

Pressemitteilung

Neuer TV-Spot: mobile.de zeigt, was Leasing alles kann

Kleinmachnow/Berlin, 11. April 2023 – mobile.de startet eine neue Marketingkampagne, die das Leasing-Angebot von Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt aufmerksamkeitsstark in den Fokus rückt. Herzstück der Kampagne ist ein 20-sekündiger Werbespot, der seit dem 10. April in TV und Connected TV sowie online als Bewegtbild- und Display-Adaption zu sehen ist. Mit der neuen Kampagne möchte mobile.de gängige Vorurteile gegen das Fahrzeug-Leasing auflösen und die vielfältigen Möglichkeiten aufzeigen, die das Finanzierungsmodell für jedes Budget und sämtliche Mobilitätsbedürfnisse zu bieten hat.

„Viele denken bei Leasing nur an Firmen- oder Neuwagen. Dass Leasing auch für Privatleute eine tolle und vielseitige Option zur Finanzierung eines Gebrauchten ist, hat kaum jemand auf dem Zettel“, sagt **Inga Wiese, Chief Marketing Officer (CMO) von mobile.de**. „Mit unserem neuen TV-Spot möchten wir auf die vielfältigen Möglichkeiten und Vorteile von Leasing aufmerksam machen.“ Mit der Kampagne festigt mobile.de seine Position als One-Stop-Shop für die digitale Fahrzeugvermarktung und setzt einen wichtigen Impuls für den Autohandel. Bereits im März 2022 übernahm mobile.de die digitale Leasingplattform Null-Leasing.com aus Hamburg und weitete so sein Engagement im Wachstumsmarkt Leasing substantiell aus.

Auto-Matrjoschka zeigt: In Leasing steckt mehr als man denkt

Im Rahmen der Dachkampagne “Denk mobile.de” kommuniziert das Unternehmen seit 2018 seine Positionierung als One-Stop-Shop für die digitale Fahrzeugvermarktung. Der nun erschienene Spot steht unter dem Motto “Denk Leasing. Denk mobile.de.” Eine überlebensgroße Hand greift nach einem schwarzen BMW, der klassischen Firmenlimousine. Die Hand hebt die Verkleidung des Wagens ab, darunter kommt ein geräumiger Volvo-SUV zum Vorschein, der sich ideal als Privatfahrzeug eignen würde. Noch einmal erscheint die Hand auf dem Screen und enthüllt durch erneutes Abheben ein Mini Cabrio – ein Auto in einem Auto in einem Auto. Den Wechsel der Fahrzeugtypen inszeniert mobile.de wie bei den ineinander gesteckten Puppen einer Matrjoschka. Das Motiv verdeutlicht, wie vielseitig Fahrzeug-Leasing auf Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt ist.

Gefilmt vor Mixed-Reality-Kulisse

Für Ideation und Umsetzung des Werbefilms zeichnet die Kreativ-Agentur Achtung!



verantwortlich. Die Hamburger holten sich für Produktion und Postproduction die Bewegtbild-Expertise von e+p films GmbH sowie der KAEPTN Postproduction GmbH an Bord. Gefilmt wurde der Clip im Virtual-Studio in Hamburg. Durch den Einsatz hochauflösender LED Video-Wall-Elemente können echte Personen und Fahrzeuge mit der virtuellen Umgebung interagieren. Die Kamerabewegungen synchronisieren sich in Echtzeit mit dem digitalen Hintergrund und erzeugen so ein realistisches Filmergebnis mit unbegrenzten Möglichkeiten.

Den neuen mobile.de TV-Spot können Sie sich ab sofort auf [YouTube](#) ansehen!

Integrierte Auspielung auf allen Online-Kanälen

Die Online-Kampagne ist als integrierte 360-Grad-Kampagne konzipiert und wird auf YouTube, den Meta-Plattformen sowie TikTok inklusive programmatischer Online-Video-Einbuchungen mit aktivierenden Cut-Downs, animierten Display Bannern im Web und den mobile.de-eigenen Kanälen ausgespielt. Zusätzliche CRM- (B2C & B2B) und PR-Maßnahmen, Onsite-Marketing sowie verschiedene Social Media Aktivitäten sorgen für eine ganzheitliche Kommunikation. Ergänzt wird die Kampagne durch eine Landing Page (<https://www.mobile.de/leasing>) auf der die verschiedenen Leasing-Optionen dargestellt und erläutert werden.

Für die mediale Strategie zeichnet die Agentur essenceMediacom verantwortlich.

Verantwortlich bei mobile.de: Inga Wiese (CMO), Georg Sladek (Head of Brand Marketing), Alexander Hauser (Head of Online Marketing & Brand Activation), Severine Thomazo (Marketing Lead - Transactional Businesses) Sophia Grubitz (Senior Brand Integration Manager), Philipp Hädrich (Brand Activation Manager)

Über mobile.de

[mobile.de](#) ist Deutschlands größter Fahrzeugmarkt mit rund 1,2 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen und Motorrädern. Einschließlich Inseratsexport zur Schwesterplattform eBay Kleinanzeigen erreicht mobile.de rund 21,42 Millionen individuelle Nutzer pro Monat (Quelle: AGOF digital facts, mobile.de und eBay Kleinanzeigen Fahrzeugkategorien, Ø Monat Mai bis Oktober 2022). Sowohl Privatkunden als auch mehr als 42.000 registrierte Fahrzeughändler nutzen die Plattform. Als „One-Stop-Shop“ bietet mobile.de neben dem An- und Verkauf unter anderem auch Finanzierungs- und Leasinglösungen an. Das 1996 gegründete Unternehmen ist ebenso wie eBay Kleinanzeigen ein Tochterunternehmen von Adevinta, einem weltweit führenden Anbieter für Online-Kleinanzeigenportale.



Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Nils Möller, Senior Manager Communications

Albert-Einstein-Ring 26, 14532 Kleinmachnow

Tel: 0152-54802957, E-Mail: nils.moeller@adevinta.com

Achtung! GmbH, Nadine Klinder, Account Manager

Straßenbahnring 3, 20251 Hamburg

Tel: 0151 28 22 62 27, E-Mail: nadine.klinder@achtung.de