

Nadja Parpart | 15.5.2024

Purpose to the People: Warum JobRad auf (D)OOH setzt



Ein Purpose Brand der ersten Stunde

Kennen Sie JobRad?



2008

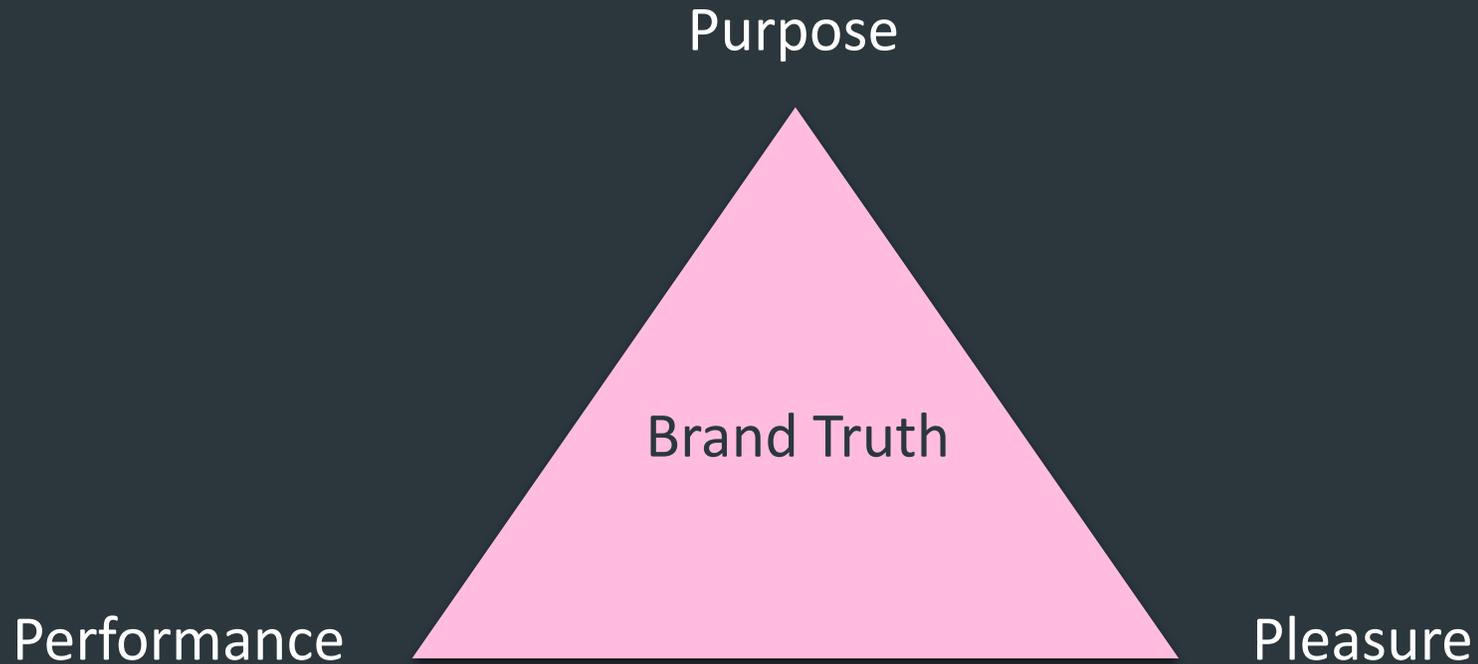
Ulrich Prediger soll einen Dienstwagen bekommen, möchte aber lieber ein Dienstfahrrad – die Idee des Dienstradleasings wird geboren

2024

JobRad ist Marktführer im Dienstradleasing - und möchte das Fahrrad in den Alltag der Menschen bringen.

