

Gothaer



**HINTERLASSE
FUSSSTAPFEN.
KEINEN
CO₂-ABDRUCK.**

Die Zukunft passiert nicht. Du machst sie selbst. Wir leisten unseren Beitrag als einer der führenden Versicherer von erneuerbaren Energien in Europa. Selbstverständlich auch, indem wir zunehmend in eine nachhaltige Kapitalanlage investieren.

Überzeuge dich selbst: gothaer.de/zukunft

**ZUKUNFT WIRD
AUS MUT GEMACHT.**

Gothaer

Motiv zum Thema Nachhaltigkeit

21.08.2023 10:00 CEST

Gothaer Imagekampagne „Zukunft wird aus Mut gemacht“ geht mit neuen Akzenten in die nächste Runde

Köln, 21. August 2023 – Die Gothaer setzt ihre aufmerksamkeitsstarke Image-Werbekampagne mit einem weiteren Werbe-Flight fort und setzt dabei neue inhaltliche Akzente. Für die Zielgruppe junge Berufstätige im Alter zwischen 25 und 35 Jahren wird das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus gerückt, für die Zielgruppe KMU das Thema Arbeitgeberattraktivität. Der aktuelle Flight startet am 22. August 2023, bis 15. Oktober werden die Kampagnenkreationen auf den unterschiedlichsten Kanälen ausgespielt, um

die Imagebotschaft „Zukunft wird aus Mut gemacht“ weiter zu verankern und die Aufladung der Marke fortzusetzen. Auch bei der Auswahl der Werbemittel wurde auf Nachhaltigkeit geachtet.

Glaubwürdige Positionierung

„Mit den Themenschwerpunkten Nachhaltigkeit und Arbeitgeberattraktivität setzen wir auf Themen, die in der jeweiligen Zielgruppe eine besonders hohe Relevanz haben,“ erklärt Oliver Brüß, Vorstand Vertrieb und Marketing bei der Gothaer. „Gerade das Thema Nachhaltigkeit können wir als einer der führenden Versicherer von erneuerbaren Energien in Europa und als einer der größten Investoren in diesem Bereich relativ zum gesamten Kapitalanlagevolumen sehr glaubwürdig vertreten.“ Diese Positionierung greift die neue Kreation für die Zielgruppe junge Berufstätige mit der Headline „Hinterlasse Fußstapfen. Keinen CO₂ Abdruck.“ auf.

Im Segment kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) positioniert sich die Gothaer als starker, kompetenter Partner und Experte für das Thema Arbeitgeberattraktivität. Die neuen Kampagnenkreationen greifen dabei die für Unternehmer*innen hochrelevante Herausforderung der Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden auf, und präsentieren passende Lösungen der Gothaer von der betrieblichen Altersvorsorge über die betriebliche Krankenversicherung bis zur Unfallversicherung.

Zielgruppenspezifischer Media Mix

Der zielgruppenspezifische Media Mix der Werbekampagnen setzt sich aus unterschiedlichen Medien zusammen, die in der jeweiligen Zielgruppe eine hohe Sichtbarkeit und Kontaktqualität aufweisen und damit eine nachhaltige Wirkung entfalten.

Für die Zielgruppe junge Berufstätige wird die Kampagne in Social Media und Online Bewegbild breit sichtbar sein. Hinzu kommen Belegungen in Adressable TV (ATV) und Connected TV (in App wie beispielsweise Joyn, RTL +). Einen Schwerpunkt der Mediaplanung bilden digitale Out-of-home Platzierungen, die programmatisch nach Häufung der Zielgruppe an einem Standort (Mobiledaten) auf Displays in Bahnhöfen, Innenstädten, Kneipen etc. ausgespielt werden und so mit einer hohen Targeting-Güte punkten. Prominente ooH-Specials, wie beispielsweise am Stachus in München, an der Venloer Straße in Köln-Ehrenfeld oder in der Media Stage in Hamburg runden

das Media-Set ab.

Nachhaltige Werbemittel

Bei der Mediaplanung und der Auswahl der Werbemittel wurde verstärkt auf Nachhaltigkeit geachtet, so werden zum Beispiel beleuchtete Werbeflächen in Teilen mit Öko-oder Solarstrom betrieben. Das Riesenposter auf der Venloer Straße in Köln ist aus „Green Line Ocean“ Material, das zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik produziert wurde, wovon mindestens 10 Prozent aus dem Meer stammen. Gleichzeitig fungiert das Plakat als Luftfilter.

Werbekampagne Unternehmerkunden

Die Zielgruppe kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) wird zum einen durch gezieltes Targeting und die Ausspielung von Sponsored Posts auf Social Media (LinkedIn, XING) angesprochen. Zum anderen wird es eine breite Online-Präsenz auf affinen Branchenwebsites geben mit Fokus auf dem Handwerker- und IT-/Digital-Business-Segment. Vervollständigt wird der Media-Mix durch großflächige Highlight Platzierungen, die durch spezielles Key-Word-Targeting die Zielgruppe in thematisch relevanten Umfeldern ansprechen. Neu im Mediamix ist außerdem eine prominente Platzierung im ntv-TV-Format „Kurs des Tages“, das für die Zielgruppe ein qualitativ sehr hochwertiges Umfeld ist.

Auch auf der Startseite von Gothaer.de werden die Image-Werbekampagnen prominent sichtbar sein und auf eigenen Landingpages weiterführende Informationen zur Kampagne und dem jeweiligen Themenschwerpunkt geben.

Der Gothaer Konzern gehört mit rund 4 Millionen Mitgliedern und Beitragseinnahmen von 4,6 Milliarden Euro zu den großen deutschen Versicherungskonzernen und ist einer der größten Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit in Deutschland. Angeboten werden alle Versicherungssparten. Dabei setzt die Gothaer auf qualitativ hochwertige persönliche und digitale Beratung und Unterstützung ihrer Kund*innen.

Kontaktpersonen



Martina Faßbender

Pressekontakt

Konzern Pressesprecherin, Leitung Unternehmenskommunikation

martina.fassbender@gothaer.de

+49 221 308-34531

+49 175 2285017



Ulrich Otto

Pressekontakt

Referent für Konzern- und Gesundheitsthemen

ulrich.otto@gothaer.de

+49 221 308-34614



Ines Jochum

Pressekontakt

Referentin für Renten- und Lebensversicherung, Nachhaltigkeit

ines.jochum@gothaer.de

0221 308 34287



Sarah Höbing

Pressekontakt

Referentin für Kompositversicherungsthemen

sarah.hoebing@gothaer.de

+49 221 308-34609