

Pressemeldung

Was passiert mit meinem Geld?

Neue Sinn-Sinn-Kampagne von RaboDirect schafft mehr Transparenz für Sparer

Frankfurt – 5. Oktober 2020. Geld, das sich vermehrt und gleichzeitig Gutes bewirkt – eine echte „Sinn-Sinn-Situation“, findet RaboDirect. Die Direktbankenmarke der Rabobank investiert die Spareinlagen ihrer Kunden in zukunftsweisende Projekte und macht ihr Handeln jetzt über ihre neue „Sinn-Sinn-Kampagne“ sichtbar. Verdeutlichte RaboDirect dieses Engagement bisher mit dem Claim „Sinnvoll sparen“, soll mit der weiterführenden Kampagne eine noch größere Transparenz im Hinblick auf die Verwendung von Kundengeldern geschaffen werden.

Dass Sparen einen persönlichen und einen gesellschaftlichen Mehrwert haben kann, steht im Mittelpunkt der neuen RaboDirect Kampagne. Mit aussagekräftigen Motiven und Headlines wie „Sinnvoll für Dich & für nachhaltige Energiegewinnung“ oder „Sinnvoll für Dich & für mehr Lebensmittelwertschätzung“ verdeutlicht die Direktbank, warum Kunden mit ihren Spareinlagen Gutes bewirken und vor allem, wo und für wen ihr Geld „arbeitet“: sei es beispielsweise für den australischen Landwirt, der aus den Blätterresten seiner Eukalyptusbäume Ökostrom gewinnt, für die Grundschulkindergarten in Berlin, die im Rahmen von [School Lunch](#) alles über eine klimafreundliche Küche lernen, oder für die Wohltätigkeitsinitiative [Kochen für Helden](#), die engagierte Helfer mit kostenlosen Mahlzeiten versorgt.

Zweiseitige Bildsprache

Auch die Gestaltung der Kampagnenmotive spiegelt eine Win-Win- bzw. Sinn-Sinn-Situation wieder. Die Bilder bestehen aus zwei Portraits, die oben den Kunden und unten das Projekt repräsentieren. Eine Diagonale trennt beide voneinander, lässt sie aber auch gleichzeitig zu einem Motiv verschmelzen – als Symbol dafür, dass beide Personen durch RaboDirect verbunden sind. „Unser Signet, das für die Sinn-Sinn-Situation steht und durch ein kaufmännisches „&“-Zeichen verbunden wird, verdeutlicht noch einmal mehr diese Bindung der Kunden zu unseren Projekten, aber auch die von RaboDirect und Rabobank“ so Sabine Reinert, Head of Marketing von RaboDirect.

Kommunikation ab Oktober

Start der neuen Kampagne ist im Oktober, Kunden und Interessierte werden über Print- und Online-Medien zielgruppengerecht angesprochen. Wer mehr Sinn-Sinn-Situationen erleben möchte, wird auf der exklusiv für die Kampagne eingerichteten [Projektseite](#) fündig. Entwickelt wurde das Konzept von der Kreativagentur [Epic.](#), die die Idee nun gemeinsam mit RaboDirect umsetzt und weiterentwickelt.

Sinn-Sinn-Kampagne mit Ursprung in langfristiger Nachhaltigkeitsstrategie

In sinnvolle Projekte für Ressourcenschonung und gegen Lebensmittelverschwendung zu investieren, ist seit langem fest in der Unternehmensphilosophie der Rabobank verankert: Unter dem Leitgedanken „[Banking for Food](#)“ fördert die auf den Lebensmittel- und Agrarsektor spezialisierte Rabobank zusammen mit ihren Direktbanken weltweit mehr als 120 Projekte – von Start-ups über Bildungsprojekte und Foodsharing-Initiativen bis hin zu Bauernverbänden. Mit dem Start der Kampagne sollen RaboDirect Kunden jetzt noch mehr Details darüber erfahren. Übergreifendes Ziel der Genossenschaftsbank ist, die Ernährung der rasant wachsenden Weltbevölkerung für kommende Generationen sicherzustellen. Und auch die Arbeit der [Rabo Foundation](#) rückt mit der Kampagne stärker in den Fokus. Mit ihrer eigens gegründeten Stiftung ist die Rabobank in 22 Ländern aktiv und hat bereits 277 Bauernverbände mit 27,5 Millionen Euro gefördert.

Das Team:

RaboDirect:

Yasina Harji – Campaign Manager
Sabine Reinert – Head of Marketing
Marc Schäfer – Chief Commercial Officer

Epic.

Jasper Keßler – CEO
Benjamin Machon – Art Director

Über RaboDirect Deutschland

RaboDirect Deutschland ist ein Geschäftsbereich der deutschen Zweigniederlassung der Coöperatieve Rabobank U.A., einer holländischen Bankengruppe mit Sitz in Frankfurt am Main. Das Direktbankgeschäft wurde im Juni 2012 als neuer Geschäftsbereich der Zweigniederlassung Frankfurt gegründet 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 nahezu 10 Millionen Kunden und über 43.000 Mitarbeitern vertreten und verfügt über Einlagen von mehr als 381,5 Milliarden Euro (Stand 2019). Weitere Informationen im Internet auf www.rabodirect.de und www.rabobank.com.

Pressekontakt

RaboDirect Deutschland
Pressestelle



Assana Jensen
c/o Havas Hamburg
Tel. 040 431 75 123
assana.jensen@havas.com