



Printanzeigen

Weltwerk für Top-1.000

Top-1.000 Unternehmen wollen bei Finanzdienstleistungen mehr. Ein Netzwerk reicht nicht. Daher bietet die Raiffeisen Zentralbank ein stabiles Weltwerk.

Das Wohnzimmer der Raiffeisen Zentralbank (RZB) heißt CEE. Der blühende Garten davor sind die weltweiten Märkte. Diese auffälligen und impactstarken Printsujets im „Standard“ machten den Auftakt. Anschließend folgten produktspezifische Anzeigen und ein Direct Mailing für die gezielte Kundenansprache durch den Vertrieb. Besonders das Neugeschäft in der Export- und Handelsfinanzierung sollte durch die Fortsetzung der kontinuierlichen Markenkampagne „Meine Business-Bank“ weiter wachsen.

RZB versteht di whole world

Seit Jahren begleitet die RZB mit ihrer internationalen Strategie die größten heimischen Unternehmen im In- und Ausland. Ein Engagement, das sich auszahlt. Denn die RZB gehört zu den führenden Kommerz- und In-

vestmentbanken Österreichs. Zusätzlichen Schub im B2B-Segment verlieh die neue Kampagne von CCP,Heye.

Abkürzung zum Erfolg

Im harten Wettbewerb um die Top-1000-Finanzentscheider verbuchten RZB und CCP,Heye große Erfolge. Die Direct Mailings erzielten eine hervorragende Rücklaufquote: 14 % Folgetermine in der Exportfinanzierung, 19 % bei den Handelsfinanzierungen. Als Folge wuchs das Neugeschäft in der Exportfinanzierung um 39,8 %, bei den Handelsfinanzierungen gar um 48 %. Der Gewinn vor Steuern im Bereich Corporate Customers stieg um 50 %. Damit ist klar - die RZB versteht ihr Business! ■

BEWORBENES PRODUKT:
Business to Business
Finanzdienstleistung

CREDITS

Auftraggeber:
Raiffeisen Zentralbank Österreich

Kommunikationsleitung:
Dr. Leodegar Pruschak, Diana Zack,
Wolfgang Nagy

Agentur: CCP,Heye

Kontakt: Sabine Schwarzböck,
Cornelia Ruschka

Kreation: Michael Huber,
Thomas Riegler, Gabriel Diakowski,
Romain Berthet

Mediaagentur: MindShare

FACTS

Kommunikationsbudget:
2,05 Millionen Euro

Zielgruppe: österreichische
Top-1.000 Unternehmen

Mediamix: Print

**Gewinn vor Steuern im Bereich
Corporate Customers:**
848 Millionen Euro (+50 %)

**Kosten in Euro pro Million
Bilanzsumme:** -11,3 %

