

## Gothaer setzt die Sorge an die Luft - Multimediale Kampagne zur Berufsunfähigkeitsversicherung

**Die Gothaer startet eine neue medial vernetzte Kampagne zum Thema Berufsunfähigkeitsversicherung (BU). Der Kölner Versicherer ist dabei neben der TV-Werbung mit Aktionen in Suchmaschinen und im Social Web präsent. Zusätzlich werden Printanzeigen und Pre-Roll-Spots geschaltet sowie unterstützende Vertriebsmaßnahmen organisiert. Ab dem 9. März ist der neue 25-Sek-Werbespot im Fernsehen und Internet zu sehen. Darin wird die personifizierte „Sorge um die Berufsunfähigkeit“ plakativ in Luft aufgelöst und die Botschaft der Gothaer damit anschaulich dargestellt: Dank der Gothaer Berufsunfähigkeitsversicherung hat man eine Sorge weniger. Auf der Website [gothaer.de](http://gothaer.de) werden weitere Informationen und ein BU-Beitragsrechner zur Verfügung gestellt.**

Die Gothaer startet eine neue medial vernetzte Kampagne zum Thema Berufsunfähigkeitsversicherung (BU). Der Kölner Versicherer ist dabei neben der TV-Werbung mit Aktionen in Suchmaschinen und im Social Web präsent. Zusätzlich werden Printanzeigen und Pre-Roll-Spots geschaltet sowie unterstützende Vertriebsmaßnahmen organisiert.

Ab dem 9. März ist der neue 25-Sek-Werbespot im Fernsehen und Internet zu sehen. Darin wird die personifizierte „Sorge um die Berufsunfähigkeit“ plakativ in Luft aufgelöst und die Botschaft der Gothaer damit anschaulich dargestellt: Dank der Gothaer Berufsunfähigkeitsversicherung hat man eine Sorge weniger. Auf der Website [www.gothaer.de](http://www.gothaer.de) werden weitere Informationen und ein BU-Beitragsrechner zur Verfügung gestellt.

Die Kampagne greift den Aspekt der „zeitweisen Berufsunfähigkeit“ auf. „Wir haben in der Marktforschung festgestellt, dass vor allem junge Menschen keine genaue Vorstellung zum BU-Risiko und dessen Absicherung haben“, so die Leiterin Marke, Stephanie Hennig. „Es gibt viele Barrieren rund um das Thema. Zudem wird eine Berufsunfähigkeit oft mit dem „worst case-Fall“ verbunden und die Wahrscheinlichkeit des BU-Falls damit als gering und zudem unangenehm empfunden. Dass auch eine temporäre Berufsunfähigkeit für einige Jahre etwa durch eine Krankheit eintreten kann, hat bei den Probanden in der Marktforschung die Relevanz für eine Absicherung deutlich erhöht“, so Hennig.

Ziel der Kampagne ist es, für das Thema zu sensibilisieren, Interesse an der Gothaer BU-Lösung zu wecken und den Vertrieb mit Beratungs- und Angebotsanfragen zu unterstützen.

Der TV-Spot wurde gemeinsam mit der Agentur Brawand Rieken aus Hamburg konzipiert und mit der Produktionsfirma blm Hamburg umgesetzt. Der Spot läuft im TV bis Anfang Juni.

### **Pressekontakt:**

Dr. Klemens Surmann  
- Presse und Unternehmenskommunikation -  
Tel: 0221 / 308 - 34543  
Fax: 0221 / 308 - 34530  
E-Mail: [klemens\\_surmann@gothaer.de](mailto:klemens_surmann@gothaer.de)

Gothaer Allgemeine Versicherung AG  
Gothaer Allee 1  
50969 Köln

### **Die Gothaer Allgemeine Versicherung AG**

Der Gothaer Konzern ist mit über vier Milliarden Euro Beitragseinnahmen und rund 3,5 Mio. versicherten Mitgliedern eines der größten deutschen Versicherungsunternehmen. Angeboten werden alle Versicherungssparten. Dabei setzt die Gothaer auf qualitativ hochwertige persönliche Beratung der Kunden. Die Gothaer Allgemeine Versicherung AG zählt mit einem auch in 2010 überdurchschnittlichen Wachstum und innovativen Produkten zu den erfolgreichsten deutschen Kompositversicherern.



**Gothaer**