

23.04. 2018

Verband Schweizerischer Kantonalbanken: Nationale Kampagne «Schneller weg»

Von PPS

(Basel)(PPS) Am 22. April 2018 startete die nationale Kampagne «Schneller weg» im Auftrag der Kantonalbanken. Die TV-Spots, welche schweizweit ausgestrahlt werden, sensibilisieren Jugendliche für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Geld und verweisen auf FinanceMission, eine gemeinsame Initiative der Kantonalbanken und Lehrerverbände zur Förderung der Finanzkompetenz an Schweizer Schulen.

Die 24 Kantonalbanken engagieren sich gemeinsam für die Förderung der Finanzkompetenz von Jugendlichen in der Schweiz. In Kooperation mit den Lehrerverbänden der Deutschschweiz (LCH) und der Romandie (SER) haben sie den Verein FinanceMission gegründet. Dieser stellt mit dem digitalen Lernspiel «FinanceMission Heroes» ein gehaltvolles und motivierendes Lehrangebot für Schweizer Sekundarschulen zur Verfügung. Seit der Lancierung 2016 wurde das Lehrmittel in diversen Kantonen in Zusammenarbeit mit den Bildungsdirektionen implementiert und über 800 Lehrpersonen für dessen Anwendung geschult.

Mit der nationalen TV-Kampagne «Schneller weg» möchten die Kantonalbanken die Bekanntheit des Lehrmittels erhöhen und Jugendliche für einen bewussten Umgang mit Geld sensibilisieren. Die Kampagne startete am 22. April 2018 und wird in allen nationalen TVKanälen, wichtigen Privatsendern und Online-Portalen ausgestrahlt. Beim Spot handelt es sich um eine Neuauflage der im August 2016 erstmals lancierten, gleichnamigen Werbekampagne.

Der Spot zeigt einen Jugendlichen, welcher per Fingerzeig verschiedene Alltagsgüter erwirbt - einfach, schnell und ohne Blick auf sein Budget. Doch irgendwann kann er sich ein gewünschtes Objekt nicht mehr leisten. Der Spot thematisiert damit die Leichtigkeit, mit welcher Ausgaben heute getätigt werden können. Auch wenn Jugendliche im Allgemeinen verantwortungsbewusst mit Geld umgehen, sind sie starken Konsumreizen ausgesetzt. Daneben erlauben moderne Technologien immer flexiblere, einfachere und schnelle Zahlungsprozesse. Diese entsprechen den heutigen Kundenbedürfnissen, gleichzeitig kann es aber schwieriger sein, ohne physisches Portemonnaie den Überblick über die eigenen Finanzen zu behalten.

Um eine Überschuldung zu vermeiden, erfordert das Umfeld und die neuen Kanäle ein höheres Bewusstsein für die eigene Finanzsituation. Es ist wichtig, dass Jugendliche früh einen verantwortungsbewussten Umgang mit Geld erlernen. Deshalb engagieren sich die Kantonalbanken im Projekt FinanceMission und setzen sich mittels Kampagne für die Sensibilisierung ein.

Für die Umsetzung der Kampagne zeichnet die Agentur Leo Burnett Schweiz AG verantwortlich (Projektleitung: Rolf Zimmermann). Auftraggeber ist der Verband Schweizerischer Kantonalbanken (Projektleitung: Karin Schwerzmann).

Weiterführende Informationen:

- Engagement der Kantonalbanken und Spot:
kantonalbank.ch/Kantonalbanken/FinanceMission
- FinanceMission und Lehrmittel:
financemission.ch

Über die Organisation:

Die Gruppe der Kantonalbanken umfasst 24 Institute mit Niederlassungen in 26 Kantonen. Sie ist damit gesamtschweizerisch präsent und nimmt mit gegen 18'000 Mitarbeitenden sowie rund 700 Geschäftsstellen eine führende Rolle ein. Ihr Marktanteil im Inlandgeschäft liegt bei rund 30 Prozent.

1907 haben sich die Kantonalbanken im Verband Schweizerischer Kantonalbanken VSKB zusammengeschlossen. Dieser übernimmt die Wahrnehmung der gemeinsamen Interessen der Verbandsmitglieder, unterstützt Massnahmen zur Stärkung der Stellung der Kantonalbanken in der Schweiz und fördert die Zusammenarbeit unter den einzelnen Mitgliedern.

Pressekontakt:

Verband Schweizerischer Kantonalbanken
Wallstrasse 8
Postfach
CH-4002 Basel

Tel. +41 61 206 66 18
Fax +41 61 206 66 67
c.leugger @ vskb.ch
www.kantonalbank.ch

Kategorie

Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: *<https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/verband-schweizerischer-kantonalbanken-nationale-kampagne-schneller-weg>*