

Zurich startet neue Markenkampagne „Für alle, die wirklich lieben“

„Für alle, die wirklich lieben“ - emotional und mit einem sympathischen Augenzwinkern startet die neue Markenkampagne der Zurich Versicherung. Seit dem 21. April versprüht Zurich ein wahres Feuerwerk der Gefühle - allen voran im TV im Internet und auf der Kampagnen-Microsite zurich.de/wahreliebe.

„Für alle, die wirklich lieben“ - emotional und mit einem sympathischen Augenzwinkern startet die neue Markenkampagne der Zurich Versicherung. Seit dem 21. April versprüht Zurich ein wahres Feuerwerk der Gefühle - allen voran im TV im Internet und auf der Kampagnen-Microsite zurich.de/wahreliebe. Hinter den groß angelegten Werbemaßnahmen steht das Zurich Versprechen, das zu schützen, was Menschen am meisten lieben - und das egal in welcher Lebenslage.

Vorgestellt wurde die globale Zurich Kampagne „For those who truly love“ bereits im Herbst letzten Jahres. Nun wurde sie auch für den deutschen Markt adaptiert. „Die Entwicklung der Kampagne haben wir mit umfangreichen Auswertungen von Marktforschungsergebnissen begonnen. Vor allem aber haben wir auch die Meinung unserer Mitarbeiter weltweit eingeholt und sie gefragt, wie sie Zurich persönlich sehen“, so Hans-Peter Ganz, Marketing-Leiter bei Zurich Deutschland. „Auf Basis all dieser Ergebnisse haben wir unseren Markenkern neu definiert und die kreative Umsetzung in Form der nun eingeführten Kampagne aufgesetzt.“

Entwickelt wurde die neue Kampagne gemeinsam mit dem Agenturnetzwerk IPG.

Werbemotive zeigen Vorsorge mal anders

Wer sein Zweirad liebt, nutzt mehr als nur ein einfaches Fahrradschloss, um es vor einem Diebstahl zu schützen. Wer sein Zweirad wirklich liebt, nutzt mindestens fünf Sicherheitsschlösser und betraut im besten Fall sogar noch einen muskelbepackten Sportler mit der Fahrradwacht. Und dass man seinem Auto zur Sicherheit eine überdimensionale Wollmütze überzieht, ist ja wohl auch völlig selbstverständlich. Die neuen Werbemotive der Zurich Kampagne zeigen Vorsorge eben mal anders. „Unsere neue Kampagne macht auf witzige Art und Weise deutlich, dass Zurich schützt, was unseren Kunden wirklich wichtig ist“, erklärt Hans-Peter Ganz. „Wer etwas wirklich liebt, der will dies auch bestmöglich schützen. Dabei will man auf erfahrene Experten vertrauen, die professionellen und intelligenten Versicherungsschutz bieten. Das ist für Zurich, als einen der größten Versicherer auf dem Markt, selbstverständlich und damit auch der Grundpfeiler der Markenkampagne.“

Robert Harting als Zurich Markenbotschafter

Im TV-Spot geht es darum, wie ein junger Mann sein geliebtes Rennrad am besten schützen kann. Verschiedene Sicherungsmöglichkeiten zeigen den Unterschied zwischen keiner Liebe, ein bisschen Liebe und wahrer Liebe. Wahre Liebe und damit der bestmögliche Schutz stellt sich im Spot dann durch einen muskelbepackten Mann dar, der das Rad beschützen soll. „Als virales Marketing-Mittel haben wir den Plot des TV-Spots weitersponnen. Prominenter Markenbotschafter ist dabei Diskus-Ass, Olympiasieger und Weltmeister Robert Harting, der als ‚Beschützer‘ seines Fahrrads die Hauptrolle spielt“, so der Zurich Marketing-Leiter. „In drei verschiedenen Online-Clips, die im Comic-Style gedreht wurden, schützt Harting sein Fahrrad vor Gefahren durch heranfliegende Bälle, Schlaglöcher und andere Unwägbarkeiten und zeigt so, dass er sein Fahrrad wahrlich liebt.“

Wahre Liebe teilen

Für den einen sind es der Partner oder die Kinder, für den anderen das Haustier oder das neue

Auto. Klar ist: Wahre Liebe ist nicht limitiert. Darum ruft Zurich im Rahmen der neuen Kampagne dazu auf, die eigene wahre Liebe und damit das, was man am meisten schützen möchte, mit der Internet-Community zu teilen. Über die Kampagnen-Microsite zurich.de/wahreliebe kann jeder ab sofort die unterschiedlichsten Geschichten erzählen und so eine Jury von der persönlichen Liebe überzeugen. Die schönsten Liebesgeschichten werden dann prämiert. Einsendeschluss für das Gewinnspiel ist der 30. Mai 2014.

Pressekontakt:

Bernd O. Engeli

- Unternehmenskommunikation -

Telefon: 0228 / 268 2725

Fax: 0228 / 268 2809

E-Mail: bernd.engeli@zurich.com

Unternehmen:

Zurich Gruppe Deutschland

Poppelsdorfer Allee 25 - 33

53115 Bonn

Internet: www.zurich.de/presse

Über Zurich Gruppe Deutschland

Die Zurich Gruppe in Deutschland gehört zur weltweit tätigen Zurich Insurance Group. Mit Beitragseinnahmen (2012) von über 6,1 Milliarden EUR, Kapitalanlagen von mehr als 31 Milliarden EUR und knapp 6.000 Mitarbeitern zählt Zurich zu den führenden Versicherungen im Schaden- und Lebensversicherungsgeschäft in Deutschland. Sie bietet innovative und erstklassige Lösungen zu Versicherungen, Vorsorge und Risikomanagement aus einer Hand. Individuelle Kundenorientierung und hohe Beratungsqualität stehen dabei an erster Stelle.

