

Auftakt der flächendeckend angelegten Werbekampagne am 1. Februar 2004

In den Monaten Februar und März wird die Berliner Sparkasse die Plakatwände der Stadt in die Farbe Rot tauchen. „**Verlangen Sie mehr**“ lautet das Motto der Imagekampagne, die flächendeckend präsent sein wird und mit der die Berliner Sparkasse ihre Kunden auffordert, das Leistungsversprechen der Bank in vollem Umfang in Anspruch zu nehmen. Zwei Monate lang wird die Berliner Sparkasse diese Botschaft mit acht verschiedenen Bildmotiven über City-Light-Poster, Plakate und Anzeigen in Tageszeitungen in die Stadt senden.

Das Image der Berliner Sparkasse soll erweitert werden. Von je her stehen Werte wie Nähe, Sicherheit, Zuverlässigkeit und Ehrlichkeit für die Marke Sparkasse - kurzum ein Stück Berlin seit 1818. Das ergab eine repräsentative Umfrage unter Berlinerinnen und Berlinern.

Jetzt zeigt das Geldinstitut, dass es mehr kann. Denn bestimmte Leistungen und Qualitäten werden nicht oder nicht ausreichend wahrgenommen und folglich auch nicht nachgefragt. Dazu gehören zum Beispiel eine ganzheitliche Beratung für alle Lebensphasen und Einkommenssituationen sowie innovative Produktangebote.

„In den letzten zwei Jahren haben wir unsere Beratungskompetenz und unser Produktangebot nachhaltig ausgebaut“, sagt Michael Thanheiser, markenverantwortlicher Bereichsleiter der Berliner Sparkasse. „Wir fordern unsere Kunden mit dieser Kampagne auf, unser gesamtes Erfahrungsspektrum zu nutzen und sich noch umfangreicher beraten zu lassen.“

Und eine zweite Botschaft gibt es in diesem Sinne zugleich zu vermelden: „**Schon jeder zweite Berliner ist Kunde bei der Berliner Sparkasse.**“ Die Zahlen belegen es: Von rund 3,4 Millionen Einwohnern sind annähernd 1,9 Millionen Kunden bei der Berliner Sparkasse.

Mit einer ausgereiften **innovativen Produktpalette** bietet die Berliner Sparkasse ihren zahlreichen Kunden passende Lösungen für Themen wie Altersvorsorge, Leasing, Immobilienfinanzierungen und Unternehmensnachfolge. Dafür arbeitet die Bank mit starken Partnern zusammen, etwa mit der LBS, der DekaBank und den Gothaer Versicherungen und der Deutschen Leasinggruppe. Die Berliner Sparkasse verfügt über ein flächendeckendes Filialnetz—das größte in der Stadt—mit zahlreichen Privatkunden-, Vermögensanlage-, Immobilien- und Gewerbekunden-Centern. Hinzu kommen modernste Selbstbedienungsmedien für Standard-Geldgeschäfte, die beispielhaft Einzahlungen rund um die Uhr ermöglichen.

„Unsere Kunden erwarten von uns Flexibilität, Zukunftsorientierung und Selbstbewusstsein“, sagt Michael Thanheiser, „unsere Mitarbeiter sind bestens darauf vorbereitet, so dass die Kunden dies auch einfordern können.“

Neben der Imagekampagne, die ebenfalls einen Kinospot sowie eine Werbeaktion mit zwölf Doppeldecker-Bussen umfasst, laufen das ganze Jahr hindurch wechselnde Produktkampagnen.

Verantwortlich Berliner Sparkasse:

Pressesprecherin

Frau Cornelia Reichel

Telefon: 030 245 65 101

Telefax: 030 245 65 455

E-Mail: info@berliner-sparkasse.de

Übersicht Presse-
Center