

*Kategorie*  
DIENSTLEISTUNG

# BANK 24

**Kunde: Bank 24, Bonn**  
**Agentur: Grey GmbH & Co. KG, Düsseldorf**



### Die Marketing-Situation

Der Bankenmarkt war vor Markteinführung der BANK 24 auf zwei marktbeherrschende Anbietergruppen verteilt: Zum einen die traditionellen Geschäftsbanken mit hoher Filialdichte und festgefügter Kundenbindung. Zum anderen die Vielzahl der Direktproduktbanken, die mit ihrem Leistungsspektrum erfolgreich auf Nischenprodukte (Ratenkreditfinanzierung, Discount Broking etc.) spezialisiert waren.

Um einerseits die starre Angebotsstruktur im Bankenmarkt aufzubrechen und andererseits die sich bietenden Chancen zur Befriedigung neuer Verbraucherbedürfnisse zu nutzen, entschloß sich die Deutsche Bank Gruppe im September 1995 die BANK 24 als völlig neuen Banken-Typ zwischen die traditionellen Großbanken und die

Vielzahl der Direktbankspezialisten zu positionieren.

Schon Ende 1996 war die BANK 24 die erfolgreichste Direktbank in der Neukundenakquisition. Die BANK 24 hatte die „Creme“ der direktbankaffinen Zielgruppen durch ein integriertes Marketingkonzept an sich gebunden (hohes Einkommen, hohes Bildungsniveau). Im Vergleich zum Wettbewerb wurde trotz des viel späteren Markenauftritts eine wesentlich höhere Markenbekanntheit erreicht und ein relevantes und attraktives Markenbild bei der Zielgruppe verankert.

Aktuell baut die BANK 24 ihren Vorsprung als Vollbank, die sieben Tage die Woche 24 Stunden persönlich erreichbar ist, mit erhöhten Geschwindigkeit in allen Dimensionen weiter aus.

## Die Marketing- und Werbeziele

### *Quantitative Ziele*

- Nummer-eins-Position mit klarem Abstand zu allen Wettbewerbern gemessen an
  - Kundenvolumen
  - Markenbekanntheit
  - relevantem Markenbild
- Kundenzahl von 180 000 bis Ende 1997

### *Qualitative Ziele*

- Etablieren der Submarke Brokerage 24 als der professionellste Discountbroker in Deutschland
- Ausbau des 24-Symbols als Direktbank-Synonym und unverwechselbarem BANK 24 Marken-Signal.
- Durchsetzen des Claims „Mehr Bank braucht kein Mensch.“

## Die Kreativ-Strategie

Die BANK 24-Kommunikation besteht aus zwei Elementen:

### *Die Imagekampagne*

Die übergreifende Imagekampagne mit prominenten Testimonials ist an die breite direktbankaffine Zielgruppe gerichtet.

Prominente Testimonials – Jörg Kachelmann und Heinz Hoenic – machen die Leistungen der BANK 24 lebendig und geben der virtuellen Institution ein Gesicht.

Die Charakterköpfe bieten eine differenzierte Identifikationsbasis für die neue Generation von Bankkunden. Sie stehen für die Hauptvorteile der BANK 24 und positionieren diese als den Prototypen des zeitgemäßen Bankings.

Verdichtet wird dieser Anspruch durch den Claim „Mehr Bank braucht kein Mensch“.

### *Die Produktkampagne*

Unter dem Leitgedanken „BROKERAGE 24 – Da handeln Profis“ wird der extrem informationsinteressierten Börsenzielgruppe auf ihrem „Haussender“ N-TV in einem Imagespot die volle Faszination der Börse geboten. In zielgruppenspezifischen Print-Titeln werden die Freaks mit Fakten in ihrer Terminologie intelligent angesprochen. Die rote 24 ist immer dabei.

