

The Equality Derby

#ChangeTheGame



Einleitung

The Equality Derby

#ChangeTheGame – Vergangenheit und Zukunft

Die Credit Suisse startete vor einigen Jahren eine Kampagne, um das Bewusstsein für Frauenfussball zu erhöhen und die Fans dazu zu ermutigen, ihre Unterstützung zu zeigen. Die Bank hatte mittels einer grossen Kampagne geworben, ihre Unterstützung mit dem Hashtag #ChangeTheGame zu teilen. Die Credit Suisse will Awareness für Frauen in der Finanzwelt schaffen, um ihnen dabei zu helfen, zu investieren, ihre Vorsorge verantwortungsvoll zu verbessern und Chancengleichheit in der Finanzwelt zu fördern. Die Credit Suisse ist überzeugt, dass Frauen genauso erfolgreich sein können wie Männer und wollen daher mehr Frauen dazu ermutigen, in ihre finanzielle Zukunft zu investieren.

Die Kampagne «The Equality Derby» zielt darauf ab, Frauen zu ermutigen, ihre finanzielle Unabhängigkeit zu fördern und ihre Investitionsfähigkeiten zu verbessern. Die Kampagne nutzt die positive Energie und den Enthusiasmus der Schweizer Frauenfussballnationalmannschaft, um Frauen in allen Lebensbereichen zu inspirieren, auch in der Finanzwelt aktiv zu werden.

#ChangeTheGame

#TheEqualityDerby

Frauenfussball hat das Potenzial, die Welt zu verändern – unterstützt von der Credit Suisse

Frauenfussball hat in den letzten Jahren eine unglaubliche Entwicklung durchgemacht und wird immer beliebter. Als führende globale Bank engagiert sich die Credit Suisse dafür, Frauen im Fussball zu unterstützen und zu fördern – genau wie in der Finanzwelt. Die nachfolgende Kampagne besteht aus einer Reihe von Aktivitäten, die darauf abzielen, Frauen und Männer über die Vorteile des Investierens aufzuklären und sie bei ihren ersten Schritten dabei zu unterstützen. Einige der Aktivitäten werden auf den folgenden Seiten dargestellt.

Ziel:

Diese Kampagne zielt darauf ab, das Bewusstsein für Frauenfussball zu erhöhen und das Engagement der Credit Suisse für die Förderung von Frauen innerhalb der Finanzwelt zu unterstreichen.

