

# Uni-Branding führt zu Kundenplus

Media in Progress setzt für den Kunden Bank Austria Branding-Kampagne mit Gutscheinkampagne um.

## Credits

**Auftraggeber** UniCredit Bank Austria, Andrea Schmitz-Dohnal (Marketingleitung)

**Produkt** Bank Austria Studenten-Konto

**Mediaagentur** MediaCom

**Kreativagentur** Young & Rubicam

**Medien & Umsetzung** MIP Media in Progress, GF Markus Müller



© Media in Progress (2)

WIEN. Auch zum Start des Uni-Jahres 2017 kombiniert die Bank Austria die edudeals, Österreichs größte Gutscheinkampagne für Studenten, mit einer reichweitenstarken Uni-Kampagne mit eindrucksvollem Branding vom Unispezialisten Media in

Progress und erreicht damit, was heute zählt: eine großartige Awareness des Angebots und jede Menge Studenten als Neukunden.

„Bei der perfekten Verzahnung von Kommunikation und Kundengewinnung hat die Bank Aus-

tria die Chance genutzt, sich bei Studenten und damit den High Potentials von morgen als frische, dynamische Bank zu inszenieren. Mit Dominic Thiem als Testimonial ist eine Hinguckerkampagne gelungen, die nicht nur mit eindrucksvollen Visuals überzeugt, sondern auch mit einem relevanten Angebot: Der edudeal der Bank Austria umfasst das kostenlose StudentenKonto, einen 40 €-Einkaufsgutschein, einlösbar u.a. bei Amazon, edustore, Soulbottles oder New One, und eine gratis Powerbank“, so Media in Progress-Geschäftsführer Markus Müller über die erfolgreiche Branding-Aktion für den Kunde Bank Austria.

## Ansprache in der Mensa

„Ich bin sehr sehr begeistert! Es gibt kaum einen Ort in Österreich, wo man so nah an die Zielgruppe herankommt und mit so viel Werbefläche ausgestattet ist. Die Studenten sind für uns

eine ganz wichtige Zielgruppe, sie sind die Zukunft des Landes. Die Mittagspause ist ein guter Zeitpunkt, um sie erfolgreich anzusprechen“, freut sich Andrea Schmitz-Dohnal, Marketingleiterin Bank Austria, über den gelungenen Brandingauftritt mit dem Kundenplus.

„Den edudeal der Bank Austria bringt eine große österreichweite Uni-Kampagne zu den Studenten: als Highlight mit einem eindrucksvollen Branding auf über 60 m<sup>2</sup> und einem Promotionstand in der WU Mensa im Herzen des neuen WU Campus. Ergänzt um die UniPlakate im größten UniPlakatnetz an Unis, FHs, in Mensen und UniCafés, die UniScreens, das größte digitale Screen-Netz in allen Uni-Städten Österreichs, und eine Anzeige im eduguide, erzielte die Kampagne maximale Reichweite bei den Studenten“, so Müller weiter.

[www.mediainprogress.at](http://www.mediainprogress.at)



Julia Zmöltnig, Andrea Schmitz-Dohnal, Markus Müller.