

Pressemitteilung

Große Herbstkampagne: heycar produziert Gameshow und alle gewinnen

Berlin, den 8. September 2020 – ‚Wer zu uns kommt, ist immer ein Gewinner‘ so Nicolas Köhn, CMO bei heycar. Die neue Kampagne des Startups stellt genau das in den Mittelpunkt und transportiert diese Botschaft im Rahmen einer unterhaltsamen Gameshow. In verschiedenen Varianten können die Kandidaten nicht verlieren, denn heycar ist immer die richtige Antwort! Damit greift die von Kolle Rebbe entwickelte Kampagne einen zentralen Consumer-Insight aus dem Gebrauchtwagenkauf auf: Der Kaufprozess birgt für die Käufer viele Unsicherheiten. Wer aber auf heycar.de sein Fahrzeug sucht, muss dieses Risiko nicht fürchten, da nur Gebrauchtwagen von geprüften Händlern angeboten werden, die strengen Auswahlkriterien gerecht werden und zusätzlich über eine Garantie verfügen. Dadurch spricht der Ansatz die Zielgruppe sowohl emotional als auch rational mit einer klaren Botschaft an. Die 360-Grad-Kampagne hat ihren Fokus auf TV und startet mit hohem Werbedruck ab dem 7. September.



Neue Marketingkampagne von heycar: wenn jeder ein Gewinner ist

„Neben der Steigerung unserer Markenbekanntheit wollen wir mit unserer neuen Kampagne ganz klar das Alleinstellungsmerkmal von hey car im Markt kommunizieren: den Kauf eines Gebrauchtwagens ohne jegliches Risiko.“ erklärt Nicolas Köhn, Chief Consumer and Marketing Officer (CCMO) bei hey car. „Mit dem Gameshow-Konzept schaffen wir es nicht nur Aufmerksamkeitsstärke und USP-Kommunikation zu vereinen, sondern haben auch eine modulare Plattform, durch die wir neue Storylines und Formate unter einem Kampagnen-Dach vereinen können.“

Der Twist bei den Shows: hey car 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 Startup auch dazu, das Konzept von Kollo Rebbel 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 hey car. „Trotz ihrer anfänglichen Unsicherheit liegen die Kandidaten in der Gameshow mit hey car immer richtig und so ist es auch bei der Suche nach hochwertigen Gebrauchtwagen. 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.“

Umsetzung mit Experten aus Film und Fernsehen

Für die Umsetzung des Konzeptes hat hey car 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 wird die Gameshow 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 hey car einen renommierten Experten für sein Team gewinnen. Brandt gewann unter anderem den Preis der deutschen Filmkritik sowie den Deutschen Filmpreis für die Beste Kamera.

Durch die liebevoll ausgestaltete Kulisse gelingt es dem Bühnenbild eine Feel-Good-Atmosphäre zu schaffen. Damit löst es visuell das Feel-Good-Versprechen

ein, das hey car seinen Kunden macht. Awareness für die Marke schafft das eindeutige Branding. Entstanden sind so insgesamt drei TV-Spots, die als 25-, 15- und 10-Sekünder den Mittelpunkt der großangelegten Herbstkampagne bilden und die Value Proposition mit verschiedenen Gameshow-Formaten transportieren.

360-Grad-Ansatz und Gewinnspiel-Logik bilden den Kern der Kampagne

Die TV-Flights 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“, sagt Claus-Peter Heinrich. „Abgesehen vom Hauskauf gehört die Anschaffung eines neuen Autos zu den schwierigsten Kaufentscheidungen, die man im Leben trifft. Genau hier greift die Marke den Autofahrern mit einem klaren, starken Markenversprechen unter die Arme,“ erklärt Fabian Rößler, Creative Director bei Kolle Rebbe. Mit diesem Kreativkonzept ist es uns gelungen, das glaubhaft und gleichzeitig mit dem für hey car typischen Augenzwinkern zu transportieren,“ schließt Heinrich.

Wie in der Gameshow wird es bei hey car auch tatsächlich attraktive Preise im Rahmen der Kampagne zu gewinnen geben: als Hauptpreise winken ein Mercedes-Benz CLA Coupe und eine Mercedes-Benz B-Klasse als Sachpreise sowie ein VW Passat Variant GTE Plugin-Hybrid als Leasingwagen für zwei Jahre.

Über den Spot:

Kunde: Nicolas Köhn, Claus-Peter Heinrich, Carsten Riedel – hey car

Kreation: Till Monshauen (Leitung), Fabian Rößler, Martin Strobel – Kolle Rebbe

Beratung: Jan Vierig (Leitung), André Tiedemann, Nina Fortnagel – Kolle Rebbe

Producing/FFF: Christopher Tychsen, Jan-Ole Brendel – Kolle Rebbe

Produktion: Joakim Reveman (Regie), Gesche Carstens & Hélène Mohrbutter (Producing) – Akkurat Studios

Mediaplanung: Lisa Benndorf, Sophia Wolf, Kristina Worms – Crossmedia

PR/Kommunikation: Rashid Elshahed, Rashid Mlis – Ketchum



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>

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 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