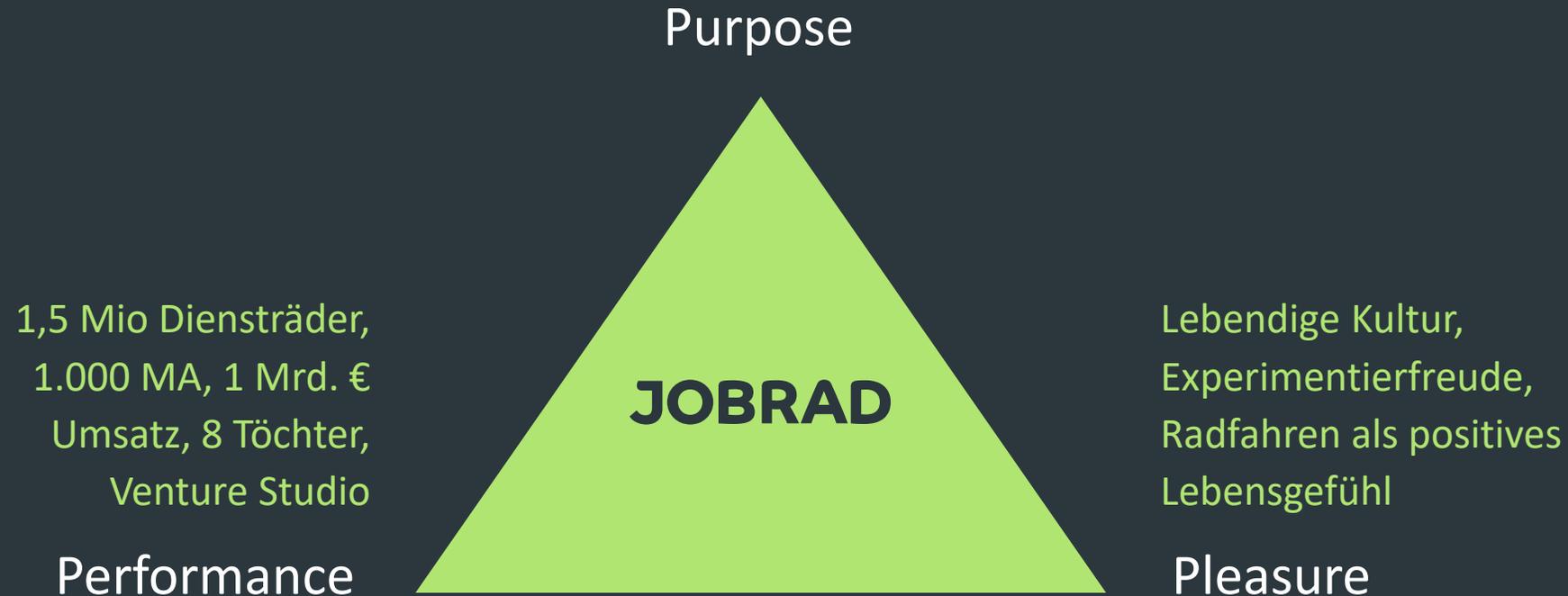
Mit JobRad entdecken Sie das Radfahren neu.

