

AutoScout24 unterstreicht im TV seine Leasingkompetenz

Kampagne stärkt Awareness für Leasing-Angebote bei AutoScout24 und positioniert AutoScout24 damit als allumfassenden Marktplatz für Mobilität / Spot zeigt gezielt Preisvorteile für Privatverbraucher*innen auf

München, 3. Mai 2021. Der europaweit größte Online-Automarkt betont mit einer großangelegten crossmedialen Kampagne seine umfassende Leasing-Kompetenz und positioniert sich damit als umfangreicher Marktplatz für Mobilität. Mit TV-Spots auf reichweitenstarken Sendern, im Radio, Print und digital schafft AutoScout24 damit Awareness für Leasing-Angebote bei AutoScout24. Gleichzeitig zeigt der Spot wie günstig Leasing tatsächlich ist. „Viele Fahrerinnen und Fahrer verorten das Thema Leasing noch viel zu sehr im gewerblichen Umfeld, dabei profitieren gerade auch Privatpersonen von günstigen Preisen, die Leasing bietet – das wollen wir mit der Kampagne kommunizieren“ erläutert Frederic Gerwin, Leiter Brand bei AutoScout24. Der europaweit größte Online-Automarkt hat im Juli vergangenen Jahres die Mehrheitsanteile an LeasingMarkt.de übernommen; zusammen bieten die beiden Marktplätze das größte Online-Leasing-Angebot in Deutschland.

Der 20-Sekünder wird ab 3. Mai auf reichweitenstarken Sendern wie unter anderem ProSieben, Sat.1, Kabel Eins, RTL und RTL2 zu sehen sein. Im Radio gehen parallel Spots unter anderem auf Rock Antenne Hamburg, Antenne Bayern, 95,5 Charivari, EgoFM Bayern und Landeswelle Thüringen on Air. Die Kampagne im einstelligen Millionen-Euro-Bereich richtet sich in erster Linie an die klassische Zielgruppe der bis 49 Jahre alten Autofahrerinnen- und Fahrer. Da Männer deutlich häufiger leasen als Frauen rollt die Werbeagentur Pilot München die Printkampagne aber verstärkt in männeraffinen Titeln aus. So sind Anzeigen neben klassischen Auto-Magazinen unter anderem in „Handelsblatt“, „Wirtschaftswoche“, „Euro“ und „Focus“ zu sehen. Auch digital zielt die Kampagne auf Websites wie playboy.de und motorsport-total.com in erster Linie auf eine männliche Zielgruppe ab.

Auto ist viel günstiger, als du denkst!

Der TV-Spot baut auf der Brand-Kampagne auf, die seit September vergangenen Jahres im Fernsehen lief. Der von der Kreativagentur Hello München kreierte Spot rückt verschiedene Bedürfnisse und Sehnsüchte in den Vordergrund, die mit dem Lebensgefühl Auto verknüpft werden. Voice over: „Auto ist Liebe, Auto ist Geborgenheit, Auto ist Freiheit. Und Auto ist viel günstiger als du denkst. Mit Deutschlands größtem Online-Leasing-Angebot. Auch für Privatkunden.“ Die beiden Marken-Logos von AutoScout24 und LeasingMarkt.de werden dabei nebeneinander eingeblendet. Gerwin: „Durch die gemeinsame Kommunikation profitieren beide Marken. AutoScout24 profitiert von der Expertise, die LeasingMarkt.de verkörpert und LeasingMarkt.de profitiert von dem großen Vertrauen der Nutzer und Nutzerinnen in AutoScout24 als europaweit größten Online-Automarkt. So schaffen wir auch kommunikativ eine win-win-Situation.“

Auf einen Blick:

Kampagnenzeitraum: 3. bis 30. Mai 2021

Kernzielgruppe: 18 bis 49 Jahre

Verantwortlich bei AutoScout24: Frederic Gerwin, Leiter Brand bei AutoScout24

Mediaagentur: Pilot, München

Kreativagentur: Hello München

Kampagnenlink: <https://www.youtube.com/watch>



Auto Scout24

Medieninformation

Über AutoScout24

AutoScout24 ist mit rund 2 Mio. Fahrzeug-Inseraten und mehr als 43.000 Händlerkunden europaweit der größte Online-Automarkt. Mit AutoScout24 können Nutzer Gebrauchte- sowie Neuwagen finden, finanzieren, kaufen, abonnieren, leasen und verkaufen. Der Marktplatz inspiriert rund um das Thema Auto und macht komplexe Entscheidungen einfach. Die [Fahrzeug-](#) oder [Preisbewertung](#) liefert wertvolle Orientierungshilfen. So gehen Autokäufer gut informiert und kaufbereit zum Händler. AutoScout24 engagiert sich zudem für mehr Sicherheit im Internet und ist Gründungsmitglied der 2007 gegründeten Initiative „[Sicherer Autokauf im Internet](#)“. Mit mehr als 36 Millionen Downloads wurde die App von AutoScout24 als beste, kundenfreundlichste App ausgezeichnet (FOCUS-MONEY Studie „Kundenfreundliche Apps“, Heft (15/21).

Weitere Informationen finden Sie unter www.autoscout24.de

Anne-Kathrin Fries

Public Relations Manager



AutoScout24 GmbH

Bothestraße 11-15, 81675 München

Fon +49 89 444 56-1227

presse@autoscout24.de