Introducing the Idea The Equality Derby

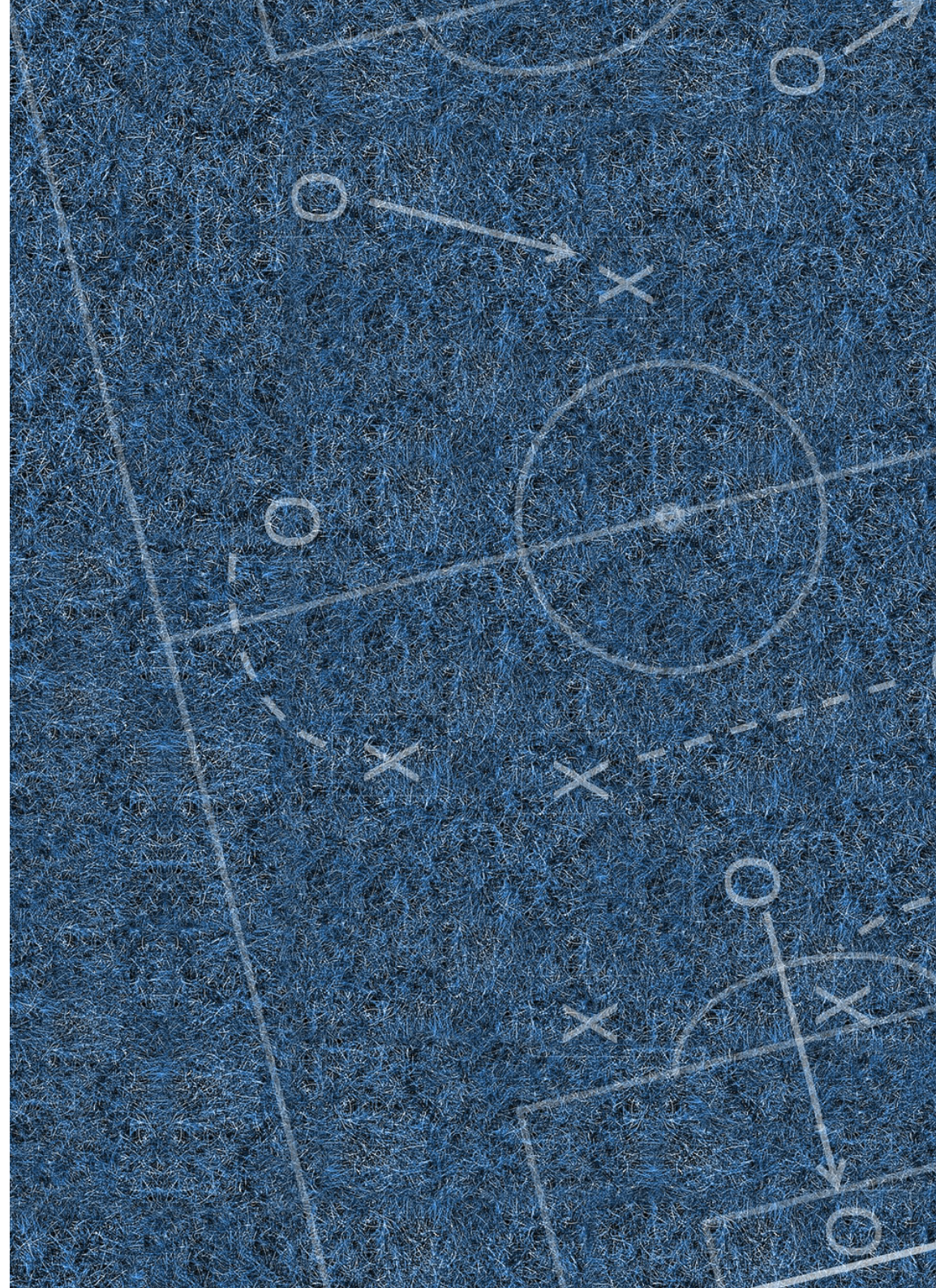
Mittels der Credit Suisse App auf dem Smartphone soll anhand einer Gamification um ein reales Fussballspiel zwischen männlichen und weiblichen Teamplayer:innen der Schweizer Frauen- und Männerfussballnati gespielt werden. Der Aspekt Change the Game wird hier schon symbolisiert, indem Frauen und Männer innerhalb der Mannschaft gemischt werden und in einem echten Schweizer Stadion gegeneinander spielen.

Wie entsteht das Fussballspiel:

Während sechs Wochen wird unter dem Fokus Education alle zwei Tage eine Frage innerhalb der Community gestellt, die von allen User:innen der App beantwortet werden kann. Um die Communities zu definieren, wird innerhalb der App eine Einstufung der Finanzierungscharakteristik stattfinden, die dann Basis für die Einteilung der offensiven oder defensiven Community darstellt. Die beiden Gruppen bestehen aus gemischten Geschlechtern. Die Community, welche die Tagesfrage jeweils mit mehr richtigen Antworten abschliesst, gewinnt und kann dann zwischen zwei Spieler:innen auswählen, die in der Mannschaft beim Fussballspiel platziert werden können. Die Wahl besteht aus je 18–20 Frauen und Männern der Schweizer Fussballnati.

Ziel des Fussballspiels und der Gamification:

Die Fragen dienen dazu, einen informativen und lehrreichen Beitrag zum Thema zu leisten, Leads und Beratungsgespräche zu generieren und allgemein Awareness zum Thema Finanzierung und Anlagemöglichkeiten zu schaffen.



Phase 1

Aktivierung der Community – Anmeldung in der Applikation

Die erste Phase der Kampagne gewährleistet die Aktivierung der Communities mittels Investierungs-Risikobereitschaft. Anhand der Ergebnisse wird die Einteilung in die jeweiligen Kategorie *Offensiv* oder *Defensiv* gemacht. Mittels Beantwortung der Fragen zur Risikobereitschaft werden Kontaktdaten gesammelt und können zu einem Erstkontakt verwendet werden. Ziel ist, möglichst viele Teilnehmer:innen zu generieren, die am Spiel innerhalb der App teilnehmen.

