

Unser Land braucht UnternehmerInnen, die an sich glauben.

Es ist Zeit, Mut zu machen.

Die #glaubandich-Kampagne der Erste Bank und Sparkasse bestärkt seit Jahren die verschiedensten Menschen in Österreich. Aber in der Corona-Krise wollten wir vor allem jenen Mut machen, die ihn gerade am dringendsten brauchen: Österreichs Unternehmerinnen und Unternehmer.

Eine Ode an Österreichs Unternehmen.

Deshalb starteten wir im September 2020 eine Kampagne, die UnternehmerInnen Hoffnung in schwierigen Zeiten geben soll. Begleitet von einem Song, der die passenden Worte für sie findet: Eine neuinterpretierte, modernere Version des Klassikers „I'm Still Standing“ von Elton John.

Die Kampagne:

15 UnternehmerInnen aus allen Bundesländern bewiesen Mut und wirkten bei der TV-Kampagne mit: Sie sangen „I'm Still Standing“ – als moderne Hymne einer schwierigen Zeit.

Looking like a true survivor.

Vom Burgenland bis nach Vorarlberg: In ganz Österreich waren die UnternehmerInnen auf Plakat- und Print-Sujets zu sehen. Damit haben es unsere Kampagnen-Testimonials auch in das größte Wirtschaftsmagazin Österreichs geschafft: auf das Cover der Zeitschrift „trend“ – inklusive 6-seitigem Interview in der Printausgabe.

VisionärInnen hautnah.

In Content Pieces zeigten die UnternehmerInnen allen, wer sie sind und wofür sie brennen: nämlich für ihr Unternehmen. Die kurzen Videos wurden auf Facebook, Instagram und auf der Erste Bank und Sparkasse Website geteilt.

Die Hymne der UnternehmerInnen.

Auch auf den Erste Bank und Sparkasse Social-Media-Kanälen wurde der Hauptspot geteilt, wo der Song hohe Wellen geschlagen hat. Aufgrund der großen Nachfrage wurde die Vollversion der „I'm Still Standing“ Neuinterpretation auf Spotify und iTunes veröffentlicht.

Und das mit Erfolg:



Platz 1
iTunes Genre Charts



Platz 9
Spotify Viral Top50



ERSTE SPARKASSE



