60 JAHRE DWS

GELD GEHÖRT ZUR NR. 1.

DWS
INVESTMENTS

GROSSE JUBILÄEN BRAUCHEN GROSSE KAMPAGNEN.

60 Jahre Geldanlage neu denken – die Jubiläumskampagne der DWS

Wie bleibt man als Fondsgesellschaft über Jahrzehnte hinweg erfolgreich? Die Antwort geben wir in einer groß angelegten Kampagne zum 60. Jubiläum. Die insgesamt sieben Motive spiegeln in hochwertiger Retro-Collagen-Optik jeweils ein Jahrzehnt DWS Geschichte und thematisieren in der Tonalität ihrer Zeit, was die DWS seit jeher auszeichnet: unter sich ständig verändernden Marktbedingungen Geldanlage immer wieder neu zu denken. So wird die Vergangenheit zum Beweis dafür, warum Geld auch in Zukunft zur Nr.1 gehört.

3

Franz Heinrich Ulrich

Der Initiator der Deutschen Gesellschaft für Wertpapiersparen

„DAS SPIEL IST AUS!"

Herbert Zimmermann 1954

Für uns fängt es in den Fünfzigern gerade erst an.

Am 31.Mai 1956 wurde die DWS ins Hamburger Handelsregister eingetragen. Der Beginn einer Erfolgsgeschichte, die bis heute anhält.

Die Süddeutsche Bank in Frankfurt am Main, Roßmarkt 18. um 1956

Die 50er Jahre:

DEUTSCHLAND, ZIEH DEN SPARSTRUMPF AUS!

DWS INVESTA – für den Wiederaufbau des deutschen Privatvermögens.

Als aus der Nachkriegswirtschaft das Wirtschaftswunder wird, macht die DWS aus Kleinsparern Investmentsparer: Mit dem INVESTA können sich zum ersten Mal breite Schichten an der Substanz und dem Ertrag deutscher Unternehmen beteiligen. Schon 1958 sind 28,7% der Anteilseigner Arbeiter und 24,8% Hausfrauen.

GELDANLAGE NEU DENKEN. SEIT 1956.

WWW.DWS.DE/60JAHRE #60JAHREDWS

DWS

EIN KLEINER SCHRITT FÜR DEN MENSCHEN, EIN RIESIGER SPRUNG FÜR DIE MENSCHHEIT.

Neil Armstrong 1969

**In den Sechzigern ist viel passiert:
Nicht nur auf dem Mond und auf der Erde.
Sondern auch bei uns, der DWS.**

Die 60er Jahre:

VOLLBESCHÄFTIGUNG IN DER BRD. AUCH FÜR UNSERE FONDS.

DWS Akkumula – der erste Fonds, der so hart arbeitet wie seine Anleger.

Während sich die Deutschen am Lago Maggiore eine verdiente Auszeit nehmen, macht ihr Geld Überstunden:
Beim Anreicherungsfonds Akkumula werden die Erträge sofort wieder angelegt statt ausgeschüttet. Der Zinseszins-Effekt erhöht die Rendite und hilft den Wahlkampf-Slogan „Wohlstand für alle“ endlich einzulösen.

GELDANLAGE NEU DENKEN. SEIT 1956.

WWW.DWS.DE/60JAHRE #60JAHREDWS

DWS

7

ICH MACH IHM EIN ANGEBOT, DAS ER NICHT ABLEHNEN KANN.

Der Pate 1972

In den Siebzigern sind viele Klassiker entstanden. Legendäre Kinofilme, legendäre Fußballspiele und legendäre Anlagemöglichkeiten bei der DWS.

Die 70er Jahre:

Wir sind Weltmeister! Wir sind Geldmeister!

DWS Vermögensbildungsfonds I – die Globalisierung der deutschen Geldanlage.

1974 trifft sich die Welt in Deutschlands Fußballstadien – und zunehmend in deutschen Portfolios. Mit dafür verantwortlich ist der DWS Vermögensbildungsfonds I, der dank hochwertigem globalen Stock-Picking auch Aktieneinsteiger überzeugt. Fortan denken die Deutschen bei Titeln nicht mehr nur an ihren Lieblingssport.

GELDANLAGE NEU DENKEN. SEIT 1956.

WWW.DWS.DE/60JAHRE #60JAHREDWS

DWS

9

Elektronische Datenverarbeitung im Grüneburgweg 113 in den 80ern

ICH WILL SPASS, ICH WILL SPASS!

Markus Mörl 1982

Die Achtziger waren so richtig schön schrill. Mit unvergessener Musik, Modetrends, die man besser vergessen sollte. Und natürlich neuen Möglichkeiten bei der DWS, die bis heute aktuell sind.