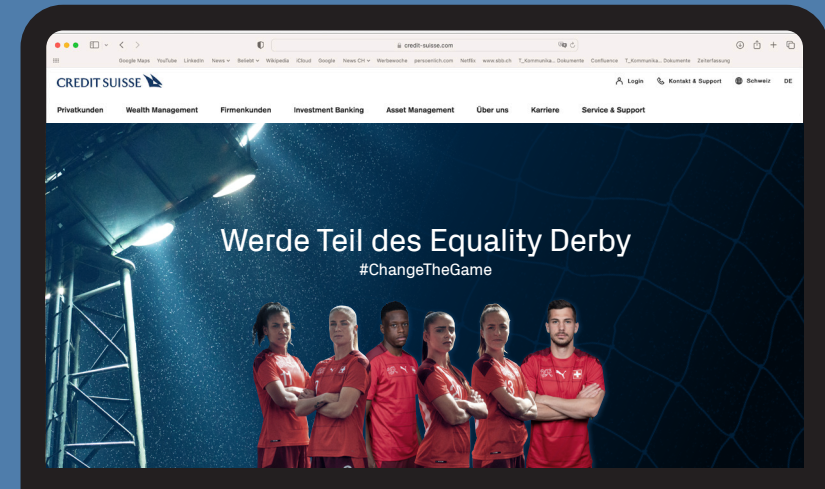
Jede Person, welche die Anmeldung abschliesst, erhält ein Ticket für das Spiel in einem schweizer Fussballstadion.

Werbemassnahmen:

- Social Media Ads
- Werbung innerhalb CSX Applikation
- Twint CS Applikation
- Kurzvideos von Schweizer Nati Stars

CTA:

Werde Teil des Equality-Derby.
Jetzt im Credit-Suisse App teilnehmen.



Phase 2

Das Game in der App

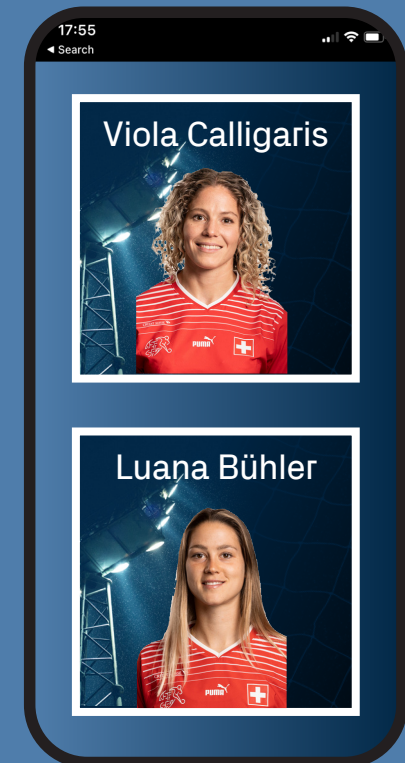
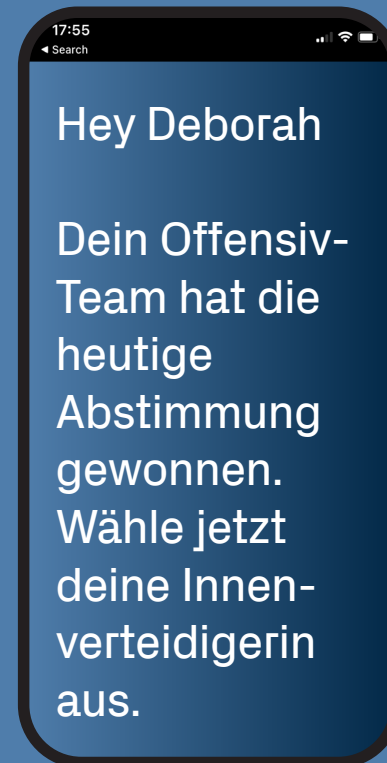
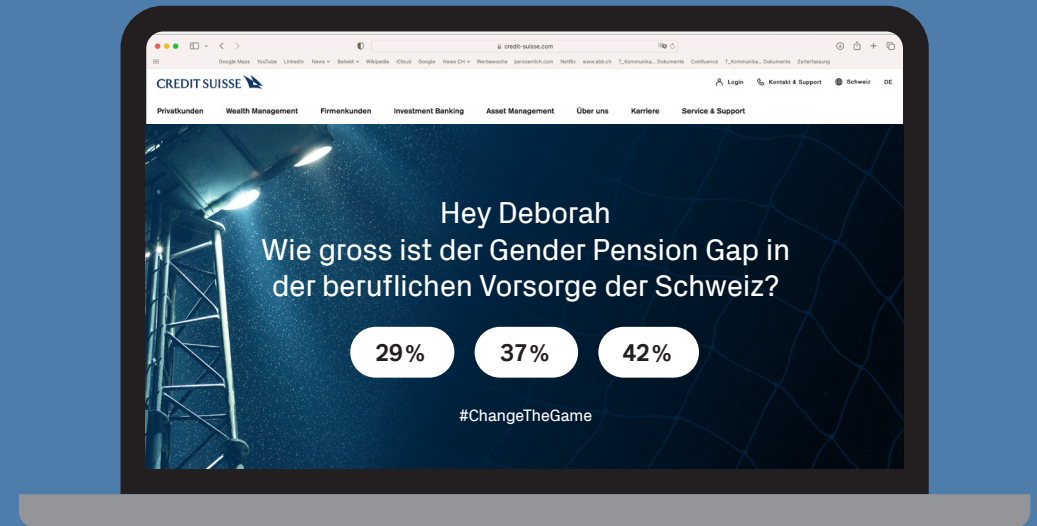
In Phase zwei wird die Umsetzung der Gamification innerhalb der App durchgeführt. Für ungefähr sechs Wochen wird alle zwei Tage die Gewinner-Community des jeweiligen Tages zwischen zwei Spieler:innen auswählen können. Entscheidend ist die Punktehöchstzahl des jeweiligen Tages. Sobald die Gewinnercommunity feststeht, werden zwei Fussballspieler:innen der gleichen Position in der App aufgeschaltet. So wird beispielsweise zwischen Calligaris und Bühler auf der einen Innenverteidiger-Position gewählt. Die Verlierer-Community erhält dann automatisch die zweite Wahl. Zwischen männlichen und weiblichen Spieler:innen wird abgewechselt, sodass die Mannschaften schlussendlich komplett durchmischt sind. Es werden 18–20 Fragen gestellt, die dann total 36–40 Spieler:innen für das Derby ausmachen.

