

Pressemitteilung

Neue mobile.de Marketingkampagne: Vom Träumen zum Fahren

Kleinmachnow/Berlin, 20. September 2021 – Mit einer neuen Marketingkampagne thematisiert mobile.de, dass Veränderung oftmals viel einfacher ist als vermutet. Und möchte damit beim Konsumenten den Schritt vom Träumen zum Fahren anstoßen. Denn: Mehr Auswahl und einen schnelleren Weg zum neuen Auto gab es noch nie. Der Kampagnenspot wird ab heute im TV, auf YouTube und Social Media ausgespielt.

„Wir Menschen mögen keine Veränderung und schieben viele überfällige Entscheidungen vor uns her“, so Inga Wiese, CMO von mobile.de. „Dabei ist es oft viel einfacher als gedacht, etwas zum Positiven zu ändern. Das wollen wir mit unserer neuen Kampagne emotional und plakativ zeigen.“ Der TVC als Herzstück des neuen Marketingansatzes zeigt die Leichtigkeit der Mobilitätsentscheidung: die Vielzahl attraktiver Fahrzeuge, die nur einen Click entfernt sind. Mehr Freiheit, Auswahl und einfache Lösungen beim Autokauf gab es noch nie.

Traumauto statt Traumtänzerie

Der TVC startet mit einem surreal wirkend blauen Himmel, in dem dichte Wolken wie große Wattebäusche hängen. Plötzlich brechen Autos durch die Wolken: Sie hängen wie ein überdimensional großes Mobile am Firmament. Mit dem Smartphone in der Hand swiped der Protagonist durch verschiedene Fahrzeuge in der App und entscheidet sich für eines. „Der Traum vom passenden Auto ist heute keine Traumtänzerie mehr, sondern einfach zu realisieren. Das wollen wir den Konsumenten zeigen“, so Wiese.

Multi-Channel-Kampagne, die Mut macht

Der Fokus der Kampagne liegt auf reichweitenstarken TV-Sendern und wird ergänzt durch Connected TV (joyn, TV now, DAZN etc.), YouTube und Social Media. Ab heute, 20. September 2021, läuft der Spot bis voraussichtlich Ende November im hochwertigen TV-Umfeld mit hohem Prime-Time-Anteil. Zusätzlich wird die Kampagne um YouTube Bumper Ads ergänzt, um insbesondere auch die jüngeren Altersgruppen effizient zu erreichen. Begleitet wird die Kampagne von PR-, CRM- & Content-Marketing Maßnahmen. Auf einer eigenen Landingpage findet die Kampagne unter www.mobile.de/mobile ein digitales Zuhause.

Für die strategische Beratung des Brand Marketing zeichnet **Unicorns&Lions** aus Berlin verantwortlich. **thjnk berlin** verantwortet die Kreatividee und Umsetzung,



Sehsucht die Filmproduktion + CGI Umsetzung. Weitere beteiligte Agenturen:
Spark Foundry Media (ATL Media), **dept** (Content Marketing & Social Media) und
_crsd (Landingpage + CRM).

Über mobile.de

mobile.de ist Deutschlands größter Fahrzeugmarkt mit rund 1,5 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen und Motorrädern sowie circa 16 Millionen individuellen Nutzern pro Monat (Quelle: AGOF digital facts mobile.de inkl. verbundener Webseiten, Betrachtungszeitpunkt Januar bis Dezember 2020). Sowohl Privatkunden als auch mehr als 42.000 registrierte Fahrzeughändler nutzen die Plattform. Als „One-Stop-Shop“ bietet mobile.de neben dem An- und Verkauf unter anderem auch Finanzierungs- und Leasinglösungen an. Das 1996 gegründete Unternehmen beschäftigt etwa 270 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland und ist ein Tochterunternehmen von Adevinta.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Christian Maas, Director Communications
Albert-Einstein-Ring 26, 14532 Kleinmachnow
Tel: 030 8019 - 7226, E-Mail: chmaas@eclassifiedsgroup.com