

Interone zieht CHECK24.de die Spendierhöschen an

Neue Image-Kampagne im TV und Internet: Christian Tramitz spricht – Regisseur des TVC's ist der bereits mit 19 Cannes-Löwen ausgezeichnete Norweger Johan Gulbranson

München, den 21. Oktober 2010 – Fans des ersten Spots können sich freuen: Seit dem 16. Oktober gibt es ein Wiedersehen mit Max und seiner Freundin Marie. CHECK24.de, Deutschlands großes Vergleichsportal, setzt seine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Interone fort und betraute die Agentur mit der Entwicklung einer Image-Kampagne im TV für den Bereich Kfz-Versicherungsvergleiche. Erneut steht der Hauptdarsteller Max im Mittelpunkt, der auf www.check24.de über 180 Kfz-Versicherungstarife vergleicht und dadurch Geld für andere Dinge spart.

Ziel der am 16. Oktober gestarteten Kampagne ist es, die Markenbekanntheit zu steigern und höhere Abschlusszahlen bei Kfz-Versicherungen über die CHECK24-Website zu generieren. Dafür führt Interone das bestehende Kampagnenkonzept weiter und arbeitet erneut mit dem preisgekrönten Regisseur Johan Gulbranson und dem Schauspieler Christian Tramitz als Off-Sprecher zusammen. In Anlehnung an die Redensart „die Spendierhosen anhaben“ wird die Botschaft des Sparens durch aktives Vergleichen kommuniziert. Der Spot wird in den Sende Fassungen 30“ und 17“ ausgestrahlt und darüber hinaus in einer exklusiven Fassung im Internet zu sehen sein.

Neben der reichweitenstarken [TV-Kampagne](#) sucht CHECK24.de über eine umfassende Online-Kommunikationsstrategie verstärkt die Kommunikation mit dem Verbraucher.

CHECK24.de goes Social Media: Auf diesem Weg baut CHECK24.de den Dialog mit den Kunden weiter aus und setzt dabei auf die Plattformen Facebook, Twitter und YouTube als integrale Bestandteile der Kommunikationskampagne. „Unsere Fans und Follower haben dadurch die Möglichkeit, CHECK24.de besser kennenzulernen und direkt mit uns in Kontakt zu treten. Durch die Postings werden die User fortwährend auf dem Laufenden gehalten, was für einen zusätzlichen Dialog mit CHECK24.de sorgen wird“, sagt Carsten Kreilaus

Marketingleiter, CHECK24.de. Zusätzlich wird auf diesen Plattformen spannendes Material rund um den neuen TV-Spot angeboten: Hintergrundinformationen zum Spot, ein Making-of, Set-Fotos sowie Outtakes. Für den November ist zudem auf Facebook eine Mitmach-Aktion geplant: Die [24.000 Euro Video Challenge](#).

Kreation: Interone

Regie: Johan Gulbranson

Filmproduktion: Wiener Klappe

Über Interone

Interone ist eine der führenden Agenturen für vernetzte Multikanal-Kommunikation. Mit einem zukunftsweisenden Agenturmodell, das für Interone-Kunden alle klassischen und interaktiven Kommunikations- und Vertriebskanäle bündelt, bietet Interone sowohl Online- als auch Offline-Lösungen auf höchstem kreativem Niveau an und verfolgt damit einen integrierten Ansatz. Das Leistungsportfolio bietet dabei alles aus einer Hand: Von der Strategieberatung über Konzeption, Kreation, Planung, Implementierung, Prozessbegleitung bis hin zu IT-Development und Systemintegration.

Interone ist Teil des internationalen BBDO-Netzwerks und beschäftigt in Deutschland über 300 Mitarbeiter. Die Agentur verfügt über eigene Standorte in Hamburg, Düsseldorf, Köln, München.

Interone ist eine der am häufigsten mit nationalen und internationalen Kreativpreisen ausgezeichneten Agenturen und betreut Kunden wie BMW und MINI, die Deutsche Post, Burger King und o2. Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.interone.de/>

Über die CHECK24 Vergleichsportale GmbH:

Die CHECK24 Vergleichsportale GmbH ist Deutschlands großes Vergleichsportale im Internet und bietet Privatkunden unabhängige Versicherungs-, Energie-, Finanz-, Telekommunikations- und Reise-Vergleiche mit kostenloser telefonischer Beratung. Die Anzeige der Vergleichsergebnisse von z.B. über 180 Kfz-Versicherungstarifen, über 970 Stromanbietern, mehr als 30 Banken, Flügen, Hotels und Mietwagen weltweit sowie den wichtigsten Anbietern für DSL, Handy und Festnetz erfolgt dabei völlig anonym.

CHECK24-Kunden erhalten für alle Produkte volle Transparenz durch einen kostenlosen Vergleich und sparen mit einem günstigeren Anbieter oft einige hundert Euro. Internetgestützte Prozesse generieren Kostenvorteile, die an den Privatkunden weitergegeben werden. Das Unternehmen CHECK24.de beschäftigt über 170 Mitarbeiter mit Hauptsitz in München. Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.CHECK24.de>

Presse: Daniel Friedheim

Marketing: Carsten Kreilaus