

## PRESSEINFORMATION

### heycar Deutschland setzt auf interaktives Voice Advertising

Die Online-Plattform für Gebrauchtwagen mit Garantie nutzt die spielerische Kundenansprache via Smart Speaker zum innovativen Zielgruppendialog

**Hamburg, 04.02.2021**

Seit 2017 mischt das Berliner Unternehmen heycar den Online-Gebrauchtwagenmarkt auf und setzt seit Beginn auf eine aufmerksamkeitsstarke Kommunikation, um seine Zielgruppe zu erreichen. Dabei geht heycar bewusst immer wieder neue Wege im Marketing. Interaktives Voice Advertising über Smart Speaker passte daher ideal in die crossmediale Werbekampagne Ende 2020. Der Audiovermarkter RMS kreierte gemeinsam mit den Agenturen Wake Word und Crossmedia die Voice Enabled Dialogue-Kampagne als interaktives Gewinnspiel-Quiz – mit der Chance auf eines von drei Traumautos.

Der maßgeschneiderte heycar Quiz-Skill wurde mittels einer Online Audio-Kampagne vier Wochen lang beworben, die Pre- und In-Stream Audio Ads sprachen gezielt auto-affine Männer zwischen 30 und 59 Jahren an. Smart Speaker-Hörern wurde im Audiostream der Spot von heycar ausgespielt, der auf das weiterführende Quiz hinwies. So wurde die Zielgruppe spielerisch aktiviert und ihre Neugier geweckt. Per Sprachsteuerung nahm sie über den heycar Skill am Auto-Sound-Quiz teil. Hier bot das Voice Enabled Quiz kreatives Infotainment, das für hohe Interaktion und Engagement in der Zielgruppe sorgte. Die Abrufzahlen belegen, dass die User des Skills sich intensiv mit dem Quiz beschäftigt haben. Darüber hinaus war die „Listen Through Rate“ des Spots überdurchschnittlich – ein Beleg dafür, wie gut das Kampagnenkonzept aus aktivierendem Audiospot und Skill funktioniert.

**Carsten Riedel**, Teamlead Brand and Communications bei heycar: „Wir probieren im Marketing gerne vielversprechende neue Formate aus. Das passt zu uns als Marke, die gerne neue Wege geht. Gleichzeitig passt interaktives Smart Speaker Advertising auch prima zu unserer Tech-affinen Zielgruppe. Und das Quiz fügte sich ideal in unsere Gameshow-Kampagne ein: Bei heycar ist jeder ein Gewinner.“

**Sabine Schmitz**, Unit Direktorin Crossmedia Düsseldorf, dazu: „Die Voice Advertising Kampagne bei RMS war innovativster Bestandteil der groß angelegten Online Audio Herbstkampagne, mit der wir die Awareness der Zielgruppe über diesen stark wachsenden Kanal pushen wollten. Die Kampagnenbilanz zeigt, dass mit den interaktiven Dialogmöglichkeiten gerade ein spannender neuer Weg entsteht, innerhalb affiner Zielgruppen ein positives Markenerlebnis mit der Brand heycar zu schaffen. Die Ergebnisse zeigen vielversprechendes Potential.“

**Pressekontakt**

RMS Radio Marketing  
Service GmbH & Co. KG

Kirsten Schade  
Unternehmenskommunikation  
Pressesprecherin

T. 040. 23890-153  
M. 0175. 9346079  
schade@rms.de

**Sven Rühlicke**, CEO Wake Word, ergänzt: „Mit dem Gamification-Ansatz „Autosound-Quiz“ und der Integration von Audiocontent wurde eine Voice-App konsequent aus Nutzerperspektive mit Markenerlebnis entwickelt. Ein perfektes Beispiel wie Voice auch als Marketingtool zum Einsatz kommen sollte. Das bestätigen auch die Nutzerzahlen.“

Seite  
2/2

**Marianne Bullwinkel**, Sprecherin der Geschäftsführung von RMS, ist sich sicher: „Voice Advertising eröffnet völlig neue Dimensionen der Zielgruppeninteraktion und ist aus dem Portfolio moderner Markenkommunikation nicht mehr weg zu denken. Durch die Sprache – die natürlichste Form der Kommunikation – ergeben sich bei Voice Enabled Kampagnen hohe Engagement Raten. User begeistert in erster Linie der Komfort, Dinge mit Voice zu bedienen. Mit Voice Advertising wird Audio zu einem hundertprozentigen digitalen Medium. Durch den Rückkanal kann Audio den direkten Erfolg einer Kampagne messbar machen, z.B. den online Abverkauf oder die Leadgenerierung.“