

Presse-Information

Köln-Dünwald, im März 2020

Morgen kann kommen:

Volksbank Dünwald-Holweide eG startet mit neuer Werbekampagne

„Morgen kann kommen. Wir machen den Weg frei.“ – unter diesem Motto startet die neue Werbekampagne der Volksbanken Raiffeisenbanken deutschlandweit.

Mit dabei natürlich auch die Volksbank Dünwald-Holweide, die sich jetzt auch kommunikativ noch stärker als „Bank der Zuversicht“ und als enger Partner der Region positioniert.

Denn genau das ist das zentrale Thema des neuen Werbeauftritts: Er greift aktuell gesellschaftlich relevante Themen und die deutlich erkennbare Renaissance von Werten in der Bevölkerung auf und unterstreicht, dass diese schon seit ihrer Gründung zum Wertekanon der Volksbanken Raiffeisenbanken gehören. Deren Geschäftsmodell beruht seit 170 Jahren auf Säulen wie: Stärke der Gemeinschaft, Hilfe zur Selbsthilfe, Vertrauen, Transparenz, Verantwortung, Regionalität und Nähe zum Menschen vor Ort. „Genau diese hochaktuellen Werte vertreten wir als genossenschaftlicher Finanzdienstleister in der Region, in der wir uns darüber hinaus auch als gute Unternehmensbürger gesellschaftlich engagieren“, weiß Marc Smolarek, Vorstand der Volksbank Dünwald-Holweide.

Menschen legen heute wieder großen Wert auf die Gemeinschaft, ob in Vereinen oder in digitalen Netzwerken. Sie engagieren sich für Klima und Umwelt, achten auf Nachhaltigkeit und Regionalität und leben damit genau das, was die Volksbanken Raiffeisenbanken seit ihrer Gründung verkörpern: die genossenschaftliche Idee des „Einer für alle, alle für einen“, die die tägliche Arbeit bis heute prägt.

Den Kern der Kampagne bilden TV-Spots, die seit 15. März 2020 bundesweit ausgestrahlt werden. Flankiert werden diese von Online-Maßnahmen und einer umfangreichen Kampagne in den sozialen Medien, aber auch mit klassischen Anzeigen in Printmedien, Plakaten und verschiedenen Flyern.

Die Volksbank Dünwald-Holweide macht mit der neuen Kampagne vor Ort im rechtsrheinischen Köln auf ihre Leistungen aufmerksam. „Für uns ist es wichtig, mit unseren Kunden auf Augenhöhe zu kommunizieren“, fährt Smolarek fort, „denn jeder Mensch ist anders und hat ganz eigene, individuelle Bedürfnisse. Wir kennen bei allen digitalen Möglichkeiten unsere Kunden auch persönlich.“

Gemeinsam mit ihnen sprechen wir über ihre finanziellen Ziele und beraten zu individuell passenden Lösungen und Produkten. Wir können nicht nur digital, wir können auch ‚Mensch‘. Das macht die neue Kampagne noch einmal deutlich.“