

Pressemitteilung

Neue Werbekampagne: mobile.de erweitert Positionierung, um mehr Kunden für den Handel zu gewinnen

Kleinmachnow/Berlin, 6. Februar 2024 – Morgen startet mobile.de eine neue Werbekampagne, um die Positionierung des Unternehmens zu erweitern und so für die vielfältigen Angebote des Handels noch mehr Kunden zu gewinnen. In fünf Vignetten-Spots zeigt sich Deutschlands größter Fahrzeugmarkt als One-Stop-Shop, der den Menschen nicht nur die größte Fahrzeugauswahl bietet, sondern auch einfachen Zugang zu allen relevanten Besitzmodellen sowie die Möglichkeit zum Online-Kauf. Die Kampagne wird über mehrere Monate als TV-Spot auf allen großen Privatsendern sowie Online ausgespielt. Damit möchte mobile.de positive Impulse für den Automobilvertrieb in Deutschland setzen.

„Die individuellen Mobilitätsbedürfnisse der Menschen in Deutschland sind so unterschiedlich wie ihre Leben. In unserer neuen Kampagne möchten wir zeigen, dass mobile.de einfachen Zugang zu den passenden Angeboten bietet“, sagt Inga Wiese, CMO von mobile.de. „Wir wollen so viele Kunden wie möglich für das Inventar des Handels gewinnen und eben nicht nur für den Autokauf, sondern auch für das Finanzierungs- und Leasinggeschäft oder zum Beispiel den Online-Kauf.“

Das Herzstück der Kampagne sind fünf kleine Geschichten verpackt in einen 25-sekündigen TV-Spot und mehrere Online-Videos, die mit einer prägnanten Frage-Antwort-Mechanik arbeiten. Den Claim „Denk mobile.de“ führt das Unternehmen dabei fort und lädt ihn mit zusätzlichen Positionierungselementen weiter auf.

Humor verbindet

Die Vielfalt der angebotenen Produkte verdeutlicht mobile.de mithilfe außergewöhnlicher Charaktere, die symbolisch für die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse stehen. Dabei setzt die Kampagne bewusst auf humorvolle Elemente, die eine emotionale Verbindung schaffen und die Botschaft leicht und unbeschwert vermitteln.

Die Kampagne wird als TVC auf allen großen Privatsendern und Online über mehrere Monate ausgespielt. Dabei investiert mobile.de in einen hohen Prime-Time-Anteil, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Die Kampagne startet am 7. Februar.



Den 25-sekündigen Spot gibt es [hier](#), die 15-sekündigen Cutdowns hier: [die größte Auswahl](#), [Leasing](#), [Online-Kauf](#), [Verkauf](#), [Mobilitätsbedürfnisse](#).

Über mobile.de

mobile.de ist Deutschlands größter Fahrzeugmarkt mit rund 1,4 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen und Motorrädern. Sowohl Privatkunden als auch mehr als 40.000 registrierte Fahrzeughändler nutzen die Plattform. Einschließlich automatischem Inseratsexport zur Schwesterplattform Kleinanzeigen bietet mobile.de Autohändlern eine Reichweite von 20 Mio. individuellen Nutzern pro Monat (Quelle: AGMA digital facts; mobile.de, Kleinanzeigen (Kategorien: Autos, Motorräder, Nutzfahrzeuge, Wohnmobile); Ø Monat April 2022 bis März 2023). Als „One-Stop-Shop“ umfasst das Angebot von mobile.de neben dem An- und Verkauf auch Finanzierungs- und Leasinglösungen. Das 1996 gegründete Unternehmen ist ebenso wie Kleinanzeigen ein Tochterunternehmen von Adevinta, einem weltweit führenden Anbieter für Online-Kleinanzeigenportale.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Christian Maas, Director Communications
Albert-Einstein-Ring 26, 14532 Kleinmachnow
Tel: 0151-68969124, E-Mail: christian.maas@adevinta.com

mobile.de GmbH, Nils Möller, Senior Manager Communications
Albert-Einstein-Ring 26, 14532 Kleinmachnow
Tel: 0152-54802957, E-Mail: nils.moeller@adevinta.com