
Aiways-Kampagne: E-Mobilität ohne Kompromisse

„Your Way. Just electric.“ lautet der Slogan einer Marketingkampagne des chinesischen Elektroautobauers Aiways, mit der er die Vorteile der E-Mobilität hervorheben und Vorbehalte von Neukunden gegen vermeintliche Nachteile abbauen möchte. „Wir möchten, dass der Kunde keine Kompromisse eingehen muss, wenn er sich für ein Elektroauto entscheidet“, sagt Aiways-Marketingchef Kemal Yegenoglu. In der globalen Kampagne, die von der Frankfurter Digital-Agentur „Herren der Schöpfung“ entwickelt wurde, werden Vorbehalte bezüglich Laden und Reichweite sowie Kosten gegenüber einem Verbrenner thematisiert.

Um sich bekannt zu machen und als junge und globale Marke zu profilieren, will Aiways neben der klassischen Werbung vor allem online und in sozialen Medien sichtbar werden. Mit der Cross-Media-Kampagne, die Ende 2021 in China und Italien gestartet ist und nun auf zehn weitere Märkte ausgeweitet wird, wollen die Macher außerdem betonen, dass „Made in China“ für Qualität, digitales Können und technische Spitzenleistung stehe. Im Zentrum steht dabei mit www.aiways-u5.eu eine eigene Webseite, welche die Kunden zum Interagieren einladen soll. (aum/av)

Bilder zum Artikel



Cross-Media-Kampagne von Aaways.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Aaways



Cross-Media-Kampagne von Aaways.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Aaways



Cross-Media-Kampagne von Aaways.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Aaways



Aaways Marketingchef Kemal Yegenoglu.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Aaways
