

Kategorie Finanzdienstleistung



Kunde: Dresdner Bank AG, Frankfurt am Main

Agentur: Ogilvy & Mather Werbeagentur, Frankfurt am Main

VERMÖGENSVERWALTUNG MIT INVESTMENTFONDS

Die Marketing-Situation

Der Finanzdienstleistungsmarkt ist ein hart umkämpfter Markt. Viele Anbieter werben mit weitestgehend generischen Produktangeboten um die gleichen Zielgruppen. Die Zunahme der Werbeinvestitionen der Branche erschwert die Wahrnehmung und Durchsetzung differenzierender Produktbotschaften.

Durch den Wertpapierboom, dessen aktuelle Entwicklung und die immer stärker werdende Bedeutung der privaten Altersvorsorge treffen wir auf sehr anspruchsvolle und kritische Verbraucher. Hier muss auf glaubwürdige und nachvollziehbare Art und Weise für das eigene Produkt argumentiert werden.

Die Marketing- und Werbeziele

Übergeordnetes Kampagnenziel war es, die Kernkompetenz der Dresdner Bank im Wertpapiergeschäft zu fokussieren und die Positionierung als Beraterbank für Vermögensaufbau und Vermögensanlage zu festigen. Weiterhin sollten die Werbe-Awareness und die korrekte Zuordnung des Slogans „Die Beraterbank“ zur Dresdner Bank ausgebaut werden.

Gleichermaßen wurde zur Unterstützung der Vertriebsaktivitäten das Ziel verfolgt, mittels Einsatz von Direct Response-TV-Spots die

Neukundenakquisition zu fördern und über den „Call for action“ Interessenten für das Produkt „VVI-Vermögensverwaltung mit Investmentfonds“ zu gewinnen.

■ Erhöhung der gestützten und ungestützten Sloganbekanntheit sowie der korrekten Slogan-zuordnung.

■ Gewinnung von 8000 VVI-Interessenten über den Kampagnenzeitraum vom 4. September bis 31. Dezember 2000.

■ Steigerung der durchschnittlichen VVI-Abschlüsse pro Monat.

Die Kreativ-Strategie

Grundlage der kreativen Strategie war es, ein Format zu finden, das eine Durchsetzung der Produktbotschaft im Konkurrenzzumfeld erlaubt, in der Bankenwelt bislang ungesehen ist und auf einfache und eingängige Weise die Vorteile einer VVI der Dresdner Bank im Vergleich zu anderen Geldanlagen kommuniziert.

Gestalterische Basis der Kampagne ist eine sehr sachliche, informative und gleichzeitig hoch plakative Darstellung der Produktvorteile.

Die Vorteilsargumentation gliedert sich in zwei Phasen auf:

1. Die Argumentation basiert ausschließlich auf dem Renditevorteil der VVI gegenüber anderen Geldanlagen.

2. Erweiterung der Renditeargumentation um den Aspekt „Sicherheit“. Es wird zusätzlich zur hervorragenden Performance einer VVI das sehr ausgewogene Chancen-Risiko-Verhältnis plakativ in Szene gesetzt.

Die Media-Strategie

Die Kampagne lief vom 4. September bis zum 31. Dezember 2000.

Aufbau einer hohen Bekanntheit der Werbebotschaft bei maximaler Reichweite.

Kernzielgruppe waren Erwachsene (30 bis 65 Jahre) mit einem Haushaltsnettoeinkommen von mindestens 3000,- Mark.

Belegung aller reichweitenstarken Privatsender inklusive der öffentlich-rechtlichen Sender sowie ntv.

Um die zwei Phasen der Vorteilsargumentation auch medial umzusetzen, wurde ab dem 4. September die Spotvariante „Renditevorteil“ geschaltet, die ab dem 2. November durch die Spotvariante „Renditevorteil plus Sicherheit“ ersetzt wurde.

Die Ergebnisse

Die gestützte sowie die ungestützte Zuordnung des Slogans „Die Beraterbank“ zur Dresdner Bank

konnten überdurchschnittlich gesteigert werden (Chart 1).