Werbemassnahmen:

- Push-Up Notification innerhalb App
- Social Media Ads
- Twint CS Applikation

CTA:

Wähle dein:e Spieler:in für das Equality Derby
#ChangeTheGame #TheEqualityDerby



Phase 3

Pregame & Ticket Verkauf

In der dritten Phase geht es darum, Tickets für Fussballfans zu verkaufen. Mit jedem Ticketverkauf gibt es als die zusätzliche Möglichkeit, an einem Beratungstermin teilnehmen zu können. Mittels Social Media Werbemassnahmen und dem Hashtag #TheEqualityDerby und #ChangeTheGame soll auf das Spiel aufmerksam gemacht und die Zielgruppe weiterhin angesprochen werden.

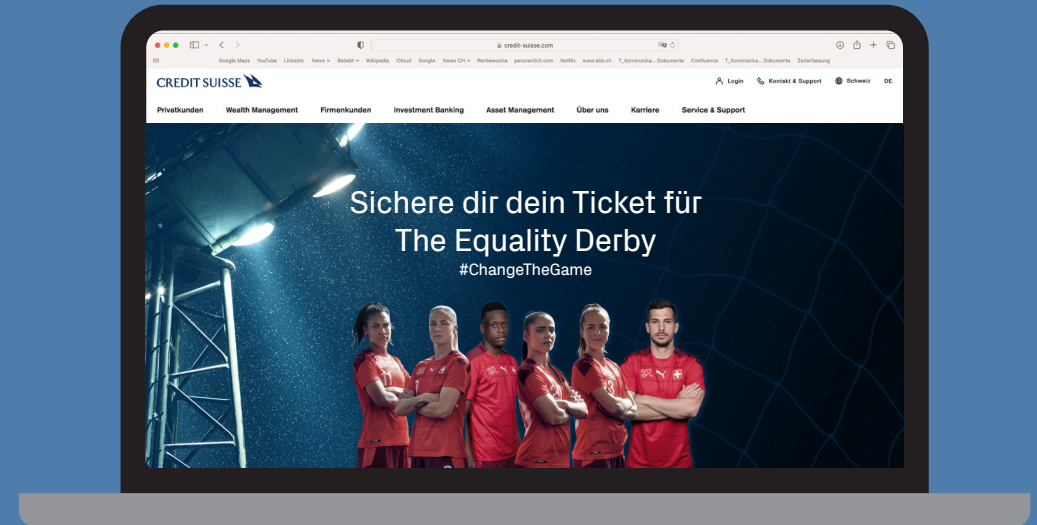
Zur Generierung von Beratungsgesprächen gibt es während der gesamten Umfragedauer für alle Teilnehmer:innen innerhalb der App die Möglichkeit, Freund:innen einzuladen und ihnen ein Beratungsgespräch zu empfehlen. Findet ein Weiterempfehlungs-Beratungsgespräch statt, so erhält die einladende Person ein «Bring a Friend»-Ticket. Hier können weitere Erstkontakte und Beratungsgespräche generiert werden.

