

Pressemeldung

Wien, 1. Oktober 2021

#glaubanmorgen: Neue Kampagne thematisiert Folgen der Klimakrise

Dass jede und jeder einzelne die Zukunft selbst in der Hand hat, zeigt die neue Kampagne der Erste Bank und Sparkasse, die heute startet. Es ist der massenmediale Auftakt zu einem klaren Bekenntnis der Sparkassengruppe: gemeinsam eine bessere und nachhaltige Zukunft für alle zu schaffen. Die Kampagne wurde erstmals mit einem CO2-neutralen Mediaplan umgesetzt. Kreativ zeichnet die Lead Agentur Jung von Matt DONAU verantwortlich.

“Wir wollen hier als Vorbild vorangehen, indem wir einerseits unseren eigenen ökologischen Fußabdruck verbessern. Andererseits sorgen wir auch dafür, dass Geld sinnvoll investiert wird, um mehr Gutes für den Planeten zu tun. So unterstützen wir Menschen und Unternehmen bei der Finanzierung und bei Investitionen in nachhaltige Projekte und Initiativen. Weil wir daran glauben, dass Wachstum und Wohlstand in Zukunft nur nachhaltig sein kann”, sagt Gerda Holzinger-Burgstaller, CEO der Erste Bank Oesterreich.

Erste CO2-neutrale Mediakampagne

Auch in der Mediaplanung wurde ein neuer innovativer Weg eingeschlagen. Mit Admosfy, einer Lösung zur Schaffung klimaneutraler Mediakampagnen, werden die gesamten CO2-Emissionen der Mediamaßnahmen innerhalb der Kampagne ausgeglichen. Mittels Berechnungsmodellen werden die CO2-Emissionen des finalen Mediaplans bestimmt und in einen entsprechenden Äquivalenzwert übersetzt. Für die Kompensation der Treibhausgasemissionen wurde das Wasseraufbereitungsprojekt WADI der Firma Helioz GmbH ausgewählt.

Umweltproblematik trifft auf Modellbau

Die Kampagne selbst zeigt keine Aufnahmen von einer intakten, grünen Umwelt oder klassische Szenen von Naturparadiesen. Vielmehr wurde versucht, das Thema den Sehern etwas abstrakter vor Augen zu führen. Es werden unterschiedliche Miniatur-Modelle in einem Atelier gezeigt, die verschiedene Folgen der Klimakrise künstlerisch darstellen. Es sind Welten, die uns nicht fremd sind: Umweltverschmutzung, Verkehrschaos, Naturkatastrophen. Zwischen diesen Welten bewegt sich eine junge Frau, die ruhig die Modelle betrachtet, die das Aus-der-Balance-geraten der Welt symbolisieren. Die Protagonistin bleibt aber trotzdem zuversichtlich. Sie öffnet ihre Augen, um dann entschlossen die Zukunft selbst in die Hand zu nehmen. Unbeirrt geht sie auf eine weiße Leinwand und ein weißes Blatt Papier zu um die Zukunft selbst mitzugestalten. Musikalisch wird die Geschichte von einer Neuinterpretation des Louis Armstrong-Klassikers „What A Wonderful World“ begleitet.

#glaubandich - #glaubanmorgen

An sich zu glauben bedeutet auch, mit Zuversicht in die Zukunft zu blicken. Aus diesem Grund wird im Rahmen der neuen Kampagne auch der bereits bekannte Hashtag #glaubandich erweitert. Mit #glaubanmorgen knüpfen Erste Bank und Sparkasse an die seit Jahren laufende Markenbotschaft #glaubandich an. Denn: Unser Land braucht Menschen, die an die Zukunft glauben. Und bereit sind, sie zu gestalten.

“Ich hoffe, dass die Kampagne berührt und es uns gelungen ist, das Thema Nachhaltigkeit neu und anders darzustellen. Mit einer klaren Botschaft: Es gibt keine „Wonderful world“, wenn wir nicht jetzt handeln und sie nicht selbst gestalten.” so Gerd Schulte Döinghaus, Creative Director Jung von Matt/DONAU.

Die Kampagne läuft ab sofort als 45-Sekunden-Spot im TV, online, auf Social Media, Out-of-Home und in Print. Mittels einer Allonge wird als Produktbotschaft das nachhaltige Fondsangebot der Erste Bank und Sparkasse kommuniziert. Bereits ab EUR 50,- können KundInnen in eine breite Auswahl an nachhaltigen

Fonds investieren und haben so die Möglichkeit, eine lebenswerte Zukunft mitzugestalten – für sich und die Umwelt.

Auch das Bekenntnis der Erste Group zum Green Consumption Pledge der Europäischen Kommission wird in einem eigens erstellten 10-Sekunden Spot mitgetragen. Als erstes Finanzinstitut in Europa sind Erste Bank und Sparkasse als Teil der Erste Group im Juni 2021 dem Green Consumption Pledge beigetreten. Die Initiative der Europäischen Kommission tritt für die Beschleunigung eines nachhaltigen Wirtschaftsaufschwungs ein.

TV-Spot: <https://youtu.be/99T8bsZ7Y8E>

www.sparkasse.at/glaubanmorgen

Credits:

Werbeagentur: Jung von Matt DONAU
Produktion: Zauberberg
Fotograf: Wolfgang Zac
Tonstudio: Blautöne
Musikproduktion: White Horse Music
Media-Agentur: Wavemaker
Kunde: Erste Bank und Sparkasse

Rückfragen an:

Erste Bank, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Am Belvedere 1, 1100 Wien
Christian Hromatka, 050100- DW 13711, E-Mail: christian.hromatka@erstegroup.com
Karin Berger, 050100- DW 17629, E-Mail: karin.berger@erstegroup.com

Text auch verfügbar unter: <https://www.erstebank.at/presseaussendung>

Wenn Sie zukünftig keine Presseaussendungen mehr von uns erhalten möchten, schreiben Sie bitte an presse@erstebank.at.