

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen

Deutsche Bank zeigt heile Welt als Printmotiv

Auf der Startseite ihres Internetauftritts und als Printmotiv zeigte die Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main, im Februar dieses Jahres eine idyllische Landschaft, in der das Logo der Bank als Skulptur in sanftem



Sonnenlicht erstrahlt. Der Slogan dazu: „Eine neue Zeit beginnt. Wir sind bereit.“

Globale Markenkampagne von Western Union

Unter dem Schlagwort „Yes“ startet der Bargeldtransfer-Dienstleister Western Union eine globale Kampagne in Print-, Fernseh- und Onlinemedien und am Point of Sale auf 40 verschiedenen Sprachen. Dafür engagierte die Agentur Publicis in Hongkong verschiedene Künstler wie den Filmregisseur Antoine Bardou-Jacquet, den Fotojournalisten Steve McCurry und den Typografen David Carson.

Mastercard wird Partner er Rugby-WM 2011

Mastercard wird offizieller Partner der Rugby-Weltmeisterschaft 2011 in Neuseeland. Der Kreditkartenanbieter hat als

offizielles Zahlungssystem Branchenexklusivität. Das Unternehmen war in den vergangenen sechs Jahren bereits Sponsor des Rugby-Teams New Zealand All Blacks.

Nulleins und Heimat betreuen genossenschaftliche Banken

Die Berliner Agentur Nulleins hat sich im Wettbewerb um den Corporate-Design-Etat der Volks- und Raiffeisenbanken durchgesetzt. Der BVR ist für die Agentur bereits der vierte Kunde aus dem genossenschaftlichen Finanzverbund: Nulleins arbeitet bereits für die Marken R+V, DZ Bank und DZ Privatbank Schweiz.

Den Zuschlag für die klassischen Kampagnen hatte die Berliner Agentur Heimat erhalten. Sie soll demnächst eine neue Markenkampagne für die genossenschaftlichen Primärbanken präsentieren.

Jung von Matt gewinnt R+V Versicherung

Den Etat der zum genossenschaftlichen Finanzverbund gehörenden R+V Versicherung hat die Agentur Jung von Matt, Berlin, gewonnen. Der Auftrag umfasst alle Arbeiten im Bereich Klassik, Verkaufsförderung, Direktmarketing und am Point of Sale in den Volks- und Raiffeisenbanken. Eine große TV-Kampagne für die Kfz-Versicherung ist geplant. Ebenfalls zum Paket gehört die Kommunikation für die Tochterfirma Kravag Logistic, ein Spezialversicherer im Kfz- und Transportbereich. Verantwortliche Mediaagentur ist OMD in Hamburg. In der Gruppe Jung von Matt werden bereits die Karstadt Quelle Versi-

cherungen und die Württembergische betreut.

Quirin Bank wirbt mit Verlusten der Kunden anderer Banken

Mitte Februar hat die Quirin Bank AG, Berlin, eine Kampagne gestartet, die die gigantischen Verluste von Bill Gates, Roman Abramowitsch, der Loréal-Erbin Liliane Bettencourt oder auch der Wertpapiervermögen deutscher Banken in den Mittelpunkt stellt. Ihnen wird die sechsprozentige



positive Rendite der Vermögensverwaltung bei der Quirin Bank entgegengehalten. Die vier Printmotive werden in Spiegel, Wirtschaftswoche und Manager Magazin sowie überregionalen Tageszeitungen wie Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Welt am Sonntag und Handelsblatt geschaltet. Verantwortliche Agentur ist „Zum Goldenen Hirschen“ in Berlin.