

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen

Volksbanken setzen Kunden ins Bild

Im Rahmen ihrer „Antriebs“-Kampagne schalten die Volks- und Raiffeisenbanken mit ihrer Agentur Heimat seit Ende Oktober vier neue Spots, in denen Menschen gewürdigt werden, die mit Hilfe ihrer Bank Großes geleistet haben: die Hotelunternehmer Malte und Virginia Karau, Roland Mack, der Geschäftsführer des Europa-Park Rust, Autohaus- und Immobilienmanager Hermann Hankemeier sowie Klaus Heinz, der Geschäftsführer und Gründer des Lautsprecheranbieters Adam Audio. Thematisiert werden aber auch die Lebensträumer weniger prominenter Kunden, die sich beispielsweise ein Traumhaus wünschen.

Das Besondere an der Kampagne: Im Rahmen dieses Auftritts werden die Kunden auf drei mal drei Metern großen Gemälden verewigt, die wichtige Meilensteine, Schwierigkeiten und Ent-



scheidungen auf dem Lebensweg der Betroffenen abbilden.

DKB verlängert Reitsport-Sponsoring

Die Deutsche Kreditbank AG, Berlin, hat am 1. November dieses Jahres die Verlängerung ihres Engagements im Reitsport bekannt gegeben. Die DKB werde auch in den kommenden zwei Jahren 2014 und 2015 größter Sponsor im internationalen Reitsport in Deutschland bleiben. Die Direktbank engagiert sich bereits seit 2007 im Pferdesport, damals zunächst bei den Deutschen Meisterschaften in Gera. In der Folge kamen Sponsoring-Engagements bei den internationalen Turnieren unter anderem in Hamburg, Neustadt-Dosse, Redefin, München und Gera, bei den DKB Bundeschampionaten in Warendorf und in Form des Titelsponsorings der DKB-Riders Tour hinzu. Sportliche Botschafter der Bank im Reitsport sind mit Holger

Wulschner und Lars Nieberg zwei international erfolgreiche Springreiter.

Gary Player wird Markenbotschafter für Berenberg

Die Joh. Berenberg, Gossler & Co. KG, Hamburg, hat Golfkone Gary Player als neuen weltweiten Markenbotschafter gewonnen. Anfang November wurde eine dreijährige Partnerschaft unterzeichnet. Mit dem Sponsoring will die Privatbank die Wahrnehmung der Marke Berenberg auch international weiter erhöhen. Gary Player war bereits während der vergangenen vier Jahre Botschafter der Berenberg Masters und im vergangenen Jahr Hauptsponsor des Charity-Golfturniers Gary Player Invitation in England. Seit Anfang 2013 hat



die Bank mit Branden Grace darüber hinaus einen weiteren Markenbotschafter im Profi-Golf.

DEVK mit neuem Programm-Sponsoring

Im Rahmen ihrer neuen Markenkampagne mit dem Claim „Gesagt. Getan. Geholfen.“ haben die DEVK Versicherungen mit ihrer Agentur Grabarz & Partner auch ihr Programmsponsoring auf Kabel Eins überar-



beitet. In den neuen Trailern wird das Markenversprechen mit vier unterschiedlichen Filmszenen humorvoll inszeniert: einem Actionfilm, einem Zombiefilm, einem Science-Fiction-Film und einem Monsterfilm mit Dinosaurier. In jedem Spot wird etwas beschädigt – und umgehend von einem DEVK-Mitarbeiter wieder ersetzt. So wird beispielsweise in dem Science-Fiction-Spot ein Fernseher von einer Laserpistole ato-



miert; gleich darauf erscheint ein DEVK-Mitarbeiter mit einem neuen Gerät.

Fidelity mit neuer Agentur

Die Investmentgesellschaft Fidelity hat sich nach einem Pitch sowie einem Kampagnen-Pretest für die Frankfurter Agentur Damm & Bierbaum entschieden. Auftaktprojekt für die Zusammenarbeit ist die deutschlandweite Kampagne für den Rentenfonds Fidelity Rentenanlage Klassik.

Fidor Bank will neue Zielgruppen ansprechen

Mit verstärkter Werbung im Jahr 2014 will die Fidor Bank weiter wachsen. Dabei will die Bank den reinen Social-Media-Kontext verlassen und eine breitere Zielgruppe ansprechen. Vier neue Werbespots des Regisseurs Hondo Ratkovic sollen dazu die zukunftsweisende Fidor Bank auf amüsante Weise mit den Standardangeboten von Filialbanken vergleichen. Die Kreation stammt von der österreichischen Werbeagentur Alpenglühn mit Sitz in Inzell. Eini-



ge Screenshots hat die Bank bereits vorab veröffentlicht.

Neuer Claim für die Börse Frankfurt

Die Deutsche Börse hat zum 1. November den Außenauftritt der Börse Frankfurt erneuert. Unter anderem wurde ein neues Logo für den Handelsplatz eingeführt. Der zugehörige neue Markenclaim lautet: „Frankfurt. Mein Platz zum Handeln.“