Der Brand Purpose hat sich in der Forschung etabliert



Im Purpose wurzelt die Magie der Marke JobRad

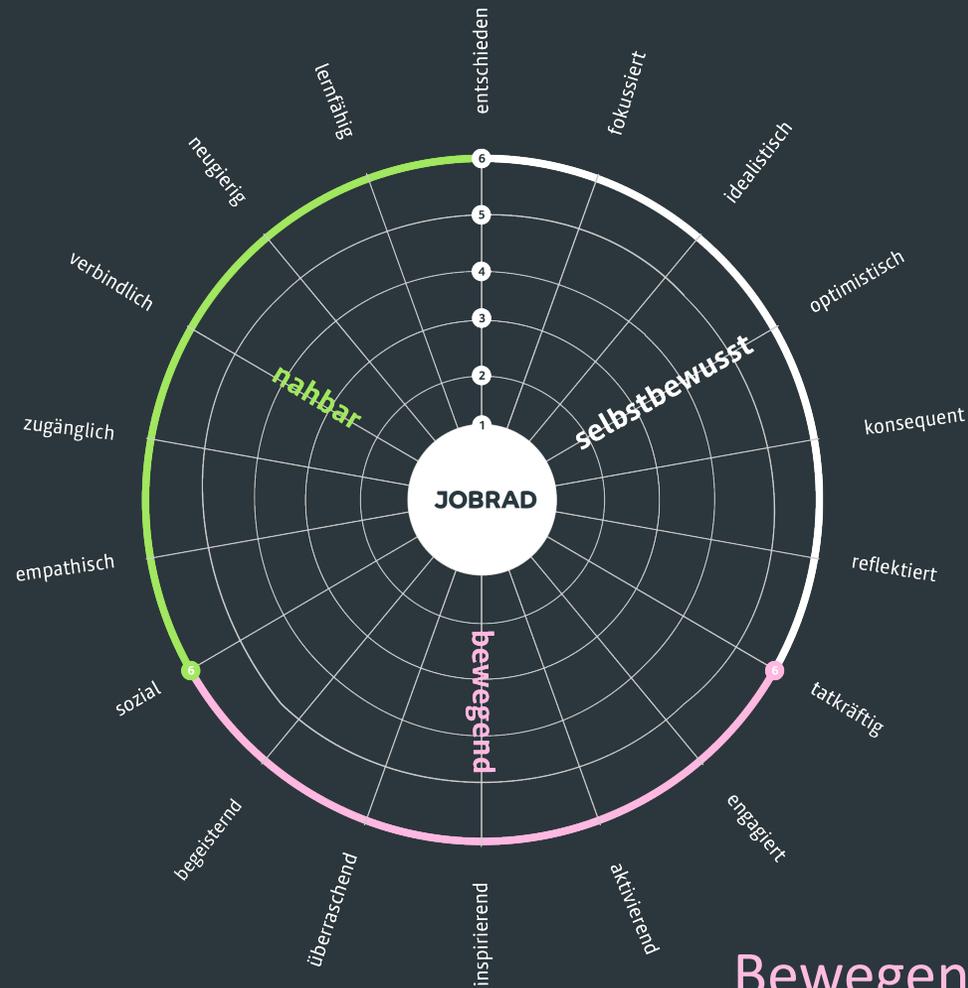
Vom Dienstrad zur Alltagsmobilität:
JobRad erfindet das Radfahren neu



Wie kommuniziert man einen Purpose?

