

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen

Mastercard präsentiert sich als Sponsor der Fußball-EM

Im Frühling dieses Jahres hat sich der EM-Sponsor Mastercard mit mehreren TV-Spots präsentiert (siehe Blickpunkt Seite 9). Der Kreditkartenanbieter zeigte unter anderem eine neue Version seiner „unbezahlbaren Momente“. Stadionbilder machen auf das Ticket-Gewinnspiel aufmerksam und locken mit der gelben und roten Karte des Schiedsrichters als Preise. „Fußballgeschichte in den Händen halten: unbezahlbar“ lautet die Werbebotschaft.

UBS macht Österreich und Schweiz zum Fußballfeld

In einem Spot der UBS, die zu den nationalen Förderern der Fußball-Europameisterschaft zählt, werden Tore durchs gesamte Land getragen, Wagen mit weißer Farbe markieren ein Spielfeld, der Zuschauer erkennt erst am Ende des Filmes die gesamte Dimension der Aktion: Das ganze Land wird als großes Fußballfeld dargestellt.

Wem diese Szenerie bekannt vorkommt, der liegt richtig: Sie ist eng angelehnt an einen Spot, den Coca Cola zur WM 2006 in Deutschland herausgebracht hat. Ganz Deutschland war darin ein einziges Fußballfeld, der Claim lautete „It's your Heimspiel! Make it real“.

DKB zeigt TV-Spot im Umfeld der EM-Übertragung

Die im Privatkundengeschäft aktive Bayern-LB-Tochter DKB zeigte sich im Umfeld der Fußball-Europameisterschaft auf den

öffentlich-rechtlichen Sendern präsent. Damit wick das Institut von seiner bisherigen starken Konzentration auf den Wintersport ab und zeigte sich in einem wesentlich aufmerksamkeitsstärkeren Zusammenhang. In der ARD waren die Maßnahmen vor allem im Umfeld der Vorberichterstattung zu sehen, im Zweiten präsentierte die Internetbank die ZDF-Arena in Bregenz.

Mario Gomez bewirbt Riester-Rente der Hanse Merkur

Ohne einen ganz konkreten Bezug zur EM, aber pünktlich zum Turnierbeginn startete auch die Hanse Merkur eine Fortsetzung ihrer Kampagne für die Riester-Rente. Im TV-Spot ist Stürmer Mario Gomez vom VfB Stuttgart zu sehen, der ein abgegriffenes Wortspiel reproduziert: „Wissen Sie, was



mein Lieblingsschuss ist? Der Zuschuss!“ Sprach es und beförderte den Ball ins Tor.

Hanse Merkur führt damit eine Kampagne weiter, die im Sommer 2007 ebenfalls mit einem Spot von Gomez begann. Wie im vergangenen Jahr nimmt der Versicherer dafür rund acht Millionen Euro in die Hand.

Neuer Name: HSBC Global Asset Management

Mit Wirkung zum 2. Juni 2008 hat der Geschäftsbereich Asset Management der HSBC-Gruppe einen neuen Namen erhalten: HSBC Global Asset Management. Auch die in Düsseldorf ansässige HSBC Investments Deutschland GmbH wird in HSBC Global Asset Management (Deutschland) GmbH umbenannt. Der neue Name soll die Verbindung von lokaler Expertise und globalem Know-how deutlich herausstellen.

Kaupthing Edge vergleicht Tagesgeldkonditionen

Die isländische Kaupthing Bank, Reykjavik, ist im März dieses Jahres in den deutschen Privatkundenmarkt gestartet. Seither wird sie von der Frankfurter Agentur Auftrieb und der – zur Omnicom Media Group gehörenden – Mediaagentur PHD begleitet. Zu den aktuellen Marketingmaßnahmen des Instituts gehören unter anderem Printmotive, die in Tageszeitungen und Anlegermagazinen geschaltet werden. Eines davon zeigt eine Tabelle, in der die Zinssätze verschiedener Anbieter verglichen werden.

