

PRESSE-INFORMATION

Oldenburg/Frankfurt, 26. Mai 2025

Zeit für neue Legenden: OLB unterstützt DFB-Frauen mit Kampagne

- **OLB-CEO Stefan Barth: „Wir trauen dem Team bei der EM Großes zu“**
- **OLB-Kampagne von vielfach ausgezeichneten Agentur thjnk entwickelt**
- **Gänsehautmoment neu erleben mit Voiceover von Herbert Zimmermann**

Der legendäre Herbert Zimmermann jubelt wieder wie 1954 – und bald sind es die DFB-Frauen, die in der Schweiz ein weiteres starkes Kapitel deutscher Fußballgeschichte schreiben wollen! Mit einem bewegenden Spot unterstreicht die OLB ihre Verbundenheit zur Fußball-Nationalmannschaft der Frauen, die bei der Europameisterschaft selbstbewusst antreten und um den Titel kämpfen wird.

„Wir trauen dem Team Großes zu. Sympathisch, kämpferisch, erfolgshungrig und voller Talent verdienen sie eine große Bühne. Wir wünschen dem Team für die EM, dass sie ihre Ziele erreichen und einem großen Publikum erneut zeigen können, wie fantastisch sich der Frauenfußball entwickelt hat“, sagt Stefan Barth, CEO der OLB, die seit August 2024 Partnerin der Frauen-Nationalmannschaft ist.

Am 26. Mai 2025 startet die OLB-Kampagne mit den DFB-Frauen. Sie wird überwiegend über digitale Kanäle ausgespielt. Mit Emotionen wie Vorfreude, Siegeswille, Kampfgeist, Spannung und Torjubel agieren die Nationalspielerinnen in dem rund 40-sekündigen Spot, der von der vielfach ausgezeichneten Kreativagentur thjnk entwickelt wurde.

Der Spot zum EM-Auftritt der Frauen-Nationalmannschaft bildet den Auftakt für die neue Kampagne der OLB. Die Kampagne umfasst den emotionalen Supporter-Spot und drei Spots zu den Produktangeboten: Fondssparen, Festgeld und Konto.

„Wir wollen mit der Kampagne die Vorfreude auf einen hoffentlich legendären EM-Sommer wecken. Dabei nutzen wir ein Stück Fußballgeschichte: ein ikonisches Voiceover, das alle mitsprechen können – ob Fußballfan oder nicht,“ sagt Sandra Büschken, bei der OLB Head of Corporate Communications and Investor Relations, zum Ansatz der Kampagne. Stefan Anlauf, Creative Director bei thjnk, erklärt: „Die Schweiz ist ein Ort, an dem Deutschland 1954 bereits einen großen Erfolg feiern konnte. Deshalb verbinden wir den legendären Originalkommentar von Herbert Zimmermann mit modernen Spielszenen der Frauen.“ Uwe Hellmann, Marken-Berater der OLB, sagt: „Die DFB-Frauen stehen für Leidenschaft, Teamgeist, Fairplay und Leistungswille. Daher ist diese Kampagne ein Statement unserer Verbundenheit und der größtmöglichen Unterstützung für die EM.“

Am Freitag, 4. Juli 2025, tritt die Auswahl von Trainer Christian Wück in St. Gallen zu ihrem ersten Spiel gegen Polen an. Weitere Gegnerinnen in der Gruppenphase sind Dänemark (8. Juli) und Schweden (12. Juli). Anstelle des Wankdorf-Stadions zu Bern – wie vor 71 Jahren – wird dieses Mal der St. Jakob-Park in Basel zum Finale am 27. Juli hoffentlich Ziel der Reise werden: als neuer Mittelpunkt einer „Riesen-Sensation“ und eines „echten Fußball-Wunders“.



Über die OLB

Die OLB ist eine breit aufgestellte Universalbank mit bundesweiter Präsenz und mit mehr als 150 Jahren Erfahrung in der Kernregion Nordwestdeutschland. Unter den Marken OLB und Bankhaus Neelmeyer berät die Bank ihre rund 1 Million Kundinnen und Kunden in den Segmenten Private & Business Customers und Corporate & Diversified Lending persönlich und über digitale Kanäle. Die OLB weist eine Bilanzsumme von mehr als 30 Milliarden Euro auf und gilt damit als signifikantes Finanzinstitut in Europa.

Besuchen Sie uns auch unter www.olb.de und www.neelmeyer.de sowie auf [Facebook](#), [Instagram](#) und [YouTube](#).

Über thjnk & loved:

Ein einziger Gedanke hat die Kraft, alles zu verändern – diese Überzeugung lebt thjnk seit seiner Gründung im August 2012. So entstehen Ideen, die die Kraft haben, Märkte zu verändern und Marken unersetzlich zu machen.

Seit der Gründung zählt thjnk konstant zu den kreativsten Agenturen Deutschlands und zu den erfolgreichsten Effie-Gewinnern des Landes. Mit rund 450 Mitarbeiter:innen und Niederlassungen in Hamburg, Berlin, München, Düsseldorf und Zürich steht thjnk für klar auf den Punkt gebrachte Gedanken, aber auch außergewöhnliche Kreativität. Die Agenturgruppe realisiert strategische Markenführung und Kommunikationslösungen mit internationaler Ausrichtung im digitalen Zeitalter für namhafte internationale Marken wie Audi, Ikea, Paulaner, Lufthansa Group, SWISS, Bucherer, Austrian Airlines, Trigema und viele mehr.

loved ist die Expertenmarke innerhalb der thjnk Gruppe, wenn es darum geht, 360-Grad-Markenerlebnisse zu schaffen. Sie entwickelt Identitäten, Looks und Kommunikationskonzepte über alle Touchpoints hinweg. Das Leistungsspektrum der Agentur umfasst Markenstrategie, Markendesign, UX I UI Design, Content- und Social-Media-Marketing. loved verbindet Design und Content Excellence mit kreativer Digital- und Medienkompetenz.

thjnk wurde 2017 von WPP übernommen und agiert seither unabhängig als Teil der Specialist Companies Group von WPP.

Die thjnk Gruppe ist seit 2025 Partner der Ogilvy Group Germany.

Folgen Sie thjnk auf [LinkedIn](#) und [Instagram](#) und der loved auf [LinkedIn](#) und [Instagram](#).

Kontaktdaten:

Oldenburgische Landesbank AG
Corporate Communications
Stau 15/17
26122 Oldenburg

presse@olb.de

Ihre Ansprechpartner:

Britta Silchmüller
Telefon: +49 (0)441 221-1213
britta.silchmueller@olb.de

Timo Cyriacks
Telefon: +49 (0)441 221-1781
timo.cyriacks@olb.de

Ihre Ansprechpartnerin bei thjnk:

Sissi Benner-Stenzel
Telefon: +49 172 375 27 97
sissi.benner@thjnk.de