Die Markenwerte weisen uns den Weg

Nahbar
in Begegnung und Dialog



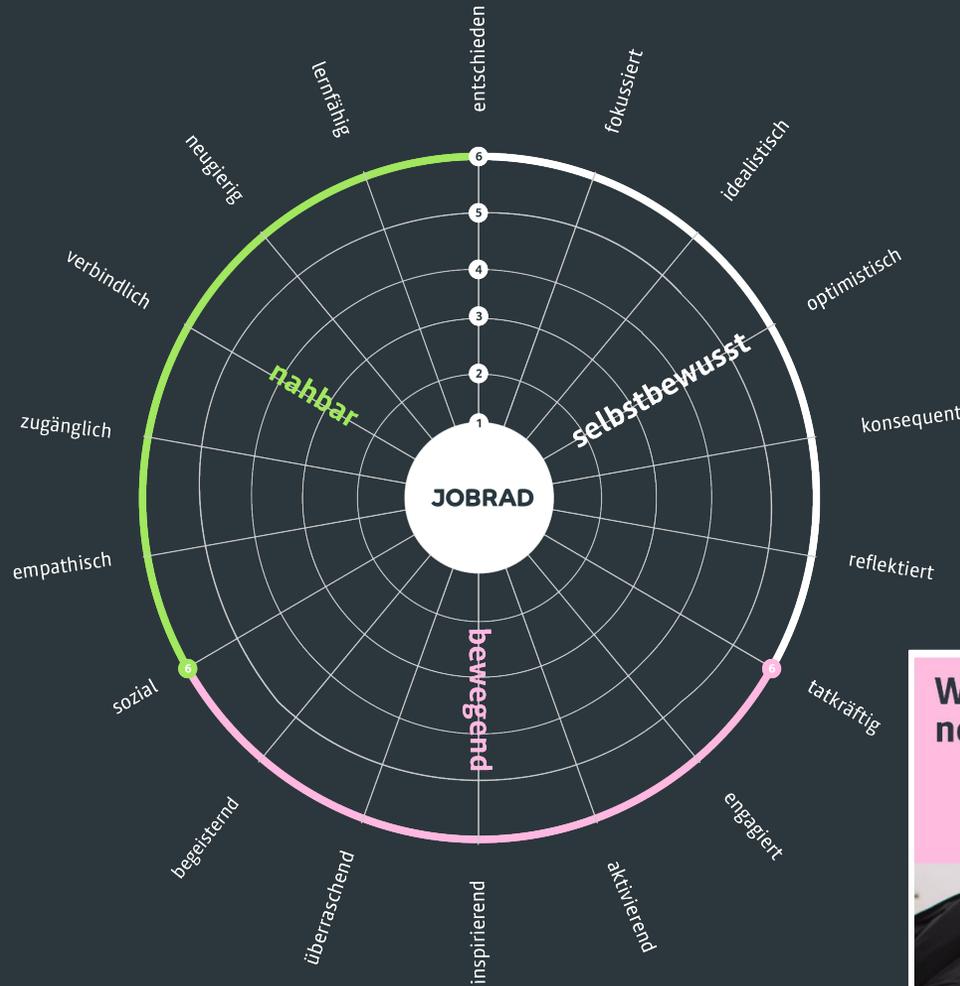
Selbstbewusst
in Größe und Gestaltungsanspruch

Bewegend
In der Vision für neue Mobilität

Kreativer Ausdruck: Klarheit, Leichtigkeit, Wärme



Live-Begegnungen
Persönlicher Kontakt und
Austausch



1.500.000

JobRäder

haben wir bereits auf die Straße gebracht. Und täglich werden es mehr.

Klarheit der Zahlen & Fakten
Informationsvisualisierung

Was bewegt dich
noch, Alexandra?



Leichtigkeit im
Erleben
Inspirieren mit
Geschichten



Beim Rollout 2023 ging es um den Kern unserer Erzählung

JobRad macht **Mobilität** –
und hat schon rund 1,5 Millionen Menschen ein Dienstrad verschafft.

JobRad macht **Zukunft** –
und entwickelt mit über 1.000 Mitarbeitenden heute die Mobilitätslösungen von morgen.

Das machen wir aus **Leidenschaft** –
weil wir davon überzeugt sind, dass jeder Mensch das perfekte Rad fahren sollte.

Die erste Kampagne setzt den Ton

Eine nationale Kampagne für das Fahrrad



Auf zwei Rädern
zurück in die Zukunft.
Dein Fahrrad.

So einfach geht JobRad

JOBRAD



Die besten Fahrzeuge
werden mit Frühstück betrieben.
Dein Fahrrad.

So einfach geht JobRad

JOBRAD



Die Zukunft der Mobilität
steht in deinem Keller.
Dein Fahrrad.

So einfach geht JobRad

JOBRAD



Endlich mal ein Pick-up
mit sparsamem Verbrauch.
Dein Fahrrad.

