

ANIMIERTE ANIMIERUNG

Raiffeisen Club lässt Jugend 'aufbäumen'

Von Horizont Redaktion (mailto:red_horizont@manstein.at)

Donnerstag, 03. September 2020



Die neue Kampagne solle Awareness schaffen, ohne dabei mit erhobenem Zeigefinger eine Richtung zu diktieren.

(/news/media/6/Aufbumen-58233.jpeg)

Ogilvy und Mindshare lancieren für Raiffeisen Club eine neue Werte-Kampagne.

„Wie können wir uns stark machen für das was uns wichtig ist?“ – Mit „Aufbäumen“ launcht der Raiffeisen Club eine Werte-Kampagne, die Jugendliche ermutigen soll, für sich selbst einzustehen. Kern der Kampagne ist ein 60 Sekunden langer Film, der Jugendliche in einer animierten Welt zeigt. „Sie alle packen an, stehen auf und übernehmen Verantwortung für Dinge, die ihnen wichtig sind“, so die Botschaft.

Für die Kreation ist Ogilvy & Mather Wien verantwortlich. Die Kampagne wurde mit dem Hamburger Kreativ-Kollektiv DELI (Animation und Regie) und der Wiener Produktionsfirma dasRund umgesetzt. Mindshare setzt in der Mediaplanung auf einen konzertierten Rollout in TV, im Print, OOH und in digitalen Umsetzungen.

AUFBÄUMEN: Für unsere Zukunft. (60 Sekunden)



Instagram und Influencer

Um möglichst viele Jugendliche über Social Media zu aktivieren, launcht Mindshare etwa den neuen raiffeisen_club-Instagram-Account und inszeniert parallel dazu einen österreichweiten Influencer-Aufruf unter dem Hashtag #aufbaeumen. Die Influencer sollen erklären, was #aufbaeumen für sie bedeutet und ihre Communities einzuladen, ihnen dabei zu folgen.

Die neue Kampagne solle Awareness schaffen, ohne dabei mit erhobenem Zeigefinger eine Richtung zu diktieren: Wer sich gegen Missstände zur Wehr setze, mache sich für das Richtige stark. Zusammen erreiche man mehr, möchte die Kampagne vermitteln. „Oder wie Friedrich Wilhelm Raiffeisen gesagt hat: ‚Was dem einzelnen nicht möglich ist, das vermögen viele‘.“