

Content Kampagne «Heute vorsorgen»

über
über
über
morgen

RAIFFEISEN

26
Artikel zu allen Aspekten
der Vorsorge

«Ich möchte einmal eine
Familie gründen.»

Auf der dritten Säule ruht mehr als nur die finanzielle Unbeschwertheit im Alter. Die private Vorsorge bietet das Potential zur Realisierung der ganz grossen Ziele und Träume im Leben – und man spart nebenbei jedes Jahr Steuern.



So holen junge Leute das Maximum aus
Ihrer privaten Vorsorge heraus
Keine Frage: Überüberübermorgen klingt nach

«Ich möchte in meinem
eigenen Haus leben.»

Schaffen Sie sich ein stabiles Fundament – auch für die nächste Generation. Profitieren Sie vom Potential der privaten Vorsorge, indem Sie den Grundstein für Ihre finanzielle Sicherheit von überüberübermorgen legen und sich dafür auch noch steuerliche Vorteile sichern.



Träume mit Weitblick – Wohneigentum
als Vorsorgelösung

«Ich möchte gesund und
abgesichert sein.»

Die Zukunft birgt viele Abenteuer. Mit einer starken Vorsorgestrategie, die sich an Ihren Wünschen und Bedürfnissen orientiert, legen Sie den Grundstein für finanzielle Sicherheit, grössere persönliche Freiheit und einen unbeschwerteren Blick, auf das was kommt.



Ihr Plan für Überüberübermorgen
beginnt heute

12
personalisierte
Microsites



Content
Kreation von bedürfnisorientierten Beiträgen

Aufgabenstellung

Was heute ist, weiss man. Was morgen kommt, ahnen manche. Übermorgen ist schon weniger klar. Und überüberübermorgen? Eine Unbekannte. Und doch: Nicht einmal die Hälfte der Schweizer sorgt privat vor, rund ein Drittel kennt die eigene Pensionskasse nicht. Deshalb beabsichtigt Raiffeisen Schweiz die Bevölkerung für die private Vorsorge zu sensibilisieren und Wissenslücken rund um das Thema Vorsorge zu schliessen.

Lösung

Eine Video-Strassenumfrage sammelte Insights zu den Zukunftsträumen der Schweizer jeder Generation. Und dazu, welche konkreten Massnahmen sie ergreifen, um diese Wirklichkeit werden zu lassen. Auf diesen realen Wünschen aufbauend wurden redaktionelle (Video-)Beiträge, Checklisten und Online-Tools geschaffen. In Form bedürfnisorientierter Microsites bildeten diese Inhalte die Basis einer lückenlosen Content Marketing Kampagne, die durch Direkt Mailing, POS, E-Banking, in den Sozialen Medien und Out-of-home sichtbar wurde.

Ergebnis

Innert knapp zwei Monaten wurden über 200 Personen aus der ganzen Schweiz befragt, 43 Videos geschnitten, 12 konkrete Bedürfnisse abgeleitet, 26 Artikel zu allen Aspekten der Vorsorge geschrieben, zwei Online-Tools entwickelt und über 200 Werbemittel gestaltet.

Die Kampagne erzeugte über 4 Millionen Video- und Ad-Impressions.

Über
200
Video-Interviews



Morgen

Inspiration

Eine Schweiz – vielfältige Zukunftsträume



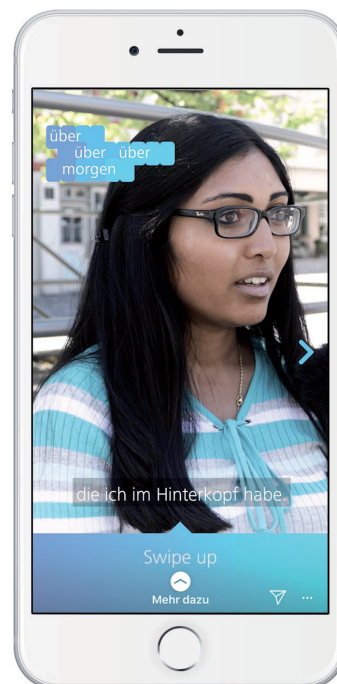
Übermorgen



Überübermorgen

Werbung

Verbindung von Inspiration und Content für gezieltes (Re-)Marketing



Über
4 Millionen
Video- und Ad-Impressions



Über
200
gestaltete Werbemittel