Werbemassnahmen:

- Social Media Ads
- Werbung innerhalb CSX Applikation
- Printmedien
- Eventplattformen
- Crossfinanzierungen mit anderen Sponsoren
- Testimonials von Spieler:innen der Fussballnati

CTA:

Sichere dir dein Ticket für The Equality Derby
#ChangeTheGame #TheEqualityDerby



Phase 4

Das Match

Am Gameday soll die Chance genutzt werden, weiterhin die Zielgruppe anzusprechen. Innerhalb der App kann sich eine der beiden Communities nun ein letztes Mal über eine Zusatzfrage einen Vorteil verschaffen. Die Gewinner-Community kann nach der ersten Halbzeit eine:n gegnerische:n Spieler:in bestimmen, der/die ausgewechselt werden muss und sich somit strategisch, ähnlich wie beim Investieren, fortbewegen. Denn in beiden Fällen ist die Strategie entscheidend.

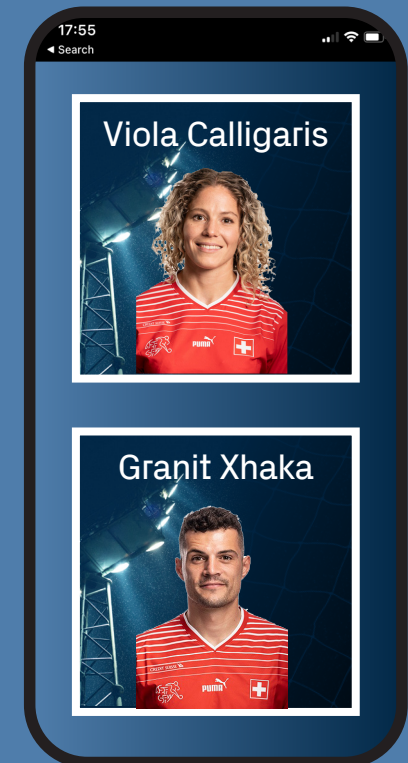
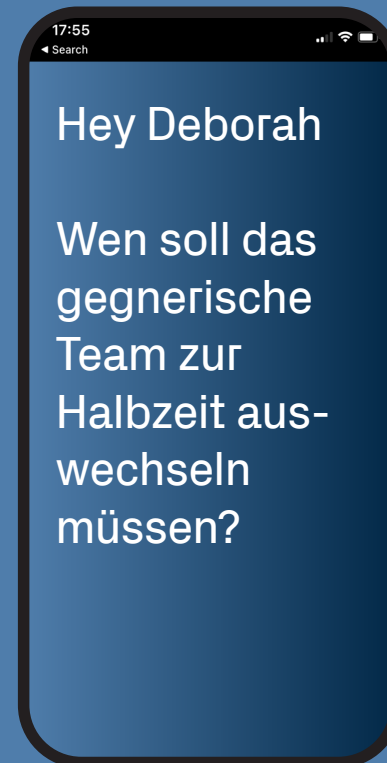
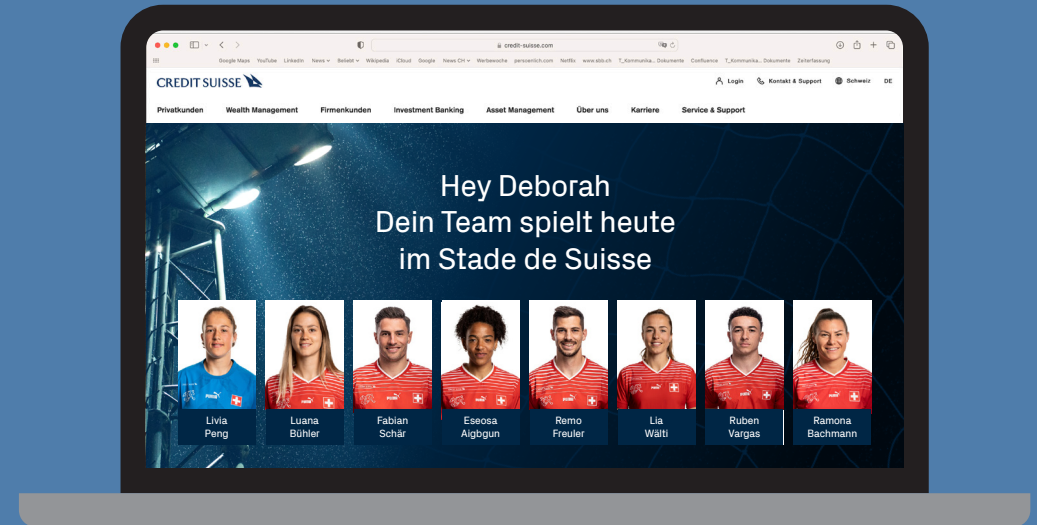
Während des Matches soll die Chance genutzt werden, nochmals Educational Content zu verbreiten und möglichst viele Leads zu generieren.

