

## Vom „Irgendwie“ zum „Genau hier“: Wie immowelt Markenstrategie in einen Ohrwurm verwandelt

- **80er-Kultsong trifft auf TikTok-kompatiblen Sound: Neu interpretierter Superhit begleitet die neue immowelt Kampagne**
- **Starke „One Brand“-Strategie: Bündelung aller Ressourcen unter der Kernmarke für ein optimiertes Nutzererlebnis**
- **Umfassender Media-Mix: Strategische Platzierung über Online Video (u.a. YouTube), Social Media (Meta, TikTok) sowie Display-Ads**



Nürnberg, 11. Mai 2026. Mit Leichtigkeit ins neue Zuhause tanzen: Mit der neuen bundesweiten Kampagne „Irgendwie, irgendwo, irgendwas“ setzt immowelt ein Zeichen gegen den oft als mühsam und verstaubt empfundenen Immobilienmarkt. Kern der neuen Markenkampagne ist die Neuinterpretation des Superhits „Irgendwie, Irgendwo, Irgendwann“ – ein Kultsong der 80er. Das Ziel von immowelt ist es, Millionen von Menschen auf dem Weg in ihr neues Zuhause zu begleiten und den Prozess der Immobiliensuche so einfach wie möglich zu gestalten. Im Fokus der Kampagne steht die neue Leichtigkeit beim Suchen und Finden von Miet- und Kaufimmobilien dank der immowelt App und immowelt.de

### Theo Mseka, CEO von immowelt:

*„Die Entscheidung für ein neues Zuhause ist einer der persönlichsten und bedeutendsten Wendepunkte im Leben. Wir haben die gesamte Kraft unserer Marke mobilisiert, um eine Umgebung zu schaffen, die technologische Präzision mit einem tiefen Verständnis für menschliche Bedürfnisse verbindet. Unser Ziel ist es, dass Menschen nicht mehr nur auf das Glück hoffen*

AVIV Germany GmbH  
Ostendstraße 113  
90482 Nürnberg

**Pressekontakt:**  
Barbara Schmid  
+49 911 520 25-808

presse@immowelt.de

[www.x.com/immowelt](https://www.x.com/immowelt)  
[www.facebook.com/immowelt](https://www.facebook.com/immowelt)

*müssen, sondern die Gewissheit spüren: Hier, bei immowelt, beginnt mein nächstes großes Kapitel.“*

## **Frida Elisson, CMO von immowelt:**

*„Wir kombinieren kreative Exzellenz mit datengetriebenen Insights, um Millionen von Menschen den Weg ins neue Zuhause so leicht wie nie zuvor zu machen. Ein Kult-Song der 80er trifft auf smarte Suchtechnologie - und plötzlich klingt die Wohnungssuche nicht mehr nach Stress, sondern nach dem Anfang von etwas Neuem.“*

## **Stefan Amtmann, Kreation Leitung, KNSK Berlin:**

*„Die Leitidee nutzt den ikonischen Song nicht als reines Aufmerksamkeitsvehikel. Vielmehr wird der Song zum Träger der strategischen Botschaft. Während andere Kampagnen bekannte Musik vor allem zur Reichweitensteigerung einsetzen, wird der Song bei immowelt zum Träger einer klaren Markenidee - weg vom Ungefähren, hin zur passgenauen Lösung bei der Immobiliensuche.“*

## **Moderner, digitaler Ansatz – mit Ohrwurm-Garantie**

Oft gleicht der Weg zur Traumimmobilie einer emotionalen Achterbahnfahrt. immowelt zeigt, dass es nicht mehr um ein unverbindliches „Irgendwie“ geht - es geht um das „Genau hier“. Die Kampagne zeigt humorvoll und modern, dass das perfekte Erfolgserlebnis nur einen Klick entfernt ist. Die Botschaft ist dort präsent, wo die Zielgruppe lebt und konsumiert – im Digitalen. Um Millionen Menschen auf dem Weg in ihr neues Zuhause zu erreichen und die App-Installs nachhaltig zu fördern.

