

Im neuen YouTube-Kanal von Castrol werden Upselling-Gelegenheiten mit Fokus auf die Vorteile von Premium-Schmierstoffen besprochen

- *In einer landesweiten Umfrage wurde festgestellt, dass 29 Prozent der deutschen Fahrzeugbesitzer den Ölstand lieber von einem Kfz-Mechaniker prüfen lassen**
- *Der neue YouTube-Kanal bietet klare und einfache Beratung für Verbraucher, die sich einfach in die Service-Websites von Händlern und Werkstätten integrieren lassen.*
- *Die Anleitungsvideos können von Kfz-Mechanikern zwischen den regelmäßigen Werkstatt-Terminen empfohlen werden. Die Marke Castrol trägt zur Vertrauensbildung bei der Kundschaft bei.*

Castrol hat einen neuen YouTube-Kanal ins Leben gerufen, um Verbrauchern beim Auswählen des richtigen Öls für ihr Auto oder Motorrad mit klaren und einfachen Informationen zur Seite zu stehen. In dem neuen Kanal werden die Vorteile von Premium-Schmierstoffen erklärt, damit Verbraucher beim Kauf von Motorenöl fundierte Entscheidungen treffen können. Werkstätten erhalten zusätzliche Upselling-Gelegenheiten für Schmierstoffe. Der neue YouTube-Kanal von Castrol ist hier verfügbar:

<https://www.youtube.com/channel/UC6rdcahAA013kFRxcDfcnOQ/featured>

In den neuen Videos wird der Unterschied zwischen den Motorenölklassen erklärt und beschrieben, wie die jeweilige Formulierung Motoren bei unterschiedlichen Fahrsituationen schützt: Etwa bei Stop-&-Go-Verkehr, bei hoher Geschwindigkeit und bei Langstreckenfahrten zwischen Wartungsintervallen. Die Videos können einfach auf Werkstattwebsites hochladen werden. Verbraucher erhalten hier auch Informationen über Motorenöl-Additive und den Unterschied zwischen synthetischen und konventionellen Ölen.

Der neue YouTube-Kanal von Castrol folgt einer kürzlich veröffentlichten landesweiten Umfrage zu Trends bei der Fahrzeugwartung. Besonders wichtig für Werkstätten ist, dass 29 Prozent der Fahrzeugbesitzenden ihren Ölstand lieber durch einen Kfz-Mechaniker prüfen lassen, weil sie glauben, dass ein Profi diese Aufgabe besser erledigen kann.

Von denjenigen, die den Ölstand normalerweise nicht selbst prüfen, sagten 30 Prozent, dass sie den Ölstand ihres Fahrzeugmotors noch nie kontrolliert haben (weder bei ihrem derzeitigen Auto noch bei vorhergehenden Fahrzeugen), und 14 Prozent wussten nicht, wie man bei ihrem derzeitigen Fahrzeug den Ölstand prüft. 22 Prozent aller Befragten sagten, dass sie weder bei ihrem derzeitigen noch bei ihren vorhergehenden Autos je Motorenöl nachgefüllt haben.

Castrol empfiehlt, den Ölstand jeden Monat zu kontrollieren, aber in der Untersuchung sagten 69 Prozent der Fahrzeugbesitzenden, dass ihr Ölstand seltener geprüft wird. 24 Prozent der Befragten prüfen das Motorenöl erst, wenn eine Warnleuchte angeht. Nur 11 Prozent aller Befragten waren sich bewusst, dass zu diesem Zeitpunkt schon Schäden am Motor entstehen können.

Castrol schätzt, dass 21 Prozent der Fahrzeuge auf europäischen Straßen einen zu niedrigen Ölstand haben. Bei 8 Prozent besteht unmittelbare Gefahr von Schäden, weil der Ölstand am Minimum oder darunter liegt.**

Shailendra Gupte, Marketing Director EMEA bei Castrol, sagt dazu: „Unser neuer YouTube-Kanal soll deutsche Fahrende über die Vorteile von Premium-Schmierstoffen informieren, um den Motor ihres Fahrzeugs besser zu schützen. Daraus ergibt sich für Werkstätten die Gelegenheit, Premium-Produkte an Fahrende zu verkaufen, die für Routine-Untersuchungen und Wartungsarbeiten in die Werkstatt kommen und ansonsten eine kostengünstige Alternative gewählt hätten.“

„Unsere neuen Videos lassen sich leicht in die Service-Seiten der Website von Händlern oder Werkstätten integrieren und informieren die Kundschaft über Premium-Schmierstoffe bereits zum Buchungszeitpunkt. Diese einladenden Videos bieten eine leichte und schrittweise Anleitung für die grundlegende Fahrzeugwartung. Kfz-Mechaniker können sie empfehlen, um das Fahrzeug auch zwischen technischen Untersuchungen und Wartungsterminen optimal zu unterstützen, was das Vertrauen in die Marke Castrol stärkt***.“

Hinweise für die Redaktion

* OnePoll-Studie – durchgeführt bei 1.000 Autobesitzern in Deutschland

** Analyse von 1.885 Fahrzeugen in Deutschland, Italien, Spanien, Polen und Rumänien

*** 64 Prozent der Kraftfahrer meinten, dass sie beim Kauf von Schmierstoffen die Marke Castrol „ausschließlich in Betracht ziehen“ oder „ernsthaft in Betracht ziehen“ (Kantar Millward Brown 2017)

Über Castrol

Als eine der weltweit führenden Schmierstoffmarken kann Castrol auf eine lange Tradition der Innovation und Unterstützung von Pionieren zurückblicken. Dank unserer Leidenschaft für Höchstleistung und einer schon immer stark auf Kooperation und Partnerschaft ausgerichteten Philosophie konnte Castrol Schmierstoffe und Fette entwickeln, die seit mehr als 100 Jahren die Speerspitze technologischer Meisterleistungen an Land, auf dem Wasser, in der Luft und im Weltraum darstellen.

In der [neuen Nachhaltigkeitsstrategie](#) von Castrol sind Ziele für 2030 festgelegt, die zu einer Senkung der CO₂-Emissionen, Abfallreduzierung und verbesserten Lebensqualität beitragen. Castrol ist Teil von bp und bietet Produkte und Dienstleistungen für Kunden und Verbraucher in den Branchen Automobil, Marine, Industrie und Energie. Unsere Markenprodukte stehen weltweit für Innovation, Technologieführerschaft, Leistungsstärke und ein kompromissloses Bekenntnis zur Qualität.

Weitere Informationen über Castrol erhalten Sie auf www.castrol.de oder per E-Mail unter bppress@bp.com.



PR-Kontakt:

Amelie Nipken-Sturm
PR Managerin
Brand Pier GmbH
Zirkusweg 2, Astraturm 7. Stock
20359 Hamburg
E-Mail: amelie.sturm@brand-pier.com
Internet: www.brand-pier.com