

---

# WERBUNG AUF RÄDERN – JOCHEN SCHWEIZER PARTNER DER DEUTSCHEN POST BEIM PILOTPROJEKT AUTOWERBUNG IN KÖLN

---

28.03.2013 – **TEXT**



München / Düsseldorf, 28. März 2013 - Die Deutsche Post bietet PKW-Besitzern in Köln mit dem Produkt „Deutsche Post Autowerbung“ seit März 2013 eine neue Möglichkeit, ihre Mobilitätskosten zu senken. Sie vermittelt dabei zwischen Unternehmen, die Autos als Werbeträger nutzen möchten, und PKW-Besitzern, die ihr Fahrzeug als Werbefläche für bestimmte Marken zur Verfügung stellen wollen. Während der Kampagnenlaufzeit erhalten die PKW-Besitzer eine Vergütung

von 70 Euro pro Monat in Form einer Tankkarte von Aral. Zusätzlich gibt es für den Zeitraum der Kampagne monatliche Gutscheine für eine Autowäsche sowie ein Navigationsgerät der Marke Garmin.

Erlebnisanbieter Jochen Schweizer ist einer der ersten Partner der Deutschen Post beim Pilotprojekt Autowerbung in Köln. Das Unternehmen macht außergewöhnliche Erlebnisse für Jedermann möglich – vom Fallschirm-Tandemsprung über Dinner in the Dark bis hin zu Ferrari selber fahren. Marktführer Jochen Schweizer bietet bereits über 1.000 verschiedene Erlebnisse für Privat- und Firmenkunden an. Neben dem Erlebnis-Portal [www.jochen-schweizer.de](http://www.jochen-schweizer.de) sind diese zudem in 34 eigenen Jochen Schweizer Shops erhältlich, unter anderem im Rhein-Center Köln. Das Unternehmen möchte die Autowerbung der Deutschen Post in Form einer dreimonatigen Kampagne nutzen, um in Köln neue Markenbotschafter für sich zu gewinnen. Die Kampagne beginnt Ende April und läuft bis Ende Juli 2013 und umfasst voraussichtlich 25 Fahrzeuge. Jeder Pkw-Fahrer, der an der Kampagne teilnimmt, erhält eine Erlebnis-Box von Jochen Schweizer gratis dazu.

PKW-Besitzer können an dem Projekt Autowerbung teilnehmen, wenn ihr Auto maximal fünf Jahre alt ist und sie mindestens 8.000 Kilometer im Jahr fahren. Die Fahrtrouten wiederum liefern den werbenden Unternehmen wichtige Informationen zu der Frage, wie viele Personen mit hoher Wahrscheinlichkeit die jeweilige Werbekampagne gesehen haben. Datenschutzrechtlich ist dies unbedenklich, da die Fahrtrouten nur anonymisiert an die werbenden Unternehmen weitergegeben werden.

„Die steigende Mobilität der Gesellschaft, immer höhere Mobilitätskosten und die starke Verbreitung des mobilen Internets – diese Trends haben uns auf diese Werbeidee gebracht. Deutsche Post Autowerbung findet mitten im Leben statt und ist am Puls der Zeit“, erläutert Clemens Beckmann, Executive Vice President Innovationen BRIEF, Deutsche Post AG.

Für die Umsetzung des Produktes Deutsche Post Autowerbung wurde – neben dem Navigationsgeräteanbieter Garmin – die Aral AG als Kooperationspartner gewonnen. An ausgewählten Tankstellen des Mineralöl-Konzerns in Köln wird die Be- und Entklebung der Fahrzeuge durch zertifizierte Dienstleister stattfinden.

Interessierte Fahrer können sich ab sofort über die Homepage [www.deutschepost.de/autowerbung](http://www.deutschepost.de/autowerbung) registrieren. Yeah.