Mitte März, zum Markteintritt, lautete der Slogan der Bank „Und das ist erst der Anfang“: Mit den Maßnahmen wurde ein Tagesgeldkonto mit einer Verzinsung von 4,8 Prozent beworben. Zwei Wochen später dann erhöhte sich der Zinssatz auf 5,65 Prozent, davon 5,1 Prozent garantiert bis zum Jahresende 2009 und einen festen Bonus von 0,55 Prozent in den ersten sechs Monaten nach Eröffnung des Kontos.

In der Tabelle ganz vorn: Top Tagesgeld!



Anbieter	Für 1.000 €	Für 50.000 €
TAGESGELD		
Kaupthing	5,65%	5,65%
ICICI Bank	4,75%	4,75%
Comdirect	4,75%	3,80%
1822direkt	4,30%	4,30%
Norisbank	4,25%	4,25%

Quelle: 28.04.2008
www.capital.de/Investieren
© W. H. Müller

Bei der Aufzählung verzichtet die Bank – im eigenen Interesse – darauf, die Einlagensicherung zu thematisieren: Sowohl bei der ICICI Bank als auch bei Comdirect, 1822-direkt und Norisbank, die in der Tabelle hinter Kaupthing Edge stehen, sind die Gelder der Anleger im vollen Umfang abgesichert. Bei Kaupthing hingegen sind die Einlagen lediglich bis zu einer Höhe von 20 887 Euro abgesichert.

ING-Diba wirbt weiter mit Basketball

Der Deutsche Basketball Bund (DBB) hat seinen Vertrag mit dem Hauptsponsor ING-Diba um zwei Jahre bis April 2010 verlängert. Der DBB und die Direktbank werden weiter mit NBA-Star Dirk Nowitzki arbeiten. Neben dem Individualvertrag mit Nowitzki fördert das Kreditinstitut verschie-

Überzeugend!



Deutschlands beste Bank.

Beste Bank
Platz 1 in der
Bekanntheitsumfrage
August 2008
Euro

dene Breitensport- und Nachwuchsprojekte des DBB.

GE Money Bank reitet auf grüner Welle mit

Umweltgerechte Technologien gehören derzeit zu den Top-Themen in der Automobilbranche. Das nutzt die – seit kurzem zur Santander Consumer Bank AG gehörende – GE Money Bank, um einen Green-Cash Kredit auf den Markt zu bringen. Das Produkt wird Händlern und Kfz-Werkstätten für ihre Kunden angeboten, die eine umweltgerechte Umrüstung von Fahrzeugen finanzieren möchten. Pro abgeschlossenem Kreditvertrag engagiert sich die GE Money Bank mit einer Spende zugunsten der Aufzucht von Regenwald in Honduras.

Dresdner Kleinwort präsentiert Anti-Doping-Konzept

In ihrer Berliner Repräsentanz hat die Investmentbanking-Sparte der Dresdner Bank AG, die Dresdner Kleinwort, in Zusammenarbeit mit der Nationalen Doping-Agentur, der Deutschen Triathlon Union und dem Deutschen Olympischen Sportbund ein Konzept zur Bekämpfung von Doping im Hochleistungssport vorgestellt. Bei dieser Gelegenheit wurde auch das von dem Unternehmen gesponserte siebenköpfige Triathlon-Team um den Ironman-Weltmeister Norman Stadler präsentiert.

Dresdner Bank fördert Internatsschule Hansenberg

Die Dresdner Bank hat ihre seit dem Jahr 2003 laufende Kooperation mit der Internatsschule Schloss Hansenberg bis Ende 2014 verlängert. Neben der finanziellen Förderung unterstützt der Finanzdienstleister die Schule auch über die Bereitstellung von Referenten für Gastvorträge zu wirtschafts- und finanzpolitischen Fragestellungen und durch das Bereitstellen von Praktikumsplätzen.