### *Zielsetzungen:*

- Stabilisierung und Ausbau der hohen Markenbekanntheit und Profilierung des Markenimages bei potentiellen Interessenten/Kunden und in der breiten Öffentlichkeit durch Visibility und Impact der Markenkampagne
- Meinungsführerschaft im Bereich Direktbanken
- Gewinnung einer vorgegebenen Anzahl von Interessenten/Kunden durch effizienten Direkt-Response-Medien (CPI/CPO)

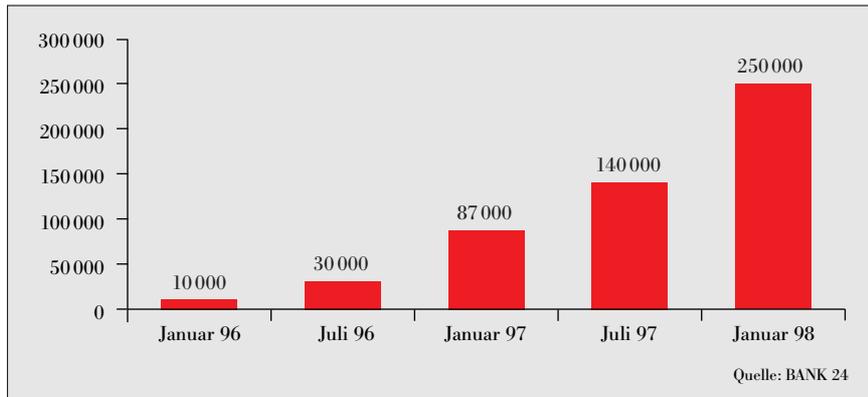
### *Maßnahmen/Mediaplan:*

- Markenkampagne:
  - die kontinuierliche TV-Kampagne erreicht potentielle Interessenten/Kunden und die breite Öffentlichkeit (selektiv: Programme, Sendezeiten)
  - die permanente Print-Kampagne in überregionalen Zeitungen/Magazinen (Politik, Wirtschaft, Finanzen etc.), intensiviert die Ansprache der Kernzielgruppen
- Direct-Response-Maßnahmen:
  - zielgruppenspezifische gestaltete und gestreute Mailings und Beilagen sind die primären Medien zur Responsegenerierung
  - Online-Dienste und das Internet werden zur Bewerbung spezifischer Produkte und Personengruppen eingesetzt.

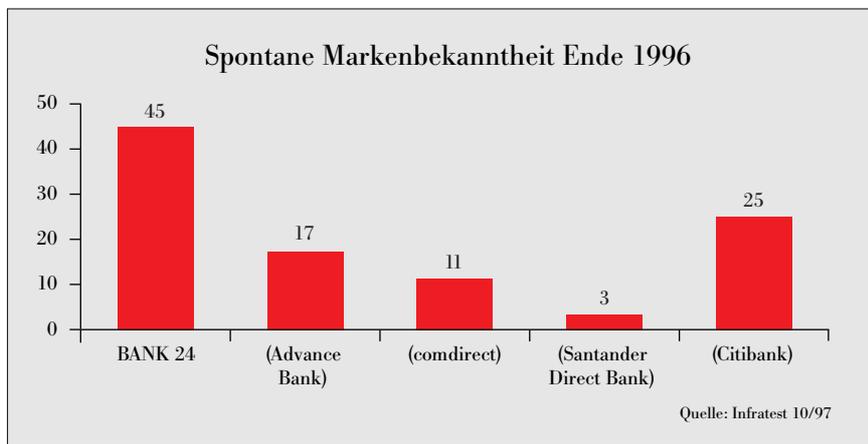
## Die Media-Strategie

# BANK 24 (SILBER-EFFIE 1998)

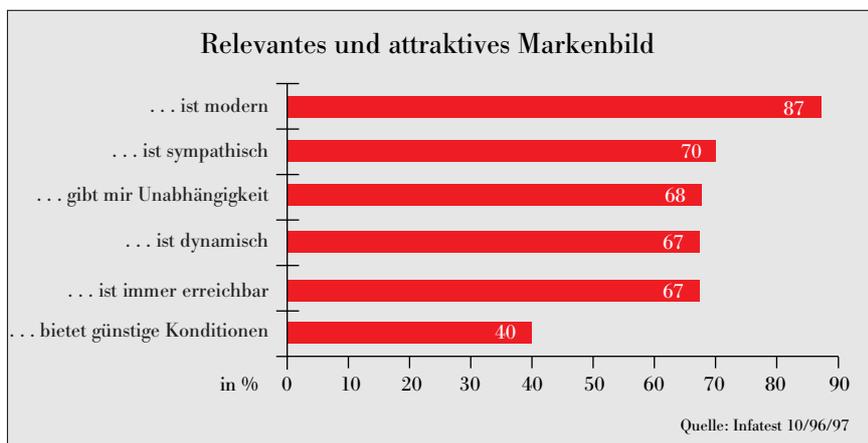
## Die Ergebnisse



1. Die BANK 24 hat mit einem Kundenvolumen von 250 000 zum Ende des Jahres 1997 das geplante Kundenziel um 30 Prozent überschritten und wird Mitte 1998 die 300 000er Grenze überschreiten.



