

## Goldener Effie für Schwäbisch Hall

Für ihre aktuelle Werbekampagne ist der Bausparkasse Schwäbisch Hall vom Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) der goldene Effie, eine der bedeutendsten Marketing-Auszeichnung in Deutschland, verliehen worden. Die Jury würdigt damit die Idee der Visualisierung von Heimat. Mit Slogans wie „Du kaufst keinen Bausparvertrag. Du kaufst den wichtigsten Ort der Welt.“ sei es Deutschlands größter Einzelbausparkasse gelungen, ein Thema wie Bausparen emotional aufzuladen. Denn in der Kampagne wird die Idee „Heimat“ als ein Gefühl, das dem Bedürfnis nach Gemeinschaft, Sicherheit und Geborgenheit entspringt, vermittelt. Entwickelt wurde die Kampagne 2012 gemeinsam mit der Werbeagentur Ogilvy & Mather, die neben einem 45-sekündigen Image-Spot, einem 30-sekündigen TV-Spot sowie kurzen Produktsots, auch Anzei-

gen, Online- und Mobile-Werbemittel umfasst. Zudem wurden die rund 13 500 Geschäftsstellen der Genossenschaftsbanken, mit denen Schwäbisch Hall exklusiv zusammenarbeitet, mit Werbematerialien versorgt.

Mit der Kampagne wurde die Einführung des Tarifs „Fuchs Junge Leute“ zum 1. Juli 2012 begleitet, der bei Zuteilung nach mindestens sieben Jahren Sparzeit einen Bonus von bis zu 300 Euro und bei Darlehensverzicht eine Treueprämie von rund zwei Prozent jährlich bietet. Zwischen dem ersten und dem zweiten Halbjahr 2012 wuchs die Zahl der Neukunden um 75 Prozent. Bereits vier Mal war Schwäbisch Hall schon für den Effie nominiert. In den vergangenen zehn Jahren haben nur drei Finanzdienstleister die Auszeichnung in Gold erhalten. Red.