Commerzbank kooperiert mit Goethe-Universität

Die Goethe-Universität in Frankfurt am Main und die Commerzbank AG, Frankfurt am Main, haben ein „Retail Banking Competence Center“ gegründet, in dem zu aktuellen Fragestellungen im Bereich Finanzen, Marketing und Vertrieb geforscht werden soll. Durch die Kooperation soll der Wissenstransfer zwischen Theorie und Praxis gestärkt werden, außerdem erhofft sich die Großbank einen besseren Zugang zu qualifiziertem Nachwuchs für das Privatkundengeschäft.

Volks- und Raiffeisenbanken schreiben „blauorange“ aus

Den mit 20 000 Euro dotierten Kunstpreis „blauorange“ haben die genossenschaftlichen Banken 2008 zum wiederholten Male ausgeschrieben. Er wird an junge deutsche Künstler verliehen, die am Beginn ihrer Karriere stehen.

Sparda Hamburg unterstützt Ben-Gurion-Stiftung

Zum 60. Jahrestag der Staatsgründung Israels ist Mitte Mai 2008 die „David Ben-Gurion Stiftung in Deutschland“ gegründet worden. Unter der Schirmherrschaft des ehemaligen israelischen Botschafters in Deutschland, Shimon Stein, soll sie dauerhaft an die Person des Staatsgründers erinnern. Die Initiatorin Waltraut Rubien wurde dabei durch eine Spende der Sparda-Bank Hamburg unterstützt.

Haspa forstet in Hamburg auf

In einer gemeinsamen Aktion setzen sich die Hamburger Sparkasse und die Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW) für ein grüneres Hamburg ein. Für jeden von Mai bis August 2008 abgeschlossenen Nachhaltigkeits-Fonds von Swisscanto, dem Kompetenzzentrum der

Schweizer Kantonalbanken, stiftet die Haspa einen Baum – mindestens aber 5 000 Stück.

Sparkassen-Broker spendet für Blinde

Für den Zeitraum vom 10. bis 31. Dezember 2007 spendete die S Broker AG & Co. KG für jedes neu eröffnete Depot eines minderjährigen Kunden 30 Euro an die Christoffel-Blindenmission. Durch die Eröffnung von 78 solcher Depots kamen 2 340 Euro zusammen. Das Geld wurde im Mai 2008 überreicht: Es wird für Augenoperationen verwendet, die Blinden ihr Augenlicht zurückgeben soll.

VP Bank sponsert Nachwuchsreiter

Seit Mai dieses Jahres unterstützt die liechtensteinische VP Bank die bayerischen Nachwuchsreiter in der Dressur Jessica und Benjamin Wendl. Beide sind Mitglied des B-Kaders der deutschen Nationalmannschaft.

Lommel Ludwig erhält Auftrag von Credit Suisse

Den Etat für Top-Executive-Beratung des Finanzdienstleisters Credit Suisse hat die Frankfurter Agentur Lommel Ludwig gewonnen. Das Angebot der Bank für die Zielgruppe der Spitzenverdiener soll vor allem mit nichtklassischen Maßnahmen wie Broschüren und Veranstaltungen beworben werden. Die internationale Leadagentur von Credit Suisse ist das Netzwerk Mc Cann Erickson.

Private Krankenversicherer suchen neue Agentur

Der Verband der privaten Krankenversicherung (PKV) und die Agentur Butter in Düsseldorf und Berlin beenden ihre Zusam-

menarbeit. Derzeit ist der PKV auf der Suche nach einer neuen Agentur. Die Partner trennen sich, weil Butter vor kurzem den Etat des Bundesgesundheitsministeriums gewonnen hat und dort für die Bereiche Pflegeversicherung und Prävention zuständig ist. Im Rahmen dieser Tätigkeit wird die Agentur auch Maßnahmen für die gesetzliche Krankenversicherung umsetzen.

Kogag wird für die DZ Bank aktiv

Die Solinger Agentur Kogag hat sich im Pitch um den Etat der DZ Bank gegen drei Mitbewerber durchgesetzt. Der Dienstleister für Event, Promotion und Incentive wird die Feierlichkeiten zum 125-jährigen Bestehen des genossenschaftlichen Spitzeninstitutes konzipieren und umsetzen.