2. Die spontane Markenbekanntheit stieg bis Ende 1997 auf 45 Prozent und liegt damit weit über der Citibank, die schon wesentlich länger am Markt ist.

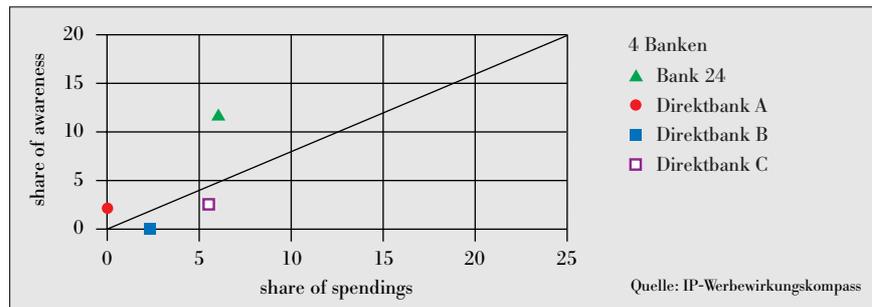


3. BANK 24 hat mit konsequenter Markenführung ein relevantes und attraktives Markenbild bei der Zielgruppe verankert und repräsentiert prototypisch die neue Direktbank-Kategorie.

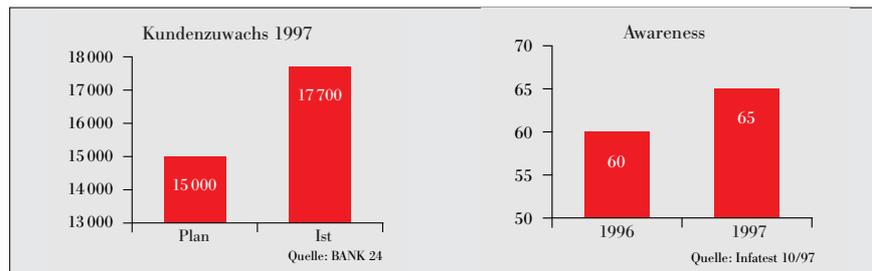
## BANK 24 (SILBER-EFFIE 1998)

	Rangplatz		Rangplatz
Wird an Bedeutung zunehmen	1	Hat Temperament, ist dynamisch	1
Ist „in“, modern	1	Macht gute Werbung	1
Wirkt eher jung	1	Neue interessante Angebote	1

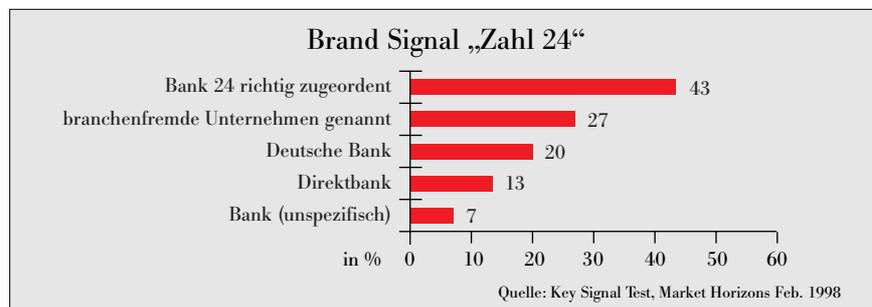
4. Die unabhängige „FAME Studie“ des Milchstraßenverlages bescheinigt der BANK 24 Ende 1997 im Vergleich zu anderen Direktbanken und zu den traditionellen Banken das absolut beste Imageprofil. Bei folgenden Fragestellungen belegt BANK 24 den Spitzenplatz.



