

ImmoScout24 Brand-Storytelling

ImmoScout24 startet 360-Grad-Marketing-Offensive

Berlin, 21.08.2023

Im Zuge des 25-jährigen Bestehens wendet sich ImmoScout24 mit einer breit angelegten Brand-Storytelling-Kampagne auf unterschiedlichen Kanälen an Eigentümer:innen, Suchende und Makler:innen. Die Message: Mit 25 Jahren Expertise kennt die Nr. 1 für Immobilien die Bedürfnisse seiner Zielgruppen genau und hält für alle die richtigen Angebote und Lösungen parat.

- **Brand-Storytelling-Kampagne bildet im Stil einer Mockumentary alltägliche Erfahrungen junger Menschen bei der Immobiliensuche ab.**
- **Emotionale TV-Kampagne begleitet Eigentümer:innen beim Anbieten ihrer Immobilie.**
- **360-Grad-Marketing: ImmoScout24 setzt auf TV, Print, Hörfunk, Out Of Home und Online, um zielgruppengerecht auf unterschiedlichen Kanälen zu kommunizieren.**

Seit dem 18. August richtet sich ImmoScout24 mit einer **Brand-Storytelling-Kampagne** vorrangig an junge Suchende, aber auch an Eigentümer:innen und Makler:innen. Verbreitet auf Youtube, Facebook, Instagram, TikTok und Co. bilden sieben Spots im Stil einer Mockumentary alltägliche Erfahrungen junger Menschen bei der Immobiliensuche ab: Angefangen bei der WG-Suche, der ersten eigenen Wohnung, dem ersten Zusammenziehen, bis hin zur Nachmietersuche und der Immobilienbewertung. Auf ImmoScout24, der Nummer 1 für Immobilien, finden Suchende dabei nicht nur das größte Immobilien-Angebot, sondern auch alle weiteren Services und Informationen, die sie auf dem Weg in ein neues Zuhause begleiten: Von Bonitätsauskunft und Immobilienbewertung, über Umzugsunternehmen bis zur Aufklärung über Rechte und Pflichten von Mieter:innen und Käufer:innen. Die Online-Kampagne wurde zusammen mit der Produktionsagentur Parasol Island und der Mediaagentur GLAD TO BE entwickelt und umgesetzt und läuft bis Ende Dezember.

„Immobilien sind Emotionen - und deshalb ist es umso wichtiger bei diesem Thema einen verlässlichen und erfahrenen Partner an seiner Seite zu haben. Genau dieses Alleinstellungsmerkmal unterstreichen wir mit unseren neuen Kampagnenspots: Wenn es um Immobilien geht, ob Suchen, Finden oder Anbieten, sind wir mit über 25 Jahren Expertise die beste Adresse. Wir kennen die Wünsche und Bedürfnisse aller Marktteilnehmer:innen und bringen Sie mit unserer Plattform erfolgreich zusammen“, sagt Andreas Picka, Marketing Director von ImmoScout24.

Seit dem 1. August richtet sich ImmoScout24 zudem mit einer großangelegten **TV-Kampagne an Immobilieneigentümer:innen** und thematisiert das Anbieten von Immobilien. Denn nicht nur Suchende stehen angesichts der aktuellen Marktlage vor Herausforderungen. Auch Verkäufer:innen und Vermieter:innen fragen sich: Wo und wie finde ich verlässliche Mieter:innen und Käufer:innen? , Wo kann ich einfach und sicher vermieten oder verkaufen? und Wie komme ich an alle relevanten Daten und Informationen? Die Botschaft des [TV-Spots](#): Egal, ob kleine Ein-Zimmer-Wohnung oder geräumiges Maisonette-Apartment, ob Dachgeschoss oder Parterre, ob stadtnah oder draußen im Grünen – **ImmoScout24 ist der Ort für alle Immobilien**. Die Kampagne wurde Inhouse entwickelt und umgesetzt und wird in Zusammenarbeit mit der Mediaagentur GLAD TO BE vom 1. August bis Ende Oktober deutschlandweit im TV ausgestrahlt. Zudem wird die Kampagne in Print, Hörfunk, Online und Out of Home verlängert.

 **Über ImmoScout24**

Medienkontakt

Lennart Dannenberg | Leitender Pressesprecher

Telefon: +49 30 24301 1270 | E-Mail: presse@immobilienscout24.de | www.immobilienscout24.de

ImmoScout24 ist die führende Online-Plattform für Wohn- und Gewerbeimmobilien in Deutschland. Seit 25 Jahren revolutioniert ImmoScout24 den Immobilienmarkt. Jeden Monat suchen rund 19 Millionen Nutzer:innen auf unserem Online-Marktplatz oder in unserer App ein neues Zuhause oder die passende Gewerbefläche. Deshalb kennen 98 Prozent der Zielgruppe ImmoScout24. Mit seinen digitalen Lösungen schafft der Online-Marktplatz Orientierung und bringt Eigentümer:innen, Makler:innen und Immobiliensuchende erfolgreich zusammen. ImmoScout24 arbeitet an dem Ziel, Transaktionen rund um die Immobilie digital abzuwickeln und dadurch komplexe Entscheidungen für seine Nutzer:innen einfacher zu machen. Seit 2012 ist ImmoScout24 auch auf dem österreichischen Wohn- und Gewerbemarkt aktiv und erreicht monatlich rund 3 Millionen Suchende.



Über GLAD TO BE

GLAD TO BE ist die führende Mediaagentur für Konzeption und Umsetzung von Digital- und Offline-Kampagnen. Dank tiefgreifendem Verständnis für die sich ständig wandelnde Medienlandschaft und dem perfekten Mix aus Kreativität und datengetriebener Technologie sind erfolgreiche Marketingkampagnen garantiert. GLAD TO BE bietet dabei die volle Bandbreite an Services für eine effektive Umsetzung: von Media Planning & Buying, über Performance Optimization bis hin zur Creative Strategy und Content Creation werden Kampagnen nicht nur großartig aussehen zu lassen, sondern auch sicherzustellen, dass sie messbare Ergebnisse liefern. Mehr über die innovativen Lösungen von GLAD TO BE erfahren Sie auf der Website www.gladtobe.com. Kunden der 2016 gegründeten Agentur mit Standorten in Stuttgart und Berlin sind unter anderem Peek & Cloppenburg, Taxfix und Snocks.

Medienkontakt

Lennart Dannenberg | Leitender Pressesprecher

Telefon: +49 30 24301 1270 | E-Mail: presse@immobilienscout24.de | www.immobilienscout24.de