Werbemassnahmen:

- Meet & Greet
- Bandenwerbung
- Giveaways
- Beratungen vor Ort im Stadion
- Trikotwerbung
- Wettbewerbe
- Aktionsangebote während dem Spiel für Neukund:innen
- Fanartikel

CTA:

Mit Strategie den Sieg einholen.
#ChangeTheGame #TheEqualityDerby



Phase 5

After Game

Das Equality Derby soll in Erinnerung bleiben! Erfahrungen und positives Feedback in Form von Success Stories sollen für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, um nochmals zu betonen, dass #ChangeTheGame weiterhin teil der Zukunft ist und #Equality auch in der Finanzwelt seinen Platz bekommt. Frauen motivieren andere Frauen – Männer unterstützen die Frauen.

Werbemassnahmen:

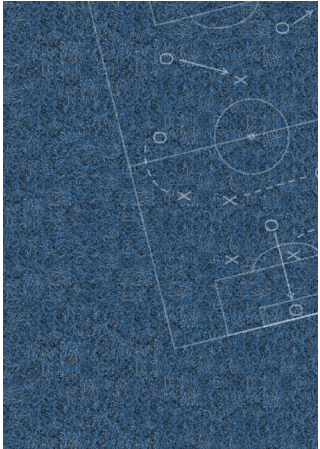
Social Media
Website CS
CSX App
Digitales Marketing

CTA:

Werde auch du Teil von #ChangeTheGame
Jetzt Gespräch vereinbaren.



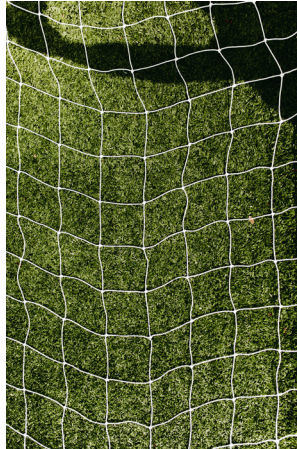
Quellen



Pixabay
<https://pixabay.com/de/illustrations/rasen-fussball-fu%c3%9fball-gras-spiel-1335365/>



Unsplash
<https://unsplash.com/de/fotos/29Jx9qyTW14>



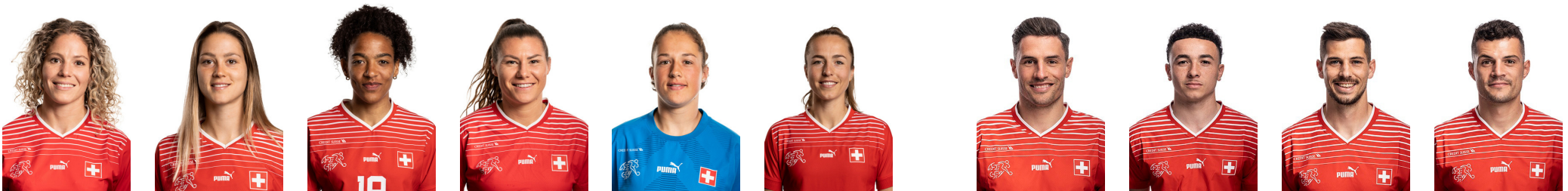
Unsplash
https://unsplash.com/de/fotos/At5l1OSI_2M



Football.ch
<https://www.football.ch/sfv/nationalteams/a-team/news/maenner-a-nationalteam-tickets-fuer-schweiz-spanien-in-genf-ab-10-mai.aspx>



Credit Suisse / Werbewoche
<https://www.werbewoche.ch/de/werbung/kampagnen/2022-06-27/women-empowerment-thnk-zuerich-und-credit-suisse-aendern-das-spiel/>



Football.ch
<https://www.football.ch/sfv/nationalteams/a-team-frauen/team.aspx>

Football.ch
<https://www.football.ch/sfv/nationalteams/a-team/team.aspx>