So einfach geht JobRad

JOBRAD

Media-Briefing: Die Idee soll in der Breite zünden

Zielgruppe

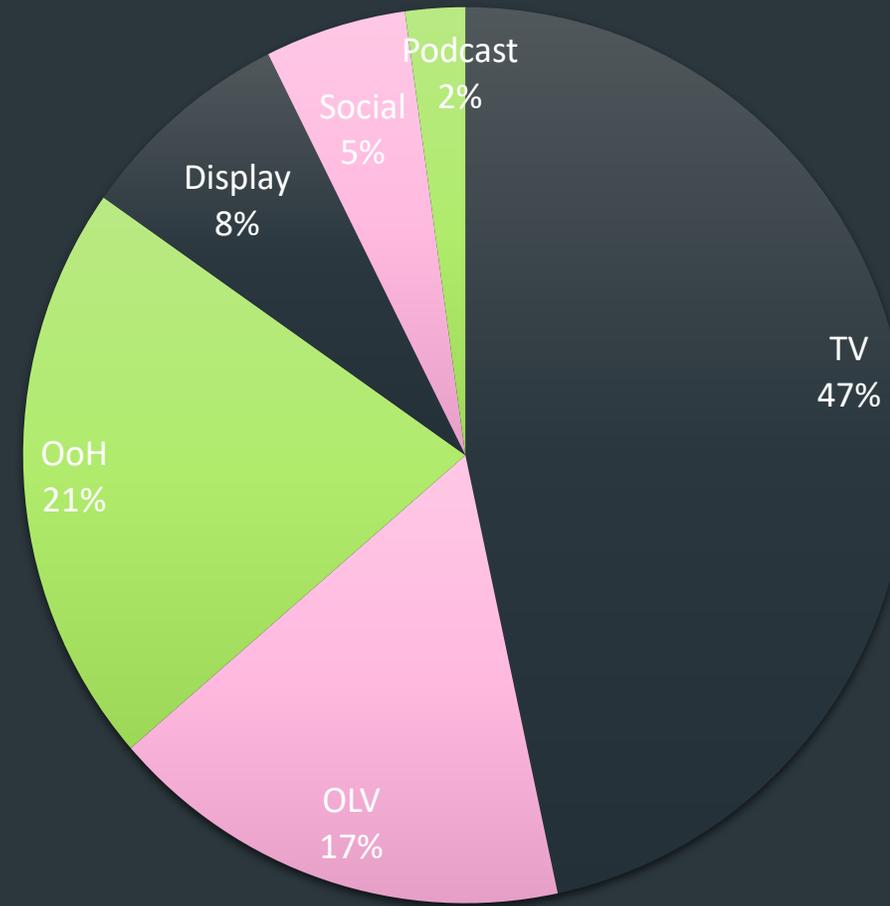
Erwerbstätige in Deutschland
von 18-59 Jahren

