

**BRONZE****KATEGORIE: Finanzdienstleistungen****BEWORBENES PRODUKT:**

Volksbank

**CREDITS****Auftraggeber:** Volksbank Gruppe**Kommunikationsleitung:** Kurt Kaiser**Agentur:** Demner, Merlicek & Bergmann**Kontakt:** Mag. Elisabeth Trimmel, Eva-Maria Schwan, Moana Merzel (Bild)**Kreation:** Mariusz Jan Demner, Mag. Gerda Reichl-Schebesta, Mag. Bernhard Graf, Barbara Eisenhauer, Alistair Thompson**Mediaagentur:** Medial**Mediastrategie:** Markus Kienberger, Brigitte Haumer, Christine Nemeth**FACTS****Kommunikationsbudget:**

4,66 Millionen Euro

Schaltzeitraum:

Mai bis Juli, September bis Oktober, Dezember

Zielgruppe: Menschen aus dem Unterhaltungs- und dem Harmonie-Milieu**Mediamix:** Print, TV, Radio, Online**Konzernjahresüberschuss:**

219,7 Millionen Euro (+41,6 %)

Wohnraumkredite: +11,9 %

TV-Spot



Mit V wie Flügel

Am freiesten ist der Mensch in seinen Träumen. Die Volksbank als Partner verleiht diesen Träumen Flügel - und macht sie dadurch wahr.

Auf einer Landstraße fährt ein junger Mann am Fahrrad. Plötzlich überholt ihn ein alter Käfer mit zwei fischen Frauen. Eine der beiden gibt ihm einen Klaps und der Radfahrer stürzt beinahe. Er öffnet vorsichtig seine Hände ... und das Volksbank-Logo fliegt heraus ... und komplettiert einen flotten Sportwagen, der aus lauter Volksbank-Logos besteht. Der junge Mann lässt sein klappriges Fahrrad stehen, steigt in den heißen Schlitten und düst den beiden Mädels hinterher. Aber nicht nur er, ganz Österreich ...

... fängt jetzt seine Träume ein

Im Rahmen des neuen Dachmarkenauftritts positionierte Demner, Merlicek & Bergmann die Volksbank Gruppe erfolgreich als dynamische

Bank. Durch die überraschende und witzige Kampagne stieg die spontane Bekanntheit der Volksbank um 17,8 %. Und der neue Slogan „Volksbank. Mit V wie Flügel“ erreichte binnen Kürze luftige Höhen: Verglichen mit den etablierten Slogans der wichtigsten Mitbewerber schaffte der neue Volksbank-Slogan bereits nach acht Monaten mit 36 % Bekanntheit einen fast gleich hohen Wert.

Beflügelte Produkte

Die in der Kampagne beworbenen Produkte legten ebenfalls kräftig zu. Die Volksbank Wohnraumkredite wuchsen um 67 %. Der Verkauf des Veranlagungsprodukts Spargarant stieg gar um 141,3 % auf mehr als 77.700 Stück. So ist das eben: Volksbank. Mit V wie Flügel. ■