

## Pressemitteilung

Neue TV-Kampagne:

heycar Deutschland und TryNoAgency sagen bye zum unsicheren Autokauf

**Berlin, den 27. Juni 2022** – Plötzlich fliegt das Oberhemd des Autokäufers weg, nachdem der Schlüssel übergeben wurde und im Neuwagen der jungen Familie nimmt ein riesiger Kuschelbär jeglichen Platz ein. Die neue TV-Kampagne von heycar Deutschland spielt mit Motiven der Sprichwörter "das letzte Hemd geben" und "jemandem einen Bären aufbinden". Damit wird auf Klischees angespielt, die in vielen Köpfen noch vorherrschen, wenn es um den Erwerb eines neuen Autos geht: Mit Intransparenz und Desinformation werden Autokäufer getäuscht und der Autohandel zum unfairen Geschäft. Aufgelöst werden die humorvoll in Szene gesetzten Stereotypen in den Spots mit der entsprechenden Nachricht: "Bye" zu solchen Tücken beim Autokauf und "hey" sorgenfreies Genießen des neuen Wagens mit heycar. Diese Message wird zum Start in jeweils vier 10-Sekündern und vier 15-Sekündern transportiert, die ab dem 27. Juni 2022 unter anderem auf DMAX, Eurosport, MTV, Sky, Tele 5 und TNT zu sehen sein werden. Weitere reichweitenstarke Sender werden in den nächsten Monaten folgen.

"Uns war es es wichtig, mit den Spots auf das hinzuweisen, wofür heycar steht – unser Fokus liegt auf den Bedürfnissen unserer Kund:innen. Sie können darauf vertrauen, dass sie bei heycar einfach und transparent qualitativ hochwertige Autos finden und kaufen können. Wir stehen ihnen dabei zur Seite. Mit der Kampagne visualisieren wir unser Markenversprechen mit dem gewohnten heycar-Humor und laden dazu ein, es selbst



auszuprobieren", erklärt Claus-Peter Heinrich, Head of Brand and Brand Experience bei heycaar Deutschland.

Die Idee zu den Spots wurde gemeinsam mit heycaars neuer Lead-Agentur TryNoAgency entwickelt, mit der das Unternehmen seit Anfang des Jahres zusammenarbeitet. Wichtiger Konzeptionspunkt war dabei der Ansatz der Modularität: Die einzelnen Komponenten – die jeweilige Story, der Link zur Website, das Aufzeigen verschiedener Value Propositions und der Abbinder – sind flexibel miteinander kombinierbar. Die granulare Gestaltung der Spots macht sie aber nicht beliebig, denn die Stärke der gewählten Motive, der Humor und die Musik bleiben in Erinnerung.

Claus-Peter Heinrich dazu: "Dass wir die Elemente der Spots neu miteinander verbinden und insbesondere die gezeigten Value Propositions und USPs austauschen und so neu gewichten können, ermöglicht uns schnell, effizient und ressourcenschonend Spots neu zusammenzustellen, etwa nach der Resonanz des Publikums. Wir können so testen, welche Markenversprechen und Argumente für heycaar am besten aufgenommen werden und auf Wear-out-Effekte reagieren. Während die Kampagne läuft, werden wir aufgrund der KPIs, die wir festgelegt haben, die Spots kontinuierlich beobachten und optimieren."

Die Spot-Platzierungen im TV werden flankiert von Social Media-Aktivitäten auf den Kanälen Facebook und Instagram, auf denen die Kampagne organisch wie auch durch Paid-Maßnahmen ihren Niederschlag finden wird. Einbezogen in die Maßnahmen der Kampagne wird auch der YouTube-Kanal von heycaar.

Die neuen Spots von heycaar Deutschland sind auf dem [YouTube-Kanal](#) des Unternehmens zu sehen.

## **Über heycaar Deutschland**

heycaar ist die Online-Plattform für den unkomplizierten und sorgenfreien Autokauf - egal ob beim Händler oder bequem von zu Hause. Bei heycaar gibt es ausschließlich hochwertige



Gebraucht-, Jahres- und Neuwagen: alle geprüft, mit Garantie und von zertifizierten Händlern oder direkt vom Hersteller. Derzeit bieten wir rund 300.000 gelistete Autos von ca. 2.000 Händlergruppen an rund 4.000 Standorten an. Neben Top-Fahrzeugen finden Nutzer\*innen auf heycaar auch exklusive Angebote aus den Bereichen Finanzierung, Leasing, Versicherungen oder für die Fahrzeugnutzung. Das Startup mit Sitz in Berlin wurde 2017 gegründet, CEO von heycaar Deutschland ist Dr. Reinhard Schmidt. Gesellschafter und Partner der heycaar Group sind Volkswagen Financial Services AG, Volkswagen AG, Mercedes-Benz Mobility AG, Allianz SE sowie Renault Group und Mobilize Financial Services.

Mehr Informationen auf [www.heycaar.de](http://www.heycaar.de)

## Pressekontakt

heycaar Deutschland  
Beatrice Herrmann  
Müllerstraße 153  
13353 Berlin

+49 151 12979444  
[beatrice.herrmann@hey.car](mailto:beatrice.herrmann@hey.car)

Presseteam heycaar  
PIABO PR  
Susann Hagenau / Katarina Horst

+49 152 0920 7975  
[heycaar@piab.net](mailto:heycaar@piab.net)