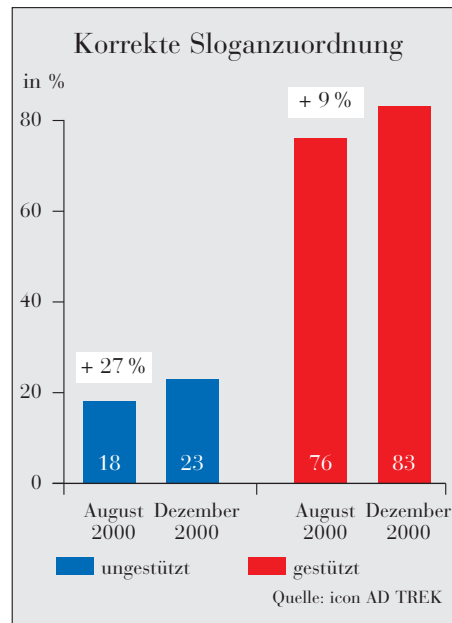


Chart 1

Die Werbe-Awareness der Dresdner Bank konnte während des Kampagnenzeitraums sowohl gestützt als auch ungestützt deutlich gesteigert werden (Chart 2).

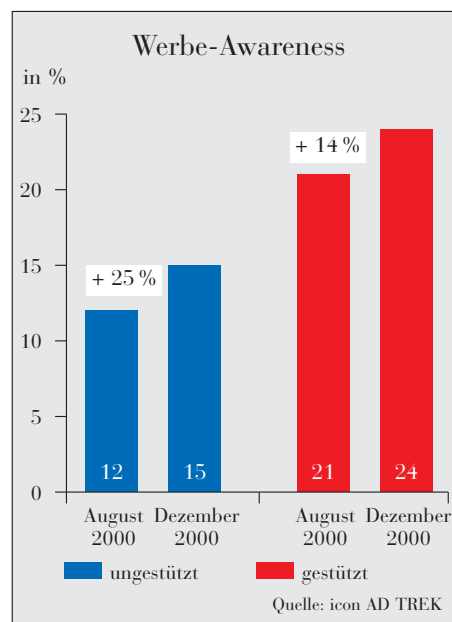


Chart 2

Es konnten während des Kampagnenzeitraumes 13 361 Interessenten für die Vermögensverwaltung mit Investmentfonds der Dresdner Bank gewonnen werden.

Das bedeutet, dass das Ziel von 8000 Interessenten um 67 Prozent oder 5361 Interessenten übertroffen wurde (Chart 3).

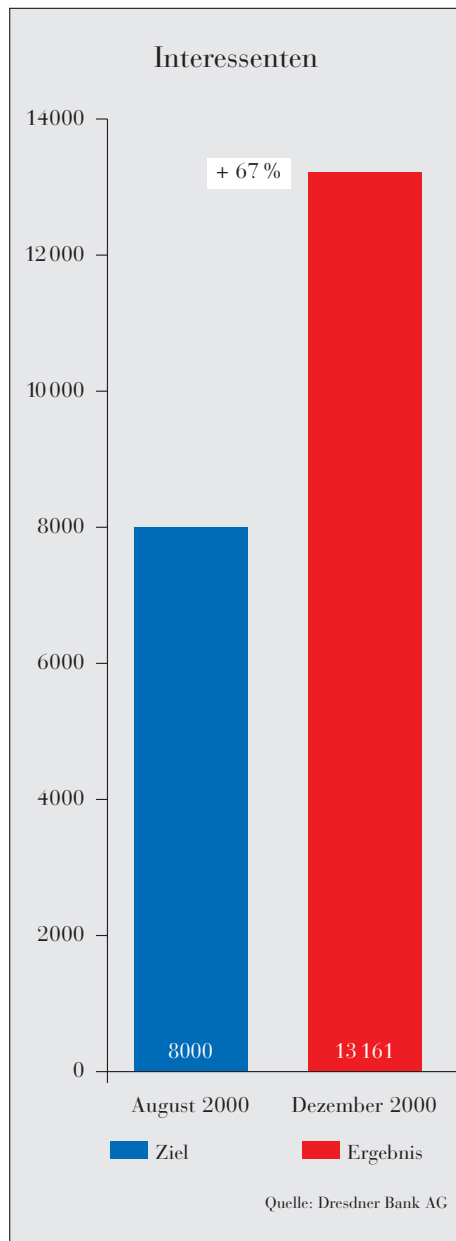


Chart 3

Die Zahl der durchschnittlichen VVI-Abschlüsse pro Monat im Vergleich zu den durchschnittlichen Abschlüssen pro Monat vor der Kampagne konnte um 1617 Abschlüsse gesteigert werden.

Das bedeutet eine Produktions-erhöhung des VVI-Produktes um 39 Prozent (Chart 4).

