

Pressemeldung.

Sinnvoll sparen im Alltag. RaboDirect launcht 360-Grad-Kampagne.

FRANKFURT – 28. September 2018. Möchten Sie einfach nur sparen – oder sparen mit der Gewissheit, dass Ihre Einlagen sinnvoll verwendet werden? Um diese Frage dreht sich alles bei der neuen RaboDirect Kampagne „Sinnvoll sparen“. Als Bank mit genossenschaftlichen Wurzeln fördert die Rabobank, zu der RaboDirect gehört, im Sinne ihres Leitgedankens „Banking for Food“ weltweit Projekte, bei denen eine sichere Lebensmittelversorgung und die Schonung von Ressourcen im Fokus stehen. Wer sein Geld also bei RaboDirect anlegt, unterstützt damit gleichzeitig sinnvolle und zukunftsweisende Projekte. Die neue Kampagne bringt dies mit Witz und Charme auf den Punkt. Kernstück sind fünf Werbespots, von denen im ersten Kampagnen-Flight drei zu sehen sein werden.

Linda und Tom wollen nachhaltig leben. Ressourcen schonen. Sich so manches sparen. Darum werden Gurkenscheiben kurzerhand einfach mehrfach verwendet, die Toilettenrolle halbiert und Karotten vor dem Mülleimer bewahrt. Mit vermeintlichen Alltagsszenen dieser Art wirft RaboDirect in den neuen Werbeclips die Frage auf, wie sinnvolles Sparen wirklich funktioniert. „Die bizarren Sparideen und die überzeichnete Darstellung der Normalität des Paares schaffen sehr kurzweilige, unterhaltsame Filme in unserer gewohnten Markentonart“, so Sabine Reinert, Head of Marketing & PR bei RaboDirect. Mit viel Ironie und dem gewohnten holländischen Charme vermittelt RaboDirect eine klare Botschaft: Hier profitiert man nicht nur selbst vom Sparen, sondern engagiert sich weltweit auch noch für die gute Sache.

Idee und Konzept der neuen Positionierungs-Kampagne stammt von der Berliner Kreativagentur Epic., die selbiges im Nachgang in enger Zusammenarbeit mit RaboDirect weiterentwickelte. Produktion übernahm die Filmproduktion BIGFISH, Regie führte der Däne Peter Harton.

360-Grad-Kommunikation ab Oktober.

Die „Sinnvoll sparen“-Kampagne startet ab Oktober und wird über diverse Kanäle ausgespielt. In der neuen Lebenswelt der Direktbank steht nicht mehr der schnauzbärtige Niederländer aus den bisherigen Werbespots im Fokus. Stattdessen blicken die Zuschauer in den Alltag des kreativen Paares Linda und Tom – als beispielhafte Vertreter der Zielgruppe. Die 15-Sekünder funktionieren auch ohne Ton und werden für TV, Online-Video, Online-Display und Print-Maßnahmen eingesetzt.

RaboDirect Deutschland/Pressestelle

c/o Havas PR Germany

Assana Jensen, Tel. 040 431 75-123, assana.jensen@havaspr.com

Kampagne findet Ursprung in Unternehmensphilosophie.

Die genossenschaftliche Ausrichtung der Rabobank war nicht nur Ausgangspunkt für die Kampagne, sondern auch Motivation für den neuen Markenclaim „Sinnvoll sparen“ – beide entstanden in Zusammenarbeit mit der Berliner Kreativagentur Epic. Bereits seit Jahren fördert der Lebensmittel- und Agrarspezialist weltweit Projekte für eine zukunftsweisende globale Lebensmittelversorgung. Von Darlehen für Bauern und Landwirte über die Förderung von Start-ups bis hin zur Finanzierung von Foodsharing-Initiativen: Weltweit wurden bereits nahezu 100 Milliarden Euro auf diese Weise investiert. Dieses Engagement soll bei RaboDirect zukünftig noch stärker kommuniziert werden.

Das Team:

RaboDirect:

Gwendolin Walper – Campaign Manager

Sabine Reinert – Head of Marketing & PR

Marc Schäfer – Chief Commercial Officer

Epic.

Jasper Keßler – Creative Director Text

Mike Wenzel – Creative Director Art

Bigfish Filmproduktion:

Oliver Marquardt – Executive Producer

Juliane Ellrich – Producer

Karina Kirschner – Line Producer

Nils Voges – Post Producer

Peter Harton – Regie

Claus Rosenløv – DOP

Maak Roberts – Fotograf

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 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 8,7 Millionen Kunden und knapp 45.000 Mitarbeitern vertreten und verfügt über Einlagen von über 340 Milliarden Euro (Stand 2017). Weitere Informationen im Internet auf www.rabodirect.de und www.rabobank.com.

RaboDirect Deutschland/Pressestelle

c/o Havas PR Germany

Assana Jensen, Tel. 040 431 75-123, assana.jensen@havaspr.com



Pressekontakt

Assana Jensen

c/o Havas PR Germany

Tel. 040 43175 123

Fax 040 43175110

assana.jensen@havaspr.com

RaboDirect Deutschland/Pressestelle

c/o Havas PR Germany

Assana Jensen, Tel. 040 431 75-123, assana.jensen@havaspr.com