

Pressemeldung

Was geschieht mit meinem Geld? – TV-Kampagne erfüllt Kundenwunsch nach mehr Transparenz.

Spot thematisiert „Saving with a purpose“.

FRANKFURT – 10. Dezember 2015. „Wer sein Geld bei RaboDirect anlegt, tut nicht nur sich selbst etwas Gutes, sondern unterstützt unter anderem sinnvolle Projekte weltweit“, so die Kernbotschaft der neuen Werbekampagne von RaboDirect Deutschland.

Der Auftritt ist das Ergebnis einer strategischen Weiterentwicklung der 2012 gegründeten Direktbank mit holländischen Wurzeln, die auf Sparprodukte spezialisiert ist. Anstatt ausschließlich Zins- und Produktkommunikation zu betreiben, stellt RaboDirect im Rahmen der neuen Kampagne zwei zusätzliche Aspekte in den Fokus: zum einen die Zugehörigkeit der Onlinebank zu der genossenschaftlichen Rabobank Gruppe, zum anderen den Wunsch der Kunden nach mehr Transparenz über den Verbleib des Geldes. Mithilfe von TV-Spots sowie Social-Media- und Online-Maßnahmen wird dieser neue Weg ab Dezember kommuniziert. Dabei setzt RaboDirect wie gewohnt mehr auf Humor und Selbstironie als auf nüchterne Finanzkommunikation.

Genossenschaftsgedanke als Leitmotiv für Investitionen.

Die Kommunikationsstrategie der RaboDirect folgte von Anfang an einer einfachen wie erfolgreichen Logik. Über die Steigerung der Markenbekanntheit wurde Vertrauen aufgebaut. Insbesondere vor dem Hintergrund der Finanzkrise galt es gleich zu Anfang, sich von den Mitbewerbern abzusetzen. Dazu wurde konsequent die traditionelle holländische Mentalität betont, die den unkonventionellen Kommunikationsstil der Onlinebank bis heute kennzeichnet. Das Konzept kam bei den deutschen Kunden an: In der Zeit von 2013 bis 2014 nahm die Zahl der Kunden von RaboDirect um mehr als 140 Prozent zu.

Im vierten Jahr steht für die Niederländer vor allem die Zufriedenheit der aktuell 250.000 Kunden im Vordergrund. Und die möchten heutzutage wissen, was mit den Geldeinlagen geschieht und interessieren sich dafür, ob ihr Geld sinnvoll investiert wird. Aus diesem Grund geht RaboDirect einen neuen Weg.

Als genossenschaftliche Bank spielen soziale Belange und die Förderung von Entwicklungen, die die Gesellschaft voranbringen, schon immer eine große Rolle bei der Frage, wo investiert wird. Die Rabobank finanziert seit jeher auch zahlreiche zukunftsweisende Projekte. Derzeit ist sie weltweit in mehr als 120 Ländern engagiert. Jetzt werden diese Projekte erstmals aktiv in Deutschland kommuniziert.

Botschaften werden humorvoll und selbstironisch transportiert.

Der Slogan der neuen Kampagne lautet folgerichtig: „Legen Sie Ihr Geld nicht nur aus einem guten Grund an, sondern aus vielen.“ Denn Kunden, die ihr Geld bei RaboDirect anlegen, tun nicht nur sich selbst etwas Gutes. Sie unterstützen unter anderem ressourcenschonenden Kaffeeanbau, klimafreundliche Windenergie oder die Existenzsicherung von Milchbauern. Mit der dazugehörigen TV-Kampagne zeigt RaboDirect, dass sie Kundenwünsche ernst nimmt. Transparent und anschaulich berichtet sie darüber, was mit dem Geld der Sparer passiert.

„Der Werbeauftritt greift das Thema ‚Saving with a purpose auf‘, so Sabine Reinert, Leiterin Marketing & PR bei RaboDirect. „Unsere Kunden wollen wissen, wer die Rabobank ist, wofür sie steht und in welche Projekte investiert wird. Mit den Sparprodukten von RaboDirect profitieren unsere Kunden nicht nur von Zinsen, sie können damit auch sinnvolle Projekte der Rabobank Gruppe im Lebensmittel- und Agrarbereich unterstützen.“

Cineastisches Entertainment.

Die Kampagne „Gute Gründe“ ist seit dem 4. Dezember bundesweit zu sehen. Sie wird ihre Botschaft in gewohnter Manier transportieren: humorvoll und augenzwinkernd. Bestandteile der integrierten Kampagne werden neben Online-Bannern und Social-Media-Aktivitäten auch TV-Spots sein, die wie in den vergangenen Kampagnen mit dem Präsenter Michiel de Regt gedreht wurden. Dieser schwebt in einer Szene aus einem Beauty-Tempel (Stichwort: sich selbst etwas Gutes tun) direkt auf den Rücken einer Kuh, um zu betonen, dass die Sparer zum Beispiel dafür sorgen, dass „Milchbauern flüssig bleiben“.

In einer anderen Szene bläst ihm der Wind um die Ohren und Laub wirbelt umher, was de Regt mit der Aussage kommentiert, dass RaboDirect Kunden mit dazu beitragen, dass „Windenergie nicht die Puste ausgeht“.

Derzeit unterstützt die Rabobank unter anderem den Trianel Windpark Borkum in der deutschen Nordsee.

Die Förderung moderner Kaffeeanbaumethoden in Entwicklungsländern wird im TV-Spot dadurch veranschaulicht, dass der sympathische Holländer in hohem Bogen durch das Dach eines Kiosks kracht, um sogleich als smarter Kellner heißen Kaffee mit den Worten zu servieren: „... oder Sie geben Kaffeeanbau einen Kick.“

Aktionsreiche Cuts, ungewöhnliche Perspektiven, überraschende Wendungen und visuelle Effekte im Film sorgen für cineastisches Entertainment und bringen nicht zuletzt auch die hohe Dynamik von RaboDirect zum Ausdruck.

Für die Kreation der Kampagne ist die Hamburger Werbeagentur Lukas Lindemann Rosinski verantwortlich, die bereits mit den bisher gezeigten Werbefilmen für RaboDirect für Aufsehen sorgte. Realisiert wurde der Auftritt mit Markenfilm Hamburg und Regisseur Jan Wentz.

Über RaboDirect Deutschland

RaboDirect Deutschland ist ein Geschäftsbereich der deutschen Zweigniederlassung der Coöperatieve Centrale Raiffeisen-Boerenleenbank b.a., einer holländischen Bankengruppe mit Sitz in Frankfurt am Main. Das Direktbankgeschäft wurde im Juni 2012 als neuer Geschäftsbereich der Zweigniederlassung Frankfurt errichtet und ist auf Sparprodukte für Privatkunden spezialisiert. Im Firmenkundengeschäft ist die deutsche Zweigniederlassung der 1898 als Genossenschaftsbank gegründeten Rabobank Gruppe bereits seit 1984 als Spezialist für Finanzierungen im Agrar- und Nahrungsmittelsektor tätig. Die Rabobank Gruppe ist einer der größten Finanzdienstleister der Niederlande. Inzwischen ist die Bank in 40 Ländern mit über 10 Millionen Kunden und 55.000 Mitarbeitern vertreten und verfügt über Einlagen von mehr als 300 Milliarden Euro (Stand Oktober 2014). Weitere Informationen im Internet auf www.rabodirect.de und www.rabobank.com

Pressekontakt

RaboDirect Deutschland

Pressestelle

Sabrina Ebeling

c/o Havas PR

Tel. 040 43175165

Fax 040 43175110

pressestelle@rabodirect.de