahrungen.

München, 05.02.19 „Das Honorar von insgesamt 650 Euro ging in unseren Jahresurlaub in Thailand“, sagt Corinna W. Die Kauffrau für Import und Export hat mit ihrem Weißen Ford Kuga von 2012 schon an zwei Kampagnen von Wrapclub teilgenommen. Im Sommer 2018 unterstützte sie die erste große Wrapclub-Kampagne für die PSD Bank RheinNeckarSaar eG.

Knapp ein halbes Jahr später, frisch in den Raum Freiburg umgezogen, ist sie nun auch bei der aktuellen Kampagne für die Sparkasse Freiburg-Nördlicher Breisgau dabei. Insgesamt rund vier Monate war ihr privates Fahrzeug bisher mit den Werbeanzeigen der Kreditinstitute beklebt. Es wirkte so als mobile Werbeanzeige. Das brachte ihr 650 Euro passives Einkommen ein, einfach beim Autofahren. Nebenberuflich ist sie auf Messen als Hostess oder Servicekraft beschäftigt und kommt viel rum. Das nutzt den Werbekunden. Denn ihre Werbung wird von begehrten Zielgruppen gesehen, die man sonst nur sehr schwer ansprechen kann.

So funktioniert passives Einkommen mit Wrapclub

„Dank eines GPS-Moduls, das man bei allen Benzinern ab Baujahr 2001 und Diesel-PKW ab 2004 in die Service-Schnittstelle OBD-2 einstecken kann, lässt sich die Fahrtstrecke jedes beklebten Wagens während der Kampagne genau verfolgen“, sagt Wrapclub-Gründer Alexander Simonov. Sein im Sommer 2016 in München gegründetes Start-Up hebt die Autowerbung auf eine neue Ebene. Natürlich werden Kraftfahrzeuge praktisch seit dem Beginn des Automobilzeitalters auch für Werbezwecke genutzt. Jeder Handwerker schreibt bis heute seinen Firmennamen auf das Gefährt.

Professionell vermarktete Autowerbung auf privaten PKWs gab es bisher jedoch kaum. Denn für Werbeagenturen ist die so genannte „Medialeistung“ entscheidend: Wie viele Menschen sehen eine Werbung und was kostet diese Sichtbarkeit? Mit der Wrapclub-Lösung ist es nun ein



Leichtes, genau zu verfolgen, wo die geschaltete Werbung zu sehen ist. Schließlich will kein Unternehmen dafür bezahlen, dass „seine“ Werbefahrzeuge unbeachtet in einer Tiefgarage versauern.

Die Fahrer bekommen das GPS-Modul für den Kampagnenzeitraum kostenlos von Wrapclub gestellt und können es selbst in die OBD-2-Schnittstelle im Fußraum stecken. Werbekunden sehen natürlich nur die gesammelten und anonymisierten Daten. Sie können so die Medialeistung ihrer Kampagne genau verfolgen. Nach der Kampagne kann der Fahrer das GPS-Modul wieder abstecken.

Begeisterung bei den Fahrern

„Für den Fahrer ist eine Werbekampagne bei Wrapclub ein echter Glücksfall“, sagt auch Murat K., ein Teilnehmer an der Stuttgarter Kampagne für die PSD Bank RheinNeckarSaar eG. Er hat gerade geheiratet und kann das Honorar deshalb besonders gut gebrauchen. Mit der Wrapclub-Kampagne konnte er ganz ohne Aufwand passives Einkommen erzielen: „Ich bin einfach die Strecken gefahren, auf denen ich sowieso täglich unterwegs bin, und mein Auto hat für mich Geld verdient.“ Die Idee hat ihm auf Anhieb gefallen. Deshalb hat er seinen sieben Jahre alten Nissan Qashqai schon kurz nach dem Start von Wrapclub angemeldet – kostenlos und ohne Risiko.

