

# Aus der Finanzwerbung

## Etats und Kampagnen

### Vaamo macht Geldanlage einfach

Das Frankfurter Fintech-Unternehmen Vaamo Finanz AG hat eine großangelegte Marketingkampagne im Frankfurter Raum gestartet. Unter dem Motto „Alles, was du zum Geldanlagen brauchst“, sind seit März im Stadtbild rund 150 Plakate zu sehen. Außerdem gibt es kurze Spots auf 36 Info-Screens zentraler U-Bahnhöfe.

Die Kampagne, für die die Frankfurter Agentur Damm & Bierbaum verantwortlich



zeichnet, startete zeitgleich mit der Überarbeitung von Website und Corporate Design durch die Agentur Quandel Design. Der neue Claim der im April 2013 gegründeten Vaamo Finanz AG lautet „Die Geldanlage in einfach“ (bisher: „Sparschwein war gestern“).

### Cosmos versichert bargeldloses Bezahlen

Zur Markteinführung ihres neuen Produkts „Finanzschutz“ hat die zur Generali-Gruppe gehörende Cosmos Direkt gemeinsam mit ihrer Agentur Saatchi & Saatchi eine TV-Kampagne mit dem Titel „Die moderne Familie“ gestartet. Der neue Spot basiert auf der Markenstrategie „Willkommen im



Cosmos“ und der dazu gehörenden Bildwelt, die die Agentur nach dem Pitch-Gewinn 2013 entwickelt hat.

Gezeigt wird eine Familie, die offenbar auf dem Weg ins Kino ist, um sich ein Weltraum-Abenteuer anzusehen. Während der Sohn schon im Astronauten-Kostüm neben ihm auf dem Sofa sitzt, kauft der Vater schnell noch auf seinem Tablet die Kinokarten. Auch unterwegs gilt es noch die eine oder andere Transaktion zu tätigen. Auf die Frage seiner Frau, wer denn garantiert, dass das alles auch sicher ist, strahlt er und sagt: „Ich mach das“. Nach einem Schnitt sieht man dann wieder das ans Raumschiff-Enterprise erinnernde „Finanzcockpit“ des Direktversicherers, in dem gerade der Finanzschutz ausgewählt wird.

### Jung von Matt wirbt für die Techniker Krankenkasse

Die Techniker Krankenkasse hat sich nach einem mehrstufigen Pitch für die Agentur Jung von Matt/Elbe als neue Leadagentur in der Markenkommunikation entschieden. Die Hamburger Agentur löst den bisherigen Etathalter Fischer-Appelt ab. Neben der strategischen Entwicklung der Marke umfasst der Auftrag Konzeption und Umsetzung integrierter Kampagnen sowie die Arbeit am Corporate Design.

### ING-Diba finanziert Traumwagen

Am 9. Februar dieses Jahres ist der zweite TV-Spot der im Dezember 2014 gestarteten neuen Kampagne der ING-Diba von der Hamburger Agentur Freunde des Hauses on air gegangen. Im Mittelpunkt steht diesmal der Autokredit.

Der humorvolle Spot – wieder mit Testimonial Dirk Nowitzki, dessen Zusammenarbeit mit der Direktbank im Juli 2014 erneut verlängert worden war – zeigt einen jungen Auto-Interessenten. Der kleine Junge ist mit seiner Mutter im Spielwarengeschäft und wünscht sich einen roten Bobbycar.



Die Mutter will das Gefährt aber offensichtlich nicht kaufen und gibt vor, nicht an das obere Regalfach heranzureichen. Dirk Nowitzki greift helfend ein und reicht dem Kleinen sein „Traumauto“, was ihm böse Blicke der Mutter einträgt. Dann erklärt die Stimme aus dem Off: „Wenn Du ganz einfach an Dein Traumauto kommst, dann ist es Didadibadu“.

## Honorarkonzept setzt auf Wandel

Die Honorarkonzept GmbH, Göttingen, hat im Februar eine B2B-Kampagne gestartet, die sich an Finanzberater und Makler richtet. Die On- und Offline-Kampagne will Berater für die bevorstehende Zeitenwende in der Finanzberatung – weg von der Provisions- und hin zur Finanzberatung – sensibilisieren. Motive wie die sinkende Titanic oder ein Dinosaurierskelett sind zwei in Flights von Februar bis Anfang April sowie von Ende April bis Anfang August als Printanzeigen, Online-Banner und Newsletter-Ads in Fachtiteln wie Cash, Das Investment oder Ass Com-



**Die Welt ändert sich. Und Sie?**  
Lernen Sie Deutschlands Honorar-Profis kennen: Honorarkonzept

- Das Abschmeißen der Abschlussprovisionen hat begonnen
- Mit Honorarkonzept machen Sie sich Berater:in unabhängig
- Nutzen Sie unser praxiserprobtes Leistungs- und Qualifizierungsangebot

**HonorarKonzept**

Honorarkonzept GmbH | Von-Ne-Straße 24 | 37076 Göttingen  
Telefon 05 51 / 483 23 63 | www.honorarkonzept.de | info@honorarkonzept.de

packt zu sehen. Entwickelt wurde die Kampagne von der Frankfurter Agentur Huth & Wenzel.