

Erste personalisierte AXA Altersvorsorge-Kampagne: „Der Weg in Ihre Zukunft beginnt jetzt“



AXA Hauptverwaltung

© AXA Konzern AG

Der Versicherer AXA startet die neue Kampagne „Der Weg in Ihre Zukunft beginnt jetzt“. Deutschland ist der erste Markt, in dem die von Publicis Conseil Frankreich entwickelte Kampagne zur Altersvorsorge ausgespielt wird. Sie ist ab sofort bis Ende September in TV, Online, Social Media, Digital Out of Home und in den Versicherungsagenturen vor Ort zu sehen. Ergänzt wird die Kommunikation durch eine Aktivierung über Podcast, Social Media und PR.

Für die Kampagne wurden gleich zwei unterschiedliche Spots entwickelt. Der von Regisseur Janssen Powers gedrehte 20- und 30-sekündige Markenfilm zeigt ein junges Mädchen, das von ihrem erwachsenen Leben in der Zukunft träumt: Sie möchte die ganze Welt umsegeln, als DJane die Menschen zum Tanzen bringen und Abenteuer in der Natur erleben. Der zweite von Regisseur Guillaume Nadaud gedrehte 20- bzw. 30-sekündige Produktfilm zeigt die mittlerweile erwachsene junge Frau, wie sie ihren Traum lebt: Die Protagonistin befindet sich auf einer Wanderung durch eindrucksvolle Naturlandschaften.

Die Spots und die ebenfalls von Guillaume Nadaud geshooteten Motive setzen bewusst auf eine weibliche Protagonistin, denn nach wie vor beziehen Frauen in Deutschland rund ein Drittel weniger Alterseinkünfte als Männer. Für dieses sogenannte Gender Pension Gap gibt es viele Gründe. Frauen leisten nach wie vor mehr unbezahlte Care-Arbeit als Männer. Sie arbeiten auch deutlich häufiger in Teilzeit als Männer. Diese und weitere Faktoren führen dazu, dass das

Einkommen von Frauen durchschnittlich nicht nur geringer ist, sondern über das gesamte Erwerbsleben auch stark schwanken kann.

Umso wichtiger ist es, dass Frauen möglichst früh privat vorsorgen. Wer schon in jungen Jahren damit beginnt, kann bereits mit vergleichsweise kleinen Beiträgen einen wertvollen Beitrag zur Altersvorsorge leisten. Auch deshalb zeigt die AXA Kampagne – im Gegensatz zu vielen anderen Kampagnen zur Altersvorsorge – eine junge Frau.

Personalisierte Spots für Beratung vor Ort

Der zweite Kampagnen-Film rückt das Thema Beratung zum neuen Altersvorsorgeprodukt JustInvest in den Fokus. Deshalb setzt AXA erstmals auf eine Personalisierung einer Kampagne – nicht nur bei Display Ads, sondern auch im Rahmen der TV-Spots. Über Smart-TV-Geräte und Streaming-Anbieter wird im Kampagnen-Spot der Name und die Adresse der nahegelegensten AXA Agentur eingeblendet. Per Klick oder über einen QR-Code erreichen interessierte Zuschauer:innen die Webseite der jeweiligen AXA Agentur in ihrer unmittelbaren Nähe. So kann direkt einen Termin zur Beratung vereinbart werden.

„Die persönliche Beratung durch unsere AXA Agenturen vor Ort ist für sehr viele Kund:innen nach wie vor von großer Bedeutung – insbesondere, wenn es um langfristige und vergleichsweise komplexe Themen wie Altersvorsorge geht. Gleichzeitig ist uns bewusst, dass viele Menschen – aufgrund fehlenden Wissens oder anderer Unsicherheiten – die Planungen für den eigenen Ruhestand immer wieder aufschieben“, so **Stephanie Peterson**, Vorstandin Customer Management von AXA Deutschland.

Das zeigt auch die repräsentative Vorsorgestudie, die AXA im vergangenen Jahr veröffentlicht hat: Unter den 25- bis 44-Jährigen gab rund die Hälfte an, dass sie die Planungen für ihren Ruhestand vor sich herschieben. Darüber hinaus stimmten 40 Prozent der Deutschen der Aussage zu, dass sie sich zwar mehr mit ihrer finanziellen Planung für ihren Ruhestand beschäftigen müssten, aber nach wie vor zu wenig darüber wissen. Unter Frauen war der Anteil mit 43 Prozent sogar noch etwas höher als im Bundesdurchschnitt.

„Wir haben uns bewusst dafür entschieden, die Personalisierung erstmals in einer Altersvorsorge-Kampagne einzusetzen. Durch sie können wir nicht nur Aufmerksamkeit für unsere neue Fondsrente JustInvest erzeugen, sondern auch den Schritt hin zu einer persönlichen Beratung in den rund 1.500 AXA Agenturen in ganz Deutschland erleichtern“, ergänzt **Stephanie Peterson**, Vorstandin Customer Management von AXA Deutschland.

AXA macht auf Bedeutung der Altersvorsorge aufmerksam

Um insbesondere junge Menschen für die Bedeutung der Altersvorsorge zu sensibilisieren, werden während des Kampagnenzeitraums zusätzliche Aufklärungs- und Informationsformate auf dem AXA Deutschland TikTok- und Instagram-Kanal veröffentlicht. Darüber hinaus wird eine neue Auflage der AXA Vorsorgestudie untersuchen, wie die Deutschen auf ihren eigenen Ruhestand blicken und für ihn planen.

Weitere Informationen unter axa.de/zukunft-jetzt

Links zu den TV-Spots finden Sie hier: [Spot 1](#) / [Spot 2](#)