



Köln, 30. April 2025: Die Zurich Gruppe Deutschland startet in ihrem 150. Jubiläumsjahr eine neue Markenkampagne. Im Mittelpunkt der Kampagne, die am 30. April ausgerollt wird, sind die kleinen, aber schätzenswerten Lieblingsmomente im Alltag ihrer Kunden, die Zurich feiert. „Auf eine leichte und optimistische Weise werden Momente aus dem Alltag der Zurich Kundinnen und Kunden thematisiert, die für eine frühzeitige Alters- und Berufsunfähigkeitsvorsorge sprechen“, so **Nicola Schmitz**, Head of Strategic Brand Marketing der Zurich Gruppe Deutschland. Die Kampagne spricht insbesondere junge Erwachsene, sowie junge und gestandene Familien an, für die eine entsprechende Vorsorge besonders existentiell ist. Der Kampagnenclaim betont dabei die Zuverlässigkeit des Versicherers, der 1875 in Berlin gegründet wurde: „Immer abgesichert. Das Leben, wie du es magst. Seit 150 Jahren mit Zurich“.

Werbespots stellen das „normale Leben“ in den Fokus

Im Mittelpunkt der 360-Grad Kampagne stehen drei Werbespots, die einen individuellen Moment der Zielgruppen in den Fokus stellen. Dabei ist nicht der Angstmoment der Grund für eine Versicherung, sondern es sind die vielen kleinen alltäglichen Momente, die das Leben ausmachen und zu denen man im Fall der Fälle schnellstmöglich zurückkehren möchte. So stellt einer der Filme eine Familiensituation in den Fokus, wie sie gerade Eltern mit kleinen Kindern allzu gut nachvollziehen können: Ein Vater packt die Koffer für den anstehenden Familienurlaub und verlässt kurz den Raum, um die Sonnenschutzcreme im oberen Badezimmer zu suchen. Er kann sie nicht finden und als er die Treppenstufen wieder herunterkommt, sieht er sie klar und deutlich: Durch das gesamte Wohnzimmer zieht sich eine Sonnencreme-Spur bis hin zur Terrassentür, wo seine kleine Tochter vergnügt die Scheibe einschmiert. Ein Einblick in das normale Leben mit kleinen Kindern, das uns zwar fordert, wir aber lieben und genauso schützen wollen.

Digital und Out-of-Home unterwegs

Ab dem 30. April strahlt Zurich die Kampagne online, in digitalen TV-Mediatheken und bei Social Media aus. Unterstützt wird der Kampagnenlaunch im Out-of-Home-Bereich durch großformatige Platzierungen in ausgewählten Städten. So wird ein Künstler in Berlin ein Hauswandgemälde bei der East Side Gallery gestalten, um die Kampagne aufmerksamkeitsstark und kreativ für die Zielgruppen zu inszenieren. In Hamburg wird Zurich an der Medienfassade auf St. Pauli mit besonderen Lieblingsmomenten zu sehen sein. Im Rheinland wird die Kampagnen in Köln mit einem 200 Quadratmeter Riesenposter in der Nähe des Mediaparks sichtbar werden. Unterstützt werden diese besonderen Flächen durch reichweitenstarke Digital Out-of-Home Platzierungen sowie durch Straßenbahn-Beklebungen in Köln und Düsseldorf. Verlängert wird der Kampagnengedanke auch über alle kundenrelevanten Touchpoints und soll so etwa in Kundenbriefen und digitaler Kundenkommunikation für eine hohe Sichtbarkeit sorgen.

„Mit dem starken Fokus auf junge Leute und Familien setzen wir auf den Erfolg der vergangenen Kampagne auf, die uns dazu verholfen hat, als Top 3 Familienversicherer im YouGov BrandIndex aufgeführt zu werden“, so Schmitz. „Unser Ziel ist es weiterhin mit unseren Kampagnen frischen Wind in die Versicherungsbranche zu bringen und unsere Zielgruppen durch eine differenzierende Ansprache zu erreichen. Unsere Maßnahmen sind konsequent auf deren Interessen abgestimmt und sorgen somit für Relevanz und eine emotionale Verbindung zur Marke Zurich.“

Die Kampagne entstand in der Zusammenarbeit mit der Agentur HeimatTBWA\ und Media Consult (GroupM). Produziert wurde der Spot von der Filmproduktion e+p films GmbH mit Regisseur Djawid Hakimyar.

Die Werbespots jetzt im Zurich Newsroom anschauen.

Zurich Gruppe Deutschland
Unternehmenskommunikation
Bernd O. Engelen
Deutzer Allee 1
50679 Köln
Deutschland

Telefon +49 (0) 221 7715 8000
Mobil +49 (0) 172 810 3858
bernd.engelen@zurich.com
<http://www.zurich-news.de>

Seit 150 Jahren in Bewegung.

Die Zurich Gruppe Deutschland wurde 1875 in Berlin gegründet und gehört zur weltweit tätigen Zurich Insurance Group. Mit Beitragseinnahmen (2023) von knapp 6 Milliarden EUR, Kapitalanlagen von mehr als 51 Milliarden EUR und rund 4.900 Mitarbeitenden zählt Zurich zu den führenden Versicherungen in Deutschland. Im Einklang mit dem Ziel „gemeinsam eine bessere Zukunft zu gestalten“, bietet Zurich Präventionsdienstleistungen an, die über traditionelle Versicherungsprodukte hinausgehen, um Kunden dabei zu unterstützen, Resilienz aufzubauen.

Attachments



Z Keyvisual Presseinfo 900x...



Nicola Schmitz, Head of Strategic Brand
Marketing der Zurich Gruppe
Deutschland
NicolaSchmitz.jpg



Beispiel Out-of-Home Plakat in Köln
Zurich Köln Hohenzollernri...

Wenn Sie keine weiteren Infos
erhalten möchten, schicken
Sie bitte eine kurze Antwort an die
Absender-Adresse.

Sie erhalten diese E-Mail, weil Ihre E-Mail Adresse in den Empfängerkreis des Mailings
aufgenommen wurde.