5. Der IP-Werbewirkungskompass bescheinigte der BANK 24 für 1997 den effizientesten Einsatz der Werbemittel unter allen Wettbewerbern. (Spendings vs. Awareness)

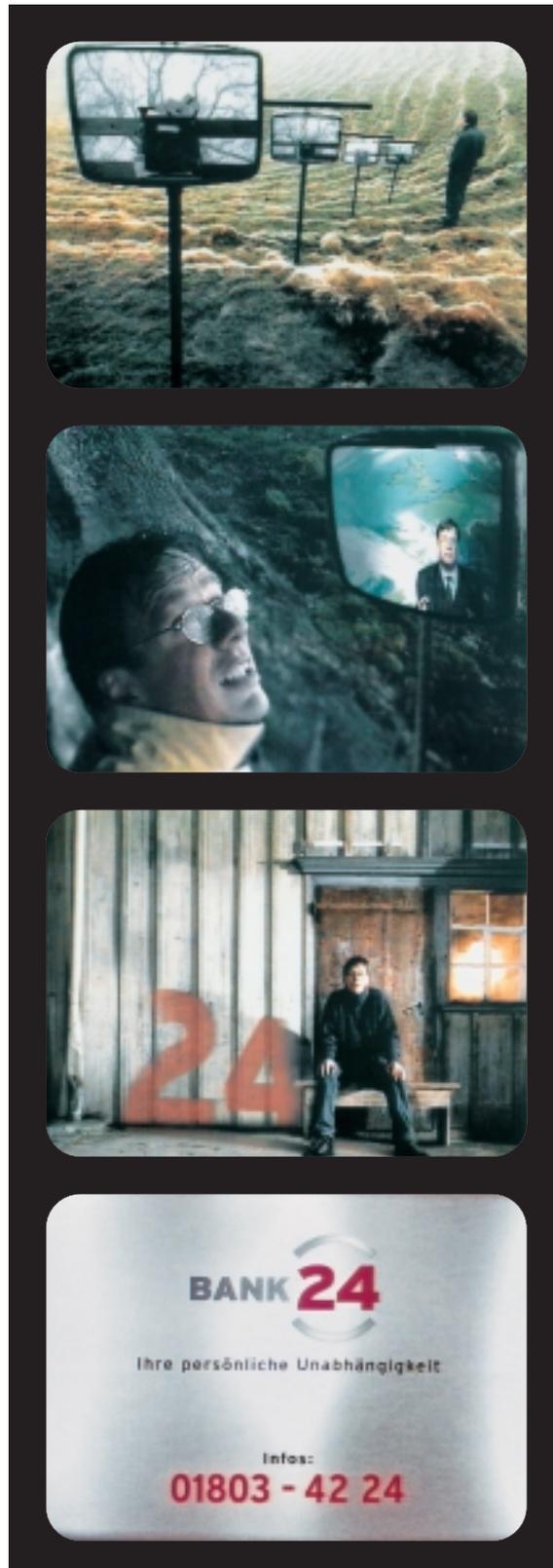


6. Gewinnung von mehr als 17 000 neuen Kunden für den Service „BROKERAGE 24“ und Steigerung auf 65 Prozent spontane Awareness in der Börsenzielgruppe.



7. Die Zahl 24 ist als Markenbesitzstand der BANK 24 auf hohem Niveau durchgesetzt. Die 24 kommuniziert klar und eindeutig die intendierten Bedeutungsinhalte. Frage: Welcher Marke/welchem Unternehmen würden Sie dieses Symbol zuordnen?

**BANK 24 (SILBER-EFFIE 1998)**



TV-Spot „Kachelmann“

BANK 24 (SILBER-EFFIE 1998)



TV-Spot „Hoenig“

**BROKERAGE 24: Da handeln Profis.**

**Informationen sind Geld wert. Besonders, wenn sie nicht jeder hat.**

**24**

- Die 24 haben unsere Kunden alle Möglichkeiten, sich aktuell und umfassend zu informieren.
- Unsere Website enthält ständig aktualisierte Charts und der Börsenführer im Internet.
- Analysen, Statistiken und Prognosen vom Premier-Bankier der Deutsche Bank Group.
- FondFaktor mit detaillierter statistischer Aufbereitung von rund 750 Fonds, auch multimediale auf CD-ROM.
- Elektronische Beratung 24, die professionellste Beratungsdienste für 1-Million, mit umfangreichen Anlagen und Dokumenten, Börsenmarkt, Portfolio-Analysen, Vermögensberichterstattung.
- Bietet per das am Abend vor erweitem Ihren telefonierbaren Call Center mit rund 300 Mitarbeitern.
- Neue Möglichkeiten durch neue Medien: 800-PC über Internet und TV Online.

