

## **AutoScout24 startet neue integrierte, mehrstufige Kampagne** **Kampagne unterstreicht umfassende Lösungen für Autokäufer und -verkäufer /** **Verschiedene Enden für Online-Verlängerung des TV-Spots / Neue Agentur und** **Regisseur aus Stockholm**

München, 11. September 2019. Unter dem Motto „Höchste Zeit für was Neues“, startet AutoScout24 ab sofort eine neue, breitangelegte Kampagne in TV, Radio und Social Media. Gemeinsam mit der Kreativagentur Hello aus München unterstreicht der europaweit größte Online-Automarkt damit seine umfassenden Lösungen für Autokäufer und -verkäufer: vom Suchen, Bewerten, Verkaufen, Kaufen bis zur Finanzierung. „Mit AutoScout24 kann sich jeder einfach den Wunsch nach einem neuen Auto erfüllen“, sagt Jochen Kurz, Director Product bei AutoScout24. „Hierbei müssen die Kunden nicht an verschiedene Türen klopfen: Autofahrer bekommen bei AutoScout24 alles aus einer Hand. Das unterstreicht unsere Kampagne. Wir helfen unseren Nutzern, die jeweils passende Option für sich zu finden: beim Auto, Preis, Kauf, Verkauf und der Finanzierung.“

### **Konsument im Fokus**

Für die Kampagne arbeitet AutoScout24 erstmalig mit der Kreativagentur Hello unter der Leitung von Geschäftsführer Chris Mayrhofer zusammen. Der TV- und der Radio-Spot zeigen mit Witz und Fingerspitzengefühl eine Familie, die erkennt, dass ihr Auto nicht mehr ihren Wünschen entspricht. Auch wenn der Vater noch wehmütig am alten Fahrzeug festhält, verdeutlichen überspitzte Situationen, dass es allerhöchste Zeit für ein neues Auto ist. Im Funk-Spot läuft die Tochter lieber durch den strömenden Regen zur Schule, als sich von dem in die Jahre gekommenen Familienauto fahren zu lassen. Im TV-Spot übernehmen die Familienmitglieder selbst die Funktionen der fehlenden Vollausrüstung. Die Kinder ahmen beim Rückwärtsfahren piepend eine Einparkhilfe nach und die Mutter weist mit Navigationsstimme den Weg. „Die familiären Alltagsgeschichten sorgen für eine starke Identifikation und positive Markenwahrnehmung“, sagt Marion Modes, Marketingleiterin bei AutoScout24. „Vielen von uns geht es so, dass man sich eigentlich ein anderes oder neueres Auto wünscht, aber noch nicht den ersten Schritt getan hat. Wir zeigen mit der Kampagne, wie leicht es ist ein neues Auto zu kaufen. AutoScout24 bietet alles, was man dafür braucht.“

### **Ziel: Reichweite und neue Nutzer**

Die Kampagne startet mit bundesweiten Radiospots am 9. September. Die TV-Clips und Videoszenen der mehrstufigen Social-Media-Kampagne sind ab dem 16. September zu sehen. Ziel ist es, die Reichweite zu steigern und noch mehr Nutzer für AutoScout24 zu begeistern. Pilot in München hat unter anderem zielgruppenaffine Plätze bei ProSiebenSat.1, den Sendern der RTL Gruppe und bei Discovery gebucht. Das Mediabudget liegt brutto im siebenstelligen Bereich. „Mit der vorliegenden Mediastrategie erreichen wir die Kunden mit unserer Botschaft an verschiedenen Touchpoints, was die Reichweite erhöht und die Erinnerung stärkt“, sagt Marion Modes. „Auf Facebook, Youtube und Instagram zeigen wir weitere Geschichten mit der Familie und verknüpfen diese mit unseren Produkten. Beispielsweise wie der Vater heimlich bei AutoScout24 sucht und von der Mutter überrascht wird. Diese verschiedenen Geschichten spielen wir aufeinander aufbauend gezielt an Nutzer aus. Anschließend leiten wir die Konsumenten über die Landingpage der Kampagne zu den passenden Services auf [autoscout24.de](https://www.autoscout24.de).“

Link zur Kampagne <https://www.autoscout24.de/promo-lp/zeit-fuer-was-neues/>

## Kampagnendetails auf einen Blick

Ziel: Reichweite und neue Nutzer; umfassende Lösungen für Autokäufer und -verkäufer aufzeigen

Kampagnenzeitraum: 9. September bis 5. Oktober 2019 (TV und Social Media ab 16. September)

Verantwortlich bei AutoScout24: Marion Modes (Marketingleiterin) und Frederic Gerwin (Senior Marketing Manager)

Kreativagentur: Hello

Verantwortlich bei Hello: Chris Mayrhofer (Geschäftsführer Kreation), Christoph Mäder (Creative Director), Anja Schröger (Senior Account Manager)

Regisseur: Torbjörn Martin

Mediaagentur: Pilot München (TV und Radio); Social und PR (Inhouse)

Produktion: Acne, Berlin

Slogan: Höchste Zeit für was Neues

## Über AutoScout24

AutoScout24 ist europaweit der größte Online-Automarkt. Mit AutoScout24 können Nutzer Gebrauchte- sowie Neuwagen kaufen und verkaufen. Der Marktplatz inspiriert rund um das Thema Auto und hilft, die beste Entscheidung zu treffen. Die TÜV geprüfte [Fahrzeug-](#) und [Preisbewertung](#) liefert wertvolle Orientierungshilfen. So gehen Autokäufer gut informiert und kaufbereit zum Händler. Mit mehr als 36 Millionen Downloads wurde die App von AutoScout24 als beste, kundenfreundlichste App ausgezeichnet (FOCUS-MONEY Studie „Kundenfreundliche Apps“, Heft (15/19).

AutoScout24 gehört ebenso wie ImmobilienScout24 zur Scout24-Gruppe.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.autoscout24.de](http://www.autoscout24.de)

## Medienkontakt

Anne-Kathrin Fries

Junior PR-Manager

AutoScout24 GmbH

Bothestraße 11-15

D-81675 München

Tel.: +49 89 444 56-1227

E-Mail: [presse@autoscout24.de](mailto:presse@autoscout24.de)