

# Aus der Finanzwerbung

## Etats und Kampagnen

### Sparkassen: Brummen ist einfach

Das Brummen des Wirtschaftsmotors in Deutschland hat die Sparkassenorganisation mit ihrer Agentur Jung von Matt/Spree zum Thema einer neuen Mittelstandskampagne gemacht. In einem TV-30-Sekünder sieht man in schnell wechselnden Bildern einen Arbeitstag in Deutschland mit allerlei Brummgeräuschen – vom kleinen Kind, das mit seinen Autos spielt, über die Kaffeemaschine und das Handy im Büro über den Reifenwechsel in der Autowerkstatt bis hin zu Schweißarbeiten in einem U-Bahn-Tunnel.

Die Botschaft dazu lautet: „Brummen ist einfach. Weil die Sparkassen und Landesbanken den Motor unserer Wirtschaft am Laufen halten.“

Auch eine Kampagnenwebsite ([brummen.sparkasse.de](http://brummen.sparkasse.de)) gibt es. Dort finden sich Informationen zum Mittelstand in und Weltmarktführern aus Deutschland



sowie zu den Finanzierungslösungen der S-Finanzgruppe.

### AOK-Bundesverband mit neuer Imagekampagne

Im März ist die neue AOK-Dachkampagne für die elf AOKs unter dem Motto „Wir sind



da“ gestartet. Sie richtet sich an die Zielgruppe der 25- bis 50-Jährigen.

Mit der neuen Kampagne will sich die AOK als moderner, verlässlicher und empathischer Marktführer positionieren, der die Bedürfnisse der Versicherten versteht und ernst nimmt. Kommuniziert werden dabei nicht nur Kompetenz und Nähe in allen Lebenslagen. Sondern die Kampagne soll auch die Haltung der AOK bei gesellschaftlich relevanten Themen wie etwa der Integration von Migranten oder Behinderten verdeutlichen. Dafür stehen individuelle Momente und Lebenssituationen mit Bezug zur AOK und ihren Leistungen im Mittelpunkt – von Altenpflege über die Hoff-

nung bei schweren Erkrankungen bis zur Schwangerschaftsbegleitung, aber auch in Alltagssituationen wie Unfällen, Impfungen vor einer Reise oder bei Kinderkrankheiten.

Seit dem 13. März sind drei unterschiedliche TV-Spots „auf allen relevanten Sendern“, darunter RTL, Vox, ARD, ZDF, Sport1, Pro Sieben, Sat.1 und N24, zu sehen. Die Kampagne soll bis zum Jahresende laufen. Verantwortliche Agentur ist Serviceplan Berlin. Sie ist seit Juli 2014 Leadagentur des AOK-Bundesverbandes und hat den klassischen Werbeetat des Kunden für die Marken- und Imagekommunikation in einem Pitch im Herbst 2016 erfolgreich verteidigt.

### Lendstar parodiert Kwitt

Mit einem 50-sekündigen Online-Spot parodiert Lendstar die Werbung für Kwitt, in der ein brutal wirkender Geldeintreiber einen jungen Mann daran erinnert, dass er seinem Kumpel Partrick noch Geld schuldet. Der Lendstar-Spot zeigt, wie der verzweifelte Bote mal wieder auf jemanden trifft, der kein Sparkassen-Konto hat. Aber dieses Mal hat er Glück, denn sein Gegenüber empfiehlt ihm Lendstar. Der Bote ist begeistert und streift gleich ein Lendstar T-Shirt über. Die Botschaft: „Lendstar macht's mit jeder – wirklich jeder Bank“.