Ziel

Steigerung der
Markenbekanntheit

Budget

7 M€



Media-Mix
in % vom Budget

TV OLV OoH Display Social Podcast

Media-Ergebnis: Ein Booster für unsere Bekanntheit

+35%

Gestützte Markenbekanntheit

+35%

Relevant Set

+37%

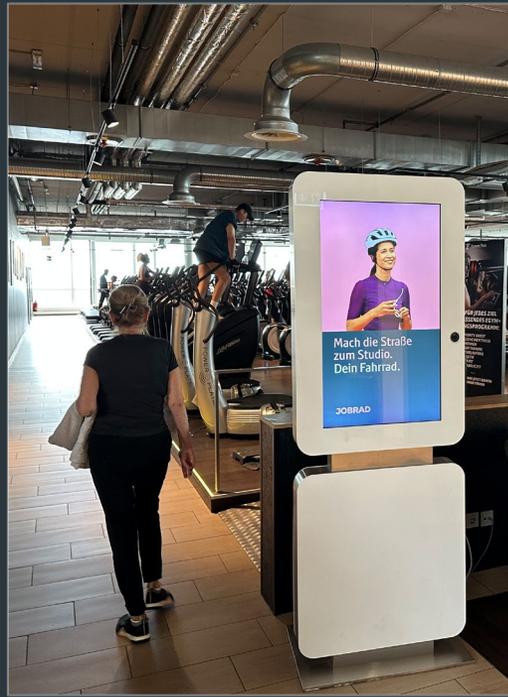
First Choice

(D)OOH bringt den Purpose in den Raum

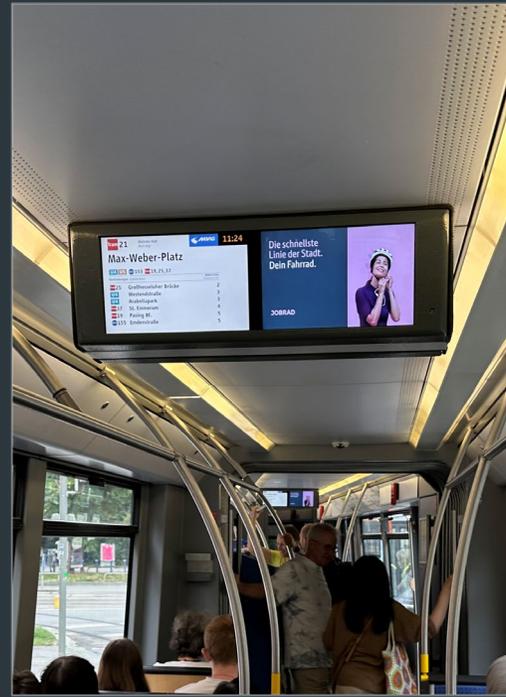
(D)OOH schafft einprägsame Begegnungen im Alltag



Bsp. Flughafen



Bsp. Fitness-Studio

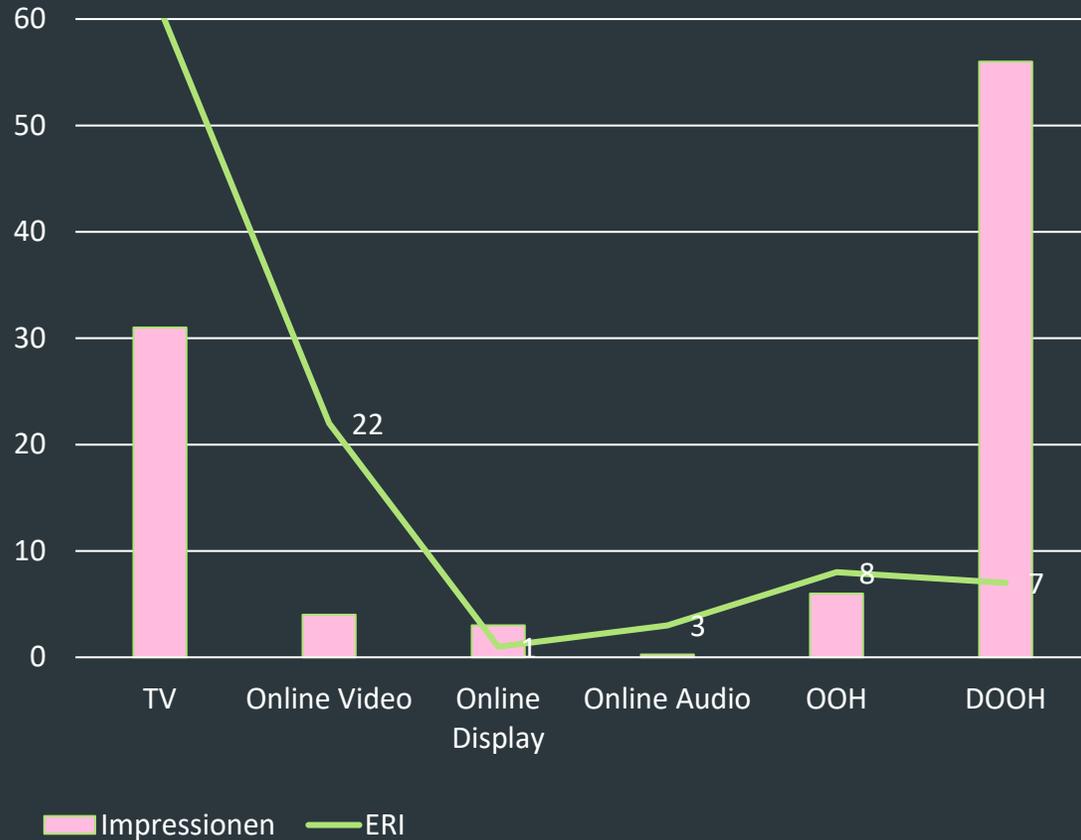


Bsp. Straßenbahn

JobRad bringt das Thema Fahrrad in räumliche Kontexte, die mit Mobilität zu tun haben

Im von Reizüberflutung geprägten Alltag schaffen wir Momente des Innehaltens - mit Botschaften, die positiv berühren

Die Magie des (D)OOH ist messbar



Die Daten sprechen für sich:
(D)OOH wirkt

Hohe Reichweite, weniger CO2:
Das überzeugt uns

(D)OOH ist zu JobRad gekommen,
um zu bleiben

So weit, so gut. Und jetzt?