Bank Info: 24 **BROKERAGE 24** unter Telefon 0 90 20 24 00 00 / Internet [www.bank24.de](http://www.bank24.de)

**BANK 24**  
Hier Bank braucht kein Mensch.

2/1 Seite Basiskampagne

**BROKERAGE 24: Da handeln Profis.**

**Manche Leute können einfach alles kriegen, was sie wollen.**

**24**

Unser Kunden zum Beispiel:

- Alle an-deutschen Börsen gehandelten Aktienoptionen.
- Aktien und Anleihen auf 24 Kapitelnaktien weltweit.
- Notizen alle in Deutschland zugelassener Investmentfonds.
- Zahlenspeicher selbstständig bis 20.000 Wkt.
- Tag und Nacht optimale Möglichkeiten für schneller Handel.

Durch den telefonierbaren Call Center mit rund 300 Mitarbeitern.

- Neue Chancen durch neue Medien: 800-PC über Internet oder TV Online anbieten.

Bank Info: 24 **BROKERAGE 24** unter Telefon 0 90 20 24 00 00 / Internet [www.bank24.de](http://www.bank24.de)

**BANK 24**  
Hier Bank braucht kein Mensch.

2/1 Seite Basiskampagne

**Fangfrisch aus dem Netz: Die Internet-Info-Services von BROKERAGE 24.**



Bank 24 ist ein Unternehmen der Deutsche Bank Gruppe.

Wir bringen Ihnen von BROKERAGE 24 die neuesten Informationen über die Aktienmärkte, die Börsennotierungen, die Kursentwicklung, die Dividenden und vieles mehr. Sie erhalten die Informationen, die Sie benötigen, um Ihre Anlageentscheidungen zu treffen. Die Informationen sind jederzeit über das Internet verfügbar. Sie können sie auch über das Internet abrufen. Die Informationen sind jederzeit über das Internet verfügbar. Sie können sie auch über das Internet abrufen. Die Informationen sind jederzeit über das Internet verfügbar. Sie können sie auch über das Internet abrufen.



Bank 24 ist ein Unternehmen der Deutsche Bank Gruppe.

1/1 Seite Aktualitätskampagne

**Wir haben an unseren Aufschlägen gearbeitet: BROKERAGE 24 mit fünf neuen Fonds-Partnern.**



Bank 24 ist ein Unternehmen der Deutsche Bank Gruppe.

Wir haben an unseren Aufschlägen gearbeitet. Wir haben fünf neue Fonds-Partner gefunden. Die Aufschläge sind jetzt niedriger als je zuvor. Das bedeutet, dass Sie mehr Geld in Ihre Anlage investieren können. Die Informationen sind jederzeit über das Internet verfügbar. Sie können sie auch über das Internet abrufen. Die Informationen sind jederzeit über das Internet verfügbar. Sie können sie auch über das Internet abrufen.



Bank 24 ist ein Unternehmen der Deutsche Bank Gruppe.

1/1 Seite Aktualitätskampagne

**Durchblick per Mouseclick: Der multimediale FondsFinder von BROKERAGE 24.**



Bank 24 ist ein Unternehmen der Deutsche Bank Gruppe.

Der neue FondsFinder von BROKERAGE 24 ist ein multimediales Programm. Sie können es über das Internet abrufen. Die Informationen sind jederzeit über das Internet verfügbar. Sie können sie auch über das Internet abrufen. Die Informationen sind jederzeit über das Internet verfügbar. Sie können sie auch über das Internet abrufen.



Bank 24 ist ein Unternehmen der Deutsche Bank Gruppe.

1/1 Seite Aktualitätskampagne

**Ab sofort investieren Börsenprofis auch mal in CDs: Die neue BROKERAGE 24-CD-ROM.**



Bank 24 ist ein Unternehmen der Deutsche Bank Gruppe.

Ab sofort können Sie auch mal in CDs investieren. Die neue BROKERAGE 24-CD-ROM ist ein multimediales Programm. Sie können es über das Internet abrufen. Die Informationen sind jederzeit über das Internet verfügbar. Sie können sie auch über das Internet abrufen. Die Informationen sind jederzeit über das Internet verfügbar. Sie können sie auch über das Internet abrufen.



Bank 24 ist ein Unternehmen der Deutsche Bank Gruppe.

1/1 Seite Aktualitätskampagne

**Echte Börsenprofis  
wollen immer alles  
besser wissen.**

**Immer auf dem aktuelle**



**BROKERAGE 24:  
Da handeln Profis.**



Mehr Bank braucht kein Mensch.

**018 03 - 24 00 00**

[www.bank24.de](http://www.bank24.de)

TV-Spot „Brokerage“