

Pressemitteilung

„Denk nicht nur Auto. Denk mobile.de.“ Neuer Markenauftritt von Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt

Berlin/Dreilinden, 30. Juli 2018 – Mit einem prägnanten Claim startet mobile.de zum 30. Juli eine umfangreiche neue Marketingkampagne. Kernstück ist ein TV-Spot, mit dem das Unternehmen sowohl optisch als auch inhaltlich neue Wege beschreitet. Der Launch erfolgt zur besten Sendezeit auf allen zielgruppenrelevanten Sendern und ist Teil der großen mobile.de Sommer-Offensive.

„Das eigene Auto ist für Menschen unverzichtbar, um Job, Familie und Freizeit zu vereinen“, sagt Kirsten Brückner, Director Marketing & PR bei mobile.de. „Als One-Stop-Shop möchten wir es daher Jedem ermöglichen, das passende Auto für sein Leben zu finden. Und dafür haben wir uns breiter aufgestellt, als alle unsere Mitbewerber.“ Der neue Markenauftritt samt Claim spiegelt diese Haltung wider.

Umfangreiches Angebot von der Suche bis zur Finanzierung

Der Online-Fahrzeugmarkt hat kontinuierlich sein Portfolio erweitert. Neben dem größten Fahrzeugangebot in Deutschland bietet mobile.de weitere Services, wie den Fahrzeugverkauf über das klassische Inserat oder direkt an ausgewählte Händler, ein übersichtliches Händler- und Preisbewertungssystem sowie ein neues Finanzierungsangebot. Auch die immer weiter wachsende Community Motor-Talk mit redaktionellen Serviceartikeln liefert umfangreiche Informationen rund um das automobile Leben. „Mit allem was wir tun, wollen wir den Fahrzeuwechsel weiterhin substanziell vereinfachen“, sagt Kirsten Brückner.

Denk mobile.de

Denkst du groß? Denkst du klein? Denkst du will ich, oder weg damit? Jeder Mensch hat unterschiedliche Wünsche und Bedürfnisse, wenn es um das eigene Auto geht. Und für alle Bereiche bietet mobile.de das passende Angebot, verdeutlicht durch den neuen Claim „Denk nicht nur Auto, denk mobile.de“. Zentrales Element der Kampagne ist der neue mobile.de TV-Spot, der ab sofort zur besten Sendezeit auf allen großen Sendern ausgestrahlt wird. Die Verbindung von Realbildern und animierten Illustrationen erzeugen einen unverwechselbaren mobile.de-Look. Dieser wird verstärkt durch das eingängige „Denkst du“-Voice-Over. Verlängert wird der Kampagnenspot mit Onsite-Marketing, sowie umfangreichen Online-Werbemaßnahmen wie Performance-Marketing, Dialog-Maßnahmen und Social-Media-Content.

Kreation und Umsetzung

Konzeption und Umsetzung des TV-Spots stammen aus der Feder der Berliner Agentur VCCP und We are Bungalow & Bigfish Filmproduktion GmbH. Die Agentur achtung! betreut die nationale Kommunikation in den Feldern PR, Social Media und Influencer Marketing. UDG ist für Dialog-Marketing und die Umsetzung der Kampagnenseite zuständig. Performance Media betreut Digital-Strategie und Kreation sowie Paid Search und Display. Initiative Media zeigt sich für die Mediaplanung verantwortlich.

Kein Verzicht aufs eigene Auto

82 Prozent aller Autonutzer können sich ein Leben ohne eigenes Auto nicht vorstellen, so das Ergebnis einer aktuellen von mobile.de in Auftrag gegebenen forsa-Studie*. Trotz Dieseldebatte, Flugtaxen und dem stetig steigenden Carsharing-Angebot steht das Auto vor allen Dingen für Unabhängigkeit und Flexibilität.

***Umfragedesign:**

Die verwendeten Daten beruhen auf einer repräsentativen, bundesweiten Befragung unter 2.003 Internetnutzern ab 18 Jahren. Die Erhebung wurde von forsa zwischen dem 4. und 17. Juli 2018 durchgeführt. Die Gewichtung der Personenstichprobe erfolgte nach Geschlecht, Alter und Region.

Über mobile.de

mobile.de bietet mit mehr als 1,4 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 16,95 Millionen Unique User (Quelle: AGOF daily facts 2018-04). 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 2,6 Millionen registrierte Nutzer verzeichnet.

Weitere Informationen erhalten Sie:

mobile.de GmbH, Anna Horneffer, Unternehmenskommunikation,
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden,
Tel: 030 8109-7822, E-Mail: ahorneffer@team.mobile.de