Etats und Kampagnen

Visa hat sich nach der im Sommer 2020 gestarteten Überprüfung ihrer Agenturbeziehungen für ein neues Modell entschieden. Der Etat wird künftig von der unabhängigen US-Agentur Wieden & Kennedy und der französischen Werbeholding Publicis Groupe gemeinsam betreut. Wieden & Kennedy soll die kreative Strategie und die wichtigsten Kampagnen verantworten. Publicis ist für Media, Produktion und hyperlokale Aufgaben verantwortlich. Bisheriger Etathalter war BBDO.

Der Pitch um den im Januar 2020 turnusmäßig ausgeschriebenen Etat der **KfW** Bankengruppe für Marketing und Kreativdienstleistungen ist entschieden. Der bisherige Etathalter Freunde des Hauses konnte sich in dem damit verbundenen mehrstufigen Verfahren durchsetzen und übernimmt den Etat als Leadagentur für mindestens zwei weitere Jahre. Die 2017 entwickelte Leitidee „Weiterdenken" soll fortentwickelt und ausgebaut werden.

Der **DSGV** und der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) sowie der Deutsche Behindertensportverband (DBS) haben ihre Kooperation bis Ende 2024 verlängert. Als Top Partner des Olympia Teams Deutschland und Nationaler Förderer des Teams Deutschland Paralympics unterstützt die Sparkassen-Finanzgruppe sowohl den Spitzensport als auch den Breitensport. Mit rund 90 Millionen Euro ist die Sparkassen-Finanzgruppe der größte nichtstaatliche Sportförderer in Deutschland.

Ab der Saison 2020/2021 unterstützt die **Nürnberger Versicherung** den HC Erlangen als Premiumsponsor. Die zunächst drei Spielzeiten umfassende Kooperation ist stark auf Interaktion mit dem Verein und seinen Fans ausgelegt und soll thematische Schwerpunkte in den Bereichen Gesundheitsförderung und Nachwuchssport setzen. Mit der Entscheidung, die Partnerschaft in Zeiten der Corona-Pandemie beginnen zu lassen, will der Versicherer bewusst ein Zeichen für den Spitzensport in der Metropolregion Nürnberg/Erlangen setzen. Die Zeit der Geisterspiele will man mit innovativen Ideen überbrücken. Ein erstes gemeinsames Projekt sollen Übungsvideos für Kinder und Jugendliche für die Zeit der Corona-bedingten Trainingsausfälle sein. Zum Motto „Mein Handball. Mit der Nürnberger." sollen ergänzend Gesundheitsthemen und Gewinnspiele umgesetzt werden.

Kurz nachdem der **AOK-Bundesverband** seinen Werbeetat neu an Scholz & Friends vergeben hat, haben AOK Bundesverband, AOK Bayern, AOK Plus und AOK Nordwest im Dezember auch die Mediaagenturleistungen neu ausgeschrieben. Der entsprechende Vertrag soll am 1. Juni 2021 beginnen und eine Laufzeit von vier Jahren haben, die nicht verlängert werden kann.

Im Pitch um den Etat des regionalen Krankenversicherers **AOK Nordwest** hat sich die Zebra Group durchgesetzt. Der Etat wurde in einem mehrstufigen Ausscheidungsverfahren vergeben. Die Zebra Group ist seit Jahresbeginn 2021 für die Umsetzung und Weiterentwicklung aller bestehenden Print- und Digitalmedien verantwortlich. Die Zusammenarbeit ist zunächst für die kommenden zwei Jahre vereinbart. Bereits im November 2020 hatte die Agentur sich im Ausschreibungsverfahren der AOK Rheinland-Pfalz/Saarland behauptet.

N26 hat sich für die Zusammenarbeit mit Media Monks entschieden. Die Agentur soll Bildungsinhalte für die digitalen Kanäle der Bank entwickeln, um das Banking weiter zu vereinfachen. Mit dem Angebot sollen Fachjargon erklärt und die Komplexität des Bankings durch simple Antworten reduziert werden. Media Monks wird aus dem neueröffneten Büro in Berlin mit N26 zusammenarbeiten.

Erste Group thematisiert Einsamkeit

Zum dritten Mal in Folge hat die Erste Group 2020 eine animierte Weihnachtskampagne geschaltet. Ab dem ersten Advent wurde die neue Geschichte aus der Kampagne „#glaubandich" in elf Ländern im Netz ausgespielt. Wie bereits in den beiden Vorjahren ging es auch diesmal wieder darum, füreinander da zu sein. Nach den Spots mit Igel Henry (2018) und Hummel Hanna (2019), die zusammen 180 Millionen Views erzielten, spielte die Geschichte 2020 jedoch diesmal in der Menschenwelt. Gezeigt wird ein alter Komponist, der sich aufgrund seiner fortschreitenden Hörschwäche immer mehr zurückzieht – bis eine Pflegerin auf seinem Tisch ein Notenblatt mit einem Foto findet. Sie arrangiert einen Hausmusikabend für den alten Herrn, der ihn wieder in Gesellschaft und in Gedanken zurück in seine Vergangenheit führt. Für die kreative Umsetzung des Films zeichnet auch 2020 die Agentur Jung von Matt/Donau verantwortlich.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH