

Werbekampagne „Gothaer Heim&Haus“ gibt Startschuss für neuen Markenauftritt der Gothaer



Oliver Brüß

© Gothaer

Die Gothaer hat ihre Markenpositionierung und ihren gesamten Markenauftritt überarbeitet. Den Auftakt dazu bildet die heute startende reichweitenstarke, integrierte Werbekampagne „Gothaer Heim&Haus“, die Kunden, Partnern und der Öffentlichkeit erstmals das neue werbliche Erscheinungsbild präsentiert. Die Werbekampagne läuft bis Anfang September in verschiedenen Medien und soll für Aufmerksamkeit und Bekanntheit sorgen sowie dem Vertrieb Rückenwind geben.

Das neue werbliche Erscheinungsbild wurde auf Basis der neuen Markenpositionierung „Mehrwert durch Gemeinschaft“ entwickelt. Zentrales Element des neuen Auftritts ist eine Messenger-Systematik, die den Dialog zwischen Kunden und der Gothaer zeigt. Im Fokus stehen dabei ein konkretes Kundenvorhaben sowie die Antwort aus der Gothaer Gemeinschaft. Vermittelt werden soll die Kernbotschaft: „Unsere Kunden können ihre Pläne und Vorhaben voller Zuversicht angehen und verwirklichen, da sie Teil der Gothaer Gemeinschaft sind. Aus der Gothaer Gemeinschaft erfahren sie die notwendige Unterstützung – sie profitieren von der Kraft der Gemeinschaft“, so Oliver Brüß, Vorstand Vertrieb und Marketing bei der Gothaer. „Dazu passend wird auch die Bildwelt modernisiert und der Markenclaim „Kraft der Gemeinschaft“ in der Werbung eingeführt“, so Marketingleiter Dr. Gunnar Görtz weiter.

Schon im September 2017 hatte die Gothaer das Thema Gemeinschaft erstmals mit ihrer Imagekampagne erfolgreich besetzt und im Frühjahr 2018 fortgeführt. Die neue Werbekampagne verbindet nun den Gemeinschaftsaspekt mit einer Produktkommunikation und setzt das Thema Multirisik-Versicherung, konkret „Gothaer Heim&Haus“, in Szene.

Neben TV bedient die neue Werbekampagne auch die Kanäle Online Bewegtbild, Online Display, Social Media sowie die Zusammenarbeit mit Social Influencern aus dem „Home-„ oder „Do-it-yourself“-Bereich. Neues Verkaufsfördermaterial und eine vertriebliche Mailing-Kampagne runden das Maßnahmenpaket ab.

Markenpositionierung „Mehrwert durch Gemeinschaft“ ersetzt Lösungsorientierung
Mit der neuen Positionierung spielt der Kölner Versicherer einen Vorteil seiner Rechtsform aus: Die Gothaer ist als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit nur ihren Kunden verpflichtet – nicht etwa Aktionären. Durch diese Unabhängigkeit kann die Gothaer langfristig und nachhaltig im Sinne ihrer Kunden agieren und will diesen Vorteil künftig auch offensiver nach außen kommunizieren. Die neue Markenpositionierung löst die bisherige Positionierung „Lösungsorientierung“ – und damit auch die „Alle Sorgen los-Kampagne“ – ab. „Mit unserem neuen Markenauftritt haben wir einen modernen, sympathischen und zielgruppengerechten Look entwickelt“, so Marketingleiter Görtz.

Das neue Erscheinungsbild sowie die aktuelle „Gothaer Heim&Haus“-Kampagne wurden gemeinsam mit der Münchner Werbeagentur Berger Baader Hermes (BBH) erarbeitet, die im April den Pitch als Leadagentur der Gothaer gewonnen hatte. Der TV-Spot wurde von der Produktionsfirma Markenfilm Crossing aus Hamburg umgesetzt. Der Mediaetat wird von der MediaCom aus Düsseldorf betreut.

Ihr Ansprechpartner:

Florentin Bub
Presse und Unternehmenskommunikation
Telefon: 0221/ 308-34532
Telefax: 0221/ 308-34530

E-Mail: florentin_bub@gothaer.de
Internet: www.gothaer.de