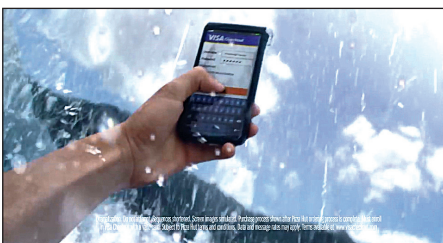


Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen

Visa: Zahlen in jeder Situation

In einer gewagten US-Kampagne wirbt Visa gemeinsam mit der Pizza-Kette Pizza-Hut für das mobile Online-Zahlverfahren Visa Checkout. Der Profi-Surfer Kolohe Andino bestellt sich in einem Spot auf See einige Pizzas. Während des Bezahlvor-



gangs surft er bereits auf einer Riesenwelle. Im „Abspann“ wird freilich darauf hingewiesen, dass dergleichen nicht zur Nachahmung zu empfehlen ist“.

Steffi Jones wirbt für die Allianz

Am 15. Oktober hat die Allianz eine medienübergreifende Kampagne zum Thema Altersvorsorge gestartet. Als Testimonial

fungiert die ehemalige Fußballnationalspielerin Steffi Jones. Im zentralen Film der Kampagne erzählt sie, dass sie sich lange Zeit keine Gedanken über ihre Altersvorsorge gemacht hat, und ruft den Zuschauer dazu auf, diesen Fehler zu vermeiden und früher als sie an die Zukunft zu denken.

Zusätzlich zu dem Film mit der Fußball-Weltmeisterin 2003 nehmen kurze Werbeeinspieler konkreten Bezug auf die jeweilige Sendung und fordern auf, jetzt aktiv zu werden. So werden beispielsweise Zuschauer von Kochsendungen in der Werbepause gefragt: „Appetit bekommen?“ und erhalten direkt den Hinweis, dass es auf allianz.de/zukunftplanen.de Rezepte für die Altersvorsorge gibt.

Die Adresse führt zu einem Online-Rechner, der nach wenigen Klicks zeigt, auf wie viel Geld man durch das Warten bei der Altersvorsorge verzichtet. Die Anwendung funktioniert auf Desktop-PC, Tablet oder Smartphone. Im Anschluss kann der Interessierte Informationen abrufen, sich den nächsten Allianz-Vertreter anzeigen lassen oder auf der Serviceplattform allianz-hilft.de online Fragen stellen.

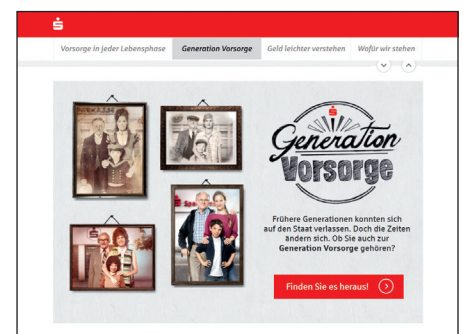
Entwickelt hat die Kampagne die Agentur Ogilvy & Mather, die sich erst im August im Pitch der Allianz gegen den bisherigen Etathalter Grey durchgesetzt hatte. Es ist



die erste Kampagne der Agentur für den Versicherer. Die Mediaplanung verantwortet Mediacom in Düsseldorf.

Sparkassen suchen die Generation Vorsorge

Die Sparkassen Finanzportal GmbH hat Ende September unter sparkasse.de/Altersvorsorge einen Test online gestellt, mit



dem Verbraucher ermitteln können, ob sie zur „Generation Vorsorge“ gehören und damit zu denjenigen Jahrgängen, die sich nicht mehr allein auf die gesetzliche Rente verlassen können.

Unterstützt durch entsprechende Zeichnungen wird beispielsweise gefragt, ob man sein erstes Taschengeld noch in D-Mark erhalten hat, ob man aus der Schulzeit noch einen Overhead-Projektor kennt, wie der erste Computer aussah, über den man verfügte, oder ob man noch das „Testbild“ beim Fernseher aus seiner Kindheit kennt.

Wer die meisten Fragen mit „Ja“ beantwortet, gehört zu „Generation Vorsorge“ und müsste entweder bereits über eine private Altersvorsorge verfügen oder sich dringend darum kümmern. Per Klick geht es direkt

zur Terminvereinbarung mit der Sparkasse vor Ort. Die Kreation verantwortet die Agentur Jung von Matt/Spree.

Sparda West fördert Senioren-sport

Die Sparda-Bank West hat Anfang Oktober eine Kooperation mit dem Landessportbund NRW e.V., Duisburg, vereinbart, die sich gezielt auf die Förderung neuer Sport- und Bewegungsangebote für 55- bis 70-Jährige richtet. Durch die bis Herbst 2017 vereinbarte Unterstützung der Bank in Höhe von 100 000 Euro pro Jahr sollen im Rahmen des Programms „Bewegt älter werden in NRW“ des Landessportbundes jährlich mindestens 30 Projekte entstehen. Gefördert werden sollen Maßnahmen für die Zielgruppe wie neue Trainingsmöglichkeiten, regelmäßige Treffs oder öffentlichkeitswirksame Aktionstage.

Fraspa unterstützt Eintracht Frankfurt

Die Frankfurter Sparkasse und die Eintracht Frankfurt Fußball AG haben sich Mitte Oktober 2014 auf eine Partnerschaft für zunächst drei Jahre und damit bis zum Ende der Saison 2016/2017 geeinigt. Damit wird das bislang unter der Ägide der Hella-ba laufende Sponsoring-Engagement eine eigenständige Partnerschaft der Frasca mit dem Fußball-Verein. Erstmals werden auch der Hauptverein Eintracht Frankfurt e.V. und seine 16 Abteilungen mit einbezogen. Die „Adler-Card“ mit der schon 18 000 Kunden bezahlen, wird es auch weiterhin geben.

Berenberg mit neuem Polo-Sponsoring

Die Privatbank Berenberg übernimmt ab 2015 das Titelsponsoring der Berenberg German Polo Masters auf Sylt. Schon seit 14 Jahren engagiert sich die Bank im Polo-Sport und hat in dieser Zeit eine Reihe von Turnieren im In- und Ausland präsentiert.

Santander Universitäten wird Partner des DHV

Der Deutsche Hochschulverband (DHV) und Santander Universitäten haben im Oktober dieses Jahres eine Kooperation vereinbart. Der Sponsoring-Bereich des Konzerns Banco Santander wird demnach als

Premiumpartner das Preisgeld in Höhe von 10 000 Euro für die Auszeichnung „Präsident/Rektor des Jahres“ stiften, mit dem der DHV seit 2009 jährlich einen Hochschulleiter für vorbildliche Amtsführung ehrt. Außerdem unterstützt Santander das Stipendienprogramm Tandem, mit dem die Deutsche Universitätsstiftung Stu-

dierende aus Nichtakademikerfamilien fördert.

Santander Universitäten ist Teil des Unternehmensbereichs Santander Universidades, über den der Banco Santander seit 1996 weltweit über 1 100 Kooperationen mit Universitäten aufgebaut hat.