



ViveLaCar mit großem Auftritt: Starke Medienkampagne zeigt, wie einfach Mobilität heute geht VIDEO

ID: LCG20404 | 02.11.2020 | Kunde: ViveLaCar | Ressort: Wirtschaft
Österreich | Medieninformation

- **Das Auto-Abo kommt mit ViveLaCar im TV groß raus**
- **Marke und Plattform für Auto-Abo in neuem Gewand**
- **Noch intuitiver für Kunden, noch leistungsstärker für Händler**

Video zur Meldung auf [YouTube](#)

Wien (LCG) – Mit einer groß angelegten Medienkampagne im TV präsentiert ViveLaCar in Österreich, wie einfach Mobilität sein kann. Zudem zeigt sich das Auto-Abo-Start-up in einem neuen Look: Die komplett überarbeitete Corporate Identity und Website sind Ausdruck der dynamischen Entwicklung und internationalen Ambitionen des Unternehmens. Für Markenhändler und Abonnenten wird ViveLaCar zudem noch attraktiver.

Fanfare zum Start in die neue Mobilität

Ab sofort laufen die Spots mit der markanten Fanfare am Anfang im TV. Mit dieser ersten großangelegten Kampagne stellt sich ViveLaCar einem großen Publikum in Österreich vor. Die Spots laufen meist zur Prime Time in bekannten Fernsehsendern und erklären, wie einfach es ist, ein eigenes Auto im Abo zu nutzen, Premium-Versicherungsschutz der Wiener Städtischen inklusive.

Entsprechend lohnt es sich für Markenhändler, jetzt mit ViveLaCar zum Anbieter von Auto-Abo zu werden – kostenlos und ohne Risiko. Die Auto-Abo-Plattform ViveLaCar bietet in Österreich inzwischen Fahrzeuge von rund 60 Markenhändlern an – und täglich werden es mehr.

„Wir freuen uns sehr über das immer größere Interesse im Handel“, so **Martin Rada**, Co-Founder und Geschäftsführer ViveLaCar Österreich und Schweiz. „Unsere Partner erkennen, dass sie mit ViveLaCar sehr schnell und einfach einen neuen Vertriebskanal nutzen können.“

Aktuell stehen in Österreich mehr als 400 verschiedene Modelle von 18 Marken zur flexiblen Nutzung im Abo zur Verfügung. Diese sind für Abonnenten sofort verfügbar.

Neue Corporate Identity und Website für das Auto-Abo von ViveLaCar

So einfach und einzigartig wie das Angebot von ViveLaCar ist ab sofort der gesamte Markenauftritt. Ausschauen. Buchen. Losfahren. Mit ViveLaCar ist der Nutzer direkt mobil. Dies symbolisiert die neue Corporate Identity. Das Unternehmen setzt ab sofort auf eine einfache und moderne Bildsprache, die beim Logo direkt in die Wortmarke integriert ist. Der in drei Striche unterteilte Buchstabe „i“ wird zu einer Fahrbahnmarkierung, die dem „i“ zugeneigten „V“-Ausläufer bilden den linken und rechten Rand der Straße.

Parallel präsentiert sich die Website in einem komplett neuen Gewand. Dabei sind auch neue Zusatzfunktionen aufgeschaltet worden.

„Die Migration auf die neue Plattform ist nahezu abgeschlossen. Damit wird es für unsere Handelspartner noch einfacher, Fahrzeuge hochzuladen und das Angebot über den händlereigenen Login zu steuern“, erklärt **Stefan Neumann**, CIO von ViveLaCar. „Das neue Design der Website, die optimierte Customer Journey, zahlreiche SEO-Maßnahmen und eine optimierte Performance machen uns noch leistungsstärker“, so Neumann weiter.

Das Feedback der Kunden ist ebenso positiv. Diese freuen sich über eine noch intuitivere Auswahl und Buchung der Fahrzeuge.

MediaTel gestaltet Markenauftritt

Für Konzeption und Kreation des neuen Markenauftritts sowie des TV-Spots zeichnet sich MediaTel, eine auf den Automotive-Bereich spezialisierte Werbe- und Kommunikationsagentur, verantwortlich. Die neue Kampagne wurde von CEO **Mathias R. Albert**, **Florine von Caprivi** als CRO und **Stephan Lützenkirchen** als Kommunikationschef entwickelt.

Über ViveLaCar

ViveLaCar ist ein Mobility-Fintech-Start-up aus Stuttgart (Deutschland) und verbindet erstmals das Angebot an attraktiven Bestandsfahrzeugen beim Marken-Vertragshändler mit einem innovativen Auto-Abo für Endkunden. Der gesamte Ablauf ist digitalisiert und ermöglicht eine für Händler und Abonnenten einfache, transparente und sichere Abwicklung. Wenige Klicks reichen, um auf der Plattform [https:// www.ViveLaCar.at](https://www.ViveLaCar.at) auf ein breites Angebot an aktuellen Fahrzeugen vieler Marken und Modelle, die im Abo angeboten werden, zurückzugreifen und diese voll digital zu buchen. Mit einer sofortigen Verfügbarkeit, monatlich veränderbaren Kilometerpaketen und nur drei Monaten Kündigungsfrist bietet ViveLaCar den Kunden eine einzigartige Flexibilität. ViveLaCar schließt damit die Lücke zwischen Kurzzeitmiete, Kauf und Leasing. Weitere Informationen auf [https:// www.vivelacar.at](https://www.vivelacar.at) .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [https:// www.leisure.at](https://www.leisure.at) . (Schluss)