Die populärsten Zertifikate der DWS

Die 80er Jahre:

Mehr Rendite wagen ist die Neue Deutsche Welle.

DWS European Opportunities – das Zeitalter der Spezialisierung beginnt.

Die Modewelt wird schriller – und die Investmentwelt bunter: Neue Ideen eröffnen Anlegern neue Möglichkeiten. Der DWS European Opportunities konzentriert sich auf europäische Mid und Small Caps und wird damit zum Vorreiter für spezialisierte Branchen- und Länderfonds. Zum Sound von 99 Luftballons wird die Geldanlage erwachsen.

GELDANLAGE NEU DENKEN. SEIT 1956.

WWW.DWS.DE/60JAHRE #60JAHREDWS

DWS Deutsche Gesellschaft für Wertpapiersparen

ICH GLAUBE, DASS DIE DEUTSCHE MANNSCHAFT ÜBER JAHRE HINAUS NICHT ZU BESIEGEN SEIN WIRD.

Franz Beckenbauer 1990

1 Was beim Fußball nicht funktioniert hat, hat die DWS in den Neunzigern geschafft. Seit 1995 sind wir die Nr. 1 bei Fondsgesellschaften.

Die vier Geschäftsführer der DWS mit dem DW Micropal Award 1995 Udo Dehrenwaldt, Axel Benkner, Christian Strenger und Wolfgang Gode

Die 90er Jahre:

Wir sind das Volk. Das Volk der Aktionäre.

DWS Deutschland – die Wiedervereinigung von Aktie und Anleger.

Der Fall der Mauer beseitigt auch Wirtschaftsgrenzen: Die Exporte deutscher Produkte erreichen neue Rekordvolumina. Der DWS Deutschland fokussiert auf deutsche Qualitätsaktien mittelgroßer Unternehmen und wird einer von Deutschlands beliebtesten Fonds. Für die Fachwelt der Beginn einer Renaissance der Aktienanlage.

GELDANLAGE NEU DENKEN. SEIT 1956.

www.dws.de/60Jahre #60JahreDWS

DWS Investmentfonds
Investmentgruppe Deutsche Bank

GEFÄLLT MIR.

Facebook

Die Nuller eröffnen uns nicht nur ein neues Jahrtausend und Chancen dank der offener Grenzen. Sondern neue digitale Möglichkeiten miteinander zu kommunizieren: :) :) :)

Die 00er Jahre:

ZWÖLF LÄNDER. EINE WÄHRUNG. TAUSEND CHANCEN.

Deutsche Invest I Top Euroland – investieren in ein neues Europa.

Als der Euro kommt, gehen die Deutschen noch lieber auf Reisen. Die einheitliche Währung lässt aber nicht nur den Tourismus blühen. Der Deutsche Invest I Top Euroland setzt konsequent auf Unternehmen mit unter anderen unterschätztem Gewinnpotenzial und ist damit mehr als erfolgreich. Von da an bleibt Europa auf der Anleger-Agenda.

GELDANLAGE NEU DENKEN. SEIT 1956.