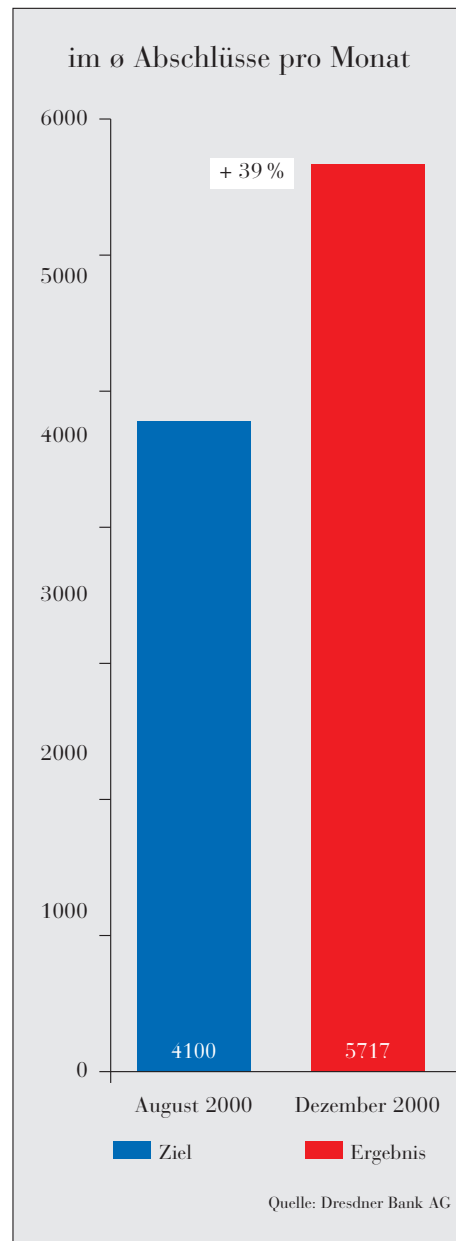


Chart 4

Eine Empfehlung der Beraterbank



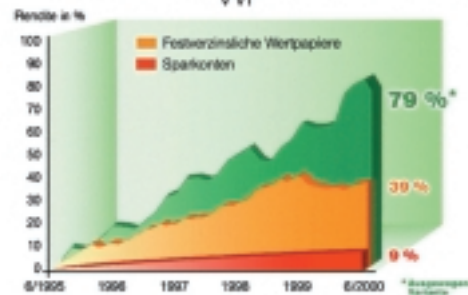
Dresdner Bank
Die Beraterbank

Sprecher:
„Eine Empfehlung
der Beraterbank.
Machen Sie mehr
aus Ihrem Geld.“



Sprecher:
„Normale Spar-
konten hatten in
den letzten fünf
Jahren einen Wert-
zuwachs von
durchschnittlich
nur 9 Prozent.
Festverzinsliche
Wertpapiere im
Durchschnitt nur
39 Prozent.“

Vermögensverwaltung mit Investmentfonds
VVI*



Sprecher:
„VVI – die Vermö-
gensverwaltung
mit Investment-
fonds der Berater-
bank – dagegen
erlangte 79 Pro-
zent Gewinn, bei
überwachtem
Risiko.
Und das schon ab
einer Einstiegs-
summe von 30 000
Mark.“

Vermögensverwaltung mit Investmentfonds
Informationsvideo bestellen.

Tel. 0 180-210 79 79



Dresdner Bank
Die Beraterbank

Sprecher:
„Rufen Sie jetzt
an, und bestellen
Sie unser kosten-
loses Informations-
video unter:
Null-hundertacht-
zig-zweihundert-
neunundsiebzig-
neunundsiebzig.“

Sprecher:

„Eine Empfehlung der Beraterbank. VW, die Vermögensverwaltung mit Investmentfonds, hat in den letzten 5 Jahren 79 Prozent Rendite gebracht.“

Sprecher:

„Und das bei überwachtem Risiko. Mit einer Sicherheit, die bislang deutlich über dem Durchschnitt ähnlich strukturierter Wertpapieranlagen liegt.“

Sprecher:

„Weil unsere Wertpapiermanager Ihr Geld weltweit investieren, die Finanzmärkte permanent analysieren und, wenn nötig, umschichten.“

Sprecher:

„Bestellen Sie unser kostenloses Informationsvideo: Null-hundert-achtzig-zweihundert-zehn-neun-undsiebzig-neun-undsiebzig.“

Eine Empfehlung der Beraterbank



Dresdner Bank
Die Beraterbank



Gemessen am Fünfjahreszeitraum von 6/1995 bis 6/2000



Vermögensverwaltung mit Investmentfonds

Informationsvideo bestellen.

Tel. 0 180-210 79 79



Dresdner Bank
Die Beraterbank