Murat musste sein Auto fotografieren und angeben, welche Strecken er täglich in etwa fährt, das war’s schon. „Wer sich für den Wrapclub anmeldet, muss keine Gebühren zahlen. Auch wenn man für eine Kampagne bestätigt wird, gibt es keine versteckten Kosten“, erklärt Simonov. IT-Entwicklerin Dajana B. findet das Konzept vom Wrapclub ebenfalls gut. Sie gehörte mit ihrem Mercedes A-Klasse auch zu den Fahrern der PSD Bank RheinNeckarSaar eG. „Es ist eine gute Sache. Wrapclub ist ein Start-Up, das Vieles richtig macht.“

Rund 15.000 „Wrapclubber“ wie sie gibt es in Großstädten ab 100.000 Einwohnern inzwischen bundesweit. In Baden-Württemberg und Hessen kann man sich derzeit sogar schon anmelden, wenn man in Orten ab 30.000 Einwohnern unterwegs ist. Damit kann das Start-Up Wrapclub praktisch für jede Region und jede Werbeanwendung die perfekten Fahrzeuge anbieten: Schwarz, Weiß oder farbig? Pendeln in die nächste Großstadt, oder eher lokal unterwegs? Kleinwagen, Mittel- oder Luxusklasse?

Wrapclub: Passives Einkommen muss zum Menschen passen

Wer laut seines Profils für eine Kampagne in Frage kommt, wird kontaktiert. Er kann sich dann für, oder auch gegen die Teilnahme entscheiden. Schließlich ist der Fahrer oder die Fahrerin in der Zeit, in der sein Auto beklebt ist, eine Art Markenbotschafter. Geflügel-Werbung auf dem Auto eines Veganers? Würde der wohl kaum akzeptieren, passives Einkommen hin oder her.



„In meinem Bekanntenkreis hat jeder nach meiner Autowerbung gefragt“, so Dajana. Ähnlich erging es auch Laura W. Sie war mit ihren weißen Ford Focus mit folierter Autowerbung im Sommer 2018 ebenfalls für die die PSD Bank RheinNeckarSaar eG in und um Stuttgart unterwegs. „Aber nachdem ich es erklärt hatte, gab es nur positive Reaktionen. Und an der Ampel hat manch einer länger rübergeschaut“, lacht sie.

Damit die Autowerbung perfekt wird, druckt man sie auf spezielle Premium-Folien von Avery Dennison. Dann bringen sie Folierer an. Das sind Fachleute, die professionell Autos bekleben und die Folien auch wieder rückstandslos entfernen. Dazu muss das Auto in eine nahe Werkstatt gebracht werden, wo der Folierer dann tätig wird. Wie lange das dauert, hängt ein bisschen von der Größe des Motivs ab. „Bei mir war die Montage in nicht mal einer Stunde erledigt“, sagt etwa Laura. „Nach der Kampagne wurde die Folie wieder abgenommen, es gab keine Spuren auf dem Lack.“ Als gelernte Autosattlerin kennt sie sich in Sachen Auto aus und würde, so sagt sie, wie auch die anderen Fahrer der PSD-Kampagne, „jederzeit gerne wieder mitmachen“.

Über Wrapclub

Wrapclub ist ein junges, dynamisches Start-Up aus dem Bereich Shared Economy. Es wurde im Sommer 2016 in München von Alexander Simonov gegründet. Sein Ziel ist es, durch Autowerbung die Kosten der Berufspendler deutlich zu senken. Außerdem will er Werbetreibenden Zugang zu einem Publikum zu ermöglichen, welches andere Formen der Werbung nicht erreichen kann.

Mehr Informationen Wrapclub, sowie Bilder und Logos zum kostenfreien Download finden Sie unter <https://wrapclub.de/presse>.

Für Anfragen und Interview-Wünsche erreichen Sie die Presseabteilung unter presse@wrapclub.de oder [+49 89 189 22 479](tel:+498918922479).