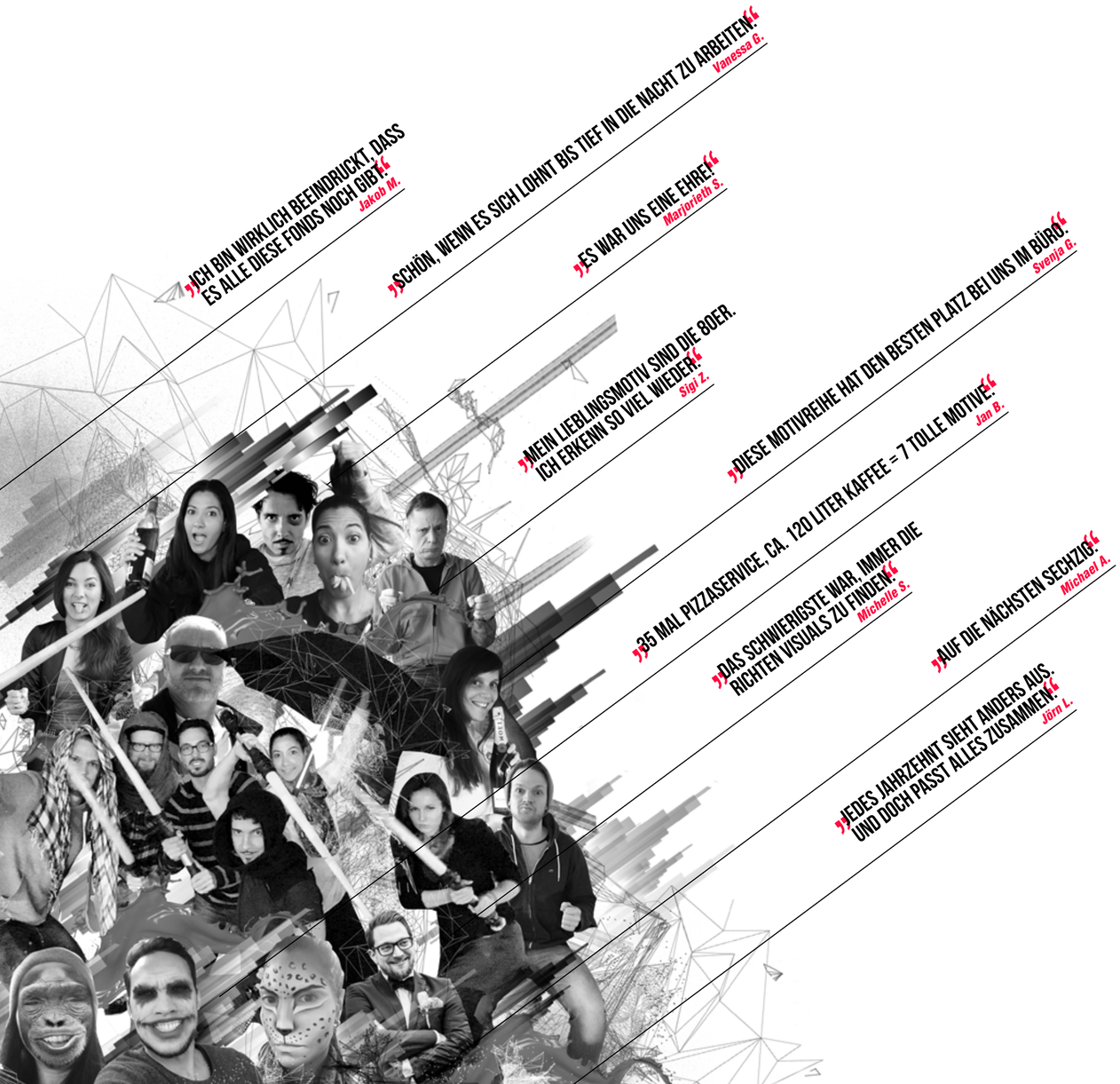
www.dws.de/60Jahre #60JahreDWS

DWS INVESTMENTS

15 DIE 60 JAHRE KAMPAGNE. EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN.

Mit Kommentaren von denen, die mitwirken durften.
Zitatlänge: Maximal 60 Zeichen.

HAVAS WORLDWIDE
DÜSSELDORF



„COOL“

Rocket & Wink

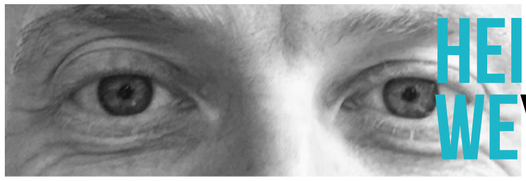
Ihre wahre Identität verraten die beiden nicht. Dafür kann man sie aber getrost anhand ihrer Arbeit beurteilen. 2011 in Hamburg gegründet, sorgen sie seitdem mit grafischer Extraklasse für Furore. Jetzt auch für die DWS.

EIN SCHÖNES STÜCK ARBEIT.

17

Eine Kampagne wie diese schafft man nicht alleine, sondern nur gemeinsam. Unser Dank geht an die Agenturen. Besonders aber auch an alle hier im Haus, die mitgewirkt und geholfen haben, unser Jubiläum sichtbar zu machen. Wir haben Werbung geschaffen, die weniger wie Werbung, sondern künstlerisch daherkommt. Mit einzigartigen Kollagen, die den jeweiligen Zeitgeist widerspiegeln und einen dazu inspirieren, die letzten 60 Jahre Revue passieren zu lassen. Wir finden, dass man sich die Motive immer wiederanschauen und jedes Mal ein neues Detail entdecken kann. Probieren Sie es doch mal aus. Wir wünschen Ihnen viel Spaß dabei.

Ihr Marketing Team

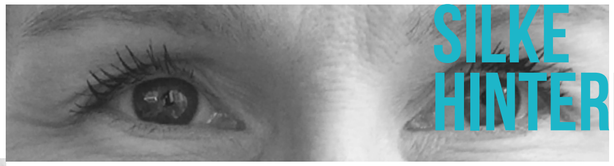


HEIKO WEYAND

SANDRA RUPPERT

JEROMY LOHMANN

HEIKO KRASSMANN



SILKE HINTERMÜLLER

TORSTEN HELM

KARIN SCHORK