Damit sind wir zufrieden:

Wir haben das Fahrrad auf die Bühne gebracht.

Wir haben Aufmerksamkeit gefunden.

Wir haben CO2 eingespart.

Wir haben die Außenwerbung für uns entdeckt.

Das bewegt uns jetzt:

Wie wir das nächste Kapitel aufschlagen.

Wir wollen Kampagne, aber auch Kontroverse.

Konsequenter werden und Ziele setzen.

Nahbar bleiben. Neue Ideen ausprobieren.

Take-Away

(D)OOH ist transformativ – nicht nur für JobRad

Bringt den **Purpose** zu den Menschen -
Zündet die Magie der Marke

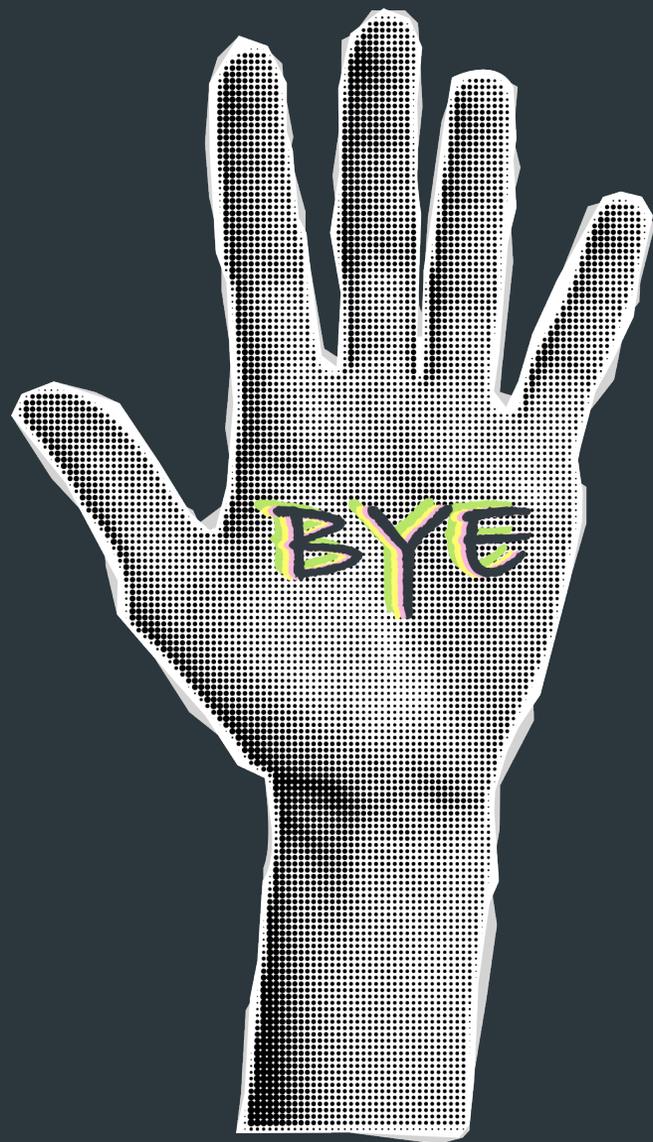


Messbare **Performance** –
Mehr Reichweite, weniger CO2

Ermöglicht **Pleasure** – Momente der
Lebensfreude und Inspiration

**Relevanz und Resonanz:
Perspektiven für mehr Nachhaltigkeit im Marketing**

Vielen Dank!



nadja.parpert@jobrad.org