

## „Sei kein Paul“ – Stuttgarter Lebensversicherung a.G. und birkenbeul starten unkonventionelle Kampagne für finanzielle Absicherung



© birkenbeul

**Die „heile Welt“ oder existenzbedrohliche Momente – die Kommunikation in der Versicherungs- und Finanzbranche bedient sich gewohnten und häufig gesehenen Szenarien. Die Stuttgarter Lebensversicherung a.G. macht es anders und adressiert jetzt mit der neuen Vertriebskampagne „Sei kein Paul“ das Thema finanzielle Absicherung auf humorvolle Weise.**

Für die Planung und Umsetzung vertraute der Versicherer auf birkenbeul als langjährige Partneragentur. In diesem Zug sicherten sich die Berliner die Unterstützung von BEMANIC und engagierten dafür Produzent Tom Gläser und den vielfach ausgezeichneten Regisseur Andreas Henke. Das Ergebnis: unkonventionell gewagt mit dem klaren Ziel insbesondere junge Zielgruppen zu erreichen.

### **Keine Stereotypen, keine Angstszenerien – Kampagne soll junge Generationen für Absicherung sensibilisieren**

Das Thema „finanzielle Absicherung“ ist für junge Menschen selten attraktiv, geschweige denn hoch nachgefragt. Die Folge: viele kommen etwa erst im Lauf des Lebens auf eine sogenannte BU zu sprechen und erkennen die massiv gestiegenen Konditionen, verzichten oft genug aus diesem Grund. birkenbeul und Die Stuttgarter wollen sich nun mit der „Sei kein Paul“-Kampagne eben diesen jüngeren Zielgruppen widmen und dem oft drögen Thema einen unterhaltsamen und fokussierten Rahmen zu geben. „Mit Angst erreicht man wenig“, Marlon Knispel und Ole Pappert, das Kreativteam bei birkenbeul, sicher und führen aus: „unser Ziel war es einen einfachen Zugang zu gefühlt sehr komplexen Finanzprodukten zu schaffen. Das Spiel mit der Angst wurde längst durchgespielt – wir wollen uns mit ‚Sei kein Paul‘ von Stereotypen lösen und mutig über das Thema sprechen. Gleichzeitig wollen wir Lockerheit in die starre Welt der Versicherungsleistungen bringen und das ist für uns auch der Schlüssel, um junge Zielgruppen für Finanzprodukte zu sensibilisieren.“



### **Tom Gläser und Andreas Henke verantwortlich: BEMANIC produziert mit ausgezeichnetem Team**

Im Mittelpunkt des Werbespots steht Paul, ein junger Erwachsener, der sich mit häufigen unverhofften Alltagsunfällen und schweren Krankheiten konfrontiert sieht. Ob Unfall beim Skifahren auf einem handelsüblichen Laufband oder der plötzlich auftauchende Burnout-Drache – Der Film macht Kompliziertes einfach, kommt schnell und unterhaltsam auf den Punkt. Für die Produktion war BEMANIC aus Düsseldorf zuständig. Mit Produzent Tom Gläser und Regisseur Andreas Henke, der schon u.a. mit dem goldenen Cannes-Löwe in der Kategorie „Film“ ausgezeichnet wurde, verantworteten zudem zwei erfahrene wie preisgekrönte Kreative.

Auch auf Seiten der Stuttgarter Lebensversicherung ist man mit dem Ergebnis sehr zufrieden: „Wir wollten ‚anders‘ sein, wir wollten Professionalität und Lockerheit zusammenbringen, um unsere Botschaft rund um die private Absicherung rüberzubringen. Mit der ‚Sei kein Paul‘ ist das allen Beteiligten aus unserer Sicht hervorragend gelungen“, so Marco Cianci, Leiter Kommunikation & PR Stuttgarter Lebensversicherung a. G..

Der Spot ist ab sofort [auf YouTube abrufbar](#) und für Geschäftspartner der Stuttgarter Lebensversicherung zur Nutzung lizenzfrei verfügbar. Makler können ihn über die eigenen Kanäle für die Akquise und Sensibilisieren mit dem Thema finanzielle Absicherung nutzen.

**Hier geht es zur Kampagne und den Vertriebspaketen: <https://vermittler.stuttgarter.de/seikeinpaul/>**