

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen

Ergo Direkt setzt TV-Experiment fort

Der Versicherer Ergo Direkt zeigt die Fortsetzung der Kampagne „Innovations-Labor“ im Fernsehen. Auch in der zweiten Folge, in der erneut der Vorstandsvorsitzende des Unternehmens Peter M. Endres mitspielt, geht ein Experiment schief.

Die Forscher in dem Spot tüfteln an ihrer Erfindung, einem Telefon mit Untersuchungsfunktion, das Arztbesuche überflüssig machen soll. Der Plan funktioniert nicht, doch er inspiriert in dem Werbefilm den Vorstandsvorsitzenden getreu dem Motto „Aber die Idee ist gut“ zu einem Sofort-Zusage-Check am Telefon. Kunden, die eine Risiko-Lebensversicherung abschließen wollen, können damit alle Gesundheitsfragen telefonisch klären und erhalten direkt eine Zusage.

Sparkasse Leipzig macht Firmenkunden zu Testimonials

Mit einer Imagekampagne in der regionalen Presse und online wendet sich die Sparkasse Leipzig seit Anfang September an ihre Firmenkunden. In einer ersten Staffel treten mit den Stadtwerken Leipzig, dem Radiounternehmen Regiocast, dem Reiseveranstalter LMX Touristik, dem Frauensportclub Mrs. Sporty, dem Kartoffelhof Lienig und dem Backhaus Hennig sechs Unternehmen ganz unterschiedlicher Größe und aus ganz verschiedenen Branchen als Testimonials. Das Unternehmens- und Firmenkundengeschäft der Sparkasse firmiert seit 1. September 2011 unter der gemeinsamen Marke S Firmenkunden. Design und Umsetzung der Kampagne lieferte die Leipziger Agentur Origo.

Fünffacher Rudi Völler tritt für Payback auf

In der Herbstkampagne des Bonusprogramms Payback tritt der frühere Bundestrainer Rudi Völler – mit der humorvollen Bezugnahme auf die Fußballer-Hymne „Es gibt nur einen Rudi Völler...“ – gleich fünfmal auf. In drei kurzen Spots taucht das



Testimonial jeweils im Fünferpack auf, etwa auf einer Payback-Presskonferenz, während der er sich selbst die Hand schüttelt beziehungsweise seinem Pendant das Namensschild klaut. Payback bewarb mit den Spots im September seine „Fünffach-Punkte-Wochen“. Die Idee stammt von der Hamburger Agentur Nordpol.

Sparkassen fördern die Staatlichen Museen zu Berlin

Mit einer zunächst auf drei Jahre angelegten Kooperation wird die Sparkassen-Finanzgruppe, vertreten durch Berliner Sparkasse, die Deka-Bank und den Sparkassen-Kulturfonds des DSGV, zum Hauptförderer der Staatlichen Museen zu Berlin. Die Finanzgruppe unterstützt einzelne Ausstellungen wie beispielsweise „Der geteilte Himmel. 1945-1968. Die Sammlung. Neue Nationalgalerie“ ab November 2011. Andererseits soll auch eine verstärkte Au-

endarstellung der Museen insgesamt im Fokus der Partnerschaft stehen.

VR Leasing veranstaltet Lauf für Mukoviszidose-Kranke

Beim dritten Charity-Lauf der VR Leasing haben Beschäftigte und deren Sponsoren insgesamt 50 000 Euro erlaufen und gespendet. Der Erlös kommt Mukoviszidose-Kranken am Frankfurter Christiane Herzog CF-Zentrum zugute.

ING-Diba mit Facebook-Kampagne

Die ING-Diba hat im August einen eigenen Youtube-Kanal gestartet. Für dessen Start wurden fünf „Diba Dingsbums“-Videos gedreht, in denen vier- bis achtjährige Kinder Bankbegriffe umschreiben und damit be-



weisen sollen, dass Banking kinderleicht sein kann. Die Spots sind auch über die Website der Direktbank sowie ihre Facebook-Seite abrufbar.

Gesellschaftliches Engagement der Genossenschaftsbanken

Im vergangenen Jahr hat die genossenschaftliche Finanzgruppe insgesamt 136 Millionen Euro für ihr gesellschaftliches

Engagement ausgegeben. 84 Millionen Euro sind durch Volksbanken, Raiffeisenbanken und andere Genossenschaftsbanken gespendet worden. 32 Millionen Euro kamen durch Sponsoring den Menschen vor Ort zugute. Hinzu kamen weitere sieben Millionen Euro an Stiftungserträgen sowie 13 Millionen Euro an geldwerten Serviceleistungen.

VTB Direktbank sponsert Löwen Frankfurt

Die erst im April 2001 in den deutschen Markt eingetretene VTB Direktbank hat am 17. August 2011 eine Sponsoringpartnerschaft mit dem Eishockey-Club Löwen Frankfurt für die Saison 2011/2012 gestartet. Die deutsche Zweigniederlassung der VTB Bank Austria AG, die wiederum der russischen VTB Bank gehört, wird mit einem Logo auf dem Rücken der Spielertrikots sowie weiteren Flächen in der Eissporthalle Frankfurt Präsenz zeigen. Im Rahmen dieses Sponsorings hat die Bank zudem eine dreijährige Patenschaft für den Löwen Kashi im Frankfurter Zoo übernommen. Der frühere Eishockey-Verein Frankfurt Lions befindet sich derzeit im Insolvenzverfahren. Der Stammverein setzt nun unter dem Namen Löwen Frankfurt den Spielbetrieb in der Regionalliga West fort.

