

Pressemitteilung

Berlin, 29. März 2019

WallDecaux launcht Startup-Programm „Nurture“

Internationales Förderprogramm für junge Unternehmen startet in Deutschland. Erste Teilnehmer sind die Startups „Too Good To Go“ und „Durststrecke“

Berlin, den 29. März 2019 – WallDecaux startet in Deutschland das Förderprogramm „Nurture“. Das von JCDecaux bereits erfolgreich in Großbritannien eingeführte Programm besteht aus drei Kernbereichen, damit ausgewählte junge Marken ihren Bekanntheitsgrad steigern können: Kreatives Mentoring in den Bereichen Marketing und Design, Data Insight sowie exklusive Angebote auf die WallDecaux-Medien. Startups sollen dadurch an das Medium Out of Home herangeführt und darin unterstützt werden, sich zu ausgewachsenen Marktteilnehmern zu entwickeln.

WallDecaux führt damit eine lange Tradition fort: Bereits 1964 gründete Jean-Claude Decaux mit seinem Unternehmen ein Startup, das heute in 70 Ländern vertreten ist. Das Wissen, Werbebotschaften mit maximaler Wirkung zu entwickeln, will WallDecaux nun weitergeben. In intensiven Beratungsprozessen lernen die Startups über Kampagnenstrategien, Produktion und Mediaplanung und erhalten Unterstützung, die richtige Botschaft am richtigen Ort an das richtige Publikum zu verbreiten.

Erste Startups sind bereits Teilnehmer des Programms: „Too Good To Go“ ist eine App für Lebensmittelrettung, bei der Kunden die Möglichkeit haben, überschüssige Lebensmittel und Speisen zum reduzierten Preis zu erwerben und dabei die Umwelt zu schonen. Die Kampagne dazu war in den letzten Wochen auf Metroboards im Berliner U-Bahnnetz zu sehen. Der zweite Kandidat ist der Getränke-Lieferservice „Durst.de“, der sich auf City Light Postern in Bremen präsentierte.

„Unternehmertum und Innovation waren schon immer Teil unser DNA. Mit unserem Förderprogramm Nurture können wir internationalen Startups ein Portfolio anbieten, das Reichweite, Targeting und Premium bündelt und den besonderen Bedürfnissen der jungen Unternehmen gerecht wird“, so Franziska Engel-Ulrich, Head of Nurture Deutschland. „Wir wollen dieses Wissen mit spannenden Startups teilen, mit dem Ziel, durch Außenwerbung eine starke und anerkannte Marke aufzubauen. Mit Too Good To Go und Durst.de haben wir zwei Unternehmen gefunden, denen wir einen wichtigen Schub in ihrer Entwicklung geben können.“

„Das Förderprogramm erleichtert uns den Schritt in die Out of Home-Werbung“, so Teresa Sophie Rath, Head of Marketing bei Too Good To Go. „Durch die tolle Betreuung und das exklusive Angebot können wir spannende Kampagnen ausprobieren und damit immer mehr Menschen unsere App und das Konzept der Lebensmittelrettung näherbringen.“

„Mit dem Markteintritt in Bremen konnten wir gemeinsam mit WallDecaux eine erfolgreiche Kampagne realisieren, um unseren Service und die Marke Durst.de in Bremen bekannt zu

machen", so Matthias Steinforth, Geschäftsführer von Durst.de. „Für uns als Start-Up mit einem Online-Geschäftsmodell ist es wichtig, auch außerhalb der digitalen Marketing-Kanäle beim Kunden wahrgenommen zu werden. Das ist uns gemeinsam mit WallDecaux gelungen."

Nurture unterstützt Startups für eine Laufzeit von 12 Monaten. Entscheidend bei der Auswahl sind die Faktoren Innovation, Skalierbarkeit und Unternehmensalter. Interessierte können sich per E-Mail unter franzi@jcdnurture.de bewerben.

Über Too Good To Go

Too Good To Go wurde 2015 mit dem Ziel ins Leben gerufen, die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Mit der App haben Kunden die Möglichkeit, überschüssige Lebensmittel und Speisen zu günstigen Preisen zu erwerben und dabei die Umwelt zu schonen. Den Kunden wird hier zum Vorteil, dass sie sowohl leckeres Essen zu einem vergünstigten Preis bekommen, als auch, dass sie neue Läden in ihrer Nähe kennenlernen. Für die teilnehmenden Partnerbetriebe liegt der Mehrwert in der Minimierung der Lebensmittelverschwendung, zusätzlich können sie ihr gutes Essen noch verkaufen anstatt es entsorgen zu müssen. Die App ist in 9 Ländern verfügbar. Dazu gehören neben Deutschland Dänemark, Großbritannien, Frankreich, Norwegen, die Niederlande, Belgien, die Schweiz und Spanien.

Über Durst.de

Hinter Durst steckt das Kölner Startup Durststrecke GmbH, welches von einem erfahrenen Team aus Digital-Experten Mitte 2017 gegründet wurde. Unterstützt wird es hierbei durch Dr. Werner Wolf, der als ehemaliger Sprecher der Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe umfassende Branchenexpertise mitbringt. Mit Durst will das Kölner Unternehmen nun Getränkegroß- und Fachhändlern eine einfache Möglichkeit bieten, von den Chancen der Digitalisierung zu profitieren. Ziel ist es, Durst in den nächsten Monaten zur führenden, bundesweiten Plattform für die Bestellung von Getränken aufzubauen.

Pressekontakt:

Wall GmbH
Frauke Bank
+49 (0) 30 33899381
frauke.bank@wall.de