

Markenbotschafter

Die Bank Austria stellt eine neue Produktlinie mit Dominic Thiem vor. Thiem konnte außerdem seine Printpräsenz verdoppeln.

••• Von Gianna Schöneich

WIEN. In Sachen Medienpräsenz lässt Tennisstar Dominic Thiem seine Konkurrenten im Kampf um den Titel als Österreichs „Sportler des Jahres“ hinter sich. Die Bank Austria dürfte dieses Ergebnis einer Analyse von APA-DeFacto freuen – vergangenen Donnerstag stellte das Unternehmen eine neue Produktlinie mit Testimonial Dominic Thiem vor.

In den vergangenen Monaten hatte die UniCredit Bank Austria sämtliche Kommunikationskanäle bespielt – von TV-Spots über Printmedien bis zu Onlineportalen und Social Media-Plattformen wie Facebook und YouTube.

Mehr als 500.000 erreicht

„Unsere crossmediale Kampagne mit Dominic Thiem kommt sehr gut an und wirkt. So sind seit Kampagnenstart beispielsweise die Downloads unserer Mobile Banking App um 21 Prozent (Anm. durchschnittliche Zahl von Downloads pro Woche) gestiegen, bei der mobilen Geldbörse sind es sogar 71 Prozent.

Wir konnten 35 Millionen Aufrufe unserer Werbeanzeigen mit Dominik Thiem registrieren und über Facebook haben wir seit Juni allein mit unseren fünf Top-Postings mehr als 500.000 Menschen erreicht“, so Christian Noisternig, Bereichsvorstand Privatkunden, Geschäftskunden und Freie Berufe der Bank Austria.

Die Kampagne bewirbt ein Online-Konto plus Kreditkarte zwei Jahre gratis für Neukunden. Auch bestehende Kontokunden, die noch keine Kreditkarte von card complete besitzen, erhalten auf Wunsch eine Mastercard Classic mit Versicherungsschutz zwei Jahre lang kostenlos. Die Bank Card im Dominic Thiem-



© Bank Austria (2)

Testimonial

Dominic Thiem gemeinsam mit Robert Zadrziz, dem Vorstandsvorsitzenden der UniCredit Bank Austria. Seit Kampagnenstart stiegen die Downloads der Mobile Banking App um 21%.

21%

Design ist für alle Konto-Neukunden kostenlos.

„Das ist schon ein ganz spezielles Gefühl für mich, dass ich ab sofort mit meiner ‚eigenen‘ BankCard zahlen und auch meinen Fans, die sich diese Karte für ihre Brieftasche besorgen, eine kleine Freude machen kann. Natürlich macht mich das auch ein wenig stolz“, so Dominic Thiem.

Im Geldbörserl & in Print

Neben der künftigen Präsenz in Österreichs Geldbörsen konnte Thiem seine Präsenz im Print-Bereich im Vergleich zum Vorjahr um rund 25% verdoppeln, konnte APA-DeFacto zeigen. Im Untersuchungszeitraum von 1. November 2016 bis 10. Oktober 2017 brachte es der 24-Jährige auf 5.181 Beiträge mit Namensnennung. Gesamtweltcupsieger Marcel Hirscher, im Vorjahr zum dritten Mal Österreichs „Sportler des Jahres“, erreichte 4.321.

David Alaba, ebenfalls Testimonial der Bank Austria, schaffte es auf Platz 3 des Rankings;

Präsenzranking

Männer	Print-Beiträge
Dominic Thiem	5.181
Marcel Hirscher	4.321
David Alaba	4.152
Marko Arnautovic	2.562
Stefan Kraft	2.369
Jakob Pörtl	1.519
Max Franz	1.423
Bernd Wiesberger	1.374
Michael Grabner	1.373
Sebastian Ofner	995

Quelle: APA

sein Vertrag mit der Bank Austria läuft mit Ende des Jahres aus, wie auch bei der Pressekonferenz bestätigt wurde.

Die Bank Austria zeigt sich jedenfalls begeistert von ihrem Testimonial Thiem, der Platz sechs der Weltrangliste im Tennis belegt: „Mit Dominic Thiem haben wir den idealen Markenbotschafter für uns gefunden; daher haben wir nun auch eine neue BankCard im Thiem-Design herausgebracht. Er verkörpert perfekt unser Banking einer neuen Generation mit zahlreichen digitalen Innovationen und er vermittelt zudem sehr authentisch, welche Services und Produkte ihm als Bankkunden ganz persönlich wichtig sind“, erklärt Robert Zadrziz, Vorstandsvorsitzender der UniCredit Bank Austria.

