

Lass uns reden!

Eine österreichweite OOH-Kampagne der Volksbank lädt zum persönlichen Gespräch. Die Werbeoffensive startete am 14. März.

WIEN. „Ihre Hausbank ist persönlich für Sie da“ – unter diesem Claim zeigt der Volksbanken-Verbund zwei Wochen lang mit einer österreichweiten Out-of-Home-Kampagne Präsenz. Das Sujet, das von der Wiener

„

Das Sujet unserer aktuellen Außenwerbeoffensive zielt auf den Vertriebschwerpunkt des Jahresgesprächs ab.

Wolfgang Layr
Volksbank Wien

“

Werbeagentur Obscura kreiert wurde, zeigt Skisprung-Legende und Volksbank-Testimonial Andreas Goldberger im persönlichen Jahresgespräch mit einer Volksbank-Beraterin.

Insgesamt 740 Plakatstellen der Epamedia im Umkreis aller



Präsentation

Thomas Morgenstern gemeinsam mit Barbara Bleier-Serentschy und Wolfgang Layr von der Volksbank und Gabriela Subasic von Epamedia bei der Kampagnen-Präsentation.

heimischen Volksbank-Filialen von Wien bis Vorarlberg rufen zum persönlichen Jahresgespräch auf. Begleitet wird die Werbeoffensive durch gezielte Aktivitäten der acht regionalen Volksbanken, beispielsweise mittels Inseraten.

Beratung in Krisenzeiten

Ein wichtiger Bestandteil im Bankensektor sei die Nähe zu Kunden – auch in Krisenzeiten. Trotz „hausbanking“, Selbstbedienungs-Foyers und Beratungsmöglichkeiten per Telefon, die sich laut Volksbank immer

größer werdender Beliebtheit erfreuen, seien persönliche Beratungen für Kunden nach wie vor unabdinglich. „Das Sujet unserer aktuellen Außenwerbeoffensive zielt auf den Vertriebsschwerpunkt des Jahresgesprächs ab, bei dem die Beraterinnen und Berater in der Region gezielt auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden eingehen und mit ihnen gemeinsam den jährlichen Finanzcheck durchführen“, so Wolfgang Layr, Bereichsleiter Kommunikation und Marketing der Volksbank Wien. Fan der neuen Kampagne ist

auch die Epamedia: „Nachdem wir die Volksbank im Frühjahr 2020 als Neukunden gewinnen konnten, freuen wir uns, unsere Plakatstellen im gesamten Bundesgebiet rund um die Volksbank-Filialen auch für die aktuelle Kampagne zur Verfügung stellen zu dürfen“, sagt Epamedia-Sales Director Marcus Zinn.

Enthüllt wurde die Out-of-Home-Kampagne von Barbara Bleier-Serentschy (Volksbank), Skispringer Thomas Morgenstern, Wolfgang Layr (Volksbank) und Gabriela Subasic (Epamedia). (red)

Neue Bipa-Kampagne: Partner in allen Lebenslagen

Einzigkeit des Menschen steht im Mittelpunkt.

WIEN. Bipa startet mit einer neuen Werbekampagne in den Frühling. Die Kampagne, die ab Ende März im Fernsehen, auf Plakaten und Online geschaltet wird, zeigt die so vielfältigen, bunten und oft sehr unterschiedlichen Lebensmodelle der Kundinnen und Kunden.

Die übergeordnete Botschaft der Kampagne lautet vor allem: Wir alle sind auf unsere ganz

besondere Art und Weise einzigartig, und Bipa ist Wegbegleiter und verllässlicher Partner in allen Lebenssituationen.

Die Kampagne ging am 21. März on Air und wurde von der Agentur Wien Nord Serviceplan mitentwickelt, die Spots von PPM Filmproductions produziert. Julie Brass zeichnet für die Fotos der Plakatkampagne verantwortlich. (red)