Ergo kooperiert mit Radiosender Big FM

Der Versicherer Ergo hat eine Marketing-Partnerschaft mit Big FM, dem privaten Radiosender von Axel Springer und der RTL Gruppe, abgeschlossen. Das Düsseldorfer Unternehmen wird künftig im Rahmen der auf ein Jahr angelegten Zusammenarbeit an der Show „Around the world“ mitwirken: Eine 29-Jährige Hörerin des Senders wird die Welt bereisen, ihre Erlebnisse werden im Radioprogramm ebenso wie im täglichen Blog und auf Facebook verwertet. Die Big-FM-Community stimmt jeweils darüber ab, wohin die Hauptperson als nächstes reist und welche Abenteuer

bigSicher

Wenn man ein Jahr lang um die Welt reist, dann sollte man richtig gut absichert sein.

Damit Kathrin sich unterwegs keinen großen Kopf machen muss, haben wir sie richtig gut versichert - über unsere Freunde von der ERGO...

ERV

Der Reiseversicherer der ERGO

sie dabei bestehen soll. An dieser Stelle kommt der Versicherer ins Spiel. Für die Show wurde ein Produktpaket kreiert, in dem Auslandskrankenversicherung, Kfz-Haftpflichtversicherung und Unfallversicherung enthalten sind. Ziel der Ergo ist es, eine junge Zielgruppe anzusprechen und ihr abstrakte Versicherungsleistungen näher zu bringen.

Helvetia unterstützt FIS Skilanglauf-Weltcup

Die Helvetia Versicherung wird ab der kommenden Wintersaison 2011/2012 Premium-Sponsorin des Langlauf-Wettbewerbes FIS Cross-Country World Cup. Der Langlauf-Weltcup findet seit 1981 statt und umfasst für Frauen und Männer jeweils vier Disziplinen. Der Versicherer präsentiert sich ab der kommenden Saison an insgesamt 76 Rennen in elf Ländern.

ING-Diba verlängert Basketball-Sponsoring

Die ING-Diba hat im August die Verlängerung der seit acht Jahren bestehenden Sponsoring-Verträge mit dem Deutschen

Basketball-Bund bekannt gegeben, die alle Bereiche des deutschen Basketballs abdecken. Die Direktbank ist damit bis zum 30. September 2015 Hauptsponsor des DBB und setzt in der Werbung weiterhin auf die Basketball-Nationalmannschaften.

Zeitgleich wurde der Vertrag mit dem Basketball-Nationalspieler Dirk Nowitzki verlängert, der weiterhin als Testimonial für die Bank auftreten wird.

Europ Assistance führt Volleyball-Sponsoring fort

Die Europ Assistance Versicherungs-AG, ein Unternehmen der Generali Gruppe, hat ihre Kooperation mit dem Volleyball-Bundesligisten Generali Haching verlängert. Das Unternehmen wird künftig nicht nur bei den Bundesligaspielen, sondern auch bei den Begegnungen im DVV Pokal und im Europapokal werblich präsent sein.

Vergleichsportal Transpareo engagiert Agentur Hello

Die Münchener Agentur Hello ist zukünftig für den Markenaufbau, das Corporate Design sowie die Werbung des Vergleichsportals Transpareo verantwortlich. Der Start einer neuen Kampagne ist für den November dieses Jahres geplant. Bei dem Portal, das eine Marke der Aspect Online AG ist, sind vor wenigen Monaten die Versicherungsunternehmen HUK Coburg, HDI Direkt und WGV als Anteilseigner eingestiegen.

Pitch um Online-Etat der KfW entschieden

In einem einjährigen Pitch um den Online-Etat der KfW Bankengruppe hat sich die Bad Homburger Agentur Syzygy durchgesetzt und wird damit zur digitalen Leadagentur der Förderbank, die bisher keinen festen Agenturpartner für die digitale Kommunikation hatte. Die Agentur ist unter anderem für Suchmaschinenoptimierung

sowie Konzeption und Gestaltung von Kampagnen, Websites und digitalen Services verantwortlich. Die klassischen Maßnahmen der KfW verantwortet seit vier Jahren Serviceplan.

BVDW tritt ZAW bei

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Düsseldorf, ist dem ZAW Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft, Berlin, beigetreten. Der Beitritt erfolgt im Zusammenhang mit dem Aufbau der geplanten Selbstregulierung der deutschen Online-Werbebranche, die unter dem Dach des ZAW angesiedelt werden soll (siehe bank und markt 8/2011, Seite 15).

Saatchi & Saatchi gewinnt Union Investment

Die Frankfurter Agentur Saatchi & Saatchi hat nach einem Pitch den Etat für die Garantiefonds-Kampagne 2012 der Union Investment gewonnen. In der integrierten Kampagne soll die Marktführerschaft der Fondsgesellschaft des genossenschaftlichen Finanzverbundes im Bereich der Garantiefonds herausgestellt werden. Stammagentur für die Dachmarkenkommunikation der Union Investment bleibt KNSK in Hamburg.

Brawand Rieken wird für Gothaer aktiv

Die Hamburger Agentur Brawand Rieken hat bei einem Pitch den Etat der Gothaer Versicherung gewonnen. Sie setzte sich gegen den bisherigen Etathalter MC Cann Erickson, Hamburg, durch. Der Etat umfasst die strategische Markenberatung und Markenkommunikation des Versicherers. Als Leadagentur wird Brawand Rieken die für das Frühjahr geplante klassische Werbung mit Schwerpunkt TV verantworten. Der Mediaetat bleibt bei Mediacom, Düsseldorf, um Online-Media kümmert sich Mediascale, München.