

Keine Zeit für Wenn und Aber. PSD Bank München startet TV-Kampagne

Augsburg – 05.11.2020. Marken-Relaunch geht in die zweite Runde: Die PSD Bank München startet eine weitere crossmediale Kampagne – inklusive erstmalig einer reichweitenstarken IP-TV-Präsenz. Wurde beim Brand-Rollout 2019 die Positionierung „PSD Bank München. Die Bank passt zu mir.“ etabliert, sollen nun die Markenbekanntheit erhöht und das positive, moderne Image gestärkt werden. Die Slogans „Keine Zeit für Wenn und Aber.“, „Keine Zeit für kompliziert.“ und „Keine Zeit für Papierkram.“ unterstreichen die Einfachheit und Praktikabilität des Online Serviceangebots sowie die fairen Konditionen der digitalen Regionalbank. „Kennzeichnend für die Zielgruppe ist der Wunsch nach Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung“, sagt PSD Bank München Vorstandssprecherin Karen Lehmann-Martin. „Junge Leute haben ein sehr individuelles Lebenskonzept und keine Lust, sich lange mit Bankangelegenheiten auseinanderzusetzen.“



Karen Lehmann-Martin, Vorstandssprecherin der PSD Bank München.

Effektiver Media-Mix mit Fokus auf TV-Streaming

Kernelement der Kampagne ist der 30-sekündige Bewegtbild-Spot, der prominent auf Streaming-Plattformen wie TVNow und Joyn als auch TV-Sendern wie RTL, n-tv, ProSieben und Sat.1 ausgespielt wird. Hinzu kommen Anzeigenschaltungen in Publikumszeitschriften und Freizeitmagazinen sowie Online-Maßnahmen auf der eigenen Microsite, Facebook, Instagram, Google und YouTube.

Marco Trutter, Geschäftsführer der verantwortlichen Augsburger Markenagentur trumedia: „Dank des ansprechenden Contents sowie der konsequent entwickelten Kommunikationsmaßnahmen heben wir die PSD Bank München auf ein neues Level. Darüber hinaus wird die emotionale Bewegtbildwerbung auf digitalen Streaming- und TV-Plattformen die Präsenz der Marke effektiv und nachhaltig im Relevant-Set der attraktiven jungen Fokuszielgruppen verankern.“ Besonders im Fokus liegt dabei das PSD Online Banking: Über eine intuitive App können Kunden sämtliche Finanzgeschäfte, wie Kreditkartenumsätze, Daueraufträge und Überweisungen, einfach und direkt abwickeln. Digitales Bezahlen ist ab sofort für alle Smartphones, egal ob Android oder iOS, möglich. Besondere Konditionen gelten für die jüngere Zielgruppe: Neben kostenlosem Gehaltsgirokonto und kostenlosem Kontowechsel ist auch die Kreditkarte für alle zwischen 18 und 25 Jahren kostenlos. Als besonders motivierenden Call-to-Action veranstaltet die PSD Bank München unter www.keine-zeit-für.de ein Gewinnspiel, bei dem Teilnehmer eines von 400 Netflix-Guthaben gewinnen können. Ganz nach dem Motto: „Keine Zeit für Langeweile!“

Über die PSD Bank München

Die PSD Bank München ist eine regional agierende Direktbank mit Sitz in Augsburg, die ihren Fokus auf schlanke Strukturen und digitale Kontakt- und Abschlusswege setzt. In ihrem Geschäftsgebiet Schwaben, Nieder- und Oberbayern betreut sie so über 80.000 Privatkunden. Die 14 bundesweit regional aktiven PSD Banken (vormals Post, Spar- und Darlehnsvereine) sind eine Direktbankengruppe im Verbund der Genossenschaftsbanken des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR). Die PSD Banken wurden 1872 gegründet und bilden somit die älteste Direktbankengruppe Deutschlands.

Basisinformationen, Pressefotos der Vorstände und das PSD Logo finden Sie unter:
www.psd-muenchen.de/DownloadCenter

Pressemitteilungen der PSD Bank finden Sie unter:
www.psd-muenchen.de/Pressemitteilungen

Pressekontakt:

Anna Maier

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

PSD Bank München eG

Telefon 0821 5049-4100

Sitz Augsburg

Fax 0821 5049-4190

Max-Hempel-Straße 5

presse@psd-muenchen.de

86153 Augsburg

www.psd-muenchen.de