

Pressemitteilung

Keine halben Sachen – die neue Marketingkampagne von mobile.de

Dreilinden/Berlin, 14. September 2020 – mobile.de startet zum 14. September eine neue Marketingkampagne, die die eigenen Finanzierungsangebote aufmerksamkeitsstark in den Fokus rückt. Hauptrolle spielt ein Oberklassekombi, der für den Spot extra „halbiert“ wurde. Die Kampagne wird Online und auf allen eigenen Kanälen ausgespielt. Mit der Kampagne möchte mobile.de einen weiteren wichtigen Geschäftsimpuls für den Autohandel erzeugen und seine Position als One-Stop-Shop für Händler und Konsumenten festigen.

„Die Finanzierung eines Fahrzeugs ist für potenzielle Käufer wie für Händler gleichermaßen kompliziert. Hauptgründe dafür sind fehlende Transparenz, sowie eine oft umständliche Handhabung“, sagt Malte Krüger, Geschäftsführer von mobile.de. „Wir haben den gesamten Kaufprozess vereinfacht und platzieren mögliche Leasing- und Kreditoptionen bereits prominent im Inserat – und erleichtern so die Kaufentscheidung bereits in der Orientierungsphase. Unsere Marketingkampagne zeigt, dass sich ein Autokauf mit mobile.de auch in wirtschaftlich unsicheren Zeiten wie diesen einfach realisieren lässt.“

Herzstück der Kampagne ist ein 20-sekündiges Video, das in puncto Tonalität und Bildsprache an die bekannte „Denk mobile.de“ Kampagne anknüpft. Fokus liegt auf den neuen mobile.de Finanzierungs- und Leasingangeboten, die Autokäufer unkompliziert direkt beim Händler abschließen können. Für das Highlight des Spots sorgt ein Volvo V90, der eigens für den Dreh in der Mitte durchgetrennt und fahrtüchtig umgebaut wurde.

Integrierte Ausspielung auf allen Online-Kanälen

Die Online-Kampagne wird auf YouTube und den mobile.de eigenen Online-Kanälen ausgespielt und durch verschiedene Social-Media-Aktivitäten und PR-Maßnahmen begleitet. Ergänzt wird die Kampagne zudem durch eine Landing-Page (<https://www.mobile.de/halbes-auto/>), auf der die verschiedenen Finanzierungsoptionen eingehend dargestellt und erläutert werden. Spannendes Behind-the-Scenes Material vom Dreh des Spots rundet die Kampagne ab.



Über mobile.de

mobile.de bietet mit mehr als 1,5 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen und Motorrädern das größte Angebot für den An- und Verkauf von Fahrzeugen in Deutschland (Quelle: CAR-Institut). Zur mobile.de GmbH gehört neben dem deutschen Marktführer mobile.de u. a. Europas größte Autocommunity MOTOR-TALK. Zusammen erreichen beide Plattformen rund 16 Millionen Unique User (Quelle: AGOF digital facts 2019-06). Das 1996 gegründete Unternehmen beschäftigt 290 Mitarbeiter an zwei Standorten in Deutschland und ist ein Tochterunternehmen der eBay Classifieds Group. Zu den mobile.de Nutzern gehören sowohl Privatkunden als auch mehr als 42.000 registrierte Fahrzeughändler, während MOTOR-TALK über 2,9 Millionen registrierte Nutzer verzeichnet.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Christian Maas, Director Communications
Marktplatz 1, 14532 Kleinmachnow
Tel: 030 8019 - 7226, E-Mail: chmaas@ebay.com

mobile.de GmbH, Anna Horneffer, Unternehmenskommunikation
Marktplatz 1, 14532 Kleinmachnow
Tel: 0160 95843719, E-Mail: ahorneffer@team.mobile.de