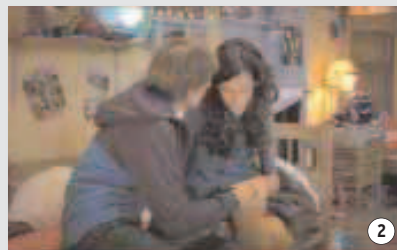


KATEGORIE: Finanzdienstleistungen

GOLD



TV-Spot

Live Your Dreams

Nur der ist wirklich arm, der keine Träume hat. Bei der Erfüllung der geheimsten Wünsche hilft die Volksbank.

Ski-As Gregor Schlierenzauer hat eine Freundin! Über diese Meldung würde sich jedes Klatschblatt freuen. Zu sehen ist das Tete-a-Tete im Werbespot der Volksbank. Doch bevor es zum lang ersehnten Kuss kommt, merken die beiden, dass sie nicht alleine sind. Nur eine Armlänge entfernt hockt der Rest der ÖSV „Superadler“ auf ihren Stockbetten und beobachtet die beiden. So ergreift die hübsche Unbekannte schließlich die Flucht - und Schlierenzauer wird klar: Eine eigene Wohnung muss her!

Volksbank verleiht den Träumen Flügel

Die Volksbank liefert mit ihrem Wohntraumkredit die passende Basis dafür. Im Rahmen einer neuen Markenpositionierung wurden mit dem Wohntraumkredit und dem Thema Veranlagen und Vorsorgen (Spargarant/Fondsparen) neue Werthaltungen in der Produktpolitik umgesetzt. Gleichzeitig sollte die

neue dynamische Haltung der Volksbank durch die Einbindung der österreichischen Skispringer signalisiert werden.

Mit beiden Beinen fest in den Wolken

2008 war ein turbulentes Jahr für das Finanzwesen. Auf das Highlight der Fußball-Europameisterschaft folgte kurz darauf die Finanzkrise. Trotz der erschwerten Markenbedingungen wurde „Volksbank. Mit V wie Flügel“ zum bekanntesten Bankenslogan 2008 in Österreich. Sein Bekanntheitsgrad schnellte innerhalb eines Jahres um 72 Prozentpunkte von 36 auf 62 Prozent. Auch die beworbenen Produkte verkaufen sich gut. Die Volksbank Wohntraumkredite wuchsen um 64,6 Prozent über dem Markt. Auch der Absatz von Spargarant-Produkten konnte 2008 trotz Finanzkrise um 1,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden. Somit steht der Volksbank wohl noch eine beflügelte Zukunft ins Haus.

BEWORBENES PRODUKT:
Volksbank



CREDITS

Auftraggeber: Volksbank, Österreichische Gemeinschaftswerbung

Kommunikationsleitung:
Kurt Kaiser

Agentur: Demner, Merlicek & Bergmann Werbeges.m.b.H.

Kontakt: Katharina Schmid (Foto), Moana Merzel, Michaela Kirschner

Kreation: Sebastian Kainz, Marion Schlipfing, Monika Prelec, Alistair Thompson, René Pichler, Florian Pfeifer

Mediaagentur: Media 1

Kontakt: Christina Schauer, Daniela Buzek

FACTS

Kommunikationsbudget:
3.900.000

Schaltzeitraum: Jän.-Dez. 2008

Zielgruppe: v. a. jüngere Konsumenten (neuer Kundenstock)

Mediamix: Print, TV, Internet

Bekanntheitsgrad Slogan „Mit V wie Flügel“: Steigerung um 72 Prozentpunkte von 36 % auf 62 %

Wohnbau-Schwerpunkt: um 64,6 % mehr Wohntraumkredite als am gesamten Markt

Veranlagung & Vorsorgen:

Steigerung von Spargarant-Produkten um 1,6 % (von 2007 auf 2008)

ORF
ENTERPRISE