

JUNG VON MATT LIMMAT

PostFinance: Anlegen interessiert dich nicht? Ist doch ganz normal.

Kaum Interesse, Vorurteile und Unsicherheiten beim Thema Anlegen – das sind die häufigsten Gründe, weshalb viele Schweizer:innen gar nicht oder nicht mehr Geld investieren. Dazu kommen Bankberater:innen, die wenig Verständnis für individuelle Bedürfnisse haben. Anders bei der PostFinance: Die Bank versteht die emotionalen und mentalen Hürden ihrer Kund:innen und ist damit die perfekte Partnerin für alle Anlage-Bedürfnisse. Diese Botschaft steht im Zentrum der neusten Kampagne, die in Zusammenarbeit mit Jung von Matt LIMMAT entstanden ist.

MEDIENMITTEILUNG, 14.03.2022

Anlegen ist nur was für reiche Schnösel, das Banken-Blabla nervt und sich um die Vorsorge kümmern? Da hat man grad Besseres zu tun. Es gibt viele Meinungen zum Thema Anlegen. Gemeinsamer Nenner: Anlegen ist kompliziert und nur etwas für Leute, die sich zeitintensiv damit befassen. Die Folge: Laut einer repräsentativen Studie von moneyland.ch vom Januar 2021 haben nur 27% der Schweizer Bevölkerung ihr Geld in Aktien angelegt. Das soll sich mit der aktuellen Anlegen-Kampagne der PostFinance und Jung von Matt LIMMAT ändern.

Diverse Lebensentwürfe, diverse Gründe, diverse Lösungen

Man ahnt es bereits: Die Gründe, warum man sich nicht mit dem Thema Anlegen beschäftigt, sind vielfältig. Darum reagieren die ganz verschiedenen Charaktere in der neuen Anlegen-Kampagne der PostFinance auch genau so auf die Frage, wie sie es denn mit Anlegen halten: Ganz unterschiedlich, aber immer ehrlich, direkt und unverhohlen. Die Antwort der PostFinance: «Ist doch ganz normal». Die Bank gibt mit diesem verständnisvollen Leitsatz auch gleich die für jede:n passende individuelle Anlege-Lösungen mit auf den Weg wie Anlegen schon ab 20 Franken, gleich selber Wertschriften handeln oder die gesamte Vermögensverwaltung an die PostFinance delegieren.

Die Positionierung «Ist doch ganz normal» hat die PostFinance gemeinsam mit Jung von Matt LIMMAT in ihrer ersten gemeinsamen Imagekampagne im Herbst 2021 lanciert und nun konsequent auch auf das Thema Anlegen ausgerollt. Denn auch hier gilt: Für die PostFinance ist ganz normal, dass die Anliegen ihrer Kund:innen im Zentrum stehen.

Die Anlegen-Kampagne läuft seit 14. März in drei Sprachen mit sechs Spots auf allen breitenwirksamen Sendern, in allen digitalen Kanälen, Out of home, am POS sowie mit Spezialversionen für Social Media.

Bild- und Videomaterial:

<http://gofile.me/6AqSP/cjIGtPSAZ>

<https://youtu.be/zywnz5gQ-zU>

<https://youtu.be/WqYIm724zBY>

JUNGvMATT

Verantwortlich bei PostFinance

Dennis Lengacher (Leiter Marketingkonzeption), Francisco Moreno (Leiter Marketingkonzeption/-kommunikation), Cynthia Hofmann (Marketing Manager), Florian Grützner (Marketing Manager), Jelena Mesic (Marketing Manager), Rose Portmann (Social Media Manager)

Verantwortlich bei Jung von Matt LIMMAT

Regine Cavicchioli (Creative Direction), Anouk Karrer, Tobias Peters (Text), Jan Theus (Art Direction), Christian Omlin (Strategie), Caroline Ronzani, Marcel Walzl, Marianne Sauter, Jollette Mayenzet, Lena Burmeister (Beratung), Wolfgang Bark (Executive Creative Direction), Thomas Steiner (Chief Client Officer)

Verantwortlich bei Jung von Matt PLAY

Constantine Wrage (Agency Production)

Verantwortlich bei Jung von Matt SERVICES

Jlona Kopf, Fabrizio Rutishauser, Chiara Killer, Desirée Lanz, Roman Aebi (Medienrealisation)

Externe Partner:innen

Martin Werner (Regie), Jan Mettler (DoP), Produktion: Pumpkin Film, Stefanie Brand (Executive Producer), Südlich-t AG (Postproduktion), Vertonung: Jingle Jungle, Flavio Karrer (Fotografie); Media: Havas Media AG, Claudia Gantenbein, George Bérard

Kurzprofil Jung von Matt LIMMAT

Jung von Matt LIMMAT ist die kreativste Agentur der Schweiz. Die 1993 gegründete Agentur ist Teil eines Agentur-Ökosystems, das ein Team von 150 Expert:innen aus allen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen vereint. Jung von Matt LIMMAT liebt Ideen, die inspirieren und arbeitet für Schweizer Kultmarken wie Coop, Mobilier und Ovomaltine. Die Agentur steht für eine exzellente Kreativkultur.