



## Erste Erfolgsbilanz nach Start der neuen momox TV-Kampagne

- **TV-Werbung zahlt sich aus: App-Downloads und Umsatz verzeichnen ein Plus von mehr als 25 Prozent**
- **Teil 2 der Kampagne startet mit neuen Spots für die eigenen Online-Shops [medimops.de](https://www.meditimops.de) und [ubup.com](https://www.ubup.com)**

**Berlin, 30. August 2018** - Seit dem Start des neuen [momox-TV-Spots](#) im Juli sind die Downloads für die momox-App um 30 Prozent gestiegen. Auch beim Umsatz konnte momox ein deutliches Umsatzplus von 25 Prozent verzeichnen. Der Ankaufsservice für gebrauchte Bücher, Medien und Kleidung hat einen einstelligen Millionen-Betrag an Brutto-Mediavolumen in die TV-Kampagne investiert.

Am 1. September startet der Re-Commerce-Händler momox den zweiten Teil seiner großen TV-Kampagne mit neuen Werbespots für die eigenen Online-Shops [medimops.de](https://www.meditimops.de) und [ubup.com](https://www.ubup.com). Bei [medimops.de](https://www.meditimops.de) finden Verbraucher mehr als 4 Millionen geprüfte, gebrauchte Bücher und Medien zum günstigen Preis; [ubup.com](https://www.ubup.com) ist inzwischen der größte Online-Shop für Second-Hand-Kleidung mit aktuell 600.000 Artikeln von mehr als 2.000 Marken.

Mit den neuen Spots für [medimops.de](https://www.meditimops.de) und [ubup.com](https://www.ubup.com) soll gezielt die Markenbekanntheit der eigenen Online-Shops gestärkt werden, um die angekauften Artikel vor allem über die eigenen Kanäle wieder zu verkaufen. Beide Spots zeigen, wie Kunden Bücher und Medien, aber auch trendige Kleidung aus zweiter Hand in geprüfter Qualität bequem und günstig vom heimischen Sofa aus shoppen können.

“In der Gesellschaft wächst das Bewusstsein, das nicht immer alles neu sein muss. Daher testen immer mehr Unternehmen auch Re-Commerce-Geschäftsmodelle”, sagt Heiner Kroke, CEO von momox. “In den letzten 14 Jahren haben wir über momox mehr als 190 Millionen Artikel angekauft. Unsere langjährige Erfahrung im Handel von Gebrauchsgütern macht uns zum Experten. Wir wissen wie wichtig Kunden neben dem günstigen Preis die Qualität ist. Die neuen Spots veranschaulichen, dass Kunden auf unser Versprechen für geprüfte Qualität vertrauen können.”

Pro Marke wurden ein 20-Sekunden-Spot und ein 10-Sekunden-Spot abgedreht. Die Spots für [medimops](https://www.meditimops.de) laufen unter anderem auf RTL II, sixx und weiteren TV-Sendern. Für die Ausstrahlung des Spots für [ubup.com](https://www.ubup.com) hat sich momox für Sender mit einer starken weiblichen Zielgruppe wie Vox und sixx entschieden. Hier geht es zu den neuen TV-Spots, die ab dem 1. September im TV zu sehen sind:

- [Medimops.de TV-Spot 20 Sekunden](#)
- [ubup.com TV Spot 20 Sekunden](#)



## **Über momox**

momox ist der führende Re-Commerce-Anbieter Deutschlands. Das Berliner Unternehmen kauft über die Plattform [www.momox.de](http://www.momox.de) oder die [momox App](#) gebrauchte Artikel zum Festpreis an, bei kostenlosem Versand. Getreu dem Motto „Wir geben Gebrauchtem ein neues Zuhause“ werden die angekauften Artikel mit einer Ersparnis von bis zu 70 Prozent auf den eigenen Onlineshops [www.mediapops.de](http://www.mediapops.de) (Medien) und [www.ubup.com](http://www.ubup.com) (Fashion) zum Kauf angeboten. Bei momox, das 2004 als erstes Ankaufportal für gebrauchte Medien im deutschsprachigen Raum an den Start ging, arbeiten bereits über 1.300 Mitarbeiter an drei Standorten. Seitdem wurden über 190 Millionen Artikel angekauft. Vom Hauptsitz des Unternehmens in Berlin werden auch die länderspezifischen Plattformen für Großbritannien, Frankreich und Österreich gesteuert. Mittlerweile ist momox der größte Händler für gebrauchte Waren bei Amazon und eBay in Deutschland. Weltweit liegt momox auf Platz 2 der erfolgreichsten Amazon Händler.

## **Pressekontakt**

Nadine Kupfer

Telefon: + 49 (0)30 2 57 62 05-278

Mail: [momox@piabo.net](mailto:momox@piabo.net)