



RULLANDE REKLAM Håkan Tirpan från Spånga i Stockholm kör sedan några veckor omkring med reklam på bilen: "Pengarna räcker precis till bensinen, jag tycker det är jättebra."

FOTO: JONAS EKSTRÖMER/SCANPIX

EKONOMI

Tjäna pengar på din bil med reklam på lacken

Upplåt utrymme till reklam på din bil och tjäna pengar. Nu kommer en amerikansk företeelse till Sverige och bilägarna är på hugget.

– Intresset är mycket större än vi väntat hoppas, säger Mathias Lindsäth på Svensk Bilreklam.

I USA och Tyskland är det etablerat sedan många år. Bilister hyr ut plats på sin bil för att låta företag göra reklam. På reklamspråk kallas det gerillamarknadsföring, ett annorlunda sätt att skapa uppmärksamhet i gaturummet.

Det var Kalmarbaserade Svensk bilreklam som var först ut, men det finns det konkurrerande företag.

– Det är bara bra, för det här har kommit för att stanna. Den här formen av marknadsföring ger mycket uppmärksamhet till en låg kostnad, det är orsaken, säger Mathias Lindsäth.

Det är han och hans bror Andreas som driver företaget. Idén fick de från Tyskland. I dag har de 1 400 bilar i sin databas, men antalet växer.

– Det sprids mun till mun. Det är så dyrt att ha bil i dag, så chansen att tjäna lite pengar på sin bil verkar uppskattas.

RÄCKER TILL BENSINEN

Det gör det. Håkan Tirpan från Spånga i Stockholm kör sedan några veckor omkring med reklam på bilen från ett dotterföretag till Volvo. Det handlar om reklam inför en bilauktion på internet.

– Jag får 1 500 kronor i månaden för att ha några dekal på bilen. Det räcker precis till bensinen, jag tycker det är jättebra, säger han.

Hans silverfärgade Toyota Avenis har numera reklam på sidorna, motorhuv och bakrutan.

– Flera av mina kompisar tycker att reklamen är ful och fånig, men

det skiter jag i. Och när jag berättar att jag tjänar pengar på det så ändrar de sig och anmäler sina egna bilar i stället. Grannarna trodde att jag hade bytt jobb när de såg reklamen. Nu vill de också ha reklam.

Håkan Tirpans bil är tre år gammal. Avtalet med reklamföretaget säger att han måste hålla bilen ren och snygg och att han ska köra vårdat och lagligt.

– Men det är inga problem, jag tvättar ändå min bil ofta, säger han.

Annars finns inga direkta regler för vilka bilar som är attraktiva för reklampöparna.

– Nej, det beror helt på kampanjen. Snart ska vi göra reklam för en ny musikartist och då vill vår kund ha äldre, lite speciella bilar. Det är inte alls bara nya, häftiga och dyra bilar som fungerar.

BILEN MÅSTE SYNAS

Däremot är färgerna svart och silver bäst. Mot den bakgrunden fungerar de flesta andra färger. Har man exempelvis en grön bil får man troligen vänta längre på sin reklam, och kampanjerna som kan hamna på en grön bil är färre.

– Å andra sidan kan vi ju själva gå ut till kunder och föreslå en speciell kampanj med bara gröna bilar. Det finns företag där det skulle passa.

Men vi är bara i början än, allt sådant kommer sedan när vår databas är större, säger Mathias Lindsäth.

Förutom att bilen är välvårdad och i gott skick, krävs det att bilen körs och syns. Minst 1 500 mil om året och tre dagar i veckan ska bilen rulla. I storstäder är det också viktigt var den står parkerad och var den körs. Allt påverkar betalningen.

– Men det är inte bara storstäder som är intressanta, vi vill ha bilar i hela landet. Den här typen av marknadsföring kan ofta fungera ännu bättre i mindre städer. Där får man ett genomslag med färre bilar.

ERSÄTTNING VARIERAR

Vad man får betalt varierar från några hundra i månaden till över 4 000 kronor.

– Men då är det speciella, lite större eller exklusiva bilar där hela bilen är full med reklam. Det är väldigt speciella avtal.

Om man krockar eller bilen skadas under reklamtiden avbryts avtalet. Reklamen kan man sätta på när bilen är lagad igen.

Mindre reklam som en dekal i bakrutan sätter bilisterna på själva, men andra dekaler får man åka till specialister för att sätta på.

Man kan säga nej till en viss reklam om man inte kan stå för den och reklam för alkohol, erotik, politik eller tobak förekommer inte.

Thomas Arnroth

TT Spektra

”Flera av mina kompisar tycker att reklamen är ful och fånig, men det skiter jag i. Och när jag berättar att jag tjänar pengar på det så ändrar de sig och anmäler sina egna bilar i stället.”

Håkan Tirpan