

Wenn aus der Kür die Pflicht wird: Wie optimiert man das Marketing für nachhaltige Kapitalanlagen?

DIE HERAUSFORDERUNGEN AUS AGENTURSICHT

About.

Long story **short.**

Wir sind die 744 Werbeagentur aus Düsseldorf.

Gegründet 2013.

Inhabergeführte Kreativ-, Online- und Social Media Agentur.


Marken aus den Bereichen FMCG, Automotive, Financial Services, Airline, Fashion und mehr.

Fokus auf erklärungsbedürftige Produkte aus dem Finanz- und Versicherungssektor.



Nachhaltigkeit

Vom Nice-to-have
zum Must-have

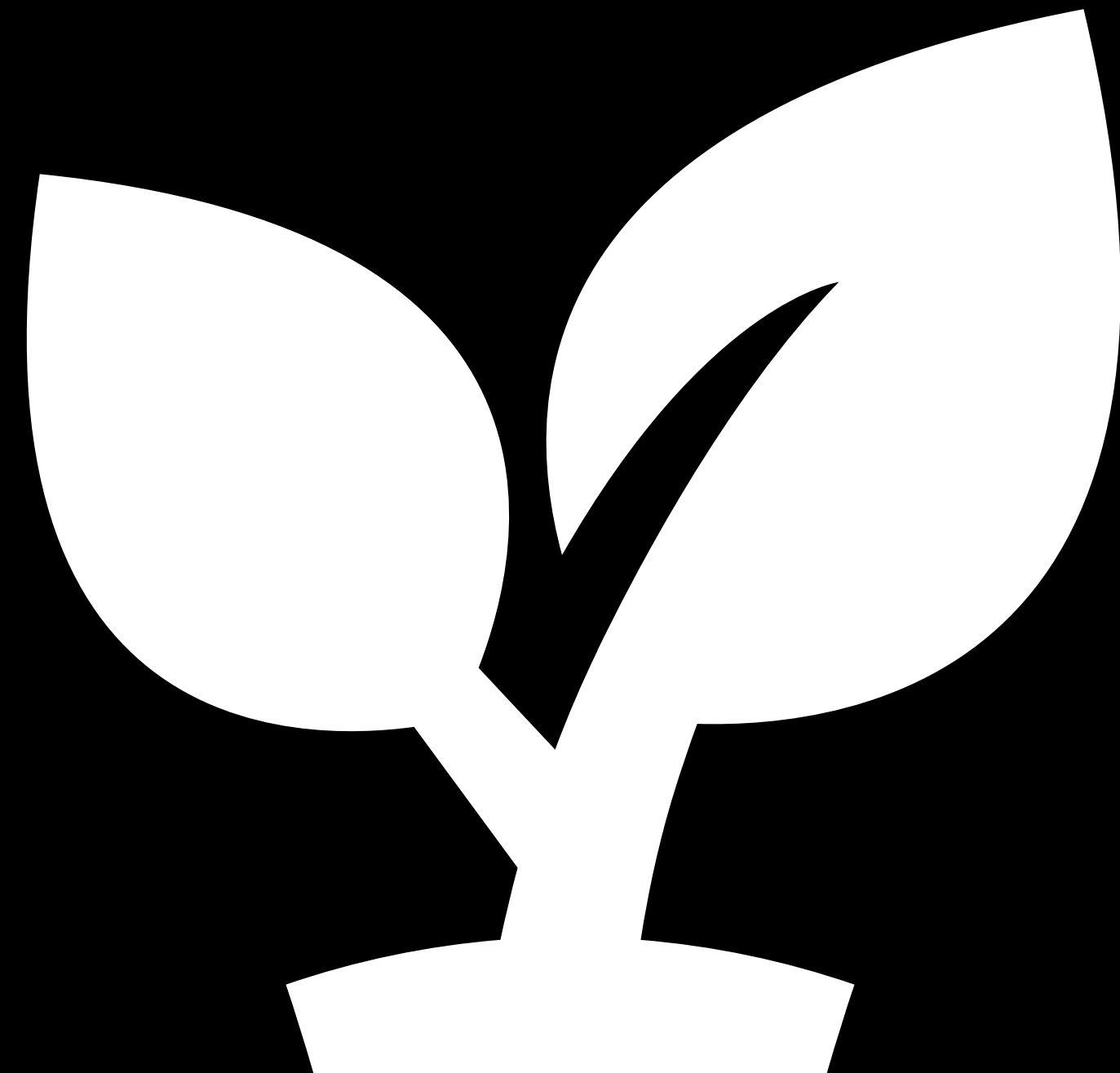


80 %

der Anleger sehen Nachhaltigkeit
nicht als Modethema,
sondern verstehen es als
einen langfristigen
gesellschaftlichen Wandel.

Greenwashing

41 % der Verbraucher sehen Bekundungen
von Unternehmen zum Thema
Nachhaltigkeit skeptisch



Herausforderungen für die Investmentbranche.

Die Komplexität des Themas

Es ist nicht alles grün, was ESG ist

Verbraucher assoziieren Nachhaltigkeit oft mit Umweltthemen, die Faktoren Soziales und Governance lassen sich meist schwer darstellen

ESG

Herausforderungen für die Investmentbranche.

Die Bedürfnisse der Zielgruppe

**Starke Performance? Stabilität?
Gutes Gewissen?
Oder mal eben kurz
die Welt retten?**



Herausforderungen für die Investmentbranche.

Fragen und Vorurteile der Anleger:innen

“Nachhaltigkeit geht zu Lasten der Performance!”

“Warum ist in meinem Nachhaltigkeitsfonds ein Öl-Konzern?”

“Das ist doch nur ein Trend.”

**“Und wer beurteilt, ob die Investments
wirklich nachhaltig sind?”**

“Was hat das denn jetzt mit Umweltschutz zu tun?”



Und jetzt?

**Wie kommuniziert man
nachhaltig Nachhaltigkeit?**

1 Entwickle eine klare Haltung!

Wie steht die Marke zum Thema Nachhaltigkeit? Welche Werte sind dem Unternehmen wichtig?
Wie lassen sich Brand Credentials schlüssig mit ESG verknüpfen? Wie kommuniziert man seine Position?

2 Halte deine Versprechen!

Wie bleibt man ehrlich, authentisch und transparent? Wie geht man offen mit "schwierigen" Themen um?
Wie begegnet man der Skepsis der Anleger?

3 Sei du selbst und einzigartig!

Wie differenziert man sich vom Wettbewerb? Wie sieht eine individuelle, der Marke entsprechende Bildwelt und Tonalität aus? Was sind die Key Benefits und wie stellt man sie leicht verständlich dar?

4 Kenne deine Zielgruppe!

Welche nachhaltigen Aspekte sind für sie relevant? Was ist ihre Motivation? Bessere Performance?
Ein gutes Gewissen? Tiefe Überzeugung? Und über welche Kanäle kann sie am besten erreichen?

744

WERBEAGENTUR

**Let's
Discuss.**