



© GEPA pictures

Marcel Hirscher, Super(werbe)star

Abseits des Sports ist auch die Kooperation Marcel Hirscher und Raiffeisen nachhaltig erfolgreich.

WIEN. Die Zentrale Raiffeisenwerbung lud zwei Tage nach dem Weltcup-Finale in Andorra zum traditionellen Pressegespräch mit Marcel Hirscher in die Raiffeisen Bank International.

Anlass war der Rückblick auf seine erfolgreiche Weltcup-Saison 2018/2019, in der Marcel Hirscher neun Weltcup-Rennen, davon vier Riesenslalom und fünf Slaloms, gewinnen konnte und seine Traumserie mit dem achten Gesamtweltcup-Sieg in Folge prolongierte. Dazu holte er wieder die zwei kleinen Kristallkugeln für Riesenslalom und Slalom und als Krönung zwei Medaillen bei den Weltmeisterschaften im schwedischen Aare.

Facts

Raiffeisen & Sport

Raiffeisen konzentriert sich seit vielen Jahren im Winter auf den Alpenen Skiweltcup und setzt ganzjährig auf das österreichische Fußball-Nationalteam, das am 21. März im Raiffeisen Länderspiel gegen Polen sein erstes Qualifikationsspiel für die Euro 2020 bestreiten wird. Raiffeisen zählt v.a. auch dank der Erfolge der Raiffeisen Sportler laut der Sponsor-Focus-Studie 2018 mit Audi und Red Bull zu den Top Drei der großen, erfolgreichen österreichischen Sportsponsoren mit einem Gesamt-Werbewert von 14,9 Mio. €.

Die wohl brennendste Frage beantwortet Hirscher gleich zu Beginn: „48 Stunden nach dem Saisonfinale habe ich noch nicht entschieden, ob ich weiterfahre oder nicht. Aber ich werde mir nicht allzu viel Zeit lassen, schon allein aus Rücksicht auf mein ganzes Team, das mit mir seit zehn Jahren arbeitet.“

10 Jahre unterm Giebelkreuz Hirscher fuhr in der Saison 2018/19 bereits das zehnte Jahr unter dem Giebelkreuz. Leodegar Pruschak, Geschäftsführer der Zentralen Raiffeisenwerbung, freute sich über die sensationellen Erfolge des Raiffeisen Skistars, der unter dem Giebelkreuz sämtliche 67 Weltcup-Sie-

Partner

Seit bereits zehn Jahren besteht die erfolgreiche Werbe-Partnerschaft zwischen Raiffeisen und Marcel Hirscher; der Sportler hier im Bild mit Leodegar Pruschak, Head of Group Marketing Raiffeisen Bank International.

ge, sieben Weltmeistertitel, acht Gesamtweltcup-Siege in Serie sowie zwölf Disziplinen-Weltcup-Siege im Slalom und Riesenslalom einfahren konnte.

Historische Höchstwerte

Seit mehreren Jahren ist Marcel Hirscher auch Werbestar bei vielen Raiffeisen Werbekampagnen. Die aktuelle Wohnfinanzierungskampagne mit ihm und Hermann Maier in den Hauptrollen erzielte in der Abstimmung einen historischen Höchstwert bei Werbeerinnerung und Impact und sichert Raiffeisen auch weiterhin die klare Nummer 1-Position bei den Finanzdienstleistern.

Diese Kampagne spricht so wie die vorangegangenen alle Österreicher gleichermaßen an und erreicht auch Raiffeisen-Nichtkunden sehr erfolgreich; Hirscher trägt mit seinem jugendlichen, dynamischen und sportlichen Image stark dazu bei. Es gelingt der Bogen zwischen den Testimonials und Raiffeisen als „guter Partner bei der Wohnfinanzierung“, „wie ein Freund“ exzellent. Eine Fortsetzung der Schauspielerkarriere folgt in wenigen Tagen, die neue Kampagne wird ab Mitte Mai in den österreichischen Medien zu sehen sein.

Social Media-Star Hirscher

Nicht nur auf der Piste konnte sich Marcel Hirscher mit Gold und Silber als österreichischer Top-Athlet durchsetzen. Auch auf seinen Social Media-Kanälen erzielt er laut BuzzValue mit mehr als 1,35 Mio. Fans überlegen den ersten Platz unter den ÖSV-Skirennläufern. Im Zeitraum der gesamten WM erreichte er über 473.000 Fan-Interaktionen auf seinen Social Media-Seiten. (fej)