

ROLLENDE REKLAME



Eine aktuelle Kampagne des Dienstleisters Charry aus München. Wrapclub bringt die Werbung auf Autos.

Der Wrapclub-Audi – selbstverständlich mit Werbung foliert.

Autowerbung ist nicht neu. Wie es Wrapclub aus München macht, jedoch schon: Das Start-up hat Autowerbung ins Smartphone-Zeitalter katapultiert.

„Es gab schon einmal Autowerbung, aber nie wie bei Wrapclub“, mit diesem Spruch bewirbt sich das junge Unternehmen aus München selbst. Und hat damit vermutlich recht: Noch nie war Werbung auf Autos so einfach und transparent. Die Jungunternehmer verbauen in den Fahrzeugen, die sich für eine Kampagne bewerben, einen GPS-Tracker und können so die gefahrenen Kilometer ganz einfach messen. Das Ganze wird mit einer Geomarketingdatenbank verknüpft und so kann Wrapclub die Bruttoreichweite und den Tausender-Kontaktpreis berechnen – wichtige Informationen für den Werbekunden, die das Unternehmen in einem monatlichen Bericht zusammenfasst. Rohdaten wie gefahrene Kilometer können sowohl die Kunden wie auch die Fahrer über eine eigens entwickelte App einsehen.

Mitmachen kann jeder mit einem eigenen Auto. Beschränkungen gibt es kaum: Wichtig ist lediglich ein Mindestalter von 18 Jahren, eine verkehrsgerechte Fahrweise und ein Fahrzeug, das nach dem Jahr 2008 angemeldet wurde. Bei älteren Fahrzeugen besteht die Gefahr von Lackschäden durch das Verkleben der Folien beziehungsweise durch das Neutralisieren derselben.

Experten am Werk

Für den Fahrer entstehen keine Kosten. Wrapclub übernimmt das Applizieren und Entfernen der Folien und versichert den Fahrer gegenüber möglichen Schäden am Lack – dies kommt aber äußerst selten vor.

Das Unternehmen kooperiert bei der Folierung mit Fachbetrieben, die die beiden Gründer ausgesucht haben. Derzeit werden die Fahrzeuge vorrangig mit Folien von Avery Dennison verpackt. „Wir probieren immer neue Folien bei den Kampagnen aus“, erklärt Geschäftsführer Alexander Simonov. Das Design gestaltet Wrapclub gemeinsam mit dem Kunden. Wichtig hierbei: Es muss auffallen. Steht das Motiv, wird es in EPS gezeichnet. Dadurch kann es für verschiedene Fahrzeugtypen angepasst werden. Auf die Folien kommt das Design mit einem Mimaki CJV 30-160 Digitaldrucker. Alleine in diesem Jahr konnte Wrapclub fünf Kampagnen durchführen – seit seiner Gründung hat das Unternehmen 185 Fahrzeuge foliert.

Knapp 18 Monate am Markt

Im Juni 2016 gründeten die Münchner Studenten Alexander Simonov und Marat Yakupov das Startup. Bisher haben sich mehr als 15.000 Autobesitzer angemeldet, die ihren Wagen für Kampagnen zur Verfügung stellen möchten. Deshalb macht Wrapclub nun auch keine Werbung mehr, um neue Fahrer zu gewinnen. Den Rest des Jahres konzentrierte man sich auf die Agenturen mit dem Ziel, größere Kampagnen zu gewinnen.

Wrapclub bietet für jede Werbeform verschiedene Modelle an – von kleinen Werbebudgets bis hin zur umfangreichen Markenkampagne. Schon ab 1.000 Euro pro Auto und Monat könnten Kunden fahrende Werbung buchen und somit dort auffallen, wo der Konsument ist: auf der Straße, an Bushaltestellen, im Stau.

Wennaël Würmli

www.wrapclub.de