

AutoScout24 dreht eine weitere Runde im TV

Die AutoScout360°-Kampagne wird wegen des großen Erfolges fortgesetzt und um Radio erweitert / Kunden sehen neues Tool als klaren Mehrwert

München, 11. September 2018 – Die AutoScout24-Kampagne geht in die nächste Runde: Nachdem der erste TV-Flight für AutoScout360° im Mai die Erwartungen deutlich übertroffen hat, soll jetzt die Bekanntheit des neuen Tools noch weiter gesteigert werden. Zusätzlich zu TV bewirbt der europaweit größte Online-Automarkt AutoScout360° auch erstmals im Radio und auf Youtube. „Wir haben im ersten Flight bereits mehr als 200 Millionen Kontakte erreicht, den Traffic auf unserer Seite gesteigert und signifikant mehr Leads mit den 360°-Anzeigen erzielt“, sagt Dr. Thomas Schroeter, Senior Vice President Marketing & Product. „Die 360°-Ansicht der inserierten Autos empfinden die Nutzer als klaren Mehrwert. Sie sehen bereits online rundherum alles, nehmen virtuell Platz im Auto und schauen sich um. Mit dieser neuen Art der Autobesichtigung setzen wir einen Standard im Markt.“

Ziel der Kampagne ist es, die Bekanntheit von AutoScout360° noch weiter zu steigern und den Mehrwert, den das Tool für die Nutzer bietet, zu verdeutlichen. Gleichzeitig soll die leichte Handhabung und der Spaß bei der Nutzung unterstrichen werden. AutoScout24 hat das TV-Senderbouquet gemeinsam mit Pilot in München so abgestimmt, dass vor allem autoaffine Männer zwischen 18 und 59 Jahren erreicht werden. Entsprechend stehen unter anderem RTL Nitro, n-tv, Kabel1 Doku, ProSieben Maxx, Sat.1 Gold, Sport 1, WELT, Comedy Central, Sky, DMAX und TELE 5 im Mediaplan. Die TV-Kampagne liegt im siebenstelligen Bruttomediabereich. Eine leicht angepasste Spotversion bewirbt AutoScout24 auch auf Youtube und Facebook und ergänzt sie online und mobil mit Display-Werbung sowie mit PR- und weiteren Social-Media-Maßnahmen.

Visuelles hörbar machen

Neu ist zudem das Thema Radio. „Es war eine ganz besondere Herausforderung für uns, das visuelle Produkt AutoScout360° auch für Hörer erlebbar zu machen“, sagt Dr. Schroeter. „Wir glauben, dass uns die inhouse kreierte Radiospots sehr gut gelungen sind. Sie verstärken unsere Kampagne und erhöhen die Kontaktfrequenz für AutoScout360° noch einmal deutlich.“ Die Radiospots werden unter anderem auf Antenne Bayern, Antenne Niedersachsen, MACH3, Radio BOB!, Rock Antenne und egoFM zu hören sein.

Schon online einfach mal ne Runde drehen

Die gemeinsam mit Drei Wünsche in München kreierte TV-Kampagne stellt das neue Tool AutoScout360° in den Fokus und hebt besonders die leichte Usability hervor: Drehen, zoomen, virtuell einsteigen – ein Nutzer probiert den neuen Service auf dem Tablet aus und demonstriert die überzeugende 3D-Ansicht, die AutoScout360° bietet. Mit leichter Hand werden verschiedene Fahrzeuge gedreht, Details herangezoomt und von allen Seiten in Szene gesetzt. Mit einem Klick erscheint auch der Innenraum des Autos und kann aus allen Blickwinkeln betrachtet werden. „Mit AutoScout360° kann der Nutzer ein lebendiges Gefühl für das Fahrzeug erhalten“, erklärt Dr. Schroeter. Um das emotionale Erlebnis des neuen Tools zu unterstreichen, werden immer wieder Sequenzen von fahrenden Autos eingespielt. „Mit AutoScout360° virtuell Platz nehmen und einfach mal ne Runde drehen“, heißt es dazu aus dem Off. „Einfach mal ne Rund drehen“ ist auch der verbindende Slogan der Kampagne.

Link zur Kampagne

www.autoscout24.de/autoerlebnis360

Kampagnendetails auf einen Blick

Ziel: Steigerung Bekanntheit für AutoScout360°

Kampagnenzeitraum: 10. September bis 14. Oktober 2018

Verantwortlich bei AutoScout24: Evelin Eckart, Marketing Manager

Kreativagentur: Drei Wünsche, München (TV), Inhouse (Radio)

Mediaagentur: Pilot München (TV, Radio), CatBirdSeat (Digital), Inhouse (Social und PR)

Claim: Einfach mal ne Runde drehen

Über AutoScout24

AutoScout24 ist europaweit der größte Online-Automarkt. Mit AutoScout24 können Nutzer Gebrauchts- sowie Neuwagen kaufen und verkaufen. Der Marktplatz inspiriert rund um das Thema Auto und hilft, die beste Entscheidung zu treffen. So gehen Autokäufer gut informiert und kaufbereit zum Händler. In Deutschland genießt AutoScout24 in seiner Zielgruppe eine einzigartige gestützte Markenbekanntheit von 94 Prozent. Mit mehr als 20 Millionen Downloads wurde die App von AutoScout24 als beste, kundenfreundlichste App ausgezeichnet (FOCUS-MONEY Studie „Kundenfreundliche Apps“, Heft 14/18).

AutoScout24 gehört ebenso wie ImmobilienScout24 zur Scout24-Gruppe.

Weitere Informationen finden Sie unter www.autoscout24.de

Medienkontakt

Marit-Andrea Meineke

Senior PR & Communications Manager

AutoScout24 GmbH

Bothestraße 11-15

D-81675 München

Tel.: +49 89 444 56-1185

E-Mail: presse@autoscout24.de