

# Aus der Finanzwerbung

## Etats und Kampagnen

### Targobank bewirbt Vermögensberatung

Eine neue Kampagne für die Vermögensberatung hat die Targobank Ende November gestartet. Ziel ist es, die Kompetenz der Bank im Bereich der Vermögensberatung zu unterstreichen und ins Bewusstsein der potenziellen Depotkunden zu rücken. Im Fokus stehen Kostensicherheit und objektive Beratung, die seit Juli 2016 auch ETFs einschließt.

Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein TV-Spot, der breit auf diversen Fernsehsendern ausgestrahlt wird. Er ergänzt die aktuelle Kampagne der Bank, die bereits die Produktbereiche Kredit, Girokonto und Geldanlage umfasst. Der Spot wird montags vor der Sendung „Wiso“ ausgestrahlt. Weitere Platzierungen erfolgen vor allem in Informations- und Newsumfeldern, beispielsweise nach „Börse vor Acht“ in der ARD oder vor der „heute“-Sendung im ZDF. Auch im Rahmen der Bundesliga-Berichterstattung läuft der Spot während der ARD-Sportschau und auf Sky.

**Niedrig-Zins? Ich setze lieber auf PLUS.**

**TARGOBANK**

**Das Plus-Depot mit Kostensicherheit und objektiver Beratung**

- Objektive Produktselektierungen
- Sicherheitsanker durch optionale quartalsweise Überprüfung
- Kostensicherheit dank transparentem Volumenergebnis

**TARGOBANK**  
So geht Bank Heute.

Jetzt Beratungstermin vereinbaren unter 0900 - 73 76 22 24, auf [www.targobank.de/home](http://www.targobank.de/home) oder in einer unserer 340 Filialen

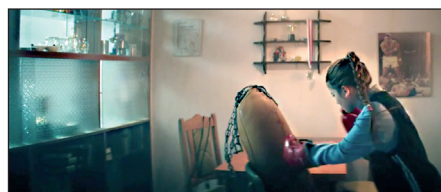
Objektivität	Sicherheitsanker	Kostensicherheit
Durch das transparente Volumenergebnis erhalten Sie objektive Empfehlungen, die zu Ihren Anlagezielen passen.	Auf Wunsch erhalten Sie quartalsweise eine Überprüfung Ihres Portfolios und bei Bedarf Optimierungsvorschläge.	Es entstehen keine Ausgabebefehlsgebühren oder Orderprovisionen für Fonds und ETFs. So können Sie flexibel auf Marktschwächen reagieren.

Die TARGOBANK gehört zur Genossenschaftsbank Credit Mutual, einer der größten und finanzstärksten Banken Europas.

Neben der Fernsehwerbung werden ganzseitige Anzeigen in den Magazinen Stern, Spiegel und Focus veröffentlicht. Außerdem unterstützen aufmerksamkeitsstarke On- und Offline-Maßnahmen die klassische Kampagne und den neuen Spot cross-medial. Kreiert wurden die Kampagne sowie der neue Spot von der Agentur Brand Lounge. Mediaplus sowie Plan.Net Media sind für die Mediaplanung- und Schaltung verantwortlich.

### Mit Paypal Träume teilen

In einer am 2. Dezember gestarteten Online-Kampagne forderte Paypal mit dazu



auf, Weihnachtsträume zu teilen: und zwar über die im November 2015 gestartete Anwendung Paypal.me, die dazu dient, Geld für einen bestimmten Zweck zu sammeln.

Der Spot zeigt ein Mädchen, das wie sein Vater Boxerin werden möchte, aber keinen

Ort zum Trainieren hat. Als das Mädchen mit seinen Freunden eine zum Verkauf stehende Halle entdeckt, hilft ihm der Hausmeister – der früher selbst geboxt hat –, über Paypal.me in der Nachbarschaft der Plattenbausiedlung Geld zu sammeln, bis es schließlich für die Halle reicht. Verantwortliche Agentur ist Havas.

### American Express mit TV-Kampagne

Von November bis zum 22. Dezember 2016 war American Express mit einem neuen TV-Spot auf Sendung. Der von Ogilvy produzierte Spot ist das Herzstück einer neuen 360-Grad-Kampagne zur Neukundengewinnung.

Zentrale Botschaft: Die American Express Card lässt sich genauso einfach einsetzen wie eine Girocard und bietet zusätzliche Vorteile für die Karteninhaber, die bei jedem Einkauf im Rahmen des Membership-Rewards-Programm (das künftig ohne Jahresbeitrag angeboten wird) Punkte sammeln können. Ziel ist es, die Wahrnehmung der Kreditkarte zu verbessern und neue Kunden zu gewinnen. Der Spot unterstützt diese Intention, indem er auf Direct Response TV setzt und ein Web-link zum Kartenantrag eingeblendet wird.

**AMERICAN EXPRESS**

**Die American Express Card**  
Beitragsfrei im 1. Jahr

**MONEY**  
**BESTE Kreditkarte**  
American Express Card  
mit Jahresgebühr (Charge Card)  
Bester Kreditkarte 2016  
© 2016

Neben TV umfasst die Kampagne eine digitale Mediakampagne und PR-Maßnahmen.

### **Arag bündelt Kreativ- und Mediaetat**

Der Arag-Konzern hat sich nach einem mehrstufigen Pitch für die Fluent AG, Hamburg, als neue Leadagentur entschieden. Damit bündelt der Versicherer erstmalig seinen Kreativ- und seinen Mediaetat bei einer Agentur. Die Zusammenarbeit ist im November 2016 gestartet und laut Pressemitteilung langfristig angelegt. Der Vertrag umfasst die strategische Kommunikationsberatung, die Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen sowie die Mediaplanung und den Mediaeinkauf aller Off- und Online-Maßnahmen der Arag. Ziel ist es, den Versicherer stärker als Qualitäts-Mehrpartenversicherer zu positionieren und vor allem jüngere Zielgruppen für die Marke zu gewinnen.

### **Quirin Bank erneuert Markenauftritt**

Anlässlich ihres zehnjährigen Bestehens hat die Quirin Bank AG im Dezember 2016 unter anderem ihren Markenauftritt erneuert und tritt jetzt unter der Marke Quirin Privatbank auf. Der neue Markenauftritt soll die Bank noch nahbarer und attraktiver machen und die Kundenbindung stärken.

### **Berenberg wechselt Mediaagentur**

Das Hamburger Privatbankhaus Berenberg hat im November 2016 ihren gesamten Mediaetat an die ebenfalls in Hamburg ansässige Agentur Fluent AG vergeben. Sie verantwortet ab 2017 die Bereiche Media-Strategie, Planung sowie den Einkauf aller Off- und Online-Werbeplätze und löst damit den bisherigen Etathalter Mediaplus ab. Kreativagentur der Bank bleibt die Gürtlerbachmann GmbH, Hamburg.