

Pressemitteilung

Große Marketingkampagne: heycar investiert in weitere Steigerung der Markenbekanntheit

Berlin, 18.09.2020 - heycar hat zum September seine große Herbstkampagne gelauncht. Die Gebrauchtwagenplattform investiert damit weiter konsequent in den Ausbau der Marke und die Kommunikation seines USP. Basierend auf dem Kunden-Insight, der Gebrauchtwagenkauf würde viele Interessenten verunsichern, nimmt die neue Kampagne durch die Positionierung des Qualitätsanspruchs von heycar - hochwertige Gebrauchte nur mit Garantie vom Händler - diese Unsicherheit. Im Fokus steht das Versprechen der Plattform 'Bei heycar ist jeder ein Gewinner'. Dies wird mit liebevoll gestalteten Reminiszenzen an Gameshows transportiert. In den Spielen ist heycar immer die richtige Antwort und die Kandidaten gewinnen immer einen Gebrauchten von heycar. Die crossmediale Kampagne läuft seit dem 7. September mit hohem Werbedruck. Fokus sind drei TV-Spots, die durch Radio und Online-Maßnahmen unterstützt werden.



Große Herbstkampagne von heycar: Ausbau der Markenbekanntheit



"Ziel unserer neuen Kampagne ist klar die weitere Steigerung der Markenbekanntheit. So wollen wir weiter wachsen und neue Kunden ansprechen. Kern der Kampagne bildet unser Alleinstellungsmerkmal im Markt: den Kauf eines Gebrauchtwagens ohne jegliches Risiko," erklärt Nicolas Köhn, Chief Consumer and Marketing Officer (CCMO) bei heycar Deutschland. "Durch die groß angelegte Kommunikation unseres Qualitätsversprechens stellen wir hochwertige Gebrauchtwagen vom Händler auf unserer Plattform in den Mittelpunkt. Dieses Versprechen wird durch unsere Partner im Handel eingelöst, gleichzeitig profitieren sie natürlich auch durch steigendes Kundeninteresse, das wir mit unserer Kampagne kreieren wollen."

Das Konzept: Eine Gameshow, in der jeder gewinnt

Transportiert wird das Qualitätsversprechen in Spots mit Gameshow-Formaten. Dieser Ansatz bietet heycar die Möglichkeit die Kampagne modular aufzubauen und zu erweitern. Entwickelt wurde das Konzept von der bekannten Kreativagentur Kolle Rebbe. Der Twist bei den Shows: heycar ist immer die richtige Antwort und alle gewinnen - in den verschiedenen Spots, wie auch bei der Suche nach einem hochwertigen Gebrauchtwagen. Daher entschied sich das Start-up auch dazu, das Konzept in liebevoll gestalteten Reminiszenzen an legendäre Gameshows umzusetzen.

"Das Gameshow-Format gibt uns die Möglichkeit, den Kunden-Insight optimal zu transportieren und das auf einer gleichermaßen emotionalen wie rationalen Ebene," erklärt Claus-Peter Heinrich, Head of Brand Marketing bei heycar. "Trotz ihrer anfänglichen Unsicherheit liegen die Kandidaten in den Spielen mit heycar immer richtig und so ist es auch bei der Suche nach hochwertigen Gebrauchten. Durch unsere Qualitätskriterien und die Garantie liegen unsere Nutzer auch immer richtig. Dieses Rundum-Sorglos-Versprechen setzen wir, wie gewohnt mit einem Augenzwinkern und in starken Bildern um." Durch die sorgfältig ausgestaltete Kulisse gelingt es dies auch visuell umzusetzen.

Dreh mit Experten aus Film und Fernsehen

Für die Umsetzung des Konzeptes hat heycar ein Top-Team gewonnen: Als Gameshow-Host ist Christian Ahlers zu sehen. Sein schauspielerisches Talent kennt das deutschsprachige Publikum unter anderem aus 'Der Baader Meinhof



Komplex'. Mit ihm als Host werden die Spots für die Zielgruppe glaubhaft und unterhaltsam. Regie führte Joakim Reveman ("Der Wind"), der bereits mit 25 Jahren seinen ersten Goldenen Löwen in Cannes für seine Kampagne für Ärzte ohne Grenzen erhielt. Auch mit Kameramann Kolja Brandt konnte heycar einen renommierten Experten für sein Team gewinnen. Brandt gewann unter anderem den Preis der deutschen Filmkritik sowie den Deutschen Filmpreis für die Beste Kamera

Große crossmediale Herbstkampagne zur Steigerung der Markenbekanntheit

Die drei TV-Spots sind in eine crossmediale Kampagne mit hohem Werbedruck eingebettet: Der Fokus liegt auf TV. Flankiert wird das unter anderem durch Online-Formate, Radiowerbung und Spotify-Ads. "So erreichen wir optimale Abdeckung aller Kanäle. Für die Bildung unserer Brand ist nach wie vor TV der Fokuskanal, um große Reichweiten zu generieren, unterstützt mit weiteren Formaten, wie z.B. Radio und Online. Auf diese Weise können wir konsequent den Ausbau unserer Marke und letztendlich unser Wachstum vorantreiben", sagt Claus-Peter Heinrich.

heycar ist vor fast drei Jahren an den Start gegangen und wurde 2019 von DCMN als eine der am stärksten wachsenden Digitalmarken gekürt^[1]. Die Markenbekanntheit des Startups steigt ebenfalls weiterhin^[2]. "Das zeigt uns, dass wir den richtigen Weg gehen und diesen werden wir konsequent weiterverfolgen. Unsere Herbstkampagne ist für uns ein weiterer Schritt in diese Richtung," schließt Köhn.

Hier geht es zu den Spots:

Spot 1: Preisfrage:

https://www.youtube.com/watch?v=VjkvHpEYgsM

Spot 2: Rucki Zucki

https://www.youtube.com/watch?v=DJDW5ksiLJ4

Spot 3: Lucky Letter

https://www.youtube.com/watch?v=X0FdVg-Opk8



[1] https://www.linkedin.com/posts/dcmn_and-the-goes-to-tiktok-dcmns-digital-activity-6598516742740414464-pR7s

[2] https://www.linkedin.com/posts/dcmn_automotive-brand-cars-activity-6701099028093911040-VF9e

Über heycar

heycar ist die neue, benutzerfreundliche Online-Plattform für geprüfte Gebrauchtwagen aller Klassen und bekannten Marken. Kaufinteressierte finden hier ausschließlich Gebrauchtwagen, die höchstens acht Jahre alt sind und maximal 150.000 km Laufleistung aufweisen. Auf der Plattform hilft ein klares, einfaches und umfangreiches Filtersystem den Nutzern dabei, genau den Gebrauchten zu finden, der wirklich passt. Derzeit bietet heycar rund 400.000 gelistete Fahrzeuge von ca. 2.000 Händlergruppen an rund 4.000 Standorten an. heycar arbeitet ausschließlich mit geprüften Händlern zusammen, die definierten Qualitätskriterien entsprechen. Das Startup mit Sitz in Berlin wurde 2017 gegründet, CEO von heycar Deutschland ist Dr. Reinhard Schmidt. Mehr Informationen auf www.heycar.de

Pressekontakt

heycar: Pressekontakt Carsten Riedel Müllerstraße 153 13353 Berlin + 49 160 8421035

carsten.riedel@hey.car

Ketchum Rashid Mlis Blumenstraße 28 80331 München + 49 160 7197908

rashid.mlis@emanatepr.com