Die Kampagne nutzt einen reichweitenstarken Bewegtbild-Mix aus YouTube, Streaming-TV und CTV (u. a. Netflix, Amazon Prime), um Markenbekanntheit und visuelles Storytelling gezielt in jüngeren Zielgruppen aufzubauen. Regional wird dies durch ein dichtes Netz aus (D)OOH-Highlights in Großstädten flankiert, das die Marke im urbanen Alltag – von Pendlerstrecken bis Co-Working-Spaces – präsent macht. Besondere Aufmerksamkeit generieren High-Impact-Flächen wie „The Whale“ in Hamburg und der Stachus Cube in München. Die initiale Video-Reichweite wird durch eine datengetriebene Mid-Funnel-Kampagne verlängert: Über Native-, Social- und Display-Formate werden Video-Viewer erneut angesprochen, um das Interesse systematisch zu vertiefen und zur aktiven Auseinandersetzung mit der Marke zu führen.

AVIV Germany GmbH  
Ostendstraße 113  
90482 Nürnberg

**Pressekontakt:**  
Barbara Schmid  
+49 911 520 25-808

presse@immowelt.de

[www.x.com/immowelt](http://www.x.com/immowelt)  
[www.facebook.com/immowelt](http://www.facebook.com/immowelt)

Die Spots zur neuen immowelt Markenkampagne:

- [Spot 1 mit Pärchen auf YouTube](#)
- [Spot 2 mit Familie auf YouTube](#)

[Eine Auswahl an Fotomotiven und Visualisierungen zur neuen Kampagne finden Sie hier zum Download.](#)

## **Credits & Partner immowelt Kampagne „Irgendwie, irgendwo, irgendwas“:**

Managing Director: Theo Mseka, CEO immowelt

Marketing Director: Frida Elisson, CMO immowelt

Marketing Lead: Claudia Hübner, Head of B2C Marketing immowelt

Agentur: KNSK Berlin

Executive Creative Director: Stefan Amtmann

Creative Director: Sho Palms

Director Digital Marketing: Jana Schäfer

Post-Production: Emma Humme, Bella Da Silva, Joscha Brinkmann, Clovis Braun

Produktion: Simon&Paul Film Hamburg

Regie: Ezra Hurwitz

Musik: EightSix

Media-Agentur: DeepMedia Technologies

B2B-Agentur: nyce

Social-Media-Agentur: Attractive Media

PR-Agentur: KIMKOM

[Eine Auswahl an druckfähigen Fotos von Theo Mseka und Frida Elisson steht hier zum Download bereit.](#)

Diese und andere Pressemitteilungen von immowelt.de finden Sie in unserem [Pressebereich](#).

## **Über immowelt:**

Das Immobilienportal immowelt.de ist einer der führenden Online-Marktplätze für Miet- und Kaufimmobilien in Deutschland. Die Plattform bringt seit über 30 Jahren erfolgreich Eigentümer, Immobilienprofis und Suchende zusammen. Die immowelt Mission ist es,

AVIV Germany GmbH  
Ostendstraße 113  
90482 Nürnberg

**Pressekontakt:**  
Barbara Schmid  
+49 911 520 25-808

[presse@immowelt.de](mailto:presse@immowelt.de)

[www.x.com/immowelt](http://www.x.com/immowelt)  
[www.facebook.com/immowelt](http://www.facebook.com/immowelt)

# PRESSEMITTEILUNG



künftig alle Schritte der Immobilientransaktion zu digitalisieren, um diese für alle Beteiligten so unkompliziert und einfach wie möglich zu gestalten. immowelt unterstützt mit datengestützten Services die unkomplizierte Suche nach einer Mietwohnung, die effektive Vermarktung einer Immobilie und maßgeschneiderte Finanzierungen der eigenen vier Wände. Dank jahrzehntelanger Erfahrung und breitem Immobilien-Know-how kreiert immowelt so das perfekte Erfolgserlebnis für Mieter und Vermieter, Immobilienprofis, Immobilieneigentümer und Käufer.

Betrieben wird immowelt.de von der AVIV Germany GmbH, die zur AVIV Group gehört, einem der größten digitalen Immobilien-Tech-Unternehmen der Welt.

AVIV Germany GmbH  
Ostendstraße 113  
90482 Nürnberg

**Pressekontakt:**  
Barbara Schmid  
+49 911 520 25-808

[presse@immowelt.de](mailto:presse@immowelt.de)

[www.x.com/immowelt](https://www.x.com/immowelt)  
[www.facebook.com/immowelt](https://www.facebook.com/immowelt)