



Die Telekommunikationsmarke O2 hat sich die Website "Autos brauchen Liebe" eingerichtet. Dahinter verbirgt sich der Versuch, mit einer Webserie das Produkt Car Connection zu bewerben.

© Foto:O2

#O2 #Bloom

BLOOM | 03.07.2015 | von Ulrike App

## O2: Content Marketing mit dem "Autoversteher"

Die Marke **O2** bringt man mit vielem in Verbindung, aber nicht unbedingt mit Autos. Doch das Unternehmen **Telefonica Deutschland** hat jetzt eine neue Website mit dem Namen Autosbrauchenliebe.de eingerichtet. Tatsächlich macht O2 jetzt nicht etwa BMW oder Audi Konkurrenz. Dort finden sich, was man neudeutsch Content nennt. Der Held dieser Seite heißt "Carl - der Autoversteher", eine Art Pferdeflüsterer für Fahrzeuge. In drei Folgen einer Webserie hilft er Menschen, die ein Problem mit ihrem Auto haben. O2 ist nur ganz unten auf der Seite als Logo sichtbar.

Einen Teaser ohne Hinweis auf die Marke hat Telefonica in den vergangenen zwei Wochen gestreut. Die erste Episode "Das schizophrene Familienauto" verrät ganz am Ende des Clips, welches Produkt hier beworben wird: das Angebot **O2 Car Connection**. Mit Hilfe einer App können Kunden sich über die wichtigsten Funktionen ihres Autos auf dem Laufenden halten, ebenso ist ein Fahrzeugfinder integriert.

Die Idee stammt von der Agentur **Bloom**, München. Regie führte **Matthias Thonnessen** (Filmproduktion: Lühje, Schneider, Hörli; München).

78

Share

1

Tweet

1

Share

2

g+1

55

Xing