



# Mobieltjes zoeken nieuwe liefde

Zo'n zeven miljoen oude of ongebruikte mobieltjes liggen bij mensen thuis in de keukenla. Anymobile.nl, de eerste online marktplaats voor mobiele telefoons, zoekt er een nieuwe bestemming voor.

[DOOR VIVEKA VAN DE VLIET]

**E**en Jordanees bardame, een Marokkaan, een vrachtwagenchauffeur, een hockeymeisje en een singer/songwriter. Allemaal nemen ze – weliswaar met een knipoog – met pijn in hun hart afscheid van hun oude mobieltje in commercials die op tv en in de bioscoop worden ingezet, op de radio en als streamspots op internet. De pay-off: 'Afscheid nemen is niet makkelijk', gevolgd door een spectaculaire zoom vanuit duizenden mobieltjes. De toestellen moeten een nieuwe gebruiker vinden op Anymobile.nl, de nieuwe marktplaats voor mobiele telefoons, opgezet door *Jörgen Liesveld* en *Boban Vukicevic*.

Gebruikte mobieltjes weer waarde geven in plaats van ze af te doen als tweedehandsdingen. Dat is een van de uitgangspunten van de campagne van New Message voor Anymobile. 'We hebben er verder voor gekozen om in eerste instantie mensen te bewegen hun mobieltjes aan te bieden op Anymobile.nl. Daarmee spreek je indirect ook geïnteresseerden in een gebruikt mobieltje aan', zegt *Hugo Rütter* van New Message. Zo zijn er gebruikers die alleen een sim-abonnement hebben en zelf dus een mobiel moeten aanschaffen of mensen die bijvoorbeeld een specifiek Siemens-model van zes jaar geleden zoeken.

'Het accent van de campagne ligt op

jonge mensen tussen de 20 en 29 jaar. Zij vormen de grootste groep "mobielzoekenden". Zij zijn de early adopters, de aanjagers. Maar door zoveel verschillende soorten mensen te filmen, richten we ons ook op een veel bredere doelgroep: namelijk alle 16 miljoen Nederlanders.'

## AFSCHEIDSFILMPJES

Het zwaartepunt van de campagne ligt op internet, waar ook twee langere, tweeminutenversies van de zes commercials te zien zijn. Hierin bezingt een singer/songwriter op gevoelige wijze het afscheid van zijn mobieltje in de hoop dat deze een nieuwe liefde vinden zal en vertelt een Afrikaan dat hij uitgekeken is op zijn oude liefde en liever een paar nieuwe modelletjes wil, zoals gebruikelijk is in veel Afrikaanse landen. Daarnaast kunnen mensen meedoen aan een prijsvraag door met hun mobieltje gemaakte 'afscheidsfilmpjes' op de site te zetten.

Liesveld en Vukicevic werkten beiden jarenlang bij T-Mobile. Vorig jaar besloten ze voor zichzelf te beginnen en na het schrijven van een businessplan en het doen van onderzoek wisten ze dat hun idee kans van slagen had: een marktplaats voor mobiele telefoontjes. 'Gek, vooral voor Nederlanders', vindt Vukicevic, 'is dat ze niet beseffen dat die zeven miljoen ongebruikte mobieltjes die in een la liggen te verstoffen, geld waard zijn, ook al zijn het oude modellen. En er komen er alleen maar meer bij, zolang gebruikers telkens als ze hun abonnement verlengen een nieuw toestel krijgen.'

## BREED MEDIABEREIK

Voor de lancering kozen Liesveld en Vukicevic voor een constructie waarin naast New Message, ook The Launch Company en M2Media zijn betrokken. Zo wordt volgens de oprichters een

breed mediabereik gerealiseerd doordat verschillende mediapartners investeren en dus een belang hebben bij goede resultaten.

Liesveld en Vukicevic, die onlangs bij de uitreiking van de Thuiswinkelaward de 'Starter Award 2008' wonnen met hun webwinkel, menen dat Anymobile.nl zich onderscheidt van sites als *Speurders.nl* en *Marktplaats.nl*. 'We bieden meer dan alleen een lijst met advertenties', zegt Liesveld. 'Er is bijvoorbeeld een uitgebreide zoekfunctie waarmee je toestellen kunt filteren op functies als een mp3-speler of camera. Daarnaast is er bijvoorbeeld een waardemeter waarmee je de dagwaarde van je aangeboden mobiel kunt berekenen en kun je met je IMEI-nummer controleren of het aangeboden toestel dat je wellicht wilt aanschaffen niet gestolen is.'

## BESTAANSRECHT

Vanaf nu kunnen aanbieders en kopers van tweedehands mobieltjes zowel op Marktplaats als op Anymobile terecht. 'Beide hebben bestaansrecht', zegt Rütter, die met New Message voor 2009 nieuwe campagne-uitingen gaat bedenken voor Anymobile. 'Het is vergelijkbaar met een auto aanbieden of kopen: je gaat naar Auto Trader én naar Marktplaats. De ene is branchespecifiek, de ander algemeen.' ■

Bureau: New Message  
 Creatie: Lennart Wienecke, Hugo Rütter  
 Regie: Lennart Wienecke, Hugo Rütter  
 D.O.P: Martijn van Beenen  
 Editor: Bas Icke (The Ambassadors)  
 Geluid: Rens Pluym (The Ambassadors)  
 Visual effects: Ton Habraken (The Ambassadors)  
 RTV: Pirke Bergsma, Anne Rose van Servellen  
 Design website: Jos Koch (Noon)  
 Klant: Boban Vukicevic, Jörgen Liesveld

