

Pressemitteilung

Sauna, Waschbär und wackelnde Wände - heycar bewirbt neue Angebote über skurrile Situationen

- Neue TV-Kampagne im August und September
- Regie führte Lars Timmermann
- Filme stellen neue Angebote der Plattform in den Mittelpunkt

Berlin, den 11. August 2021 – Die innere Ruhe bewahren, egal wie stressig die Situation ist - damit spielt heycar Deutschland in seiner neuen Herbstkampagne. Startschuss für die cross-mediale Kampagne ist im August 2021. Bis Anfang Oktober werden die Spots mit hohem Werbedruck im TV zu sehen sein und durch digitale Werbeformate ergänzt. Mit den Spots bewirbt heycar neben seinem bisherigen Kerngeschäft mit hochqualitativen Gebrauchtwagen auch sein wachsendes Angebot im Bereich Online-Kauf und Aktionsgeschäft. Passend zum ausgeweiteten Angebot stellt heycar mit der Kampagne auch seinen neuen Claim vor: Aus „Gebrauchtwagen mit Garantie“ wird „Top-Fahrzeuge mit Garantie“. Ihr Markenversprechen, ausschließlich geprüfte Fahrzeuge mit Garantie anzubieten, weitet die Plattform damit auf Neu- und Jahreswagen sowie auf Abo-Fahrzeuge aus. Daher ist die Kernbotschaft der Spots: Egal, für welche Art des Fahrzeugkaufs sich Kund*innen entscheiden - über heycar findet jeder sein Traumauto völlig sicher und stressfrei. Dafür sorgen hohe Qualitätsstandards und eine Garantie auf jedes Fahrzeug. Die neuen TV-Spots der Plattform zeigen daher, wie die Akteure auch in unangenehmen Situationen tiefenentspannt bleiben. Sie haben gerade ihr neues Fahrzeug bei heycar gekauft - mit dem Hochgefühl, sorgenfrei das richtige Auto gefunden zu haben, kann sie nichts mehr aus der Ruhe bringen.

„Wir wissen, dass die Suche nach dem passenden Auto den letzten Nerv kosten kann. Mit heycar wollen wir genau das ändern und unseren Kund*innen nicht nur diesen Stress nehmen, sondern ihnen die nötige Sicherheit geben - dank ausgewählter und umfassend geprüfter Qualitätsfahrzeuge mit standardmäßiger Garantie“, erklärt Zoltan Maklary, Director Marketing bei heycar Deutschland. „Wir stellen in unserer Kampagne das Gefühl völliger innerer Ausgeglichenheit in den Mittelpunkt: Das Gefühl, das sich einstellt, wenn man sorgenfrei und sicher zum Traumauto gefunden hat“.



Pointierte und herausstechende Filme zeigen das Markenversprechen von heycaar

Dafür inszeniert die Plattform Geschichten mit besonders zufriedenen Protagonisten. In drei Filmen werden die Akteure mit Situationen konfrontiert, die sie eigentlich stressen müssten: Anna begegnet ihren Schwiegereltern in der Sauna, Peter kann durch wackelnde Wände nur erahnen, was seine Tochter und ihr Freund oben im Zimmer machen, und in Felix' Küche haben sich gerade sprechende Waschbären eingenistet. Trotz dieser Situationen bleiben alle tiefenentspannt und lassen sich nicht aus der Ruhe bringen. „Wir zeigen hier einfache Settings, die schnell verstanden werden. Alles ist eigentlich normal, doch ein Detail verändert die Umstände: ob es das unerwartete Treffen der Schwiegereltern oder ein sprechender Waschbär ist. So werden die Situationen leicht unangenehm, bleiben aber immer liebe- und humorvoll“, sagt Claus-Peter Heinrich, Head of Brand Marketing and Brand Experience. „Wir kreieren so disruptive Aha-Momente im Werbeblock. Wie immer stellen wir unser Markenversprechen mit dem von heycaar gewohnten Augenzwinkern in den Mittelpunkt.“

Für die Umsetzung der Filme hat sich heycaar prominente Unterstützung geholt: Regie führte Lars Timmermann, der in der Vergangenheit unter anderem bereits Musikvideos für die Rapper Cro und die Fantastischen Vier, sowie Werbespots für Mercedes, Audi und Kaufland gedreht hat. Die drei Filme stellen jeweils einen Teil des wachsenden Angebots von heycaar Deutschland in den Mittelpunkt: Bereits seit letztem Jahr können Kund*innen bei heycaar nicht nur Fahrzeuge bei ausgewählten Händlern, sondern auch direkt über die Plattform kaufen. Zudem gibt es regelmäßige gemeinsame Aktionen mit den Herstellern verschiedener Marken, mit besonderen Zusatzangeboten und Preisnachlässen. Auch in den Spots findet jeder seine innere Gelassenheit auf unterschiedliche Weise: Peter hat den Wagen über einen an die Plattform angebotenen Händler gefunden, Felix einen großartigen Deal gemacht und Anna ihren Wagen komplett online gekauft - alles über heycaar.de.

Die Kampagne startet am 11. August und ist für 2 Monate geplant.

Über den Spot:

Kunde: Zoltan Maklary, Claus-Peter Heinrich, Carsten Riedel - heycaar
Kreation: Till Monshausen, Patricia Tautz, Luca Thaesler - Kolle Rebbe
Director: Lars Timmermann
Produktion: Pierre Castillo Bernad, Steffen Römer - e+p Films
Mediaplanung: Dominik Etscheit, Kristina Worms, Alexander Barth - Crossmedia

Hier geht es zu den Spots:

Spot „Sauna“: <https://www.youtube.com/watch?v=UsQp9cOtoVI>

Spot „Erdbeben“: <https://www.youtube.com/watch?v=DzpB6lvVdFY>

Spot „Waschbär“: <https://www.youtube.com/watch?v=JW-n98INCnM>



Neue Kampagne von heycar: innerer Frieden durch den sorglosen Gebrauchtwagenkauf

Über heycar

heycar ist die Online-Plattform für den unkomplizierten und sorgenfreien Autokauf - egal ob beim Händler oder bequem von zu Hause. Bei heycar 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 heycar auch exklusive Angebote aus den Bereichen Finanzierung, Leasing und Auto Abo oder für die Fahrzeugnutzung. Im Mai 2021 wurde heycar in einer Kundenbefragung des Verbraucherportals chip.de zum Testsieger für die beste digitale Servicequalität gewählt. 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 Deutschland
Beatrice Herrmann
Müllerstraße 153
13353 Berlin

+49 151 12979444
beatrice.herrmann@hey.car

Ketchum
Rashid Mlis
Blumenstraße 28
80331 München

+ 49 160 5042 577
rashid.mlis@emanatepr.com