



05.04.2023

NEUE DIGITALKAMPAGNE VON JUNITED AUTOGLAS GESTARTET: ACH DU SCHEI...BE REPARIERT

„Leck mich am A... ch, das ging ja schnell“ ist nur eines von vielen Wortspielen, das aktuell bundesweit auf die Serviceleistungen von juinted AUTOGLAS aufmerksam macht. Der größte deutsche Verbund freier Autogläser startete im Februar seine neue Werbekampagne, die durch ihr ausgefallenes Konzept humorvoll zur Reparatur eines Glasschadens einlädt.

„WOLLEN AUF SYMPATHISCHE ART UND WEISE AUFMERKSAM MACHEN“

Dafür geht das Netzwerk bewusst neue Wege: Weg von klassischen Medien wie Radio- und TV- hin zu digitalen Kampagnen – unter anderem auch auf Sozialen Netzwerken wie Facebook, TikTok oder LinkedIn. juinted-Geschäftsführer Michael Schnitzler betont in diesem Zusammenhang: „Von der Strategie-Umstellung in 2023 erhoffen wir uns die Bekanntheit der Marke juinted ATOGLAS weiter zu steigern. Wir möchten auf eine sympathische und humorvolle Art und Weise auf uns aufmerksam machen.“

Zum Start der Kampagne im Februar waren zudem an verschiedenen Verkehrsknotenpunkten in ganz Deutschland große Werbeplakate mit kreativen Wortspielen zu sehen. Das Design ist dabei aufgeräumt und dezent mit hohem Wiedererkennungswert.

UNTERSTÜTZUNG VON PREISGEKRÖNTER KREATIV-AGENTUR

Für die neue Kampagne holten sich die Autoglas-Experten professionelle Unterstützung von der mehrfach preisgekrönten Kölner Kreativ-Agentur „Zum goldenen Hirschen“. In einem Workshop wurden gemeinsam die Kernwerte sowie die Marken-Identität von juned AUTOGLAS erarbeitet, die sich nun in der neuen Kampagne widerspiegeln.

Carina Hedderich