

AutoScout24 kehrt mit neuer Kampagne auf die TV-Bildschirme zurück Crossmediale Kampagne stellt Marke in den Fokus / TV-Spot zeigt, wie einfach sich ein neues oder gebrauchtes Auto über den Online-Automarkt kaufen lässt – inklusive Inzahlungnahme des alten Fahrzeugs

Grünwald, 14. September 2023. Der europaweit größte Online-Automarkt kehrt auf die TV-Bildschirme zurück. Im Rahmen einer groß angelegten crossmedialen Kampagne unter dem Slogan „Alles richtig gemacht“ positioniert sich AutoScout24 einmal mehr als verlässlicher Partner für den An- und Verkauf von Fahrzeugen im Internet. Flankiert wird die TV-Präsenz von umfangreichen Aktivitäten Online, auf Social Media, auf den eigenen Kommunikationskanälen sowie in ausgewählten Print-Titeln.

Der Startschuss der Kampagne im einstelligen Millionen-Euro-Bereich erfolgt am 15. September auf YouTube, Meta sowie auf reichweitenstarken TV-Sendern. In einer 20- und einer 15-sekündigen Variante wird der TV-Spot unter anderem bei ProSieben, Sat.1, Vox, Kabel Eins, RTL und RTL2, in zielgruppenaffinen Spartensendern sowie in der ARD und im Connected TV zu sehen sein. Die Kampagne bildet den Auftakt für weitere Marketingaktivitäten.

„Unsere neue Kampagne zahlt voll auf die Marke AutoScout24 ein. Für die meisten Menschen ist der Kauf eines neuen oder gebrauchten Autos eine emotionale Angelegenheit, die aber mit Unsicherheiten verbunden sein kann. AutoScout24 bietet Sicherheit und Transparenz und macht alle Entscheidungen rund um den Autokauf so einfach wie möglich. Genau das vermittelt unser neuer TV-Spot“, sagt Justin Re, Chief Product Officer bei AutoScout24.

AutoScout24 „Signature Move“ Nicken zeigt: „Alles richtig gemacht“

Die Kampagne richtet sich an eine Kernzielgruppe zwischen 25 und 55 Jahren und stellt die Marke AutoScout24 in den Fokus. Sie verdeutlicht, wie einfach und sicher sich auf dem Online-Automarkt ein neues oder gebrauchtes Auto kaufen lässt. Zentrales visuelles Element des Spots ist das zufriedene Nicken der Protagonistinnen und Protagonisten in ihren frisch erworbenen Autos. Ob eine Gruppe junger Leute, drei „Golden Girls“ oder eine Käuferin, die beim Händler ihres Vertrauens in ihr neues Auto steigt: Alle sind bei AutoScout24 fündig geworden und fahren glücklich und zufrieden nickend – mit dem sicheren Gefühl und ganz nach dem Claim „Alles richtig gemacht“. In einer Szene ist dabei auch ein realer AutoScout24-Händler zu sehen. „Unser Geschäft basiert auf der partnerschaftlichen und vertrauensvollen Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern. Es war uns daher ein großes Anliegen, das auch in unserem Spot zu transportieren“, so Justin Re.

Via Inzahlungnahme bequem in einem Schritt kaufen und verkaufen

Ebenso gibt der Spot einen Vorgeschmack auf die neue Funktion „Inzahlungnahme“. Damit ist der Prozess gemeint, bei dem das alte Fahrzeug an den Autohändler verkauft und der Erlös als Teilzahlung für den Kauf eines neuen Autos verwendet wird. Eine Preisempfehlung gibt dabei hilfreiche Orientierung, um den Restwert des Fahrzeugs besser einschätzen zu können. Kauf und Verkauf können dann ganz einfach in einem Schritt abgewickelt werden. Mit der AutoScout24 Inzahlungnahme müssen sich Käuferinnen und Käufer also nicht selbst um den Verkauf kümmern und bleiben durch den direkten Autotausch durchgehend mobil.

Link zur Kampagne: <https://youtu.be/xqVJUzepkt8>

Weitere Informationen zur Inzahlungnahme: <https://www.autoscout24.de/inzahlungnahme/>



Auto Scout24

Medieninformation

Die Kampagne auf einen Blick

| | |
|-----------------|---|
| Zeitraum: | 15. September bis 19. Oktober 2023 |
| Kernzielgruppe: | 25 bis 55 Jahre |
| Kreatividee: | Inhouse-Adaption nach einer Idee von Serviceplan Berlin/Umsetzung durch CeeStudio |
| Mediaagentur: | Mindshare, Frankfurt |

Über AutoScout24

AutoScout24 ist mit rund 2 Mio. Fahrzeug-Inseraten, rund 30 Mio. Usern pro Monat und mehr als 43.000 Händlerpartnern europaweit der größte Online-Automarkt. Neben Deutschland ist die AutoScout24 Group auch in den europäischen Kernmärkten Belgien, Luxemburg, Niederlande, Italien, Frankreich, Österreich, Norwegen, Dänemark, Polen und Schweden vertreten. Als umfassender Marktplatz für Mobilität investiert AutoScout24 gezielt in die Wachstumsfelder Leasing, Auto-Abo, Elektromobilität und Online-Autokauf. Mit AutoScout24 smyle ermöglicht der Marktplatz seinen Nutzerinnen und Nutzern den vollständigen Online-Kauf von Fahrzeugen – kostenlos und ready-to-drive direkt vor die Haustür geliefert. Seit 2020 ist auch der Leasing-Spezialist LeasingMarkt.de und seit 2022 die B2B-Auktionsplattform AUTOproff Teil der AutoScout24 Gruppe. Zusammen treiben die Marktplätze die Digitalisierung des europäischen Autohandels maßgeblich voran.

Weitere Informationen finden Sie unter www.autoscout24.de

Julia Dreßen

Public Relations

Fon +49 89 444 56-1185

presse@autoscout24.de